

คู่มือ มาตรฐานการให้บริการ ประจำปี 2569



จัดทำโดย
กองลูกค้าสัมพันธ์



คำนำ

การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) เป็นหน่วยงานหลักที่ให้บริการและดูแลระบบน้ำประปา ซึ่งเป็นสาธารณูปโภคสำคัญที่เชื่อมโยงโดยตรงกับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ 74 จังหวัดทั่วประเทศ ยกเว้น กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ และนนทบุรี รวมถึงพื้นที่ที่หน่วยงานปกครองท้องถิ่นบริหารจัดการน้ำประปาเอง เช่น การประปาเทศบาล การประปา อบต. และการประปาหมู่บ้าน

ภายใต้วิสัยทัศน์ "มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา ค่านิยมหลักของ กปภ. "มุ่ง - มั่น - เพื่อปวงชน - สู่อความยั่งยืน" และวัฒนธรรมองค์กร "STRIVER" (ผู้มี ความมุ่งมั่น ไม่ท้อถอย) ได้สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นอันแน่วแน่ของ กปภ. ในการส่งมอบบริการที่เป็นเลิศและสร้างความสัมพันธ์อันยั่งยืนกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ความประทับใจ และความผูกพันภักดีที่จะขับเคลื่อน กปภ. ไปสู่อความยั่งยืนอย่างแท้จริง

ตั้งแต่การจัดทำคู่มือมาตรฐานการให้บริการฉบับแรกในปี 2563 จนถึงปัจจุบัน กปภ. ได้พัฒนาและปรับปรุงคู่มือเล่มนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมและความต้องการของลูกค้า คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ฉบับปรับปรุงปี 2569 เล่มนี้ จึงได้รวบรวมองค์ความรู้ แนวทางปฏิบัติ และมาตรฐานการให้บริการที่พนักงานของ กปภ. ทุกคนต้องศึกษา เรียนรู้ และนำไปปฏิบัติให้เกิดผลในทิศทางเดียวกัน

ในยุคที่โลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พนักงานของ กปภ. จึงต้องเปิดใจเรียนรู้สิ่งใหม่อย่างไม่หยุดยั้ง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจลึกซึ้งถึงพฤติกรรม ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าที่แปรเปลี่ยนไปตามสภาวะแวดล้อม เพื่อให้ กปภ. สามารถสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่นและน่าประทับใจให้แก่ลูกค้าในทุกจุดสัมผัส

เมื่อลูกค้าได้รับบริการที่เป็นเลิศจาก กปภ. ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะไม่ได้ตกอยู่กับลูกค้าเพียงฝ่ายเดียว แต่จะสร้างคุณค่า ภาวการณ์ที่ดี และความภาคภูมิใจให้แก่ทั้งองค์กรและพนักงานของ กปภ. อย่างเท่าเทียมกัน

กปภ. มีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าว่า คู่มือมาตรฐานการให้บริการ ฉบับปรับปรุงปี 2569 เล่มนี้ จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยยกระดับการปฏิบัติงานของบุคลากร กปภ. ทุกคนที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ให้สามารถส่งมอบการบริการที่เป็นเลิศและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ หากยังมีข้อบกพร่องหรือจุดที่ควรปรับปรุงประการใด กปภ. ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะและจะนำไปพัฒนาปรับปรุงในโอกาสต่อไป เพื่อให้คู่มือเล่มนี้มีความสมบูรณ์และเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการปฏิบัติงาน

กองลูกค้าสัมพันธ์
สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์
กันยายน 2568



สารบัญ

	หน้า
1. บทนำ	6
2. นโยบายด้านการให้บริการของ กปภ.	7
- วิสัยทัศน์ พันธกิจ	7
- ค่านิยมองค์กร	8
- วัฒนธรรมองค์กร	9
- รู้จักลูกค้า กปภ. (Customer Segment Profile)	10
- ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573	12
- นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและให้บริการลูกค้าของ กปภ.	14
3. กฎบัตรการให้บริการ กปภ. (PWA Service Charter)	21
4. ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานการให้บริการของ กปภ.	24
- มาตรฐานการทำธุรกรรมกับ กปภ.	24
- มาตรฐานการให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoint) ของ กปภ.	26
- มาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.	28
5. PWA Customer Journey Mapping	31
- แผนภาพเส้นทางการเป็นลูกค้า กปภ.	31
6. PWA Service Blueprint	32
- Service Blueprint การติดต่อธุรกรรมต่าง ๆ ณ สำนักงาน กปภ.สาขา	33
- Service Blueprint ขอติดตั้งประปาใหม่ (ผ่านระบบเว็บไซต์)	34
- Service Blueprint ชำระค่าน้ำประปา (Drive Thru Payment หรือ จุดจ่าย จร)	35
- Service Blueprint จองคิวออนไลน์ (PWA Queue)	36
- Service Blueprint การรับชำระค่าน้ำ/ค่าบริการอื่น ๆ ผ่าน QR Code หน้าเคาน์เตอร์ประปาที่ กปภ.สาขา	37
- Service Blueprint กปภ.สาขาที่ 235	38
7. Service Protocol	39
- แผนยกระดับภาพลักษณ์ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573	39
- การบูรณาการระหว่างบริการและการสร้างแบรนด์ โดยยกระดับมาตรฐาน การให้บริการลูกค้า Touchpoint : PWA Contact Center 1662	40
- แผนปกป้องภาพลักษณ์ กปภ.	40
- การจัดทำระบบลงข่าวประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำ	41
- มาตรฐานการปฏิบัติงานในส่วนของการจัดการข้อร้องเรียน	45



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
8. PWA Service Recovery Plan	47
- กระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของ กปภ.	50
9. การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานการบริการลูกค้า	52
- การติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ	52
- การประเมินประสิทธิผลการให้บริการ	52
10. เทคนิคการให้บริการ	53
- การตั้งใจรับฟัง (Active Listening)	53
- การใช้คำพูดและการเขียน	54
- การใช้น้ำเสียง	55
- การสื่อสารแบบเผชิญหน้า	57
- การสื่อสารทางโทรศัพท์	58
- การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (Online Media)	65
11. เทคนิคการให้บริการข้อมูลข่าวสารในช่องทางต่าง ๆ	73
12. ภาษาอังกฤษสำหรับการให้บริการ	75
13. ข้อควรระวังที่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ	81
14. Service Mind	82
15. บุคลิกภาพที่ดีพร้อมสู่ความเป็นเลิศในการบริการ	89
16. Self-Efficacy ภูมิใจความสำเร็จของตนเองและองค์กรที่รัก	91
17. Conflict Management ภายใต้ความเข้าใจในเรื่อง IQ/ EQ/ MQ	93
18. การตอบข้อสงสัย/คำถามของลูกค้า	95
- เมื่อต้องการเป็นลูกค้าของ กปภ.	95
- การจำแนกประเภทลูกค้า	98
- อัตราค่าธรรมเนียมและการบริการของ กปภ.	99
- การโอนสิทธิ์ในการใช้น้ำประปา และการย้ายสถานที่ใช้น้ำ	105
- เกี่ยวกับมาตรวัดน้ำ	106
- ยกเลิกใช้น้ำประปาและขอคืนเงินประกันการใช้น้ำประปา	109
- คุณภาพน้ำ และการบำรุงรักษา	109
- นำประปาไม่ไหลหรือไหลอ่อน	111
- เกี่ยวกับค่าน้ำและการลงทุน	112
19. เอกสารอ้างอิง	113
20. ภาคผนวก	115
- รู้จักลูกค้า กปภ. (Customer Segment Profile)	116
- Customer Persona คุณลักษณะของลูกค้า	118
- นโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy)	132
- ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573	141
- Customer Journey Mapping ของ กปภ.	142
- Service Blueprint การติดต่อธุรกรรมต่าง ๆ ณ สำนักงาน กปภ.สาขา	143
- Service Blueprint ขอติดตั้งประปาใหม่ (ผ่านระบบเว็บไซต์)	144



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 5 ของ 149

สารบัญ (ต่อ)

- Service Blueprint ชำระค่าน้ำประปา (Drive Thru Payment หรือ จุด จ่าย จร) 145
- Service Blueprint จอคิวออนไลน์ (PWA Queue) 146
- Service Blueprint การรับชำระค่าน้ำ/ค่าบริการอื่น ๆ ผ่าน QR Code หน้าเคาน์เตอร์ประปาที่ กปภ.สาขา 147
- Service Blueprint กปภ.สาขาที่ 235 148
- PWA Service Recovery Plan 149



บทนำ

การประปาส่วนภูมิภาค หรือ กปภ. เป็นรัฐวิสาหกิจในกระทรวงมหาดไทย มีพันธกิจผลิต จัดส่ง และจำหน่ายน้ำประปาคุณภาพถึงทุกครัวเรือนใน 74 จังหวัดทั่วประเทศ ยกเว้น กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ รวมถึงพื้นที่ที่หน่วยงานท้องถิ่นบริหารจัดการน้ำประปาเอง

ปัจจุบัน กปภ. “มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา” โดยไม่เพียงส่งมอบน้ำประปาคุณภาพ แต่ยังพัฒนาทุกจุดสัมผัส (Touchpoint) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่น ให้ลูกค้า ตลอดจนมีบุคลากรที่มีความพร้อมและใจรักในงานบริการ เพื่อเปลี่ยนความไม่พึงพอใจของลูกค้าให้กลายเป็นความพึงพอใจและความผูกพันภักดีต่อ กปภ.

ขอบเขตและเป้าหมาย

คู่มือมาตรฐานการให้บริการ ฉบับปรับปรุงปี 2569 นี้ อธิบายถึงนโยบาย มาตรฐาน วิธีปฏิบัติ และเทคนิคต่างๆ ในการให้บริการลูกค้า เพื่อให้ กปภ. เป็น "องค์กรด้านการให้บริการที่เป็นเลิศและยั่งยืน" โดยกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม และผู้จัดการ กปภ.สาขา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน และผู้เกี่ยวข้องรับทราบนโยบายด้านการให้บริการลูกค้าของ กปภ.
2. เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจและแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องในทิศทางเดียวกัน
3. เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจผลลัพธ์ในการนำเทคนิคต่างๆ ไปปฏิบัติ นำไปสู่ความพึงพอใจและความผูกพันภักดีของลูกค้า
4. เพื่อให้ผู้บริหารกำกับดูแลและติดตามผลการดำเนินงานตามมาตรฐานที่กำหนด
5. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ กปภ.

คู่มือเล่มนี้จะช่วยขับเคลื่อน กปภ. สู่การเป็นองค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน พร้อมสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้แก่ลูกค้าและสังคมไทย

นโยบายด้านการให้บริการของ กปภ.

วิสัยทัศน์ กปภ.

“มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา”

Leading to be a high performing and sustainable organization with excellent waterworks service

พันธกิจ กปภ.

กปภ. เป็นหน่วยงานที่ให้บริการน้ำประปาตาม พ.ร.บ. กปภ. พ.ศ. 2522 โดยคำนึงถึงประโยชน์ของรัฐ และสุขอนามัยของประชาชนเป็นสำคัญ พันธกิจหลักของ กปภ. มี 5 ประการ ได้แก่



ค่านิยมองค์กร

มุ่งมั่น

มุ่งมั่น

เพื่อปวงชน

สู่ความยั่งยืน

“มุ่งมั่น” หมายถึง มุ่งเน้นคุณธรรม

1. ปฏิบัติตามกฎหมายและมีจริยธรรม
2. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและโปร่งใส
3. ปกป้องรักษาผลประโยชน์ขององค์กร

“มุ่งมั่น” หมายถึง มั่นใจคุณภาพ

1. ควบคุมคุณภาพการทำงานและสร้างมูลค่าเพิ่ม
2. บริหารจัดการความเสี่ยงและมุ่งเน้นผลสำเร็จของงาน
3. ก้าวทันเทคโนโลยีดิจิทัลและสารสนเทศ
4. สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อผลสำเร็จของงาน
5. พัฒนาการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
6. ทำงานเป็นทีม

“เพื่อปวงชน” หมายถึง เพื่อสุขของปวงชน

1. รับฟังและเข้าใจความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. สร้างความประทับใจให้ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกจุดการให้บริการ
3. มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

“สู่ความยั่งยืน” หมายถึง สู่องค์กรที่ยั่งยืน

1. ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกัน
2. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน
3. สร้างจิตสำนึกการกำกับดูแลกิจการที่ดี

วัฒนธรรมองค์กร

STRIVER (ผู้มีความมุ่งมั่น ไม่ท้อถอย)		
S	Synergy (ทำงานเป็นทีม)	- ร่วมพลังเพื่อผลสำเร็จขององค์กรสู่ความยั่งยืน
T	Transparency (โปร่งใส)	- ปฏิบัติงานตามกฎหมาย มีคุณธรรม จริยธรรม โปร่งใส และมุ่งปกป้องรักษาผลประโยชน์ขององค์กร
R	Responsibility and Risk (มีความรับผิดชอบและ การบริหารความเสี่ยง)	- รับผิดชอบต่องานในหน้าที่ เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม - บริหารจัดการความเสี่ยงและควบคุมภายใน
I	Innovation and Digitalization (สร้างสรรค์นวัตกรรมสู่ดิจิทัล)	- พัฒนาความรู้สู่ความคิดสร้างสรรค์ ต่อยอดนวัตกรรม ควบคุมคุณภาพและปรับกระบวนการทำงานสู่ดิจิทัล
V	Visionary (มองการณ์ไกล)	- มองการณ์ไกล สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างจิตสำนึกในการ กำกับดูแลกิจการที่ดีนำสู่ความยั่งยืน
E	Empathy (ใส่ใจต่อลูกค้า)	- ใส่ใจต่อลูกค้าและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างเท่าเทียมกัน
R	Relation (สร้างความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)	- สร้างความสัมพันธ์อันดีให้ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประทับใจและส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกกลุ่ม



รู้จักลูกค้า กปภ. (Customer Segment Profile)

ปัจจุบัน กปภ. จำแนกลูกค้าออกเป็น 3 ประเภท โดยยึดหลักเกณฑ์ลูกค้าที่ประกอบกิจการแตกต่างกัน และปริมาณการใช้น้ำเพื่อตอบสนองความสมดุลระหว่างการดำรงอยู่ขององค์กรกับสุขภาวะของลูกค้าแต่ละประเภทให้ได้รับการบริการสาธารณูปโภคอย่างเพียงพอและทั่วถึง ดังนี้

ประเภทที่ 1 ที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ

คือ สถานที่พักอาศัยของเอกชน/รัฐ สถานที่พักอาศัยและมีการประกอบการค้า ศาสนสถาน มูลนิธิ หรือองค์กรเพื่อการกุศลสาธารณะ พรรคการเมือง

ประเภทที่ 2 ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก

ได้แก่ ส่วนราชการ สถานพยาบาล สถานสงเคราะห์/สถานศึกษาของรัฐ สถานศึกษาของเอกชน ระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา สถานกงสุล องค์การระหว่างประเทศ ตลาด ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า สหกรณ์ และสำนักงานธุรกิจขนาดเล็ก

ประเภทที่ 3 รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรมและธุรกิจขนาดใหญ่

ได้แก่ ที่ทำการของรัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชน การอุตสาหกรรม สถานบริการและที่พัก ณาการพาณิชย์ โรงพยาบาลของเอกชน สถานศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษา สถานีบริการเชื้อเพลิง การขอใช้น้ำชั่วคราว และธุรกิจการค้าขนาดใหญ่อื่น ๆ

นอกจากนี้ กปภ. ยังได้จำแนกลูกค้าโดยใช้หลักเกณฑ์วงจรชีวิตของลูกค้าและเส้นทางการเดินของลูกค้า เพื่อกำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้เกิดความผูกพันภักดีต่อ กปภ. จำนวน 5 กลุ่ม คือ

กลุ่ม 1 คนที่ยังไม่เป็นลูกค้า กปภ. หรือผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต

เป็นกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่การให้บริการของ กปภ. แต่ยังไม่เป็นลูกค้าของ กปภ. โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ถึงสินค้า บริการและคุณภาพการให้บริการของ กปภ. สร้างความสนใจ โน้มน้าวใจ/จูงใจ ให้ตัดสินใจใช้บริการของ กปภ.

กลุ่ม 2 ลูกค้าใหม่

เป็นกลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนการสอบถามข้อมูลสำหรับตัดสินใจใช้น้ำประปา กปภ. และกลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนการขอติดตั้งประปาใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความประทับใจแรก สื่อสารข้อตกลงและแนวปฏิบัติในการใช้บริการ



กลุ่ม 3 ลูกค้ำที่ไม่เคยติดต่อหรือร้องเรียน กปภ.

เป็นกลุ่มลูกค้ำปัจจุบัน ซึ่งเป็นจำนวนส่วนใหญ่ของกลุ่มลูกค้ำทั้งหมด โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจในการได้รับการบริการและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อจะพัฒนาสู่ความผูกพันที่ดีต่อไป

กลุ่ม 4 ลูกค้ำร้องเรียน

เป็นกลุ่มลูกค้ำร้องเรียนการให้บริการของ กปภ. และให้รวมถึงลูกค้ำที่อยู่ในพื้นที่มีข้อร้องเรียนสูง โดยมีเป้าหมายเพื่อลดความไม่พึงพอใจของลูกค้ำ และเปลี่ยนเป็นความพึงพอใจจากการตอบสนองและแก้ปัญหาให้ลูกค้ำอย่างรวดเร็ว

กลุ่ม 5 ลูกค้ำผูกพันภักดี

เป็นกลุ่มลูกค้ำที่บอกต่อข้อมูลการให้บริการของ กปภ. การกล่าวถึง กปภ. เชิงบวกและการปกป้อง กปภ. เมื่อมีถูกกล่าวถึงในเชิงลบ รวมถึงกลุ่มลูกค้ำที่ชำระค่าน้ำตามกำหนดเวลา กปภ. ไม่ต้องติดตามหนี้ค้ำและกลุ่มลูกค้ำที่แจ้ง กปภ. ในกรณีพบเห็นท่อแตกท่อรั่วสาธารณะ ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อรักษาระดับและเพิ่มระดับความผูกพันภักดีต่อ กปภ.ต่อไป



ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569 - 2573

กปภ. ได้กำหนดทิศทางและตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) เป็น 3 ระยะ ซึ่งถ่ายทอดมาจากแผนวิสาหกิจของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569 - 2573 ดังนี้

ระยะสั้น ปี 2569 - 2570 คือ พัฒนาระบบการให้บริการลูกค้าแบบองค์รวม

ระยะกลางปี 2571 - 2572 คือ สร้างแพลตฟอร์ม กปภ.สาขาที่ 235 และพัฒนาระบบแวดล้อม การให้บริการลูกค้าที่ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ระยะยาวปี 2573 คือ พัฒนาการให้เป็นเลิศเพื่อเติบโตพร้อมชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 : ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

เป้าประสงค์ : ลูกค้าพึงพอใจและผูกพันต่อ กปภ.

- ตัวชี้วัด : 1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ กปภ.
2. ระดับความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของ กปภ. เนื่อความคาดหวังของลูกค้า ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบสารสนเทศลูกค้าและตลาดจากระบบฐานข้อมูลของ กปภ. ประกอบด้วย 1) แผนรับฟังลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ. 2) แผนเพิ่มประสิทธิภาพระบบ BDA ของ กปภ.

กลยุทธ์ที่ 2 รักษาคุณภาพน้ำตามมาตรฐาน WSP ประกอบด้วย 1) โครงการ Water Safety Plan (WSP)

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล ประกอบด้วย 1) แผนพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มคุณค่า กปภ. ต่อลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่/เกี่ยวเนื่อง ประกอบด้วย 1) แผนพัฒนาขยายผลนวัตกรรมด้านลูกค้าและตลาด

กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับภาพลักษณ์องค์กร ประกอบด้วย 1) แผนยกระดับภาพลักษณ์องค์กร

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างคุณค่าร่วมกับชุมชน ประกอบด้วย 1) โครงการฝึกอาชีพประปาให้ประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างความผูกพันของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 บริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้า ประกอบด้วย 1) โครงการประปาสะดวก 2) โครงการ PWA Always-on และ 3) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางออนไลน์

กลยุทธ์ที่ 2 บริหารจัดการความผูกพันลูกค้า ประกอบด้วย 1) โครงการมุ่งมั่นเพื่อปวงชนเต็มใจให้กัน 2) โครงการเครือข่ายอาสา กปภ. 3) โครงการลูกค้าคนสำคัญ (Loyalty Program)

กลยุทธ์ที่ 3 บูรณาการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย 1) โครงการ PWA Synergy

กลยุทธ์ที่ 4 บริหารจัดการลูกค้ารายใหญ่ ประกอบด้วย 1) โครงการ PWA Premium Connect

กลยุทธ์ที่ 5 บริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า ประกอบด้วย 1) PWA Service Recovery Plan 2) โครงการประทับใจ 3) โครงการ Smart 1662 และ 4) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ PWA Contact Center 1662

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการตลาดภายในองค์กร ประกอบด้วย 1 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างบุคลากรให้เป็นตัวแทนองค์กร (Brand Ambassador) ประกอบด้วย

1) โครงการ PWA Ambassador และ 2) โครงการ PWA Success Story

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 2 : ยกระดับผลประกอบการองค์กร

เป้าประสงค์ : กปภ.มีรายได้บรรลุเป้าหมายองค์กร

ตัวชี้วัด : 1. รายได้จากแผนการตลาดของ กปภ. บรรลุเป้าหมาย

2. จำนวนลูกค้าเพิ่มจากแผน/กิจกรรมทางการตลาดบรรลุเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพน้ำประปา ประกอบด้วย 1 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 สื่อสารและลงพื้นที่สร้างความเชื่อมั่นคุณภาพน้ำประปาและความเชี่ยวชาญของ

กปภ. ประกอบด้วย 1) โครงการอาสาประปาเพื่อปวงชน 2) โครงการน้ำประปา กปภ. – อปท. เพื่อปวงชน 3) แผนงานน้ำดื่มเพื่อชุมชน และ 4) โครงการหลอมรวมใจมอบน้ำใสสะอาดให้โรงเรียน

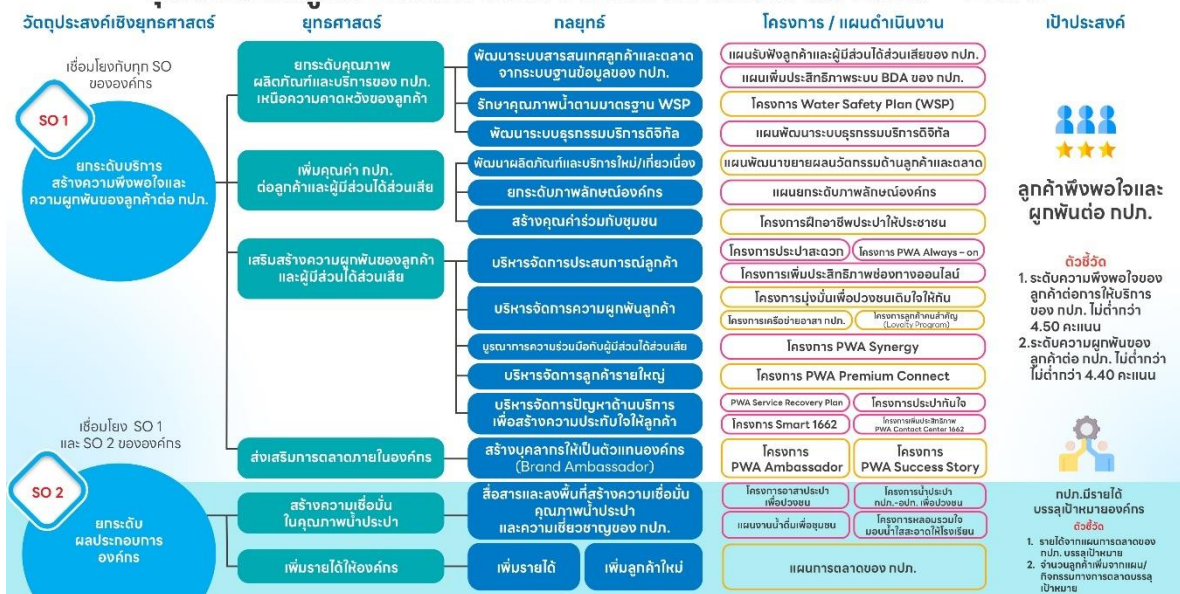
ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มรายได้ใหม่ให้องค์กร ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มรายได้ ประกอบด้วย 1) แผนการตลาดของ กปภ.

กลยุทธ์ที่ 2 เพิ่มลูกค้าใหม่ ประกอบด้วย 1) แผนการตลาดของ กปภ.

แผนวิสัยทัศน์ กปภ. 2569-2573	Short Term ปี 2569-2570 นำเทคโนโลยีดิจิทัลมายกระดับการดำเนินงาน เพื่อสร้างความยั่งยืน	Medium Term ปี 2571-2572 สร้างพื้นฐานความยั่งยืนเพื่อรากฐานการดำเนินงานที่มั่นคงในอนาคต	Long Term ปี 2573 พัฒนาบริการให้เป็นเลิศเพื่อเติบโตพร้อมชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
ยุทธศาสตร์ ลูกค้าและตลาด 2569-2573	Short Term ปี 2569-2570 พัฒนาระบบการให้บริการลูกค้าแบบองค์รวม	Medium Term ปี 2571-2572 สร้างแพลตฟอร์ม กปภ.สาขาที่ 235 และพัฒนาระบบแพลตฟอร์ม การให้บริการลูกค้าที่ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	Long Term ปี 2573 พัฒนาบริการให้เป็นเลิศเพื่อเติบโตพร้อมชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
SO แผนวิสัยทัศน์ กปภ. 2569-2573	SO 1 สร้างความเข้มแข็งและรักษามาตรฐาน ของระบบประปา	SO 2 สร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับองค์กร	SO 3 สร้างความพร้อมของบุคลากร
			SO 4 ยกระดับความผูกพันและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า

ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569 – 2573



หมายเหตุ : แผนภาพขนาดใหญ่สามารถดูได้ที่ภาคผนวก

เพื่อให้ - นโยบายและแนวปฏิบัติด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและให้บริการลูกค้าของ กปภ. ถ่ายทอดผ่านผู้นำองค์กรไปสู่การปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร คณะกรรมการ กปภ. จึงได้ประกาศนโยบาย สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและให้บริการลูกค้าของ กปภ. ณ วันที่ 3 กรกฎาคม 2568



นโยบายและแนวปฏิบัติด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและให้บริการลูกค้าของ กปภ.

ส่วนที่ ๑ วัตถุประสงค์

การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) ดำเนินกิจการภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่กับการแสดงความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน สิทธิโดยชอบด้วยกฎหมายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญขององค์กร อีกทั้งกำหนดการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามมาตรฐานการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (AA๑๐๐๐) มาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐ และมาตรฐานอื่นๆ ที่ได้รับการยอมรับตามมาตรฐานสากล อย่างเป็นระบบ เพื่อดำรงการยอมรับ ความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม สามารถยกระดับการพัฒนาองค์กรให้เจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน กปภ. จึงได้ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็น ๙ กลุ่ม พร้อมกำหนดนโยบาย และแนวปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สอดคล้องกับความต้องการ ความคาดหวังของแต่ละกลุ่ม

ส่วนที่ ๒ คำนิยาม

“กปภ.” หมายถึง การประปาส่วนภูมิภาค

“ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” หมายถึง ปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มบุคคล องค์กร สถาบัน หรือ ชุมชน ที่ได้รับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบจากการตัดสินใจ/นโยบาย/โครงการของ กปภ. โดย กปภ. แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญออกเป็น ๙ กลุ่ม ได้แก่ ๑) หน่วยงานกำกับดูแล ๒) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ ๓) ลูกค้า ๔) คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ ๕) คู่ความร่วมมือ ๖) บุคลากร ๗) ชุมชนและสังคม ๘) สื่อมวลชน และ ๙) คู่แข่ง

“หน่วยงานกำกับดูแล” หมายถึง

ภายนอก : หน่วยงานที่เป็นผู้กำกับดูแลรัฐวิสาหกิจ กระทรวงเจ้าสังกัด ที่มีหน้าที่กำกับดูแล (อนุมัติ/อนุญาต) ให้องค์กร สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมาย สนับสนุนภารกิจของรัฐบาล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ภายใน : คณะกรรมการการประปาส่วนภูมิภาค และคณะกรรมการ/คณะอนุกรรมการ ที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายทิศทางการดำเนินงาน อนุมัติ/เห็นชอบ และกำกับดูแลการดำเนินงานตามภารกิจของ กปภ. ให้บรรลุเป้าหมาย

“หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ” หมายถึง หน่วยงานที่มีภารกิจร่วมกันหรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน องค์กรสามารถหารือ/ร่วมมือกันดำเนินการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่รับผิดชอบได้อย่างราบรื่น ไม่ขัดขวางการดำเนินงานหรือผิดกฎระเบียบ ข้อบังคับ

“ลูกค้า” หมายถึง ลูกค้าแบ่งตามประเภทผู้ใช้น้ำของ กปภ. โดยมีความต้องการด้านคุณภาพและบริการจากองค์กร และองค์กรสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึงตามพันธกิจและมีรายได้จากการประกอบการตามภารกิจ

“คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ” หมายถึง หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบวัตถุดิบ ในการผลิตและจำหน่ายน้ำประปา และเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานผลิตและจำหน่ายน้ำประปา ให้กับ กปภ. รวมถึงการเป็นตัวแทนรับดำเนินการงานขององค์กร โดยมุ่งหวังการดำเนินงานเป็นไปตามสัญญา ข้อตกลง และกฎระเบียบข้อบังคับ

“คู่ความร่วมมือ”...

- ๒ -

“**คู่มือความร่วมมือ**” หมายถึง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สถาบันการศึกษา ที่มีความร่วมมือด้านต่างๆ ในการดำเนินงานด้านการผลิตและจำหน่ายน้ำประปาของ กปภ. การให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนทางวิชาการด้านต่างๆ แก่ กปภ. โดยมีข้อตกลงความร่วมมือร่วมกัน

“**บุคลากร**” หมายถึง ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างในสังกัดหน่วยงานต่างๆ ของ กปภ.ทุกระดับ ที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามภารกิจขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย และยังพึงพ่วงองค์กรในด้านของความมั่นคงในหน้าที่การงาน สิทธิและสวัสดิการที่มีผลต่อคุณภาพชีวิต สหภาพแรงงาน เป็นตัวแทนของพนักงานในการเรียกร้องสิทธิประโยชน์ของพนักงาน รวมถึงคณะกรรมการฯ/คณะทำงานฯ ต่างๆ ที่แต่งตั้งโดยผู้บริหารของ กปภ.

“**ชุมชนและสังคม**” หมายถึง ชุมชน/กลุ่มคนที่อยู่บริเวณพื้นที่ดำเนินงานของ กปภ. และส่งผลกระทบหรือได้รับผลกระทบและส่งผลกระทบต่อการทำงานของ กปภ.

“**สื่อมวลชน**” หมายถึง กลุ่มบุคคลหรืออาชีพที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ กปภ.

“**คู่แข่ง**” หมายถึง องค์กรหรือนิติบุคคลที่มีการดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกันหรือมีพื้นที่บริการเดียวกันอาจมีผลกระทบต่อโอกาสทางธุรกิจในอนาคตกับ กปภ.

ส่วนที่ ๓ นโยบายและแนวปฏิบัติ

๑. หน่วยงานกำกับดูแล

นโยบาย

กปภ.ดำเนินภารกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผลสัมฤทธิ์ของงาน ตามนโยบายรัฐบาล โดยคำนึงถึงประมวลจริยธรรมและจรรยาบรรณ พร้อมเปิดเผยข้อมูลรายงานสถานภาพทางการเงิน และมีใช้การเงินต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันซึ่งนำไปสู่การพัฒนา กปภ. อย่างยั่งยืน

แนวปฏิบัติที่ดี

๑) ปฏิบัติตามนโยบายรัฐบาล กระทรวงเจ้าสังกัด อีกทั้งร่วมเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

๒) ดำเนินภารกิจบนพื้นฐานการบริหารจัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยบูรณาการให้สอดคล้องกับการกำกับดูแลขององค์กร กลยุทธ์ และการบริหารจัดการในทุกระดับเพื่อพัฒนาการดำเนินงานลดความเสี่ยง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันซึ่งนำไปสู่การพัฒนา กปภ. อย่างยั่งยืน

๓) ปฏิบัติหน้าที่เต็มกำลังความสามารถ ประพฤติตนตามประมวลจริยธรรมและจรรยาบรรณเพื่อประโยชน์ของ กปภ. อย่างเต็มที่ รวมทั้งใส่ใจคุณภาพของงาน ลดความเสี่ยงและความคิดสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยความซื่อสัตย์สุจริตละเว้นการกระทำที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับ กปภ.

๔) เปิดเปิดเผยข้อมูลรายงานสถานภาพทางการเงิน และมีใช้การเงิน รวมถึงแนวโน้มในอนาคตขององค์กรแก่หน่วยงานกำกับดูแลอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา และโปร่งใส นำเชื่อถือ เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

๒. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง...

- ๓ -

๒. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ

นโยบาย

กปภ. ให้ความสำคัญกับการสร้างการมีส่วนร่วมและบูรณาการการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ พร้อมให้สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดร่วมกันของทุกฝ่าย เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์องค์กร “มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา”

แนวปฏิบัติที่ดี

- ๑) ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ อย่างเคร่งครัด และไม่ละเมิดสิทธิตามกฎหมายของหน่วยงาน
- ๒) บูรณาการและให้ความช่วยเหลือกับหน่วยงานเพื่อบรรลุภารกิจที่มีต่อกัน
- ๓) สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดร่วมกันของทุกฝ่าย
- ๔) รายงานและเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานของภารกิจที่มีต่อกันสม่ำเสมอ ครบถ้วน และตามความเป็นจริง

๓. ลูกค้า

นโยบาย

กปภ. ดำเนินการผลิตน้ำประปาที่ใสสะอาด พร้อมให้บริการแก่ประชาชนอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อความเชื่อมั่นและยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้ อาทิ ระบบการรับฟังเสียงของลูกค้า ระบบการจัดการปัญหาข้อร้องเรียน ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้น กปภ. จึงมุ่งเน้นในด้านการให้บริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจในการใช้บริการ ทั้งการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิม สร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีเพื่อให้ลูกค้าใหม่มั่นใจในการใช้บริการ

แนวปฏิบัติที่ดี

- ๑) ผลิตน้ำประปาที่ใสสะอาดได้มาตรฐาน และให้บริการอย่างมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- ๒) ขยายพื้นที่การให้บริการแก่ประชาชนในส่วนภูมิภาคที่รับผิดชอบมีน้ำประปาใช้
- ๓) ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายเท่าเทียมกัน เป็นธรรม โปร่งใส ด้วยใจให้บริการ มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- ๔) พัฒนาระบบการทำงานและช่องทางการให้บริการ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้ที่เหมาะสมเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า
- ๕) จัดให้มีช่องทางเพื่อรับฟังเสียงของลูกค้า และดำเนินการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนด้วยความรวดเร็วอย่างเป็นระบบ
- ๖) รักษาความปลอดภัยข้อมูลของลูกค้า

๔. คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ...

- ๔ -

๔. คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ

นโยบาย

กปภ. มีการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุตามกฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดให้มีการจัดทำราคากลางและกำหนดรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะซื้อหรือจ้าง และขอบเขตงาน (TOR) ที่จะดำเนินงานจัดจ้างหรือรูปแบบรายการงานก่อสร้างที่จะดำเนินการจ้างก่อสร้าง ให้ได้มาซึ่งพัสดุที่มีคุณภาพตอบสนองวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ความคุ้มค่าด้านราคาที่เหมาะสม อีกทั้งยังคำนึงถึงการแข่งขันอย่างเป็นธรรมและปฏิบัติต่อคู่ค้า/ผู้ส่งมอบอย่างเท่าเทียม เพื่อให้เกิดความโปร่งใสเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล

แนวปฏิบัติที่ดี

๑) การจัดซื้อจัดจ้างต้องให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์และความคุ้มค่าในการใช้งาน โดยต้องทำให้มั่นใจว่า ได้รับพัสดุที่มีคุณภาพหรือคุณลักษณะที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ในราคาที่เหมาะสม และมีแผนการบริหารพัสดุที่เหมาะสมและชัดเจน

๒) ต้องมีการจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้าง ยกเว้นกรณีการจัดซื้อจัดจ้างที่จำเป็นเร่งด่วน และมีการประเมินผลปฏิบัติงานจ้างก่อสร้างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๓) ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุตามกฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด โดยกำหนดให้มีการจัดทำราคากลางและรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะซื้อหรือจ้าง และขอบเขตงาน (TOR) ที่จะดำเนินการจัดจ้างหรือรูปแบบรายการงานก่อสร้าง ที่จะดำเนินการจ้างก่อสร้าง

๔) ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานที่รับผิดชอบการจัดซื้อจัดจ้างต้องไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้ยื่นข้อเสนอหรือคู่สัญญาในงาานนั้นๆ ไม่ว่าจะในทางตรงหรือทางอ้อม

๕) มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรมและปฏิบัติต่อคู่ค้า/ผู้ส่งมอบอย่างเท่าเทียม เพื่อให้เกิดความโปร่งใส รวมทั้งไม่เปิดเผยความลับหรือข้อมูลต่างๆ ที่อาจสร้างความเสียหายต่อคู่ค้า/ผู้ส่งมอบของ กปภ.

๖) จัดให้มีช่องทางรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ รวมถึงกระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ

๗) ปฏิบัติตามสัญญาข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆ ที่มีต่อคู่ค้า/ผู้ส่งมอบอย่างเคร่งครัด โดยหากพบประเด็นที่ไม่สามารถปฏิบัติตามได้ จะต้องแจ้งให้คู่ค้า/ผู้ส่งมอบทราบเพื่อพิจารณาแสวงหาแนวทางแก้ไขร่วมกัน

๘) ร่วมส่งเสริมสนับสนุนให้ภาคเอกชนที่เป็นคู่สัญญากับ กปภ. มีการพัฒนาการบริหารจัดการให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลและบรรษัทภิบาล เพื่อเพิ่มความโปร่งใสในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างกับภาครัฐ

๕. คู่ความร่วมมือ

นโยบาย

กปภ. ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่ได้ให้ข้อตกลงไว้กับคู่ความร่วมมือ พิจารณาร่วมกันในการจัดสรรผลประโยชน์ที่ได้จากการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ด้วยความโปร่งใส และตรวจสอบได้ พร้อมทั้งให้ความร่วมมือและสนับสนุนด้านวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ในการพัฒนาปรับปรุงกิจการประปาหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนจนร่วมกันพิจารณากำหนดแผนธุรกิจ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน

แนวปฏิบัติที่ดี...

- ๕ -

แนวปฏิบัติที่ดี

- ๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่ได้ให้ข้อตกลงไว้กับคู่ความร่วมมือ อย่างเคร่งครัด ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อตกลงได้ ต้องรีบแจ้งคู่ความร่วมมือให้ทราบล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาทางแก้ไขโดยเร่งด่วน
- ๒) ให้ความสำคัญและเท่าเทียมกัน ไม่เอาเปรียบคู่ความร่วมมือไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดๆ ในการปฏิบัติต่อคู่ความร่วมมือทุกราย
- ๓) ให้ความร่วมมือและสนับสนุนด้านวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ในการพัฒนา ปรับปรุงกิจการประปาหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนร่วมกันพิจารณากำหนดแผนธุรกิจร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน
- ๔) พิจารณาร่วมกับคู่ความร่วมมือในการจัดสรรผลประโยชน์ที่ได้จากการดำเนินงานร่วมกัน อย่างเป็นธรรม ด้วยความโปร่งใส และตรวจสอบได้ ตลอดจนความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ เพื่อความคล่องตัวและเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบ
- ๕) ติดตาม และผลักดันตามข้อตกลงที่ให้ไว้กับคู่ความร่วมมือและเป็นไปตามแนวทาง การพัฒนาอย่างยั่งยืน

๖. บุคลากร

นโยบาย

กปภ.ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการ และพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกมีความรู้ความสามารถโดยเฉพาะทางด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน สร้างผลผลิตภาพของบุคลากรให้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ก่อให้เกิดความผูกพัน และความพึงพอใจเพื่อรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้พร้อมต่อการขับเคลื่อนองค์กร

แนวปฏิบัติที่ดี

- ๑) ปฏิบัติต่อพนักงานบนพื้นฐานแห่งความยุติธรรม และให้ความเคารพต่อความเป็นปัจเจกชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เคารพและปกป้องสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล ตามหลักสิทธิมนุษยชน
- ๒) ให้ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ของบุคลากรอย่างเป็นธรรมตามกฎหมาย หรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับแรงงานของการบริหารทรัพยากรบุคคล
- ๓) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ ทักษะคิด เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง และรองรับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ รวมทั้งขยายธุรกิจใหม่ โดยใช้ความคิด ริเริ่มสร้างสรรค์ของพนักงาน เพื่อพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรม
- ๔) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตามเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ การวางแผนสืบทอดตำแหน่ง และพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพเพื่อให้สามารถขับเคลื่อนภารกิจของ กปภ. ได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ
- ๕) ส่งเสริมและปลูกฝังให้บุคลากรยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม และมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับค่านิยม และวัฒนธรรมของ กปภ.
- ๖) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพ ทั้งใจ กาย และความปลอดภัยของพนักงาน รวมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริหารพนักงาน และระหว่างพนักงานด้วยกัน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและส่งเสริมความผูกพันของบุคลากร

๗. ชุมชนและสังคม...

- ๖ -

๗. ชุมชนและสังคม

นโยบาย

กปภ. ดำเนินกิจการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมพร้อมขับเคลื่อนภายใต้แผนปฏิบัติการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนของ กปภ. มุ่งเน้นการนำ ความเชี่ยวชาญขององค์กร คือ การดำเนินธุรกิจและการให้บริการด้านน้ำประปาที่มีคุณภาพมาสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ร่วมกับ อปท. หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อมให้เข้มแข็ง และยั่งยืนผ่านมิติการพัฒนา ๓ กลยุทธ์ประกอบด้วย กลยุทธ์การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน กลยุทธ์การรักษา สิ่งแวดล้อมและกลยุทธ์การใส่ใจผู้บริโภค

แนวปฏิบัติที่ดี

- ๑) ดำเนินกิจการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม และไม่กระทำการใดๆ ที่จะมีผลเสียหายต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ และประโยชน์สาธารณะ
- ๒) ให้การสนับสนุนกิจกรรมที่มีส่วนสร้างสรรค์ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
- ๓) ปลูกฝังจิตสำนึกผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ ให้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
- ๔) กำหนดเป้าหมายการพัฒนาองค์กรเพื่อบรรลุความยั่งยืน ภายใต้มาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่ได้กำหนดไว้ อย่างเคร่งครัด รวมถึงการสร้างสมดุลทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

๘. สื่อมวลชน

นโยบาย

การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนต่างๆ ผ่านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่มุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีผ่านการใช้สื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ โดยจัดกิจกรรมพบปะสื่อมวลชน เช่น การแถลงข่าว หรือการประชุมสัมมนา เพื่อสร้างความเข้าใจในบทบาทของ กปภ. พร้อมส่งเสริมให้ สื่อมวลชนเผยแพร่ข้อมูลและการดำเนินงานของ กปภ. เน้นการสื่อสารที่ชัดเจนและตรงประเด็น

แนวปฏิบัติที่ดี

- ๑) เปิดเผยข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนอย่างเท่าเทียมกัน โดยเป็นข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน และตรงประเด็น
- ๒) สื่อสารข้อมูลที่รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์
- ๓) เปิดโอกาสให้สื่อมวลชนพบปะ พูดคุยกับผู้บริหารระดับสูงอย่างใกล้ชิด
- ๔) อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ
- ๕) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนผ่านกิจกรรมต่างๆ

๙. คู่แข่ง

นโยบาย

กปภ. มีการสื่อสารและสร้างการรับรู้การดำเนินธุรกิจที่ดีต่อคู่แข่ง โดยส่งเสริมการแข่งขันทางการตลาดที่เป็นธรรม ไม่แสวงหาข้อมูลของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต หรือไม่เหมาะสมไม่ละเมิด และปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเคร่งครัด

แนวปฏิบัติที่ดี...



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กพร. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 20 ของ 149

- ๗ -

แนวปฏิบัติที่ดี

๑) ส่งเสริมการแข่งขันทางการตลาดที่เป็นธรรม ด้วยการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและยึดถือกรอบกติกาการแข่งขันที่ดี ในประเด็นที่สอดคล้องกับบริบทขององค์กร

๒) ปฏิบัติงานตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มประสิทธิภาพ และไม่ขอให้ภาครัฐออกกฎระเบียบ หรือกฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อเอื้อประโยชน์หรือสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

๓) ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ด้วยการกล่าวหาในทางร้ายโดยปราศจากซึ่งข้อมูลความจริง และไม่แสวงหาข้อมูลของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต หรือไม่เหมาะสมไม่ละเมิด และปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเคร่งครัด

ประกาศ ณ วันที่ ๓ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๘

(นายพรพจน์ เพ็ญพาส)

ประธานกรรมการการประปาส่วนภูมิภาค

3. กฎบัตรการให้บริการการประปาส่วนภูมิภาค (PWA Service Charter)

จากการบริหารจัดการที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง กปภ. ได้กำหนดกฎบัตรบริการเพื่อสื่อสารถึงความมุ่งมั่นของ กปภ. ในการให้บริการ



PWA Service Charter คือ กฎบัตรการให้บริการลูกค้าของ กปภ. โดยกฎบัตรเปรียบเสมือนคำมั่นสัญญาที่ กปภ. จะมุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งกำหนดให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กร ประกอบด้วยนโยบายการดำเนินงานตามพันธกิจ กฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ รวมถึงค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร โดย PWA Service Charter ประกอบด้วย 7 ข้อดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

ด้วยจำนวนลูกค้า กปภ. กว่า 5 ล้านรายทั่วประเทศ กปภ. จึงให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงจากลูกค้าเพื่อนำความต้องการและความคาดหวังเพื่อให้ได้ Insight ที่แท้จริงของลูกค้า มาวิเคราะห์และกำหนดแนวนโยบายในการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ เพื่อสร้างความพึงพอใจ ความประทับใจให้แก่ลูกค้า

2. ขยายพื้นที่เพื่อให้มีน้ำประปาใช้อย่างทั่วถึง

ด้วยพันธกิจของ กปภ. ที่ต้องให้บริการน้ำประปาคุณภาพมาตรฐานแก่ประชาชนได้เพียงพอและทั่วถึง ดังนั้น กปภ.สาขา ต้องสำรวจ ตรวจสอบ เส้นท่อจัดส่งน้ำประปาให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อให้สามารถนำส่งน้ำประปาไปยังบ้านของลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ในแต่ละปี กปภ. มีนโยบายขยายพื้นที่ให้บริการ รวมถึงปรับปรุงและเปลี่ยนเส้นท่อเก่าที่ชำรุดหรือใช้งานมานาน เพื่อให้ลูกค้าประชาชนสามารถเข้าถึงการให้บริการน้ำประปาของ กปภ. อันเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตในการมีน้ำประปาที่สะอาดคุณภาพมาตรฐานใช้สำหรับอุปโภคบริโภค



3. ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน

กปภ. ยึดมั่นในหลักการ “ลูกค้าทุกรายคือคนสำคัญ” โดยแบ่งประเภทลูกค้าออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ที่อยู่อาศัย 2) ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก 3) รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่ โดย กปภ. ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกประเภทและทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน มีความยุติธรรม ให้ความสำคัญและบริการตามคิวของลูกค้า รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเต็มใจ พุดจาสุภาพอ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใสทุกครั้งให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการของ กปภ. ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทุกรายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. นำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกและแก้ปัญหาให้ลูกค้า

กปภ. นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้า โดยนำหลักการ PWA Always-on ที่ลูกค้าสามารถติดต่อทำธุรกรรมกับ กปภ. ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่ต้องเดินทางไป กปภ. สาขา ผ่านช่องทางการให้บริการ Online หรือ On Mobile อาทิ E-Payment ผ่านช่องทางเว็บไซต์ กปภ. PWA LINE Official @PWATHailand และแอปพลิเคชัน PWA Plus Life เป็นต้น รวมถึงต้องมีการติดตามตรวจสอบช่องทางให้บริการออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ สามารถใช้งานได้อยู่เสมอ และหากพบข้อบกพร่องควรแจ้งหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบช่องทางนั้น ๆ ให้ปรับปรุงแก้ไขให้ช่องทางนั้นสามารถกลับมาให้บริการได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งการคิดค้นนวัตกรรมที่พัฒนาการให้บริการธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ของ กปภ.

5. มีช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้าและการจัดการข้อร้องเรียน

กปภ. ให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ โดยกำหนดช่องทางรับฟังลูกค้า 8 ช่องทาง รวมถึงกำหนดแนวทางการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ พร้อมจัดทำมาตรฐานการรับฟังลูกค้า การให้บริการลูกค้า และการจัดการข้อร้องเรียน เพื่อให้พนักงาน ทุกคนปฏิบัติตามมาตรฐานเดียวกัน เพื่อลดความไม่พึงพอใจ สร้างความพึงพอใจและเพิ่มความประทับใจให้แก่ลูกค้า

6. รักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

กปภ. ตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานสำคัญคือความเป็นส่วนตัว (Privacy Right) โดยกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2564 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 เป็นต้นไป ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการรักษาสิทธิของความเป็นส่วนตัว เกียรติยศ ชื่อเสียง และครอบครัว ป้องกันการละเมิดหรือกระทบสิทธิโดยไม่อนุญาตให้นำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ใด ๆ ถ้าลูกค้าไม่ยินยอม ซึ่ง พ.ร.บ. นี้ เปรียบเสมือนเกราะคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของลูกค้าไม่ให้ถูกรุกล้ำความเป็นส่วนตัว รวมทั้งป้องกันไม่ให้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้ารั่วไหลไปสู่มิชฉาชีพซึ่งจะสร้างความเดือดร้อนให้แก่ลูกค้าและกระทบต่อภาพลักษณ์ของ กปภ.

7. มุ่งมั่นพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

กปภ. ให้บริการน้ำประปาซึ่งเป็นสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตของประชาชน โดยตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน โดยนำแนวคิด ESG (Environment, Social, Governance) มาเป็นหลักในการดำเนินงาน ซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อประโยชน์สุขของชุมชนและสังคมโดยรวม การสร้างคุณค่าให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน รวมถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 23 ของ 149

ดังนั้น จากกฎบัตรการให้บริการลูกค้าของ กปภ. ทั้ง 7 ข้อที่กล่าวมาข้างต้น นำมาสู่การปฏิบัติของผู้ปฏิบัติงาน กปภ.สาขา คือ

1. เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการของ กปภ. สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างตรงจุดและเพื่อสร้างความพึงพอใจนำไปสู่ความประทับใจและความจงรักภักดีของลูกค้า การรับฟังเสียงของลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ดังนั้น กปภ.สาขา ต้องรับฟังเสียงของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการรับฟังเสียงลูกค้าผ่านโครงการต่าง ๆ ของ กปภ. การสังเกต การสัมภาษณ์หรือตอบแบบสอบถาม การทำธุรกรรมต่าง ๆ ของลูกค้า รวมถึงการติดต่อโดยตรงหรือการ walk-in เข้ามายังสำนักงาน กปภ.สาขา ของลูกค้า ซึ่งแต่ละ กปภ.สาขา ต้องรับฟังเสียงของลูกค้า เก็บรวบรวม และนำเสียงเหล่านั้นมาวิเคราะห์และตีความเพื่อให้ได้ Insight ที่แท้จริงของลูกค้า เพราะเมื่อเข้าใจ Insight ของลูกค้าแล้ว เราจะวางแผนการทำงานได้อย่างถูกต้อง แม่นยำขึ้น เช่น การวางแผนช่องทางการสื่อสาร วางแผนการจัดสรรงบประมาณ และรวมถึงสามารถนำข้อมูลลูกค้าที่ได้ไปวิเคราะห์ต่อยอดในการพัฒนาสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายด้วย

2. ด้วยพันธกิจของ กปภ. ที่ต้องให้บริการน้ำประปาคุณภาพมาตรฐานแก่ประชาชนได้เพียงพอและทั่วถึง ดังนั้น กปภ.สาขา ต้องสำรวจ ตรวจสอบ เส้นท่อจัดส่งน้ำประปาให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อให้สามารถนำส่งน้ำประปาไปยังบ้านของลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ตลอดจนคิดกลยุทธ์เพื่อหาลูกค้าใหม่ การรับโอนกิจการประปา เป็นต้น

3. เนื่องจาก กปภ. แบ่งลูกค้าเป็น 3 ประเภท ดังนั้น เราต้องปฏิบัติต่อลูกค้าทุกประเภทและทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน มีความยุติธรรม ให้ความสำคัญและบริการตามคิวของลูกค้า รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเต็มใจ พุดจาสุภาพอ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใสทุกครั้งให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการของ กปภ. ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทุกรายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. กปภ.สาขา ต้องนำ IT และนวัตกรรมบริการมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้า สามารถติดต่อทำธุรกรรมกับ กปภ. ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่ต้องเดินทางไปที่ กปภ.สาขา ผ่านช่องทางการให้บริการ Online หรือ On Mobile รวมถึงต้องมีการติดตาม ตรวจสอบช่องทางให้บริการออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ สามารถใช้งานได้อยู่เสมอ และหากพบข้อบกพร่อง ควรแจ้งหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบช่องทางนั้น ๆ ให้รีบปรับปรุงแก้ไขให้ช่องทางนั้นสามารถกลับมาให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ กปภ.สาขา ต้องจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ช่องทางการให้บริการ Online หรือ On Mobile ให้ลูกค้ารับทราบและสามารถเข้าถึงได้ด้วย

5. ผู้ปฏิบัติงานของ กปภ.สาขา ต้องให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงของลูกค้าทุกช่องทาง และต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการให้บริการลูกค้าและจัดการข้อร้องเรียนอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ได้เสียงของลูกค้า และนำมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการแต่ละช่องทางอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดความไม่พึงพอใจ สร้างความพึงพอใจและเพิ่มความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้

6. ผู้ปฏิบัติงานของ กปภ.สาขา ต้องปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2564 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 เป็นต้นไป รวมทั้งปฏิบัติตามประกาศ กปภ. เรื่อง นโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2564 ระเบียบ กปภ.ว่าด้วยการดำเนินงานเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2565 และแนวนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงการรักษาสิทธิของลูกค้าในด้านต่าง ๆ ไม่ละเมิดหรือกระทบสิทธิส่วนบุคคล รวมทั้งไม่นำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ใด ๆ ถ้าลูกค้าไม่ยินยอม



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 24 ของ 149

4. ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานการให้บริการของ กปภ.

ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) มาตรฐานการทำธุรกรรมกับ กปภ. (2) มาตรฐานการให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoints) ของ กปภ. (3) ช่องทางการให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) และรับเรื่องร้องเรียน จากลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ (4) มาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.

มาตรฐานการทำธุรกรรมกับ กปภ.

เรื่อง	มาตรฐานการให้บริการ (SLA)/ระยะเวลา (ภายใน)
1. การขอตัดตั้งประปาใหม่	
การขอตัดตั้งประปาแบบถาวร	
1.1 ความยาวท่อไม่เกิน 10 เมตร ขนาดมาตรวัดน้ำ \varnothing 1/2 นิ้ว - 3/4 นิ้ว	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	3 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	3 วันทำการ
1.2 ความยาวท่อเกิน 10 เมตร แต่ไม่เกิน 100 เมตร ขนาดมาตรวัดน้ำ ไม่เกิน 2 นิ้ว	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	7 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	15 วันทำการ
1.3 การขอตัดตั้งประปาแบบชั่วคราว	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	3 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	5 วันทำการ
2. การขอยางท่อขยายเขตบริการน้ำประปา (งบของผู้ใช้น้ำ)	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	15 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	45 วันทำการ
3. การขอเปลี่ยนขนาดมาตรวัดน้ำให้มีขนาดใหญ่หรือเล็กลง	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	2 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	5 วันทำการ
4. การขอย้ายมาตรวัดน้ำจากสถานที่เดิมไปติดตั้งสถานที่ใหม่	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนจนถึงแจ้งค่าใช้จ่าย	3 วันทำการ
- รวมเวลาตั้งแต่รับชำระเงินจนถึงติดตั้งแล้วเสร็จ	3 วันทำการ
5. การขอตั้งใช้น้ำประปาเป็นการชั่วคราว (การฝากมาตรวัดน้ำ)	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนจนถึงถอดมาตรวัดน้ำ	1 วันทำการ
6. การขอเปิดใช้น้ำประปา กรณีฝากมาตรวัดน้ำ (ขอบรรจุมาตรวัดน้ำ)	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนจนถึงถอดมาตรวัดน้ำ	1 วันทำการ
7. การขอยกเลิกการใช้น้ำประปา และยกเลิกสัญญาการใช้น้ำกับ กปภ.	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนถึงการยกเลิกการใช้น้ำ	1 วันทำการ
8. การขอเปลี่ยนแปลงจาก การใช้น้ำแบบชั่วคราวเป็นแบบถาวร	
- รวมเวลาตั้งแต่รับคำขออนถึงการเปลี่ยนแปลงสัญญาการใช้น้ำ	1 ชั่วโมง



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 25 ของ 149

มาตรฐานการทำธุรกรรมกับ กปภ. (ต่อ)

เรื่อง	มาตรฐานการให้บริการ (SLA)/ระยะเวลา (ภายใน)
9. การขอเปิดจ่ายน้ำ กรณีถูกระงับการใช้น้ำชั่วคราวโดย กปภ. (ถูกตัดมาตร) - รวมเวลาตั้งแต่รับคำขอจนถึงการติดตั้งมาตรวัดน้ำคืน	1 วันทำการ
10. การเปลี่ยนมาตรวัดน้ำชำรุด/ไม่เดิน 10.1 มาตรวัดน้ำ ขนาด $\varnothing 1\frac{1}{2}$ นิ้ว – $1\frac{1}{2}$ นิ้ว - ระยะเวลารับคำร้อง/รับเรื่อง จนออกปฏิบัติงานเปลี่ยนมาตรแล้วเสร็จ	3 วันทำการ
10.2 มาตรวัดน้ำ ขนาดตั้งแต่ $\varnothing 2$ นิ้ว ขึ้นไป - ระยะเวลารับคำร้อง/รับเรื่อง จนออกปฏิบัติงานเปลี่ยนมาตรแล้วเสร็จ (ทั้งนี้ไม่รวมระยะเวลาในการแก้ไขปัญหานอกเหนือการควบคุม เช่น บ้านปิด มีสิ่งกีดขวาง ต้องรื้อถอนผู้ใช้น้ำไม่ให้ดำเนินการ)	15 วันทำการ
11. การให้บริการข้อมูลข่าวสาร - ข้อมูลข่าวสารทั่วไปที่มีให้บริการ	1 วันทำการ
- กรณีข้อมูลที่เปิดเผยได้และต้องประสานงานกับหน่วยงาน	7 วันทำการ
- กรณีข้อมูลนี้อาจเปิดเผยไม่ได้และคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารพิจารณาวินิจฉัย	30 วันทำการ/ ตาม พ.ร.บ. ข้อมูล ข่าวสารฯ กำหนด
12. การรับชำระเงินค่าน้ำประปา	3 นาทีต่อราย
13. การโอนสิทธิการใช้น้ำประปา	1 ชั่วโมง
14. การซ่อมท่อประปาแตกรั่ว (เฉพาะท่อบริการ ขนาดไม่เกิน $\varnothing 4$ นิ้ว)	2 ชั่วโมง
15. การยื่นคำขอเพื่อรับรองประปาเอกชน รวมระยะเวลาปฏิบัติงาน	30 วันทำการ
16. งานที่เป็นสาธารณะ 16.1 การจ่ายน้ำประปากรณีเพลิงไหม้เป็นเวลาไม่เกิน 30 วัน นับแต่วันที่เกิดเพลิงไหม้	โดยทันที (ไม่ต้องยื่นคำขอ)
16.2 การจ่ายน้ำประปาให้แก่ประชาชนที่ประสบภาวะแห้งแล้ง หรือขาดแคลนน้ำอุปโภคบริโภค - กรณีที่ กปภ. เป็นผู้ดำเนินการจ่ายน้ำโดยตรง	24 ชั่วโมง
- กรณีที่หน่วยงานอื่นมาขอรับน้ำไปจ่ายให้แก่ประชาชน	โดยทันที

- หมายเหตุ
1. การเริ่มนับระยะเวลาแล้วเสร็จในแต่ละเรื่องตามที่ระบุไว้ข้างต้นนั้น ผู้รับบริการ/ผู้มาติดต่อ จะต้องยื่นเอกสารและ/หรือหลักฐานต่าง ๆ ให้ถูกต้องและครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายและระเบียบข้อบังคับในเรื่องที่เกี่ยวข้อง
 2. อ้างอิงตามระเบียบ กปภ. ว่าด้วยการกำหนดขั้นตอนและระยะเวลาการปฏิบัติงานเพื่อประชาชน (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2559



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 26 ของ 149

มาตรฐานการให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoint) ของ กปภ.

เรื่อง	มาตรฐานการให้บริการ (SLA)/ระยะเวลา (ภายใน)
1. PWA Contact Center 1662	<ol style="list-style-type: none">1.1 เจ้าหน้าที่รับสายไม่เกิน 3 ครั้ง (10วินาที) ของเสียงเรียกเข้า1.2 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการสนทนาสายให้บริการลูกค้าไม่เกิน 3 นาทีต่อราย1.3 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการบันทึกข้อมูลลูกค้าในระบบไม่เกิน 2 นาทีต่อราย1.4 เจ้าหน้าที่โอนสายลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการในระบบอัตโนมัติ
2. โทรศัพท์ กปภ. สาขา/ กปภ.เขต	<ol style="list-style-type: none">2.1 เจ้าหน้าที่ที่ตอบสนองลูกค้าโดยรับสายให้บริการไม่เกิน 3 ครั้งของเสียงเรียกเข้าและโอนสายลูกค้าต่อไม่เกิน 1 ครั้ง2.2 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการรับชำระค่าน้ำไม่เกิน 3 นาทีต่อราย2.3 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ
3. สำนักงาน กปภ.สาขา	<ol style="list-style-type: none">3.1 มีจุดบริการเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารและรับเรื่องร้องเรียน3.2 มีจุดคัดกรองลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม3.3 มีระบบคิวลูกค้าเพื่อความเป็นธรรม3.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า / ผู้มาติดต่อ3.4 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการรับชำระค่าน้ำไม่เกิน 3 นาทีต่อราย3.5 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ
4. Website กปภ.	<ol style="list-style-type: none">4.1 มีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมงเพื่อประสานงานต่ออย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หากใช้เวลาดำเนินการมากกว่า SLA กำหนดให้แจ้งลูกค้าทราบเป็นระยะ4.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการโดยส่ง link แบบสอบถามให้
5. E-mail กปภ.	<ol style="list-style-type: none">5.1 มีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง เพื่อประสานงานต่ออย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หากใช้เวลาดำเนินการมากกว่า SLA กำหนดให้แจ้งลูกค้าทราบเป็นระยะ5.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการโดยส่ง link แบบสอบถามให้
6. Facebook	<ol style="list-style-type: none">6.1 มีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 1 ชั่วโมง (Facebook Bot) เพื่อประสานงานต่ออย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หากใช้เวลาดำเนินการมากกว่า SLA กำหนดให้แจ้งลูกค้าทราบเป็นระยะ6.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการโดยส่ง link แบบสอบถามให้



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 27 ของ 149

มาตรฐานการให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoint) ของ กปภ. (ต่อ)

เรื่อง	มาตรฐานการให้บริการ (SLA)/ระยะเวลา (ภายใน)
7. LINE	7.1 ตั้งกลุ่มไลน์ลูกค้าทั่วไปและผู้นำชุมชน หัวหน้าหน่วยงานราชการ และธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อรับฟังและตอบสนองอย่างรวดเร็ว รวมถึงการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ 7.2 มีเจ้าหน้าที่ Admin ประจำห้องไลน์เพื่อตอบคำถามและรับเรื่อง โดยกำหนดให้ LINE OA ต้องตอบสนองทันที (Line Bot) และ Line “มั่นใจคุณภาพ” ภายใน 1 ชั่วโมง เพื่อประสานงานต่ออย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หากใช้เวลาดำเนินการมากกว่า SLA กำหนดให้แจ้งลูกค้าทราบเป็นระยะ
8. บริการชำระค่าน้ำประปาที่เคาน์เตอร์ กปภ.สาขา	8.1 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการรับชำระค่าน้ำไม่เกิน 3 นาทีต่อราย 8.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ
9. บริการชำระค่าน้ำประปาโดยไม่ต้องลงจากรถ (Drive Thru)	9.1 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการรับชำระค่าน้ำที่ Drive Thru ไม่เกิน 3 นาทีต่อราย 9.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ
10. รถ PWA Mobile Service / รับชำระค่าน้ำประปานอกสถานที่	10.1 เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการรับชำระค่าน้ำที่เคาน์เตอร์ไม่เกิน 3 นาทีต่อราย 10.2 เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ
11. แอปพลิเคชัน PWA Plus Life 1662	11.1 ตรวจสอบระบบการใช้งานอยู่เสมอ 11.2 มีระบบประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ

ช่องทางการให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) และรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 8 ช่องทาง ดังนี้

1. PWA Contact Center 1662
2. โทรศัพท์ติดต่อ กปภ.สาขา/กปภ.เขต
3. พบเจ้าหน้าที่ กปภ.สาขา
4. LINE : PWA LINE Official @pwathailand และ LINE Chat ของ กปภ.สาขา
5. Website: www.pwa.co.th
6. Facebook กปภ. สำนักงานใหญ่ <https://www.facebook.com/provincialwaterworksauthority> และ Facebook กปภ.สาขา
7. E-Mail: pr@pwa.co.th
8. จดหมาย / หนังสือ

เพื่อความสะดวกของลูกค้า กปภ. มีช่องทางที่เชื่อมต่อกับหน่วยงานอื่นเพิ่มเติม ดังนี้

- สื่อมวลชน
- ศูนย์บริการรับเรื่องร้องเรียนภาครัฐ สายด่วน 1111 สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (GCC 1111)
- ศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)
- Traffy Fondue



มาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.

ประเภท	ระยะเวลาแก้ปัญหาแล้วเสร็จ ในสถานการณ์ปกติ
1. ข้อร้องเรียน	
1) ปริมาณน้ำ	
1.1) น้ำไม่ไหล	24 ชั่วโมง
1.2) น้ำไหลอ่อนน้ำไหล ๆ หยุด ๆ น้ำไหลเป็นเวลา	24 ชั่วโมง
2) ท่อแตกรั่ว	
2.1) ท่อแตกรั่วขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2 นิ้วลงมา (ท่อที่อยู่อาศัย)	24 ชั่วโมง
2.2) ท่อแตกรั่วขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางใหญ่เกินกว่า 2 นิ้วถึง 4 นิ้ว (ท่อเมนรอง)	24 ชั่วโมง
*2.3) ท่อแตกรั่วขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางใหญ่เกินกว่า 4 นิ้วขึ้นไป (ท่อเมน)	48 ชั่วโมง
3) คุณภาพน้ำ	
3.1) น้ำมีกลิ่น	24 ชั่วโมง
3.2) น้ำมีสีผิดปกติ	24 ชั่วโมง
3.3) น้ำมีสิ่งเจือปนอื่น	24 ชั่วโมง
3.4) น้ำขุ่น (มีตะกอน)	24 ชั่วโมง
3.5) น้ำเค็ม น้ำกร่อย	ยกเว้น SLA
4) การบริการ	
4.1) มาตรการวัดน้ำ อุปกรณ์ท่อ ข้อต่อชำรุด	24 ชั่วโมง
**4.2) การให้บริการล่าช้ากว่ามาตรฐานการให้บริการของ กปภ.	24 ชั่วโมง
4.3) ข้อผิดพลาดจากการอ่านมาตร	24 ชั่วโมง
4.4) ไม่ได้รับใบแจ้งค่าน้ำ / บารโค้ดไม่ชัดเจน	24 ชั่วโมง
4.5) การคืนสภาพพื้นที่/ผิวจราจรภายหลังการซ่อม	24 ชั่วโมง
4.6) ไม่สะดวกในการติดต่อขอรับบริการจาก กปภ.	24 ชั่วโมง
4.7) แนะนำการให้บริการไม่ชัดเจน	24 ชั่วโมง
4.8) ผลกระทบจากการดำเนินงานของ กปภ.	
4.8.1) การระบายตะกอนของระบบผลิต	24 ชั่วโมง
4.8.2) เสียงรบกวน	24 ชั่วโมง
4.8.3) กลิ่น	24 ชั่วโมง
4.8.4) อื่น ๆ	24 ชั่วโมง



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 29 ของ 149

มาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ. (ต่อ)

หมวดหมู่ข้อร้องเรียน	ระยะเวลาแก้ปัญหาแล้วเสร็จ ในสถานการณ์ปกติ
*** 5) บุคลากร	
5.1) พนักงานปิดความรับผิดชอบ ไม่เอาใจใส่ลูกค้า	24 ชั่วโมง
5.2) พุดจา แต่งกาย แสดงพฤติกรรมไม่สุภาพ	24 ชั่วโมง
5.3) ปฏิบัติงานไม่โปร่งใส /ไม่เป็นธรรม/พฤติกรรมไม่เหมาะสม	ทันที (ส่งต่อ ศปท.กปภ. /สภย.)
****2. การแจ้งเหตุ	ทันที
2.1) พบท่อแตกรั่ว	
2.1.1) ท่อแตกรั่วขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2 นิ้วลงมา (ท่อที่อยู่อาศัย)	24 ชั่วโมง
2.1.2) ท่อแตกรั่วขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางใหญ่เกินกว่า 2 นิ้ว ถึง 4 นิ้ว (ท่อเมนรอง)	24 ชั่วโมง
2.1.3) ท่อแตกรั่วขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางใหญ่เกินกว่า 4 นิ้ว ขึ้นไป (ท่อเมน)	48 ชั่วโมง
2.2) มาตรวัดน้ำ อุปกรณ์ท่อ ข้อต่อชำรุด	24 ชั่วโมง
2.3) การแจ้งเหตุขัดข้องที่ กปภ. มีฐานข้อมูลและตอบได้ทันที	ทันที
3. การติดตามเร่งรัดข้อร้องเรียนเดิม	ทันที
4. ข้อสอบถามทั่วไป	
4.1) สอบถามการจำแนกประเภทผู้ใช้น้ำ	ทันที
4.2) สอบถามข้อมูลหรือร้องเรียนนอกพื้นที่บริการของ กปภ.	ทันที
4.3) สอบถามข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับกิจการ กปภ.	ทันที
4.4) สอบถามข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการทำธุรกรรมออนไลน์ของ กปภ.	ทันที
4.5) ค่าน้ำและหน่วยน้ำผิดปกติ	ทันที
4.6) น้ำมีกลิ่นคลอรีน	ทันที
4.7) อื่นๆ	ทันที
5. ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะ	
5.1) ต้องการขยายเขตจ่ายน้ำ/เป็นลูกค้าของ กปภ.	ทันที
5.2) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการชำระค่าบริการออนไลน์	ทันที
5.3) การประชาสัมพันธ์หยุดจ่ายน้ำของ กปภ.	ทันที
5.4) ต้องการให้ช่วยแนะนำผู้เชี่ยวชาญวางท่อ/ซ่อมท่อภายในบ้าน	ทันที
5.5) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของ กปภ.	
5.5.1) ราคาค่าบริการ	
5.5.1.1) ลดราคาค่าน้ำประปา	ทันที
5.5.1.2) ลดราคาค่าประสาณมาตร	ทันที



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 30 ของ 149

มาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ. (ต่อ)

หมวดหมู่ข้อร้องเรียน	ระยะเวลาแก้ปัญหาแล้วเสร็จ ในสถานการณ์ปกติ
5.5.2) การให้บริการน้ำประปาในสถานการณ์ไม่ปกติ	
5.5.2.1) ควรมีแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน กรณีไม่สามารถให้บริการได้ตามปกติ	ทันที
5.5.2.2) ควรมีเครื่องสำรองไฟกรณีไฟฟ้าดับ	ทันที
5.5.2.3) การให้บริการน้ำ/รดน้ำบรรเทาทุกข์	ทันที
6. คำชมและอื่นๆ	ทันที

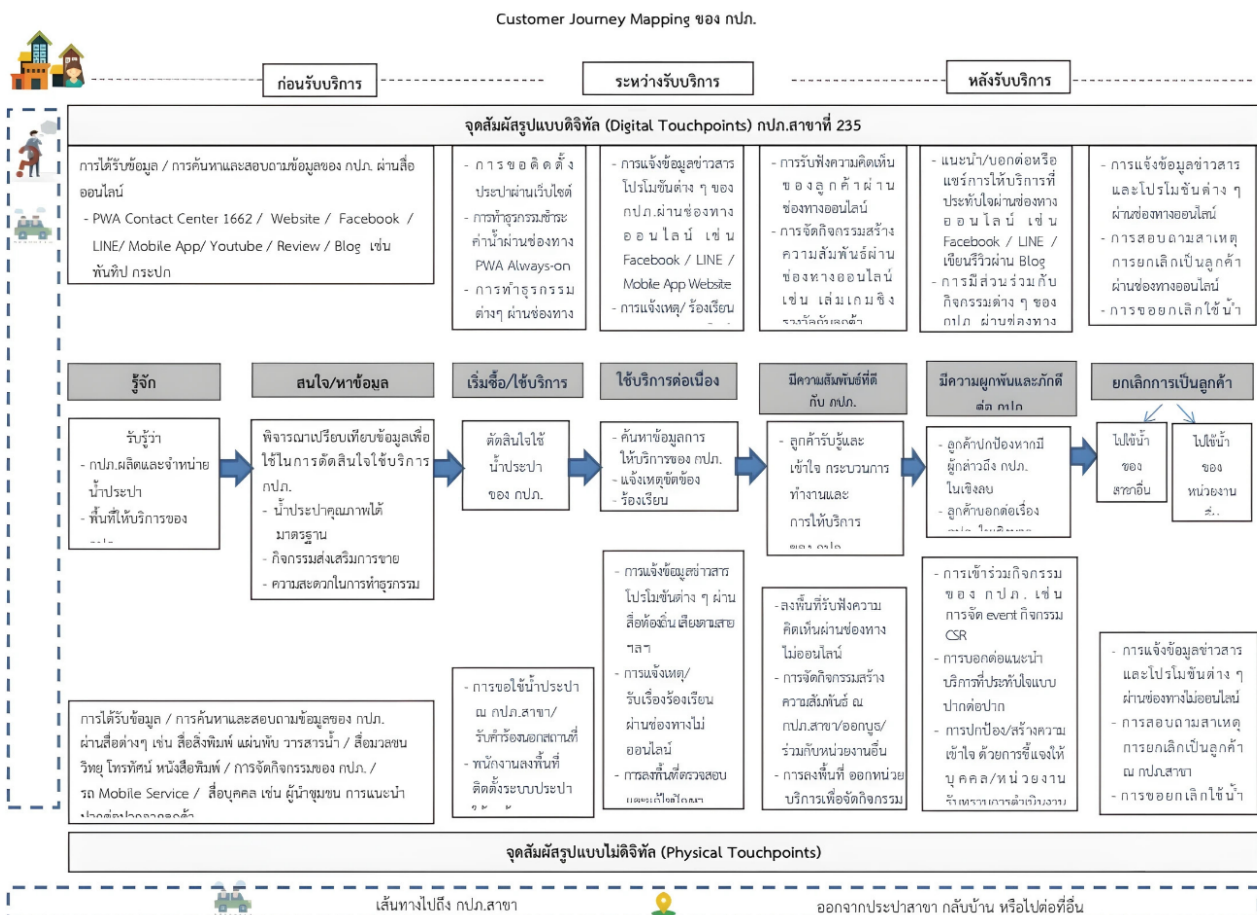
หมายเหตุ :

- *1. ตาม พ.ร.บ. การอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. 2558 กรณีที่ต่อแถวรอรับทุกขนาด ต้องซ่อมแซมให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา SLA 24 ชั่วโมง หากเป็นกรณีสถานการณ์ไม่ปกติที่เป็นที่ทราบกันทั่วไป เช่น มีพายุน้ำท่วม ภัยแล้ง และเป็นเหตุทำให้กปภ.สาขาไม่สามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 24 ชั่วโมง ให้ขยายระยะเวลา SLA ได้เฉพาะการซ่อมต่อขนาด 4 นิ้วขึ้นไป เป็น 2 วัน
- **2. กรณีลูกค้าร้องเรียนการให้บริการล่าช้าต้องพิจารณาจากมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. หากยังอยู่ภายในมาตรฐานของ กปภ. ให้บันทึกเป็นหัวข้อสอบถามทั่วไป แต่หากเกินกว่ามาตรฐานที่ กปภ. กำหนดจึงจะลงบันทึกเป็นหัวข้อร้องเรียน
- ***3. การนับระยะเวลา SLA จะเริ่มนับจากระยะเวลาการแจ้งเรื่องร้องเรียนของลูกค้าจนถึงระยะเวลาการแก้ไขปัญหาแล้วเสร็จ ในทุกหมวดหมู่ข้อร้องเรียน ยกเว้นด้านบุคลากร กปภ.สาขาหรือหน่วยงานที่ถูกร้องเรียนจะต้องมีการชี้แจงแนวทางการพิจารณาการแก้ไขปัญหาให้ผู้ร้องทราบเบื้องต้น ตลอดจนมีการติดต่อหรือบอกลงโทษอื่น ๆ ตามสมควร พร้อมแจ้งผู้ร้องทราบภายใน 1 วัน
- ****4. หมวดหมู่การแจ้งเหตุ จะไม่นำผลการแก้ไขปัญหาตาม SLA มาเป็นคะแนนการประเมินผลด้านการจัดการข้อร้องเรียน

5. PWA Customer Journey Mapping

แผนภาพเส้นทางการเป็นลูกค้า กปภ. (PWA Customer Journey Mapping)

เป็นเส้นทางของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสบริการ (Touchpoints) ที่สำคัญตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) ตั้งแต่ก่อนเป็นลูกค้าจนจนกระทั่งเกิดความผูกพันต่อ กปภ. ทั้งจุดสัมผัสบริการในรูปแบบดิจิทัล (Digital Touchpoints) และไม่ดิจิทัล (Physical Touchpoints) โดยเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้สำหรับฟังเสียงของลูกค้า ทำให้เราได้ยินเสียงของลูกค้าชัดเจน ทั้งนี้ ยังสามารถช่วยให้เรามองเห็นจุดบอดหรือจุดที่ต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุงในประสบการณ์ของบริการที่เรามอบให้แก่ลูกค้า หรือมองหาบริการใหม่ ๆ ที่เรากำลังจะมอบให้ลูกค้า โดย กปภ. แบ่งเส้นทางการเป็นลูกค้า กปภ. เป็น 7 ระยะ คือ 1. รู้จัก 2. สนใจ/หาข้อมูล 3. เริ่มซื้อ/ใช้บริการ 4. ใช้บริการต่อเนื่อง โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ (1) ค้นหาข้อมูล (2) แจ้งเหตุ (3) ร้องเรียน 5. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับ กปภ. 6. มีความผูกพันและภักดีต่อ กปภ. 7. ยกเลิกการเป็นลูกค้า ดังภาพ



หมายเหตุ : แผนภาพขนาดใหญ่สามารถดูได้ที่ภาคผนวก



6. PWA Service Blueprint

Service Blueprint เป็นเครื่องมือที่ช่วยรวบรวมข้อมูลความต้องการและความคาดหวังจากทั้งด้านผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อนำไปสร้างข้อกำหนดการทำงานของหน่วยงานแต่ละส่วน โดย Service Blueprint จะช่วยให้เราพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพหรือสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทั้งหมด

ส่วนประกอบใน Service Blueprint จะแยกเป็นส่วนใดเป็นกิจกรรมของลูกค้า กิจกรรมส่วนใดเป็นของพนักงาน และมีการระบุองค์ประกอบทางกายภาพที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมแต่ละส่วนไว้ด้านบนด้วย ในส่วนของกิจกรรมของพนักงานนั้นแบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม ดังนี้

- (1) **กิจกรรมเบื้องหน้า** เป็นกิจกรรมของพนักงานในส่วนที่ลูกค้ามองเห็นได้ เช่น การรับความต้องการ การส่งมอบบริการ/สินค้า
- (2) **กิจกรรมเบื้องหลัง** เป็นกิจกรรมของพนักงานในส่วนที่ลูกค้ามองไม่เห็น เช่น การเตรียมเอกสารต่าง ๆ ให้ลูกค้าตามนัดหมาย
- (3) **กิจกรรมสนับสนุน** เป็นกิจกรรมของหน่วยงานอื่นที่สนับสนุนให้พนักงานผู้ให้บริการสามารถทำงานเบื้องหลังให้กับลูกค้าได้ เช่น การที่จะเตรียมเอกสารให้ลูกค้าได้ตามนัด จะต้องติดต่อหน่วยงานอื่นก่อนเพื่อขอข้อมูลสนับสนุน

ซึ่งกิจกรรมแต่ละส่วนจะถูกแบ่งด้วยเส้น 3 เส้น ดังนี้

- (1) **เส้นการติดต่อของลูกค้า** เป็นเส้นที่แบ่งระหว่างกิจกรรมของลูกค้ากับกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหน้า
- (2) **เส้นสายตา** เป็นเส้นที่แบ่งระหว่างกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหน้ากับกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหลัง
- (3) **เส้นการติดต่อภายใน** เป็นเส้นที่แบ่งระหว่างกิจกรรมของพนักงานที่อยู่เบื้องหลังกับกิจกรรมของพนักงานในส่วนสนับสนุน

ปัจจุบัน กปภ. มีพิมพ์เขียวการติดต่อธุรกรรมกับ 6 จุดให้บริการ ได้แก่ 1) การติดต่อธุรกรรมต่าง ๆ ณ สำนักงาน กปภ.สาขา 2) การขอติดตั้งประปา (ผ่านระบบเว็บไซต์) 3) การชำระค่าน้ำประปาผ่าน Drive Thru 4) การจองคิวออนไลน์ 5) การรับชำระค่าน้ำ/ค่าบริการอื่น ๆ ผ่าน QR Code หน้าเคาน์เตอร์ประปาที่ กปภ. สาขา และ 6) บริการธุรกรรมดิจิทัล กปภ.สาขาที่ 235 ซึ่งจากการทบทวนโดยพิจารณาจากผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ. พบว่า กปภ. สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับบริการใน กปภ. สาขาและมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก (GECC) ได้แก่ ประเภทงานให้บริการ วัน - เวลาให้บริการ อาคาร - สถานที่ จุดให้บริการลูกค้ามีความสะดวกสบาย กปภ.สาขามีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีช่องทางสื่อสารระหว่างลูกค้าและ กปภ.สาขา ได้อย่างเพียงพอ

ทั้งนี้ กปภ. ได้จัดทำผังแสดงภาพรวมการให้บริการและขั้นตอนการทำงาน (PWA Service Blueprint) โดยทำให้เห็นการเชื่อมโยงต่าง ๆ ทุกกิจกรรมทั้งของลูกค้าและพนักงาน กปภ. ตั้งแต่เริ่มแรกจนจบกระบวนการการใช้บริการและให้บริการในธุรกรรมต่าง ๆ ดังแสดงในแผนภาพข้างล่างนี้

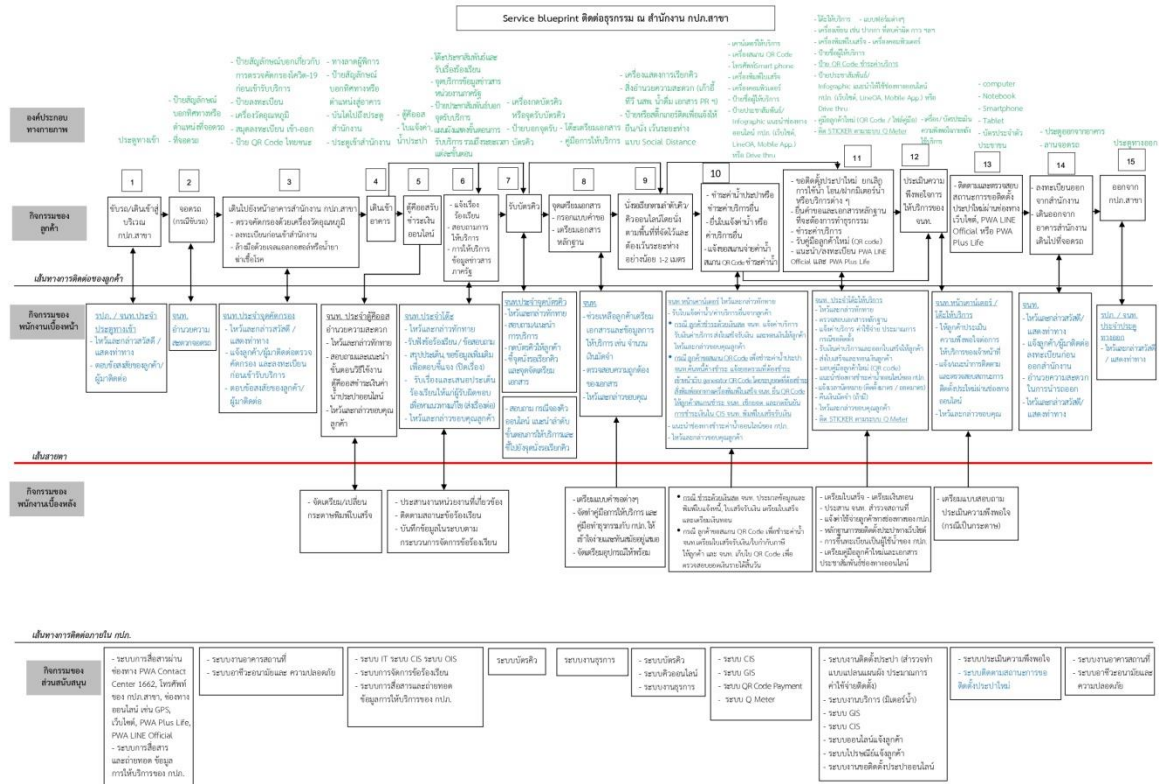


คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 33 ของ 149

1. Service Blueprint การติดต่อธุรกรรม ณ สำนักงาน กปภ.สาขา เช่น ชำระค่าน้ำประปาหรือ ค่าบริการต่าง ๆ ของติดตั้งประปาใหม่ โอน/ฝากมิเตอร์น้ำ ขอยกเลิกการใช้ น้ำ เป็นต้น



หมายเหตุ: แผนภาพขนาดใหญ่สามารถดูได้ที่ภาคผนวก



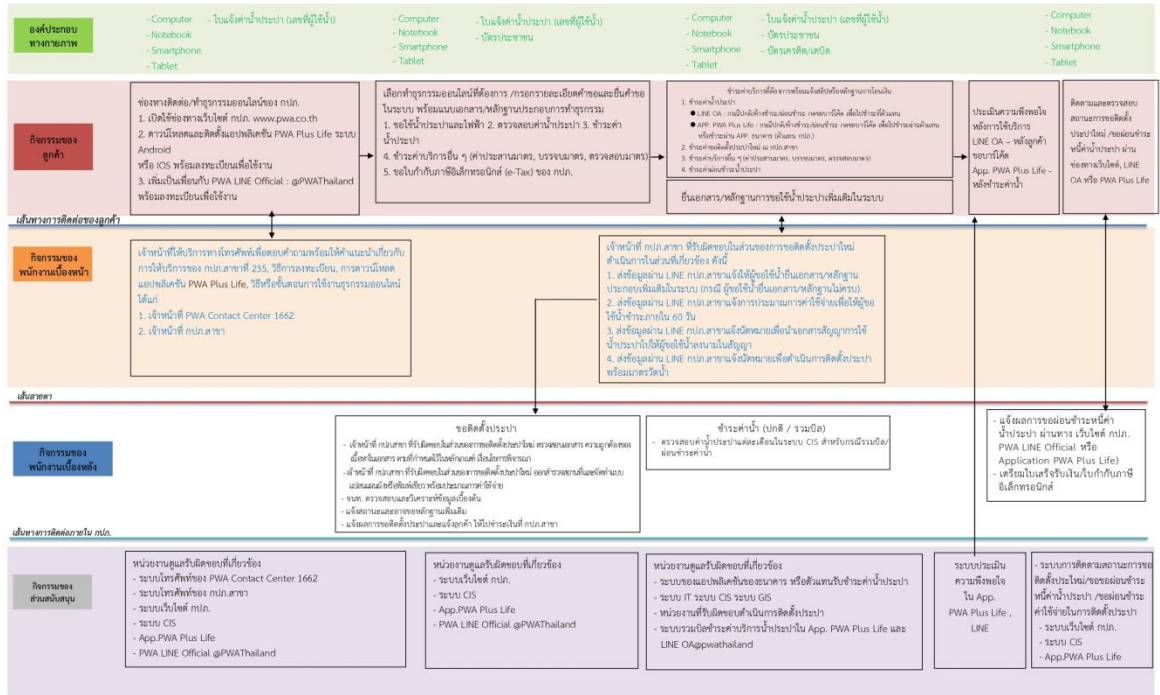
คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 38 ของ 149

6. Service Blueprint กปภ. สาขาที่ 235 (บริการธุรกรรมดิจิทัล)

Service blueprint กปภ.สาขาที่ 235 (บริการธุรกรรมดิจิทัล)



หมายเหตุ: แผนภาพขนาดใหญ่มารถดูได้จากภาคผนวก

7. Service Protocol

Service Protocol เป็นข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ประกอบด้วย มาตรฐานการให้บริการร่วมกับ กปภ. มาตรฐานการให้บริการลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดสัมผัสการให้บริการของ กปภ. ช่องทางการให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) และรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ. ปัจจุบัน กปภ. ได้กำหนดข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ประกอบด้วย

1. แผนยกระดับภาพลักษณ์ กปภ. ปีงบประมาณ 2569 - 2573

แผนยกระดับภาพลักษณ์ กปภ. ปีงบประมาณ 2569 - 2573 โดยมีการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งด้านการสื่อสารองค์กร การบริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้า การสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนและสังคม รวมถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพในการเป็น “ตัวแทนภาพลักษณ์องค์กร” ที่ดี เพื่อสร้างรากฐานที่มั่นคงในการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ยั่งยืน โดยนำสารสนเทศเสียงของลูกค้าด้านความต้องการและความคาดหวังด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ กปภ. มากำหนดเป็นแผนสื่อสารภาพลักษณ์ที่สามารถตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายภาครัฐที่มุ่งเน้นการพัฒนาบริการภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งนโยบายการดำเนินงานตามพันธกิจของ กปภ. ทั้งนี้ ได้เพิ่มเติมแผนงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของ กปภ. ให้แก่บุคลากร การจัดทำระบบฐานข้อมูลด้านการสื่อสารองค์กร การจัดทำองค์ความรู้ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อการสื่อสารข้อมูลเป็นอัตลักษณ์หนึ่งเดียวกันและทุกหน่วยงานสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี อันจะนำไปสู่การสร้างทัศนคติความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสาธารณชน



สื่อสิ่งพิมพ์ตามมาตรฐาน กปภ. ใช้ Font : PSL Empire Prow และ PSL Display



2. การบูรณาการระหว่างการบริการและการสร้างแบรนด์ โดยยกระดับมาตรฐานการให้บริการลูกค้า Touchpoint : PWA Contact Center 1662 เพื่อส่งเสริม PWA Branding เพื่อสร้าง PWA Contact Center 1662 ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มผู้ส่งมอบบริการผ่านช่องทางสายด่วนในการให้ข้อมูลข่าวสารรับเรื่องร้องเรียน และประสานงานต่อเพื่อแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า โดยมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

2.1 กปภ. กำหนด Brand Personality และจัดทำ Brand Guideline อาทิ คำกล่าวทักทายและการแนะนำตัว ประโยคสอบถามข้อมูล การเรียกชื่อลูกค้าและการเรียกชื่อแทนตนเอง โทนเสียงในการสนทนา ระดับความเป็นทางการของภาษาสนทนา การให้ข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญ เช่น ช่วงเวลาให้บริการ ขั้นตอนการดำเนินการที่ชัดเจน ระยะเวลาในการแก้ไขปัญหา ช่องทางติดตามความคืบหน้า การกล่าวปิดท้าย เพลงรอสาย สปอต กปภ. ระหว่างรอสาย ฯลฯ

2.2 กปภ. สื่อสารถ่ายทอด Brand Personality และ Brand Guideline ให้บริษัทผู้ส่งมอบศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662

2.3 บริษัทผู้ส่งมอบศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662 นำ Brand Personality และ Brand Guideline ของ กปภ. ไปกำหนดมาตรฐาน และตัวชี้วัดของเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662 รวมถึงการจัดอบรม ติดตามผลและประเมินผลให้เป็นไปตามมาตรฐานของ กปภ.

2.4 บริษัทผู้ส่งมอบศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662 รายงานผลการดำเนินงานต่อ กปภ. ทุกเดือน

3. แผนปกป้องภาพลักษณ์ กปภ. โดยทบทวนและปรับปรุงแผนปกป้องภาพลักษณ์ กปภ. ให้มีความเป็นระบบ โดยจุดเน้นหลัก (Core Principles) มีดังนี้

3.1 ความรวดเร็ว

3.1.1 ตอบสนองอย่างรวดเร็ว

3.1.2 อัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอ

3.2 การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้ข้อความตามกลุ่มเป้าหมาย และใช้ช่องทางสื่อสารที่แตกต่างกันตามความเหมาะสม

3.3 กรอบระยะเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน

ระยะสั้น : ควบคุมความเสียหาย

ระยะกลาง : แก้ไขและฟื้นฟู

ระยะยาว : สร้างภาพลักษณ์ใหม่

ทั้งนี้ มีลำดับการดำเนินงานดังภาพ



4. การจัดทำระบบลงข่าวประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำ

กปภ. กำหนดให้ กปภ.สาขา จัดทำประกาศแจ้งข่าวหยุดจ่ายน้ำให้ลูกค้ารับทราบ เพื่อให้ลูกค้าสามารถสำรองน้ำในระหว่างที่มีการหยุดจ่ายน้ำ และลดการเกิดข้อร้องเรียนได้ ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ. ในขั้นตอนของ “กระบวนการป้องกันการเกิดข้อร้องเรียน” และได้กำหนดแบบฟอร์มการแจ้งข่าวให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามแนวทางการปฏิบัติเดิมยังพบปัญหาในการดำเนินงาน ดังนี้

- 1) กปภ.สาขา ยังใช้ถ้อยคำที่ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
- 2) มีความซับซ้อนในการดำเนินงาน
- 3) ไม่สามารถเก็บสถิติการแจ้งข่าวหยุดจ่ายน้ำได้
- 4) แบบฟอร์มเดิมยังไม่ครอบคลุมรายละเอียดการปฏิบัติ และไม่มีภาพพิกัดจุดเกิดเหตุ

ดังนั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแจ้งข่าวหยุดจ่ายน้ำ ให้ลูกค้าสามารถรับข่าวสารได้ทันทั่วถึง เพื่อป้องกันการเกิดข้อร้องเรียน และลดปัญหาปัญหาอุปสรรคจากการดำเนินงานที่ผ่านมา กปภ. จึงได้จัดทำระบบลงข่าวประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ปฏิบัติงานของ กปภ.สาขา และเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662 ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลทางสถิติเพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ และปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการได้ พร้อมทั้งได้ปรับปรุงแบบฟอร์มการแจ้งข่าวหยุดจ่ายน้ำให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และระบุรายละเอียดข้อมูลพร้อมพิกัดจุดเกิดเหตุให้ชัดเจน เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร 3 รูปแบบ ดังนี้



1) ประกาศสำรองน้ำ เพื่อปรับปรุงระบบประปาและพัฒนาคุณภาพบริการ : สำหรับกรณีที่ กปภ.สาขา มีแผนดำเนินงานล่วงหน้าและมีเหตุจำเป็นต้องหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว เช่น ตัดประสานท่อ โบริล ตะกอนในเส้นท่อ เป็นต้น

ประกาศ สำรองน้ำ

เพื่อปรับปรุงระบบประปา พัฒนาคุณภาพบริการ



กปภ.สาขา บ้านไผ่

วันที่-เวลา 27 พ.ค. 67 เวลา 09:00 - 15:00 น.

สาเหตุ / การดำเนินการ
ซ่อมท่อ pvc ขนาด 100มม. บริเวณ แยกบ้านไผ่ หลังเทศบาลบ้านไผ่ ต.บ้านไผ่ อ.พระยืน จ.ขอนแก่น

พื้นที่น้ำไหลอ่อน / ไม่ไหล
ผู้ใช้น้ำพื้นที่
-บ้านไผ่
-บ้านดงเก่า
-บ้านดงกลาง ทั้งหมด
ต.บ้านไผ่ อ.พระยืน จ.ขอนแก่น



ติดต่อสอบถาม
-กปภ.สาขาบ้านไผ่ โทร.043-272202
-PWA Contact Center โทร.1662

หมายเหตุ
ระยะเวลาตามประกาศเป็นการเท่านั้น
อาจคลาดเคลื่อนตามอุปสรรค และ

วันที่ประกาศ 26 พ.ค. 67

“ขอภัยในความไม่สะดวกมา ณ ที่นี้”




การประปาส่วนภูมิภาค 1662 การประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ @pwathailand การประปาส่วนภูมิภาค

2) ประกาศท่อแตกฉุกเฉิน : สำหรับกรณีที่ กปภ.สาขาไม่ได้มีการวางแผนการหยุดจ่ายน้ำล่วงหน้า แต่มีเหตุท่อแตกที่ทำให้ต้องหยุดจ่ายน้ำเพื่อดำเนินการซ่อมท่อ

ประกาศ ท่อประปาแตกฉุกเฉิน

กปภ.สาขา บ้านฉาง

วันที่-เวลา 27 พ.ค. 67 เวลา 08:43 - 14:00 น.

สาเหตุ / การดำเนินการ
ท่อแตก วังแขวง ก่อนถึงสถานีจ่ายน้ำตาสีรี ต.ปลวกแดง อ.ปลวกแดง จ.ระยอง

พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ

- บางพื้นที่ ม.1, ม.5 ต.ปลวกแดง * ดังนี้
- จากสี่แยกลุงจ้อย
- ต.ปลวกแดง - เขาน้อย ถึง แยกวังแขวง ช.1
- ต.เทศบาลพัฒนา / ช.เขาศีรี
- หมู่บ้านนือตตั้ง ฮิลล์, บรีสทาวน์, ดีเดอะ วิลเลจ



ติดต่อสอบถาม
038601292, 038602008 ต่อ 22, 23
หรือ ไลน์ @pwa.banchang

หมายเหตุ
น้ำอาจมีตะกอนหลังซ่อม

“กปภ. กำลังเร่งดำเนินการแก้ปัญหา ขอภัยในความไม่สะดวก”



3) ประกาศ กปภ.สาขา ไม่สามารถจ่ายน้ำได้ตามปกติ : สำหรับกรณีที่ กปภ.สาขา มีความจำเป็นต้องหยุดจ่ายน้ำชั่วคราวจากสาเหตุที่มาจากหน่วยงานอื่นหรือปัจจัยภายนอก เช่น กฟภ. ตัดกระแสไฟฟ้า เพื่อปรับปรุงระบบไฟฟ้า มีเหตุภัยธรรมชาติ เป็นต้น

ประกาศ กปภ.สาขาแพร่ ไม่สามารถจ่ายน้ำได้ตามปกติ

วันที่-เวลา

28 พ.ค. 67 เวลา 08.30 น. – 29 พ.ค. 67 เวลา 16.30 น.

รายละเอียด

เนื่องจาก น้ำป่าไหลหลาก ส่งผลให้น้ำดิบที่ผลิตน้ำประปามีค่าความขุ่นสูงเกินเกณฑ์มาตรฐานที่ กปภ.กำหนด ทำให้ไม่สามารถกรองน้ำผลิตได้เพียงพอกับความต้องการใช้น้ำ และจำเป็นต้องลดแรงดันถึงหยุดจ่ายน้ำชั่วคราวเพื่อปรับแรงดันจ่ายให้เหมาะสมกับการผลิตน้ำประปา (ค่าความขุ่นปกติในพื้นที่อยู่ที่ 25.3-40.4 NTU ณ ตอนนี้อยู่ที่ 9100+ NTU) จึงไม่สามารถจ่ายน้ำได้ตามปกติ

พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ

- ซอยเหมืองรัตนพัฒนา
- ถนนภูเก็ท
- ถนนน้ำทอง
- ถนน โกศัยประชาพัฒนา
- ถนนซอยแอฝั่งโรงพยาบาลแพร่ ถึงแยกสนามบิน



ติดต่อสอบถาม

โทร.054-511185 ต่อ 102

หมายเหตุ

กปภ.สาขาแพร่ จะเร่งดำเนินการให้เสร็จโดยเร็วที่สุด



วันที่ประกาศ

26 พ.ค. 67

“กปภ.ขอภัยในความไม่สะดวก มา ณ ที่นี้”



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 45 ของ 149

5. มาตรฐานการปฏิบัติงานในส่วนของการจัดการข้อร้องเรียน

กปภ. กำหนดบทสนทนาของมิสเตอร์ประจำในการสื่อสารกับลูกค้า และกำหนดให้มิสเตอร์ประจำติดบัตรแสดงตนที่เป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อป้องกันลูกค้าถูกหลอกลวงจากมิจฉาชีพที่แอบอ้างเป็นพนักงาน กปภ. ดังนี้

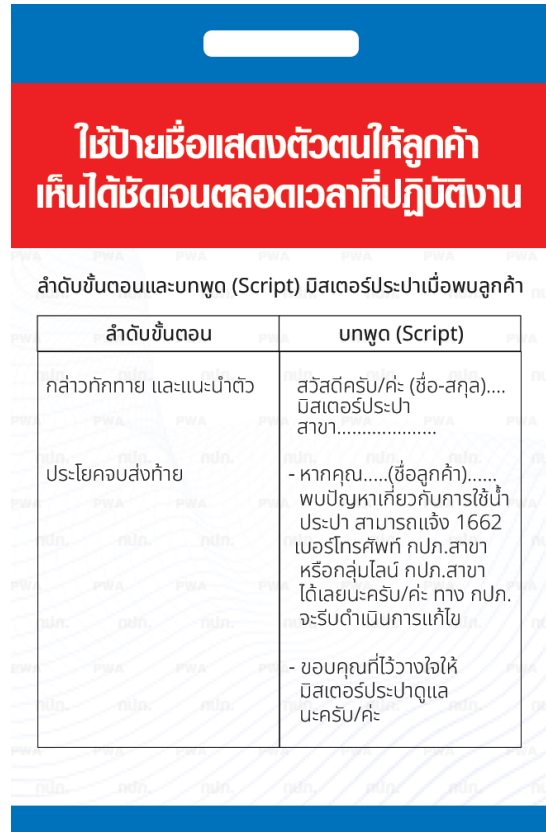
บทพูด (Script) มิสเตอร์ประจำ

ลำดับขั้นตอนและบทพูด (Script) มิสเตอร์ประจำเมื่อพบลูกค้า

ลำดับขั้นตอน	บทพูด (Script)	หมายเหตุ
1. กล่าวทักทาย และแนะนำตัว	สวัสดีครับ/ค่ะ (ผม/ดิฉัน)..(ชื่อ-สกุล)... มิสเตอร์ประจำสาขา.....	1. ติดบัตรแสดงตน 2. กล่าวให้ครบทั้งชื่อและสกุล
2. แจ้งวัตถุประสงค์	ผมได้รับแจ้งปัญหาของคุณ...(ชื่อ).... จาก...(ช่องทางที่ร้องเรียน เช่น 1662 /กปภ. สาขา หรือ Line กปภ.สาขา)	
3. กล่าวถึงปัญหาที่ได้รับแจ้ง	<ul style="list-style-type: none"> ตามที่คุณ...(ชื่อลูกค้า)....แจ้งว่า...(ปัญหาที่ลูกค้าแจ้ง)..... สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม/เปิดโอกาสให้ลูกค้าสอบถาม..... ผม/ดิฉันขออนุญาตตรวจสอบนะครับ/ค่ะ 	ควรเรียกชื่อจริงลูกค้า
4. แจ้งผลการตรวจสอบอาการ	จากการตรวจสอบ พบว่า (อธิบายสิ่งที่ดำเนินการ) <ul style="list-style-type: none"> พบปัญหาอะไร จะแก้ปัญหายังไง 	
5. ภายหลังดำเนินการเสร็จ	แจ้งลูกค้าว่าดำเนินการแล้วเสร็จ โดยดำเนินการอะไรบ้าง เช่น ขณะนี้ ผมได้ดำเนินการแก้ไขปัญหاریบร้อยแล้ว...	
6. ประโยคจบส่งท้าย	<ul style="list-style-type: none"> หากคุณ.....(ชื่อลูกค้า).....พบปัญหาเกี่ยวกับการใช้น้ำประปา สามารถแจ้ง 1662/เบอร์โทรศัพท์ กปภ.สาขา หรือกลุ่มไลน์ กปภ.สาขา ได้เลยนะครับ/ค่ะ ทาง กปภ. จะรีบดำเนินการแก้ไข ขอบคุณที่ไว้วางใจให้มิสเตอร์ประจำดูแลนะครับ/ค่ะ 	1. ต้องดูว่าลูกค้าร้องเรียนผ่านมาจากช่องทางใด และแนะนำช่องทางที่ลูกค้าไม่ได้ใช้บริการ 2. แนะนำให้ลูกค้าเข้ากลุ่มไลน์ กปภ.สาขา หากยังไม่ได้เป็นสมาชิก 3. เลือกใช้คำในเชิงบวก



บัตรแสดงตนมิสเตอร์ประปา



8. PWA Service Recovery Plan

PWA Service Recovery Plan (SRCP) เป็นแผนงานเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าจากการให้บริการของ กปภ. ในด้านปริมาณน้ำ และคุณภาพน้ำ โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการให้ลูกค้าสามารถกลับมาใช้บริการของ กปภ. ตามภาวะปกติอย่างรวดเร็วที่สุด ตามแนวคิด “ลดความไม่พึงพอใจ สร้างความพึงพอใจ เพิ่มความประทับใจ” โดยปรับปรุงจากกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและแนวทางดำเนินโครงการประทับใจ และมุ่งเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การบริหารจัดการช่องทางรับฟังปัญหาของลูกค้า

- 1.1 ช่องทางร้องเรียนของ กปภ. ทั้ง 8 ช่องทาง และช่องทางอื่น ๆ 5 ช่องทาง เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วให้ลูกค้าในการแจ้งปัญหามายัง กปภ. โดยมุ่งเน้นความครอบคลุมพฤติกรรมลูกค้าของ กปภ. ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์
- 1.2 ช่องทางสาธารณะอื่น เช่น Pantip YouTube Twitter และ Blog ต่าง ๆ ซึ่งลูกค้าอาจลงข้อความปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการของ กปภ. โดย กปภ. มีแนวทางในการตรวจสอบช่องทางดังกล่าวเพื่อนำมาบริหารจัดการต่อไป
- 1.3 โครงการเติมใจให้กัน ซึ่งผู้จัดการ กปภ. 234 สาขานำทีมบริการลงพื้นที่เยี่ยมเยียนถึงบ้านลูกค้าเพื่อตรวจสอบระบบประปาภายในบ้าน หากพบปัญหาจะดำเนินการแก้ไขทันทีโดยไม่คิดค่าแรง

2. การบริหารจัดการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการปัญหาให้ลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

3. การบริหารจัดการผู้รับเรื่อง สามารถแจ้งข้อมูลลูกค้าในเบื้องต้นเพื่อจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นความรู้ในการตอบลูกค้า การสอบถามข้อมูลลูกค้าให้เพียงพอ และการประสานงานกับศูนย์ประทับใจด้วยความรวดเร็ว

4. การบริหารจัดการระบบงานของศูนย์ประทับใจ เพื่อกลั่นกรองรายละเอียดข้อเท็จจริงวิเคราะห์ ประมวลผล จัดลำดับความสำคัญของปัญหา โดยมุ่งเน้นความรุนแรงของปัญหาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับลูกค้า และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับ กปภ. เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจมอบหมายหน้าที่ให้แต่ละส่วนรับผิดชอบให้ทันการณ์ ดังนี้

- 4.1 ลูกค้าได้รับผลกระทบรุนแรง เช่น น้ำมีสิ่งแปลกปลอม มีกลิ่นรุนแรง เป็นต้น
- 4.2 เป็นประเด็นเสียงหรืออาจเสียงต่อความเสียหายด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร
- 4.3 เป็นประเด็นที่มีลูกค้า / ประชาชนแจ้งเรื่องร้องเรียนมากกว่า 1 รายขึ้นไป
- 4.4 มีการแจ้งร้องเรียนซ้ำจากผู้ร้องคนเดียว
- 4.5 มีลูกค้า / ประชาชนได้รับผลกระทบมากกว่า 1 รายขึ้นไป
- 4.6 เป็นลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ กปภ. สาขามาก่อน
- 4.7 ลูกค้าร้องเรียนผ่านสื่อมวลชน ผ่านนักการเมือง ผ่านองค์กรสำคัญ เป็นต้น
- 4.8 เป็นประเด็นที่อาจเชื่อมโยงกับแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรสู่ระบบผลิตจ่ายน้ำ และระบบบริการเป็นเลิศ

- 4.9 เป็นลูกค้ารายใหญ่ / รายสำคัญ
- 4.10 เป็นประเด็นร้องเรียนที่ กปภ. สาขาได้แก้ไขมาก่อนหน้าแล้วแต่ยังไม่สำเร็จ
- 4.11 ไม่มีฐานข้อมูลเพียงพอเพื่อการตัดสินใจ จำเป็นต้องตรวจสอบงานให้ชัดเจนก่อนส่งหน่วยงานต่าง ๆ ดำเนินการแก้ไข
- 4.12 ต้องพบเจ้าของบ้านเพื่อลดความไม่พึงพอใจก่อนในกรณีดังกล่าว ศูนย์ประปาพื้นที่จะมอบหมายให้มีสเตอร์ประสานพื้นที่โดยเร็ว
5. **การบริหารจัดการมิสเตอร์ประจำ** ลงพื้นที่หน้างานเพื่อลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า โดยมีบทบาทสำคัญคือ 1) การสื่อสารให้ลูกค้ารับทราบปัญหา แนวทางแก้ไขปัญหา และระยะเวลาในการดำเนินการแก้ไขจนแล้วเสร็จ 2) ดำเนินการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าทันทีกรณีเป็นการซ่อมขนาดเล็กและสามารถดำเนินการได้ง่าย 3) รีบแจ้งศูนย์ประปาพื้นที่ให้จัดทีมซ่อมมาดำเนินการ
6. **การบริหารจัดการ SLA** โดย กปภ. กำหนดระยะเวลามาตรฐานในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไขให้แล้วเสร็จ
7. **การบริหารจัดการข่าวสารการแก้ปัญหา** โดยศูนย์ประปาพื้นที่แจ้งข่าวสารความคืบหน้าให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ และมีระบบตรวจสอบสถานะการดำเนินงานแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า เพื่อลดความกังวลของลูกค้า
8. **การบริหารจัดการประสิทธิผลของการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า** โดยศูนย์ประปาพื้นที่มีระบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อการแก้ไขปัญหาของ กปภ.
9. **การบริหารจัดการมาตรการชดเชยให้ลูกค้า** ในกรณีที่ กปภ. ไม่สามารถให้บริการได้ตามสถานะปกติ เช่น กปภ. นำรถบรรทุกน้ำประปาไปช่วยเหลือลูกค้าในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากน้ำไม่ไหล นอกจากนี้ กปภ. มีแนวทางให้มีสเตอร์ประจำมอบน้ำดื่มบรรจุขวดเย็น ๆ หรือของที่ระลึกให้แก่ลูกค้าในเวลาที่ยังพื้นที่แก้ไขปัญหา
10. **การสื่อสารสร้างความเข้าใจเพื่อป้องกันปัญหาที่จากการใช้บริการของ กปภ.** กปภ. กำหนดแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการให้บริการของ กปภ. โดยเน้นประเด็นที่ลูกค้าควรทราบหรือส่งผลกระทบต่อลูกค้าและภาพลักษณ์องค์กร เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนจากการดำเนินงาน ซึ่งอาจพิจารณาประเด็นการสื่อสารให้ครอบคลุมตั้งแต่ระดับนโยบาย/กฎระเบียบ ไปจนถึงกระบวนการผลิตจ่ายและให้บริการ ที่ลูกค้าควรทราบ รวมทั้งประเด็นข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้นบ่อยหรือข้อร้องเรียนที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ กปภ. ในวงกว้าง
11. **การกำกับติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า** กปภ. มีระบบการแจ้งเตือนข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้นใหม่ และข้อร้องเรียนซ้ำในพื้นที่ กปภ.234 สาขา แบบ Realtime ผ่านระบบวิเคราะห์ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics: BDA) เพื่อให้ผู้บริหารสามารถกำกับติดตามสถานการณ์การร้องเรียนของลูกค้าให้ได้รับการแก้ไขอย่างทันท่วงที และป้องกันการเกิดข้อร้องเรียนที่รุนแรง รวมทั้ง กปภ. มีระบบให้ กปภ.สาขา รายงานผลการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาดผ่านทางเว็บไซต์ของ กปภ. เพื่อกำกับติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. และได้รับสารสนเทศมาปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการ

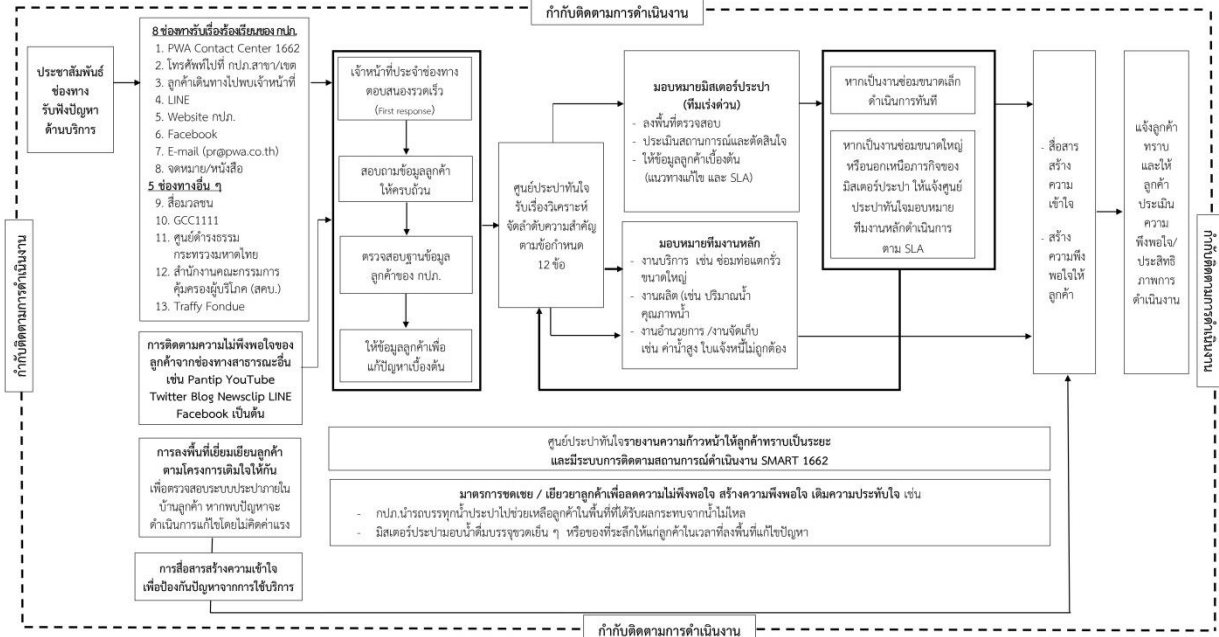


คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 49 ของ 149

PWA Service Recovery Plan แผนงานบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าของ กปภ.



* ข้อกำหนด 12 ข้อ ดังนี้ 1) ลูกค้าได้รับผลกระทบรุนแรง เช่น น้ำมีสีแปลกปลอม มีกลิ่นรุนแรง เป็นต้น 2) เป็นประเด็นเสียงหรืออาจเสียงความเสียหายด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร 3) เป็นประเด็นที่มีลูกค้า / ประชาชนแจ้งร้องเรียนหรือร้องเรียนมากกว่า 1 รายขึ้นไป 4) มีการแจ้งร้องเรียนจากผู้ร้องเรียนที่ยาก 5) มีลูกค้า / ประชาชนได้รับผลกระทบมากกว่า 1 รายขึ้นไป 6) เป็นลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ กปภ. สาขาก่อน 7) ลูกค้าร้องเรียนผ่านสื่อมวลชน ผ่านนักการเมือง ผ่านองค์กรสำคัญ เป็นต้น 8) เป็นประเด็นที่อาจเชื่อมโยงกับแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรระดับจังหวัดน้ำและระบบบริการเป็นเลิศ 9) เป็นลูกค้ารายใหญ่ / รายสำคัญ 10) เป็นประเด็นร้องเรียนที่ กปภ. สาขาได้แก้ไขมาก่อนแล้วแต่ยังไม่สำเร็จ 11) ไม่มีฐานข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจดำเนินการต้องตรวจสอบงานให้ชัดเจนก่อนส่งหน่วยงานต่าง ๆ ดำเนินการแก้ไข 12) ต้องพบเจ้าของบ้านเพื่อลดความไม่พึงพอใจก่อน

หมายเหตุ: แผนภาพขนาดใหญ่สามารถดูได้ที่ภาคผนวก

กระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของ กปภ.

กปภ. มีกระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management : BCM) ที่เป็นระบบเพื่อไม่ให้เกิดการบริการสะดุดหรือหยุดชะงัก และส่งผลกระทบต่อลูกค้าในกรณีที่เกิดสถานการณ์ฉุกเฉินต่างๆ โดยโดยคำนึงถึงการป้องกัน การจัดการความต่อเนื่องของการดำเนินการ และการทำให้สู่สภาพเดิม ทั้งนี้ ได้แต่งตั้งคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจคือ คณะทำงานบริหารความเสี่ยงระดับสายงานและหน่วยงาน เพื่อประเมิน จัดทำแผนงาน ติดตามและประเมินผลการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริหารระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ กปภ. เพื่อกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานให้สอดคล้องตามระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

ทั้งนี้ กปภ. ได้มีการจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan : BCP) ที่ครอบคลุมการประเมินความเสี่ยง การวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจ การจัดความสำคัญของระบบงาน การกำหนดกลยุทธ์ การสื่อสาร การฝึกอบรม การทดสอบ การปรับปรุง และการสอบทาน รวมถึงการจัดทำแผนการตอบโต้สถานการณ์ฉุกเฉิน (Emergency Response Plan : ERP) ทั้งในส่วนของ กปภ. สำนักงานใหญ่ กปภ.เขต และ กปภ.สาขา โดยในส่วนของ กปภ.สาขา ได้จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan : BCP) และแผนการตอบโต้สถานการณ์ฉุกเฉิน (Emergency Response Plan : ERP) ตามแนวทางที่กำหนดและซักซ้อม/ทบทวนให้เป็นปัจจุบันและดำเนินการเป็นประจำทุกปี

กปภ. ได้ทบทวนและปรับปรุงแผน BCP และ ERP ให้เป็นปัจจุบัน และอัปเดตเข้าระบบการจัดเก็บข้อมูลการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจในเว็บไซต์ของฝ่ายบริหารความเสี่ยง สำหรับเป็นแนวทางให้ทุกหน่วยงานนำข้อมูลไปปฏิบัติ รวมถึงจัดทำแผน BCP และแผน ERP ให้พร้อมดำเนินการทันทีเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ภัยแล้ง ภัยน้ำท่วม โรคระบาดร้ายแรง (Covid-19) เป็นต้น

ทั้งนี้ กปภ. ได้กำหนดให้ กปภ.สาขาจัดทำและดำเนินการตาม ERP ในกรณีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของ กปภ. ซึ่ง กปภ.สาขาได้จัดสรรทรัพยากรเตรียมความพร้อมในภาวะฉุกเฉิน ประกอบด้วยแผนผังระวางติดตามสถานการณ์ก่อนเกิดเหตุ แผนฉุกเฉินเพื่อควบคุมและลดผลกระทบขณะเกิดเหตุ และแผนฟื้นฟูหลังเกิดเหตุ ซึ่งจากการดำเนินการตามแผนงานดังกล่าวทำให้ กปภ. สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องและสร้างความเชื่อมั่นลูกค้าต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของ กปภ.สาขา

การสร้างความเข้าใจและสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้เจ้าหน้าที่ ผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับทราบ

กปภ. สาขา จัดทำแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) และสร้างความรู้ ความเข้าใจให้ด้านการจัดทำแผน ความสำคัญและผลที่ได้รับจากการดำเนินงานดังกล่าวให้แก่เจ้าหน้าที่ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และจัดทำคู่มือการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) ของ กปภ.สาขา เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงาน โดยได้อัปเดตไฟล์แผนและคู่มือดังกล่าวเข้าในระบบจัดเก็บข้อมูลการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางให้ทุกหน่วยงานนำไปปฏิบัติ รวมถึงสื่อสารสร้างความเข้าใจให้แก่พนักงานผ่านการประชุมสนทนายามเช้าหรือ Morning Talk ของ กปภ.สาขา และสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายใน กปภ.สาขา



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 51 ของ 149

สำหรับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กปภ.ได้สร้างความเข้าใจและสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องรับทราบถึงผลกระทบในการให้บริการของ กปภ.ในกรณีที่เกิดภาวะฉุกเฉิน เช่น การแจ้งข่าวหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว การแจ้งแผนบริหารจัดการแหล่งน้ำดิบและการผลิตน้ำประปา การสำรองน้ำประปาและใช้น้ำอย่างประหยัดในช่วงภัยแล้ง อุทกภัย การชำระค่าน้ำและทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ของ กปภ. เป็นต้น

การประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

5 กันยายน เวลา 18:06 น. · ๑
กปภ. ห่วงใยสุขภาพประชาชนในช่วงฤดูฝน และใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ ลดการเดินทาง - เพิ่มความสะดวก ปลอดภัย... ดูเพิ่มเติม



การประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

14 สิงหาคม · ๑
กปภ. ยกเว้นเก็บค่าน้ำประปา 2 เดือน ช่วยผู้ประสบภัยชายแดนไทย-กัมพูชา
การ... ดูเพิ่มเติม



การประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

3 สิงหาคม · ๑
เสียงฝนตกฟ้า ๆ ข้างเป็นอะไรที่มหัศจรรย์ ไม่ว่าจะเป็นเสียงเม็ดฝนกระทบหลังคา หน้าต่าง หรือใบไม้ เสียงเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงแค่ปรากฏการณ์ธรรมชาติ แต่ยังเป็นเหมือน "ดนตรีเพิ่มเติม



การประปาส่วนภูมิภาคสาขากุมภวาปี · ติดตาม

6 ชั่วโมง · ๑
ดำเนินการแล้วเสร็จ



9. การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานการบริการลูกค้า

1. การติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ

กปภ.สาขา เป็นด่านหน้าในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) และส่งมอบบริการที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่องให้ลูกค้าเพื่อสร้างความผูกพันภักดี กปภ. จึงให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ และเพื่อให้ผู้รับผิดชอบแต่ละช่องทางรักษามาตรฐานการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จึงต้องมีการติดตามการดำเนินงานรับฟังลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยผู้บริหารของหน่วยงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

ทั้งนี้ ผู้บริหารของหน่วยงานที่รับผิดชอบแต่ละช่องทางรับฟังลูกค้า มีแนวทางในการติดตามผลการดำเนินงานและกำกับดูแลมาตรฐานการรับฟังลูกค้า ดังนี้

1. การติดตามผ่านการประชุมสนทนายามเช้า (Morning talk) โดยกำหนดเป็นวาระการประชุมอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง เรื่องการติดตามผลการดำเนินการด้านการให้บริการลูกค้า
2. การสุ่มตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงาน
3. การรับฟังข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า (Feedback)
4. วิธีอื่นตามโอกาสและความเหมาะสม

2. การประเมินประสิทธิผลการให้บริการ

กปภ. มุ่งพัฒนาและยกระดับการให้บริการสู่ความเป็นเลิศเพื่อสร้างความประทับใจและความผูกพันภักดีของลูกค้าต่อ กปภ. จึงมีการทบทวนกระบวนการให้บริการอย่างสม่ำเสมอทุกปี โดยกำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินประสิทธิผล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

การสนับสนุนลูกค้า

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อช่องทางการติดต่อสื่อสาร
2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าด้านค่าบริการและกระบวนการให้บริการ
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อแต่ละช่องทางการสนับสนุน การค้นหาสารสนเทศและทำธุรกรรม
4. ร้อยละของการสนับสนุนลูกค้าได้ตาม SLA

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่ออาคาร-สถานที่
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ
4. ลูกค้าที่จงรักภักดีต่อ กปภ.
5. จำนวนผู้ใช้น้ำเพิ่ม

การจัดการข้อร้องเรียน

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อความรวดเร็วของการแก้ปัญหาข้อร้องเรียน
2. ร้อยละข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขตาม SLA
3. ร้อยละของลูกค้าที่พึงพอใจภายหลังได้รับการแก้ปัญหาข้อร้องเรียนจากมิสเตอร์ประจำ
4. ร้อยละของลูกค้าที่พึงพอใจต่อการตอบสนองข้อร้องเรียนของเจ้าหน้าที่

10. เทคนิคการให้บริการ

การสร้างคามพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นมากกว่าการตอบสนองคามพึงพอใจให้แก่ลูกค้า นำมาซึ่งการสร้างคามน่าเชื่อถือและการสร้างคามสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับองค์กรในระยะยาว ดังนั้น ผู้มีบทบาทหน้าที่ในการให้บริการลูกค้าไม่ว่าจะผ่านช่องทางใดก็ตาม การสร้างทักษะการให้บริการจึงสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการให้บริการขององค์กร

การพัฒนาทักษะการให้บริการลูกค้าด้วยการสื่อสาร ประกอบด้วย

1. การตั้งใจรับฟัง (Active Listening) คือการได้ยินเสียงของผู้พูดอีกฝ่าย โดยปราศจากอคติหรือการตัดสินถูกผิด ซึ่งจะช่วยให้เราเข้าใจในสิ่งที่ผู้พูดต้องการสื่อสาร โดยระหว่างการรับฟัง ผู้ฟังต้องเปิดใจรับฟัง พร้อมกับการสังเกตอาการปฏิกิริยา อารมณ์ และความรู้สึกของผู้พูด เพื่อวิเคราะห์ จับประเด็น ความต้องการ หรือสิ่งที่ผู้พูดอยากได้รับการตอบสนองจากเรา ซึ่งเราสามารถสร้างทักษะของการตั้งใจรับฟัง (Active Listening) ได้ดังนี้

การสร้างทักษะการฟัง	ข้อสังเกต
1. การฟังด้วยหัวใจ ไม่ใช่แค่หูฟังอย่างเดียว	<ul style="list-style-type: none"> - รู้จักพื้นหลังความทุกข์หรือความท้าทายของผู้พูด จะทำให้เราเข้าใจเขาได้มากขึ้น - สิ่งที่ผู้พูดกำลังสื่อมีมากกว่าเนื้อหา ให้สังเกต สีหน้า แววตา น้ำเสียงระหว่างการสนทนา
2. การฟังที่ต้องใช้ความอดทน (อดทนฟังให้จบ ไม่เปลืองพูดขัด ตั้งคำถาม หรือตัดสินถูกผิด และอดทนให้เวลากับผู้พูด ให้มั่นใจว่าเขามีเราที่พร้อมจะเข้าไปอยู่ในโลกของเขา)	<ul style="list-style-type: none"> - การแนะนำของเราแม้เกิดจากความหวังดี แต่อาจปิดกั้นความเข้าใจ ความรู้สึกกันและกัน ต้องระลึกอยู่เสมอว่าเรามีหน้าที่ฟัง - ผู้พูดอาจกำลังต้องการเวลาเรียบเรียงความคิด ความรู้สึกของตนเองอยู่ - หากเราในฐานะผู้ฟังสามารถเข้าไปอยู่ในโลกเดียวกับผู้พูดได้ เขาจะได้ยินเสียงของตนเองมากขึ้น เป็นการดึงสติให้กลับมาอยู่กับปัจจุบัน
3. การฟังที่ดีควรมีการทวนความเข้าใจให้ตรงกัน (เพราะประสบการณ์ที่ต่างกันอาจทำให้เข้าใจต่างกัน)	การพูดย้ำสิ่งที่ได้ยินเป็นเทคนิคหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้พูดฉุกคิดว่าจะทำตามสิ่งที่พูดออกมาหรือไม่
4. การฟังที่ผู้พูดต้องอยู่กับปัจจุบัน	ผู้พูดอาจเผชิญกับภาวะอารมณ์สับสน ผู้ฟังจำเป็นต้องมีสติ ไม่เอนเอียงตามความรู้สึกนั้น แต่ควรติดตามเรื่องราวด้วยมุมมองเชิงบวก

2. การใช้คำพูดและการเขียน

การใช้คำพูดและการเขียน เป็นศิลปะการสื่อสารที่สามารถพัฒนาและฝึกฝนได้ หากเราเข้าใจวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการสื่อสาร ทั้งนี้ ทักษะการสื่อสารทั้งในรูปแบบการพูดและการเขียนนั้น ผู้พูดหรือผู้เขียนต้องระลึกเสมอว่า ลูกค้ายิ่งสำคัญ

ใครเป็นที่ตั้ง Focus ใครก่อน

ผู้พูด หรือ ผู้ฟัง

ผู้เขียน หรือ ผู้อ่าน

การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องเริ่มต้นจาก “แสดงให้เห็นประโยชน์ของผู้ฟัง หรือผู้อ่านก่อน” ก่อนที่เราจะพูดหรือเขียน “สิ่งที่เราต้องการทำ” เพื่อให้คำพูดบ่งบอกถึงความรู้สึกว่าเราห่วงใยและหวังดีกับลูกค้า

ยกตัวอย่าง กรณี กปภ.สาขาต้องการประกาศแจ้งลูกค้าที่สนใจจะเข้ารับบริการกับหน่วยบริการเคลื่อนที่

การสื่อสารที่ผู้พูด พูดสื่อสารในสิ่งที่ตัวเองต้องการก่อน

พนักงาน : เนื่องจากหน่วยบริการมีพนักงานจำนวนจำกัด จึงขอให้ลูกค้าที่สนใจเข้ารับบริการกับหน่วยบริการเคลื่อนที่ ติดต่อรับบัตรคิวล่วงหน้าเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการเข้ารับบริการ กปภ. ต้องขออภัยในความไม่สะดวกมา ณ ที่นี้ ขอขอบคุณค่ะ

การสื่อสารที่ผู้พูด พูดสื่อสารในสิ่งที่ประโยชน์กับลูกค้าก่อน

พนักงาน : ด้วยความห่วงใยลูกค้าภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ Covid - 19 ทาง กปภ. จึงได้กำหนดช่วงเวลาและจำนวนผู้เข้ารับบริการ เพื่อลดความแออัดในการพื้นที่ให้บริการ โดยลูกค้าที่สนใจเข้ารับบริการ สามารถติดต่อรับบัตรคิว ณ วัน.....ตั้งแต่เวลา เป็นต้นไป เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการเข้ารับบริการ กปภ. ต้องขออภัยในความไม่สะดวกมา ณ ที่นี้ ขอขอบคุณค่ะ



ยกตัวอย่าง กรณี กปภ.สาขาต้องการประกาศแจ้งลูกค้าสำรองน้ำไว้ใช้ในระหว่างซ่อมท่อ
ประปาขนาดใหญ่ในพื้นที่

การสื่อสารที่ผู้เขียน สื่อสารในสิ่งที่ตัวเองต้องการก่อน

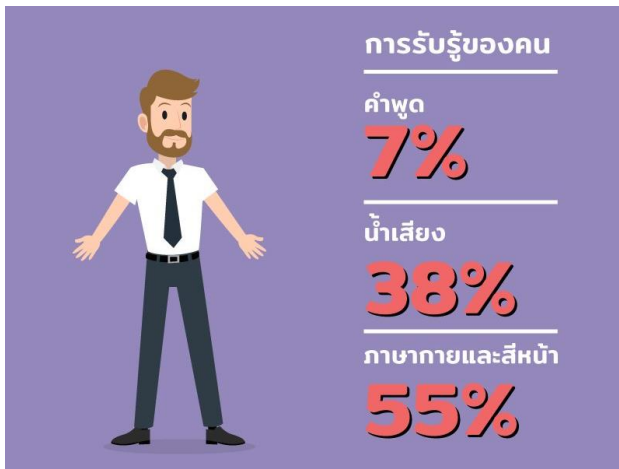
กปภ.สาขา : ในวันที่ เวลา กปภ.สาขาต้องดำเนินการซ่อมท่อ
ขนาด คาดว่าดำเนินการแล้วเสร็จในวันที่ เวลา..... จึงขอให้ลูกค้าสำรองน้ำประปาให้
เพียงพอ กปภ.ต้องขอภัยในความไม่สะดวกมา ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณค่ะ

การสื่อสารที่ผู้พูด พูดสื่อสารในสิ่งที่ประโยชน์กับลูกค้าก่อน

กปภ.สาขา : เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้น้ำประปาอย่างเพียงพอ จึงขอให้ลูกค้าสำรองน้ำประปาไว้ใช้
ในระหว่างที่ กปภ. กำลังปรับปรุงระบบจ่ายน้ำในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดย กปภ. จะเร่งดำเนินการให้แล้ว
เสร็จภายในวันที่ เวลา กปภ. เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการน้ำประปาได้อย่างต่อเนื่อง
โดยเร็ว กปภ.ขอภัยเป็นอย่างยิ่งจากความไม่สะดวกในการให้บริการในครั้งนี้ และเราสัญญาว่าจะส่งมอบบริการที่
เป็นเลิศให้แก่ท่าน เพราะคุณคือคนสำคัญ

3. การใช้น้ำเสียง

น้ำเสียง สามารถบ่งบอกบุคลิก ทักษะ และตัวตนของเราได้ ฉะนั้นอย่าปล่อยให้ น้ำเสียง
ของเรา ทำลายสิ่งที่เราต้องการสื่อสาร เพียงแค่การเลือกใช้เสียงไม่ถูกต้อง ดังนั้น น้ำเสียง มีความสำคัญกับ
การสื่อสารอย่างไร



เทคนิคที่ 1 กฏ 7-38-55

ซึ่งคิดค้นโดย ศจ. ดร.อัลเบิร์ต เมอร์เรเบียน

ศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาแห่ง University of California, Los Angeles (UCLA)

กฎนี้บอกว่าเรารับรู้ข้อมูลจากคำพูดเพียง 7%
ในขณะที่เก็บ 38% จากน้ำเสียง และอีก 55%
จากภาษากายและสีหน้าของคนพูด

การใช้น้ำเสียงอย่างถูกต้อง สามารถฝึกฝนได้ ดังนี้

- ฝึกการหายใจอย่างถูกวิธี โดยกำหนดลมหายใจเข้า ท้องพอง ลมหายใจออก ท้องยุบ ให้สังเกตว่าขณะหายใจไหลและหน้าอกไม่ยกขึ้น หรือฝึกหายใจในท่านอนหงาย เพื่อกำหนดลมหายใจได้ง่ายขึ้น
- ให้สังเกตว่าขณะพูดนั้น คือการหายใจออก เนื่องจากเสียงที่ออกมาคือลมหายใจที่เราค่อยๆ ปล่อยออกนั่นเอง จึงสังเกตได้ว่า คนที่พูดหรือร้องเพลงแล้ว มีน้ำเสียงสั่นเครือ หรือ ตอนท้ายของประโยคหรือท่อนเพลงเริ่มมีเสียงสั่นเครือ น้ำเสียงไม่ชัดเจน แสดงว่าลมจากการที่เราค่อยๆ หายใจออกนั้นใกล้หมดแล้วนั่นเอง
- ความคมชัดของน้ำเสียง เราสามารถฝึกการออกเสียงให้คมชัดได้ ด้วยการออกเสียงคำสั้นต่างๆ เช่น เอีย โอ อา อือ ออ เป็นต้น โดยสังเกตรูปปาก และลมที่ออกมาพร้อมเสียง ในขณะพูดต้องมีรูปปากที่ชัด และไม่มีเสียงลมในขณะพูด
- การใช้น้ำเสียงที่เหมาะสมกับสรีระของตัวเอง ซึ่งเราสามารถฝึกฝนได้ เพื่อให้ น้ำเสียงของเรามีความกลมกลืน สอดคล้องกับกายภาพของเรา เช่น เมื่อเราเห็นคนรูปร่างสูงใหญ่ เราหวังว่าเขาจะมีน้ำเสียงทุ้ม คม เข้ม แต่เมื่อเราได้ยินเสียงที่เขาพูดกลับมีน้ำเสียงเล็ก แหลม เป็นต้น ซึ่งเวลาที่เราฟังจะรู้สึกไม่สอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพ แต่ในขณะเดียวกัน หากเราเป็นคนรูปร่างเล็ก เราไม่จำเป็นต้องมีน้ำเสียง ที่สูงแหลม

{ รู้มั๊ย ? ที่คนไม่เชื่อคุณ อาจเป็นเพราะ **น้ำเสียง** ของคุณ }





คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 57 ของ 149

น้ำเสียง นอกจากช่วยส่งเสริมบุคลิก ยังสร้างความน่าเชื่อถือได้อีกด้วย ลองมาสังเกตว่าเรากำลังประสบปัญหาจากการใช้น้ำเสียงในรูปแบบใดบ้าง

เสียงสั้น	เสียงอยู่ในลำคอ	พูดไม่เต็มเสียง	พูดลิ้นพันกัน	พูดแล้วกลืนน้ำลาย
สังเกตว่าเกิดขึ้นตลอดเวลาหรือไม่ ซึ่งอาจเกิดจาก 1.ความประหม่า 2.ลมไม่พอ หายใจไม่ถูกต้อง 3.กดเสียงต่ำมากเกินไป 4. เกร็งลำคอขณะพูด	เกิดจากการกดเสียงต่ำขาดพลังความมั่นใจในการพูด สังเกตว่าเวลาเราพูด กับตัวเองเสียงที่เกิดขึ้นจะเป็นเสียงในลำคอ เสียงไม่ได้ส่งไปข้างหน้า เพื่อสื่อไปยังผู้ฟัง “ การโฟกัสเสียงไปข้างหน้า ต้องใช้พลังในการพูด”	เป็นน้ำเสียงที่เกิดจากการใช้รูปปากไม่ถูกต้องชัดเจน หรือขาดความมั่นใจในการพูด ผู้พูดต้องปรับทัศนคติต่อตนเอง ฝึกพูดให้ชัดเจนเสียงที่ตัวเองชอบ	เกิดจากการพูดเร็วมากเกินไป ผู้พูดต้องฝึกพูดให้ช้าลง และฝึกการหายใจที่ถูกต้อง เว้นวรรคขณะพูดบ้าง โดยให้คิดเสมอว่า “เรารู้เรื่องที่จะพูดอยู่แล้ว แต่คนที่เขาฟังเรา เขาฟังเรื่องนั้นเป็นครั้งแรก” เพื่อให้คนฟังได้ติดตามและทำความเข้าใจตาม	บางคนอาจเกิดจากลักษณะทางกายภาพสำหรับคนที่พูดและต้องกลืนน้ำลายบ่อยๆ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เรารู้สึกประหม่าหรือตื่นเต้น หากเราโฟกัสที่น้ำลายจะทำให้เราพูดและกลืนน้ำลายตลอดเวลา ดังนั้น ผู้พูดต้องฝึกฝนการพูด สร้างความมั่นใจ และฝึกหายใจ ให้ช้าลง

ดังนั้น ผู้มีบทบาทหน้าที่ในการให้บริการลูกค้าต้องพัฒนาทักษะการให้บริการลูกค้า โดยเริ่มต้นจากทักษะการสื่อสารที่ดี เพื่อนำไปปรับใช้กับการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ หรือในแต่ละจุดสัมผัสบริการให้บริการ (Touchpoint) ที่ต้องสื่อสาร พูดคุย พบปะกับลูกค้า

4. การสื่อสารแบบเผชิญหน้า

เมื่อเรามีทักษะการสื่อสารทางวาจา ผ่านคำพูด และ การเขียนที่ดี สิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง นั่นคือ ภาษากาย และการมีบุคลิกภาพที่ดี เมื่อเราต้องให้บริการลูกค้าแบบเผชิญหน้าอาจเป็นการติดต่อโดยลูกค้า Walk-in หรือ การนัดหมายเข้ามา ซึ่งการบริการแบบเผชิญหน้านอกจากจะสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หรือทำความรู้จักและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้ไม่ยาก เนื่องจากสามารถใช้ภาษากายประกอบการบริการร่วมกับทักษะสื่อสารทั้งจากการพูดและการเขียนประกอบเพื่อช่วยอธิบาย ดังนั้น เทคนิค 5 ข้อต่อไปนี้ จะช่วยให้เราสามารถบริหารสถานการณ์เผชิญหน้ากับลูกค้าได้อย่างมืออาชีพ

(1) ต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม

การบริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเริ่มต้นตั้งแต่วินาทีแรกที่ลูกค้าเดินทางมาถึง ผู้ให้บริการจะต้องเตรียมพร้อมเสมอที่จะดูแลลูกค้าด้วยความกระตือรือร้น การต้อนรับที่ทักทายลูกค้าด้วยรอยยิ้ม จะเป็นการสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นให้กับลูกค้าและสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีได้ไม่ยาก เพราะโดยส่วนใหญ่เมื่อมีคนยิ้มให้เรา เราก็จะยิ้มตอบ

(2) แสดงความสนใจด้วยการพยักหน้า และการสบตา

การแสดงออกด้วยภาษากายในระหว่างสนทนากับลูกค้าสามารถแสดงออกได้หลายอย่าง เช่น การสบตาแสดงถึงความสนใจและตั้งใจฟัง การพยักหน้าแสดงถึงการเห็นด้วยและการสนใจ ผู้ให้บริการจึงต้องระมัดระวังการแสดงออกทางสีหน้าที่จะอาจจะทำให้ลูกค้ารู้สึกอึดอัดหรือไม่ใส่ใจลูกค้าที่กำลังขอรับบริการ

(3) อย่าขัดจังหวะการพูด หรือการแสดงความคิดเห็นของลูกค้า

ทักษะที่สำคัญมากในการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จคือทักษะการฟัง เนื่องจากการฟังอย่างตั้งใจ ไม่ขัดจังหวะทำให้ลูกค้าได้ให้ข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ การฟังทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าและการไม่แทรกการพูดของลูกค้ายังแสดงออกถึงการให้เกียรติอีกด้วย

(4) ใช้คำพูดเชิงบวกในการให้บริการ

คำพูดเชิงบวก คือคำพูดที่แสดงออกถึงการเต็มใจให้บริการ และทำให้ผู้ฟังรู้สึกดี เช่นเดียวกันกับการใช้ภาษาที่แสดงถึงความให้เกียรติคำพูดก็เป็นส่วนเติมเต็มให้การสื่อสารและการบริการประสบความสำเร็จหากลูกค้าให้ข้อมูลสับสน การสอบถามด้วยคำพูดเชิงบวกจะทำให้การสนทนาเป็นไปอย่างราบรื่น



(5) กล่าวขอบคุณลูกค้าด้วยรอยยิ้ม

เช่นเดียวกับการต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม และทุกครั้งที่คุณลูกค้าได้รับการบริการเรียบร้อยแล้ว กำลังจะเดินทางกลับอย่าลืมยิ้มและกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้งด้วยความจริงใจเสมอ

5. การสื่อสารทางโทรศัพท์

การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ยังคงได้รับความนิยมจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่ของความสะดวก รวดเร็ว และไม่ต้องเดินทางมายังสำนักงาน โดยเฉพาะกรณีที่ลูกค้าต้องการความช่วยเหลือโดยเร่งด่วน หรือต้องการติดต่อสอบถามอย่างไม่เป็นทางการ ดังนั้น เราจึงต้องฝึกฝนทักษะการสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์ เพราะเป็นจุดสัมผัสการให้บริการที่อาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้อย่างง่ายที่สุด เนื่องจากเราไม่สามารถสังเกตพฤติกรรมและสีหน้าของลูกค้าในขณะที่สนทนา และอาจทำให้การสื่อสารเกิดการตีความที่คาดเคลื่อน ไม่ตรงกัน ดังนั้น การให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ เราต้องเตรียมความพร้อมในการสื่อสารและสร้างความมุ่งมั่นว่าจะสามารถให้บริการลูกค้าตรงตามความต้องการและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด

การเตรียมความพร้อมของพนักงานรับสายก่อนให้บริการ

- 1) มีความสุขในการให้บริการ
- 2) รู้สึกดีต่อลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน
- 3) เข้าใจความต้องการของลูกค้าและสิ่งที่จะต้องบริการเป็นอย่างดี
- 4) สามารถควบคุมอารมณ์ อุดหนุน อดกลั้น ไม่พูดคำหยาบคาย
- 5) สามารถอดทนต่อปัญหาที่เกิดขึ้นได้
- 6) มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี





ทักษะที่สำคัญในการให้บริการทางโทรศัพท์

1) ทักษะในการพูด

- พูดในเชิงบวก มีน้ำเสียงเต็มใจให้บริการ
- มีจังหวะการพูดที่เหมาะสม ลำดับการให้ข้อมูลเป็นขั้นตอนเข้าใจง่ายและชัดเจน

2) ทักษะในการฟัง

- ฟังอย่างตั้งใจฟังจนจบไม่ขัดจังหวะหรือพูดแทรก มีการตอบรับคำเป็นจังหวะ
- จดสิ่งที่ผู้ใช้บริการพูดเพื่อป้องกันการลืมหรือหลงประเด็นคำถาม

3) ทักษะในการจับประเด็น

- 5 W 1 H : ใคร (Who) ทำอะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไร (When) ทำไม (Why) อย่างไร (How)

4) ทักษะในการให้บริการลูกค้าร้องเรียน

- ต้องใจเย็น อดทนกับการต่อว่าของลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยใช้น้ำเสียงสุภาพ
- หลีกเลี่ยงคำพูดที่ยั่วให้เกิดเรื่องร้องเรียน

ทำอย่างไรไม่ให้เกิดข้อร้องเรียนกับพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์

- 1) ระมัดระวังการใช้เสียงในการสนทนากับลูกค้า/ผู้ใช้บริการ
- 2) ตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้องก่อนให้ข้อมูลกับลูกค้า/ผู้ใช้บริการ
- 3) เต็มใจให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่
- 4) ทบทวนความเข้าใจกับลูกค้า/ผู้ใช้บริการก่อนวางสาย
- 5) รักษาสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ
- 6) กำหนดขั้นตอนในการทำงานและการทำงานระหว่างหน่วยงานให้ชัดเจน

ข้อควรคำนึงในการให้บริการทางโทรศัพท์

1) น้ำเสียงทางโทรศัพท์ เนื่องจากการสื่อสารด้วยวิธีนี้ผู้รับฟังไม่สามารถเห็นสีหน้าและท่าทาง จึงตัดสินใจจากน้ำเสียงที่ได้ยิน ดังนั้น น้ำเสียงของเราคือตัวเราทั้งหมด เช่น น้ำเสียงที่ยืดเยื้อ ไม่ชัดเจนหรือแสดงถึงความเชื่องช้า อึดอาด น้ำเสียงห้วนสั้นแสดงให้เห็นถึงการเป็นคนโหดเหี้ยม เป็นต้น ดังนั้นผู้ให้บริการทางโทรศัพท์ จึงจำเป็นต้องมีอารมณ์ที่อยู่เสมอ เพราะจะทำให้ น้ำเสียงที่เปล่งออกมา มีความชัดเจน แจ่มใส และนุ่มนวลน่าฟังอยู่เสมอ

2) จังหวะในการสนทนา เป็นเรื่องสำคัญมากที่ผู้ให้บริการพึงระวัง คือ ไม่ควรขัดจังหวะการสนทนาของลูกค้า ควรรอให้ลูกค้าพูดจบเสียก่อน เพราะการพูดแทรกและขัดจังหวะจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าผู้ให้บริการไม่มีกาลเทศะ อาจเกิดอารมณ์ขุ่นมัวและเพิ่มระดับความโกรธให้ทวีความรุนแรงมากขึ้น

3) มารยาทในการใช้โทรศัพท์ คำว่า มารยาท คือการเอาใจเขามาใส่ใจเรา เป็นการระวังความรู้สึกของลูกค้าขณะพูด เพราะหากพูดผิดหู หรือให้ข้อมูลผิดๆ ไปอาจเกิดความไม่พอใจโดยที่ผู้ให้บริการอาจไม่ได้ตั้งใจ ภาพพจน์ทางโทรศัพท์ขึ้นอยู่กับน้ำเสียง มารยาทในการใช้โทรศัพท์ และประสิทธิภาพในการใช้โทรศัพท์ ภาพพจน์ที่เสนอผ่านสายโทรศัพท์จะมีอิทธิพลต่อภาพที่ลูกค้าสร้างขึ้นมา ดังนั้นการใช้โทรศัพท์อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มความสามารถในการติดต่อสื่อสารและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า



เคล็ดลับการสื่อสารทางโทรศัพท์เพื่อการบริการลูกค้าให้ดีที่สุด

- 1) ให้ใส่อวยยิ้มเข้าไปในสายโทรศัพท์
- 2) ต้องทำให้ผู้ที่โทรศัพท์เข้ามารู้สึกได้ว่าเรากำลังพยายามช่วยเหลืออยู่
- 3) ต้องคอยบอกรายละเอียดขั้นตอนความเป็นไป
- 4) ให้พูดความจริงเสมอ
- 5) ตรวจสอบกับเอกสารหรือพนักงานคนอื่นถ้าไม่แน่ใจ
- 6) หากคำตอบให้ได้เร็วที่สุดว่าตกลงแล้วเราสามารถจัดการเรื่องนั้นได้เองหรือไม่
- 7) ต้องใช้ความพยายามตั้งใจมากกว่าปกติในการรับโทรศัพท์

การเลือกใช้ภาษาและระดับความดังของเสียงให้เหมาะสม

- 1) การใช้ความสุภาพและให้เกียรติ
- 2) การพูดอย่างชัดเจนถูกต้องเหมาะสม
- 3) การไม่ใช้ศัพท์ที่ไม่มีมาตรฐาน เป็นศัพท์เฉพาะกลุ่ม (Slang) เช่น ศัพท์วัยรุ่น หรือศัพท์เฉพาะวงการอาชีพหรือภาษาที่ไม่เหมาะสม
- 4) บางครั้งต้องปรับเปลี่ยนการพูดให้เป็นไปตามลักษณะของการโทรเข้ามาขึ้นอยู่กับวิจารณ์ญาณและสามัญสำนึกของเรา
- 5) สถานการณ์ที่เราต้องพูดระดับที่ดังมากกว่าปกติ เช่น กรณีผู้ที่โทรศัพท์เข้ามาอยู่ในบริเวณพื้นที่ที่มีเสียงดัง หรือมีปัญหาในการได้ยิน และขอให้เราพูดเสียงดังขึ้น เป็นต้น



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 61 ของ 149

เทคนิคในการใช้คำพูดในการสื่อสารทางโทรศัพท์

สถานการณ์	เทคนิคในการสื่อสารทางโทรศัพท์
1. เมื่อลูกค้า/ผู้รับบริการโวยวาย	<ul style="list-style-type: none">- “ดิฉัน/ผม ขอภัยเป็นอย่างสูงที่ท่านรู้สึกเช่นนั้นค่ะ/ครับ”- “เพื่อแก้ปัญหาที่คุณ.....แจ้งมานั้น ดิฉัน/ผมขออนุญาตแนะนำ....”- “สิ่งที่ดิฉัน/ผม สามารถดำเนินการได้ในตอนนี้คือ...”- “ทางเรารู้สึกขอบคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านได้แจ้งข้อมูลให้เราทราบค่ะ/ครับ”- “ดิฉัน/ผมขออนุญาตนัดช่วงเวลาที่คุณสะดวก เพื่อติดต่อกลับไปแจ้งความก้าวหน้าค่ะ/ครับ”
2. เมื่อลูกค้า/ผู้รับบริการข่มขู่	<ul style="list-style-type: none">- “ดิฉัน/ผม เข้าใจในความไม่สะดวกที่คุณกำลังเผชิญอยู่ค่ะ/ครับ”- “ดิฉัน/ผม ขอตรวจสอบเรื่องที่เกิดขึ้นก่อน และจะหาแนวทางแก้ไขโดยเร็วค่ะ/ครับ”- “ดิฉัน/ผม ขออนุญาตแนะนำ..(แนวทางแก้ไขปัญหาลูกข่าย)...ค่ะ/ครับ”- “ดิฉัน/ผม รู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้ช่วยเหลือคุณนะค่ะ/นะครับ”- “เพื่อให้การแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ดิฉัน/กระผม ขอแนะนำให้ท่าน... (แนวทางแก้ไขปัญหา...ค่ะ/ครับ)”
3. เมื่อลูกค้า/ผู้รับบริการพูดหยาบคาย	<ul style="list-style-type: none">- “ดิฉัน/ผม เข้าใจปัญหาของคุณเป็นอย่างดีค่ะ/ครับ ขอความกรุณาให้คุณใช้ภาษาที่สุภาพ เพื่อดำเนินการสนทนาต่อไปค่ะ/ครับ”- “ดิฉัน/ผม จะช่วยให้คุณให้ดีที่สุดนะค่ะ/นะครับ”- “ดิฉัน/ผม เข้าใจว่าคุณรู้สึกไม่พอใจในเรื่องที่เกิดขึ้น คุณจะเล่ารายละเอียดอื่น ๆ ทางE-mailหรือไม่ค่ะ/ครับ”- “ดิฉัน/ผม รู้สึกเสียใจที่คุณผิดหวังค่ะ/ครับ ดิฉัน/ผม ขออนุญาตติดต่อกลับไปอีกครั้งสะดวกไหมค่ะ/ครับ”- “ดิฉัน/ผมต้องขอภัยด้วยค่ะ/ครับ หากคุณยังคงใช้ภาษาเช่นนี้ ดิฉัน/ผมขออนุญาตจบการสนทนา ขอขอบคุณที่ใช้บริการ สวัสดีค่ะ/ครับ”
4. เมื่อลูกค้า/ผู้รับบริการแจ้งปัญหาความผิดพลาด	<ul style="list-style-type: none">- “ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง ที่แจ้งเรื่องให้ทางเราได้ทราบถึงปัญหาค่ะ/ครับ”- “ดิฉัน/ผม รู้สึกเสียใจเป็นอย่างยิ่งที่เรื่องเช่นนี้เกิดขึ้นกับท่านค่ะ/ครับ”- “ดิฉัน/ผมเข้าใจดีค่ะ/ครับว่าคุณรู้สึกอย่างไรค่ะ/ครับ”- “ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านเข้าใจถึงปัญหาค่ะ/ครับ”- “ดิฉัน/ผม จะรับเรื่องและรีบดำเนินการให้ทันทีค่ะ/ครับ”
5. เมื่อลูกค้า/ผู้รับบริการโทรเล่น/โทรผิด/โรครจิต	<ul style="list-style-type: none">- “ขอภัยค่ะ/ครับ ที่นี่ การประสานงานภูมิภาค หากไม่สอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ขออนุญาตวางสาย ขอขอบคุณที่ใช้บริการ สวัสดีค่ะ/ครับ”



กรณีฝากข้อความทางโทรศัพท์

- 1) ทำด้วยความยินดี
- 2) ใช้แบบฟอร์มในการบันทึกข้อความทางโทรศัพท์ตามที่กำหนดเขียนให้คนอื่นอ่านออก
- 3) ตรวจสอบให้แน่ใจว่าเก็บข้อมูลครบหรือเปล่า
- 4) ตรวจสอบให้แน่ใจว่ารายละเอียดทั้งหมดถูกต้องหรือไม่
- 5) ทวนข้อความซ้ำให้อีกฝ่ายฟังเพื่อยืนยันความถูกต้อง
- 6) กล่าวขอบคุณอีกฝ่ายที่โทรเข้ามา

การส่งต่อบันทึกรับฝากข้อความ

- 1) ส่งไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเร็ว
- 2) ส่งในรูปแบบของลายลักษณ์อักษร
- 3) แคร์รับฝากข้อความยังไม่ถือว่าสิ้นสุดภารกิจ แต่ยังคง
 - ตรวจสอบว่าบุคคลนั้นได้อาข้อความไปแล้วหรือยัง
 - ตรวจสอบว่าบุคคลนั้นได้รับอีเมลของเราหรือยัง
 - ถามบุคคลนั้นด้วยตัวเองว่าได้รับข้อความหรือยัง

การรายงานการโทรศัพท์เข้ามาคุกคามหรือที่น่าสงสัย

- 1) ปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงานซึ่งได้วางนโยบายและขั้นตอนต่าง ๆ ไว้และตามที่ได้รับการฝึกอบรม
- 2) ถามคำถาม หรือชวนคุยให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้
- 3) บันทึกรายละเอียดของการได้รับโทรศัพท์คุกคามลงในแบบฟอร์ม
- 4) แจ้งผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาทราบโดยทันที
- 5) จงอย่างไปที่กักตัวคนที่โทรเข้ามาคุกคามนั้นๆ

หากได้รับโทรศัพท์ขู่วางระเบิด

- 1) บันทึกรายละเอียดการได้รับโทรศัพท์ขู่วางระเบิดลงในแบบฟอร์ม
- 2) ถามคำถามหลาย ๆ ข้อ (ตามแบบฟอร์มในการบันทึกรายละเอียดของการได้รับโทรศัพท์ขู่วางระเบิด)
 - เป็นระเบิดอะไร
 - อะไรจะทำให้ชนวนระเบิดทำงาน
 - ทำไม่ถึงวางระเบิด
- 3) บอกให้เพื่อนร่วมงานใกล้ ๆ ทราบว่าเรากำลังได้รับการขู่วางระเบิด
- 4) ต้องมีการดำเนินการกับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาขู่วางระเบิดทั้งหมดโดยถือว่าการขู่วางระเบิดเป็นการขู่จริง

การรับมือกับผู้โทรศัพท์เข้ามาแล้วแสดงความก้าวร้าวหยาบคาย

- 1) ไม่ด่ากลับแต่ให้สงบสติอารมณ์ ควบคุมสติและให้ใช้คำที่สุภาพ
- 2) ไม่ใช้น้ำเสียงแบบเดียวกับผู้ที่โทรศัพท์เข้ามาซึ่งแสดงความโกรธไม่พอใจออกมา
- 3) ไม่ใช้ภาษาในลักษณะที่ก้าวร้าวเหมือนกัน
- 4) ไม่แสดงความหยาบคายกลับไป
- 5) พยายามหาเหตุผลที่อีกฝ่ายโทรเข้ามาให้ได้เร็วที่สุด
- 6) อย่าถือเป็นเรื่องส่วนตัว



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 63 ของ 149

ทั้งนี้ กปภ. ได้กำหนดมาตรฐานการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการทางโทรศัพท์ ดังนี้

1) ระยะเวลาการให้บริการ

หัวข้อมาตรฐาน	SLA
1. ค่าเฉลี่ยระยะเวลาในการรับสาย (Average Speed of Answer)	<10 วินาที (กริ่งดัง 3 ครั้ง)
2. ค่าเฉลี่ยเวลาที่ใช้ในการสนทนาสายให้บริการลูกค้า (Average Handling Time)	3 นาที
3. ค่าเฉลี่ยเวลาที่ใช้ในการบันทึกข้อมูล (Average Wrap Time)	2 นาที
4. จำนวนเรื่องที่เจ้าหน้าที่สามารถส่งต่อเรื่องร้องเรียนถึง กปภ.สาขาหรือหน่วยงานเจ้าของเรื่องได้	10 นาที * (ยกเว้นกรณีเกิดปัญหาขัดข้องทางระบบ หรือไม่สามารถติดต่อผู้ประสานงานได้)
5. การปิดข้อร้องเรียนภายหลังได้รับเรื่องตอบกลับจาก กปภ.สาขา ตาม SLA	ภายใน 5 วัน ภายหลังจากได้รับเรื่องตอบกลับจาก กปภ.สาขา
6. สายที่ไม่ได้รับบริการ (Abandon Call)	≤ ร้อยละ 5 (ยกเว้นกรณีเกิดเหตุสถานการณ์ไม่ปกติ หรือปัญหาด้านระบบต่างๆของ กปภ. เช่น ระบบ Call Center ระบบ Internet ระบบไฟฟ้า และระบบโทรศัพท์ เป็นต้น)

2) การสนทนากับลูกค้า

ขั้นตอนการรับสาย	การสนทนา
1. การเริ่มต้นการสนทนา	“การประสานงานภูมิภาคสวัสดิ์คะ/ศรี (ชื่อ)..... รับสาย ยินดีให้บริการ ต้องการสอบถามข้อมูลด้านใดคะ”
2. การสอบถามรายละเอียดลูกค้า	“ขอทราบเลขที่ผู้ใช้น้ำ / ที่อยู่ / ชื่อผู้ใช้น้ำ ค่ะ” “ขอบคุณสำหรับข้อมูลค่ะ” *เมื่อสอบถามรายละเอียดจากลูกค้าครบถ้วนแล้ว ให้กล่าวขอบคุณลูกค้าด้วยทุกครั้ง

หมายเหตุ : * การส่งต่อเรื่องร้องเรียนถึง กปภ.สาขา มีขั้นตอนการประสานงาน ดังนี้

1. โทรศัพท์ประสานงานไปยังผู้ประสานงานหลักและผู้ประสานงานรอง
2. ส่งเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางไลน์ กปภ.สาขา
3. ส่งรายละเอียดเรื่องร้องเรียนเป็นทางการจากระบบ Call Center ไปยังระบบ Smart 1662



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 64 ของ 149

ขั้นตอนการรับสาย	การสนทนา
3. การพักสายลูกค้าเพื่อตรวจสอบข้อมูล - ตรวจสอบข้อมูล - หลังค้นพบข้อมูล	“กรุณาถือสายรอสักครู่ ขออนุญาตตรวจสอบข้อมูลค่ะ/ครับ” “ขอภัยที่ให้ถือสายรอค่ะ...”
4. การทวนข้อมูล	ทวนข้อมูลให้ครบถ้วน ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ 1. คุณ...(ชื่อลูกค้า)... 2. ที่ต้องการให้... 3. สถานที่เกิดเหตุ... 4. ใช้เวลาดำเนินการ... 5. จะทราบผลประมาณ...
5. การกล่าวจบการสนทนา	1. “ต้องการสอบถามเรื่องอื่นเพิ่มเติมมั้ยคะ” 2. “ขอบคุณที่ใช้บริการ การประชาสัมพันธ์ภูมิภาค สวัสดิ์ค่ะ) กรณีที่ถูกค้าแจ้งต่อแต่กริ้ว ให้กล่าวคำว่า “การประชาสัมพันธ์ ขอขอบคุณสำหรับการแจ้งต่อแต่-กริ้ว และเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาทรัพยากรน้ำ”
6. การติดต่อกลับไปหาลูกค้า *เมื่อพนักงานรับสายไม่สามารถตอบข้อมูลได้จำเป็นต้องใช้เวลาในการค้นหาข้อมูล เมื่อได้รับคำตอบแล้ว จึงจะติดต่อกลับไปหาประชาชน	“ขอหมายเลขที่สะดวกเพื่อใช้ในการติดต่อกลับด้วยค่ะ”
7. สัญญาณไม่ชัดเจน	“ขอภัยค่ะ เนื่องจากสัญญาณไม่ชัดเจน กรุณาติดต่อกลับมาอีกครั้ง ขอขอบคุณที่ใช้บริการ การประชาสัมพันธ์ ภูมิภาค สวัสดิ์ค่ะ”
8. การโอนสายไปยังเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	“กรุณาถือสายรอสักครู่ ดิฉันจะทำการโอนสายไปยังเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องค่ะ”
9. การโอนสายเข้า IVR เพื่อประเมินความพึงพอใจ ภายหลังจบการสนทนา	“หลังจากวางสายรบกวนกดประเมินการให้บริการของดิฉันในครั้งนี้นี้ด้วยค่ะ”



การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (Online Media)

ปัจจุบันโลกของการสื่อสารได้เข้าสู่ยุค “ดิจิทัล” ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งจากสถิติการใช้งานระบบดิจิทัลในประเทศไทย ประจำปี 2654 พบว่า คนไทยมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตคิดเป็น 69.5% วันละกว่า 8 ชั่วโมง โดยใช้งาน Social Media คิดเป็น 78.7% วันละกว่า 2 ชั่วโมง และมีสถิติการซื้อขายผ่านระบบ E-Commerce ถึงร้อยละ 83.6% เป็นลำดับ 3 ของโลก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของระบบ Internet และ Social Media ที่ทวีความสำคัญกับวิถีชีวิตของคนเรามากขึ้น ดังนั้น หน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการให้บริการลูกค้า รวมทั้ง กปภ. จึงต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การให้บริการช่องทางสื่อสารผ่านสื่อ Social Online หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัลที่นิยมการใช้สื่อออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งในด้านการให้บริการลูกค้า ซึ่งหัวใจหลักของงานบริการก็คือ “คน” ในการส่งมอบบริการและประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้านั่นเองซึ่งสื่อออนไลน์มีความสำคัญและมีประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า เพราะมีคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แก่

- สามารถแลกเปลี่ยนและค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว
- เป็นช่องทางติดต่อสื่อสารได้ทุกสถานที่ ทุกเวลาสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง
- เป็นช่องทางที่มีความยืดหยุ่นลดข้อจำกัดของสื่อยุคก่อน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

หลังจากช่วงสถานการณ์ Covid-19 ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของทุกคน จากวิถีชีวิต New Normal ส่งผลให้เกิดระยะห่างทางสังคม หรือ Social Distancing ทำให้ทุกคนต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานชีวิต การทำงานด้วยรูปแบบ Work from Home เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระบบการสื่อสารออนไลน์ ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Line Facebook Twitter โดยเฉพาะ TikTok ที่ได้ถือว่าเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงสถานการณ์ Covid-19 ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารยังคงมีความสำคัญ เพียงแต่รูปแบบความนิยมในการใช้สื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคมและความต้องการของลูกค้า ซึ่งในปัจจุบัน ลูกค้านิยมใช้ช่องทางสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น กปภ. ต้องนำข้อมูลจากการรับฟังเสียงของลูกค้าและข้อมูลพฤติกรรมต่าง ๆ ของลูกค้าที่เกี่ยวข้อง มากำหนดนโยบาย แผนงาน และกิจกรรม ในการสื่อสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

ทั้งนี้ ในข้อดีของสื่อออนไลน์ก็มีข้อเสียที่ควรระมัดระวังเช่นเดียวกัน ด้วยข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้อย่างรวดเร็ว หากข้อมูลผิดพลาดก็จะถูกส่งต่อไปได้ในวงกว้างโดยใช้ระยะเวลาไม่นาน ดังนั้น การส่งข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ต้องใช้ความระมัดระวังพร้อมทั้งข้อมูลที่กระชับ ฉับไว ทันต่อเหตุการณ์อีกด้วย



ลักษณะของสื่อออนไลน์แต่ละประเภท

การสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต้องมีทักษะการสื่อสารทั้งในด้านการพูดการเขียน การแสดงออกทางท่าทางต่อลูกค้า อดทนและอดกลั้นในการรับฟังคำร้องเรียนของลูกค้า มีความจริงใจและ ใส่ใจให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าสัมผัสได้ถึงความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาซึ่งเราสามารถส่งมอบบริการที่น่า ประทับใจด้วยเทคนิคการให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ แต่สำหรับช่องทาง Social Media นั้น จะมีความโดดเด่นในด้านความสามารถในการสื่อสารกับลูกค้าโดยไม่ต้องผ่านตัวกลาง มีความรวดเร็ว ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลของผู้รับได้อย่างสะดวก ทุกที่ ทุกเวลา ความสามารถในการส่งข้อมูล โต้ตอบระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ ดังนั้น การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่ดีคือการสื่อสารด้วยวิธีการที่ เหมาะสมสื่อออนไลน์แต่ละประเภท โดยเน้นเนื้อความที่กระชับ เข้าใจง่าย สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า หรือผู้ใช้สื่อนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี

- **เว็บไซต์ (Website)** เป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่าง ๆ เสริมสร้าง ภาพลักษณ์องค์กรให้น่าเชื่อถือและทันสมัยเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดต่อขอรับบริการดังนั้น ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอในเว็บไซต์ควรมีรูปที่สื่อความหมาย น่าสนใจ และข้อความเนื้อหาที่มีความเหมาะสม กับพื้นที่ ไม่สั้นจนไม่รู้เรื่องหรือยาวเกินไปจนไม่น่าสนใจ

- **อีเมล (E-Mail)** จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Electronic-Mail หรือE-Mail เป็นช่องทางการ ติดต่อสื่อสารในรูปแบบที่ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการใช้ในการรับ-ส่งสารระหว่างบุคคล โดยการใช้งาน เหมือนกับการส่งจดหมายผ่านไปรษณีย์ปกติ คือ การเขียนข้อความผ่าน E-mail Address ซึ่งมีความรวดเร็ว และสามารถส่งข้อความไปหาบุคคลใดก็ได้ทั่วโลก ทั้งในรูปแบบข้อความ การแนบเอกสาร รูปภาพ วิดีโอ หรือลิงค์ข้อมูลต่างๆ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ลดการใช้กระดาษและวัสดุสิ้นเปลือง อีกทั้งสามารถยืนยัน ตัวตนของบุคคลปลายทาง การสื่อสารผ่าน E-Mail จึงเทคโนโลยีที่มีการนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายและ ต่อเนื่อง ถูกนำมาใช้เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร อาทิ E-Billing หรือ Thank you Card เป็นต้น

เมื่อเราทราบประโยชน์และประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่าน E-mail แล้ว แต่จะนำมาใช้ให้เกิด ประโยชน์ต่อการทำงานบริการได้อย่างไรนั้น จำเป็นต้องมีทักษะการเขียนผ่านช่องทาง E-mail เพื่อสร้าง ความประทับใจให้ลูกค้า ดังนี้

- 1) กำหนดเป้าหมายของ E-mail ให้ชัดเจนว่าจะส่งให้ใคร ต้องการจะบอกอะไร และเน้น จุดประสงค์หลัก ๆ ของ E-mail เพื่อช่วยให้ผลลัพธ์การสื่อสารนั้นออกมาได้ดีขึ้นและยังช่วยลด ข้อผิดพลาดได้อีกด้วย

- 2) ใช้หัวเรื่อง E-mail ให้ถูกต้องชัดเจนจะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจทันทีตั้งแต่ก่อนเปิด E-mail ทำให้ลด ความผิดพลาดในการสื่อสาร โดยหัวข้อ E-mail นั้นควรสั้น กระชับ และตรงประเด็นที่สุด

- 3) ข้อความทักทายเปิดที่ดีจะช่วยให้ผู้รับรู้สึกดี เมื่อผู้อ่านนั้นกดเข้าE-mail สิ่งแรกที่ ผู้อ่านควรได้รับคือข้อความทักทายที่เหมาะสมกับระดับของผู้อ่านที่ส่งไปว่าเป็นใคร หรืออยู่ใน ตำแหน่งใด

4) List ประเด็นสำคัญ ในกรณีที่ต้องการรายงาน หรือแจ้งรายละเอียดของเนื้อหา สิ่งสำคัญที่ควรรู้คือ การแบ่งประเด็น สำคัญออกเป็นข้อ ๆ ให้เห็นได้ชัดเจน อ่านง่าย ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจ ในเนื้อหารวม โดยการแบ่งประเด็นควร ไม่เกิน 5 ข้อ แต่หากมีรายละเอียดของเนื้อหาจำนวนมาก เช่น มีมากกว่า 10 ข้อ แนะนำให้แบ่งหัวข้อย่อยเพิ่มในหัวข้อหลัก ๆ จะช่วยให้ลดการสับสนในการอ่านได้มาก

5) เลือกระดับภาษาให้เหมาะกับผู้อ่านอย่างที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ว่า E-mail ที่เขียนอยู่นี้ ต้องการเขียนถึงใคร ผู้อ่านเป็นใคร ซึ่งการทบทวนในเรื่องนี้สำคัญมาก เพราะการเขียน E-mail ส่งให้ลูกค้าอาจมีการใช้คำศัพท์ทางเทคนิค หรือตัวย่อมากเกินไป อาจทำให้ผู้อ่านไม่เข้าใจเนื้อหา

โดยวิธีนี้อาจตรวจสอบได้จากการปรึกษาผู้บังคับบัญชาให้ช่วยลองอ่านเพื่อปรับแก้ไขก่อน ส่ง E-mail ควรใช้ภาษาและคำศัพท์ที่สุภาพเป็นทางการ หากต้องติดต่อในนามองค์กรหรือแม้แต่การส่งถึงผู้ ที่อยู่ในระดับสูงกว่าเพื่อแสดงถึงความนับถือ

6) จบให้สวย อย่าลืมใส่ "ลายเซ็น" แนบท้ายใน E-mail และทิ้งช่องทางในการติดต่อ กลับมาช่องทางอื่นด้วย Email นั้นถึงแม้จะเป็นช่องทางการสื่อสารที่ดีแต่ก็ไม่ได้เหมาะกับการสื่อสารใน ทุกกรณีการทิ้งช่องทางสื่อสารอื่นไว้ให้นอกจากจะอำนวยความสะดวกในการพูดคุยด้วยช่องทาง อื่นเพิ่มเติมแล้วยังเป็นการแสดงความจริงใจว่าเราต้องการสื่อสารกับผู้อื่นอีกด้วย

● **เฟสบุ๊ก (Facebook)** ปัจจุบันองค์กรต่างๆ หันมาสื่อสารกับลูกค้าผ่าน Facebook มากยิ่งขึ้น เนื่องจากความหลากหลายในการรองรับข้อมูลหรือสื่อที่ต้องการเผยแพร่ ทั้งในแบบรูปภาพ วิดีโอ การถ่ายทอดสด นั้น แสดงให้เห็นว่า หากเราต้องการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าแม้ไม่ได้มีโอกาสพบปะลูกค้าโดยตรง Facebook เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้

ดังนั้น การสร้างเนื้อหาที่จะเผยแพร่บน Facebook ต้องสามารถกระตุ้นให้ ความสนใจ อย่างต่อเนื่อง เกิดการแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน ซึ่งหากเราสามารถสร้างเนื้อหาได้ตรงใจ กลุ่มเป้าหมาย การสร้างปฏิสัมพันธ์ อาทิ การกดถูกใจ การแชร์เนื้อหา การแท็กคนรู้จักให้เข้าไปอ่าน หรือการคอมเมนต์เพื่อแบ่งปันความเห็น นั่นคือการสร้าง Engagement บนโลกออนไลน์ได้อย่าง สมบูรณ์ โดยเทคนิคการสร้างเนื้อหาบน Facebook แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การตั้งหัวข้อ

ในส่วนนี้มีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นจุดแรกที่ลูกค้า จะได้เห็นเนื้อหา ซึ่งมีวิธีง่าย ๆ ในการเขียนหัวข้อ คือ

1) น่าสนใจและรู้เรื่องใน 2 วินาที

ใช้ Keyword ที่ทำให้รู้สึกว่ายากอ่านรายละเอียด เพิ่มเติมชัดเจน ๆ ไปเลยว่าเราต้องการเสนอสินค้าหรือบริการอะไร หรือต้องการเชิญชวนให้ลูกค้าทำอะไรและได้อย่างไร ใน 2 วินาที ลูกค้า ต้องเข้าใจ

2) เข้าถึงอารมณ์ลูกค้า

การตั้งหัวข้อ ต้องเข้าถึงอารมณ์ลูกค้าและมีอารมณ์ร่วม ด้วย ตัวอย่างเช่น “ขอเจอคนไอเดียดี” เป็นต้น



3) เขียนด้วยปัญหาของลูกค้าหรือเน้นคุณค่าที่จะได้รับ

วิธีการนี้เป็นการนำเอาปัญหาของลูกค้ามาเขียน เช่น “เดือนนี้ค่าน้ำคุณแพงใช่ไหม” หรือ “หมดปัญหาลืมหายค่าน้ำให้ PWA Thailand คุณแลสิครับ” เป็นต้น

4) ใช้ตัวเลข หรือ คำที่สื่อสารได้ง่าย

การสื่อสารได้ง่ายๆ จะใช้เป็นตัวเลข เช่น “3 ขั้นตอนง่าย ๆ ตรวจสอบท่อรั่วภายในบ้านด้วยตนเอง” การเขียนเพื่อขายหรือแนะนำวิธีต่างๆ จะต้องกำหนดให้ชัดไปเลยว่าเป็นอย่างใด ได้ทำอะไร

ส่วนที่ 2 การเขียนเนื้อหา

สิ่งสำคัญคือความต่อเนื่องจากหัวข้อที่ตั้งไว้ โดยมีเทคนิค การเขียนเนื้อหา ดังนี้

1) ต้องมีความต่อเนื่อง จากหัวข้อเดือนนี้ค่าน้ำคุณแพงใช่ไหม เช่น เริ่มต้นเขียนว่า ทำไมค่าน้ำแพงขึ้นเพราะอะไรมาดูกัน

2) เสริมอารมณ์ปัญหาของลูกค้า การเขียนไม่มีอะไรที่ตายตัว คุณต้องมีการเสริมอารมณ์เข้าไป ด้วยการนำปัญหาของลูกค้าเข้ามาเขียน เช่น ตอนนี้ผมเองก็เจอปัญหาเหมือนกับคุณเพราะว่าปกติจ่ายค่าน้ำไม่กร่อยแต่เดือนนี้ค่าน้ำที่บ้านผมแพงมาก

3) มีความเข้าใจลูกค้า อาจจะเริ่มด้วยการเขียนว่า ผมเองก็เคยได้รับบิลแจ้งค่าน้ำประปาแพงมากปกติที่บ้านไม่ได้จ่ายค่าน้ำแพงเท่านี้มาก่อน เมื่อลูกค้าที่อ่านอยู่จะรู้สึกว่าเขาเข้าใจคุณและอ่านเนื้อหาของคุณต่อไป

4) Call to Action ให้ทำอะไรก็บอกไปเลย เช่น ให้ไปติดตามเพจของคุณให้ไปอ่านต่อที่ไหน

ส่วนที่ 3 การออกแบบภาพ หากไม่ถนัดด้านกราฟิก แต่เชื่อว่าทำไม่ได้ สามารถนำเทคนิคง่าย ๆ คือ

1) สื่อถึงปัญหาของลูกค้า พูดถึงค่าน้ำแพง ภาพจะต้องบ่งบอกถึงปัญหาหรืออารมณ์โกรธ ร้องไห้ถือบิลค่าน้ำหรือภาพที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายขึ้น

2) เข้าใจง่าย คุณอาจจะเอาหัวข้อมาใส่ที่ภาพได้ ให้เข้าใจง่าย ๆ เช่น ทำไมเดือนนี้ค่าน้ำแพงจัง

3) เน้นหัวข้อสำคัญที่ส่วนขวาของภาพ คนเราจะมองตรงด้านขวาของเรา ก่อน หลังจากนั้นจะมา มองด้านซ้าย ให้เน้นไปเลยอยากจะทำให้ลูกค้าเห็นอะไรก็ใส่ตรงนี้ ถ้าเปรียบเทียบกับเหมือนหน้าจอคุณ คุณจะมองตรงไหนก่อนเมื่อยกมือถือขึ้นมาก็ใส่ไปตรงนั้นเลย

กล่าวโดยสรุปก่อนที่จะเริ่มเขียน Content สิ่งที่สำคัญและมองข้ามไปไม่ได้เลยคือ ควรศึกษาหรือทำความเข้าใจว่าลูกค้าสนใจ Content ประเภทไหน และควรถามตัวเองก่อนว่าสิ่งที่กำลังจะเขียนนั้น สร้างประโยชน์อะไรให้แก่คนอ่านและต้องสร้าง Content แบบไหนจึงจะดึงดูดให้ลูกค้าติดตาม Content จากนั้นเขียน Content ให้ชัดเจน ตรงประเด็น อ่านแล้วเข้าใจทันที การเลือกโพสต์ในช่วงเวลาที่เหมาะสม ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ มี Active Users หรือผู้ใช้ Facebook กำลังออนไลน์อยู่มากเท่าไร โอกาสที่คนเหล่านี้จะเห็นโพสต์บนหน้าฟีดก็มีมากขึ้นเท่านั้นและอย่าลืมนำให้ผู้ติดตามกด See First เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายไม่พลาดข่าวสารที่เราจะนำเสนอ





● ไลน์ออฟฟิเชียลแอคเคาน์ / ไลน์ (Line Official Account –LineOA / Line

การสื่อสารช่องทาง Line ในแต่ละรูปแบบนั้น ข้อดีคือเราสามารถสื่อสารตอบกลับลูกค้าได้ทันที ทั้งการส่งข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีโอ รวมทั้งสติ๊กเกอร์ ที่เสริมสร้างบรรยากาศในการสนทนา แต่มีข้อควรระมัดระวัง คือไม่ควรใช้ภาษาพูดแบบเป็นกันเองในการพิมพ์สื่อสารกับลูกค้าและหากใช้สติ๊กเกอร์ไลน์ ควรพิจารณาให้เหมาะสมกับบรรยากาศในการสนทนาขณะนั้นด้วย

● ทวิตเตอร์ (Twitter)

การสื่อสารผ่านทวิตเตอร์ ในกรณีที่เรากำลังต้องการสื่อสารอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง และสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของคนที่สนใจได้ ทั้งนี้ข้อความที่สื่อสารผ่านทวิตเตอร์มีข้อจำกัด คือ ความยาวของข้อความในการทวิตแต่ละครั้ง ต้องไม่เกิน 140 ตัวอักษร ทั้งนี้เราสามารถสร้างให้ข้อความของเราเกิดความน่าสนใจและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายโดยการใช้ # ตามด้วยข้อความที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย

กล่าวโดยสรุปสำหรับข้อควรระวังในการสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น อีเมล เฟสบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ มีดังนี้

1. ลักษณะของการสื่อสาร

- ต้องสื่อสารแบบ 2 ทางเสมอ นอกจากการให้ข้อมูลยังต้องรับ Feedback กลับมาทุกครั้ง
- ให้ความสำคัญกับการตอบสนองที่รวดเร็ว
- ผู้ให้บริการที่มีความรู้เพียงพอและมีทักษะการสื่อสารที่ดี สามารถจับประเด็นความต้องการของลูกค้า
- การใช้ภาษา การสะกดคำ การเขียนเรียบเรียงประโยค
- ต้องเข้าถึงตัวตนของลูกค้าเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า
- หากจำเป็นควรติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์เพื่อให้การแก้ไขปัญหาเป็นไปได้อย่างลุล่วง

2. เทคนิคการให้บริการลูกค้า

2.1 ตอบกลับอย่างรวดเร็วที่สุด

การตอบคำถามทันที แสดงให้เห็นถึงการใส่ใจลูกค้าและเป็นการบริการลูกค้าที่ยอดเยี่ยม โดยเฉพาะถ้าเป็นดาวน์ลบ ต้องรีบตอบกลับ หรือ ชี้แจงเบื้องต้น ขอเวลาตรวจสอบ และนัดเวลาในการตอบ เป็นการแสดงให้เห็นว่ามีการรับทราบเรื่องแล้ว เพื่อป้องกันการเกิดอคติกับลูกค้าและการ comment ข้างที่รุนแรงมากขึ้น

2.2 ติดตามปัญหาโดยที่ไม่ต้องให้ลูกค้าแจ้งเข้ามา อयरอให้ลูกค้าร้องเรียนปัญหาเข้ามา หากพบว่าข้อร้องเรียนหรือจะมีเหตุใดๆ ที่กระทบต่อการใช้บริการ ให้ประกาศแจ้งต่อสาธารณะในทันทีที่ทราบ

3. ใช้ภาษาที่สุภาพ แสดงถึงความยินดีที่จะพูดคุยกับลูกค้าผ่าน E-mail Facebook หรือ Line และทุกครั้งที่ต้องกลับหาลูกค้า

4. ต้องกล่าวคำขอบคุณ และกล่าวชื่อลูกค้าด้วย ตัวอย่างเช่น ขอขอบคุณ @ชื่อลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าได้รับความรู้สึกที่ดีจากบริการของเรา

5) เปิดใจรับฟัง comment ทั้งด้านบวกและด้านลบทุกครั้งที่มี comment เข้ามา ต้องตั้งใจอ่านข้อความนั้นอย่างระมัดระวัง อย่าใช้อารมณ์เป็นที่ตั้งบาง comment ที่เป็นด้านลบ จำเป็นต้องตรวจสอบต้นเหตุของการเกิดปัญหา ว่าเกิดจากอะไร บกพร่องตรงไหน พยายามหาคำตอบในเชิงแก้ปัญหา

6) ตรวจสอบคำตอบให้ถูกต้องและเหมาะสมทุกครั้งก่อนโพสต์ เนื่องจากเป็นการตอบ comment ต่อสาธารณะ ส่งผลต่อภาพพจน์และภาพลักษณ์ขององค์กร

● Youtube

Youtube เป็นช่องทางที่ผู้ใช้งานสามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอ ซึ่งประโยชน์ของ Youtube นอกจากสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรได้ ยังสามารถจัดทำสื่อเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ให้แก่ผู้เข้าชม เสมือนคลังความรู้สำเร็จรูปที่เราสามารถแบ่งปันในรูปแบบออนไลน์ เราอาจผลิตสื่อที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า เช่น กว่าจะป็นน้ำประปา วิธีประหยัดน้ำ วิธีการตรวจสอบน้ำรั่วภายในบ้าน และวิธีการซ่อมแซมท่อแตกรั่วภายในบ้านด้วยตัวเอง เป็นต้น ทั้งนี้ควรพิจารณาถึงความยาวของเนื้อหาโดยเฉลี่ยไม่ควรเกิน 10 – 15 นาที เพื่อความน่าสนใจ เน้นภาพเคลื่อนไหว มากกว่าการพูดบรรยายตลอดเวลา



11 วิธีประหยัดน้ำอย่างง่าย ๆ กับ กปภ.
การประปาส่วนภูมิภาค มุ่ง มั่น เพื่อปวงชน · การดู 1.5 หมื่น
ครั้ง · 7 ปีที่แล้ว



วิธีตรวจสอบระบบประปาภายในบ้านอย่างง่าย ๆ
การประปาส่วนภูมิภาค มุ่ง มั่น เพื่อปวงชน · การดู 1.2 หมื่น
ครั้ง · 7 ปีที่แล้ว

● Tiktok

Tiktok เป็นโปรแกรมที่ผู้ใช้งานสามารถสร้างวิดีโอขนาดสั้น ความยาวประมาณ 1 - 2 นาที ด้วยวิธีการภายในแอปพลิเคชันที่ง่ายต่อการตัดต่อสามารถใช้ผ่านโทรศัพท์สมาร์ตโฟนก็สามารถถ่ายทำและตัดต่อคลิปวิดีโอได้อย่างสะดวกรวดเร็วและสามารถบันทึกวิดีโอและแชร์ผ่านช่องทางโซเชียลอื่นๆ อีกทั้งยังเหมาะสำหรับการถ่ายทำภาพในแนวตั้งอีกด้วย

เทคนิคการลดความไม่พึงพอใจของลูกค้าร้องเรียนผ่านช่องทาง Social Media

การสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทาง Online มีข้อแตกต่างจากการให้บริการผ่านช่องทางออฟไลน์ ซึ่งลูกค้าอาจเห็นเพียงแค่ตัวอักษร รูปภาพ เท่านั้น ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องทำความเข้าใจในเนื้อหาที่ลูกค้าต้องการสื่อ เพื่อประเมินความรู้สึก ความต้องการ หรือระดับของปัญหาที่ลูกค้าต้องเจอ อันนำไปสู่การสื่อสารกลับได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้

ดังนั้น การสื่อสารกับลูกค้าผ่านสื่อ Social Media สิ่งที่ต้องระมัดระวังและรอบคอบเป็นอย่างยิ่งนั้นคือ ทักษะการใช้ภาษา โดยเฉพาะภาษาเขียน เช่น การตอบข้อร้องเรียนลูกค้า ซึ่ง นอกจากเราต้องแจ้งสาเหตุข้อการเกิดปัญหาในการให้บริการแล้ว ต้องแสดงการขอโทษและความเข้าใจ ห่วงใยลูกค้าที่ได้รับความไม่สบายใจจากการให้บริการของเราด้วย จึงจะสามารถลดระดับความรุนแรงของความไม่พึงพอใจลูกค้าได้ และป้องกันไม่ให้เกิดร้องเรียนซ้ำจากลูกค้ารายอื่นที่อาจกำลังไม่พึงพอใจการให้บริการของเราในขณะนั้นเช่นกัน ดังนั้น หากต้องมีการสอบถามหรืออธิบายข้อมูลเพิ่มเติมที่ค่อนข้างละเอียด ควรสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น การโทรศัพท์ชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติมให้แก่ลูกค้า หรือส่งข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมไปทางอีเมล หรือช่องทางอื่นที่ลูกค้าสะดวก เป็นต้น

นอกจากนี้ การติดตามผลการแก้ไขปัญหาที่มีความสำคัญอย่าลืมติดตามผลว่าการแก้ไขปัญหาเป็นที่พอใจของลูกค้าหรือไม่ซึ่งอาจติดตามทางโทรศัพท์ จดหมาย E-mail Line หรือไปพบลูกค้าเองก็ตาม จะได้ทราบว่าวิธีการของเราได้ผลหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ถ้าไม่ได้ผลเราควรวิธีการที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าต่อไป เพื่อสื่อให้เห็นถึงความใส่ใจในการแก้ปัญหาไม่ละทิ้งลูกค้าซึ่งเราสามารถนำข้อมูลการติดตามผลไปพิจารณาและนำไปสู่การปรับปรุงการจัดการร้องเรียน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าวอีกในอนาคต

สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ผู้ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ในเรื่องที่ลูกค้าร้องเรียนมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างชัดเจน ไม่ควรแจ้งข้อมูลที่ไม่เป็นทางการหรือเป็นการแสดงความคิดเห็น หรือการรับปากแบบพอให้พ้นตัวไป แต่ในความเป็นจริงแล้วทำไม่ได้ รวมทั้งควรเสนอวิธีการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า หากสามารถทำได้ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจในการให้บริการของ กปภ.

การกำหนดประเด็นที่สื่อสารใน Social Media

1. วิเคราะห์ประเด็นที่ต้องการสื่อสาร ให้สอดคล้องกับเป้าหมายในแต่ละครั้ง เช่น ต้องการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ต้องการให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ต้องการสร้างความสัมพันธ์หรือต้องการชี้แจงทำความเข้าใจกับลูกค้า
2. เรียบเรียงข้อมูลในการสื่อสาร โดยกำหนดเนื้อหา Content ระยะเวลาในการเผยแพร่รูปแบบองค์ประกอบ เช่น รูปภาพหรือกราฟิก ประกอบข้อความการสื่อสาร
3. สร้างรูปแบบของเนื้อหาในการสื่อสาร เช่น เนื้อหาที่หน่วยงานต้องการเผยแพร่ (Public Content) เนื้อหาที่เกี่ยวกับการชี้แจงการอธิบายเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง มักใช้เมื่อมีสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรหรือได้รับการร้องเรียน และเนื้อหาที่ป้องกันความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนต่อองค์กร หรือต้องการแจ้งเรื่องที่กระทบกับพฤติกรรมของลูกค้า เช่น การทำขั้นตอนการชำระค่าบริการผ่าน Application เป็นต้น



การวัดประสิทธิภาพการเข้าถึงและความสนใจของลูกค้าผ่าน Social Media

1. เชิงปริมาณ ได้แก่ จำนวนผู้ติดตาม (Follower) จำนวนผู้ชม (Viewer) จำนวนผู้กด (Like) จำนวนผู้แชร์ (Shared) จำนวนผู้แสดงความคิดเห็น (Comment) ทั้งด้านบวกและด้านลบ เป็นต้น
2. เชิงคุณภาพ ได้แก่ การบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร การได้รับภาพลักษณ์ที่ดี เป็นต้น

ข้อควรจำในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

- เมื่อ Post เรื่องราวใดไปใน Social Media จะต้องติดตาม Feedback / Response อย่างสม่ำเสมอ
- การนำเสนอเนื้อหาใน Social Media ต้องใช้ความระมัดระวัง เพราะถือเป็นโอกาสและความเสี่ยง
- หากมีคนกล่าวชมเชยให้ขอบคุณภายใน 1 วัน หากคนตำหนิ/ร้องเรียนให้ตอบสนองโดยเร็วที่สุด
- กำหนดกิจกรรมสำหรับลูกค้าหรือผู้ติดตามที่ให้ Feedback / Response ใน Social Media อย่างสม่ำเสมอ
- สร้าง Content ที่กระตุ้นให้คนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นหรือต้องการที่จะบอกต่อ
- สื่อสารให้เหมือนมนุษย์ธรรมดาทั่วไป ไม่ใช่องค์กร คือ เน้นการสื่อสารที่เป็นมิตรและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม



11. เทคนิคการให้บริการข้อมูลข่าวสารในช่องทางต่าง ๆ

การสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต้องมีความรู้และทักษะการสื่อสารทั้งการพูด การเขียน และการแสดงออกทางกายด้วยท่าทางต่าง ๆ ที่มีต่อลูกค้า ที่สำคัญคือต้องมีสติและความอดทนต่อสภาวะกดดันต่าง ๆ เช่น การร้องเรียนของลูกค้าที่อาจมีอารมณ์ร่วมด้วย ซึ่งเราสามารถส่งมอบบริการที่น่าประทับใจด้วยเทคนิคการให้บริการข้อมูลข่าวสารในช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

1. ช่องทางการสื่อสารผ่านโทรศัพท์ เช่น โทรศัพท์ไปที่สำนักงาน กปภ.สาขา กปภ.เขต และ PWA Contact Center 1662 เป็นต้น

การให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ ควรพูดด้วยถ้อยคำที่เหมาะสมน่าฟัง สุภาพ อ่อนโยนและนุ่มนวล ตั้งใจรับฟัง มีค่าน้ำใจทุกครั้ง เช่น ครับ/คะ โดยมีเทคนิคง่าย ๆ คือ ให้ยิ้มทุกครั้งที่สนทนาทางโทรศัพท์กับลูกค้า หรือหากกระจกตั้งโต๊ะเล็ก ๆ มาวางไว้ใกล้โทรศัพท์เวลารับสายลูกค้าก็ให้ส่งกระจกและคอยสังเกตสีหน้าอารมณ์ของตัวเองไปด้วย ซึ่งเทคนิคเหล่านี้จะช่วยทำให้น้ำเสียงดูอ่อนโยน ไม่แข็งกระด้าง หากลูกค้ามีประเด็นสอบถามหรือเรื่องเล่ายาวควรหาจังหวะในการตอบรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้ว่าเราตั้งใจรับฟังลูกค้าอยู่ ทั้งนี้ หากมีประเด็นที่ไม่เห็นด้วยกับลูกค้าไม่ควรโต้แย้งหรือพูดแทรกทันที แต่ควรรอและชี้แจงในจังหวะที่เหมาะสม ระหว่างนั้นควรจดบันทึกประเด็นคำถามและวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหาหรือประเด็นที่ไม่เห็นด้วยกับลูกค้า รวมถึงไม่ตอบคำถามด้วยการย้อนถามลูกค้าหรือใช้คำถามที่อาจทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจมากขึ้น

2. ช่องทางการให้บริการลูกค้าแบบเผชิญหน้าหรือ Face to Face เช่น ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ติดต่อหรือแจ้งเรื่องร้องเรียนที่สำนักงานหรือผ่านเจ้าหน้าที่

การให้บริการติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้คือการเผชิญหน้าโดยตรงระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ ซึ่งจะทำให้ทั้งสองฝ่ายสามารถมองเห็นทุกการกระทำ ท่าทางและอารมณ์ที่แสดงออก โดยเทคนิคที่เราต้องใช้ คือ ต้อนรับด้วยรอยยิ้มและกล่าวทักทายด้วยคำว่า “สวัสดีครับ/สวัสดีค่ะ” พร้อมแสดงความกระตือรือร้นและเต็มใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ตั้งใจรับฟังและสบตาลูกค้าในขณะที่สนทนามีรอยยิ้มให้ลูกค้าเพื่อบ่งบอกถึงความตั้งใจที่ดีให้บริการ รวมถึงให้เกียรติลูกค้าด้วยการควบคุมกิริยาท่าทาง อารมณ์ การใช้คำพูดให้เหมาะสมพร้อมสังเกตอารมณ์ของลูกค้าให้มีความรู้สึกที่ดีในระหว่างที่ได้รับการบริการ

3. ช่องทางการให้บริการผ่านทาง E-mail FACEBOOK และ LINE

3.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสารหรือติดต่อสื่อสารผ่านช่องทาง E-mail นั้นส่วนใหญ่มักเป็นเอกสารหรือลายลักษณ์อักษร ดังนั้นจึงควรใช้ภาษาและคำศัพท์ที่สุภาพเป็นทางการ และสร้างความรู้สึกลงในเชิงบวก รวมถึงควรเพิ่มความระมัดระวังในการใช้ภาษาให้มากเป็นพิเศษ ข้อมูลที่จะต้องตรวจสอบให้ถูกต้องตามกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เพราะการสื่อสารที่เป็นเอกสารหรือลายลักษณ์อักษรเป็นข้อมูลที่สามารถนำมาอ้างอิงและใช้เป็นหลักฐานได้ เทคนิคที่ควรใช้คือ ควรร่างเอกสารหรือข้อความแล้วส่งให้ผู้บังคับบัญชาตรวจสอบแก้ไขก่อนส่งทุกครั้ง เพื่อป้องกันความผิดพลาด

3.2 การให้บริการข้อมูลข่าวสารหรือติดต่อสื่อสารผ่านช่องทาง FACEBOOK และ LINE จะต้องระมัดระวังและรอบคอบ และควรใช้ภาษาสุภาพ กระชับ และเข้าใจง่าย เนื่องจากช่องทางนี้เป็นสื่อกลางที่สามารถเผยแพร่และเข้าถึงคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว **เทคนิคในการให้บริการ** ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางนี้คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลข่าวสารหรือโพสต์ข้อมูลต่าง ๆ ต้องมีความรู้และทักษะในการใช้ภาษาด้านการเขียนเพื่อการสื่อสาร เหมือนกับช่องทาง E-mail แต่อาจลดระดับความเป็นทางการของภาษาเขียนลงได้ ทั้งนี้ ก่อนจะโพสต์หรือส่งข้อมูลต้องให้ผู้บังคับตรวจสอบแก้ไขก่อนทุกครั้ง

ข้อควรคำนึงในการโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือเนื้อหาอื่น ๆ ผ่านช่องทาง Facebook หรือส่งข้อมูลผ่าน Line ขององค์กรทุกครั้ง ต้องนึกอยู่เสมอว่า Facebook หรือ Line เปรียบเสมือนหน้าบ้านของเรา ดังนั้น เราต้องทำหน้าบ้านของเราให้น่าสนใจ อบอุ่นเป็นกันเอง พร้อมให้บริการอยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กรของเรา โดยการโพสต์ข้อความหรือรูปภาพใด ๆ ควรสื่อถึงภารกิจหน้าที่ขององค์กร ประโยชน์ที่ลูกค้า ชุมชน หรือประเทศชาติจะได้รับ เช่น การสนับสนุนน้ำประปาช่วยเหลือภัยแล้ง การสนับสนุนน้ำดื่มหรือสิ่งของจำเป็นให้แก่โรงพยาบาลสนาม กิจกรรมปลูกป่าสร้างฝายปล่อยพันธุ์ปลาเทคนิคในการตรวจสอบท่อแตกท่อรั่วภายในบ้านด้วยตนเอง ทั้งนี้ **ไม่ควรโพสต์ข้อความหรือรูปภาพที่ไม่สำคัญหรือไม่ส่งผลกระทบ** ต่อภาพลักษณ์ขององค์กร เช่น กิจกรรมจัดงานวันเกิด กิจกรรมสังสรรค์ต่าง ๆ เป็นต้น

ตัวอย่างการโพสต์ข้อมูลใน Facebook ที่ถูกต้องน่าสนใจ



12. ภาษาอังกฤษสำหรับการให้บริการ

1. Customer Service Step By Step: ขั้นตอนการบริการลูกค้า

- 1) Introduction & Greeting : แนะนำตัว & ทักทาย
- 2) Determining Needs & Meeting Needs : สอบถามความต้องการ
- 3) Apologizing & Showing Empathy : กล่าวขอโทษ , แสดงความเห็นใจ
- 4) Taking Responsibility & Offering Solutions : แสดงความรับผิดชอบเสนอแนะแนวทาง , แก้ไขปัญหา

1) กล่าวทักทาย (Greeting)

- Hello, this is PWA.
- PWA, Good Morning.

แสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดิฉัน/ผม ยินดีที่ได้ช่วยเหลือคุณ	I'd be happy to help you with that.
ดิฉัน/ผม ยินดีที่ได้ดูแลคุณ	I'd love to take care of that for you.
แน่นอน, ดิฉัน/ผม จะดูแล / จัดการให้	Sure, let me help with that.

2) สอบถามความต้องการ (Determining Needs & Meeting Needs)

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
คุณมีอะไรให้ฉันช่วยไหม?	Can I help you?
	May I help you?
	What can I do for you?
	How can I help you today?
	Is there anything I can do for you?



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 76 ของ 149

ขอตรวจสอบก่อนจะดำเนินการต่อ

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
กรุณาถือสายรอสักครู่ดิฉัน/ผมขอตรวจสอบข้อมูล	I will check. Just a moment, please.
- ดิฉัน/ผม จะติดต่อกลับคุณโดยเร็วที่สุด - ดิฉัน/ผม จะติดต่อกลับคุณภายในครึ่งชั่วโมง - ดิฉัน/ผม จะติดต่อกลับคุณภายใน ... นาที - ดิฉัน/ผม จะติดต่อกลับคุณอีกสักครู่	- I will call you back as soon as possible . - I will call you back in half an hour . - I will call you back in ... minutes . - I will call you back in a few minutes .
ดิฉัน/ผม ขอประสานงานกับเจ้าหน้าที่เพื่อตรวจสอบข้อมูลและจะติดต่อกลับคุณในภายหลัง	I will inform you after checking with <u>my staff</u> / <u>my team</u>
ดิฉัน/ผม ขอทราบที่อยู่ของคุณได้ไหม?	- May I have your address please? - Can I have your address please? - Could I have your address please?
ดิฉัน/ผม ขอทราบที่เบอร์โทรศัพท์ของคุณได้ไหม?	- May I have your phone number please? - Can I have your phone number please? - Could I have your phone number please?
ดิฉัน/ผม จะส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปตรวจสอบ	I will send <u>staff</u> / <u>someone</u> / <u>my team</u> to take a look.
ดิฉัน/ผม จะส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปตรวจสอบบริเวณบ้านของคุณ / ในพื้นที่	I will send someone to take a look at <u>your home</u> / <u>the location</u> / <u>the scene</u> .

3) การแสดงความเห็นอกเห็นใจ (Showing empathy)

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดิฉัน/ผม เข้าใจคุณ	I understand.
ดิฉัน/ผม ก็รู้สึกเช่นเดียวกันกับคุณ	I would feel the same way.
ดิฉัน/ผม เข้าใจว่าทำไมคุณถึงรู้สึกไม่สบายใจ	I can understand why you are upset.
ดิฉัน/ผม เข้าใจว่าทำไมคุณถึงไม่พอใจ	I can understand why you are not happy.
ดิฉัน/ผม เข้าใจถึงความลำบากของคุณ	I understand how difficult this must be.

การกล่าวขอภัยลูกค้ำ/ขอโทษ (Apologize)

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดิฉัน/ผม ขอภัยในความไม่สะดวก	I'm terribly sorry for this inconvenience.
ดิฉัน/ผม ขอภัยสำหรับปัญหาในเรื่อง	I apologize for the problem with
ดิฉัน/ผม ขอภัยสำหรับความผิดพลาดของเรา	I sincerely apologize for our mistake.



4) การแสดงความรับผิดชอบ (Taking Responsibility)

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดูเหมือนว่าเราจะมีเข้าใจผิด	There seem to be a misunderstanding.
ดิฉัน/ผม เกรงว่าเราจะไม่ได้รับอีเมลของคุณ	I'm afraid we have overlooked your email.
ดูเหมือนว่าจะมีเหตุขัดข้องทางเทคนิค/ช่างของเรา ดำเนินการผิดพลาด	It looks like our technician has made a mistake.

เสนอแนวทางแก้ไข (Offering Solution)

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดิฉัน/ผม จะแก้ไขปัญหาของคุณให้ทันที	I will take care of this problem immediately for you.
ดิฉัน/ผม จะติดต่อกลับหาคุณเพื่อชี้แจงข้อมูล ในอีก นาที	I will call you back in minutes with an answer.
ปัญหาดังกล่าวจะแก้ไขเสร็จตอน 5 ทุ่มของวันนี้	This problem should be fixed by 5 pm. Today.

2. ปัญหาเรื่องเรียนที่อาจพบบ่อย

ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ
ดิฉันส่งอีเมลไปที่หน่วยงานของคุณ 3 ครั้งแล้ว แต่ยังไม่ได้รับการติดต่อกลับ	I have sent 3 emails to your customer service department and I have not received a response.
ฉันรอสายนาน 10 นาทีแล้ว	I was on hold for 10 minutes.
ฉันยังไม่ได้รับใบแจ้งหนี้เดือนนี้	I never received my bill for this month.
บ้านของฉันน้ำไหลอ่อน	The water pressure in my house is very low.
ท่อน้ำหน้าบ้านของฉันรั่ว	The pipe outside my house is leaking.
เมื่อวานนี้เจ้าหน้าที่แจ้งว่าจะติดต่อกลับตอนนี้พวก เขายังไม่ติดต่อกลับมาเลย	An agent said they were going to call me back yesterday and they haven't called yet.



ตัวอย่างปัญหาร้องเรียนที่พบบ่อย

A: I have some question about your service. (ดิฉันมีคำถามเกี่ยวกับการให้บริการของคุณ)

B : Sure , I'd be help you with that . (ค่ะ/ครับ, คุณต้องการให้ดิฉัน/ผมช่วยเรื่องใดค่ะ/ครับ)

ตัวอย่างการตอบชี้แจงกรณี รอน้ำประปาเต็มระบบ

Dear Customer,

We would like to apologize for your inconvenience from running out of water due to outage. Now pumping system is running normally and we're under the process of tap water delivery which some communities of high areas will be affected a little bit longer than normal area.

3. PWA Vocabulary

คำศัพท์	ความหมาย	คำศัพท์	ความหมาย
Address	ที่อยู่	Experience	ประสบการณ์
Anger	โกรธ	Face-to-face	ตัวต่อตัว
Anything else	อื่น ๆ	Fault	ความผิด
Apologize	ขอโทษ	Friendly	เป็นมิตร
Appropriate	เหมาะสม	Greeting	การทักทาย
Area, Site	พื้นที่	Happen	เกิด
Assist	ช่วยเหลือ	Hold on	ถือสาย
Assure	ทำให้มั่นใจ	Immediately	ทันทีทันใด
Burst	ระเบิด	Impression	ความประทับใจ
Calm	ใจเย็น	Inconvenience	ไม่สะดวก
Chlorine	คลอรีน	Inform	แจ้ง
Check	ตรวจสอบ	Inspection	การตรวจสอบ
Comfortable	สะดวกสบาย	Invoice	ใบแจ้งหนี้
Complaint	การร้องเรียน	Involve, include	เกี่ยวข้อง
Concern	ห่วงใย	Leak	รั่ว
Deal with	จัดการ	Listen	ฟัง
Difficult	ยาก	Low pressure	แรงดันต่ำ
Dirty	สกปรก	Mistake, Error	ความผิดพลาด
Drip	หยด	Murky	ขุ่น
Empathy	ความเห็นอกเห็นใจ	Negative	ด้านลบ
Expensive	แพง	Offer	เสนอ



3. PWA Vocabulary (ต่อ)

คำศัพท์	ความหมาย	คำศัพท์	ความหมาย
Payment channel	ช่องทางการชำระเงิน	Salty	เค็ม
Payment	การจ่ายเงิน	Satisfy	ทำให้พอใจ
Pipe	ท่อ	Seat	ที่นั่ง
Please	ได้โปรด	Serve	บริการ
Polite	ยินดี	Sincere	จริงใจ
Positive	ด้านบวก	Smell	มีกลิ่น
Problem	ปัญหา	Solve	แก้
Receipt, Bill	ใบเสร็จรับเงิน	Sometimes	บางครั้ง
Receive	ได้รับ	Take care	ดูแล
Refund	คืนเงิน	Transfer	โอน ส่งต่อ
Request	ขอร้อง	Trust	เชื่อมั่น
Response	คำตอบ	Understand	เข้าใจ
Responsibility	ความรับผิดชอบ	Upset	หงุดหงิด เสียใจ
Result	ผลลัพธ์	Water Quality	คุณภาพน้ำ
Rude	หยาบคาย	Water shut-off	น้ำหยุด น้ำไม่ไหล
Rusty	ชุ่นแดงเป็นสนิม		

13. ข้อควรระวังที่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ

สำหรับสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจจนนำไปสู่การเกิดข้อร้องเรียนมาจาก 4 สาเหตุใหญ่ ๆ ดังนี้

1. สาเหตุมาจากพนักงานผู้ให้บริการ

- 1.1 พนักงานพูดจาไม่สุภาพ มองลูกค้าด้วยหางตา ไม่สนใจลูกค้า
- 1.2 ให้บริการล่าช้า ไม่ได้รับบริการทันที เช่น ขณะที่ให้บริการก็มีการทำงานอื่นหรือพูดคุย กับเพื่อนร่วมงาน แต่งหน้าต่อหน้าลูกค้า
- 1.3 เกิดความผิดพลาดขณะที่ให้บริการ เช่น การเขียนชื่อลูกค้าผิด เสียเวลาในการแก้ไข
- 1.4 ได้รับการสื่อสารจากพนักงานไม่ตรงกัน
- 1.5 บริการไม่ยุติธรรม พนักงานปล่อยให้ลูกค้ารายอื่นแซงคิวลูกค้าที่กำลังรอรับบริการอยู่
- 1.6 พนักงานไม่มีความรู้ เมื่อลูกค้าสอบถาม พนักงานก็ไปสอบถามจากเพื่อนทุก ครั้ง ไม่สามารถให้คำตอบได้ด้วยตัวเอง

2. สาเหตุมาจากตัวสินค้า/บริการ

- 2.1 สินค้าหรือบริการไม่ดี ไม่มีคุณภาพ ซึ่งไม่ตรงกับการโฆษณา ที่ลูกค้า รับรู้
- 2.2 ขั้นตอนการบริการหลายขั้นตอน ทำให้เกิดความล่าช้าในการ รอคอย ทั้งด้านเอกสารและการขออนุมัติจากผู้บริหาร
- 2.3 มีแต่เครื่องบริการอัตโนมัติ หากตัวผู้ให้บริการไม่ได้ในการเกิดปัญหา กับลูกค้า

3. สาเหตุมาจากตัวลูกค้า

- 3.1 มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพนักงานให้บริการ เช่น เกลียดชังหน้าพนักงาน ซึ่งทำให้การบริการไม่ดีในการรับรู้ของลูกค้า
- 3.2 มาจากนิสัยส่วนตัวของลูกค้าที่ชอบร้องเรียน ซึ่งในกรณีนี้ลูกค้าอาจจะลอง ทดสอบการให้บริการหรือทดสอบการรับข้อร้องเรียนจากองค์กร

4. สาเหตุมาจากปัจจัยอื่น ๆ

- 4.1 คู่แข่งขันมีบริการที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ลูกค้าได้ใช้
- 4.2 อัตราการให้บริการของคู่แข่งนั้นถูกกว่าเมื่อลูกค้าตรวจสอบพบในภายหลัง



14. Service Mind

ทุกองค์กรต่างให้ความสำคัญกับการให้บริการ (Service) เป็นอย่างยิ่ง ตลอดจนค้นหากลยุทธ์ต่าง ๆ มาพัฒนาให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ ซึ่งทำให้เกิดเป็น ภาวลักษณะที่ดีขององค์กร ดังนั้น หลายองค์กรจึงถือหลักการการให้บริการที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการทุกคน โดยปลูกฝังให้ทุกคนภายในองค์กรมีหัวใจบริการ (Service Mind) เป็นหลักยึดสำหรับสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้ให้บริการทุกคน

1. การบริการ (Service) เป็นกระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้า เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ดังนั้น การบริการที่ดีสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ ซึ่งเป็นการสร้างภาวลักษณะที่ดีให้แก่องค์กร

การสร้างบริการที่ดี ประกอบด้วย

- S = Smile ยิ้มแย้ม
- E = Enthusiasm มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ
- R = Repidness ความรวดเร็ว ครบถ้วน มีคุณภาพ
- V = Value ให้บริการอย่างมีคุณค่า
- I = Impression ความประทับใจ
- C = Courtesy บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติลูกค้า
- E = Endurance มีความอดทนและเก็บอารมณ์

คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี ประกอบด้วย คุณลักษณะทางกาย คุณลักษณะทางวาจา และคุณลักษณะภายในใจ ดังนี้

1) **คุณลักษณะทางกาย** เป็นด้านแรกของการให้บริการเพราะลูกค้าจะสัมผัสเราโดยการมองเห็นก่อน ดังนั้น เราต้องมีการแสดงออกที่เหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดีทั้งภายนอกและภายใน เช่น แต่งกายสะอาดเหมาะสมกับกาลเทศะ หน้าตาสดใส กิริยาสุภาพ ยิ้ม ไหว้หรือทักทาย นอกจากนั้นต้องวางตัวเป็นมิตร เปิดเผย จริงใจสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างกระตือรือร้น แสดงความเต็มใจที่จะให้บริการ เป็นต้น

2) **คุณลักษณะทางวาจา** เป็นคุณลักษณะที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ต้องใช้ถ้อยคำชวนฟัง น้ำเสียงไพเราะชัดเจน พูดมีหางเสียง มีคำขานรับเหมาะสม กล่าวต้อนรับและสอบถามว่าจะให้ช่วยบริการอย่างไร พูดแต่น้อยฟังให้มาก ไม่พูดแทรก ไม่กล่าวคำตำหนิ อาจพูดทวนย้ำสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการต้องการให้เขาฟังเพื่อความเข้าใจตรงกัน พูดให้เกิดประโยชน์ต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ ไม่พูดมากจนเกินจริง เป็นต้น

3) **คุณลักษณะภายในใจ** สูดยอดของการให้บริการก็คือบริการด้วยหัวใจ ต้องทำจิตใจให้เบิกบานแจ่มใส ยินดีที่จะต้อนรับ ไม่รู้สึกขุ่นเคืองที่จะต้องรับหน้าหรือพบปะกับคนแปลกหน้าที่ไม่คุ้นเคยกันมาก่อน แต่มาเรียกร้องต้องการนั้น ต้องการนี้ ไม่ปล่อยให้จิตใจหม่นหมอง ใจลอยขาดสมาธิในการทำงาน เศร้า ซึม เปื่อหน่ายหรือเซ็ง

การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้วยหลักการ 10S

1) **S – Smooth** หมายถึง อารมณ์ของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการที่ดีควรมีอารมณ์มั่นคง สม่่าเสมอ แม้ขณะที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะแสดงอารมณ์เสียใส่ ผู้ให้บริการก็ควรพยายามข่มใจไม่แสดงอารมณ์ที่ไม่ดีตอบโต้กลับไป

2) **S – Smile** หมายถึง การบริการด้วยรอยยิ้ม ผู้บริการที่มีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส ไม่บูดบึ้งเมื่อมีลูกค้าหรือผู้มาติดต่อขอรับบริการ จะสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มารับบริการ

3) **S – Speak** หมายถึง การพูดจาดี น้ำเสียงการพูดจาไพเราะ มีสัมมาคารวะ เนื่องจากการบริการจะต้องเจอกับบุคคลที่มีความต้องการที่หลากหลาย บางครั้งลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นบุคคลเจ้าอารมณ์ พูดจาไม่สุภาพหรือขาดสัมมาคารวะพูดจาไม่น่าฟัง แต่ผู้ให้บริการจำเป็นจะต้องใจเย็นและพูดจาให้ไพเราะน่าฟัง

4) **S – Small** หมายถึง ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติตนด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่อวดอ้างว่าตัวเองเป็นใหญ่หรือเป็นผู้มียศมีตำแหน่งงานที่ดีกว่า มีความรู้มากกว่าลูกค้าหรือผู้มารับบริการ แต่ควรยินดีและเต็มใจให้บริการ

5) **S – Smart** หมายถึง ผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพที่ดีสง่างามจะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการตั้งแต่แรกเห็น

6) **S – Special** หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้รับบริการ โดยจะต้องปฏิบัติให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรู้สึกเสมือนว่าเป็นบุคคลพิเศษ

7) **S – Spirit** หมายถึง ผู้ให้บริการต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ยอมเป็นผู้รับฟังที่ดี

8) **S – Speed** หมายถึง การให้บริการด้วยความรวดเร็ว เนื่องจากการให้บริการที่เป็นไปด้วยความรวดเร็ว สามารถประหยัดเวลาในการให้บริการและผู้ให้บริการสามารถให้บริการแก่บุคคลอื่นได้จำนวนมากขึ้น และที่สำคัญลูกค้าหรือผู้รับบริการไม่ต้องเสียเวลาในการคอยรับบริการ

9) **S – Super** หมายถึง การให้บริการที่มากกว่า มากกว่าในที่นี่หมายถึงการให้บริการที่มากกว่าสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการคาดหวังหรือคาดคิด

10) **S – Save** หมายถึง การประหยัด ประหยัดในที่นี้หมายถึงการประหยัดเวลาในการดำเนินการให้บริการ และการประหยัดวัสดุของหน่วยงาน เนื่องจากการให้บริการบางครั้งจำเป็นต้องใช้วัสดุภายในหน่วยงาน เช่น ใช้เอกสาร การถ่ายเอกสาร หากผู้ให้บริการให้บริการด้วยความแม่นยำ ถูกต้องตามขั้นตอนในครั้งเดียวจะช่วยประหยัดค่าวัสดุภายในสำนักงานและประหยัดเวลาได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ทุกครั้งก่อนที่เราจะส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้น เราต้องรู้ว่าลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความต้องการหรืออยากได้รับการบริการแบบใด และทำอะไรเราถึงจะเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างแท้จริง ตลอดจนเรามีวิธีรับมือกับอารมณ์ของลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างไร ดังนั้น จึงได้รวบรวมความต้องการพื้นฐาน การเข้าใจ การรับมือกับอารมณ์ของลูกค้าหรือผู้รับบริการ มาฝากกัน

ความต้องการพื้นฐานของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

- ลูกค้าหรือผู้รับบริการอยากได้รับการต้อนรับ
- ลูกค้าหรือผู้รับบริการอยากได้รับการให้ความสำคัญ
- ลูกค้าหรือผู้รับบริการอยากได้รับความเข้าใจ/เห็นใจ
- ลูกค้าหรือผู้รับบริการอยากได้รับการปฏิบัติต่อที่ซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา
- ลูกค้าหรือผู้รับบริการอยากติดต่อกับคนที่มีความรู้ความสามารถให้คำปรึกษาตัดสินใจได้ ช่วยเหลือได้

การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างแท้จริง

- การเตรียมความพร้อมในการให้บริการ
- กระตือรือร้น ให้บริการตั้งแต่ก้าวแรกที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการเข้ามาหาเรา
- แสดงให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรู้สึกว่ามีตัวตน
- แสดงให้เห็นว่าเราเข้าหาได้ง่าย พูดคุยได้อย่างสบายใจ
- สังเกตและจดจำรายละเอียดของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้

การรับมือกับอารมณ์ของลูกค้าหรือผู้รับบริการด้วย “PLEASE”

P = Pause หยุด

L = Listen ฟัง

E = Empathy แสดงความเข้าใจและเห็นใจ

A = Apologize กล่าวคำขอโทษ

S = Solution หาทางแก้ไขหรือให้ทางเลือก

E = Elaborate อธิบายแนวทางการแก้ปัญหาหรือทางเลือกเพิ่มเติม เช่น ใครทำอะไร เมื่อไร อย่างไร

ข้อเสนอแนะ

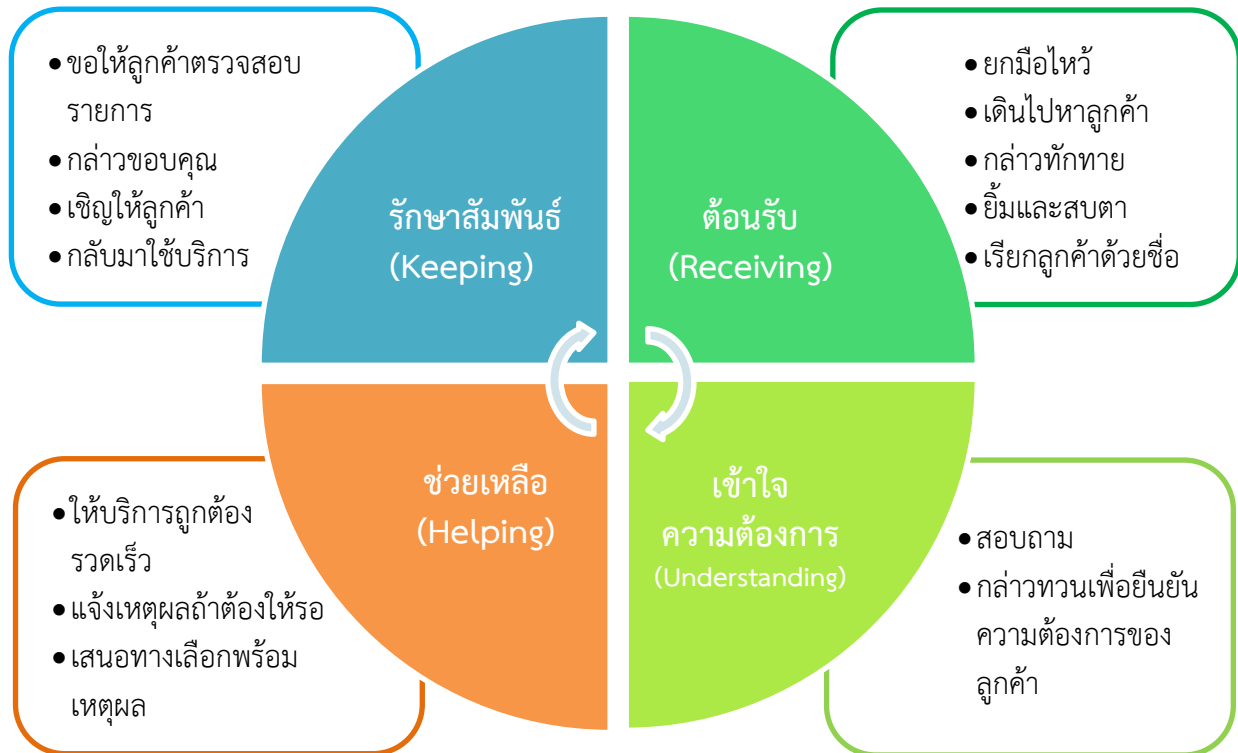
- แสดงความเข้าใจ ไม่ใช่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย
- หลีกเลี่ยงคำว่า “ไม่” ถ้าเป็นไปได้เปลี่ยนเป็น “ได้...ถ้า”
- ชื่อเวลา...บริหารความคาดหวัง
- กล่าวคำขอโทษ/ขอบคุณ

มาตรฐานการบริการเบื้องต้น คือ “ทักทาย” และ “กล่าวลา” เป็นสองช่วงเวลาที่สำคัญที่สุด

วิธีสร้างความประทับใจลูกค้า

- 1) จับต้องได้ รับรู้ถึงควมมีตัวตน (Tangible)
 - ความเป็นมืออาชีพ
 - ความทันสมัย
 - ความสะอาด
- 2) มีมาตรฐาน สม่ำเสมอ ไว้วางใจได้ (Reliability)
 - ให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้ และตรงต่อเวลา
 - แสดงให้เห็นความน่าเชื่อถือ
 - ตรงตามความต้องการของลูกค้า
 - เป็นไปตามเวลาที่ได้แจ้งลูกค้า
- 3) ตอบสนองได้ตามปรารถนา (Responsive)
 - การบริการที่รวดเร็ว
 - มีความยินดีที่จะบริการ
 - มีความพร้อมที่จะให้บริการ
- 4) มีความรู้ในงานและคอยเอาใจใส่มั่นใจ เชื่อถือได้ (Assurance)
 - ความสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า
 - ทำให้รู้สึกไว้วางใจเมื่อลูกค้ามาติดต่อ
 - สุภาพอ่อนน้อม
 - มีความรู้ในงานที่ให้บริการ
- 5) รู้ใจและมีความเข้าใจในลูกค้า (Empathy)
 - ให้ความสนใจลูกค้า และความเป็นกันเอง
 - ให้บริการอย่างเอาใจใส่
 - ถือผลประโยชน์ลูกค้าเป็นใหญ่
 - เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

วงจรบริการลูกค้า



2. การมีหัวใจบริการ (Service Mind) เป็นการให้บริการที่ดีมีคุณภาพและใส่ใจในการบริการลูกค้า และเป็นหลักยึดถือปฏิบัติสู่การบริการที่เป็นเลิศ ซึ่งประกอบด้วย 11 ปัจจัย ดังนี้

- | | |
|---------------------|---|
| 1) S = Smile | ยิ้มแย้ม |
| 2) E = Enthusiasm | มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ |
| 3) R = Repidness | มีความรวดเร็ว ครบถ้วน มีคุณภาพ |
| 4) V = Value | ให้บริการอย่างมีคุณค่า |
| 5) I = Impression | ความประทับใจ |
| 6) C = Courtesy | บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติลูกค้า |
| 7) E = Endurance | มีความอดทนและเก็บอารมณ์ |
| 8) M = Make believe | มีความเชื่อในการให้บริการของตนเอง |
| 9) I = Insist | ยืนยัน/ยอมรับที่จะให้บริการลูกค้าผู้รับบริการ |
| 10) N = Necessitate | การให้ความสำคัญต่อลูกค้าและบริการ |
| 11) D = Devote | อุทิศตนเพื่อการบริการ |



โดยสรุปจะเห็นว่า การให้ความสำคัญกับการให้บริการนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการให้บริการที่ดี สร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้นเปรียบเสมือนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรด้วย แต่การให้บริการที่ดีจะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่ได้รับความร่วมมือจากลูกค้าหรือผู้รับบริการ และผู้ให้บริการต้องเป็นผู้ที่มีหัวใจบริการหรือ Service Mind เป็นสำคัญ ท้ายที่สุดผู้ให้บริการเป็นกลไกสำคัญที่สุดที่จะต้องพัฒนาบุคลิกภาพและทัศนคติที่ดีโดยเฉพาะการมีจิตสำนึกในการรับบริการให้บริการ เพื่อ “มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการ...”

ทัศนคติ คือ จุดเริ่มต้นของการบริการที่ดี

ทัศนคติ คือ ระดับของความรู้สึกนึกคิดที่เกี่ยวข้องกับภาวะทางจิตใจของบุคคลที่มีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น และต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมหรือแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งอยู่ในรูปแบบของการสนับสนุนหรือคัดค้านก็ได้

ทั้งนี้ ทัศนคติของบุคคลอาจจะถูกเปลี่ยนแปลงได้ง่าย หากขาดการคิดไตร่ตรองอย่างรอบคอบ และเมื่อทัศนคติถูกเปลี่ยนแปลงได้โดยง่ายจากการเปิดรับสื่อหรือข้อมูลข่าวสารที่ขาดการไตร่ตรอง ย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น การมีทัศนคติที่ดีจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ผู้ทำหน้าที่ให้บริการประสบความสำเร็จในการบริการได้

จริงใจที่ว่า “ลูกค้าถูกเสมอ” “ลูกค้าคือพระเจ้า”

ทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับลูกค้าคือ

- ลูกค้าอาจไม่ถูกเสมอ แต่ลูกค้าสำคัญ
- ลูกค้าจ่ายเงินแล้ว อยากรได้สิ่งที่ดีที่สุด
- ถ้าเราดูแลลูกค้าไม่ดี มีคนอื่นพร้อมที่จะดูแลเขาแทนเราทันที
- ลูกค้าแต่ละคนไม่เหมือนกัน

อุปสรรคที่ทำให้การบริการไม่ได้มาตรฐาน คือ

1. อารมณ์ => ตอบสนองตามสิ่งเร้า ความรู้สึก หรือสถานการณ์
2. ความคิด => วิธีการที่เรารับรู้ มองเห็น เข้าใจสิ่งต่าง ๆ คิดไม่เหมือนกันเพราะการเรียนรู้รับรู้ ประสบการณ์ต่างกัน

ดังนั้น การจัดการอุปสรรคในงานบริการที่เราเลือกได้ คือ

1. กรอบความคิด => มองโลกอย่างที่มีมันเป็นจริง โดยไม่ใช้ความคิดของเราไปตัดสินลูกค้า
2. อารมณ์ => เราต้องบริหารจัดการอารมณ์ของตัวเอง โดยใช้หลัก หยุด - คิด - เลือก - ทำ

หยุด => หยุดอย่าเพิ่งรีบตัดสินใจเชื่อในทันที

คิด => คิดก่อนว่าสิ่งนั้นดีหรือไม่

เลือก => เลือกในสิ่งที่ถูกต้อง ข้อมูลหรือวิธีที่ถูกต้อง

ทำ => เมื่อหาข้อมูลที่ต้องการได้แล้วค่อยตัดสินใจลงมือทำ

เทคนิคการสร้างทัศนคติเชิงบวกในการให้บริการ

- 1) ทัศนคติเป็นทางเลือก เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เข้ามาล้วนมีเหตุมีที่มา เพียงแต่เราอาจไม่ทันคิดถึง เมื่อเจอเหตุการณ์นั้นกับตัวเอง หากเราตระหนักว่าเราสามารถที่จะเลือกมุมมอง ทั้งแง่ดีและแง่ที่เป็น ประสพการณ์ เราก็จะสามารถสร้างบริการที่ดีได้
- 2) ทัศนคติของเราบอกการกระทำของเรา การตอบสนองต่อสิ่งที่เข้ามากระทบเกิดจากการที่เราหยิบเอาความเชื่อ ความรู้ ประสพการณ์ และคุณค่าของเรากับเหตุการณ์นั้นขึ้นมาเปรียบเทียบ เพื่อสร้างชุดความรู้และตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เข้ามาในนั้น หากมุมมอง หรือ ประสพการณ์ที่เราเจอกับ เหตุการณ์นั้นเป็นเชิงลบ การตอบสนองของเราโดยธรรมชาติก็จะเป็นไปตามความคิด ความรู้สึกของเราในขณะนั้น ดังนั้น หากเราต้องการที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าในรูปแบบใหม่ เราต้องเปลี่ยน มุมมองของเราต่อสิ่งนั้น การสร้างทัศนคติเชิงบวกจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้เราเปลี่ยนแปลงการ ตอบสนองของเราได้
- 3) เมื่อเราไม่อยู่ในหน้าที่ผู้ให้บริการ ควรหลีกเลี่ยงบุคคลที่มีมุมมองเชิงลบ หรือ บรรยากาศลบ ๆ เพื่อ เก็บและสร้างพลังเชิงบวกไว้ เพราะเหตุการณ์ที่เราให้บริการนั้น มักมาจากความต้องการความช่วยเหลือจากผู้รับบริการของเราอยู่แล้ว ซึ่งก็จะทำให้เราหมดพลังไประหว่างให้บริการนั้น
- 4) ฝึกฝนในการค้นหาและเลือกมุมมองในแง่ดีกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่ตีบย่อ ๆ หากเรามองเหตุการณ์ ต่าง ๆ ไม่ดี อารมณ์และการตอบสนองของเรา มักจะออกมาตามสัญชาตญาณเอาตัวรอด ซึ่งจะ กลายเป็นสิ่งเร้าที่ไม่ดีให้กับผู้อื่น
- 5) หมั่นเติมเต็มความรู้และทักษะเกี่ยวกับการบริการนั้น ๆ ของตัวเอง เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการ ให้บริการของตัวเอง ก็จะสร้างความมั่นใจในการบริการของตัวเอง นำไปสู่ความเชื่อมั่นต่อ ผู้รับบริการในท้ายที่สุด
- 6) ให้กำลังใจตัวเองให้เป็น โดยการชมตัวเองบ้าง หากเกิดความรู้สึกท้อลงนึกถึงเรื่องภูมิใจต่าง ๆ ที่ ผ่านมา ก็จะช่วยทำให้ความคิด ความรู้สึกกับเรื่องต่าง ๆ มีมุมมองที่ดีขึ้น



15. บุคลิกภาพที่ดีพร้อมสู่ความเป็นเลิศในการบริการ

บุคลิกที่ดีมีชัยไปกว่าครึ่ง...ยังคงใช้ได้ทุกยุคสมัย โดยเฉพาะกับงานด้านบริการที่พนักงาน กปภ.สาขา ต้องเป็นด่านหน้า ในการพบปะลูกค้า ยิ่งต้องมีความใส่ใจในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

การเป็นผู้ให้บริการควรต้องดูแลและรักษาบุคลิกภาพและการแต่งกายให้เหมาะสม สุภาพเรียบร้อย และ สะอาด อย่างเป็นปกติ เพื่อสร้างความประทับใจแรกพบ และสร้างความมั่นใจในการรับบริการจากเรา อย่างพึงพอใจทั้งด้านงานบริการและภาพลักษณ์

บุคลิกภาพและการแต่งกายจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดอีกเรื่องหนึ่ง เพราะเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าได้พบเห็น และอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างความประทับใจแรก (First Impression) พบเห็นได้ทั้งด้านบวกและลบ เพราะพนักงานบริการเป็นตัวแทนขององค์กรที่มีผลต่อความรู้สึกของลูกค้า หากพนักงานบริการแต่งกาย เรียบร้อย และพฤติกรรมการให้บริการดี ย่อมเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ บุคลิกภาพ ภายนอก และบุคลิกภาพภายใน บุคลิกภาพนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสิ่งแวดล้อมที่พบเจอ

“บุคลิกภายนอก” เป็นสิ่งที่สามารถมองเห็นได้เด่นชัด เป็นลักษณะทางกายภาพของบุคคล ท่าทาง และการแสดงออกต่าง ๆ โดยบุคลิกภาพภายนอกที่ดีควรมีลักษณะ ดังนี้

การแต่งกายและทรงผม

เครื่องแต่งกายและทรงผมเป็นส่วนแรกที่เราเห็นได้เด่นชัด การเลือกเครื่องแต่งกายให้เหมาะกับ กาลเทศะ ช่วยเสริมให้บุคลิกภาพดีขึ้น การเลือกเครื่องแต่งกายให้เหมาะสมตามแต่ละโอกาสนี้ยังหมาย รวมถึงการเลือกเครื่องประดับ กระเป๋า รองเท้า และการตกแต่งทรงผมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอีกด้วย

การเคลื่อนไหวร่างกาย

การยืน การเดิน การเคลื่อนไหวต่าง ๆ ควรกระทำอย่างเหมาะสม รวมถึงแสดงออกให้ถูกกับกลุ่ม บุคคล เช่น ไม่ควรเดินไปเดินมาในห้องประชุมใหญ่ และไม่ควรงั่งเฉยเมื่อมีการสอบถามความคิดเห็น นอกจากช่วยให้มีบุคลิกภาพที่ดีแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อองค์กรอีกด้วย

โทนเสียงในการพูด

น้ำเสียงในการพูดสามารถบ่งบอกอารมณ์ของผู้พูดได้ ในการทำงานร่วมกัน การรู้จักใช้น้ำเสียงจะ ช่วยให้การทำงานราบรื่น เมื่อมีอารมณ์ขุ่นมัวให้พยายามระงับอารมณ์ตัวเองก่อนพูด เพราะคำพูดตอนกำลัง โมโหอาจมีความเกรี้ยวกราด และเสียงดัง ไม่เป็นผลดีต่อตัวเอง

การใช้สายตา

บ่อยครั้งการจ้องมองนาน ๆ สร้างความอึดอัดต่อผู้ถูกมอง และสร้างบุคลิกภาพที่ไม่ดีต่อตัวเราเอง ดังนั้นการรู้จักขำเลื่อมมอง หรือรู้จักใช้สายตาให้เหมาะสม อย่างสำรวมจึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย

การจัดระเบียบร่างกาย

ระเบียบของร่างกาย คือ การระมัดระวังการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมออกสู่สาธารณะชน เช่น การแคะจมูก การนั่งกระดิกขา การเอามือเคาะโต๊ะเมื่อใช้ความคิด พฤติกรรมเหล่านี้ควรมีการฝึกฝนและ ควบคุม ไม่ให้เกิดขึ้น



“บุคลิกภาพภายใน” คือ สิ่งที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้ แต่มองเห็นผ่านการกระทำ ดังนี้
มนุษยสัมพันธ์ดี บุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีจะสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ง่าย และเป็นคนที่มีความคล่องตัวในการประสานงาน

ช่างสังเกต ความช่างสังเกตเป็นอีกหนึ่งวิธีในการเรียนรู้ ผู้ที่ช่างสังเกตมักจะเข้าใจลูกค้าและสามารถสนองตอบความต้องการได้อย่างรวดเร็ว

มีความละเอียดรอบคอบ ต้องมีความละเอียดรอบคอบระมัดระวังและมีความใส่ใจในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ

เรียนรู้ควบคู่กับการพัฒนา ในเมื่อความเปลี่ยนแปลงเป็นของคู่โลก การเรียนรู้และการพัฒนาจึงเป็นบุคลิกภาพภายในที่ควรมี และเป็นประโยชน์ต่อ กปภ. เป็นอย่างมาก

กล่าวได้ว่า บุคลิกภาพส่งผลต่อการทำงานเป็นอย่างมาก เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้ตนเองและองค์กร ซึ่งบุคลิกภาพสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนได้ โดยเริ่มจากวิธีง่าย ๆ ดังนี้

หลักการสำคัญในการพัฒนาบุคลิกภาพ

คิดเชิงบวกกับลูกค้าและพัฒนาตัวเอง เพื่อสร้างสุขให้ลูกค้า ด้วยความยินดีและเต็มใจให้บริการ

ยิ้มด้วยความสดใส จากหัวใจที่พร้อมบริการ

การแต่งกาย เสื้อผ้า หน้าผม แต่งให้เหมาะสมและสุภาพ

การแต่งกายสำหรับพนักงานผู้ให้บริการ

เครื่องแบบ หรือ ชุดสุภาพ (กรณีไม่มีเครื่องแบบ) เพื่อแสดงความเป็นพนักงานที่พร้อมบริการ และยังเป็นสัญลักษณ์ขององค์กร ณ จุดบริการ

การแต่งหน้า ที่เนียนเป็นธรรมชาติ ช่วยเสริมให้ชวนมอง ดูสดใสตลอดเวลา โดยมีหลักการแต่งกายที่ปฏิบัติได้ง่ายสำหรับพนักงานผู้ให้บริการ

ยึดมั่นปฏิบัติตาม กฎ กติกา ขององค์กร

ดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยเป็นสำคัญ

ใส่ใจในรายละเอียดของการแต่งกายให้เหมาะสม

เพียงเท่านี้เราก็จะมีบุคลิกภาพที่ดี สร้างความมั่นใจในการเป็นนักบริการมืออาชีพ พร้อมสู่ความเป็นเลิศในการบริการประชาชนอย่างภาคภูมิใจ

16. Self-Efficacy ภูมิจำลองความสำเร็จของตนเองและองค์การที่รัก

Self Efficacy เป็นภูมิจำลองใจเคล็ดลัษการทำงานให้สำเร็จ หรืออีกนัยหนึ่ง คือความเชื่ออย่างแรงกล้า ในตัวเองว่าจะสามารถทำเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้สำเร็จ ตัวอย่างง่าย ๆ ใกล้เคียง เช่น การตั้งเป้าว่าจะลดน้ำหนัก ทุกต้นปี ซึ่งเป็นที่นิยมมาก ใคร ๆ ต่างก็ตั้งเป้าหมายนี้ แต่กลับมีคนไม่ถึง 20% ที่ทำได้สำเร็จ

และคนที่ทำสำเร็จก็คือคนที่มี High Self Efficacy นั่นเอง เนื่องจากคนเหล่านี้เมื่อมีความเชื่อแล้ว เขาจะแตกมันออกมาเป็นแผนการ และลงมือปฏิบัติตามแผนนั้นอย่างไม่ลดละ

แต่คนที่ขาดหรือไม่มี Self Efficacy มักจะตั้งเป้าหมายอยู่เรื่อย ๆ แต่กลับไม่ได้มีความเชื่อมากพอ จึงไม่ได้คิดหาวิธีที่จะลงมือทำมัน จนกระทั่งเป้าหมายนั้นค่อย ๆ หายไปจากความคิด จนกว่าจะมีคนมา กระตุ้นให้เกิดอยากมีเป้าหมายขึ้นอีกครั้ง

ทั้งนี้ เมื่อเราสามารถทำเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้สำเร็จบ่อย ๆ ก็จะมีความมั่นใจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในทาง กลับกันหากตั้งเป้าแล้วแต่ทำไม่สำเร็จบ่อย ๆ Self-Confidence ก็ลดลงไปเรื่อย ๆ และกลายเป็นคนที่ ขาดความมั่นใจในตัวเองไปในที่สุด

แล้วเราจะพัฒนา Self Efficacy ได้อย่างไร ?

1. ตั้งเป้าให้สูงกว่าความสามารถที่เราเล็กน้อย
2. แดกเป้าหมายใหญ่ให้เป็นเป้าหมายย่อย ๆ
3. โฟกัสที่ภาพรวมของงาน
4. เปลี่ยนมุมมองที่มีต่ออุปสรรคเสีย
5. ควบคุมชีวิตของตนเองให้ได้

5 ปัจจัยที่มีผลต่อ Self Efficacy มีอะไรบ้าง

1. ความสำเร็จในอดีต (The Experience of Mastery)

เคยสังเกตไหมว่า คนที่ประสบความสำเร็จไม่ว่าจะทำอะไร ก็มักจะสำเร็จเสมอ ๆ เพราะเมื่อเขาทำ เป้าหมายบางอย่างสำเร็จ ก็จะส่งผลให้มี Self Efficacy ที่สูงขึ้น ดังนั้นเมื่อเขาต้องการจะทำอะไรต่อ ก็ มักจะสำเร็จอีกอยู่เรื่อย ๆ

2. ความสามารถในการจัดการความล้มเหลว (How to Handle Failure)

หากเราตั้งเป้าหมายและลงมือทำแล้ว ในบางครั้งเราคงไม่สามารถหลีกเลี่ยงที่จะต้องเจอกับความ ล้มเหลวและความผิดพลาดได้ ดังนั้น ทักษะคติของเราที่มีต่อความล้มเหลวจึงเป็นสิ่งสำคัญ มากกว่าการ หลีกเลี่ยงไม่เผชิญหน้ากับความล้มเหลวเลย

แนวคิดที่ควรเรียนรู้ไว้เกี่ยวกับความล้มเหลวคือ การรู้จักแยกความล้มเหลวออกจากตัวเรา แม้ว่าเรา อาจล้มเหลวในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่าเราจะเป็นคนล้มเหลวเสียทีเดียว เพราะความ ล้มเหลวและการถูกปฏิเสธเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ สิ่งสำคัญนั้นขึ้นอยู่กับว่าเราจะจัดการกับมันอย่างไร

3. อิทธิพลของสังคมที่รายล้อมคุณ (Social Modeling)

การเฝ้าดูคนที่ประสบความสำเร็จในเรื่องที่เราตั้งเป้าไว้ จะเป็นแรงผลักดันที่ช่วยเพิ่ม Self Efficacy ให้กับเราได้ ในขณะที่การมองคนที่ล้มเหลวในเรื่องที่เราตั้งเป้าไว้ จะลด Self Efficacy ของเราลง เช่น หากเราเพิ่งเริ่มออกกำลังกายด้วยการวิ่ง แล้วเรามีเพื่อนที่เก่งกว่าเล็กน้อย จะช่วยผลักดันให้เรามีกำลังใจออกกำลังกายไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งจะช่วยให้เราไปถึงเป้าหมายได้ดีกว่า

4. กำลังใจจากคนรอบข้าง (Social Persuasion)

คำพูดให้กำลังใจหรือบั่นทอนจิตใจล้วนมีผลกระทบต่อ Self Efficacy เราควรหลีกเลี่ยงให้ห่างจากคนที่คอยบั่นทอนกำลังใจ และเข้าไปอยู่ใกล้กับคนที่คอยให้กำลังใจเราเสมอ

หรือถ้าไม่มีใครจริง ๆ การให้กำลังใจตนเอง แบบ Positive Self-Talk ก็เป็นตัวช่วยที่จะทำให้คุณมีกำลังใจสู้ต่อไปได้ เช่น บอกตัวเองว่าคุณทำได้ You Can Do It! หรือวันนี้จะเป็นวันที่ดีของคุณอีกวัน การฟังเพลงที่ให้กำลังใจหรือเพลงที่คุณชอบก็เป็นอีกวิธีที่ได้ผลเช่นกัน

5. ความแข็งแกร่งของจิตใจ (Psychological Response)

บ่อยครั้งที่อาการสั่น ตื่นกลัว หรือไม่มั่นใจ มักเกิดขึ้นกับคนที่จำเป็นต้องขึ้นพูดในที่สาธารณะ หรืออยู่ในสถานะที่รู้สึกไม่มั่นคง แต่คนที่มี High Self Efficacy จะไม่เอาอาการทางกายภาพเหล่านั้นมาทำให้ตนเองตื่นตระหนก หรือวิตกกังวลมากเกินไป แต่กลับมองว่าลักษณะอาการแบบนั้นเป็นเพียงปฏิกิริยาทางธรรมชาติของมนุษย์ โดยไม่สงสัยในความสามารถของตัวเอง

ในขณะที่คนที่มี Low Self Efficacy อาจจะไม่แปลความหมายของอาการสั่นตื่นเต็นว่า ตัวเองไม่มีความสามารถที่จะควบคุมตนเองได้มากพอ แต่เราต้องระลึกไว้เสมอว่า แม้แต่นักพูดมืออาชีพบางครั้งก็ยังมีอาการสั่น ตื่นเต้นก่อนการพูดเช่นกัน แต่นั่นก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดเขาไว้ไม่ให้ไปต่อ

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเราจะเป็นคนแบบไหน ก็ต้องไม่หยุดพัฒนาตัวเอง เพื่อให้ชีวิตมีความหมาย มีก้าวต่อไปของการเรียนรู้ และจงเชื่ออยู่เสมอว่าตัวเรานั้นมีความสามารถมากพอที่จะประสบความสำเร็จได้



17. Conflict Management ภายใต้ความเข้าใจในเรื่อง IQ/ EQ/ MQ

การดำเนินชีวิตให้ประสบความสำเร็จล้วนมีองค์ประกอบมากมายที่จะนำมาพิจารณาการทำงานให้บรรลุเป้าหมายและไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น การใช้ความรู้ความสามารถเพียงด้านเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการบรรลุถึงจุดหมายปลายทาง การพัฒนาระดับความสามารถ (Quotient) ในด้านต่างๆ ของแต่ละบุคคลจึงเป็นประเด็นที่สำคัญที่จะทำให้คนประสบความสำเร็จในการใช้ชีวิต และส่งผลให้ชีวิตการทำงานดีขึ้นไปด้วย

การพัฒนาระดับความสามารถในด้านต่างๆ ที่สำคัญของแต่ละบุคคลด้วยตัวเอง จึงเป็นแนวทางที่องค์กรส่วนใหญ่อยากให้เกิดขึ้นกับบุคลากรในองค์กรของตนเอง โดยการทำให้บุคลากรมี 7Q ที่สูงขึ้น

สำหรับ “7Q” หรือ ทักษะที่ให้ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และมีความสุขในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมนั้น ประกอบไปด้วย

IQ (Intelligent Quotient) ความฉลาดทางสติปัญญา เป็นความสามารถในการคิด วิเคราะห์ การคำนวณ และการใช้เหตุผล

EQ (Emotional Quotient) ความฉลาดทางอารมณ์ เป็นความสามารถในการรับรู้ เข้าใจอารมณ์ตนเองและผู้อื่น สามารถควบคุม อารมณ์และยับยั้งชั่งใจตนเองและแสดงออกอย่างเหมาะสม รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา รู้จักรอคอย รู้จักกฎเกณฑ์ระเบียบวินัย มีจิตใจร่าเริงแจ่มใส และ มองโลกในแง่ดี การเจริญพรหมวิหาร 4 (เมตตา กรุณา มุทิตา และอุเบกขา) จะช่วยเสริม EQ ได้

MQ (Moral Quotient) ความฉลาดทางศีลธรรม จริยธรรม คือมีความประพฤติดี รู้จักผิดชอบ มีความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ มี จริยธรรม เป็นแนวคิดที่มุ่งตอบคำถามว่าการที่เราเป็นคนที่มี IQ ดี EQ สูง แต่ถ้ามีระดับจริยธรรมต่ำก็อาจใช้ ความฉลาดไปในทางที่ไม่ถูกต้องก็เป็นได้ MQ จึงเน้นเรื่องการปลูกฝังความดีงาม ซึ่งตรงกับหลักศาสนาหลายศาสนาที่สอนให้คนเป็นคนดี

PQ (Play Quotient) ความฉลาดที่เกิดจากการเล่น เกิดจากความเชื่อที่ว่าการเล่นพัฒนาความสามารถของเด็กได้หลายด้าน ทั้ง พัฒนาการด้านร่างกาย ความเฉลียวฉลาด ความคิดส รางสรรค อารมณ์และสังคม PQ จึงเน้นให้พ่อแม่เล่นกับลูก ถึงกับมีคำพูดที่ว่าพ่อแม่เป็น อุปกรณ์การเล่นที่ดีที่สุดของลูก

CQ (Creativity Quotient) ความฉลาดในการริเริ่มสร้างสรรค์ มีความคิด จินตนาการหรือแนวคิดใหม่ๆ ในรูปแบบต่างๆ เช่น การ เล่น งานศิลปะ และการประดิษฐ์สิ่งของ นักวิจัยพบว่าการเล่นและทำกิจกรรมที่ส่งเสริมจินตนาการเช่น การเล่นศิลปะ การหยิบจับของใกล้ตัวมาเป็น ของเล่น การเล่านิทาน เป็นต้น จะทำให้มี CQ ดี

AQ (Adversity Quotient) ความฉลาดในการแก้ไขปัญหา คือมีความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวในการเผชิญปัญหาได้ดี และพยายาม เอาชนะอุปสรรคความยากลำบากด้วยตัวเอง ไม่ย่อท้อง่ายๆ มองปัญหาเป็นเรื่องท้าทาย ไม่ใช่เรื่องที่ต้องจำนน

SQ (Social Quotient) ความฉลาดทางสังคมที่จะใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่น เพราะมนุษย์ไม่สามารถอยู่คนเดียวได้ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่ง กันและกัน มีน้ำใจเอื้ออาทรต่อเพื่อนร่วมสังคมด้วยกัน ไม่คิดว่าตนเองเหนือกว่าใคร ต้องมีใจเปิดกว้างยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น อีกทั้งต้องไม่ เบียดเบียนซึ่งกันและกัน



อาจกล่าวได้ว่า การประยุกต์ใช้แนวทางบริหารจัดการ Q (Quotient) ต่างๆ กับเป้าหมายในชีวิตหรืองานที่ได้รับ รวมถึงสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ย่อมทำให้บุคคลสามารถพิชิตเป้าหมายของตัวเอง และมีความสัมพันธ์ที่มีต่อบุคคลรอบข้าง รวมถึงการเป็นบุคลากรที่มีจิตใจที่ดีขององค์กร จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน

อย่างไรก็ตาม ในด้านการบริการลูกค้าก็เช่นกัน องค์กรหนึ่งจำเป็นต้องมีบุคลากรผู้ปฏิบัติงานที่มีความฉลาดทางสติปัญญา ความฉลาดทางอารมณ์ มีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการลูกค้า และตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาติดต่อขอใช้บริการ ตลอดจนจัดการความขัดแย้งต่างๆ ที่เกิดขึ้น

ดังนั้น การที่เรามีความฉลาดเฉพาะทางด้านสติปัญญาและความฉลาดทางอารมณ์นั้น จึงไม่เป็นการเพียงพอ เพราะโลกการบริหารจัดการในปัจจุบันได้เน้นที่ความรับผิดชอบต่อสังคม จึงต้องมีความฉลาดในเรื่องคุณธรรม (MQ) เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนสู่การบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล การสร้างและพัฒนาทีมงานคุณภาพ ต้องเน้นทั้งการพัฒนากระบวนการ และระบบทรัพยากรมนุษย์ควบคู่กันไปจึงเกิดสัมฤทธิ์ผล กล่าวคือ ต้องมีความฉลาดทั้งในด้าน IQ EQ และ MQ

สำหรับ IQ EQ และ MQ นั้น แต่ละคำมีความหมายดังนี้

IQ = Intelligent Quotient หมายถึง มาตรวัดความฉลาดทางปัญญา ความจำ ความคิด

EQ = Emotional Quotient หมายถึง มาตรวัดความฉลาดทางอารมณ์ ไม่กังวลไม่เครียดรู้จักการระงับความโกรธเป็น

MQ = Moral Quotient หมายถึง มาตรวัดความฉลาดทางคุณธรรมจริยธรรม ระดับสติปัญญาทางด้านศีลธรรม

กล่าวโดยสรุป ความฉลาดทางอารมณ์ เป็นความสามารถส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ ความเข้าใจ อารมณ์ ความรู้สึกของตนเองและนำเอาพลังแห่งอารมณ์และความรู้สึกนั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพทำให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลด้วย ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์จะเป็นผู้ที่มีสุขภาพจิตดี มีความสุขสามารถเผชิญกับความคับข้องใจแก้ไขปัญหาต่างๆได้อย่างราบรื่นควบคุมตนเองได้สามารถที่จะรอคอยและ ตอบสนองความต้องการได้ มีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลรอบข้าง เป็นผู้นำและสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีพลังความสามารถในการบริหารจัดการ และสามารถจัดการความขัดแย้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บุคคลควรได้รับการพัฒนาทั้ง IQ และ EQ ไปพร้อม ๆ กัน เพื่อให้ทรัพยากรบุคคลของประเทศเป็น ผู้ที่เก่ง ดี และมีความสุข ประสบความสำเร็จทั้งด้านการเรียน การทำงาน และประสบความสำเร็จในชีวิตลูกค้าของเราก็จะได้รับบริการที่ดีจากพนักงาน กปภ. ที่มีความฉลาดทั้ง IQ EQ และ MQ



18. การตอบข้อสงสัย/คำถามของลูกค้า

มาตรฐานการตอบข้อสงสัย / ข้อร้องเรียนของลูกค้าผู้ใช้น้ำ

① เมื่อต้องการเป็นลูกค้าของการประปาส่วนภูมิภาค.....

1.1ถาม การขอติดตั้งประปาใช้เอกสาร หลักฐานอะไรบ้าง?

ตอบ 1) เตรียมเอกสารที่ต้องใช้ในการขอติดตั้งน้ำประปา

1.1)แบบติดตั้งถาวรของบุคคลธรรมดา

1.1.1) บุคคลที่มีสัญชาติไทย

- บัตรประจำตัวประชาชนของผู้ขอใช้น้ำ
- สำเนาทะเบียนบ้านของอาคารที่ขอติดตั้งประปาเฉพาะกรณีสถานที่ขอติดตั้งกับที่อยู่ตามบัตรประจำตัวประชาชนเป็นคนละสถานที่กัน เว้นแต่อาคารดังกล่าวไม่มีหมายเลขทะเบียนบ้าน
- กรณีผู้ขอใช้น้ำมิใช่เจ้าบ้านหรือเจ้าของบ้านจะต้องให้เจ้าบ้านหรือเจ้าของบ้านทำหนังสือยินยอมพร้อมแนบบัตรประจำตัวประชาชนของเจ้าบ้านหรือเจ้าของบ้าน
- กรณีผู้ขอใช้น้ำเป็นบิดามารดาบุตรที่บรรลุนิติภาวะแล้วและคู่สมรสของเจ้าบ้านหรือเจ้าของบ้าน ให้ยกเว้นไม่ต้องทำหนังสือยินยอม **หรือ**
- หนังสือหรือเอกสารใดๆที่แสดงว่าผู้ขอใช้น้ำเป็นผู้มีกรรมสิทธิ์ในอาคารที่จะขอติดตั้งประปาในกรณีเจ้าของบ้านยังมีได้ย้ายเข้าอยู่ในทะเบียนบ้านหรือย้ายเข้าอยู่ในทะเบียนบ้านแล้วแต่ในทะเบียนบ้านมิได้ระบุว่าเป็นเจ้าของบ้าน **หรือ**
- สำเนาเอกสารแสดงสิทธิครอบครองสถานที่ใช้น้ำ เช่น สัญญาเช่า สัญญาจะซื้อจะขาย เป็นต้น

1.1.2) บุคคลที่ไม่ได้มีสัญชาติไทย (ชาวต่างประเทศ)

- หนังสือเดินทาง (Passport) และ หลักฐานการตรวจลงตราหรือหลักฐานแสดงตนอื่นของผู้ขอใช้น้ำ
- สำเนาทะเบียนบ้านของอาคารที่ขอใช้น้ำ เว้นแต่อาคารนั้นไม่มีหมายเลขทะเบียนบ้าน
- สำเนาเอกสารหลักฐานแสดงกรรมสิทธิ์ หรือสิทธิครอบครองสถานที่ใช้น้ำ
- อื่น ๆ (ถ้ามี)

1.2) แบบติดตั้งถาวรของนิติบุคคล

- หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลที่เจ้าหน้าที่ของรัฐรับรองไม่เกิน 3 เดือน
- บัตรประจำตัวประชาชนของผู้มีอำนาจกระทำการแทนนิติบุคคล
- สำเนาทะเบียนบ้านของอาคารที่ขอใช้น้ำ เว้นแต่อาคารดังกล่าวไม่มีหมายเลขทะเบียน
- สำเนาเอกสารหลักฐานแสดงกรรมสิทธิ์ หรือสิทธิครอบครองสถานที่ใช้น้ำ
- อื่น ๆ (ถ้ามี)
 - * กรณีผู้ใช้น้ำไม่ได้นำหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลมาแสดงให้ใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่พนักงาน กปภ. ตรวจสอบจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าแทน

1.3) แบบติดตั้งชั่วคราว

- หลักฐานการขอใช้น้ำตามข้อ 1.1 หรือ ข้อ 1.2 แล้วแต่กรณี
- สำเนาเอกสารการให้เลขหมายประจำบ้าน หรือ
- สำเนาใบอนุญาตก่อสร้าง (ถ้ายังไม่ได้ ให้ใช้สำเนาใบคำขอ) หรือ
- สำเนาโฉนดที่ดินสถานที่ขอใช้น้ำ

* ในกรณีผู้ขอใช้น้ำมีทะเบียนบ้านชั่วคราว โดยได้รับการยินยอมจากส่วนราชการแล้ว ก็สามารถดำเนินการขอติดตั้งประปา โดยให้ กปภ. สาขาเรียกเก็บค่าใช้จ่ายและจัดเก็บค่าน้ำประปาเช่นเดียวกับผู้ขอใช้น้ำทั่วไปได้เหมือนกัน

* กรณีผู้ใช้น้ำชั่วคราวขอเปลี่ยนเป็นผู้ใช้น้ำถาวร ถ้า กปภ. สาขา เห็นว่าผู้ใช้น้ำนั้นอยู่ในเกณฑ์ที่จะเป็นผู้ขอใช้น้ำถาวร โดยไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนสถานที่ตั้งมาตรวัดน้ำและประสานท่อใหม่ ก็ให้เปลี่ยนเป็นผู้ใช้น้ำถาวรได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการติดตั้งประปาอีก ส่วนเงินค่าประกันการใช้น้ำประปาชั่วคราวให้คืนแก่ผู้ใช้น้ำ และเรียกเก็บเงินค่าประกันการใช้น้ำใหม่ เฉพาะผู้ใช้น้ำประเภทที่ 2 และ 3 (ผู้ใช้น้ำประเภทที่ 1 ไม่เรียกเก็บ)

- 2) เมื่อยื่นแบบคำขอติดตั้งประปาพร้อมเอกสารครบถ้วนแล้วเจ้าหน้าที่จะเรียกเก็บเงินค้ำมัดจำในการติดตั้งวางท่อประปาตามอัตราค่าธรรมเนียมที่ กปภ. กำหนด และออกใบเสร็จรับเงินให้ทันที ผู้ขอใช้น้ำประเภทที่อยู่อาศัยที่ขอติดตั้งมิเตอร์ขนาด $\frac{1}{2}$ นิ้ว และ $\frac{3}{4}$ นิ้ว แบบเหมาจ่ายและผู้ใช้น้ำประเภทหน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐ และรัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน จะได้รับการยกเว้นไม่ต้องชำระค้ำมัดจำล่วงหน้า

- 3) การประปาส่วนภูมิภาคสาขาที่รับผิดชอบในพื้นที่นั้นจะส่งเจ้าหน้าที่ไปสำรวจที่บ้านเพื่อจัดทำแบบแปลนแผนผังหรือพิมพ์เขียว จัดทำประมาณการค่าใช้จ่าย และแจ้งให้ผู้ขอใช้น้ำทราบ เพื่อนำเงินมาชำระภายใน 60 วัน หากครบกำหนดผู้ขอใช้น้ำไม่นำเงินมาชำระค่าติดตั้งประปา การประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะริบเงินมัดจำไว้
- 4) การประปาส่วนภูมิภาคสาขาแจ้งค่าใช้จ่ายสำหรับการขอติดตั้งประปาใหม่ไปยังผู้ใช้น้ำหลังจากที่ได้รับเงินค่าใช้จ่ายจากผู้ใช้น้ำแล้ว การประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะไปดำเนินการติดตั้งให้แล้วเสร็จ โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการ ดังนี้
 - 4.1) การขอติดตั้งประปาถาวรระยะเวลาในการดำเนินการ 22 วันทำการ
 - 4.2) การขอติดตั้งประปาชั่วคราว รวมระยะเวลาในการดำเนินการ 8 วันทำการ
- 5) เมื่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาดำเนินการตามข้อ 3) และ 4) แล้วการประปาส่วนภูมิภาคจะขึ้นทะเบียนผู้ใช้น้ำและจัดประเภทผู้ใช้น้ำให้เป็นไปตามที่การประปาส่วนภูมิภาคกำหนดไว้ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ
 1. ที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ
 2. ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก
 3. รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่
- 6) กรณีผู้ขอใช้น้ำที่ยื่นคำร้องได้ชำระค่าติดตั้งประปาไว้แล้ว และอยู่ระหว่างการดำเนินการติดตั้ง ต่อมาผู้ขอใช้น้ำมีความประสงค์จะยกเลิกการติดตั้งประปาทั้งหมด หรือบางส่วน ให้หักค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเป็นอัตราร้อยละ 20 ของส่วนที่ยกเลิก

1.2 ถาม ตอบ

หากผู้ขอใช้น้ำไม่สะดวกที่จะไปขอใช้น้ำประปาและทำสัญญาด้วยตัวเอง ควรทำอย่างไร?

ให้ผู้ขอใช้น้ำประปาทำหนังสือมอบอำนาจให้ผู้อื่นไปทำการแทนได้โดยต้องมีผู้ลงนามเป็นพยาน 2 คนและปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับมอบอำนาจจะต้องนำหลักฐานต่าง ๆ ไปยื่นที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่ให้บริการ ดังนี้

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือ สำเนาหนังสือเดินทาง (Passport) และหลักฐานการตรวจลงตรา หรือหลักฐานแสดงตนอื่นของผู้มอบอำนาจ
- บัตรประจำตัวประชาชน หรือ หนังสือเดินทาง (Passport) และหลักฐานการตรวจลงตรา หรือหลักฐานแสดงตนอื่นของผู้รับมอบอำนาจ
- หลักฐานของผู้มอบอำนาจ ตามข้อ 1.1) หรือ ข้อ 1.2) แล้วแต่กรณี



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 98 ของ 149

1.3 ถาม หากผู้ขอใช้น้ำเป็นส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานของรัฐ บ้านพักของทางราชการและรัฐวิสาหกิจ สถานทูต สถานกงสุล องค์การระหว่างประเทศ วัดและสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาต่าง ๆ บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ธนาคาร โรงเรียนและองค์กรอื่น ๆ ที่ได้จดทะเบียนมีใบอนุญาตแล้ว จะต้องใช้หลักฐานอะไรบ้าง ?

ตอบ ในแบบคำร้องขอติดตั้งประปาให้หัวหน้าส่วนราชการ องค์กร หรือผู้มีอำนาจตามกฎหมายเป็นผู้ลงนามเป็นคู่สัญญาการใช้น้ำประปากับ กปภ. สำหรับหลักฐานที่ใช้ ประกอบด้วย

- สำเนาทะเบียนบ้านของหน่วยงาน
- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือสำเนาบัตรประจำตัวข้าราชการ หรือสำเนาบัตรประจำตัวเจ้าหน้าที่ของรัฐไปยื่นแบบคำร้องติดตั้งประปา

หมายเหตุ: กรณีที่หัวหน้าหน่วยงานไม่สามารถยื่นคำขอ และ/หรือเป็นคู่สัญญาใช้น้ำประปาด้วยตนเอง ให้ทำหนังสือมอบอำนาจให้ผู้หนึ่งผู้ใดทำการแทนได้ โดยผู้รับมอบอำนาจ จะต้องนำสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือสำเนาบัตรประจำตัวข้าราชการ หรือสำเนาบัตรประจำตัวเจ้าหน้าที่ของรัฐ และสำเนาทะเบียนบ้านฉบับที่มีชื่อผู้รับมอบอำนาจไว้กับ กปภ. ด้วย

② การจำแนกประเภทลูกค้า

2.1 ถาม ลูกค้าของกปภ.มีกี่ประเภทและมีความแตกต่างกันอย่างไร ?

ตอบ ลูกค้าของการประปาส่วนภูมิภาคมี 3 ประเภท

ประเภท 1 ที่อยู่อาศัย

ประเภท 2 หน่วยงานราชการ และธุรกิจขนาดเล็ก

ประเภท 3 หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่

ทั้งนี้ แต่ละประเภทมีความแตกต่างกันในเรื่องของขนาดมาตรวัดน้ำ เงินประกันการใช้น้ำค่าน้ำประปาขั้นต่ำ และค่าบริการทั่วไป

2.2 ถาม เหตุใดการประปาส่วนภูมิภาคจึงกำหนดประเภทของลูกค้าผู้ใช้น้ำออกเป็น 3 ประเภท ?

ตอบ 1. เพื่อให้อัตราค่าน้ำในประเภทที่อยู่อาศัยได้รับการช่วยเหลือในมิติของการเก็บกู้เส็งสังคม

2. เพื่อรณรงค์ให้ช่วยกันประหยัดน้ำในมิติของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คือใช้น้ำน้อยราคาต่ำ แต่ถ้าใช้น้ำมากราคาจะสูงขึ้นตามลำดับ

③ อัตราค่าธรรมเนียมและการบริการของการประปาส่วนภูมิภาค

3.1 ถาม ค่าธรรมเนียมขอใช้น้ำประปามีอะไรบ้าง ?

ตอบ ผู้ขอใช้น้ำจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการขอใช้น้ำประปาตามอัตราที่ กปภ.ได้กำหนดไว้ในตารางซึ่งจำแนกตามชนิดและขนาดมาตรวัดน้ำดังนี้

1. แบบติดตั้งถาวร

อัตราค่าธรรมเนียมการขอใช้น้ำประปา				
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่ามัดจำ (บาท)	ค่าประกันการใช้น้ำ (บาท)	ประมาณการค่าแรงและอุปกรณ์ (บาท)	รวม (บาท)
1/2*	ไม่เก็บ	535**	3,600	4,135
3/4*	ไม่เก็บ	1,070**	4,700	5,770
1	1,000	1,605**	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
1 1/2	1,500	3,210**	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
2	2,500	4,280**	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
2 1/2	4,000	4,280**	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
3	5,000	10,700**	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
4	10,000	16,050	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
6	20,000	22,470	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
8	20,000	32,100	คิดค่าใช้จ่ายตามประมาณการ	
หมายเหตุ ราคาข้างต้นรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว				

* เป็นการติดตั้งมาตรวัดน้ำขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 1/2 นิ้วและ 3/4 นิ้วเฉพาะส่วนเหมาจ่ายที่มีระยะห่างจากตัวมาตรวัดน้ำ ไปถึงท่อเมนไม่เกิน 10 เมตร โดยค่าใช้จ่ายอาจเปลี่ยนแปลงได้

** ยกเว้นการเรียกเก็บสำหรับผู้ใช้น้ำประเภทที่ 1 สถานที่ราชการ บ้านพักข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 100 ของ 149

2. แบบติดตั้งชั่วคราว

อัตราค่าธรรมเนียมการขอใช้น้ำประปาชั่วคราว	
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่าประกันการใช้น้ำ (บาท)
1/2	5,000
3/4	7,000
1	12,500
1 1/2	30,000
2 ขึ้นไป	50,000
หมายเหตุ ราคาข้างต้นไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	

การติดตั้งประปาเพื่อการใช้งานน้ำประปาชั่วคราว ให้ติดตั้งมาตรวัดน้ำเส้นผ่านศูนย์กลางไม่เกิน 8 นิ้ว เท่านั้น

3.2 ถาม ค่าบริการทั่วไปของ กปภ. คือค่าอะไร ?

ตอบ ค่าบริการทั่วไปคือค่าบริการรายเดือนที่ กปภ. ใช้ในการบำรุงรักษาซ่อม หรือเปลี่ยนมาตรวัดน้ำ อุปกรณ์ และท่อภายนอกให้อยู่ในสภาพใช้งานได้ดีเสมอ(ไม่รวมระบบท่อประปาภายในบ้าน) ซึ่ง กปภ. จะเรียกเก็บเงินเป็นรายเดือน ตามขนาดของมาตรวัดน้ำ ดังตาราง

อัตราค่าบริการทั่วไปต่อเดือน	
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่าบริการทั่วไป (บาท)
1/2	30
3/4	50
1	60
1 1/2	90
2	350
2 1/2	450
3	450
4	550
6	950
8	1,200

ทั้งนี้ รัฐวิสาหกิจอื่นๆ เช่น การประปานครหลวง การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค TOT เป็นต้น ก็เรียกเก็บจากลูกค้าเช่นเดียวกัน โดยเรียกว่าค่าบริการรายเดือน



3.3 ถาม อัตราค่าน้ำประปาของ กปภ.ในปัจจุบันมีหลักคิดอย่างไร ?

ตอบ การคิดราคาค่าน้ำประปาแต่ละเดือน จะประกอบด้วย

- 1) ค่าน้ำที่ใช้
- 2) ค่าบริการทั่วไป
- 3) ภาษีมูลค่าเพิ่มตามที่รัฐบาลกำหนด (ปัจจุบัน 7%)

โดย ค่าน้ำที่ใช้จะคำนวณจากปริมาณการใช้น้ำประจำเดือนตามอัตราที่พนักงานอ่านมาตร
ไปจดในแต่ละเดือนจากมาตรวัดน้ำของผู้ใช้น้ำแต่ละรายคูณด้วย อัตราค่าน้ำประปาที่ใช้อยู่ในปัจจุบันตาม
ประเภทผู้ใช้น้ำ และช่วงการใช้น้ำ โดยค่าน้ำที่ได้ต้องไม่น้อยกว่าอัตราค่าน้ำประปาขั้นต่ำของผู้ใช้น้ำประเภท
2 และ 3 (ยกเว้นประเภท 1 ไม่มีอัตราค่าน้ำขั้นต่ำ)

ใบเสร็จจาค่าน้ำจึงประกอบด้วยค่าน้ำที่ใช้ ค่าบริการทั่วไปและภาษีมูลค่าเพิ่มตามอัตราที่
รัฐบาลกำหนด

$$\text{ค่าน้ำประปา} = (\text{ค่าน้ำที่ใช้} + \text{ค่าบริการทั่วไป}) + \text{ภาษีมูลค่าเพิ่ม}$$

3.4 ถาม อัตราน้ำประปาขั้นต่ำคืออะไร ?

ตอบ อัตราค่าน้ำประปาขั้นต่ำ คือค่าใช้น้ำพื้นฐานรายเดือนซึ่งผู้ใช้น้ำประเภท 2 และ 3 ที่ติดตั้งประปา
แล้วจะต้องมีการใช้น้ำเป็นปกติทุกเดือน สำหรับผู้ใช้น้ำประเภท 2 เรียกเก็บขั้นต่ำสุดเดือนละ
150 บาท และประเภท 3 เรียกเก็บ ขั้นต่ำเดือนละ 300 บาท

อย่างไรก็ตาม หากผู้ใช้น้ำประเภท 2 และ 3 มีการใช้น้ำต่อเดือนมากกว่า 150 บาท และ
300 บาท ตามลำดับอยู่แล้วก็จะไม่เกี่ยวข้องใด ๆ กับอัตราค่าน้ำประปาขั้นต่ำนี้

ทั้งนี้ เป็นหลักการทั่วไปที่ใช้สำหรับการประกันการใช้น้ำขั้นต่ำที่มีใช้สำหรับผู้ขอติดตั้ง
ประปาแล้วแต่ไม่ใช้น้ำเลย ซึ่งเป็นการทำให้ผู้อื่น ที่อยู่ใกล้ท่อและอยากใช้น้ำประปาเกิดการเสีย
โอกาสใช้น้ำสะอาด

3.5 ถาม เมื่อได้รับใบแจ้งหนี้แล้วสามารถชำระเงินผ่านช่องทางใดได้บ้าง ?

ตอบ กปภ. มีช่องทางการชำระค่าน้ำประปาหลากหลายช่องทางให้เลือก เพื่ออำนวยความสะดวก
ให้แก่ลูกค้ากรณีที่ไม่สะดวกชำระค่าน้ำประปาในพื้นที่ที่ใช้บริการ พร้อมทั้งช่วยลดความเสี่ยง
ในการถูกถอดมาตรน้ำเนื่องจากไม่ชำระค่าน้ำตามกำหนดเวลา และลดภาระค่าใช้จ่ายในการ
ประสานมาตรวัดน้ำซึ่งเป็นการเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นปัจจุบัน กปภ. มีช่องทางให้เลือก
ชำระ ดังนี้

1. ชำระผ่าน กปภ.
 - สำนักงาน กปภ.สาขา / กปภ.เขต / กองการเงิน สำนักงานใหญ่
 - ช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ กปภ. :<https://payment.pwa.co.th/>
Line : @pwathailand / Application : PWA PLUS LIFE

2. ชำระผ่าน Application ของตัวแทนรับชำระบนโทรศัพท์มือถือ
 - K Plus (ธนาคารกสิกรไทย) / Krungthai Next (ธนาคารกรุงไทย) / SCB EASY (ธนาคารไทยพาณิชย์) / ttb touch (ธนาคารทหารไทยชนชาติ) / MyMo (ธนาคารอมสิน) / ธ.ก.ส. A-Mobile (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) / Bualuang mBanking (ธนาคารกรุงเทพ) / mPAY / easyBills / TrueMoneyWallet / COUNTER SERVICE PAY / Shopee / Lazada / เป๋าตัง / Shopee Pay / Chill Pay / ทางรัฐ / MAKE by KBank
3. ชำระผ่านตู้ ATM ของธนาคาร
 - ธนาคารไทยพาณิชย์ / ธนาคารกรุงเทพ
4. ชำระผ่านการหักบัญชีธนาคาร 12 แห่ง ทุกสาขาทั่วประเทศ
 - ธนาคารกรุงไทย / ธนาคารกรุงเทพ / ธนาคารกรุงศรีอยุธยา / ธนาคารกสิกรไทย / ธนาคารทหารไทยชนชาติ / ธนาคารไทยพาณิชย์ / ธนาคารยูโอบี / ธนาคาร CIMB ไทย / ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย / ธนาคารทีสโก้ / ธนาคารแลนด์เอ๊าส์เพื่อรายย่อย / ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) / ธนาคารอมสิน
5. ชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ทุกสาขาทั่วประเทศ
 - ธนาคารไทยพาณิชย์ / ธนาคารกรุงเทพ / ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธกส.) / ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
6. ชำระผ่านตัวแทนรับชำระ
 - Pay@Post ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ/ Counter Service เช่น 7-11 / mPAY เช่น ศูนย์บริการ AIS,ร้านTelewiz / True Money Express เช่น True Shop, True Move Shop, CP Fresh Mart / True Partner / SABUY Counter
7. ชำระผ่านตู้ชำระเงิน
 - เติมสบายพลัส / เติมดี / บัญเติม/ เงินดี / ตู้คืออส กปภ.

หมายเหตุ : การรับชำระเงินต่าง กปภ.สาขา และตัวแทนเก็บเงินจากเอกชน จะรับเฉพาะใบแจ้งค่าน้ำประปาที่ยังอยู่ในกำหนดชำระ หากใบแจ้งค่าน้ำประปาที่ขึ้นสถานะถูกตัดมาตราแล้ว จะไม่สามารถชำระได้ ต้องไปชำระที่ กปภ.สาขาในพื้นที่ที่ลูกค้าใช้บริการเท่านั้น



ช่องทางชำระค่าน้ำประปา การประปาส่วนภูมิภาค
สำหรับเงินในใบแจ้งหนี้ชำระค่าน้ำประปา (ยกเว้น กปภ. 2569)

- ชำระผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ**
 - PWA (PWA LINE Official, PWA Thailand)
 - IC+, SCB, ttb, MyMo, K Plus, Bualuang, TrueMoney, Shopee, Lazada, เป๋าตัง, Shopee Pay, Chill Pay, ทางรัฐ, MAKE by KBank
- ชำระผ่านตู้เอทีเอ็มของธนาคาร**
 - ธนาคารไทยพาณิชย์
 - ธนาคารกรุงเทพ
- ชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร**
 - ธนาคารไทยพาณิชย์
 - ธนาคารกรุงเทพ
 - ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.)
 - ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
- ชำระผ่านตู้เติมเงิน**
 - เติมสบายพลัส
 - เติมดี
 - บัญชีคืออส กปภ.
- ชำระผ่านตัวแทนรับชำระ**
 - Pay@Post
 - 7-11
 - mPAY (AIS, Telewiz)
 - True Money Express (True Shop, True Move Shop, CP Fresh Mart, True Partner, SABUY Counter)

การประปาส่วนภูมิภาค | โทร 02-516-2000-8 | www.pwa.go.th



3.6 ถาม กปภ. ให้บริการการทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างไร ?

ตอบ

กปภ. ได้พัฒนาการให้บริการและการทำธุรกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำประปาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าโดยไม่ต้องเดินทางมาติดต่อที่สำนักงาน โดยลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการของ กปภ. ได้ 3 ช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์ กปภ. : <https://payment.pwa.co.th>, Line : @pwathailand , Application : PWA Plus Life ซึ่งปัจจุบัน กปภ. มีบริการออนไลน์ดังนี้

1. ตรวจสอบค่าน้ำ
2. ชำระค่าน้ำ (รายละเอียดช่องทางชำระเงิน ดังข้อ 3.5)
3. แจ้งชำระค่าบริการอื่น ๆ ได้แก่ ค่าติดตั้งมาตร ค่าประสานมาตร บรรจบมาตร และตรวจสอบมาตร
4. ขอเป็นผู้ใช้น้ำรายใหม่
5. จองคิวออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมที่ กปภ.สาขา

3.7 ถาม หากพบว่าพนักงานของการประปาให้บริการไม่ดีเท่าที่ควรจะทำอย่างไร ?

ตอบ

ลูกค้าสามารถแจ้งโดยตรงกับผู้จัดการกปภ.สาขาที่รับผิดชอบดูแลพื้นที่นั้นๆ ได้ทันทีหรือผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ www.pwa.co.th หรือ โทร. แจ้งที่ PWA Contact Center 1662

3.8 ถาม กรณียกเลิกการส่งเจ้าหน้าที่ไปเก็บค่าน้ำตามบ้าน ผู้ใช้น้ำจะจ่ายค่าน้ำให้กับเจ้าหน้าที่ที่ไปอ่านและบันทึกข้อมูลมาตรวัดน้ำได้หรือไม่ ?

ตอบ

1. กปภ. มีระเบียบปฏิบัติ**ไม่ให้** เจ้าหน้าที่ที่ไปอ่านและบันทึกข้อมูลมาตรวัดน้ำ (ส่วนใหญ่เป็นเอกชนจ้างเหมา) รับเงินหรือรับฝากเงินค่าน้ำประปาจากลูกค้าโดยเด็ดขาด แม้ว่าจะเป็นบุคคลที่คุ้นเคยกัน หรือแจ้งว่าจะรับฝากไปชำระที่ กปภ.สาขาให้ก็ตาม ทั้งนี้หาก กปภ.สาขาตรวจสอบพบจะยกเลิกสัญญาจ้างเจ้าหน้าที่รายนั้นทันทีและหากเกิดกรณีเจ้าหน้าที่รับฝากเงินแล้วไม่นำไปชำระที่ กปภ. สาขา กปภ. จะไม่รับผิดชอบเงินค่าน้ำประปาที่ลูกค้าฝากไปกับเจ้าหน้าที่ดังกล่าว
2. มาตรการรองรับการยกเลิกส่งพนักงานไปเก็บค่าน้ำตามบ้าน กปภ.ได้เพิ่มช่องทางรับชำระเงินเพื่อให้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับความสะดวกสบายแต่อาจทำให้ลูกค้าอีกส่วนหนึ่งไม่ถูกใจกับการยกเลิกการส่งเจ้าหน้าที่ไปเก็บค่าน้ำที่บ้าน ทั้งนี้ช่องทางการรับชำระเงินค่าน้ำ มีมากมายให้เลือก ดังข้อ 3.5
3. การเพิ่มช่องทางต่าง ๆ ในการชำระค่าน้ำประปาดังกล่าวเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ ประชาชน ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานสาธารณสุขปโภคอื่น ๆ เช่น การประปานครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ก็ได้ยกเลิกพนักงานหรือตัวแทนเก็บเงินตามบ้าน เช่นเดียวกับการชำระค่าโทรศัพท์

3.9 ถาม กปภ. มีสิทธิงดจ่ายน้ำให้กับผู้ใช้น้ำได้หรือไม่?

ตอบ เมื่อผู้ใช้น้ำไม่ชำระค่าน้ำประปาภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในใบแจ้งค่าน้ำประปา กปภ. มีสิทธิงดจ่ายน้ำได้ตามสัญญาการใช้น้ำ เว้นแต่หนี้ค่าน้ำประปานั้น มีจำนวนน้อยกว่าเงินประกันการใช้น้ำและเป็นหนี้ค้างชำระ 2 งวดการใช้น้ำติดต่อกันหรือดำเนินการตามนโยบายที่กำหนดไว้เป็นการเฉพาะ

3.10 ถาม วิธีการคิดและทอนเงินที่มีเศษสตางค์ มีวิธีคิดอย่างไร?

ตอบ กปภ. ใช้หลักเกณฑ์การปัดเศษสตางค์ค่าน้ำประปา ตามหลักเกณฑ์การปัดเศษสตางค์ในการชำระค่าสินค้าและบริการของสำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า กรมการค้าภายใน ดังนี้

ที่	ช่วงของเศษสตางค์	การดำเนินการ
1	1-12 สตางค์	ปัดเศษลงเป็นศูนย์สตางค์ (0)
2	13-24 สตางค์	ปัดเศษขึ้นเป็น 25 สตางค์
3	25 สตางค์	25 สตางค์
4	26-37 สตางค์	ปัดเศษลงเป็น 25 สตางค์
5	38-49 สตางค์	ปัดเศษขึ้นเป็น 50 สตางค์
6	50 สตางค์	50 สตางค์
7	51-62 สตางค์	ปัดเศษลงเป็น 50 สตางค์
8	63-74 สตางค์	ปัดเศษขึ้นเป็น 75 สตางค์
9	75 สตางค์	75 สตางค์
10	76-87 สตางค์	ปัดเศษลงเป็น 75 สตางค์
11	88-99 สตางค์	ปัดเศษขึ้นเป็น 1 บาท
12	1 บาท	1 บาท

3.11 ถาม การจดและอ่านมาตรวัดน้ำมีวิธีการดำเนินงานอย่างไร ?

ตอบ เมื่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาได้ติดตั้งมาตรวัดน้ำให้แก่ผู้ขอใช้น้ำประปาเรียบร้อยแล้ว พนักงานอ่านมาตรจะไปอ่านมาตรวัดน้ำของผู้ขอใช้น้ำในเดือนถัดไปที่ตรงกับวันที่ได้ติดตั้งมาตรวัดน้ำเพื่อออกใบแจ้งค่าน้ำประปา โดยให้ถือว่าเป็นค่าน้ำประปาประจำเดือนนั้นอย่างไรก็ตามในกรณีวันอ่านมาตรตรงกับวันหยุดราชการ พนักงานอ่านมาตรจะอ่านมาตรล่วงหน้าก่อนถึงวันหยุดราชการ ทั้งนี้การประปาส่วนภูมิภาคสาขาสามารถปรับระบบการอ่านมาตรวัดน้ำรายใหม่ให้สอดคล้องกับรอบการอ่านมาตรในแต่ละเดือน หรือระบบการอ่านมาตรในแต่ละชุมชนได้ (อ่านมาตรตั้งแต่วันที่ 1 - 15 ของเดือน)

หมายเหตุ : หากลูกค้ามีข้อสงสัยเกี่ยวกับการอ่านหรือจดหน่วยมาตรวัดน้ำ สามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดได้จากพนักงานอ่านมาตร หรือ การประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 105 ของ 149

3.12 ถาม คำน้ำท่อธารคืออะไร ?

ตอบ น้ำท่อธารคือ ก๊อกจำหน่ายน้ำที่ติดตั้งใน กปภ.สาขา ซึ่งประชาชนต้องนำภาชนะไปใส่น้ำ หรือนำรถไปบรรทุกน้ำ ทั้งนี้ กปภ. จะจำหน่ายในราคาเหมาจ่ายตั้งแต่ 1 กันยายน 2554 ดังนี้

1. พื้นที่เอกชนร่วมลงทุน (กปภ. 13 สาขา) และพื้นที่จังหวัดชลบุรี (6 สาขา) จำหน่าย ลบ.ม.ละ 23 บาท
2. พื้นที่จังหวัดภูเก็ต เกาะสมุย และเกาะพะงัน จำหน่าย ลบ.ม.ละ 24 บาท
3. พื้นที่ทั่วไป (กปภ. 212 สาขา) จำหน่าย ลบ.ม.ละ 18 บาท

3.13 ถาม อัตราน้ำสูญเสีย มีวิธีการคิดอย่างไร ?

ตอบ การคิดอัตราน้ำสูญเสีย มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{อัตราน้ำสูญเสีย} = \frac{\text{ปริมาณน้ำผลิตจ่าย} - (\text{ปริมาณน้ำจำหน่าย} + \text{ปริมาณน้ำจ่ายฟรี}) \times 100}{\text{ปริมาณน้ำผลิตจ่าย}}$$

④ การโอนสิทธิ์ในการใช้น้ำประปาและการย้ายสถานที่ใช้น้ำ

4.1 ถาม หากต้องการเปลี่ยนชื่อผู้ใช้น้ำหรือโอนสิทธิ์ในการใช้น้ำประปาควรทำอย่างไร ?

ตอบ การโอนสิทธิ์ในการใช้น้ำประปาแบ่งเป็นกรณีดังนี้

กรณีผู้ใช้น้ำถึงแก่กรรมให้ทายาทหรือผู้มีกรรมสิทธิ์ในอาคารสถานที่ประสงค์จะได้รับสิทธิ์ในการใช้น้ำต่อไปนั้น แสดงความจำนงเป็นลายลักษณ์อักษรต่อการประปาส่วนภูมิภาคเพื่อทำการโอนสิทธิ์การใช้น้ำภายใน 180 วัน นับแต่วันที่ผู้ใช้น้ำถึงแก่กรรมมิฉะนั้น การประปาส่วนภูมิภาค จะถือว่าสละสิทธิ์การใช้น้ำและการประปาส่วนภูมิภาคจะงดการจ่ายน้ำหรือโอนสิทธิ์การใช้น้ำให้แก่ผู้อื่น

กรณีโอนกรรมสิทธิ์หรือสิทธิครอบครองในบ้านหรืออาคารอันเนื่องจากการซื้อขายการเช่าหรือการทำนิติกรรมใดๆโดยคู่กรณีมิได้ตกลงในเรื่องสิทธิในการใช้น้ำหรือเงินประกันการใช้น้ำไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม ให้ถือว่าผู้ใช้น้ำรายเดิมได้สละสิทธิ์ หรือโอนเงินประกันการใช้น้ำไปเป็นของผู้ครอบครองบ้านหรืออาคารตามสิทธิสืบเนื่องจากการทำนิติกรรมดังกล่าวผู้ครอบครองบ้านหรืออาคารรายใหม่ จึงมีสิทธิขอเปลี่ยนชื่อผู้ใช้น้ำได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินค่าประกันการใช้น้ำหรือค่าใช้จ่ายอื่นใด เว้นแต่ผู้ใช้น้ำรายเดิมได้ถอนเงินประกันการใช้น้ำไปแล้วหรือการประปาส่วนภูมิภาคได้หักเงินค่าประกันการใช้น้ำขาดใช้ค่าน้ำที่ค้างชำระจนหมดสิ้นแล้ว

ทั้งนี้ให้ผู้รับโอนยื่นคำร้องเอกสารที่เกี่ยวข้องที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขา ดังนี้

- บัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับโอน
- สำเนาทะเบียนบ้านที่ติดตั้งประปาซึ่งผู้รับโอนมีชื่ออยู่ด้วยหรือเอกสารแสดงกรรมสิทธิ์
- สำเนาสัญญาซื้อขาย หรือสัญญาเช่า (กรณีมีการซื้อขายหรือเช่าบ้าน)
- สำเนาใบมรณบัตรเดิมของผู้ใช้น้ำเดิม (กรณีผู้ใช้น้ำเดิมถึงแก่กรรม)
- เอกสารแสดงสิทธิ (กรณีผู้รับโอนไม่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านที่ติดตั้งประปา)
- ใบเสร็จจ่ายน้ำประปาเดือนใดเดือนหนึ่ง



4.2 ถาม หากลูกค้าต้องการย้ายสถานที่ใช้น้ำหรือเปลี่ยนจุดประสาณท่อจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งภายในเขตพื้นที่ให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาเดียวกันโดยไม่ได้เปลี่ยนขนาดของมาตรวัดน้ำควรทำอย่างไร ?

ตอบ ไปยื่นคำร้องขอย้ายสถานที่ใช้น้ำที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขาพร้อมหลักฐานต่างๆดังนี้

- บัตรประจำตัวประชาชน
- สำเนาทะเบียนบ้านหลังที่จะย้ายสถานที่ใช้น้ำ

โดยยื่นคำร้องขอย้ายสถานที่ใช้น้ำที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขาซึ่งลูกค้าต้องเสียค่าธรรมเนียมเช่นเดียวกับการขอติดตั้งประปาใหม่จากนั้นการประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะไปติดตั้งภายใน6วันทำการ

⑤ เกี่ยวกับมาตรวัดน้ำ

5.1 ถาม มาตรวัดน้ำมีความเที่ยงตรงแค่ไหนและมีค่าธรรมเนียมสำหรับการตรวจสอบหรือไม่ ?

ตอบ มาตรวัดน้ำทุกตัวมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงก่อนนำไปใช้งานหากสงสัยว่ามาตรวัดน้ำจะคลาดเคลื่อนให้แจ้งต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาที่ใช้บริการอยู่ซึ่งเจ้าหน้าที่จะถอดมาตรไปตรวจสอบตามคำร้องของท่านหากพบว่ามาตรวัดน้ำบกพร่องจริงก็จะทำการซ่อมหรือเปลี่ยนให้ใหม่โดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ แต่หากพบว่ามาตรวัดน้ำอยู่ในสภาพใช้การได้ดีลูกค้า จะต้องเสียค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบมาตรวัดน้ำเองดังตาราง

ค่าธรรมเนียมตรวจสอบมาตรวัดน้ำ	
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่าตรวจสอบ (บาท) ยังไม่รวมภาษี
1/2	250
3/4	250
1	500
1 1/2	800
2	1,600
2 1/2	1,600
3	2,400
4	4,000
6	5,400
8	7,000

5.2 ถาม หากไม่อยู่บ้านเป็นเวลานานและต้องการฝากมาตรวัดน้ำกับการประปาส่วนภูมิภาค จะต้องทำอย่างไร ?

ตอบ กรณีลูกค้าคาดว่าจะไม่อยู่บ้านเกิน 1 ปีขึ้นไปลูกค้าควรแจ้งขอฝากมาตรวัดน้ำกับการประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่ ซึ่งมีข้อดีคือ ช่วยลดปัญหาการดูแลมาตรลดภาระการชำระค่าบริการที่ต้องจ่ายต่อเนื่องทุกเดือนและป้องกันการรับภาระค่าน้ำประปากรณีท่อรั่วภายใน หรือมีการลักใช้น้ำได้ด้วย โดยมีหลักฐาน ดังนี้

- บัตรประจำตัวประชาชน
- ใบเสร็จค่าน้ำประปาครั้งสุดท้ายหรือสำเนา (ถ้ามี)

โดยยื่นเรื่องขอฝากมาตรวัดน้ำที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่ที่ใช้บริการ โดย กปภ.สาขาจะแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับการฝากมาตรวัดน้ำแก่ผู้ใช้น้ำ เช่น วันที่รับฝากมาตรวัดน้ำวันที่ครบกำหนดการฝากมาตร และวันที่ครบกำหนดที่ผู้ใช้น้ำต้องมาติดต่อ กปภ.สาขาเพื่อจะฝากมาตรวัดน้ำ หรือจะขอใช้น้ำต่อไป ซึ่ง กปภ. จะแจ้งด้วยว่า หากไม่ติดต่อภายในกำหนดดังกล่าวก็จะระงับการจ่ายน้ำโดยอาจจะแจ้งเป็นหนังสือหรือระบุไว้ในใบเสร็จรับเงินค่าธรรมเนียมฝากมาตรวัดน้ำก็ได้

5.3 ถาม ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการฝากมาตรวัดน้ำเท่าไร ?

ตอบ ต้องเสียค่าธรรมเนียมการถอดและฝากมาตรในอัตราที่กำหนดตามขนาดของมาตรวัดน้ำซึ่งจะฝากได้ครั้งละ 1 ปีและจะฝากต่อเนื่องกันได้ไม่เกิน 2 ครั้ง อย่างไรก็ตามการฝากมาตรขนาด ½ นิ้วที่ใช้กับบ้านเรือนทั่วไปนั้นจะเสียค่าธรรมเนียมการฝากมาตรปีแรก (ครั้งแรก) 400 บาทกับค่าภาษี 7% ส่วนปีที่สอง (ครั้งที่สอง) 300 บาทกับค่าภาษีอีก 7%

เมื่อครบกำหนดเวลาที่ผู้ใช้น้ำฝากมาตรวัดน้ำประปาแล้วให้ผู้ใช้ น้ำติดต่อกับการประปาส่วนภูมิภาคภายใน 30 วันนับแต่วันครบกำหนดเพื่อยืนยันว่าจะฝากมาตรวัดน้ำต่อไปอีกหรือจะขอใช้น้ำประปา (แล้วแต่กรณี) มิฉะนั้นจะถือว่าสิทธิการใช้น้ำเป็นอันระงับไป หากต่อมาจะขอใช้น้ำอีก ต้องยื่นคำร้องขอใช้น้ำเหมือนผู้ขอใช้น้ำรายใหม่ ในการนี้ผู้ใช้ น้ำจะต้องชำระค่าธรรมเนียมในการฝากมาตรวัดน้ำหรือค่าธรรมเนียมบรรจบมาตรวัดน้ำตามที่ กปภ.กำหนด เช่นขนาดมาตร ½ นิ้วและ ¾ นิ้วจะเสียค่าธรรมเนียมบรรจบมาตร 100 บาท ถ้าขนาดมาตร 1 นิ้วจะเสีย 150 บาท เป็นต้น (ราคานี้ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าท่ออุปกรณ์เพิ่มเติมในกรณีที่จำเป็นโดยต้องคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมตามความเป็นจริง)

ค่าธรรมเนียมฝากมาตรวัดน้ำ			
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่าธรรมเนียมถอดและฝากมาตรวัดน้ำในปีแรก (บาท)	ค่าธรรมเนียมถอดและฝากมาตรวัดน้ำในปีที่สอง (บาท)	ค่าธรรมเนียมบรรจบมาตรวัดน้ำ(บาท)
½	400	300	100
¾	500	400	100
1	700	550	150
1 ½	1,000	800	200
2	2,500	2,100	400
2 ½	3,000	2,600	400
3	3,500	2,900	600
4	4,500	3,500	1,000
6	6,500	5,300	1,200
8	8,000	6,500	1,500



5.4 ถาม มิเตอร์น้ำที่หน้าบ้านสูญหายควรทำอย่างไรดี ?

ตอบ ให้ลูกค้ารีบแจ้งการประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่ที่ใช้บริการซึ่งการประปาส่วนภูมิภาคสาขานั้น ๆ จะไปติดตั้งมิเตอร์น้ำใหม่เพื่อให้ลูกค้ามีน้ำใช้ก่อนจากนั้นการประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะแต่งตั้งคณะกรรมการสอบข้อเท็จจริง หากตรวจสอบพบว่ามิเตอร์น้ำหายไปโดยไม่ได้เป็นความผิดของลูกค้า ลูกค้าก็ต้องจ่ายค่ามิเตอร์น้ำใหม่ แต่หากสอบสวนพบว่ามิเตอร์น้ำหาย ในครั้งนั้น เป็นความผิดของลูกค้าลูกค้าจะต้องจ่ายค่ามิเตอร์น้ำใหม่

5.5 ถาม ถูกตัดมาตรวัดน้ำเพราะค้างชำระค่าน้ำต้องทำอะไร ?

ตอบ กรณีลูกค้าถูกงดจ่ายน้ำประปาหรือถูกตัดมาตรวัดน้ำหากมีความประสงค์จะเปิดใช้น้ำประปาต่อไปอีกให้ผู้ใช้น้ำยื่นคำร้องขอใช้น้ำก่อนโดยผู้ใช้น้ำต้องชำระหนี้ค่าน้ำประปาที่ค้างชำระและค่าธรรมเนียมถอดฝากบรรจบบรรจบบมาตรวัดน้ำ (ประสาณมาตร) ดังตาราง (ราคานี้ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าท่ออุปกรณ์เพิ่มเติมในกรณีที่ทำเป็นโดยต้องคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมตามความเป็นจริง)

ค่าธรรมเนียมบรรจบบรรจบบมาตรวัดน้ำ (ประสาณมาตร)	
ขนาดมาตร (นิ้ว)	ค่าธรรมเนียมบรรจบบมาตรวัดน้ำ (บาท)
½	300
¾	600
1	850
1 ½	1,200
2	2,900
2 ½	3,400
3	4,100
4	5,500
6	7,700
8	9,500

ทั้งนี้ การประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะดำเนินการบรรจบบรรจบบมาตรให้แล้วเสร็จภายใน 2 วันทำการ อนึ่ง หากผู้ใช้น้ำชำระหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมดเมื่อพ้นกำหนด 6 เดือน นับแต่ กปภ. งดจ่ายน้ำแล้ว ผู้ใช้น้ำจะต้องยื่นคำขอใช้น้ำและชำระค่าใช้จ่ายในการติดตั้งประปาเช่นเดียวกับผู้ขอใช้น้ำรายใหม่



⑥ ยกเลิกใช้น้ำประปาและขอคืนเงินประกันการใช้น้ำประปา

6.1 ถาม ขอยกเลิกการใช้น้ำประปาและขอรับเงินประกันการใช้น้ำคืนต้องทำอย่างไร ?

ตอบ กรณีผู้ใช้น้ำไม่ประสงค์จะใช้น้ำกับการประปาส่วนภูมิภาคโดยบอกเลิกการใช้น้ำประปาและขอคืนเงินประกันการใช้น้ำประปาให้ยื่นคำร้องขอคืนเงินประกันการใช้น้ำประปากับการประปาส่วนภูมิภาคสาขาพร้อมหลักฐานดังต่อไปนี้

บัตรประจำตัวประชาชน

ใบเสร็จค่าประกันการใช้น้ำประปาถ้าไม่มีให้ใช้ใบแจ้งความแทน

กรณีผู้ใช้น้ำขอคืนเงินประกันการใช้น้ำมอบอำนาจให้ผู้อื่นไปดำเนินการแทน ให้ผู้รับมอบอำนาจนำหนังสือมอบอำนาจจากผู้ใช้น้ำ โดยมีพยาน 2 คน ลงนามรับรอง และปิดอากรแสตมป์ ตามกฎหมาย ไปยื่นให้เจ้าหน้าที่ด้วย โดยการประปาส่วนภูมิภาคสาขาจะคืนเงินประกันการใช้น้ำให้ในกรณีที่ไม่มีค่าน้ำประปาค้างชำระ

⑦ คุณภาพน้ำและการบำรุงรักษา

7.1 ถาม น้ำประปามีรสเผ็ดร้อนๆควรทำอย่างไร ?

ตอบ น้ำประปาที่มีรสเผ็ดร้อนๆเกิดจากกัลลินคลอรีนหากไม่คุ้นเคยกับกัลลินคลอรีนที่เติมลงไปใ้ในน้ำประปาควรเปิดน้ำประปาใส่ภาชนะสะอาดตั้งทิ้งไว้ประมาณ 30 นาทีที่กัลลินคลอรีนจะระเหยหมดไปน้ำประปาก็จะมีรสชาติที่น้ำดื่มยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถเติมน้ำมะนาวหรือสมุนไพรอย่างอื่นเช่นใบเตย มะตูมลงในน้ำแล้วแช่ไว้ในตู้เย็นจะทำให้มีน้ำมีรสชวนดื่มยิ่งขึ้นอีก

7.2 ถาม บางครั้งน้ำประปามีกลิ่นคลอรีนเป็นเพราะสาเหตุอะไรและมีอันตรายหรือไม่ ?

ตอบ เนื่องจากในกระบวนการผลิตน้ำประปาเพื่อให้มีความสะอาดเทียบเท่ามาตรฐานน้ำดื่มขององค์การอนามัยโลกจำเป็นต้องใช้สารคลอรีนฆ่าเชื้อโรคที่อาจมีในน้ำประปาเพื่อให้ส่งถึงทุกบ้านอย่างปลอดภัยดังนั้นในบางพื้นที่ที่น้ำประปามีกลิ่นคลอรีน (ส่วนใหญ่เป็นบ้านที่อยู่ใกล้กับโรงผลิตจ่ายน้ำ) ขอให้สบายใจว่าคลอรีนที่หลงเหลืออยู่ในน้ำประปากปภ.ได้ควบคุมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานน้ำดื่มขององค์การอนามัยโลกโดยกัลลินคลอรีนในน้ำแสดงถึงความปลอดภัย ซึ่งไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพหากไม่คุ้นเคยกับกัลลินคลอรีนให้รองน้ำใส่ภาชนะสะอาดทิ้งไว้ประมาณ 30 นาที กัลลินคลอรีนจะหายไปเองทั้งนี้ภาชนะที่รองรับน้ำประปาต้องมีความสะอาดด้วย



7.3 ถาม น้ำประปาใช้หุงข้าวได้หรือไม่ ?

ตอบ

สามารถใช้หุงข้าวได้ แม้ว่าหลายคนอาจกลัวว่าคลอรีนในน้ำประปาจะทำปฏิกิริยากับสารอินทรีย์ หรือ ข้าว และเมื่อได้รับความร้อนจะเปลี่ยนเป็นสารไตรฮาโลมีเทนซึ่งเป็นสารก่อมะเร็งนั้น อย่างไรก็ตาม การเกิดสารไตรฮาโลมีเทนยังสามารถเกิดขึ้นได้อีกหลายปัจจัย เช่น ปริมาณคลอรีนอิสระ ความเป็นกรด-ด่าง อุณหภูมิ และชนิดสารอินทรีย์โดยเฉพาะกลุ่มฮิวมิก กรดฟุลวิกในน้ำเป็นหลัก ที่สำคัญกระบวนการผลิตน้ำประปาแม้ว่าในน้ำดิบที่นำมาผลิตจะมีสารอินทรีย์ปะปนอยู่บ้าง เมื่อเข้าสู่ระบบผลิตน้ำประปาที่มีขั้นตอนการปรับปรุงคุณภาพน้ำดิบ การตกตะกอน และการกรองแล้ว ปริมาณสารอินทรีย์จะถูกกำจัดออกไปได้มาก จึงเหลือมาทำปฏิกิริยากับคลอรีนอิสระคงเหลือในน้ำน้อยมาก ซึ่ง กปภ. ได้ควบคุมปริมาณคลอรีนอิสระคงเหลือสำหรับฆ่าเชื้อโรคในน้ำ ณ สถานีผลิตน้ำ ให้มีค่าอยู่ในช่วง 1.0 - 1.5 มิลลิกรัมต่อลิตร และเมื่อน้ำประปาเข้าสู่เส้นท่อในระบบจ่ายน้ำ คลอรีนอิสระคงเหลือจะยังช่วยกำจัดเชื้อโรคอย่างต่อเนื่องต่อไป โดยลดลงจนถึงผู้ใช้น้ำในปริมาณที่มีการควบคุมให้มีค่าประมาณ 0.2 มิลลิกรัมต่อลิตร สำหรับข้าวสารหรือแป้งชนิดต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหาร จัดอยู่ในกลุ่มคาร์โบไฮเดรตโมเลกุลขนาดใหญ่จึงทำปฏิกิริยากับคลอรีนอิสระได้ช้ามาก เมื่อเทียบกับสารอินทรีย์ชนิดอื่น ๆ ยิ่งไปกว่านั้นคลอรีนอิสระคงเหลือและไตรฮาโลมีเทนในน้ำจะระเหยออกได้ง่ายมากเมื่อสัมผัสอากาศหรือความร้อนจากการหุงต้ม คลอรีนจึงแทบไม่เหลืออยู่ในน้ำเลย ดังนั้น โอกาสที่จะเกิดสารไตรฮาโลมีเทนเนื่องจากการนำน้ำประปาที่มีคลอรีนมาใช้ประกอบอาหารจึงน้อยมาก ๆ อีกทั้ง กปภ. มีการทดสอบหาปริมาณไตรฮาโลมีเทนควบคู่กับคลอรีนอิสระคงเหลือในน้ำประปาอยู่เป็นประจำพบว่าอยู่ในเกณฑ์ที่องค์การอนามัยโลก (World Health Organization : WHO) กำหนด จึงวางใจได้ว่าน้ำประปาปลอดภัยต่อการอุปโภคและบริโภค

7.4 ถาม บางครั้งน้ำประปามีสีขุ่นและมีตะกอนเป็นเพราะอะไร ?

ตอบ

สาเหตุหนึ่งมาจากท่อแตกรั่วทำให้สิ่งสกปรกมีโอกาสเล็ดลอดเข้าไปในท่อประปาในระหว่างแตกรั่ว และในระหว่างการซ่อมท่อได้อีกสาเหตุหนึ่งก็คือถังเก็บน้ำหรือบ่อพักน้ำภายในบ้านที่ไม่สะอาดเพียงพอหรือมีตะกอนตกค้างอยู่ที่ก้นถังจึงควรทำความสะอาดถังเก็บน้ำอย่างสม่ำเสมอด้วย

7.5 ถาม การป้องกันการรั่วไหลของน้ำประปาภายในบ้านมีวิธีการอย่างไร ?

ตอบ

หมั่นตรวจสอบระบบท่อประปาภายในบ้านด้วยวิธีง่าย ๆ โดยการปิดก๊อกน้ำในบ้านทุกตัว จากนั้นดูที่หน้าปัดของมาตรวัดน้ำที่บ้านท่านว่าใบพัดหมุนอยู่หรือไม่หากใบพัดยังหมุนอยู่แสดงว่าเกิดท่อรั่วภายในขึ้น



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 111 ของ 149

7.6 ถาม หากจะดูแลรักษาท่อประปาและอุปกรณ์ภายในบ้านควรทำอย่างไรจึงจะถูกต้อง ?

ตอบ การดูแลรักษาอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับท่อประปาเป็นสิ่งสำคัญมากมีรายละเอียดโดยย่อ ดังนี้

- 1) ควรเปลี่ยนท่อประปาและก๊อกน้ำที่ผุกร่อนหรือเป็นสนิมภายในบ้าน
- 2) ควรทำความสะอาดถังเก็บน้ำหรือบ่อบักน้ำอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำ
- 3) สายยางน้ำที่ใช้อยู่ในบ้านควรหมั่นดูแลให้สะอาดอย่าปล่อยให้วางทิ้งไว้ตามพื้นที่เฉอะแฉะหรือเก็บไว้ในที่อับชื้นเพราะอาจทำให้ตะไคร่น้ำเกาะภายในสายยางได้ซึ่งหากนำสายยางนั้นไปต่อเข้ากับก๊อกน้ำน้ำประปาที่ไหลผ่านสายยางออกมาก็จะมีความสะอาดน้อยลงไป

7.7 ถาม การติดตั้งเครื่องปั้มน้ำที่ถูกวิธีควรทำอย่างไร ?

ตอบ แต่ละบ้านควรมีถังหรือบ่อบักน้ำสำรองที่มีความจุประมาณ 500- 1,000 ลิตร ไว้สำหรับเก็บน้ำประปาให้ไหลลงบ่อบักน้ำก่อนแล้วจึงทำการติดตั้งเครื่องปั้มน้ำเพื่อสูบน้ำโดยตรงจากบ่อบักไปใช้หากทำการติดตั้งเครื่องปั้มน้ำโดยตรงจากเส้นท่อจะทำให้ท่อและมาตรวัดน้ำชำรุดได้โดยง่าย อีกทั้งยังเป็นการทำผิดเงื่อนไขสัญญาการใช้น้ำอีกด้วย

⑧ น้ำประปาไม่ไหลหรือไหลอ่อน

8.1 ถาม น้ำประปาไหลอ่อนบางที่ไม่ไหลหรือไหลเป็นบางครั้งควรทำอย่างไร ?

ตอบ สาเหตุหนึ่งเกิดจากสภาพพื้นที่จ่ายน้ำเป็นเนินสูงต่ำไม่เท่ากันหากบ้านที่อยู่บนพื้นที่สูงหรือพื้นที่ปลายท่อจะมีแรงดันน้ำต่ำทำให้ได้รับน้ำน้อยลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเช้า – เย็นที่มีการเปิดใช้น้ำประปาพร้อม ๆ กันหากยังประสบปัญหาดังกล่าวให้แจ้งไปที่การประปาส่วนภูมิภาคสาขาในพื้นที่ที่ให้บริการอยู่เพื่อหาสาเหตุที่แท้จริงและแก้ไขต่อไป

8.2 ถาม การหยุดจ่ายน้ำเกิดจากสาเหตุใดบ้าง ?

ตอบ สาเหตุการหยุดจ่ายน้ำ ประกอบด้วย 3 สาเหตุ ดังนี้

1. การหยุดจ่ายน้ำที่เป็นแผน หรือการหยุดจ่ายน้ำโดยรู้ล่วงหน้า หมายถึง กปภ.สาขาได้กำหนดแผนในการดำเนินกิจกรรมในการปรับปรุงระบบผลิต ระบบจำหน่ายน้ำประปา ได้แก่ การล้างหรือทำความสะอาดถังตกตะกอน ถังน้ำใส การสำรวจหาท่อแตกท่อรั่ว การปรับปรุงระบบไฟฟ้าสถานีผลิตและจ่ายน้ำ อุปกรณ์ท่อชำรุด ย้ายมาตร ย้ายหรือประสานท่อ ติดตั้งซ่อมแซมประตุน้ำ และการหยุดจ่ายน้ำโดยมีประกาศล่วงหน้า
2. การหยุดจ่ายน้ำที่ไม่เป็นแผน หรือการหยุดจ่ายน้ำโดยไม่รู้ล่วงหน้า หมายถึง การหยุดจ่ายน้ำที่มีสาเหตุจากท่อแตกรั่ว ท่อระเบิด ท่อเมนจ่ายน้ำชำรุด และท่อเสื่อมสภาพ
3. การหยุดจ่ายน้ำเนื่องจาก ไฟฟ้าดับ สาธารณภัย ภัยธรรมชาติ และอุบัติเหตุ ได้แก่ อุทกภัย วาตภัย ภัยทางหลวงทำท่อประปาแตก เป็นต้น



๑) เกี่ยวกับค่าน้ำและการลงทุน

9.1 ถาม ค่าน้ำประปาสูงขึ้นผิดปกติต่างๆที่จำนวนผู้อยู่อาศัยเท่าเดิมจะมีวิธีการตรวจสอบอย่างไร ?

ตอบ มีวิธีการตรวจสอบดังนี้

1. สอบถามสมาชิกในบ้านว่ามีใครเปิดก๊อกน้ำทิ้งไว้ในช่วงเดือนที่ผ่านมาหรือไม่เพื่อจะได้รู้ถึงปริมาณน้ำที่ถูกปล่อยทิ้งเพราะน้ำที่ผ่านมาตรวัดน้ำเข้าไปในบ้านทุกหน่วยที่บันทึกได้ถือว่าลูกค้าได้ชื้อน้ำเข้าบ้านแล้ว

2. ค้นหาการรั่วไหลของน้ำประปาภายในบ้านโดยการปิดก๊อกน้ำทุกตัวแล้วตรวจดูว่ามาตรวัดน้ำที่บ้านยังหมุนอยู่หรือไม่หากว่ามาตรวัดน้ำยังหมุนอยู่แสดงว่ามีท่อรั่วภายในบ้านต้องรีบติดต่อช่างเพื่อซ่อมแซมแก้ไขโดยเร็วมิฉะนั้นจะสูญเสียน้ำสะอาดโดยเปล่าประโยชน์ไปทุกวินาที

9.2 ถาม หากต้องการลดการใช้น้ำประปาเพื่อช่วยชาติประหยัดน้ำหรือลดการสูญเสียน้ำโดยเปล่าประโยชน์ควรทำอย่างไร ?

ตอบ กรณีไม่ได้อาศัยอยู่ที่บ้านเป็นระยะเวลาหลายๆควรปิดประตูน้ำหลังมาตรวัดน้ำเสมอเพราะหากเกิดท่อรั่วภายในบ้านจะได้ไม่ต้องสูญเสียน้ำมากๆโดยเปล่าประโยชน์และไม่ต้องจ่ายเงินค่าน้ำที่สูงขึ้น



เอกสารอ้างอิง

คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ “Service Mind” (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://odl.mod.go.th>

ความหมายของ Service Mind (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://kmops.moph.go.th>

Service Mind to Service Excellence การบริการด้วยใจเพื่อการบริการที่เป็นเลิศ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://pcni.moc.go.th>

การให้บริการที่ดี (Service Mind) (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.oic.go.th>

เขียน Content ยังไงให้ Like กระจาย Share กระจาย แคมเปญของได้ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://developers.ascendcorp.com>

3 ขั้นตอน วิธีเขียน content ให้ปัง !!! ยอดขายถล่มทลายง่าย ๆ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://teekhawat.com/content>

14 เทคนิคการสร้าง Engagement บน Facebook เพื่อธุรกิจออนไลน์ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://stepstraining.co/strategy/14-techniques-increasing-engagement-on-facebook>

CEO เล่าเรื่อง ตอนที่ 2: การตลาดโซเชียล (Social Media Marketing) คืออะไร? (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.iprospect-th.com/digital-knowledge/what-is-social-media-marketing/>

12 ขั้นตอน วิธีเขียนอีเมลภาษาอังกฤษพิชิตใจลูกค้า (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.globish.co.th>

วิธีเขียนอีเมลล์ให้ลูกค้าตอบกลับคุณอย่างรวดเร็ว (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.linkedin.com>

วิธีการเขียนอีเมลล์ให้กับลูกค้าแบบมืออาชีพ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.sales100million.com>

การสื่อสารทางโทรศัพท์อย่างมีประสิทธิภาพ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.trdnrru.net>

5 เคล็ดลับการให้บริการลูกค้าแบบเผชิญหน้า (5 Tips for face to face customer service) (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.callcentermaster.com>

การสื่อสารในการบริการ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.elfms.ssru.ac.th>

คู่มือหลักการการให้บริการที่ดีภายใต้กระบวนการจัดการความรู้ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.ascar.rmutk.ac.th>

สาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเกิดข้อร้องเรียน (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.impressionconsult.com>



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 114 ของ 149

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (ออนไลน์), และสรุปลงสาระสำคัญของ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 2562 (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.oic.go.th>

สรุปลงสาระสำคัญของ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 “PDPA – Privacy for All” (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.rbpho.moph.go.th>

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.sec.or.th>

สรุปลงสาระสำคัญของ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 2562 (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.oic.go.th>

ประกาศ กปภ. เรื่องนโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2564 (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564. จาก <https://pwa.co.th/contents/privacy-policy>

ทัศนคติเชิงบวกกับงานบริการ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.entaining.net>

ทัศนคติ (Attitude) (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2564. จาก <https://romravin.wordpress.com>

‘ทัศนคติ’ ความหมาย และความสำคัญ (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.bangkokbiznews.com>

มั่นใจในมาตรฐานบริการลูกค้าด้วย PWA Service Charter วารสารน้ำ กปภ. ฉบับที่ 6 ที่ 41 เดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2563 (ออนไลน์), เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2564. จาก <https://www.pwa.co.th/download/waterbook/w202012/#10>

ส่วนยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคงภายในสำนักนโยบายและแผนสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, คู่มือคำแนะนำการรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับสถานที่.

Madison House, Business English Development Program PWA.

บริษัท แอดวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด, เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง Service Mind, วันที่ 13-14 มีนาคม 2557.

บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน), เอกสารประกอบการฝึกอบรม เรื่อง “หลักสูตรทักษะการให้บริการในงาน Call Center” โครงการ Smile Line Smile Team 1567 ศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย.

Training & Development Aconnect Contact Center Advance Research Group., Ltd. เอกสารประกอบการอบรมเรื่องเรื่องศิลปะและทักษะการให้บริการและ Refresh Service Excellent.

เขมิษา บุญยเกียรติ. (พฤษภาคม 2566). เอกสารประกอบการบรรยายอบรมเชิงปฏิบัติการ PWA Brand Ambassador : Customer Service Excellence, กรุงเทพฯ: การประปาส่วนภูมิภาค.



ภาคผนวก

รู้จักลูกค้า กปภ.

Customer Segment Profile

การเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน จะช่วยให้ กปภ. นำไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ รวมถึงการจัดทำแผนบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างตรงจุดยิ่งขึ้น

ปัจจุบัน กปภ. จำแนกลูกค้าออกเป็น 3 ประเภท โดยยึดหลักเกณฑ์ลูกค้าที่ประกอบกิจการแตกต่างกันและปริมาณการใช้น้ำเพื่อตอบสนองความสมดุลระหว่างการดำรงอยู่ขององค์กรกับสภาวะของลูกค้าแต่ละประเภทให้ได้รับการบริการสาธารณสุขูปโภคอย่างเพียงพอและทั่วถึงดังนี้

ประเภทที่ 1 ที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ ซึ่งใช้น้ำไม่เกิน 50 ลบ.ม. ได้แก่

1.1 ที่อยู่อาศัย

1.2 อื่น ๆ - ศาสนสถาน กิจการสาธารณสุขมูลฐาน ธุรกิจและการค้า

ประเภทที่ 2 ราชการและธุรกิจขนาดเล็กรวมถึงผู้ใช้น้ำประเภทที่ 1 ที่ใช้น้ำมากกว่า 50 ลบ.ม. ต่อเดือน ได้แก่

2.1 ส่วนราชการ

2.2 สถานพยาบาล และสถานบริการสาธารณสุขของรัฐ

2.3 สถานศึกษาของรัฐ

2.4 ธุรกิจและการค้าขนาดเล็ก

ประเภทที่ 3 รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่ รวมถึงผู้ใช้น้ำประเภทที่ 2 เฉพาะกรณีกลุ่มตลาดศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า สหกรณ์ และกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก สำนักงานธุรกิจ ที่ใช้น้ำมากกว่า 80 ลบ.ม. ต่อเดือน ได้แก่

3.1 สถานที่ทำการของรัฐวิสาหกิจ

3.2 อุตสาหกรรม

3.3 โรงแรมและสถานเริงรมย์

3.4 ธุรกิจและการค้าขนาดใหญ่

นอกจากนี้ กปภ. ยังได้จำแนกลูกค้าเพิ่มเติมคือวิเคราะห์จากข้อมูลเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (PWA Customer Journey Mapping) ซึ่งครอบคลุมทุกวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) โดยพิจารณาประสบการณ์และความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการในแต่ละขั้นตอน แต่ละธุรกรรมบริการ และแต่ละ Touchpoint เพื่อรับฟังและทำความเข้าใจลูกค้า กำหนดกลยุทธ์สร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า การบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าทั้งในด้านการแก้ปัญหา (Pain Point) ของลูกค้าและเพิ่มคุณค่าให้การบริการของ กปภ. (Gain Point) ให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจและเกิดความผูกพันภักดีต่อ กปภ. ดังนี้



1. **กลุ่มคนที่ยังไม่เป็นลูกค้า กปภ. หรือผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต** เป็นกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่การให้บริการของ กปภ. แต่ยังไม่เป็นลูกค้าของ กปภ. โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ถึงสินค้า บริการและคุณภาพการให้บริการของ กปภ. สร้างความสนใจ โน้มน้าวใจ/จูงใจให้ตัดสินใจใช้บริการของ กปภ.

2. **กลุ่มลูกค้าใหม่** เป็นกลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนการสอบถามข้อมูลสำหรับตัดสินใจใช้น้ำประปา กปภ. และกลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนการขอติดตั้งประปาใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความประทับใจแรก สื่อสารข้อตกลงและแนวปฏิบัติในการใช้บริการ







3. **กลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยติดต่อหรือร้องเรียน กปภ.** เป็นกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน ซึ่งเป็นจำนวนมากส่วนใหญ่ของกลุ่มลูกค้าทั้งหมด โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจในการได้รับบริการและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อจะพัฒนาสู่ความผูกพันที่ดีต่อไป







4. **กลุ่มลูกค้าร้องเรียน** เป็นกลุ่มลูกค้าร้องเรียนการให้บริการของ กปภ. และให้รวมถึงลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่มีข้อร้องเรียนสูง โดยมีเป้าหมายเพื่อลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า และเปลี่ยนเป็นความพึงพอใจจากการตอบสนองและแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว

5. **กลุ่มลูกค้าผูกพันภักดี** เป็นกลุ่มลูกค้าที่บอกต่อข้อมูลการให้บริการของ กปภ. การกล่าวถึง กปภ. เชิงบวกและการปกป้อง กปภ. เมื่อมีถูกกล่าวถึงในเชิงลบ รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่ชำระค่าน้ำตามกำหนดเวลา กปภ. ไม่ต้องติดตามหนี้ค้าง และกลุ่มลูกค้าที่แจ้ง กปภ. ในกรณีพบเห็นท่อแตกท่อรั่วสาธารณะ ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อรักษาระดับและเพิ่มระดับความผูกพันภักดีต่อ กปภ.ต่อไป

จากกลุ่มการจำแนกลูกค้ากล่าว กปภ. ได้วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าจากฐานข้อมูลสารสนเทศจากแต่ละ Touchpoint เพื่อให้ได้สารสนเทศความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ทศนคติ ความเชื่อมั่น ความภักดี ความวิตกกังวล และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม และได้นำมากำหนดเป็น **Persona** เพื่อกำหนดนโยบายด้านลูกค้าและตลาดให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ในการตอบสนองพันธกิจและวิสัยทัศน์องค์กร ทั้งด้านการสร้างรายได้ สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยมีรายละเอียดดังตาราง

Customer Persona
คุณลักษณะของลูกค้า

ประเภทลูกค้า	กลุ่มคนที่ยังไม่ เป็นลูกค้า กปภ. หรือ ผู้ที่อาจเป็น ลูกค้าใน อนาคต	กลุ่มลูกค้าใหม่	กลุ่มลูกค้าที่ ไม่เคยติดต่อ หรือร้องเรียน กปภ.	กลุ่มลูกค้า ร้องเรียน	กลุ่มลูกค้าผูกพัน ภักดี	กลุ่มลูกค้า* รายใหญ่
Profile	ลูกค้าศักยภาพ 	ลูกค้ามือใหม่ 	ลูกค้าประจำ 	ลูกค้าจอมปลั่ง 	ลูกค้าภักดี 	ลูกค้าวีไอพี 
ความต้องการ	มีเส้นทางผ่าน หน้าบ้าน ลดค่าติดตั้ง/ ค่าน้ำประปาให้ ถูกลง คุณภาพ ปริมาณน้ำและ บริการที่ดี	คำแนะนำด้าน การใช้น้ำ กปภ. ช่องทาง การติดต่อที่ สะดวก	คุณภาพ และ ปริมาณน้ำที่ดี	คุณภาพปริมาณน้ำ และบริการที่ดี	มีส่วนร่วมในการ เสนอแนะการ ให้บริการและ ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับ กปภ.	คุณภาพปริมาณน้ำ และบริการที่ดี เป็นพิเศษกว่า กลุ่มอื่น
Interest	ข่าวสาร การขยายเขต จำหน่ายน้ำ การพัฒนา คุณภาพน้ำ และบริการต่าง ๆ ที่ลูกค้าได้รับ เมื่อเป็นลูกค้า กปภ.	ข้อมูลและ ช่องทางการ ติดต่อของ กปภ.	ข่าวสารที่ กระทบกับ คุณภาพและ ปริมาณน้ำ เช่น ปิดจ่ายน้ำ น้ำเค็ม เป็นต้น	การแก้ไขปัญหา ของ กปภ.	กิจกรรมของ กปภ.	ข่าวสารกิจกรรม และโปรโมชั่น ต่าง ๆ ของ กปภ.
ช่องทางการรับ ข่าวสาร	-LINE -Facebook	-LINE -Facebook -Website pwa.co.th -โทรศัพท์ -PWA Contact Center 1662	-LINE -Facebook -โทรศัพท์ ติดต่อสาขา	-LINE -Facebook -Website pwa.co.th -โทรศัพท์	-LINE -Facebook -โทรศัพท์ติดต่อ สาขา -PWA Contact Center 1662 -E-mail	-LINE -Facebook -โทรศัพท์ติดต่อ สาขา
ความวิตก กังวล	คุณภาพและ ปริมาณ น้ำประปาที่ใช้อยู่ ไม่มีคุณภาพ	ไม่รับทราบ ข้อมูลข่าวสาร ของ กปภ.	ไม่มีน้ำประปา ใช้ หรือ น้ำประปาไม่มี คุณภาพ	ไม่ได้รับการ ติดต่อหรือ การแก้ไขปัญหา จาก กปภ.	ไม่รับทราบ ข้อมูลข่าวสาร ของ กปภ.	คุณภาพและ ปริมาณน้ำไม่มี คุณภาพ และการ ให้บริการไม่ดี

ประเภทลูกค้า	กลุ่มคนที่ยังไม่เป็นลูกค้า กปภ. หรือผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต	กลุ่มลูกค้าใหม่	กลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยติดต่อหรือร้องเรียน กปภ.	กลุ่มลูกค้าร้องเรียน	กลุ่มลูกค้าผูกพันภักดี	กลุ่มลูกค้า* รายใหญ่
Profile	ลูกค้าศักยภาพ 	ลูกค้ามือใหม่ 	ลูกค้าประจำ 	ลูกค้าจอมพลัง 	ลูกค้าภักดี 	ลูกค้าวีไอพี 
Pain Point	ไม่สามารถเปลี่ยนมาใช้น้ำของ กปภ. ได้ เนื่องจากไม่มีเส้นท่อผ่านหรือค่าใช้จ่ายสูงกว่าที่ใช้อยู่	ปัญหาด้านคุณภาพ ปริมาณและการให้บริการ	ปัญหาด้านคุณภาพ ปริมาณ	ปัญหาด้านคุณภาพ ปริมาณ และการให้บริการ	ข้อมูลข่าวสารของ กปภ. ไม่ถูกต้องและไม่ทันต่อเหตุการณ์	การให้บริการของ กปภ. ส่งผลกระทบกับการดำเนินงาน
ข้อเสนอแนะ	ให้จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการรับบริการหรือข้อมูลสำคัญต่างๆ ที่ลูกค้าควรทราบ ติดตั้งภายในสำนักงาน	การประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ามีถึงสำรองน้ำ ไม่ใช่การแก้ไขปัญหาด้านปริมาณได้อย่างตรงจุด	ต้องการให้ปรับปรุงใบแจ้งค่าน้ำประปาให้มีระยะเวลาจ่ายเงินมากกว่า 7 วัน	เพิ่มการทำงานแบบ Team Work เพื่อพัฒนาการดำเนินการให้เร็วขึ้น สามารถแจ้งพิกัดและระยะเวลาในการซ่อมแซมได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน	พัฒนาระบบการแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อเกิดเหตุหยุดจ่ายน้ำ/ท่อแตกรั่วฉุกเฉิน	-ควรประเมินความต้องการใช้น้ำของประชาชน และมีคำตอบให้ประชาชนถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดการหยุดจ่ายน้ำกรณีมีการหยุดจ่ายน้ำ

หมายเหตุ * กปภ. กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยยึดหลักเกณฑ์ผลตอบแทนจากการลงทุน คือ กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่สร้างรายได้ให้ กปภ. โดย กปภ. กำหนดราคาค่าน้ำสูงกว่าต้นทุนการผลิตและเป็นกลุ่มที่มีปริมาณการใช้น้ำจำนวนมาก โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับผลประกอบการของ กปภ.



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 120 ของ 149

ข้อมูลลูกค้าประเภท 1

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าปัจจุบัน : ผู้ใช้น้ำประเภทที่หนึ่ง (ที่อยู่อาศัย) ได้แก่ 1. สถานที่พักอาศัยของเอกชน 2. สถานที่พักอาศัยของรัฐ 3. สถานที่พักอาศัยและมีการประกอบการค้า 4. ศาสนสถาน มูลนิธิ หรือองค์กรเพื่อการกุศล สาธารณะ 5. พรรคการเมือง จำนวน 76,721 ตัวอย่าง

1. ความต้องการและความคาดหวัง

ความต้องการ	1) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 2) คุณภาพน้ำประปา 3) ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ
ความคาดหวัง	1) คุณภาพน้ำประปา 2) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 3) การให้บริการของพนักงาน

2. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
1. คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.304	4
2. ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.283	7
3. การให้บริการของพนักงาน	4.468	1
4. อาคาร – สถานที่	4.440	2
5. การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.402	3
6. การให้บริการหลังการขาย	4.294	5
7. ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.290	6

3. ความพึงพอใจต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสารและรับการสนับสนุนจาก กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ช่องทางสื่อสารในภาพรวมของ กปภ.	4.358	-
1. สายด่วน PWA Contact Center 1662	4.336	4
2. โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา/กปภ.เขต	4.325	5
3. พบเจ้าหน้าที่	4.445	1
4. LINE	4.381	3
5. เว็บไซต์ของ กปภ. www.pwa.co.th	4.228	6
6. Facebook ของ กปภ.	4.402	2
7. E-mail กปภ. pr@pwa.co.th	4.195	7
8. บันทึกลง/ หนังสือ/ จดหมาย	4.052	8



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 121 ของ 149

4. ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	ร้อยละ
ความภักดี	-
ยังคงใช้น้ำประปาของ กปภ. ต่อไป	96.96
เปลี่ยนไปใช้น้ำประปาของหน่วยงานอื่น	3.04

5. ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)
การกล่าวถึง กปภ. ในทางที่ดีเมื่อมีโอกาส	4.393
ความปรารถนาให้ กปภ. เป็นองค์กรที่เข้มแข็ง/เติบโตดำเนินกิจการของตนเองภายใต้พันธกิจได้อย่างเหมาะสม	4.422
ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมของ กปภ. ในวาระต่างๆ	4.225
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของ กปภ.	4.301

6. ความต้องการ/ความคาดหวังต่อการให้บริการของ กปภ.สาขา

ประเภทงานให้บริการของ กปภ.สาขา เพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	96.95
ยังไม่เพียงพอ	3.05
วัน - เวลาให้บริการของ กปภ. มีความเหมาะสมหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เหมาะสมแล้ว	97.03
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม	2.97
อาคาร-สถานที่ให้บริการของ กปภ. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย	ร้อยละ
รวม	100.00
เหมาะสมแล้ว	98.01
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม	1.99
จุดให้บริการลูกค้ามีความสะดวกสบายในการเข้าถึง	ร้อยละ
รวม	100.00
เหมาะสมแล้ว	97.96
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม	2.04



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 122 ของ 149

กปภ. สาขา มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	97.96
ยังไม่เพียงพอ	2.04
ช่องทางสื่อสารระหว่างลูกค้าและ กปภ.สาขามีความเพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	96.11
ยังไม่เพียงพอ	3.89

7. ทักษะความเชื่อมั่นที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ทักษะความเชื่อมั่น	4.369	-
1. ความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา	4.435	2
2. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	4.449	1
3. ความเชื่อมั่นที่มีต่อกระบวนการให้บริการ	4.419	3
4. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความโปร่งใสขององค์กร เช่น การบริหารงานปราศจากการทุจริต คอร์รัปชัน	4.360	5
5. ความเชื่อมั่นที่มีต่อบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ การช่วยเหลือชุมชน/สังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ กปภ.	4.339	8
6. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการแก้ไขปัญหาร้องเรียน	4.307	10
7. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.317	9
8. ความเชื่อมั่นว่า กปภ. จะนำเทคโนโลยี/นวัตกรรมมาพัฒนาระบบประปา	4.350	6
9. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการดำเนินกิจการด้วยความมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน	4.367	4
10. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินของ กปภ.	4.349	7



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 123 ของ 149

ข้อมูลลูกค้าประเภท 2

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าปัจจุบันผู้ใช้น้ำประปาที่สอง (ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก) ได้แก่ 1. ที่ทำการของหน่วยงานราชการ 2. โรงพยาบาลของรัฐ สถานพยาบาลของรัฐ 3. สถานพยาบาลของเอกชน 4. สถานสงเคราะห์ของรัฐ 5.สถานศึกษาของรัฐ 6.สถานศึกษาของเอกชนระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา 7.สถานกงสุล องค์การระหว่างประเทศ 8.ตลาด ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้าสภกรณ์ 9.ธุรกิจขนาดเล็ก สำนักงานธุรกิจ จำนวน 11,065 ตัวอย่าง

1. ความต้องการและความคาดหวัง

ความต้องการ	1) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 2) คุณภาพน้ำประปา 3) ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ
ความคาดหวัง	1) คุณภาพน้ำประปา 2) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 3) การให้บริการของพนักงาน

2. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
1. คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.296	4
2. ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.277	6
3. การให้บริการของพนักงาน	4.454	1
4. อาคาร – สถานที่	4.441	2
5. การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.394	3
6. การให้บริการหลังการขาย	4.286	5
7. ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.272	7

3. ความพึงพอใจต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสารและรับการสนับสนุนจาก กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ช่องทางสื่อสารในภาพรวมของ กปภ.	4.364	-
1. สายด่วน PWA Contact Center 1662	4.355	4
2. โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา/กปภ.เขต	4.335	5
3. พบเจ้าหน้าที่	4.450	1
4. LINE	4.392	3
5. เว็บไซต์ของ กปภ.www.pwa.co.th	4.216	6
6. Facebook ของ กปภ.	4.402	2
7. E-mail กปภ. pr@pwa.co.th	4.163	7
8. บันทึกร/ หนังสือ/ จดหมาย	4.086	8



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 124 ของ 149

4. ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	ร้อยละ
ความภักดี	-
ยังคงใช้น้ำประปาของ กปภ. ต่อไป	97.11
เปลี่ยนไปใช้น้ำประปาของหน่วยงานอื่น	2.89

5. ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)
การกล่าวถึง กปภ. ในทางที่ดีเมื่อมีโอกาส	4.395
ความปรารถนาให้ กปภ. เป็นองค์กรที่เข้มแข็ง/เติบโตดำเนินกิจการของตนเองภายใต้พันธกิจได้อย่างเหมาะสม	4.22
ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมของ กปภ. ในวาระต่างๆ	4.236
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของ กปภ.	4.295

6. ความต้องการ/ความคาดหวังต่อการให้บริการของ กปภ.สาขา

ประเภทงานให้บริการของ กปภ.สาขา เพียงพอหรือไม่		ร้อยละ
รวม		100.00
เพียงพอแล้ว		97.07
ยังไม่เพียงพอ		2.93
วัน - เวลาให้บริการของ กปภ. มีความเหมาะสมหรือไม่		ร้อยละ
รวม		100.00
เหมาะสมแล้ว		97.10
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม		2.90
อาคาร-สถานที่ให้บริการของ กปภ. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย		ร้อยละ
รวม		100.00
เหมาะสมแล้ว		98.18
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม		1.82
จุดให้บริการลูกค้ามีความสะดวกสบายในการเข้าถึง		ร้อยละ
รวม		100.00
เหมาะสมแล้ว		98.21
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม		1.79



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 125 ของ 149

กปภ. สาขา มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	97.85
ยังไม่เพียงพอ	2.15
ช่องทางสื่อสารระหว่างลูกค้าและ กปภ.สาขามีความเพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	96.01
ยังไม่เพียงพอ	3.99

7. ทักษะความเชื่อมั่นที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ทักษะความเชื่อมั่น	4.360	-
1. ความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา	4.421	2
2. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	4.439	1
3. ความเชื่อมั่นที่มีต่อกระบวนการให้บริการ	4.413	3
4. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความโปร่งใสขององค์กร เช่น การบริหารงานปราศจากการทุจริต คอร์รัปชัน	4.348	5
5. ความเชื่อมั่นที่มีต่อบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ การช่วยเหลือชุมชน/สังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ กปภ.	4.332	8
6. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการแก้ปัญหาร้องเรียน	4.296	10
7. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.307	9
8. ความเชื่อมั่นว่า กปภ. จะนำเทคโนโลยี/นวัตกรรมมาพัฒนา ระบบประปา	4.342	6
9. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการดำเนินกิจการด้วยความมีประสิทธิภาพ อย่างยั่งยืน	4.358	4
10. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการอย่างต่อเนื่องและแก้ไข สถานการณ์ฉุกเฉินของ กปภ.	4.340	7



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 126 ของ 149

ข้อมูลลูกค้าประเภท 3

กลุ่มที่ 3 ลูกค้าปัจจุบันผู้ใช้น้ำประเภทที่สาม (รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรมและธุรกิจขนาดใหญ่) ได้แก่ 1.ที่ทำการของ รัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชน 2.การอุตสาหกรรม 3.สถานบริการและที่พัก 4.ธนาคารพาณิชย์ 5.โรงพยาบาลของเอกชน 6.สถานศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษา 7.สถานีบริการเชื้อเพลิง 8.การขอใช้น้ำชั่วคราว 9.ธุรกิจการค้าขนาดใหญ่อื่น ๆ จำนวน 5,814 ตัวอย่าง

1. ความต้องการและความคาดหวัง

ความต้องการ	1) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 2) คุณภาพน้ำประปา 3) ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ
ความคาดหวัง	1) คุณภาพน้ำประปา 2) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล 3) การให้บริการของพนักงาน

2. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
1. คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.303	4
2. ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.265	7
3. การให้บริการของพนักงาน	4.458	1
4. อาคาร – สถานที่	4.436	2
5. การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.414	3
6. การให้บริการหลังการขาย	4.288	5
7. ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.282	6

3. ความพึงพอใจต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสารและรับการสนับสนุนจาก กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ช่องทางสื่อสารในภาพรวมของ กปภ.	4.366	-
1. สายด่วน PWA Contact Center 1662	4.336	4
2. โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา/กปภ.เขต	4.322	5
3. พบเจ้าหน้าที่	4.454	1
4. LINE	4.395	3
5. เว็บไซต์ของ กปภ.www.pwa.co.th	4.212	6
6. Facebook ของ กปภ.	4.439	2
7. E-mail กปภ. pr@pwa.co.th	4.151	7
8. บันทึกลง/ หนังสือ/ จดหมาย	4.122	8



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 127 ของ 149

4. ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	ร้อยละ
ความภักดี	-
ยังคงใช้น้ำประปาของ กปภ. ต่อไป	96.89
เปลี่ยนไปใช้น้ำประปาของหน่วยงานอื่น	3.11

5. ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)
การกล่าวถึง กปภ. ในทางที่ดีเมื่อมีโอกาส	4.394
ความปรารถนาให้ กปภ. เป็นองค์กรที่เข้มแข็ง/เติบโตดำเนินกิจการของตนเองภายใต้พันธกิจได้อย่างเหมาะสม	4.427
ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมของ กปภ. ในวาระต่างๆ	4.224
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของ กปภ.	4.306

6. ความต้องการ/ความคาดหวังต่อการให้บริการของ กปภ.สาขา

ประเภทงานให้บริการของ กปภ.สาขา เพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	97.01
ยังไม่เพียงพอ	2.99
วัน - เวลาให้บริการของ กปภ. มีความเหมาะสมหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เหมาะสมแล้ว	97.08
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม	2.92
อาคาร-สถานที่ให้บริการของ กปภ. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย	ร้อยละ
รวม	100.00
เหมาะสมแล้ว	98.19
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม	1.81
จุดให้บริการลูกค้ามีความสะดวกสบายในการเข้าถึง	ร้อยละ
รวม	100.00
เหมาะสมแล้ว	98.14
ยังมีสิ่งที่ต้องการเพิ่ม	1.86



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 128 ของ 149

กปภ. สาขา มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	97.97
ยังไม่เพียงพอ	2.03
ช่องทางสื่อสารระหว่างลูกค้าและ กปภ.สาขามีความเพียงพอหรือไม่	ร้อยละ
รวม	100.00
เพียงพอแล้ว	95.68
ยังไม่เพียงพอ	4.32

7. ทักษะความเชื่อมั่นที่มีต่อ กปภ.

รายการ	คะแนน (เต็ม 5)	ลำดับที่
ทักษะความเชื่อมั่น	4.363	-
1. ความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา	4.426	2
2. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	4.441	1
3. ความเชื่อมั่นที่มีต่อกระบวนการให้บริการ	4.415	3
4. ความเชื่อมั่นที่มีต่อความโปร่งใสขององค์กร เช่น การบริหารงานปราศจากการทุจริต คอร์รัปชัน	4.347	5
5. ความเชื่อมั่นที่มีต่อบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ การช่วยเหลือชุมชน/สังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ กปภ.	4.341	7
6. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการแก้ปัญหาร้องเรียน	4.298	10
7. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.315	9
8. ความเชื่อมั่นว่า กปภ. จะนำเทคโนโลยี/นวัตกรรมมาพัฒนา ระบบประปา	4.347	6
9. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการดำเนินกิจการด้วยความมีประสิทธิภาพ อย่างยั่งยืน	4.358	4
10. ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการอย่างต่อเนื่องและแก้ไข สถานการณ์ฉุกเฉินของ กปภ.	4.341	8



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 129 ของ 149

ข้อมูลลูกค้าคาดหวังในอนาคต

กลุ่มที่ 4 - ลูกค้าคาดหวังในอนาคต หมายถึง ผู้ที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการแต่ยังไม่ได้ใช้บริการน้ำประปาของ กปภ.

- ลูกค้าคู่แข่ง หมายถึง ลูกค้าที่ใช้บริการน้ำประปาของ กปภ. และของหน่วยงานอื่นควบคู่กัน หรือ ผู้ที่ไม่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ กปภ.

- พฤติกรรมการใช้น้ำของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าคาดหวังในอนาคต

จำนวนและร้อยละตัวอย่างลูกค้าคาดหวังที่การใช้น้ำเพื่อการอุปโภคหรือเพื่อการผลิต

รายการ	ประเภทกลุ่มตัวอย่าง		
	รวม	ลูกค้าคาดหวัง ในอนาคต	ลูกค้าคู่แข่ง
การใช้น้ำเพื่อการอุปโภคหรือเพื่อการผลิต จากแหล่ง (จำนวนตัวอย่าง)	2,340	1,170	1,170
(ร้อยละ)			
ประปาหมู่บ้าน ประปาเทศบาล ประปาหน่วยงานอื่นๆ	100.00	100.00	100.00
เหตุใดจึงใช้			
ค่าใช้จ่ายในการใช้น้ำอยู่ในระดับที่สามารถจ่ายได้	19.49	20.43	18.55
เนื่องจากมีน้ำไหลตลอดเวลา	20.21	17.78	22.65
มีความสะอาดและผ่านการกรองเบื้องต้น	19.87	19.91	19.83
ระบบส่งน้ำสะดวกถึงบ้านเรือน	20.30	20.17	20.43
ใช้น้ำ 2 ระบบได้	9.27	0.00	18.55
ไม่มีทางเลือกอื่น	10.85	21.71	0.00
น้ำประปาของ กปภ.	50.00	0.00	100.00
น้ำฝน	2.05	4.10	0.00
แหล่งน้ำธรรมชาติ	1.62	3.25	0.00
คลองชลประทาน	0.56	1.11	0.00
สระน้ำที่ขุดไว้	5.43	10.85	0.00
บ่อบาดาล	1.58	3.16	0.00
รถน้ำหน่วยราชการที่มาแจก	2.82	5.64	0.00
รถน้ำเอกชนที่มาขาย	2.14	4.27	0.00



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 130 ของ 149

จำนวนและร้อยละตัวอย่างลูกค้าคาดหวังที่การใช้น้ำเพื่อการบริโภค (ดื่ม)

รายการ	ประเภทกลุ่มตัวอย่าง		
	รวม	ลูกค้าคาดหวัง ในอนาคต	ลูกค้าคู่แข่ง
การใช้น้ำเพื่อการบริโภค (ดื่ม) จากแหล่ง (จำนวนตัวอย่าง) (ร้อยละ)	2,340	1,170	1,170
ประปาหมู่บ้าน ประปาเทศบาล ประปาหน่วยงานอื่นๆ	4.02	8.03	0.00
เหตุใดจึงใช้			
น้ำมีคุณภาพดี มีกลิ่น รส สี ที่ไม่ผิดปกติ	0.85	1.71	0.00
มีการตรวจสอบคุณภาพน้ำเป็นระยะ	1.11	2.22	0.00
มีความมั่นใจในระบบการผลิตและส่งน้ำของชุมชน	1.03	2.05	0.00
ไม่มีทางเลือกอื่นที่สะดวกและปลอดภัย	1.03	2.05	0.00
น้ำประปาของ กปภ.	7.86	0.00	15.73
ซื้อน้ำบรรจุขวดดื่ม	74.91	100.00	49.83
ตุน้ำหยอดเหรียญ	25.04	20.00	30.09
น้ำฝน	2.05	4.10	0.00
รถน้ำหน่วยราชการที่มาแจก	0.73	1.45	0.00
รถน้ำเอกชนที่มาขาย	0.77	1.54	0.00

- ร้อยละความต้องการเป็นลูกค้าของ กปภ.

รายการ	ต้องการ	ไม่ต้องการ	ไม่แน่ใจ
รวม	80.56	4.66	14.79

- ร้อยละเหตุผลเชิงพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าคาดหวังต่อการให้บริการของ กปภ.

เหตุผล (ต้องการแต่ยังไม่ใช้บริการ)	ร้อยละ
ไม่ทราบว่าค่าบริการและเงื่อนไขเป็นอย่างไร	21.06
ยังไม่ได้ดำเนินการขอเพราะไม่แน่ใจในขั้นตอน	20.8
ใช้น้ำประปาหมู่บ้านอยู่ ยังไม่เกิดปัญหา	20.27
พื้นที่ที่อยู่อาศัยยังไม่มีท่อประปาของ กปภ. เข้าถึง	19.26
ไม่แน่ใจว่าบ้านอยู่ในพื้นที่ให้บริการหรือไม่	18.62
เหตุผล (ไม่ต้องการใช้บริการ)	ร้อยละ
เห็นว่าค่าติดตั้งน้ำประปาของ กปภ. แพง	16.51
บ้านมีผู้อยู่อาศัยหรืออยู่ชั่วคราว ไม่จำเป็นต้องใช้น้ำประปา	14.68
ไม่มีแรงจูงใจเพียงพอให้เปลี่ยนแปลงจากของเดิม	13.76
ยังไม่เคยมีปัญหาเรื่องน้ำ จึงไม่คิดเปลี่ยน	13.76
ไม่ทราบว่าพื้นที่ให้บริการครอบคลุมหรือไม่	12.84
ไม่ยอมมีการชำระค่าใช้จ่ายประจำเพิ่มขึ้น	11.01
ใช้น้ำจากประปาหมู่บ้านที่มีราคาถูกและสะดวก	10.09
กังวลเรื่องค่าน้ำรายเดือน	7.34



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 131 ของ 149

- ความต้องการของกลุ่มลูกค้าคาดหวังในอนาคต/ลูกค้าคู่แข่งด้านปัจจัยภายในของ กปภ. ที่ช่วยทำให้ตัดสินใจเป็นลูกค้าของ กปภ.

ประเภทบริการ	คะแนนลำดับความต้องการ				
	รวม	เล็ก	กลาง	ใหญ่	ขั้นพิเศษ
ความต้องการรวม	4.254	4.253	4.252	4.274	4.240
1.บริการน้ำประปาที่มีคุณภาพ	4.520	4.523	4.521	4.486	4.544
2.บริการน้ำประปาด้วยความเพียงพอ	4.508	4.508	4.512	4.481	4.533
3.การบริการที่ดีจากพนักงาน	4.064	4.074	4.033	4.143	3.956
4.อาคาร-สถานที่ เข้าถึงง่าย มีความสะดวกสบาย	4.005	4.027	3.981	3.981	3.911
5.การชำระค่าน้ำและการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว	4.188	4.173	4.203	4.233	4.200
6.มีบริการหลังการขายที่ดี	4.245	4.228	4.248	4.314	4.322
7.มีการให้ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารกับลูกค้า	4.133	4.138	4.118	4.157	4.122
8.มีช่องทางการรับฟังลูกค้า	4.101	4.098	4.100	4.162	4.011
9.มีการผ่อนชำระหรือลดค่าติดตั้งประปา	4.576	4.582	4.570	4.586	4.511
10.การผ่อนชำระหรือลดค่าติดตั้งบิมน้ำ/ถังสำรองน้ำ	4.468	4.470	4.490	4.452	4.300
11.บริการล้างถังพักน้ำ	4.281	4.278	4.294	4.257	4.289
12.บริการสำรวจท่อแตกรั่ว	4.238	4.245	4.209	4.219	4.378
13.บริการซ่อมแซมท่อประปภายใน	4.310	4.312	4.285	4.357	4.367
14.บริการวางท่อประปภายใน	4.299	4.299	4.278	4.324	4.389
15.การจัดโปรแกรมขึ้น	4.336	4.323	4.340	4.419	4.311

- ทักษะความเชื่อมั่นที่ลูกค้าคาดหวังในอนาคต/ ลูกค้าคู่แข่งมีต่อ กปภ.

ทัศนคติความเชื่อมั่น	คะแนนลำดับทัศนคติความเชื่อมั่น				
	รวม	เล็ก	กลาง	ใหญ่	ขั้นพิเศษ
1. คุณภาพน้ำประปา	4.325	4.317	4.343	4.333	4.300
2. ความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	4.350	4.336	4.361	4.390	4.367
3. กระบวนการให้บริการ	4.344	4.344	4.358	4.362	4.189
4. ความโปร่งใสขององค์กร เช่น การบริหารงานปราศจาก การทุจริตคอร์รัปชัน	4.249	4.251	4.210	4.348	4.267
5. บทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศไทย การช่วยเหลือ ชุมชน/สังคม และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ กปภ.	4.265	4.260	4.279	4.286	4.189
6. การแก้ปัญหาหรือเรียน	4.260	4.269	4.242	4.267	4.256
7. การบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.218	4.233	4.215	4.205	4.033
8. กปภ. จะนำเทคโนโลยี/นวัตกรรม มาพัฒนาระบบประปา	4.265	4.264	4.267	4.257	4.289
9. การดำเนินกิจการด้วยความมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน	4.336	4.330	4.351	4.343	4.311
10. การให้บริการอย่างต่อเนื่องและแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินของ กปภ.	4.329	4.322	4.327	4.367	4.356
รวม	4.294	4.293	4.295	4.316	4.256



นโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy)

ประกาศความเป็นส่วนตัว (Privacy Notice) สำหรับผู้ใช้น้ำของการประปาส่วนภูมิภาค

การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) เคารพสิทธิความเป็นส่วนตัวของท่าน จึงจัดให้มีประกาศความเป็นส่วนตัว (Privacy Notice) ฉบับนี้ขึ้น เพื่อแจ้งให้ทราบถึงวิธีการที่ กปภ. เก็บรวบรวม ใช้ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล) ของท่าน ประเภทข้อมูลและวัตถุประสงค์ ในการดำเนินการดังกล่าว รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับระยะเวลาในการเก็บรักษาข้อมูล สิทธิของท่าน การรักษาความลับ ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน และวิธีการที่ท่านสามารถติดต่อ กปภ. เพื่อให้ท่านมั่นใจได้ว่าข้อมูลส่วนบุคคลของท่านที่ กปภ. ได้รับจะถูกนำไปใช้ตามความต้องการของท่าน และตามที่กฎหมายกำหนด โดยประกาศความเป็นส่วนตัวฉบับนี้ใช้สำหรับบุคคลดังต่อไปนี้

(1) ผู้ใช้น้ำ หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่ขอใช้บริการน้ำประปา หรืออาจจะขอใช้บริการน้ำประปาจาก กปภ. หรือบุคคลหรือนิติบุคคลอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ผู้ที่ติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลจาก กปภ. และผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริการของ กปภ. เป็นต้น

(2) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้น้ำ หมายถึง ผู้แทน ตัวแทนหรือผู้รับมอบอำนาจของผู้ใช้น้ำ และให้หมายความรวมถึงผู้ที่ข้อมูลส่วนบุคคลปรากฏตามเอกสารต่างๆ ในกระบวนการที่เกี่ยวข้องนั้นๆ

กปภ. จึงขอเรียนให้ท่าน โปรดอ่านเอกสารฉบับนี้ เพื่อรับทราบ และเข้าใจวัตถุประสงค์ที่ กปภ. ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน

1. วิธีที่ กปภ. รับและเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล

1.1 กปภ. รับและเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของท่านผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

(1) ข้อมูลส่วนบุคคลที่ท่านให้ไว้กับ กปภ. โดยตรง เช่น

- เมื่อท่านติดต่อสื่อสาร สอบถามข้อมูล ให้ความเห็นหรือคำติชมแก่ กปภ. ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในรูปแบบลายลักษณ์อักษรหรือวาจา ผ่านทางเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน โทรศัพท์ อีเมล โทรสาร ไปรษณีย์ การพบปะกันโดยตรง หรือโดยวิธีการอื่นใด

- เมื่อท่านแสดงเจตนาเพื่อขอใช้น้ำประปาหรือใช้บริการจาก กปภ. เข้าทำสัญญาการใช้น้ำประปากับ กปภ. ส่งมอบเอกสารต่างๆ หรือให้สิทธิการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ซึ่งมีข้อมูลส่วนบุคคลปรากฏอยู่มาให้แก่ กปภ. และ

- เมื่อท่านเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่จัดขึ้นโดยหรือในนามของ กปภ. เป็นต้น

(2) ข้อมูลส่วนบุคคลที่ กปภ. ได้รับมาจากหน่วยงานภายนอกหรือบุคคลภายนอก

กปภ. อาจได้รับข้อมูลส่วนบุคคลของท่านมาจากหน่วยงานภายนอกหรือบุคคลภายนอก เช่น

- การเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการต่างๆ ของ กปภ. อาทิ ผู้ให้บริการเว็บไซต์ ผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน ผู้ให้บริการศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Contact Center) ผู้ให้บริการประชาสัมพันธ์ และแนะนำสินค้า/บริการ และผู้ให้บริการรวบรวมข้อมูล เป็นต้น

- ในบางกรณี กปภ. อาจเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของท่านจากแหล่งข้อมูลสาธารณะ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของท่าน หรือแหล่งข้อมูลทางการค้า ไม่ว่าจะท่านจะเป็นผู้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลด้วยตนเองหรือได้ให้ความยินยอมแก่ผู้ใดในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านดังกล่าว



(3) ข้อมูลส่วนบุคคลที่ กปภ. เก็บรวบรวมจากท่านโดยอัตโนมัติ

ท่านอาจให้ข้อมูลส่วนบุคคลแก่ กปภ. เช่น กปภ. อาจเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของท่านโดยอัตโนมัติผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การใช้คุกกี้ (Cookies) หรือเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกัน

1.2 ในกรณีที่ กปภ. เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของท่านไว้ก่อนวันที่กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล มีผลใช้บังคับ กปภ. จะเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของท่านต่อไปตามวัตถุประสงค์เดิมที่ กปภ. ได้แจ้งไว้แก่ท่าน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งท่านมีสิทธิยกเลิกความยินยอมโดยติดต่อมายัง กปภ. ตามช่องทางการติดต่อในข้อ 8 ของประกาศฉบับนี้ ทั้งนี้ กปภ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคำขอยกเลิกความยินยอมของท่านและดำเนินการตามที่กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกำหนด

2. ข้อมูลส่วนบุคคลที่เก็บรวบรวม

ข้อมูลส่วนบุคคลที่ กปภ. เก็บรวบรวมสามารถแบ่งแยกเป็นประเภทต่างๆ ได้ตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ และหรือเปิดเผยโดยมีทั้งข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป และข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะข้อมูล ดังต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลเฉพาะบุคคล เช่น ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน ลายมือชื่อ เป็นต้น

2.2 ข้อมูลการติดต่อ เช่น ที่อยู่ตามบัตรประจำตัวประชาชน ที่อยู่ตามทะเบียนบ้าน สถานที่จัดส่งใบแจ้งค่าน้ำประปา หมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร อีเมล ไอดีผู้ใช้สำหรับไลน์แอปพลิเคชัน (Line ID) และข้อมูลผู้ที่สามารถติดต่อได้ เป็นต้น

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับบริการ เช่น เลขที่ผู้ใช้น้ำ รายละเอียดการให้บริการ น้ำประปา และรายละเอียดการร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการน้ำประปา เป็นต้น

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงิน เช่น จำนวนเงิน เงื่อนไขการชำระเงิน เลขที่บัญชี ข้อมูลส่วนบุคคลที่ปรากฏในใบแจ้งค่าน้ำประปา ใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษี และใบหักบัญชีเงินฝาก เป็นต้น

2.5 ข้อมูลที่ใช้ประกอบเป็นหลักฐานในการขอใช้น้ำประปา กับ กปภ. หรือในการทำธุรกรรมต่างๆ เช่น ข้อมูลส่วนบุคคลที่ปรากฏในสำเนาบัตรประชาชน สำเนาหนังสือเดินทาง สำเนาทะเบียนบ้าน สำเนาใบเปลี่ยนชื่อนามสกุล แบบคำขอ สำเนาเอกสารสิทธิที่ดิน เอกสารรับรองบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องกัน หนังสือมอบอำนาจ สำเนาหนังสือรับรองบริษัท เป็นต้น

2.6 ข้อมูลด้านเทคนิค เช่น ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต (Log) หมายเลขประจำเครื่องคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต และข้อมูลที่ กปภ. ได้เก็บรวบรวมผ่านคุกกี้ (Cookies) หรือเทคโนโลยีอื่นที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น

2.7 ข้อมูลอื่นๆ เช่น บันทึกเสียงการสนทนา และบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ผ่านกล้องวงจรปิด (CCTV) เป็นต้น



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 134 ของ 149

3. วัตถุประสงค์และฐานทางกฎหมายในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

3.1 กปภ. ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ตามวัตถุประสงค์และฐานทางกฎหมาย ดังต่อไปนี้

ลำดับ	วัตถุประสงค์ในการประมวลผลข้อมูล	ฐานในการประมวลผล
1	เพื่อวัตถุประสงค์ในการเข้าทำสัญญาและการวางและขอคืนเงินประกันการใช้น้ำ	<p>ฐานสัญญา : การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้น้ำเป็นการจำเป็นเพื่อการเข้าทำสัญญา และกระบวนการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าทำสัญญา เช่น การตรวจสอบหลักฐานประกอบการทำสัญญาการใช้น้ำประปา และการวางเงินประกันการใช้น้ำประปา เป็นต้น</p> <p>ฐานประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย : ในกรณีที่ผู้ใช้น้ำเป็นนิติบุคคล หรือมีการมอบอำนาจให้ดำเนินการแทน การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้น้ำ เป็นการจำเป็นเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายในการดำเนินธุรกิจของ กปภ. เช่น การบริหารจัดการสัญญา การตรวจสอบยืนยันตัวตนของผู้ขอใช้น้ำ และการพิจารณาคุณสมบัติของผู้ขอใช้น้ำ เป็นต้น</p>
2	เพื่อวัตถุประสงค์ในการติดตั้งประปา	<p>ฐานสัญญา : การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้น้ำเป็นการจำเป็นเพื่อดำเนินการตามคำขอของผู้ใช้น้ำ</p>
3	เพื่อวัตถุประสงค์ในการแจ้งค่าน้ำประปา	<p>ฐานสัญญา : การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้น้ำเป็นการจำเป็นเพื่อปฏิบัติตามสัญญาในการอ่านมาตรวัดน้ำเพื่อแจ้งค่าน้ำประปาและจัดส่งใบแจ้งค่าน้ำประปา</p>
4	เพื่อวัตถุประสงค์ในการรับชำระค่าน้ำประปา	<p>ฐานสัญญา : การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้น้ำเป็นการจำเป็นเพื่อปฏิบัติตามสัญญาในการยืนยันตัวตนสำหรับรับชำระค่าน้ำประปาและค่าบริการ การหักบัญชีธนาคาร การออกใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษี</p>
5	เพื่อวัตถุประสงค์ในการเร่งรัดติดตามให้ชำระค่าน้ำประปา	<p>ฐานสัญญา : การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้น้ำ เป็นการจำเป็นเพื่อปฏิบัติตามสัญญาในการแจ้งเตือนก่อนงดจ่ายน้ำ และการงดจ่ายน้ำประปา</p>
6	เพื่อวัตถุประสงค์ในการแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูลของท่านในระบบของ กปภ.	<p>ฐานประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย : การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้น้ำ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้น้ำเป็นการจำเป็นเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้น้ำ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้น้ำ ในการแก้ไขเปลี่ยนแปลงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้ใช้น้ำ ในระบบของ กปภ. ให้มีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน สมบูรณ์ และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด</p>



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 135 ของ 149

ลำดับ	วัตถุประสงค์ ในการประมวลผลข้อมูล	ฐานในการประมวลผล
7	เพื่อวัตถุประสงค์ในการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้ใช้น้ำ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้น้ำ	ฐานประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย: การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้น้ำ เป็นการจำเป็นเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้น้ำ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้น้ำในการร้องเรียนหรือยื่นข้อเสนอแนะจากผู้ใช้น้ำ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของ กปภ.
8	เพื่อวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้น้ำ	ฐานประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย: การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการจำเป็นเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย ในการติดต่อสื่อสารกับท่าน เกี่ยวกับการให้บริการต่างๆ ของ กปภ. เช่น การดำเนินการตามคำขอใช้บริการ การตอบข้อซักถาม หรือข้อเสนอแนะของท่าน เป็นต้น
9	เพื่อวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการของ กปภ. และคำสั่งโดยชอบด้วยกฎหมายของหน่วยงานของรัฐและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	ฐานกฎหมาย: เพื่อการปฏิบัติตามกฎหมายซึ่งบังคับใช้กับ กปภ. อาทิ กฎหมายว่าด้วยภาษีอากร กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และคำสั่งโดยชอบด้วยกฎหมายของหน่วยงานของรัฐ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น
10	เพื่อวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งสิทธิเรียกร้องตามกฎหมาย การปฏิบัติตามหรือการใช้สิทธิเรียกร้องตามกฎหมาย หรือการยกขึ้นต่อสู้ซึ่งสิทธิเรียกร้องของ กปภ.	ฐานประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย: การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการจำเป็นเพื่อการก่อตั้งสิทธิเรียกร้องตามกฎหมาย การปฏิบัติตามหรือการใช้สิทธิเรียกร้องตามกฎหมาย หรือการยกขึ้นต่อสู้ซึ่งสิทธิเรียกร้องของ กปภ. ในขั้นตอนต่าง ๆ ตามกฎหมาย เช่น การสอบสวนและ/หรือการไต่สวนโดยเจ้าหน้าที่รัฐ การเตรียมคดี การดำเนินคดี และ/หรือการต่อสู้คดีในชั้นศาล การบังคับคดี เป็นต้น
11	เพื่อวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์การใช้งานเว็บไซต์ แอปพลิเคชันหรือช่องทางอื่นๆ ของท่าน เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการของ กปภ. หรือเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด	ฐานประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย : การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้งานเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือช่องทางอื่น ๆ เป็นการจำเป็นเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายของ กปภ. ในการให้บริการและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของ กปภ. เช่น การปรับปรุงเว็บไซต์ แอปพลิเคชันหรือช่องทางอื่นๆ ตลอดจนการแก้ไขข้อบกพร่องและปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการน้ำประปา



คู่มือมาตรฐานการให้บริการของ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 136 ของ 149

ลำดับ	วัตถุประสงค์ ในการประมวลผลข้อมูล	ฐานในการประมวลผล
12	เพื่อวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบดูแลความสงบเรียบร้อยและรักษาความปลอดภัยของบุคคล และทรัพย์สินของ กปภ.	<p>ฐานประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย : การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความจำเป็นเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย ในการตรวจสอบดูแลความสงบเรียบร้อยและรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินของ กปภ. หรือการใช้ภาพบันทึกจากกล้องวงจรปิด (CCTV) เพื่อป้องกันการสูญหาย หรือเสียหายในทรัพย์สินของ กปภ. หรือใช้เพื่อติดตามเอาคืนทรัพย์สิน หรือเรียกให้ชดใช้ค่าเสียหาย ในกรณีที่มีการทำให้ทรัพย์สินของ กปภ. สูญหาย หรือเสียหาย เป็นต้น</p> <p>ฐานการป้องกันหรือระงับอันตรายต่อชีวิตร่างกาย หรือสุขภาพของบุคคล : การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบดูแล ป้องกัน หรือระงับเหตุการณ์ใด ๆ ที่อาจเป็นอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือสุขภาพของบุคคล</p>
13	เพื่อวัตถุประสงค์ในการเนิกรใด ๆ ที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อท่าน หรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดข้างต้น	<p>ฐานประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย: การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการจำเป็นเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายของ กปภ. ในการดำเนินการใด ๆ ที่จำเป็นของ กปภ. และ/หรือเป็นประโยชน์ ต่อท่าน หรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดข้างต้น</p> <p>ทั้งนี้ หากเป็นกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกำหนดให้การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลใดต้องได้รับความยินยอมจากท่าน กปภ. จะขอความยินยอมโดยชัดแจ้งจากท่าน</p>
14	เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ที่ กปภ. จะแจ้งให้ท่านทราบ	<p>กปภ. จะแจ้งให้ท่านทราบถึงวัตถุประสงค์อื่นใดอันเป็นเหตุให้ กปภ. ต้องประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน นอกเหนือไปจากวัตถุประสงค์ตามที่ระบุไว้ข้างต้น หรือเมื่อ กปภ. มีการเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์เดิมที่กำหนดไว้</p> <p>ทั้งนี้ หากเป็นกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกำหนดให้การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลใดต้องได้รับความยินยอมจากท่าน กปภ. จะขอความยินยอมโดยชัดแจ้งจากท่าน</p>

3.2 เนื่องจากข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน กปภ. จะดำเนินการประมวลผลเพื่อวัตถุประสงค์ที่กำหนดตามข้อ 3.1 ข้างต้นในส่วนที่มีความเกี่ยวเนื่องกับการปฏิบัติตามกฎหมายหรือสัญญา หรือมีความจำเป็นเพื่อเข้าทำสัญญากับท่าน เป็นข้อมูลที่จำเป็นต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวหากท่านไม่ประสงค์ที่จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวแก่ กปภ. อาจมีผลกระทบทางกฎหมาย หรืออาจทำให้ กปภ. ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ภายใต้สัญญาที่ได้เข้าทำกับท่าน หรือไม่สามารถเข้าทำสัญญากับท่านได้ (แล้วแต่กรณี) ในกรณีดังกล่าว กปภ. อาจมีความจำเป็นต้องปฏิเสธการเข้าทำสัญญากับท่าน หรือยกเลิกการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับท่านไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน

3.3 ในกรณีที่ กปภ. จะดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของท่านในลักษณะที่ไม่สอดคล้อง กับวัตถุประสงค์ที่กำหนดข้างต้น กปภ. จะจัดทำประกาศความเป็นส่วนตัวเพิ่มเติม และ/หรือมีหนังสือชี้แจงท่านเกี่ยวกับการประมวลผลข้อมูลในลักษณะดังกล่าว

4. การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

4.1 กปภ. อาจเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ภายใต้วัตถุประสงค์ที่กำหนดและตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด ให้แก่บุคคล และหน่วยงาน ดังต่อไปนี้

(1) ผู้ให้บริการ และผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลที่ กปภ. มอบหมายหรือว่าจ้าง ให้ทำหน้าที่บริหารจัดการ/ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่ กปภ. ในการให้บริการต่างๆ เช่น การให้บริการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ บริการเก็บบันทึกข้อมูล บริการชำระเงิน บริการรับส่งไปรษณีย์ บริการวิเคราะห์ข้อมูล บริการทำการวิจัย บริการทำการตลาด หรือบริการอื่นใดที่อาจเป็นประโยชน์ต่อท่าน หรือเกี่ยวข้องกับการให้บริการของ กปภ.

(2) หน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่กำกับดูแลตามกฎหมาย หรือที่ร้องขอให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยอาศัยอำนาจตามกฎหมาย หรือที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางกฎหมาย หรือที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมสรรพากร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สำนักงานตำรวจแห่งชาติ สำนักงานอัยการสูงสุด และศาล เป็นต้น

4.2 การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านให้กับบุคคลอื่น จะดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์ที่กำหนด หรือวัตถุประสงค์อื่นที่กฎหมายกำหนดให้กระทำได้เท่านั้น ในกรณีที่กฎหมายกำหนดว่าต้องได้รับความยินยอมจากท่าน กปภ. จะขอความยินยอมจากท่านก่อน

4.3 ในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านให้กับบุคคลอื่น กปภ. จะจัดให้มีมาตรการที่เหมาะสมเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้เปิดเผยและเพื่อปฏิบัติตามมาตรฐานและหน้าที่การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตามที่กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกำหนด

5. ระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

กปภ. จะเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านตามระยะเวลาที่จำเป็นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลนั้นๆ โดยระยะเวลาเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปโดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่กำหนดในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลนั้นๆ นอกจากนี้ กปภ. จะเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นระยะเวลาตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนด (ถ้ามี) โดยคำนึงถึงอายุความตามกฎหมายสำหรับการดำเนินคดีที่อาจเกิดขึ้นจากหรือเกี่ยวข้องกับเอกสารหรือข้อมูลส่วนบุคคลที่ กปภ. เก็บรวบรวมไว้ในแต่ละรายการ และโดยคำนึงถึงข้อบังคับ ระเบียบ และแนวปฏิบัติของ กปภ. เป็นสำคัญ

ทั้งนี้ กปภ. จะเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านเป็นระยะเวลาไม่เกิน 10 ปี นับแต่วันที่มีสัมพันธภาพระหว่างท่านกับ กปภ. สิ้นสุดลง อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี กปภ. อาจเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านเป็นระยะเวลาเกินกว่าระยะเวลาดังกล่าวหากกฎหมายอนุญาตหรือการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวจำเป็นต่อการก่อตั้งหรือใช้สิทธิเรียกร้องตามกฎหมายหรือสัญญาของ กปภ.

หลังจากครบกำหนดระยะเวลาดังกล่าวข้างต้น กปภ. จะลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคล ดังกล่าว จากการจัดเก็บหรือระบบของ กปภ. และของบุคคลอื่นซึ่งให้บริการแก่ กปภ. (ถ้ามี) หรือทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลของท่านเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวตนได้ เว้นแต่จะเป็นกรณีที่ กปภ. สามารถเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวได้ต่อไปตามที่กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกำหนด ทั้งนี้ สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับระยะเวลาเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ท่านสามารถติดต่อมายัง กปภ. ตามรายละเอียดการติดต่อที่ระบุไว้ในข้อ 8 ของประกาศฉบับนี้

6. สิทธิตามกฎหมายของท่าน

ท่านมีสิทธิตามกฎหมายว่าด้วย การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในการดำเนินการดังต่อไปนี้

6.1 สิทธิในการขอเพิกถอนความยินยอม

ท่านมีสิทธิขอเพิกถอนความยินยอมที่ท่านได้ให้ไว้กับ กปภ. เมื่อใดก็ได้ เว้นแต่โดยสภาพไม่สามารถถอนความยินยอมได้ ทั้งนี้ การเพิกถอนความยินยอมของท่านจะไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านที่ได้ให้ความยินยอมไปแล้วโดยชอบ ก่อนการถอนความยินยอมดังกล่าว

6.2 สิทธิในการขอเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล

ท่านมีสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน โดยสามารถแจ้งให้ กปภ. ทำสำเนาข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว รวมถึงมีสิทธิขอให้ กปภ. เปิดเผยการได้มาซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลที่ท่านไม่ได้ให้ความยินยอม

6.3 สิทธิในการขอให้โอนย้ายข้อมูลส่วนบุคคล

ท่านมีสิทธิขอรับข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับท่านจาก กปภ. ขอให้ กปภ. ส่งหรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวไปยังผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลอื่น และขอรับข้อมูลส่วนบุคคลที่ กปภ. ส่งหรือโอนไปยังผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลอื่น

6.4 สิทธิในการขอให้ลบข้อมูลส่วนบุคคล

ท่านมีสิทธิขอให้ กปภ. ลบ หรือทำลาย หรือทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลของท่านเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวตนได้ในกรณี

(1) ข้อมูลส่วนบุคคลของท่านหมดความจำเป็นในการเก็บรักษา ไว้ตามวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน

(2) ท่านถอนความยินยอมที่เป็นฐานในการเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล และ กปภ. ไม่มีอำนาจตามกฎหมาย ในการเก็บรวบรวม หรือการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวอีกต่อไป

(3) ท่านได้คัดค้านการประมวลผลข้อ 6.6 หรือ

(4) เมื่อมีการเก็บหรือประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของท่านโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย



6.5 สิทธิในการขอให้ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล

ท่านมีสิทธิขอให้ กปภ. ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของท่านในกรณี ดังต่อไปนี้

(1) กปภ. อยู่ระหว่างการตรวจสอบคำขอใช้สิทธิแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลหรือคัดค้านการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน

(2) ท่านขอให้ กปภ. ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลแทนการลบ หรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคล ที่ไม่มีความจำเป็นอีกต่อไป เนื่องจากท่านมีความจำเป็นต้องขอให้ กปภ. เก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านไว้ เพื่อใช้ในการก่อตั้งสิทธิเรียกร้องตามกฎหมาย การปฏิบัติตามหรือการใช้สิทธิเรียกร้องตามกฎหมาย หรือการยกขึ้นต่อสู้สิทธิเรียกร้องตามกฎหมาย

6.6 สิทธิในการคัดค้านการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ท่านมีสิทธิขอคัดค้าน การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลในกรณีที่ กปภ. อ้างฐานการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายของ กปภ. หรือของบุคคลหรือนิติบุคคลอื่นเพื่อปฏิบัติหน้าที่ในการดำเนินภารกิจเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือปฏิบัติหน้าที่ในการใช้อำนาจรัฐที่ได้มอบให้แก่ กปภ. เพื่อวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการตลาดแบบตรง หรือเพื่อการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์หรือสถิติ

6.7 สิทธิในการขอแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลให้ถูกต้อง

ท่านมีสิทธิขอแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลของท่านให้ถูกต้อง หากข้อมูลส่วนบุคคลของท่านนั้นไม่ถูกต้อง ไม่เป็นปัจจุบัน ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด

6.8 สิทธิในการร้องเรียน

ท่านมีสิทธิร้องเรียนต่อคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล หาก กปภ. กระทำการอันเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ท่านประสงค์จะใช้สิทธิดังกล่าวข้างต้น ท่านสามารถติดต่อขอรับแบบคำขอใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลได้ที่ กปภ. (สนญ.) กปภ.ข. และ กปภ.สาขา หรือดาวน์โหลดเอกสารดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ของ กปภ. (www.pwa.co.th) หรือติดต่อตามช่องทางการติดต่อข้อ 8 ของประกาศฉบับนี้ อย่างไรก็ตาม กปภ. อาจปฏิเสธการใช้สิทธิดังกล่าวข้างต้นของท่านได้ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้ ทั้งนี้ ในกรณีที่ กปภ. ปฏิเสธการใช้สิทธิ กปภ. จะแจ้งเหตุผลของการปฏิเสธให้ท่านทราบ

7. การรักษาความปลอดภัย

กปภ. มีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจำกัดการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของท่านจากพนักงาน ลูกจ้าง และตัวแทนของ กปภ. เพื่อป้องกันไม่ให้ข้อมูลส่วนบุคคลของท่านถูกนำไปใช้เปิดเผย ทำลาย หรือเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต



8. ช่องทางการติดต่อ

ในกรณีที่ท่านมีข้อสงสัยหรือต้องการใช้สิทธิของท่านตามที่กำหนดไว้ในประกาศความเป็นส่วนตัวนี้ ท่านสามารถติดต่อ กปภ. ผ่านช่องทางดังนี้

ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลและเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ที่อยู่ การประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

เลขที่ 72 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210

เว็บไซต์ <http://www.pwa.co.th>

PWA Contact Center 1662 หรือ E-mail Address : DPO@pwa.co.th

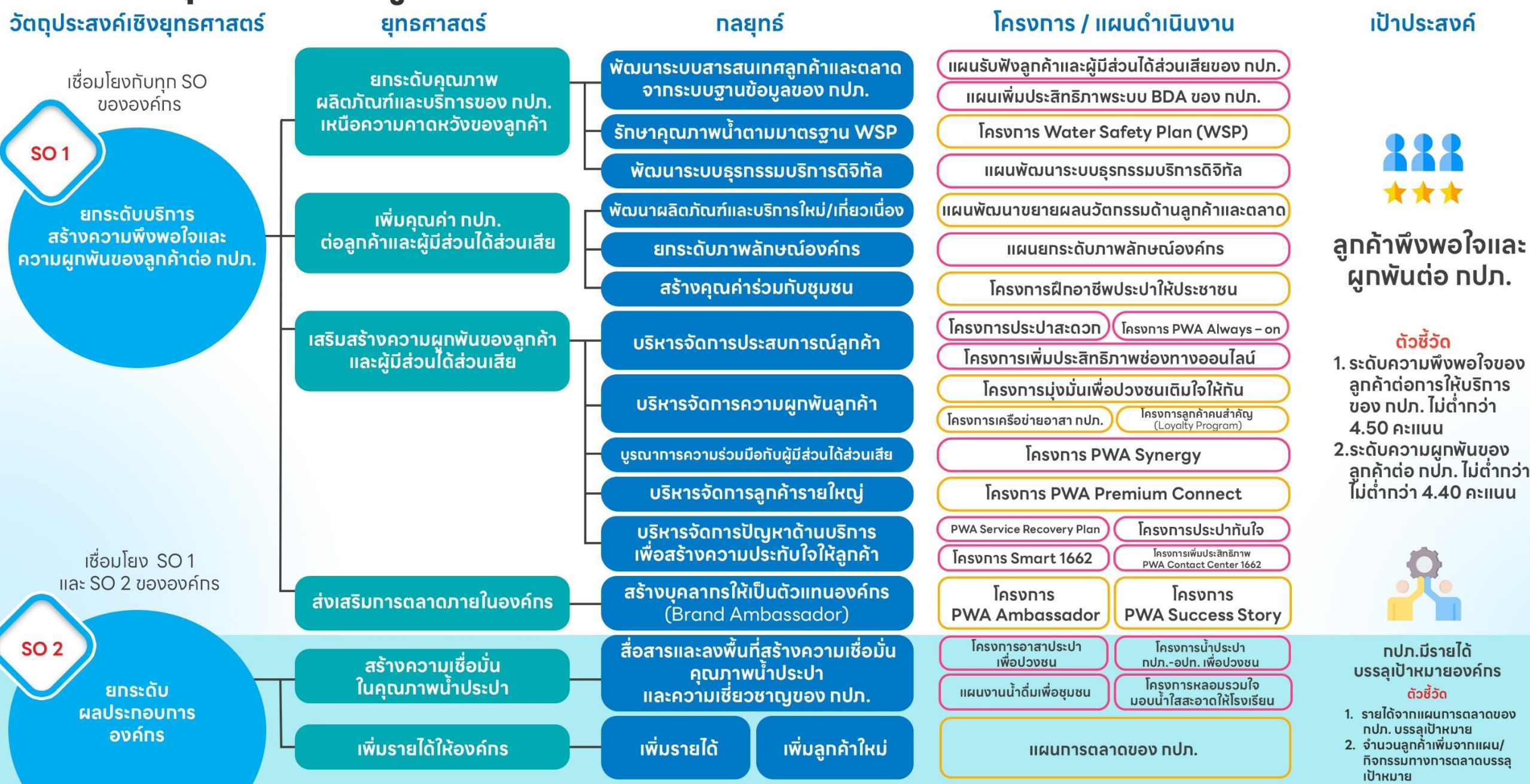
9. การเปลี่ยนแปลงประกาศความเป็นส่วนตัว

กปภ. อาจทำการเปลี่ยนแปลงประกาศความเป็นส่วนตัว ฉบับนี้เป็นครั้งคราว เพื่อให้สอดคล้อง กับการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เกี่ยวกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน และตามที่กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกำหนด โดย กปภ. จะแจ้งประกาศ ฯ ฉบับปรับปรุง ผ่านทางเว็บไซต์ของ กปภ. (www.pwa.co.th) ทั้งนี้ กปภ. ขอแนะนำให้ท่านตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงประกาศความเป็นส่วนตัวเป็นระยะๆ

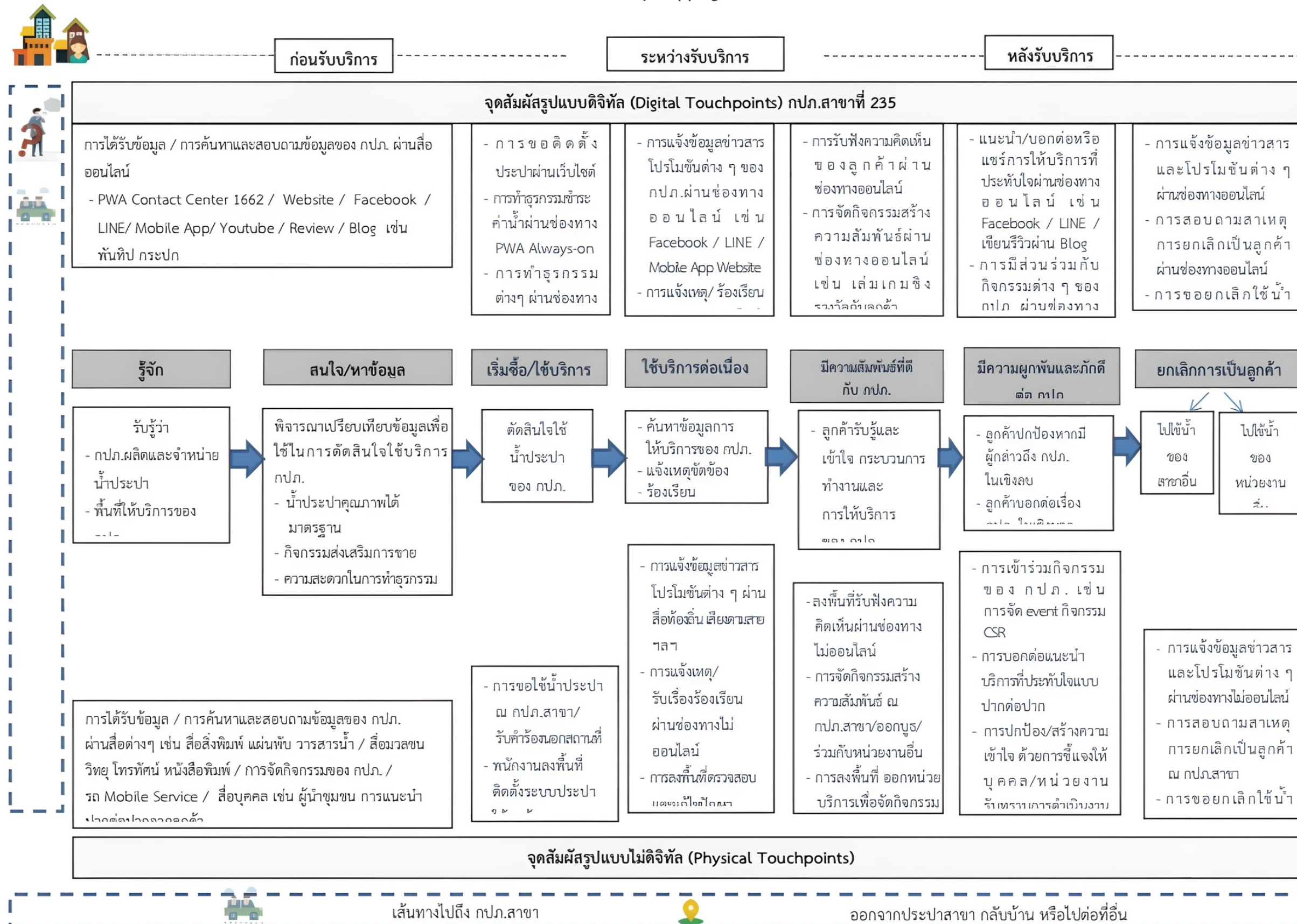
ให้ประกาศฯ ฉบับนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565

แผนวิสาหกิจ กปภ. 2569-2573	Short Term ปี 2569-2570 นำเทคโนโลยีดิจิทัลมายกระดับการดำเนินงาน เพื่อสร้างความยั่งยืน	Medium Term ปี 2571-2572 สร้างพื้นฐานความยั่งยืนเพื่อรากฐานการดำเนินงานที่มั่นคงในอนาคต		Long Term ปี 2573 พัฒนาบริการให้เป็นเลิศเพื่อเติบโตพร้อมชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
ยุทธศาสตร์ ลูกค้าและตลาด 2569-2573	Short Term ปี 2569-2570 พัฒนาระบบการให้บริการลูกค้าแบบองค์รวม	Medium Term ปี 2571-2572 สร้างแพลตฟอร์ม กปภ.สาขาที่ 235 และพัฒนาระบบแวดล้อม การให้บริการลูกค้าที่ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		Long Term ปี 2573 พัฒนาบริการให้เป็นเลิศเพื่อเติบโตพร้อมชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
SO แผนวิสาหกิจ กปภ. 2569-2573	SO 1 สร้างความเข้มแข็งและรักษามาตรฐาน ของระบบประปา	SO 2 สร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับองค์กร	SO 3 สร้างความพร้อมของบุคลากร	SO 4 ยกระดับความผูกพันและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า

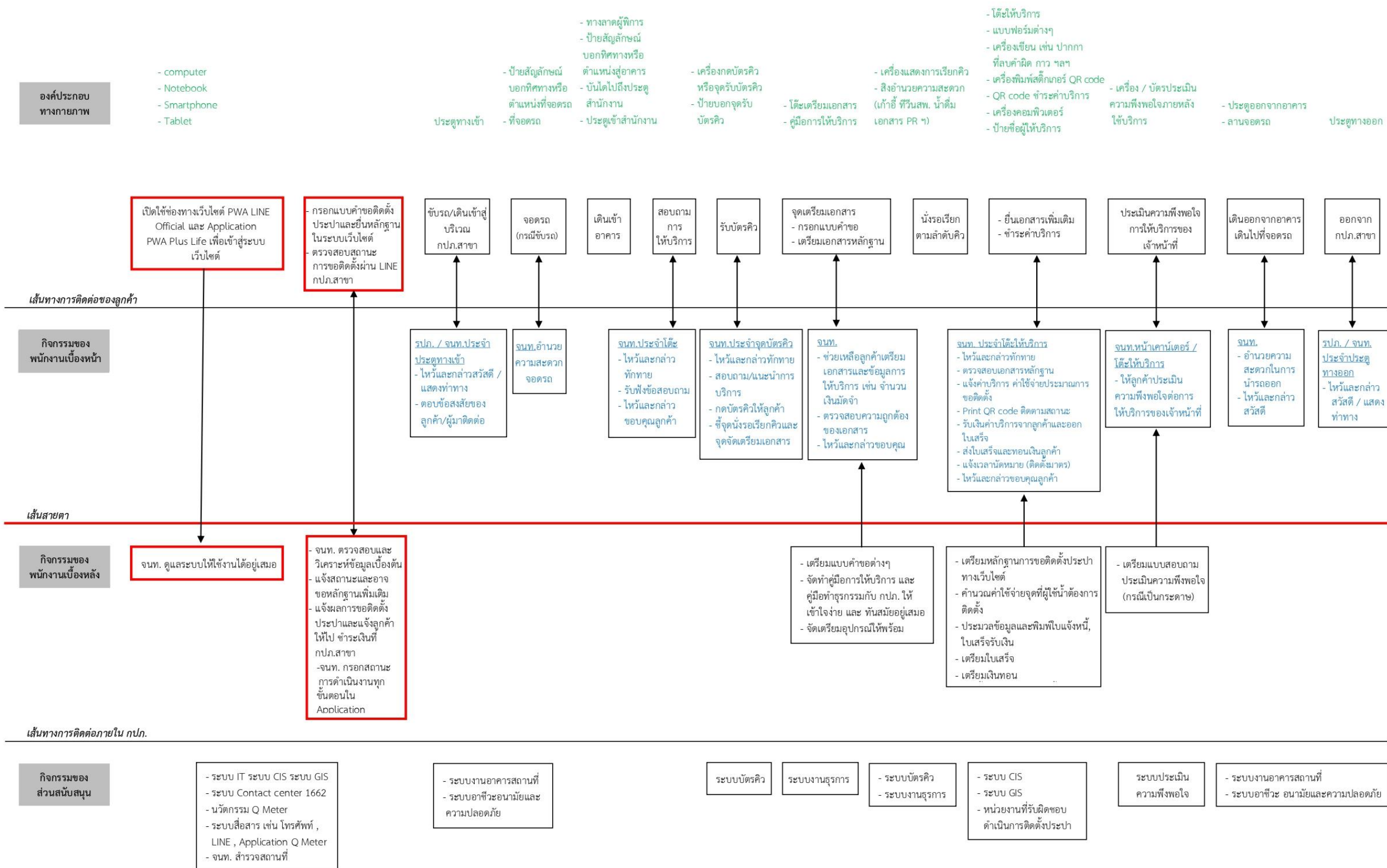
ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569 – 2573



Customer Journey Mapping ของ กปภ.

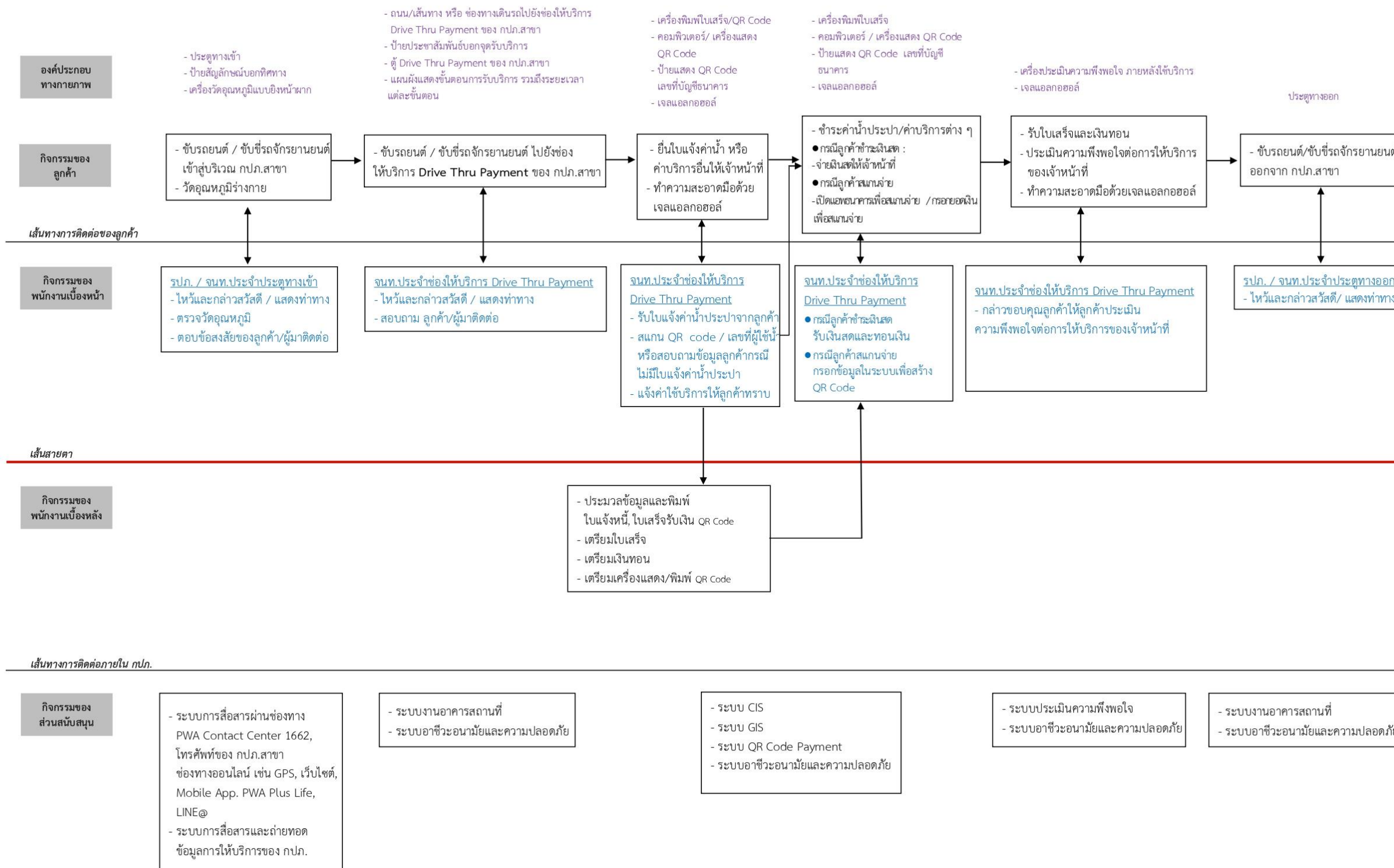


Service blueprint ขอดติดตั้งประปาใหม่ (ผ่านระบบเว็บไซต์)



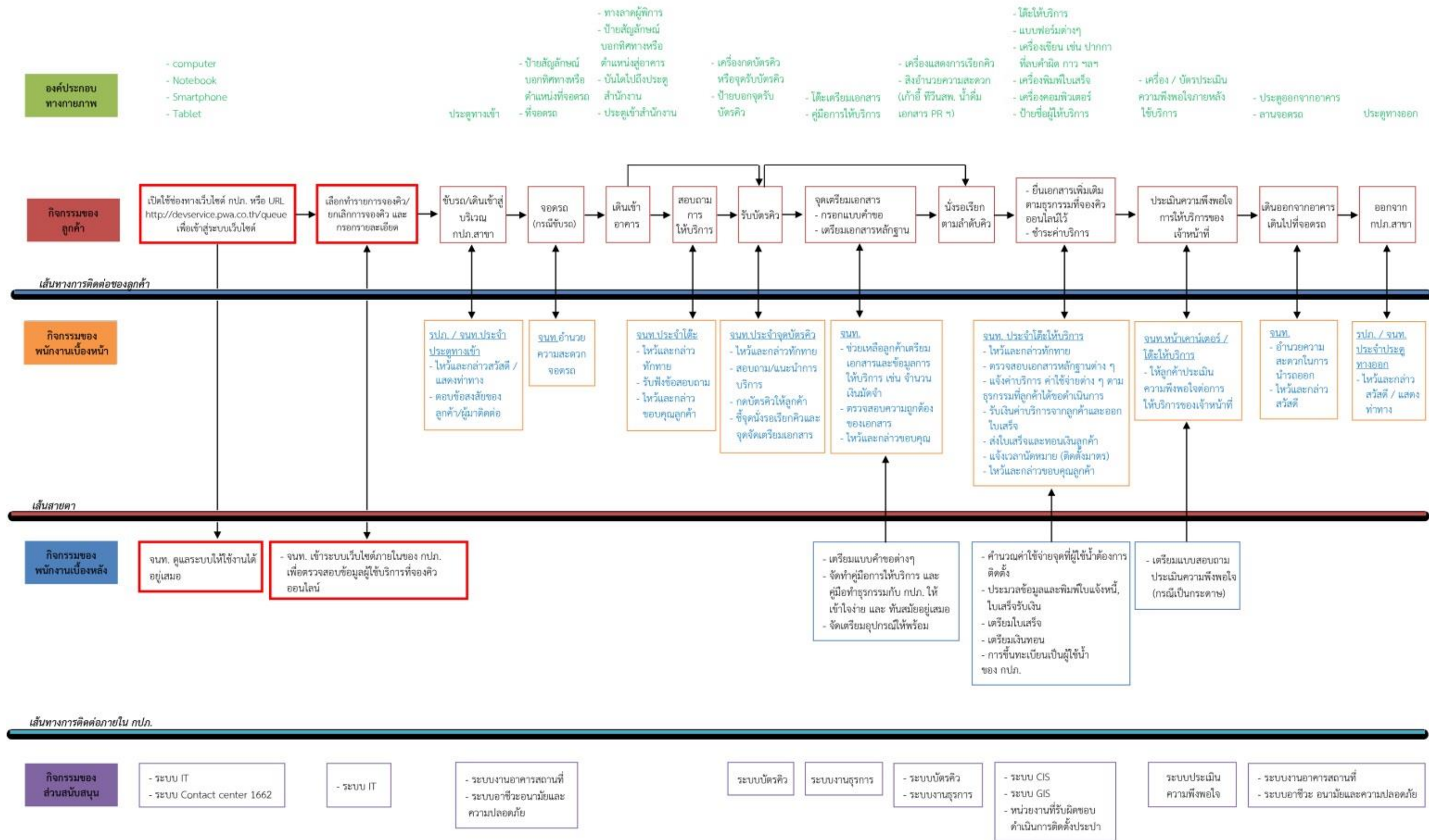


Service blueprint ชำระค่าน้ำประปา (Drive Thru Payment หรือ จอด จ่าย จร)



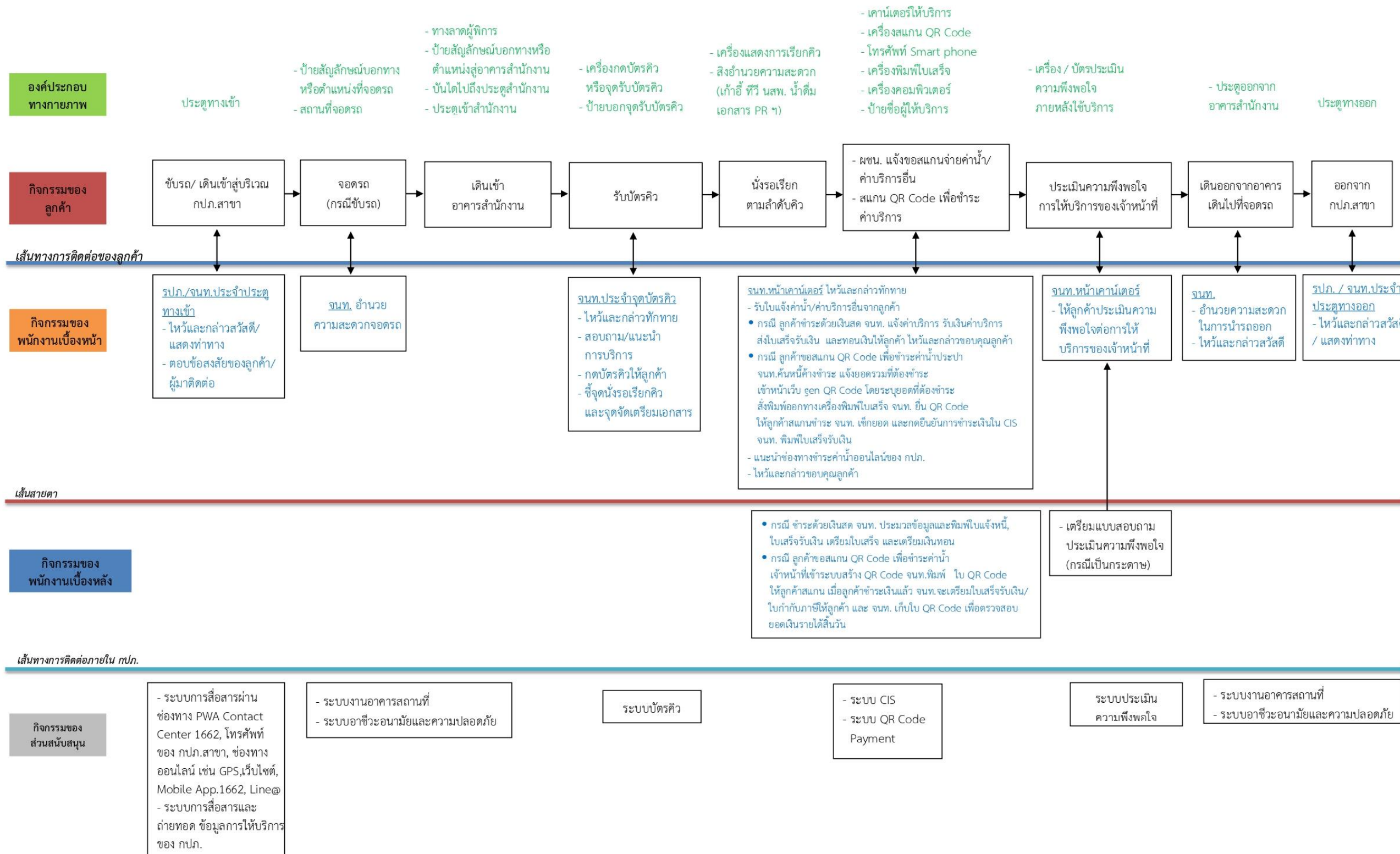
Service blueprint จองคิวออนไลน์ (PWA Queue)

ได้แก่ ขอดัดตั้งประปาใหม่ ยกเลิกการใช้น้ำประปา ผ่ากมาตรวัดน้ำ ชำระค่าประสาทรวัดน้ำ (ถูกระงับการใช้น้ำ)
 โอนสิทธิ์การใช้น้ำประปา คืนเงินประกันการใช้น้ำ ขอย้ายสถานที่ใช้น้ำ เปลี่ยนขนาดมาตรวัดน้ำ ตรวจสอบค่าน้ำสูงผิดปกติ และตรวจสอบมาตรวัดน้ำ



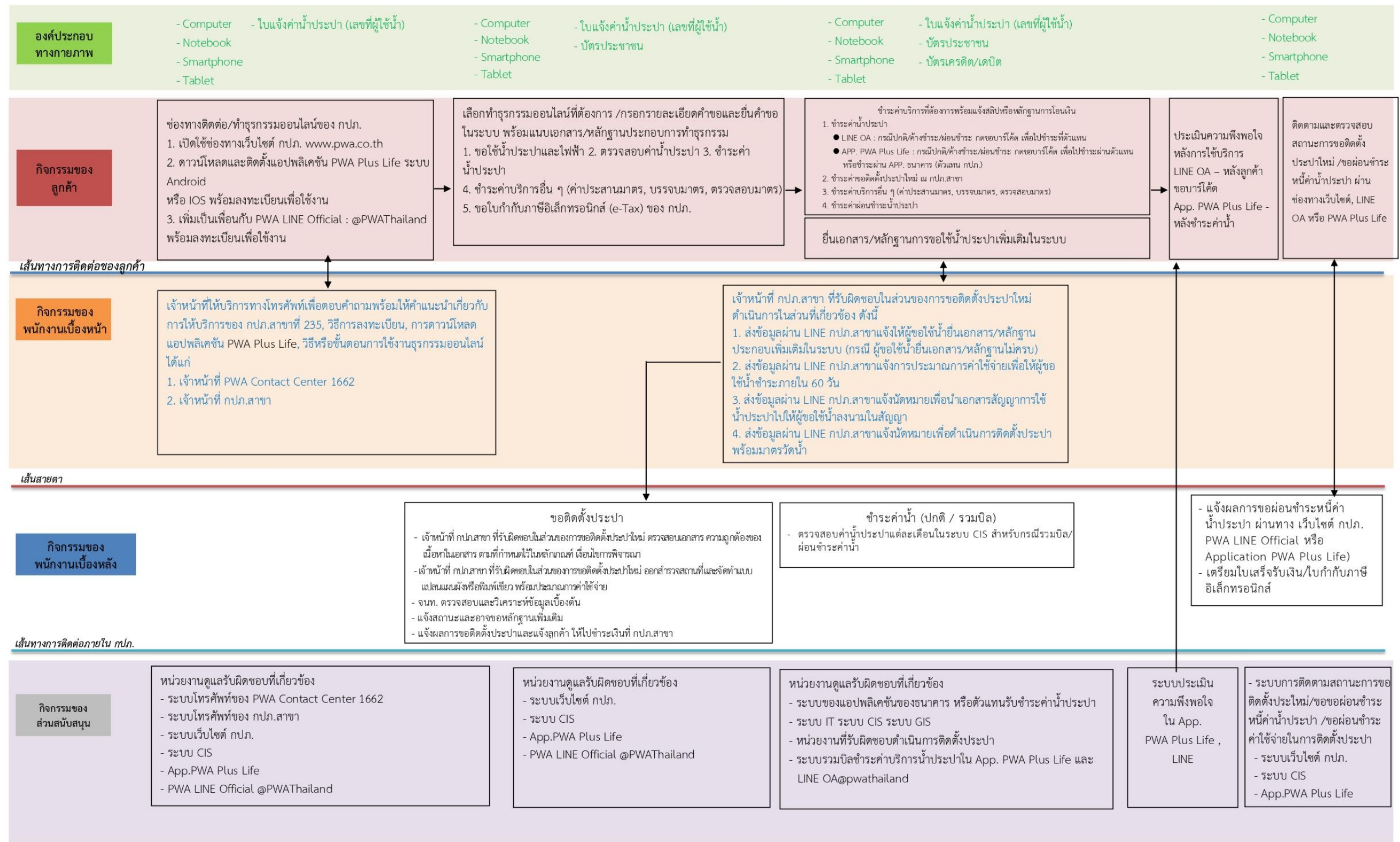
หมายเหตุ: 1.สายงาน IT ได้ตั้งระบบให้สามารถจองคิวได้ 2 รายต่อชั่วโมง เพื่อให้ กปภ.สาขาให้บริการลูกค้าที่ Walk in ได้มากขึ้น และต้องจองคิวออนไลน์ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วัน
 2. หากลูกค้าทั้ง walk in และจองคิวออนไลน์เข้ามาในช่วงเวลาเดียวกัน ให้ค่านึงถึงลำดับก่อนหลังที่เข้ามาถึง กปภ.สาขา แต่ต้องไม่เกินเวลาที่ลูกค้าจองคิวออนไลน์ไว้ และหากมีลูกค้าจำนวนมาก ขอให้ ผจก.กปภ.สาขาบริหารจัดการตามความเหมาะสม เช่น เปิดเคาน์เตอร์ให้บริการเพิ่ม

Service blueprint รับชำระค่าน้ำ/ค่าบริการอื่น ๆ ผ่าน QR Code หน้าเคาน์เตอร์ประจำที่ กปภ.สาขา



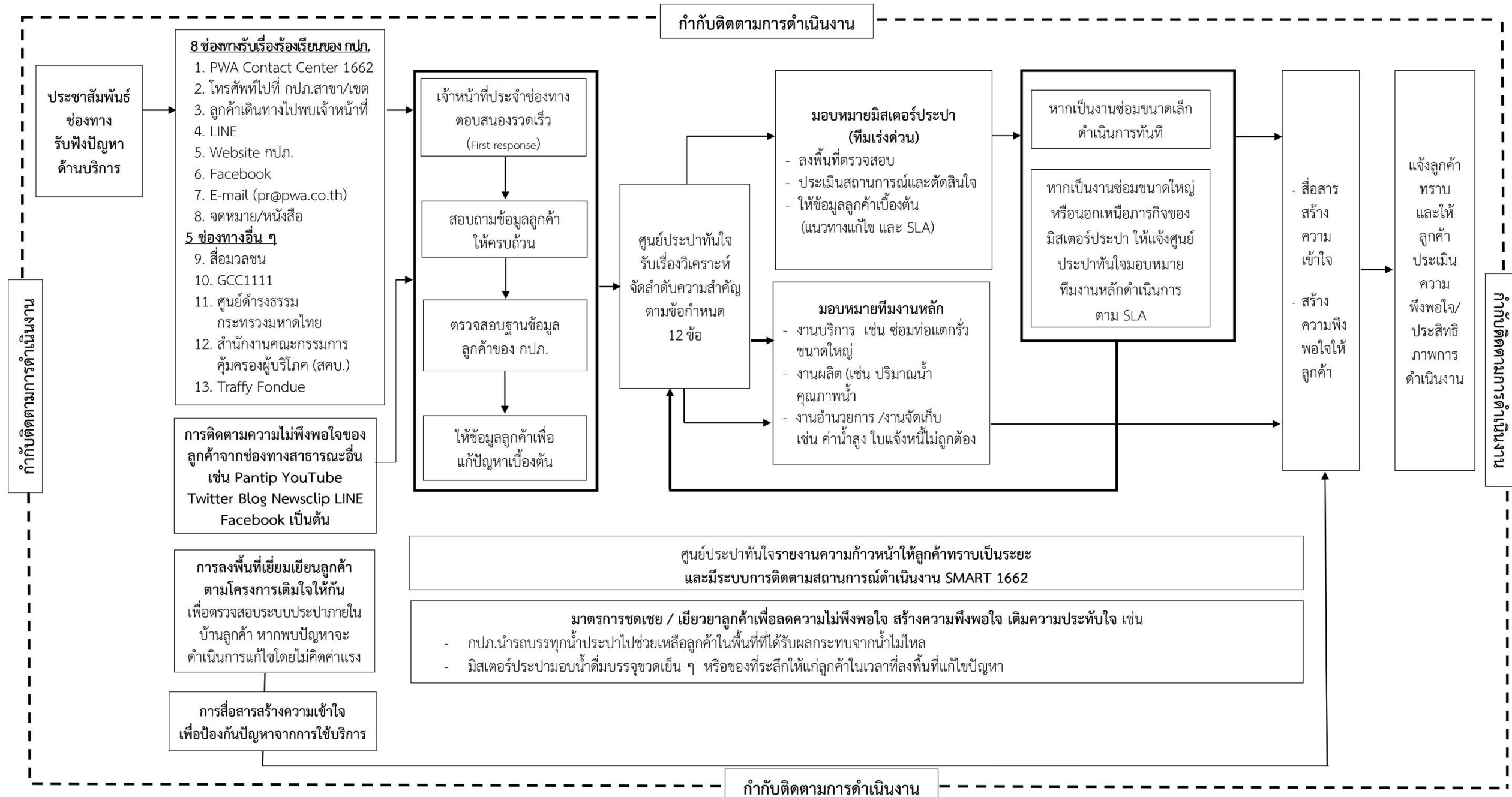


Service blueprint กปภ.สาขาที่ 235 (บริการธุรกรรมดิจิทัล)



PWA Service Recovery Plan

แผนงานบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าของ กปภ.



* ข้อกำหนด 12 ข้อ ดังนี้ 1) ลูกค้าได้รับผลกระทบรุนแรง เช่น น้ำมีสิ่งแปลกปลอม มีกลิ่นรุนแรง เป็นต้น 2) เป็นประเด็นเสี่ยงหรืออาจเสี่ยงต่อความเสียหายด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร 3) เป็นประเด็นที่มีลูกค้า / ประชาชนแจ้งเรื่องร้องเรียนมากกว่า 1 รายขึ้นไป 4) มีการแจ้งร้องเรียนซ้ำจากผู้ร้องคนเดียว 5) มีลูกค้า / ประชาชนได้รับผลกระทบมากกว่า 1 รายขึ้นไป 6) เป็นลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ กปภ. สาขามาก่อน 7) ลูกค้าร้องเรียนผ่านสื่อมวลชน ผ่านนักการเมือง ผ่านองค์กรสำคัญ เป็นต้น 8) เป็นประเด็นที่อาจเชื่อมโยงกับแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรสู่ระบบผลิตจ่ายน้ำและระบบบริการเป็นเลิศ 9) เป็นลูกค้ารายใหญ่ / รายสำคัญ 10) เป็นประเด็นร้องเรียนที่ กปภ. สาขาได้แก้ไขมาก่อนหน้าแล้วแต่ยังไม่สำเร็จ 11) ไม่มีฐานข้อมูลเพียงพอเพื่อการตัดสินใจจำเป็นต้องตรวจสอบงานให้ชัดเจนก่อนส่งหน่วยงานต่าง ๆ ดำเนินการแก้ไข 12) ต้องพบเจ้าของบ้านเพื่อลดความไม่พึงพอใจก่อน

ช่องทางการชำระค่าน้ำประปา การประปาส่วนภูมิภาค



ค่าธรรมเนียมเป็นไปตามอัตราที่ผู้ให้บริการกำหนด ข้อมูล ณ เดือน ก.ค. 2568



ชำระผ่านแอปพลิเคชัน
บนโทรศัพท์มือถือ



ชำระผ่าน
PWA LINE Official
@PWATHailand



ชำระผ่าน
กปภ. 234 สาขาทั่วประเทศ
กปภ.เขต และ กองการเงิน
กปภ.สำนักงานใหญ่



ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม
ของธนาคาร



ชำระผ่านเว็บไซต์

กปภ. - payment.pwa.co.th
KBank - K CASH CONNECT PLUS
(กลุ่มนิติบุคคล)

ชำระผ่านการหักผ่านบัญชี

- ธนาคารกรุงไทย
- ธนาคารทหารไทยธนชาต
- ธนาคารซีไอเอ็มบี
- ธนาคารกสิกรไทย
- ธนาคารเพื่อการเกษตร
- ธนาคารอิสลาม
- ธนาคารไทยพาณิชย์
- และสหกรณ์การเกษตร
- ธนาคารแลนด์
- ธนาคารกรุงเทพ
- ธนาคารออมสิน
- แอนด์ เอ้าส์
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
- ธนาคารยูโอบี
- ธนาคารทีสโก้

ชำระผ่านตู้
ค้ออส กปภ.



ชำระผ่านตัวแทนรับชำระ



ชำระผ่านเคาน์เตอร์
ธนาคารทั่วประเทศ

- ธนาคารกรุงเทพ
- ธนาคารไทยพาณิชย์
- ธนาคารเพื่อการเกษตร
- และสหกรณ์การเกษตร

ชำระผ่านตู้ชำระเงิน

- เต็มดี
- เต็มสบายพลัส
- บุญเต็ม
- เงินดี



การประปาส่วนภูมิภาค มุ่ง-มั่น-เพื่อปวงชน-สู่ความยั่งยืน



วิสัยทัศน์ กปภ.

**มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน
ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา**

**(Leading to be a high performing and
sustainable organization with excellent waterworks services)**

**จัดทำโดย
กองลูกค้าสัมพันธ์**