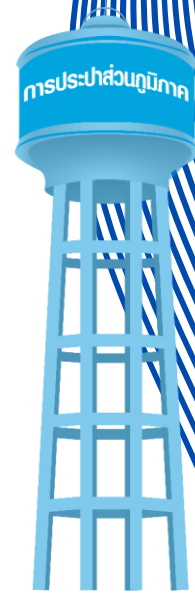




คู่มือ รับฟังเสียง ของลูกค้า กปภ.

ประจำปี 2569



จัดทำโดย กองลูกค้าสัมพันธ์



การประปาส่วนภูมิภาค
ดู - น้ - มี - ชีวิต - สุขสบาย

STRIVER
ผู้พิชิตอุปสรรค ไร้พ่ายแพ้



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 2 ของ 45

คำนำ

ในปี 2569 การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) มุ่งมั่นที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนและเป็นเลิศตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ “มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการ และบริหารจัดการน้ำประปา” ท่ามกลางบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมของลูกค้า กลไกสำคัญหนึ่งที่ช่วยให้ กปภ. บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพคือ การรับฟังเสียงของลูกค้า ซึ่งเป็นภารกิจหลักที่ กปภ. ให้ความสำคัญและดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

คู่มือ "การรับฟังเสียงของลูกค้า" จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับพนักงาน กปภ. ในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โดยมีการพัฒนาแนวทางใหม่ที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้แทนที่แบบสอบถามแบบกระดาษ ครอบคลุมทุกช่องทางทางการรับฟังเสียงของลูกค้า รวมถึงการสร้างลิงก์หรือ QR Code เพื่อให้ลูกค้าสามารถประเมินความพึงพอใจผ่านช่องทางออนไลน์ และจัดเก็บข้อมูลไว้ในระบบ Big Data Analysis (BDA) เพื่อให้สามารถนำไปวิเคราะห์ วางแผน และปรับปรุงกระบวนการทำงานได้อย่างตรงจุด นอกจากนี้ยังครอบคลุมการรับฟังเสียงจากลูกค้าทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้าปัจจุบัน อดีต และลูกค้าเป้าหมายในอนาคต

การจัดทำคู่มือฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจะช่วยบูรณาการการกำกับดูแลองค์กร กลยุทธ์ และการบริหารจัดการในทุกระดับ เพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจ ลดความเสี่ยง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร รวมทั้งให้พนักงานมีความเข้าใจในหลักการและขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน ตั้งแต่การวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของข้อมูล การรวบรวมข้อมูลจากช่องทางต่าง ๆ ตลอดจนแนวทางการนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร เพื่อนำไปสู่การยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า อันจะส่งผลให้ กปภ. สามารถพัฒนาธุรกิจได้อย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model : SE-AM) ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบต่อไป

กองลูกค้าสัมพันธ์
สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์
กันยายน 2568



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 3 ของ 45

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	4
- วัตถุประสงค์	
- ขอบเขต	
- คำนียามศัพท์	
กระบวนการในการรับฟังเสียงของลูกค้า	6
ช่องทางรับฟังลูกค้า	7
แนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้าแต่ละช่องทาง	9
แบบสำรวจที่ใช้ในการรับฟังลูกค้า	11
แบบรายงานสรุปผลในการรับฟังลูกค้า	14
แนวทางการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าภายหลังได้รับการทันที	17
สรุปแนวทางการรับฟังลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการนำสารสนเทศไปใช้ประโยชน์ ประจำปี 2567	18
การติดตามการดำเนินงานรับฟังลูกค้า	19
การประเมินประสิทธิผลการรับฟังลูกค้า	20
เทคนิคการรับฟังลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจ	21
ภาคผนวก	
แบบสำรวจและแบบฟอร์มรายงาน	24
การใช้งานระบบรับฟังเสียงของลูกค้า	41

บทนำ

กปภ. ดำเนินพันธกิจโดยมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง กล่าวคือตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและก่อให้เกิดเป็นความผูกพันภักดีต่อกปภ. หมายความว่า กปภ. ต้องให้ความสำคัญกับการส่งมอบบริการที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทั้งนี้ สิ่งที่ กปภ. ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรกคือ ทำอย่างไรจะทำให้ กปภ. เข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ กปภ. ให้สู่ความเป็นเลิศและขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุวิสัยทัศน์ โดยผลสำรวจความพึงพอใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับฟังลูกค้าอยู่ในระดับคะแนนสูงขึ้นไปอย่างต่อเนื่อง

กปภ. จึงได้กำหนดกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้าที่เป็นระบบ โดยมีปัจจัยนำเข้า ขั้นตอนการดำเนินการ ผู้รับผิดชอบ ระยะเวลาในแต่ละขั้นตอน ผลผลิต ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของกระบวนการรับฟังลูกค้า และมีการทบทวนกระบวนการทุกปี โดย กปภ. ได้ดำเนินการตามหลักการบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) ที่ให้ความสำคัญกับความแตกต่างของลูกค้าแต่ละกลุ่มซึ่งมีความแตกต่างกัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการได้เฉพาะเจาะจงและเพิ่มความผูกพันภักดีต่อกปภ. ทั้งนี้ ปัจจุบัน กปภ. อยู่ระหว่างปรับปรุงแนวทางการรับฟังลูกค้าให้เข้าใจลูกค้าในเชิงลึกยิ่งขึ้นและการวิเคราะห์ Big Data และ Data Analytics เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ไม่ใช่แค่เพียงผลิตภัณฑ์ของน้ำประปา แต่รวมถึงการให้บริการทุกจุดให้บริการ (Touchpoint)

1. วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงาน กปภ. ใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในการรับฟังเสียงของลูกค้าให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร
2. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการรับฟังเสียงของลูกค้าให้แก่พนักงาน กปภ. ที่ปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ ของ กปภ.
3. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำสารสนเทศเสียงของลูกค้ามาใช้ในการพัฒนาองค์กร

2. ขอบเขต

มาตรฐานในการรับฟังเสียงของลูกค้าของ กปภ. ได้แก่ ช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้า 8 ช่องทาง กระบวนการในการรับฟังเสียงของลูกค้า วิธีการรับฟังเสียงของลูกค้า เครื่องมือ /แบบสอบถามการรับฟังเสียงของลูกค้า และแนวทางการนำสารสนเทศเสียงของลูกค้ามาใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นคู่มือสำหรับการปฏิบัติงานของพนักงาน กปภ. ผู้เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้าของ กปภ. ทั้งระบบ

3 คำนิยามศัพท์

ลูกค้า หมายถึง ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร หรืออาจเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการในอนาคต นอกจากนี้ ยังรวมถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์โดยตรงและผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายต่อ เช่น ผู้จัดจำหน่าย ตัวแทน หรือบริษัทที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น คำว่าลูกค้าในคู่มือเล่มนี้เป็นการให้คำนิยามอย่างกว้าง ๆ โดยครอบคลุมถึงลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคตและลูกค้าของคู่แข่งด้วย



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กพร. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 5 ของ 45

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง กลุ่มทุกกลุ่มหรือบุคคลที่ได้รับผลกระทบหรืออาจได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติงานและความสำเร็จขององค์กร โดย กพร. แบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม คือ 1) หน่วยงานกำกับดูแล 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ 3) ลูกค้า 4) คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ 5) คู่ความร่วมมือ 6) พนักงาน 7) ชุมชนและสังคม 8) สื่อมวลชน 9) คู่แข่ง

การรับฟังเสียงของลูกค้า หมายถึง รวบรวมเสียงของลูกค้า โดยหมายถึง การร้องขอ การแจ้งข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ร้องเรียนการทุจริต ประพฤติมิชอบ

ความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการที่จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งหากไม่ได้รับการตอบสนองจะทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่พึงพอใจ

ความคาดหวัง หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการให้มีเพิ่มเติมในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเป็นคุณสมบัติที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น ความสะดวก ความรวดเร็ว ซึ่งหากองค์กรสามารถตอบสนองได้ตามความคาดหวังจะทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจ และหากตอบสนองได้น้อยกว่าความคาดหวังจะทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจและทำให้เกิดความผูกพันภักดีต่อองค์กร

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น และยังหมายถึงสภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด เป็นความรู้สึกของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ

ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงลบ ซึ่งเกิดจากการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการหรือคาดหวังไว้ซึ่งอาจเป็นลักษณะเก็บไว้ในใจหรือแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม

ความผูกพันของลูกค้า หมายถึง แรงหนุนของลูกค้าที่ทุ่มให้กับตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ขององค์กร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้ายังคงใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งลักษณะของความผูกพันยังรวมถึงการรักษาลูกค้าไว้และความภักดีของลูกค้า ความเต็มใจของลูกค้าในการทำธุรกิจกับองค์กร และความเต็มใจของลูกค้าในการสนับสนุนอย่างแข็งขันและแนะนำตราสินค้า รวมทั้งผลิตภัณฑ์ให้คนอื่นรู้จัก

ระบบ SMART 1662 หมายถึง ระบบที่ กพร. ใช้ในการบันทึกสถิติข้อร้องเรียนจากทุกช่องทาง

ระบบ Social Listening หมายถึง ระบบคอมพิวเตอร์ที่ประมวลผลและจัดกลุ่มความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อ กพร. ทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้ กพร. สามารถประมวลผลข้อมูลลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

กระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า

กปภ.มีกระบวนการการรับฟังลูกค้าเพื่อให้ได้สารสนเทศไปใช้ประโยชน์ที่เป็นระบบ โดยแบ่งออกเป็น 2 แนวทางหลัก คือ 1) จ้างที่ปรึกษาดำเนินการ (Third Party) เพื่อให้ได้การยอมรับว่ามีความเป็นกลาง น่าเชื่อถือ โดย กปภ.นำสารสนเทศไปจัดทำแผนยุทธศาสตร์ปรับปรุงกระบวนการทำงาน 2) กปภ.ดำเนินการเอง เพื่อให้ทุก กปภ.สาขามีสารสนเทศลูกค้าพื้นที่ให้บริการเฉพาะสาขาไปจัดทำแผนปรับปรุงการบริการและลูกค้าสัมพันธ์ โดยคู่มือฉบับนี้ จะมุ่งเน้นการรับฟังลูกค้าที่ กปภ. ดำเนินการเอง ซึ่งมี 4 รูปแบบ

1. กปภ.สาขาลงพื้นที่พบปะเยี่ยมเยียนลูกค้าและรับฟังความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจ นับเป็นช่องทางเชิงรุกในการรับฟังลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยใช้เครื่องมือในการรับฟังคือแบบสำรวจแยกตามประเภทของลูกค้า ดังนี้

- 1) แบบสอบถามการขอยกเลิกใช้น้ำประปาของอดีตลูกค้า
- 2) แบบสำรวจความต้องการใช้น้ำประปาลูกค้าในอนาคตและคู่แข่ง
- 3) แบบสำรวจความคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการรับฟังและสร้างสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งมีความสำคัญต่อการส่งเสริมให้การปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าประสงค์ ซึ่งปัจจุบันได้ปรับปรุงให้มีรูปแบบออนไลน์เพิ่มเติมเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าและสอดคล้องกับนโยบาย PWA Always-on ของ กปภ.

2. การรับฟังเสียงของลูกค้าภายหลังได้รับบริการทันที ดังนี้

- 1) การให้บริการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียน (แบบฟอร์ม Feedback A)
- 2) การให้บริการติดตั้งประปา (แบบฟอร์ม Feedback B)
- 3) การให้บริการ ณ จุดบริการเคาน์เตอร์ กปภ.สาขา
- 4) การให้บริการ ณ จุดบริการ Drive thru (เฉพาะ กปภ.สาขาที่มี)
- 5) การให้บริการ ณ จุดบริการชำระค่าบริการนอกสถานที่
- 6) การให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ทาง Facebook LINE Website E-mail
- 7) การให้บริการของเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662
- 8) ช่องทาง Live Chat (Spond Chat)
- 9) การให้บริการ PWA LINE Official @PWAThailand
- 10) การให้บริการแอปพลิเคชัน PWA Plus Life

ให้บริการโดย
มิสเตอร์ประปา

4. การรับฟังลูกค้าผ่าน 8 ช่องทางรับฟังที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกรวดเร็วทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์

5. การวิเคราะห์สารสนเทศเสียงของลูกค้า โดยนำข้อมูลจาก 8 ช่องทางมาวิเคราะห์ร่วมกับความคิดเห็นของประชาชนบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Listening) และผลสำรวจความพึงพอใจในระบบวิเคราะห์ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ Big Data Analysis หรือ BDA โดยนำมาเปรียบเทียบ (Compare) กับข้อมูลด้านอื่นที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบแนวโน้ม (Trend) ของข้อมูลที่เกิดขึ้น ตรวจสอบหาความสัมพันธ์ (Relation) ของชุดข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึก (Insight) เพื่อจัดทำ Persona ของลูกค้า กปภ. สำหรับนำไปพัฒนาหรือปรับปรุงการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 7 ของ 45

ช่องทางรับฟังลูกค้า

ปัจจุบัน กปภ.มีช่องทางรับฟังเสียงลูกค้า 8 ช่องทาง เพื่อให้ครอบคลุมทุกรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้สื่ของลูกค้าทุกกลุ่ม โดยแต่ละช่องทางกำหนดผู้รับผิดชอบการรวบรวมและรายงานเสียงของลูกค้าและมาตรฐานการตอบสนองลูกค้าที่ชัดเจน นอกจากนี้ เพื่อความสะดวกของลูกค้า กปภ. มีช่องทางที่เชื่อมต่อกับหน่วยงานอื่นเพิ่มเติม

ช่องทางรับฟัง	ผู้รับผิดชอบ	การบันทึกเสียงของลูกค้า	ผู้รวบรวมข้อมูล	การรายงานเสียงของลูกค้า
1. PWA Contact Center 1662	PWA Contact Center 1662	• บันทึกข้อมูลลงในระบบข้อมูลร้องเรียน		สถิติข้อร้องเรียนในระบบข้อมูลร้องเรียนโดยรายงานต่อ ครส. ทุกไตรมาส
2. โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา/ กปภ.เขต	กปภ.สาขา/ กปภ.เขต			
3. พบเจ้าหน้าที่	กปภ.สาขา	• บันทึกข้อมูลลงในระบบข้อมูลร้องเรียน • บันทึกข้อมูลลงในแบบสำรวจเสียงของลูกค้า	กองลูกค้าสัมพันธ์	- สถิติข้อร้องเรียนในระบบข้อมูลร้องเรียนโดยรายงานต่อ ครส. ทุกไตรมาส - ผลสำรวจสารสนเทศเสียงของลูกค้าประจำปี โดยรายงานต่อคณะทำงาน Enabler ครส. คณะอนุกรรมการ GRC และ คณะกรรมการ กปภ.



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 8 ของ 45

ช่องทางรับฟังลูกค้ำ (ต่อ)

ช่องทางรับฟัง	ผู้รับผิดชอบ	การบันทึกเสียง ของลูกค้ำ	ผู้รวบรวม ข้อมูล	การรายงานเสียง ของลูกค้ำ
4. Website กปภ. (www.pwa.co.th)	PWA Contact Center 1662	บันทึกข้อมูลลง ในระบบข้อมูล ร้องเรียน	กองลูกค้ำ สัมพันธ์	สถิติข้อร้องเรียนใน ระบบข้อมูล ร้องเรียน โดยรายงานต่อ ครส.ทุกไตรมาส
5. E-mail (pr@pwa.co.th)	PWA Contact Center 1662			
6. Facebook	1) PWA Contact Center 1662 2) กปภ.สาขา (Facebook กปภ.สาขา)			
7. LINE	กปภ.สาขา			
8. หนังสือ / จดหมาย	กปภ.เขต/กปภ.สาขา			
ช่องทางอื่น ๆ				
1) สื่อมวลชน	1) กองสื่อสารองค์กร (สื่อมวลชนส่วนกลาง) 2) กปภ.สาขา (สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค)	บันทึกข้อมูล ลงในระบบ ข้อมูลร้องเรียน	กองลูกค้ำ สัมพันธ์	สถิติข้อร้องเรียนใน ระบบข้อมูล ร้องเรียนโดย รายงานต่อ ครส. ทุกไตรมาส
2) ศูนย์บริการรับเรื่องร้องเรียน ภาครัฐ สายด่วน 1111 สำนักงานปลัดสำนัก นายกรัฐมนตรี (GCC1111)	PWA Contact Center 1662			
3) ศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย	กปภ.สาขา			
4) สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)	PWA Contact Center 1662	บันทึกข้อมูลลง ในระบบบันทึก ข้อมูลเฉพาะ ช่องทาง สคบ.	กองลูกค้ำ สัมพันธ์	รายงานต่อผู้บริหาร
5) Traffy Fondue	กปภ.สาขา	กปภ.สาขา	<ul style="list-style-type: none">• กปภ.สาขา• กองลูกค้ำสัมพันธ์	รายงานต่อผู้บริหาร



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 9 ของ 45

แนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้าแต่ละช่องทาง

(เฉพาะช่องทางของ กปภ.)

ช่องทาง	แนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้าแต่ละช่องทาง
1. PWA Contact Center 1662	<ul style="list-style-type: none">- เจ้าหน้าที่รับสายไม่เกิน 3 ครั้ง (10 วินาที) ของเสียงเรียกเข้า- เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการสนทนาสายให้บริการลูกค้าไม่เกิน 3 นาทีต่อราย- เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการบันทึกข้อมูลลูกค้าในระบบไม่เกิน 2 นาทีต่อราย- เจ้าหน้าที่โอนสายลูกค้าให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการในระบบอัตโนมัติทุกราย
2. โทรศัพท์ กปภ. สาขา /กปภ.เขต	<ul style="list-style-type: none">- เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการตามรูปแบบของแต่ละ กปภ.สาขา- เจ้าหน้าที่ตอบสนองลูกค้าโดยรับสายไม่เกิน 3 ครั้งของเสียงเรียกเข้าและโอนสายต่อไม่เกิน 1 ครั้ง
3. พบเจ้าหน้าที่ กปภ.สาขา	<ul style="list-style-type: none">- มีจุดบริการเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารและรับเรื่องร้องเรียน- มีจุดคัดกรองลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม- มีระบบคิวลูกค้าเพื่อความเป็นธรรม- มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า / ผู้มาติดต่อ- เจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการรับชำระค่าน้ำไม่เกิน 3 นาทีต่อราย- เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ
4. Website กปภ.	<ul style="list-style-type: none">- มีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง- เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการโดยส่ง link แบบสอบถามให้
5. E-mail กปภ.	<ul style="list-style-type: none">- มีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง เพื่อประสานงานต่ออย่างรวดเร็วและแจ้งให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ- เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการโดยส่ง link แบบสอบถามให้- การติดต่อสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรควรสื่อสารด้วยภาษาที่เป็นทางการ สุภาพและสร้างความรู้สึกในเชิงบวก ระมัดระวังในการใช้ภาษาเป็นพิเศษ ข้อมูลที่ใช้จะต้องตรวจสอบให้ถูกต้องตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เพราะการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นข้อมูลที่สามารถนำมาอ้างอิงและใช้เป็นหลักฐานได้



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 10 ของ 45

แนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้าแต่ละช่องทาง (ต่อ)

(เฉพาะช่องทางของ กปภ.)

ช่องทาง	แนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้าแต่ละช่องทาง
6. Facebook	<ul style="list-style-type: none">- ตอบสนองทันที (Bot) และเจ้าหน้าที่ที่ติดต่อกลับลูกค้าภายใน 1 ชั่วโมง- เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ โดยส่ง link แบบสอบถามให้- การติดต่อสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรควรสื่อสารด้วยภาษาที่เป็นทางการ สุภาพและสร้างความรู้สึกลงในเชิงบวก รมั้ดระวังในการใช้ภาษาให้มากเป็นพิเศษ ข้อมูลที่ใช้จะต้องตรวจสอบให้ถูกต้องตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เพราะการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นข้อมูลที่สามารถนำมาอ้างอิงและใช้เป็นหลักฐานได้
7. LINE	<ul style="list-style-type: none">- ตั้งกลุ่มไลน์ลูกค้าทั่วไป และผู้นำชุมชน หัวหน้าหน่วยงานราชการ และธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อรับฟังและตอบสนองอย่างรวดเร็ว รวมถึงการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ- มีเจ้าหน้าที่ Admin ประจำห้องไลน์เพื่อตอบคำถามและรับเรื่องภายใน 1 ชั่วโมง- เจ้าหน้าที่ประสานงาน กปภ.สาขา ให้แก้ไขภายใน 1 ชั่วโมง ภายหลังได้รับแจ้งเรื่องจากลูกค้า ทั้งนี้ หากใช้เวลาดำเนินการมากกว่า SLA ที่กำหนดให้แจ้งลูกค้าทราบเป็นระยะ- เจ้าหน้าที่แจ้งลูกค้าทุกรายให้ประเมินความพึงพอใจภายหลังการให้บริการ โดยส่ง link แบบสอบถามให้- การติดต่อสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรควรสื่อสารด้วยภาษาที่เป็นทางการ สุภาพและสร้าง ความรู้สึกในเชิงบวก รมั้ดระวังในการใช้ภาษาให้มากเป็นพิเศษ ข้อมูลที่ใช้จะต้องตรวจสอบให้ถูกต้องตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เพราะการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นข้อมูลที่สามารถนำมาอ้างอิงและใช้เป็นหลักฐานได้
8. หนังสือ / จดหมาย	<ul style="list-style-type: none">- การติดต่อสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรควรสื่อสารด้วยภาษาที่เป็นทางการ สุภาพและสร้าง ความรู้สึกในเชิงบวก รมั้ดระวังในการใช้ภาษาให้มากเป็นพิเศษ ข้อมูลที่ใช้จะต้องตรวจสอบให้ถูกต้องตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เพราะการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นข้อมูลที่สามารถนำมาอ้างอิงและใช้เป็นหลักฐานได้



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 11 ของ 45

แบบสำรวจที่ใช้ในการรับฟังลูกค้า

ตัวอย่างแบบสำรวจอยู่ในภาคผนวก

แบบสำรวจ/แบบประเมิน/แบบฟอร์ม	กลุ่มลูกค้าที่สำรวจ	วัตถุประสงค์	ประเภทเสียงของลูกค้า (VOC)	ความถี่/ระยะเวลา
การขอยกเลิกใช้น้ำประปาของอดีตลูกค้า	อดีตลูกค้า	สำรวจเหตุผลของการยกเลิกใช้น้ำประปา	พฤติกรรมการใช้น้ำประปา ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ	รับฟังลูกค้าต่อเนื่องทั้งปี โดยบันทึกข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ด้วยตนเอง และ กปภ. เขตสรุปข้อมูลให้ กส. รายปี
ความต้องการใช้น้ำประปาลูกค้าในอนาคต/ คู่แข่ง	ลูกค้าในอนาคต/ คู่แข่ง	สำรวจความต้องการใช้น้ำประปาลูกค้าในอนาคตและลูกค้าคู่แข่ง	พฤติกรรมการใช้น้ำประปา ความพึงพอใจ ความคิดเห็น	
ความคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 7 กลุ่ม คือ 1.หน่วยงานกำกับดูแล 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ 3.ลูกค้า/ผู้ส่งมอบ 4. คู่ความร่วมมือ 5. ชุมชนและสังคม 6. คู่แข่ง และ 7. สื่อมวลชน	ความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความคิดเห็น ความวิตกกังวล ข้อเสนอแนะ	
Feedback A	ลูกค้าที่ กปภ.สาขาเข้าไปแก้ปัญหาร้องเรียน	รับฟังข้อมูลป้อนกลับทันที (Feedback) เกี่ยวกับการแก้ปัญหา	ความพึงพอใจ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ	รับฟังลูกค้าต่อเนื่องทั้งปี และ กส. สรุปผลการประเมินจากระบบทุกไตรมาส
Feedback B	ลูกค้าติดตั้งประปาใหม่	รับฟังข้อมูลป้อนกลับทันที (Feedback) กรณีติดตั้งประปาใหม่	ความพึงพอใจ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ	
เคาน์เตอร์ให้บริการ ณ กปภ.สาขา	ลูกค้าประเภท 1-3 ที่ใช้บริการ ณ กปภ.สาขา	รับฟังเสียงของลูกค้าหลังจากที่ได้รับบริการทันที	ความพึงพอใจ (5 ระดับ)	รับฟังลูกค้าต่อเนื่องทั้งปี โดย กปภ.สาขาเก็บรวบรวมข้อมูลรายไตรมาส ส่งให้ กปภ.เขต



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 12 ของ 45

แบบสำรวจที่ใช้ในการรับฟังลูกค้า (ต่อ)

ตัวอย่างแบบสำรวจอยู่ในภาคผนวก

แบบสำรวจ/แบบประเมิน/แบบฟอร์ม	กลุ่มลูกค้าที่สำรวจ	วัตถุประสงค์	ประเภทเสียงของลูกค้า (VOC)	ความถี่/ระยะเวลา
* ความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และความคิดเห็นต่อการให้บริการ ณ สำนักงาน กปภ.สาขา (ตามมาตรฐาน GECC)	ลูกค้าประเภท 1-3	รับฟังความคิดเห็น ความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการ	ความพึงพอใจ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ	สรุปผลอย่างน้อย ไตรมาสละครั้ง เพื่อใช้สมัครขอรับมาตรฐาน GECC (ไม่ต้องส่ง กสส.)
Drive Thru และการรับชำระค่าน้ำนอกสถานที่	ลูกค้าประเภท 1-3	รับฟังความคิดเห็น ความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการ	ความพึงพอใจ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ	*รับฟังลูกค้า ต่อเนื่องทั้งปี โดยลูกค้าประเมินด้วยตนเองผ่าน QR Code ณ จุดให้บริการ
ช่องทางสื่อสารออนไลน์ (Facebook, LINE, E-mail และ Website)	ลูกค้าประเภท 1-3	รับฟังความคิดเห็น ความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการ	ความพึงพอใจ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ	*รับฟังลูกค้า ต่อเนื่องทั้งปี โดยส่ง Link ให้ลูกค้าประเมินออนไลน์
Live Chat (Spond Chat)	ลูกค้าประเภท 1-3	ประเมินความพึงพอใจ การตอบสนองและการปรับปรุง	ความพึงพอใจ ความคิดเห็น	รับฟังลูกค้า ต่อเนื่องทั้งปี โดยลูกค้าประเมินใน Website, LINE OA และ PWA Plus Life
PWA LINE Official @PWAThailand	ลูกค้าประเภท 1-3	ประเมินความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ	
PWA Plus Life (Mobile App.)	ลูกค้าประเภท 1-3	ประเมินความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ	

* ปัจจุบัน กปภ.สาขา สามารถใช้ผลสำรวจที่ที่ปรึกษาดำเนินการได้

* กปภ.สาขา ส่ง Link แบบสอบถามให้ลูกค้าทำการประเมิน โดยมีวิธีการใช้งาน ดังนี้

1. Drive Thru และการรับชำระค่าน้ำนอกสถานที่ ที่เว็บไซต์ [https:// vosc.pwa.co.th](https://vosc.pwa.co.th) กดเลือกหัวข้อสร้างแบบสอบถาม Online เมื่อกดแล้วจะมี QR Code สามารถให้ผู้ใช้น้ำ scan หรือกด Copy link เพื่อส่งให้ลูกค้าโดยตรง หาก Link นั้นลูกค้าทำการตอบแบบสอบถามแล้ว ข้อมูลจะบันทึกอยู่ในฐานข้อมูลของ กปภ.สาขาของพนักงานที่เข้าใช้งานระบบ



โดย Link นี้จะส่งให้ลูกค้าได้แค่ 1 คนต่อ 1 Link เท่านั้น หากลูกค้าคนแรกตอบแบบสอบถามแล้วหากต้องการส่ง Link แบบสอบถามให้ลูกค้าคนที่ 2 ต้องทำการสร้างแบบสอบถามใหม่ (รายละเอียดในภาคผนวก 2)

2. ช่องทางสื่อสารออนไลน์ (Facebook, LINE, E-mail และ Website) โดยพิมพ์ URL ดังนี้

- https://pwa.co.th/quiz/pr/facebook/เลขที่รหัส_กปภ.สาขา
- https://pwa.co.th/quiz/pr/line/เลขที่รหัส_กปภ.สาขา
- https://pwa.co.th/quiz/pr/email/เลขที่รหัส_กปภ.สาขา
- https://pwa.co.th/quiz/pr/website/เลขที่รหัส_กปภ.สาขา

ตัวอย่าง

กปภ.สาขาจันทบุรี พิมพ์เลขที่ 5531024 ต่อท้าย เช่น <https://pwa.co.th/quiz/pr/facebook/5531024>

กปภ.สาขาระยอง พิมพ์เลขที่ 5531021 ต่อท้าย เช่น <https://pwa.co.th/quiz/pr/facebook/5531021>



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 14 ของ 45

แบบฟอร์มสรุปข้อมูลจากการรับฟังลูกค้ำ

เมื่อ กปภ. สาขาส่ง Link หรือสอบถามข้อมูลจากลูกค้ำและบันทึกข้อมูลในระบบ vosc.pwa.co.th เรียบร้อยแล้ว ระบบจะมีการสรุปข้อมูลของแบบสอบถามแต่ละประเภท ดังนี้

- **อดีตลูกค้ำ กปภ.**

1.สรุปผลข้อมูลการขอยกเลิกใช้น้ำประปาของอดีตลูกค้ำ ประจำปี 2569
ในภาพรวม กปภ.เขต..... / กปภ.สาขา.....

- จำนวนผู้ขอยกเลิกใช้น้ำประปาทั้งหมด คน

ข้อมูล	จำนวนผู้ตอบ (คน)	คิดเป็น ร้อยละ
1. ประเภทลูกค้ำ		
• ประเภทที่ 1 ที่อยู่อาศัย		
• ประเภทที่ 2 ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก		
• ประเภทที่ 3 รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่		
• อื่นๆ		
รวม		
2. จำนวนสมาชิกลูกค้ำ		
• จำนวนผู้พักอาศัย (ประเภทที่ 1)		
• จำนวนพนักงาน (ลูกจ้าง) (ประเภทที่ 2,3)		
รวม		
3. ปัจจุบันท่านใช้น้ำประปา (น้ำ) จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
• กปภ.		
• ประปาหมู่บ้าน/เทศบาล		
• บ่ตื้น บ่บาดาล น้ำฝน (ตม)		
• ระบบประปาของนิคมอุตสาหกรรม สถาบันศึกษา ชุมเมือง		
• บรรทุกใช้เอง (มีแหล่งน้ำของตนเอง)		
• ชื่อน้ำ		
• อื่นๆ		
รวม		
4. เหตุผลของการยกเลิกใช้น้ำประปาของ กปภ. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
• ย้ายที่อยู่อาศัย		
• ใช้น้ำจากแหล่งอื่นทดแทน		
• ค่าน้ำ/ค่าบริการแพง		
• คุณภาพน้ำประปา (เช่น ความใส กลิ่น รสชาติ)		
• แรงดันน้ำประปา (เช่น น้ำประปาไหลอ่อน ไม่สม่ำเสมอ)		
• หยุดจ่ายน้ำ/จ่ายน้ำเป็นเวลาบ่อยครั้ง (น้ำไหลไม่ต่อเนื่อง)		
• กระบวนการให้บริการ/การแก้ปัญหาล่าช้า (เช่น การติดต่อทำธุรกรรม การซ่อมท่อแตกรั่ว)		
• มีความผิดพลาดในการให้บริการ (เช่น ยอดเงินค่าน้ำไม่ถูกต้อง)		
• ไม่มีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้ากรณีน้ำประปามีปัญหา		
• ปัญหาด้านพนักงาน กปภ. (เช่น การแต่งกาย กิริยามารยาท)		
รวม		



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 15 ของ 45

• ลูกค้ำคาดหวังในอนาคต/ลูกค้ำคู่แข่ง

2. สรุปผลแบบสำรวจความต้องการใช้น้ำประปาลูกค้ำในอนาคต / คู่แข่ง ประจำปี 2569 ในภาพรวม กปภ.เขต..... / กปภ.สาขา.....

1. ข้อมูลทั่วไป :

- 1.1 จำนวนสมาชิกในครอบครัว เฉลี่ยคน /ครัวเรือน
- 1.2 จ่ายเงินสำหรับ “น้ำ” ที่ใช้เฉลี่ยต่อเดือน บาท
- 1.3 ราคาน้ำต่อหน่วยที่ใช้บริการอยู่ เฉลี่ยบาท / หน่วย
- 1.4 ปัจจุบันท่านใช้น้ำจากแหล่งใด
 - ประปาหมู่บ้าน/เทศบาล/หน่วยงานอื่นๆ.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - น้ำฝน..... คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - แหล่งน้ำธรรมชาติ.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - คลองชลประทาน.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - บ่อบาดาล.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - สระน้ำที่ขุดไว้.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - ชื่อน้ำบรรจุขวด.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - บ่อบาดาล.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - รถน้ำหน่วยราชการที่มาแจก.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - รถน้ำเอกชนที่มาขาย.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - อื่นๆ.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
- 1.5 ท่านใช้น้ำเพื่อการบริโภค (ดื่ม) จากแหล่งใด
 - ประปาหมู่บ้าน/เทศบาล/หน่วยงานอื่นๆ.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - น้ำฝน..... คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - แหล่งน้ำธรรมชาติ.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - คลองชลประทาน.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - บ่อบาดาล.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - สระน้ำที่ขุดไว้.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - ชื่อน้ำบรรจุขวด.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - รถน้ำหน่วยราชการที่มาแจก.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - รถน้ำเอกชนที่มาขาย.....คน คิดเป็นร้อยละ.....
 - อื่นๆ.....คน คิดเป็นร้อยละ.....

2. สรุประดับความพึงพอใจ “น้ำ” ที่ใช้อยู่ปัจจุบัน

คุณภาพการบริการทั่วไป	ความพึงพอใจ (จำนวนคน)					ความพึงพอใจ (ร้อยละ)					*ค่าเฉลี่ยแต่ละข้อ (เต็ม 5 คะแนน)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปกติ	มาก	มากที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปกติ	มาก	มากที่สุด	
2.1 ด้านคุณภาพน้ำ (ความใส รสชาติ กลิ่น)											
2.2 ด้านปริมาณน้ำ (แรงดัน ความสม่ำเสมอ ความเพียงพอ)											
2.3 ด้านบริการ (ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เป็นต้น)											
2.4 ด้านราคา (เหมาะสมกับคุณภาพ ปริมาณ และบริการที่ได้รับ)											

* ค่าเฉลี่ยแต่ละข้อ คำนวณจาก $\frac{\text{คะแนนรวมของแต่ละข้อคำถาม}}{\text{จำนวนลูกค้ำที่เก็บข้อมูล}}$

คะแนนรวมของแต่ละข้อคำถาม คำนวณจาก (จำนวนลูกค้ำที่ตอบ “มากที่สุด” x 5) + (จำนวนลูกค้ำที่ตอบ “มาก” x 4) + (จำนวนลูกค้ำที่ตอบ “ปกติ” x 3) + (จำนวนลูกค้ำที่ตอบ “น้อย” x 2) + (จำนวนลูกค้ำที่ตอบ “น้อยที่สุด” x 1)

3. สาเหตุที่ยังไม่ใช้น้ำของการประปาส่วนภูมิภาค (ความถี่ในการตอบสูงสุด 3 ลำดับแรก)

1. อยู่นอกเขตให้บริการของ กปภ. ราย คิดเป็นร้อยละ.....
2. ราคาแพง ค่าใช้จ่ายสูง ราย คิดเป็นร้อยละ.....
3. ใช้น้ำจากแหล่งอื่นอยู่ ราย คิดเป็นร้อยละ.....
4. อื่น ๆ เช่น.....จำนวน.....ราย คิดเป็นร้อยละ.....



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 16 ของ 45

- กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.

3. สรุปผลแบบสำรวจความคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี 2569

ในภาพรวม กปภ.เขต..... / กปภ.สาขา.....

1. ข้อมูลทั่วไป : ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมจำนวน คน

ส่งรายงานสรุปตามประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 7 รายงานจำแนกตามประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ 1.หน่วยงานกำกับดูแล 2.หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ 3.ลูกค้า/ผู้ส่งมอบ 4.คู่ความร่วมมือ 5.ชุมชนและสังคม 6.สื่อมวลชน 7.คู่แข่ง

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการและการสร้างความสัมพันธ์ของ กปภ. สาขา (ในภาพรวม กปภ.เขต)

ข้อความคำถาม	ระดับคะแนน จำนวนคน					ระดับคะแนน คิดเป็นร้อยละ					ค่าเฉลี่ย
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
2.1 น้ำประปาของ กปภ. สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน											
2.2 กปภ. กำหนดอัตราค่าน้ำได้อย่างเหมาะสม											
2.3 หน่วยงานของท่านได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆของ กปภ.											
2.4 พนักงานของ กปภ. ให้บริการด้วยไมตรีจิต ยิ้มแย้ม แจ่มใส											
2.5 กปภ. ดำเนินกิจการอย่างไร้โปร่งใส ซื่อสัตย์ สุจริต ตรวจสอบได้											
2.6 กปภ. มีนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของท่าน											
2.7 การดำเนินงานของ กปภ. ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม											
2.8 กปภ. ดำเนินกิจกรรมร่วมกับสังคมและชุมชนอย่างสม่ำเสมอ											
2.9 ท่านได้รับประโยชน์จากกิจกรรมเพื่อสังคมของกปภ.											
2.10 กปภ. เป็นหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานของท่าน											
2.11 ท่านรู้สึกพึงพอใจในการติดต่อประสานงาน / ร่วมกิจกรรมกับ กปภ.											
2.12 หน่วยงานของท่านยินดีมีส่วนร่วมกับ กปภ. พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน											
2.13 ระดับความพึงพอใจในภาพรวมที่มีต่อ กปภ.											

3. ลำดับความต้องการและความคาดหวังของหน่วยงานของท่านต่อการดำเนินงานของ กปภ. (เรียงตามลำดับความสำคัญ)

ลำดับที่ 1 จำนวน คน ร้อยละ

ลำดับที่ 2 จำนวน คน ร้อยละ

ลำดับที่ 3 จำนวน คน ร้อยละ

4. หาก กปภ. ต้องการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานของท่าน ท่านต้องการให้ กปภ. ใช้ช่องทางใด (เรียงตามลำดับความสำคัญ)

ลำดับที่ 1 จำนวน คน ร้อยละ

ลำดับที่ 2 จำนวน คน ร้อยละ

ลำดับที่ 3 จำนวน คน ร้อยละ

5. การดำเนินงานของ กปภ. ในด้านใดที่ทำให้หน่วยงานของท่านรู้สึกวิตกกังวลว่าจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของท่าน หรือส่วนรวม (เรียงตามลำดับความกังวล)

ลำดับที่ 1 จำนวน คน ร้อยละ

ลำดับที่ 2 จำนวน คน ร้อยละ

ลำดับที่ 3 จำนวน คน ร้อยละ

6. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....
.....



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 17 ของ 45

แนวทางการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าภายหลังได้รับบริการทันที

Touchpoints	รูปแบบ	ข้อคำถาม	การรายงานข้อมูล
เคาน์เตอร์ กปภ.สาขา	ใช้เครื่องกดประเมินความพึงพอใจ หรือ QR code เพื่อให้ลูกค้าประเมินผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งเป็นการดำเนินงานตามเกณฑ์ GECC	ประเมินความพึงพอใจ 5 ระดับ	<ul style="list-style-type: none">กปภ.เขตสรุปผลการประเมินของ กปภ.สาขา ในสังกัด และภาพรวม กปภ.เขต ส่งไฟล์ให้ กสส. ทางอีเมลทุกไตรมาส (ภายในวันที่ 15 ของเดือนถัดไป) โดยไม่ต้องส่งในรูปแบบกระดาษ
Drive Thru	ลูกค้าประเมินผ่านระบบออนไลน์ด้วยตนเองผ่านQR code ณ จุดให้บริการ	ประเมินความพึงพอใจ 5 ระดับ	<ul style="list-style-type: none">กสส. สรุปผลการประเมินจากระบบทุกไตรมาส
การรับชำระค่าน้ำนอกสถานที่		ประเมินความพึงพอใจ 5 ระดับ	
การแก้ไขปัญหาหรือเรียน	<ul style="list-style-type: none">เจ้าหน้าที่ กปภ.สาขาโทรศัพท์สอบถามลูกค้าและบันทึกข้อมูลลงระบบออนไลน์	ประเมินความพึงพอใจ 5 ระดับ ใน 7 ประเด็น (แบบสำรวจ Feedback A) **	
การติดตั้งประปาใหม่	<ul style="list-style-type: none">กปภ.สาขายืนยันข้อมูลในระบบ ทุกวันที่ 5 ของเดือนกปภ.เขตยืนยันข้อมูลในระบบ ทุกวันที่ 10 ของเดือน	ประเมินความพึงพอใจ 5 ระดับ ใน 7 ประเด็น (แบบสำรวจ Feedback B) **	
ช่องทางสื่อสารออนไลน์ ได้แก่ Facebook, LINE, E-mail และ Website	ส่ง link ให้ลูกค้าประเมินผ่านระบบออนไลน์	ประเมินความพึงพอใจ 3 ระดับ การตอบสนอง และการปรับปรุง	
PWA Contact Center 1662	ลูกค้าประเมินผลความพึงพอใจผ่านระบบ IVR ของ PWA Contact Center 1662	ประเมินความพึงพอใจ 3 ระดับ	
Live Chat (Spond Chat)	ลูกค้าประเมินใน Website	ประเมินความพึงพอใจ การตอบสนอง และการปรับปรุง	
PWA LINE OA@PWATHailand	ลูกค้าประเมินใน PWA LINE OA@PWATHailand	ประเมินความพึงพอใจ 5 ระดับ	
แอปพลิเคชัน PWA Plus Life	ลูกค้าประเมินใน PWA Plus Life	ประเมินความพึงพอใจ 5 ระดับ	

จ้างที่ปรึกษาดำเนินการ

- สำรวจในพื้นที่ กปภ. 234 สาขา
- สำรวจลูกค้าปัจจุบันทุกกลุ่ม สาขาละไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง
- สำรวจลูกค้าคาดหวังในอนาคต สาขาละไม่น้อยกว่า 5 ตัวอย่าง
- สำรวจลูกค้าคู่แข่ง สาขาละไม่น้อยกว่า 5 ตัวอย่าง
- สำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 7 กลุ่ม สาขาละไม่น้อยกว่า 35 ตัวอย่าง

สรุปแนวทางการรับฟังลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

และการนำสารสนเทศไปใช้ประโยชน์ ประจำปีงบประมาณ 2569

กลส. จัดทำแผนยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า ประจำปี 2570 ภายใน ก.ย.69

กพธ. จัดทำแผน/กลยุทธ์การตลาด ประจำปี 2570 ภายใน ก.ย.69

กพธ. จัดทำแผนบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2570 ภายใน ก.ย.69

กปภ.เขต จัดทำแผนพัฒนาการให้บริการลูกค้า และการตลาด (ระดับเขต) ประจำปี 2570 และ รายงานผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการให้บริการ ลูกค้าและการตลาด ประจำปี 2569 ส่ง กลส. ภายใน ส.ค.69

กปภ. ดำเนินการเอง

กปภ. สาขาดำเนินการเก็บข้อมูลต่อเนื่องทั้งปี

- อีเมลลูกค้า (ยกเลิกใช้น้ำประจำ) ทุกอายุ : *สอบถามและบันทึกข้อมูลเหตุผลที่ลูกค้ายกเลิกใช้บริการของ กปภ./สร้าง link ส่งให้ลูกค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์*
- ลูกค้าคาดหวังในอนาคต สาขาละ 5 ตัวอย่าง
- ลูกค้าคู่แข่ง สาขาละ 5 ตัวอย่าง
- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 7 กลุ่ม สาขาละ 35 ตัวอย่าง
- ประเมินความพึงพอใจภายหลังได้รับบริการทันที
 - เคาน์เตอร์ กปภ.สาขา : *ลูกค้ากดประเมินหน้าเคาน์เตอร์ โดย กปภ.สาขาส่งผลประเมินให้ กปภ.เขตรวบรวมสรุปส่งให้ กลส. รายไตรมาส (ไม่ต้องส่งรูปแบบกระดาษ)*
 - Drive Thru
 - การรับชำระค่าน้ำนอกสถานที่
 - ศูนย์บริการร่วม One Stop Service
- ช่องทางสื่อสารออนไลน์ ได้แก่ Facebook, LINE, E-mail และ Website : *ให้ลูกค้าประเมินด้วยตนเองผ่าน QR Code*
- *ส่ง link ให้ลูกค้าประเมินผ่านระบบออนไลน์*
- การแก้ไขปัญหารองเรียน (มีสเตอร์ประจำ)
- การติดตั้งประปาใหม่ (มีสเตอร์ประจำ)

สสส. เก็บข้อมูลช่องทาง PWA Contact Center 1662, E-mail, Website, GCC 1111, Live Chat, สื่อมวลชน, Newsclip ระบบ Social Listening, PWA LINE OA@PWATHailand และ PWA Plus Life

ผชก. ผปภ.เขต และ กปภ.สาขาเก็บข้อมูลช่องทางหนังสือ/จดหมาย

กปภ.สาขา นำสารสนเทศระหว่างปีไปพัฒนาและปรับปรุง การให้บริการและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง

กลส. รวบรวมสารสนเทศระหว่างปีจากระบบฐานข้อมูล เพื่อสรุปและรายงาน ครส. รายไตรมาส

- กปภ.เขตสรุปประเมินความพึงพอใจช่องทางเคาน์เตอร์ของ กปภ.สาขา ส่งให้ กลส. (รูปแบบไฟล์) ทุกไตรมาส (ภายในวันที่ 15 ของเดือนถัดไป)
- กปภ.เขตกำกับกรรับฟังและรายงานสารสนเทศของอดีตลูกค้า ลูกค้าคาดหวังในอนาคต ลูกค้าคู่แข่ง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้าที่ใช้บริการทุก Touchpoint ของ กปภ.สาขาในสังกัดให้ครบถ้วน ภายในเดือน กรกฎาคม 2569

กลส. สรุปสารสนเทศลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2569 ในภาพรวมองค์กร รายงานต่อคณะกรรมการ Enablers ครส. คณะอนุกรรมการ GRC และคณะกรรมการ กปภ. และส่งให้หน่วยงานนำไปใช้ประโยชน์พร้อมสอบถามความคิดเห็นต่อการนำสารสนเทศเสียงของลูกค้าไปใช้ประโยชน์

กปภ.เขตส่งรายงานผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการให้บริการลูกค้าและการตลาด ประจำปี 2569 และ แผนพัฒนาการให้บริการลูกค้าและการตลาด ประจำปี 2570 (ระดับ กปภ.เขต) ให้ กลส. ภายในเดือน สิงหาคม 2569

สารสนเทศลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ. ประจำปี 2569

- จัดทำ / ทบทวนยุทธศาสตร์องค์กรของ กปภ.
- จัดทำ / ทบทวนยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ.
- จัดทำ / ทบทวนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.
- ปรับปรุงกระบวนการทำงานด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.
- ทบทวนและปรับปรุงแผนงานรับฟังลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการนำสารสนเทศไปใช้ประโยชน์



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 19 ของ 45

การติดตามการดำเนินงานรับฟังลูกค้า

ตามที่ กปภ. มีช่องทางรับฟังลูกค้าที่ครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่ม และระบุผู้รับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน ตลอดจนกำหนดแนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้า เพื่อให้ผู้รับผิดชอบแต่ละช่องทางรักษามาตรฐานการรับฟังลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จึงต้องมีการติดตามการดำเนินงานรับฟังลูกค้าอย่างสม่ำเสมอโดยผู้บริหารของหน่วยงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังตาราง

หน่วยงานที่รับผิดชอบการติดตามผลการดำเนินงาน

ช่องทางรับฟัง	ผู้รับผิดชอบ	ผู้บริหารของหน่วยงานที่ติดตามผลการดำเนินงาน
1. PWA Contact Center 1662	PWA Contact Center 1662	ผอ.กองลูกค้าสัมพันธ์
2. โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา/ กปภ.เขต	กปภ.สาขา/ กปภ.เขต	ผู้จัดการ กปภ.สาขา ผอ.กปภ.เขต
3. พบเจ้าหน้าที่	กปภ.สาขา	ผอ.กปภ.เขต /ผอ.กองลูกค้าสัมพันธ์
4. Website กปภ. (www.pwa.co.th)	PWA Contact Center 1662	ผอ.กองลูกค้าสัมพันธ์
5. E-mail (pr@pwa.co.th)	PWA Contact Center 1662	ผอ.กองลูกค้าสัมพันธ์
6. Facebook	1) PWA Contact Center 1662 (Facebook สำนักงานใหญ่) 2) กปภ.สาขา (Facebook กปภ.สาขา)	ผอ.กองลูกค้าสัมพันธ์ ผู้จัดการ กปภ.สาขา
7. LINE	กปภ.สาขา	ผู้จัดการ กปภ.สาขา
8. หนังสือ / จดหมาย	กปภ.เขต/กปภ.สาขา	ผอ.กปภ.เขต ผู้จัดการ กปภ.สาขา

ทั้งนี้ ผู้บริหารของหน่วยงานที่รับผิดชอบแต่ละช่องทางรับฟังลูกค้า มีแนวทางในการติดตามผลการดำเนินงาน ดังนี้ ติดตามผ่านระบบรายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาดของ กปภ. การติดตามผ่านการประชุมสนทนายามเช้า (morning talk) โดยกำหนดเป็นวาระการประชุม เรื่องการติดตามผลการดำเนินการด้านการรับฟังลูกค้า การสุ่มตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงาน การรับฟังข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า (feedback) และวิธีอื่นตามโอกาสและความเหมาะสม

การประเมินประสิทธิผลการรับฟังลูกค้ำ

เพื่อให้ กปภ. ยกระดับการรับฟังลูกค้ำให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ำ อีกทั้งยังทำให้ กปภ. ได้รับสารสนเทศที่มีนัยสำคัญในการเป็นปัจจัยนำเข้าการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และการปรับปรุงการกระบวนการทำงาน กปภ. จึงมีการทบทวนกระบวนการรับฟังลูกค้ำอย่างสม่ำเสมอทุกปี โดยกำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายเพื่อประเมินประสิทธิผลการรับฟังลูกค้ำ ดังนี้

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้ำต่อช่องทางรับฟังลูกค้ำ
2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้ำแต่ละช่องทางรับฟัง
3. ระดับความพึงพอใจของหน่วยงานต่อสารสนเทศลูกค้ำที่นำไปใช้ประโยชน์

การรับฟังลูกค้ำเป็นกระบวนการสำคัญ ที่นำไปสู่กระบวนการต่อไป คือ กระบวนการวิเคราะห์เสียงลูกค้ำ เพื่อสรุปเป็นสารสนเทศลูกค้ำและกระบวนการบูรณาการโดยนำสารสนเทศลูกค้ำไปใช้ในการจัดทำ / ทบทวนยุทธศาสตร์องค์กร ยุทธศาสตร์ลูกค้ำและตลาดของ กปภ. ยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ. ปรับปรุงกระบวนการทำงานด้านลูกค้ำและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ. และเตรียมความพร้อมเพื่อขับเคลื่อนระบบบริการให้บรรลุเป้าหมายองค์กรต่อไป

เทคนิคการรับฟังลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจ

การรับมือกับลูกค้าเป็นภารกิจที่ท้าทาย การมีทัศนคติที่ถูกต้องและทักษะการสื่อสารที่เหมาะสมจึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะเปลี่ยนสถานการณ์ที่ตึงเครียดให้กลายเป็นประสบการณ์ที่ดีและน่าประทับใจสำหรับลูกค้า

1. ทัศนคติและเทคนิคการสื่อสาร

การสื่อสารไม่ใช่แค่การพูด แต่คือการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า พนักงานที่ดีต้องแสดงความเห็นอกเห็นใจและใช้คำพูดที่สร้างความเชื่อมั่น

ตั้งใจฟังด้วยความเห็นอกเห็นใจ: ลูกค้าที่โทรมาอาจอยู่ในสถานการณ์ที่ลำบาก เช่น ไม่มีน้ำใช้มาหลายวัน หรือน้ำที่สูงผิดปกติ ดังนั้นสิ่งแรกที่ควรทำคือ **ตั้งใจฟัง** ปล่อยให้ลูกค้าได้ระบายความรู้สึกออกมาอย่างเต็มที่ และแสดงความเข้าใจในปัญหาของพวกเขาด้วยคำพูดที่อบอุ่นและจริงใจ เช่น "ผมเข้าใจเลยครับว่าการไม่มีน้ำใช้เป็นเรื่องที่น่าลำบากมาก" หรือ "ผมต้องขออภัยด้วยนะครับในความไม่สะดวกที่เกิดขึ้น" การใช้คำพูดเหล่านี้จะช่วยลดความตึงเครียด และทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าพวกเขา กำลังคุยกับคนที่พร้อมจะรับฟังและช่วยเหลืออย่างแท้จริง

ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและสร้างความเชื่อมั่น: พนักงานมักคุ้นเคยกับศัพท์เทคนิคเฉพาะทาง เช่น "วาล์วอุดตัน", "แรงดันน้ำต่ำ" หรือ "ท่อหลักแตก" แต่คำเหล่านี้ อาจสร้างความสับสนให้กับลูกค้าได้ ดังนั้นควรหลีกเลี่ยงและเปลี่ยนไปใช้ภาษาที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจแทน เช่น "อาจจะมีการอุดตันในท่อ" หรือ "มีปัญหาในระบบจ่ายน้ำในพื้นที่ของคุณครับ" นอกจากนี้ ควรใช้คำพูดที่แสดงถึงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า เช่น "ไม่ต้องกังวลนะครับ เราจะรีบตรวจสอบและแก้ไขให้เร็วที่สุด" หรือ "ผมจะรีบประสานงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดูแลให้ทันทีครับ"

ควบคุมอารมณ์อย่างมืออาชีพ: การรับฟังคำตำหนิจากลูกค้าอย่างใจเย็นเป็นสิ่งสำคัญ หากลูกค้าขึ้นเสียงหรือใช้อารมณ์ พนักงานต้องไม่ได้เถียงหรือใช้อารมณ์ตอบกลับ เพราะจะทำให้สถานการณ์แย่งลง การรับฟังอย่างอดทนและตอบกลับด้วยน้ำเสียงที่สงบและสุภาพจะช่วยคลี่คลายสถานการณ์ได้ พนักงานควรตระหนักเสมอว่าการทำหน้าที่อย่างมืออาชีพคือการแยกเรื่องส่วนตัวออกจากงาน และมุ่งเน้นที่การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างดีที่สุด

2. การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

เมื่อรับเรื่องแล้ว การดำเนินการที่รวดเร็วและเป็นระบบจะช่วยสร้างความประทับใจและลดความกังวลของลูกค้า

แจ้งสถานะและการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจน: หลังจากรับเรื่องและทำความเข้าใจปัญหาแล้ว ควรแจ้งสถานะให้ลูกค้าทราบทันทีว่า "เรื่องของคุณได้รับการบันทึกในระบบแล้ว" จากนั้นให้บอกขั้นตอนการแก้ไขและระยะเวลาโดยประมาณที่ชัดเจน เช่น "ขณะนี้เรากำลังส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปตรวจสอบ และคาดว่าจะแล้วเสร็จภายใน 4 ชั่วโมง" หากไม่สามารถแก้ไขได้ในทันที ให้แจ้งให้ลูกค้าทราบว่า คุณจะได้รับเรื่องไว้และจะรีบประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องให้โดยเร็ว



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 22 ของ 45

ติดตามผลหลังการแก้ไข: การติดตามผลเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากในการสร้างความประทับใจ การโทรกลับไปหาลูกค้าหลังจากแก้ไขข้อปัญหาเสร็จสิ้นเพื่อสอบถามความพึงพอใจและตรวจสอบว่าปัญหาได้รับการแก้ไขอย่างแท้จริงหรือไม่ เช่น "ไม่ทราบว่าปัญหาน้ำไม่ไหลได้รับการแก้ไขเรียบร้อยแล้วหรือยังครับ" แสดงให้เห็นถึงการใส่ใจในปัญหาของลูกค้าอย่างแท้จริง การติดตามผลนี้ยังช่วยให้ กปภ. สามารถตรวจสอบคุณภาพการทำงานและปรับปรุงระบบให้ดียิ่งขึ้นได้ในระยะยาว

.....



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 23 ของ 45

ภาคผนวก



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 24 ของ 45

แบบสำรวจและแบบฟอร์มรายงาน

หมายเหตุ แบบฟอร์มในภาคผนวกนี้ ใช้ในการรับฟังลูกค้ำและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ำ ประจำปี งบประมาณ 2569 ซึ่งจะมีการทบทวนทุกปีและอาจปรับปรุงเนื้อหาบางส่วนได้ตามความเหมาะสมในปีงบประมาณต่อไป

แบบสอบถามการขอยกเลิกใช้น้ำประปาของอดีตลูกค้ำ ประจำปี 2569



แบบสอบถามการขอยกเลิกใช้น้ำประปาของอดีตลูกค้ำประจำปี 2569

สำหรับพนักงานและลูกจ้าง กปภ.

1. กปภ.สาขา กปภ.เขต
2. ลูกค้ำประเภท 1 ที่อยู่อาศัย
 ลูกค้ำประเภท 2 ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก
 ลูกค้ำประเภท 3 รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

สำหรับลูกค้ำ

1. จำนวนผู้พักอาศัย.....คน (ประเภท 1)
2. จำนวนพนักงาน (ลูกจ้าง)คน (ประเภท 2,3)
3. ปัจจุบันท่านใช้น้ำประปา (น้ำ) จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 กปภ. ประปาหมู่บ้าน / เทศบาล บ่ตื้น บ่บาดาล น้ำฝน(ตม)
 ระบบประปาของนิคมอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา ชุมเหมือ บรรทุกน้ำใช้เอง(มีแหล่งน้ำของตนเอง)
 ชื่อน้ำ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
4. เหตุผลของการยกเลิกใช้น้ำประปาของ กปภ. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 ย้ายที่อยู่อาศัย
 ใช้น้ำจากแหล่งอื่นทดแทน
 ค่าน้ำ / ค่าบริการแพง
 คุณภาพน้ำประปา (เช่น ความใส กลิ่น รสชาติ)
 แรงดันน้ำประปา (เช่น น้ำประปาไหลอ่อน ไม่สม่ำเสมอ)
 หยุดจ่ายน้ำ / จ่ายน้ำเป็นเวลาบ่อยครั้ง (น้ำไหลไม่ต่อเนื่อง)
 กระบวนการให้บริการ / การแก้ปัญหาล่าช้า (เช่น การติดต่อทำธุรกรรม การซ่อมท่อแตกเร็ว)
 มีความผิดพลาดในการให้บริการ (เช่น ยอดเงินค่าน้ำไม่ถูกต้อง)
 ไม่มีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้ากรณีน้ำประปามีปัญหา
 ปัญหาด้านพนักงาน กปภ. (เช่น การแต่งกาย กิริยามารยาท)
5. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

กปภ. ขอขอบคุณสำหรับผู้ให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์ข้างต้น

กปภ. สัญญว่าจะนำผลงานของการสำรวจไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของ กปภ. ต่อไป



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 25 ของ 45

แบบสำรวจความต้องการใช้น้ำประปาลูกค้ำในอนาคต / คู่แข่ง ประจำปี 2569

แบบสำรวจความต้องการ ใช้น้ำประปาลูกค้ำในอนาคต / คู่แข่ง ประจำปี 2569
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง

1. ข้อมูลทั่วไป ที่อยู่ : ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัด.....

1.1 จำนวนสมาชิกในครอบครัว..... คน

1.2 ท่านจ่ายเงินสำหรับ “น้ำ” ที่ใช้อยู่ประมาณเดือนละ..... บาท

1.3 ราคาค่าน้ำต่อหน่วยที่ท่านใช้บริการอยู่คือ บาท

1.4 ปัจจุบันท่าน **ใช้น้ำ(อุปโภค)** จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประปาหมู่บ้าน/เทศบาล/หน่วยงานอื่นๆ น้ำฝน แหล่งน้ำธรรมชาติ คลองชลประทาน

บ่อบาดาล สระน้ำที่ขุดไว้ ชื่อน้ำบรรจุขวด รถน้ำหน่วยราชการที่มาแจก

รถน้ำเอกชนที่มาขาย อื่นๆ

1.5 ปัจจุบันท่าน **ดื่มน้ำ(บริโภค)** จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประปาหมู่บ้าน/เทศบาล/หน่วยงานอื่นๆ น้ำฝน แหล่งน้ำธรรมชาติ คลองชลประทาน

บ่อบาดาล สระน้ำที่ขุดไว้ ชื่อน้ำบรรจุขวด รถน้ำหน่วยราชการที่มาแจก

รถน้ำเอกชนที่มาขาย อื่นๆ

2. ท่านรู้สึกพึงพอใจ “น้ำ” ที่ใช้อยู่ปัจจุบันในระดับใด

ด้าน	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
2.1 ด้านคุณภาพน้ำ (ความใส รสชาติ กลิ่น)					
2.2 ด้านปริมาณน้ำ (แรงดัน ความสม่ำเสมอ ความเพียงพอ)					
2.3 ด้านบริการ (ความสะดวกรวดเร็วติดต่อ เจ้าหน้าที่ให้บริการ เป็นต้น)					
2.4 ด้านราคา (เหมาะสมกับคุณภาพ ปริมาณ และบริการที่ได้)					

3. สาเหตุที่ท่านยังไม่ใช้น้ำของการประปาส่วนภูมิภาค (เลือกสาเหตุหลักข้อเดียว)

อยู่นอกเขตให้บริการของ กปภ. ราคาแพง ค่าใช้จ่ายสูง ใช้น้ำจากแหล่งอื่นอยู่

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

หมายเหตุ : หากคำตอบของข้อ 1.4 และ 1.5 ผู้ตอบมีพฤติกรรมอุปโภค และหรือ บริโภคน้ำจากประปาหมู่บ้าน/เทศบาล/หน่วยงานอื่นๆ ให้ถือว่าเป็นกลุ่มลูกค้ำคู่แข่ง



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 26 ของ 45

แบบสำรวจความคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี 2569



แบบสำรวจความคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี 2569

ในการกระชับความสัมพันธ์กับชุมชนและสังคม ผู้จัดการและพนักงาน กปภ.สาขา จึงขอสำรวจความคิดเห็นของ อปท. และส่วนราชการต่างๆในพื้นที่ที่มีต่อการประปาส่วนภูมิภาค
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง

1. ข้อมูลทั่วไป

- 1.1 ประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย* หน่วยงานกำกับดูแล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ
 คู่ความร่วมมือ ชุมชนและสังคม สื่อมวลชน คู่แข่ง

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการและการสร้างความสัมพันธ์ของ กปภ. สาขา

ข้อคำถาม	ระดับคะแนน				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
2.1 น้ำประปาของ กปภ. สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน					
2.2 กปภ. กำหนดอัตราค่าน้ำได้อย่างเหมาะสม					
2.3 หน่วยงานของท่านได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆของ กปภ.					
2.4 พนักงานของ กปภ. ให้บริการด้วยไมตรีจิต ยิ้มแย้ม แจ่มใส					
2.5 กปภ. ดำเนินกิจการอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์ สุจริต ตรวจสอบได้					
2.6 กปภ. มีนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของท่าน					
2.7 การดำเนินงานของ กปภ. ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม					
2.8 กปภ. ดำเนินกิจกรรมร่วมกับสังคมและชุมชนอย่างสม่ำเสมอ					
2.9 ท่านได้รับประโยชน์จากกิจกรรมเพื่อสังคมของกปภ.					
2.10 กปภ. เป็นหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานของท่าน					
2.11 ท่านรู้สึกพึงพอใจในการติดต่อประสานงาน / ร่วมกิจกรรมกับ กปภ.					
2.12 หน่วยงานของท่านยินดีมีส่วนร่วมร่วมกับ กปภ. พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน					
2.13 ระดับความพึงพอใจในภาพรวมที่มีต่อ กปภ.					

3. ความต้องการและความคาดหวังของหน่วยงานของท่านต่อการดำเนินงานของ กปภ. (มากที่สุดข้อเดียว)

<input type="checkbox"/> คุณภาพน้ำประปา (สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน)	<input type="checkbox"/> การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
<input type="checkbox"/> ปริมาณน้ำประปา (เพียงพอ ไหลต่อเนื่อง)	<input type="checkbox"/> การดำเนินกิจกรรมร่วมกับสังคมและชุมชน
<input type="checkbox"/> การให้บริการของเจ้าหน้าที่ (สุภาพ รวดเร็ว)	<input type="checkbox"/> การดำเนินการของ กปภ. (โปร่งใส ตรวจสอบได้)
<input type="checkbox"/> การทำธุรกรรมกับ กปภ. (สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย)	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ

4. หาก กปภ. ต้องการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานของท่านท่านต้องการให้ กปภ. ใช้ช่องทางใด (มากที่สุดข้อเดียว)

<input type="checkbox"/> Facebook	<input type="checkbox"/> LINE	<input type="checkbox"/> E-mail
<input type="checkbox"/> SMS	<input type="checkbox"/> โทรศัพท์	<input type="checkbox"/> สื่อประชาสัมพันธ์ ของ กปภ.
<input type="checkbox"/> E-mail	<input type="checkbox"/> หนังสือ/จดหมาย	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ

5. การดำเนินงานของ กปภ. ในด้านใดที่ทำให้หน่วยงานของท่านรู้สึกวิตกกังวลว่าจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของท่าน หรือส่วนรวม (มากที่สุดข้อเดียว)

<input type="checkbox"/> การหยุดจ่ายน้ำ	<input type="checkbox"/> การขยายเขตจำหน่ายน้ำประปา	<input type="checkbox"/> การซ่อมท่อแตกรั่ว
<input type="checkbox"/> การคืนผิวจราจร	<input type="checkbox"/> คุณภาพน้ำประปา	<input type="checkbox"/> การให้บริการจากเจ้าหน้าที่ กปภ.
<input type="checkbox"/> การมีส่วนร่วมกับชุมชน	<input type="checkbox"/> การบริการที่เป็นธรรมและเท่าเทียม	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ

6. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

- ขอขอบคุณที่ให้ข้อมูล เพื่อให้ กปภ.สาขานำไปปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น -

*ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามที่สายงานมีการการระบุนำมาพิจารณากำหนดเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับองค์กร

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	
1.หน่วยงานกำกับดูแล	กระทรวงมหาดไทย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) คณะรัฐมนตรี สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (สปร.)	กระทรวงการคลัง สำนักงานประมาณ สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ (สทนช.) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.)
2.หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมชลประทาน กรมเจ้าท่า กรมป่าไม้ กรมที่ดิน กรมธนารักษ์ สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) กรมอุทยานสัตว์ป่าและพันธุ์พืช กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด กรมทรัพยากรน้ำ กรมทรัพยากรน้ำบาดาล กรมโยธาธิการและผังเมือง กรมทางหลวง กรมทางหลวงชนบท กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.) การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ การเคหะแห่งชาติ
2.หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ (ต่อ)	การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย องค์การจัดการน้ำเสีย การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช)	
3.ลูกค้ำ	ลูกค้ำแบ่งตามประเภทผู้ใช้น้ำของ กปภ. (3 ประเภท)	
4.คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ	บริษัทผู้รับเหมาก่อสร้าง บริษัทผู้ผลิตท่อประปาและอุปกรณ์ก่อสร้าง บริษัทออกแบบระบบประปา บริษัทผู้รับเหมาซ่อมท่อ บริษัทผู้รับเหมาบริหารจัดการน้ำสูญเสีย บริษัทผู้รับเหมาอ่านมาตร บริษัทจัดส่งน้ำดิบเพื่อการผลิตน้ำประปา บริษัทผลิตและจัดส่งน้ำประปา บริษัทจัดส่งมาตรวัดน้ำและอะไหล่มาตรวัดน้ำ บริษัทให้บริการตรวจสอบคุณภาพน้ำ บริษัทจัดส่งวัสดุ เคมี และวัสดุวิเคราะห์น้ำ บริษัทรับจ้างพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทรับจ้างบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	บริษัทจัดส่งงานโครงการเกี่ยวกับระบบเครือข่าย บริษัทจัดส่งอุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์ บริษัทรับเช่าบริการระบบและเครือข่าย บริษัทที่ปรึกษาจัดทำแผน บริษัทจัดส่งวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน บริษัทให้เช่ารถยนต์เพื่อใช้งานในกิจการ กปภ. สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ บริษัทรับจ้างจัดทำวารสาร บริษัทจัดทำแผ่นพับ บริษัทจัดทำกระเปาะของที่ระลึก บริษัทจัดหาเจ้าหน้าที่ประจำ Call center กรมชลประทาน
5.คู่ความร่วมมือ	กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บริษัทห้องปฏิบัติการกลาง(ประเทศไทย) จำกัด สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและเอกชน องค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศ มูลนิธิราชประชานุเคราะห์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
6.พนักงาน	ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้าง กปภ.	
7.ชุมชนและสังคม	ชุมชนในพื้นที่รับผิดชอบกำกับดูแลของ อปท. จังหวัด อำเภอ อปท.ในพื้นที่ก่อสร้างของ กปภ. ชุมชนในพื้นที่ดำเนินงานของ กปภ.	
8.สื่อมวลชน	สถานีวิทยุประจำท้องถิ่น ADMINpage Facebook ของชุมชน	
9.คู่แข่ง	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	

คำจำกัดความผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.

- 1. หน่วยงานกำกับดูแล** หมายถึง หน่วยงานที่เป็นผู้กำกับดูแลเชิงนโยบายของรัฐวิสาหกิจ เช่น หน่วยงานต้นสังกัด หน่วยงานกำกับดูแลผู้ถือหุ้นภาครัฐ
 - 2. หน่วยงานเกี่ยวข้องเชิงภารกิจ** หมายถึง หน่วยงานที่มีภารกิจร่วมกันหรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน เช่น กรมชลประทาน กรมทางหลวง กรมทางหลวงชนบท กรมที่ดิน กรมป่าไม้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมเจ้าท่า ฯลฯ
 - 3. ลูกค้า** หมายถึง ประเภทที่ 1 ที่อยู่อาศัยและอื่นๆ คือ ศาสนสถาน กิจการสาธารณกุศล ธุรกิจและการค้า
ประเภทที่ 2 ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก ได้แก่ ส่วนราชการ สถานพยาบาล และสถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานศึกษาของรัฐ ธุรกิจและการค้าขนาดเล็ก
ประเภทที่ 3 สถานที่ทำการของรัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม โรงแรมและสถานเริงรมย์ ธุรกิจและการค้าขนาดใหญ่
- รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่จำแนกตามประสบการณ์และความรู้สึกต่อการให้บริการ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้
1. กลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เป็นลูกค้า กปภ. หรือผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต
 2. กลุ่มที่กำลังเป็นลูกค้า กปภ. เป็นกลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนสอบถามข้อมูลสำหรับตัดสินใจใช้น้ำประปา การขอติดตั้งประปา
 3. เป็นกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยติดต่อหรือร้องเรียน กปภ.
 4. กลุ่มลูกค้าที่มีความผูกพันกับ กปภ.
 5. กลุ่มลูกค้าที่ร้องเรียนบ่อย ร้องเรียนรุนแรง และรวมลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่มีข้อร้องเรียนสูง
- 4. คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ** หมายถึง หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบวัตถุดิบ ในการผลิตและจำหน่ายน้ำประปา และเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานผลิตและจำหน่ายน้ำประปา ให้กับ กปภ.
 - 5. คู่ความร่วมมือ** หมายถึง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สถาบันการศึกษา ที่มีความร่วมมือด้านต่าง ๆ ในการดำเนินงานด้านการผลิตและจำหน่ายน้ำประปาของ กปภ. ให้เป็นไปด้วยความราบรื่น รวมถึงให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนทางวิชาการด้านต่าง ๆ แก่ กปภ. ทั้งนี้ยังรวมถึงหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการรับชำระค่าน้ำประปาของ กปภ.
 - 6. พนักงาน** หมายถึง ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างของ กปภ.ทุกระดับ
 - 7. ชุมชนและสังคม** หมายถึง ชุมชน/กลุ่มคนที่อยู่บริเวณพื้นที่ดำเนินงานของ กปภ. และส่งผลกระทบต่อหรือได้รับผลกระทบและส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของ กปภ. เช่น ผู้นำชุมชน กลุ่มชนชั้นนำของชุมชน นักการเมืองท้องถิ่น พระสงฆ์ ครู อาจารย์
 - 8. สื่อมวลชน** หมายถึง กลุ่มบุคคลหรืออาชีพที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ กปภ. เช่น สื่อสังคมออนไลน์ องค์กรสื่อสารมวลชน ผู้มีอิทธิพลทางความคิด นักวิจารณ์ ฯลฯ
 - 9. คู่แข่ง** หมายถึง องค์กรหรือบุคคลที่มีการดำเนินงานธุรกิจประเภทเดียวกันหรือมีพื้นที่บริการเดียวกัน อาจมีผลกระทบต่อโอกาสทางธุรกิจในอนาคตกับ กปภ. เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้า กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 29 ของ 45

แบบประเมินความพึงพอใจ การติดตามข้อมูลป้อนกลับทันที (Feedback) ประจำปี 2569

แบบประเมินความพึงพอใจ การติดตามข้อมูลป้อนกลับทันที (Feedback)

ปรับปรุง

กปภ.สาขา.....กปภ.ช.....
วันที่.....
ชื่อลูกค้า.....หมายเลขโทรศัพท์.....

ผู้รับการประเมิน มิสเตอร์ประปา พนักงาน ผู้รับจ้าง
 ลูกค้ารายเดิม (กรณีร้องเรียน) FEEDBACK A
 ลูกค้ารายใหม่ (กรณีติดตั้งประปาใหม่) FEEDBACK B

ด้านการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
๑. ความสะดวกที่ได้รับจากการบริการครั้งนี้					
๒. ความรวดเร็วที่ได้รับจากการบริการครั้งนี้					
๓. กปภ. ให้บริการครั้งนี้ด้วยความเรียบร้อย ไม่มีปัญหาต่อเนื่อง					
๔. ข้อมูลที่ท่านได้รับจากการบริการครั้งนี้มีความชัดเจนถูกต้อง					
๕. การให้บริการของมิสเตอร์ประปา/พนักงาน					
๕.๑ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่					
๕.๒ กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่					
๕.๓ จิตบริการของเจ้าหน้าที่					
๖. ความพึงพอใจภาพรวมต่อการให้บริการ					
๖.๑ กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน (สำหรับสอบถามลูกค้าที่ร้องเรียน กปภ. : Feedback A)					
๖.๒ กระบวนการขอติดตั้งประปาใหม่ (สำหรับสอบถามลูกค้าที่ติดตั้งประปาใหม่ : Feedback B)					

ข้อเสนอแนะ

.....

คำอธิบายเพิ่มเติม : ลูกค้ารายเดิม (Feedback A) กรณีร้องเรียน

- ความสะดวกที่ได้รับจากการบริการครั้งนี้ คือ ความสะดวกในการแจ้งปัญหาผ่านช่องทางต่างๆ ของ กปภ.
- ความรวดเร็วที่ได้รับจากการบริการครั้งนี้ คือ ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา
- กปภ. ให้บริการครั้งนี้ด้วยความเรียบร้อยไม่มีปัญหาต่อเนื่อง คือ ปัญหาที่ร้องเรียนได้รับการแก้ไขครบถ้วนสมบูรณ์ เจ้าหน้าที่กับงานเรียบร้อย
- ข้อมูลที่ท่านได้รับจากการบริการครั้งนี้มีความชัดเจนถูกต้อง คือ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าตรงตามความเป็นจริง สามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลาที่แจ้ง
- การให้บริการของ มิสเตอร์ประปา/พนักงาน/ผู้รับจ้าง
 - การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเรียบร้อย และสื่อสารด้วยถ้อยคำสุภาพ
 - กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่มีกิริยามารยาทสุภาพ เรียบร้อย และสื่อสารด้วยถ้อยคำสุภาพ
 - จิตบริการของเจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น เฝอใจให้บริการ และติดตามการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า
- ความพึงพอใจในการรวมต่อการให้บริการ
 - กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน คือ ความพึงพอใจในภาพรวมต่อจัดการข้อร้องเรียน ตั้งแต่เริ่มแจ้งปัญหาให้แก่ลูกค้า การติดตามสถานะการร้องเรียน และการปิดงานพร้อมแจ้งผลการดำเนินงานให้แก่ลูกค้าทราบ

คำอธิบายเพิ่มเติม : ลูกค้ารายใหม่ (Feedback B) กรณีติดตั้งประปาใหม่

- ความสะดวกที่ได้รับจากการบริการครั้งนี้ คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งประปาผ่านช่องทางต่างๆ ของ กปภ.
- ความรวดเร็วที่ได้รับจากการบริการครั้งนี้ คือ ความรวดเร็วในการติดตั้งประปาหลังยื่นคำร้อง
- กปภ. ให้บริการครั้งนี้ด้วยความเรียบร้อยไม่มีปัญหาต่อเนื่อง คือ สามารถดำเนินการติดตั้งประปาให้ลูกค้าสามารถใช้งานได้ทันที โดยไม่เกิดปัญหาใดๆเกี่ยวกับปัญหาอื่นภายหลังการติดตั้ง
- ข้อมูลที่ท่านได้รับจากการบริการครั้งนี้มีความชัดเจนถูกต้อง คือ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าตรงตามความเป็นจริง สามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลาที่แจ้ง
- การให้บริการของ มิสเตอร์ประปา/พนักงาน/ผู้รับจ้าง
 - การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
 - กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่มีกิริยามารยาทสุภาพ เรียบร้อย และสื่อสารด้วยถ้อยคำสุภาพ
 - จิตบริการของเจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น เฝอใจให้บริการ และติดตามการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า
- ความพึงพอใจในการรวมต่อการให้บริการ
 - กระบวนการติดตั้งประปาใหม่ คือ ความพึงพอใจในภาพรวมของการขอติดตั้งประปาตั้งแต่เริ่มขอติดตั้งประปา การติดตั้งประปา และการให้บริการของเจ้าหน้าที่



ข้อคำถามในระบบออนไลน์ แบบประเมินความพึงพอใจ Drive Thru

ระดับความพึงพอใจ

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ข้อเสนอแนะ.....

แบบประเมินการรับชำระค่าน้ำนอกสถานที่

ระดับความพึงพอใจ

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ข้อเสนอแนะ.....

แบบสอบถามช่องทางสื่อสารออนไลน์ (Facebook , LINE , E-mail , Website)



FACEBOOK

ขอความร่วมมือตอบแบบประเมินคุณภาพการสื่อสารของ กปภ. เพื่อนำไปปรับปรุงต่อไป

1. ท่านพึงพอใจการใช้ช่องทาง Facebook ในการติดต่อกับ กปภ. ครั้งนี้เพียงใด?

1.1 การตอบกลับรวดเร็วเพียงใด?

มาก พอใช้ได้ น้อย

1.2 กปภ. ได้ตอบกลับมายังท่านภายในระยะเวลานาที่ชั่วโมงวัน

1.3 ข้อมูลข่าวสารใน Facebook มีความถูกต้องและทันสมัยแค่ไหน?

มาก พอใช้ได้ น้อย

1.4 ผู้ตอบ Facebook มีความสุภาพแค่ไหน?

มาก พอใช้ได้ น้อย

2. สิ่งที่ท่านอยากให้ กปภ. ปรับปรุงช่องทาง Facebook มากที่สุด?

ความรวดเร็วในการตอบกลับ

ปริมาณของข้อมูลข่าวสารที่ลงใน Facebook

มากเกินไป น้อยเกินไป

ความถูกต้องและทันสมัยของข้อมูลข่าวสาร

ความสุภาพของผู้ตอบ Facebook

ข้อมูลข่าวสารไม่ตรงกับความต้องการ

ข่าวสารใดที่ท่านต้องการรับทาง Facebook?(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

โครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับท่าน ข่าวการหยุดจ่ายน้ำ กิจกรรมโปรโมชัน

บริการใหม่ๆ ของ กปภ. เกร็ดความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำประปา

อื่นๆ (โปรดระบุ)

3. ข้อเสนอแนะ.....

- ขอขอบคุณที่ให้ข้อมูล เพื่อให้ กปภ. สาขานำไปปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น -



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 32 ของ 45

แบบสอบถามช่องทางสื่อสารออนไลน์ (Facebook , LINE , E-mail , Website)



LINE

ขอความร่วมมือตอบแบบประเมินคุณภาพการสื่อสารของ กปภ. เพื่อนำไปปรับปรุงต่อไป

1. ท่านพึงพอใจการใช้ช่องทาง Line ในการติดต่อกับ กปภ. ครั้งนี้เพียงใด?
 - 1.1 การตอบกลับรวดเร็วเพียงใด?
 มาก พอใช้ได้ น้อย
 - 1.2 กปภ. ได้ตอบกลับมายังท่านภายในระยะเวลานาที่ชั่วโมงวัน
 - 1.3 ข้อมูลที่ส่งทาง Line มีความถูกต้องและทันสมัยเพียงใด?
 มาก พอใช้ได้ น้อย
 - 1.4 ผู้ตอบLine มีความสุภาพแค่ไหน?
 มาก พอใช้ได้ น้อย
2. สิ่งที่ท่านอยากให้ กปภ. ปรับปรุงช่องทางLine มากที่สุด?
 - ความรวดเร็วในการตอบกลับ
 - ปริมาณของข้อมูลที่ส่งในLine
 มากเกินไป น้อยเกินไป
 - ความถูกต้องและทันสมัยของข้อมูลข่าวสาร
 - ความสุภาพของผู้ตอบLine
 - ข้อมูลข่าวสารไม่ตรงกับความต้องการ
 - ข่าวสารใดที่ท่านต้องการรับทาง Line ?(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - โครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับท่าน ข่าวการหยุดจ่ายน้ำ กิจกรรมโปรโมชัน
 - บริการใหม่ๆ ของ กปภ. เกร็ดความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำประปา
 - อื่นๆ (โปรดระบุ)
3. ข้อเสนอแนะ.....

- ขอขอบคุณที่ให้ข้อมูล เพื่อให้ กปภ. สาขานำไปปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น -

แบบสอบถามช่องทางสื่อสารออนไลน์ (Facebook , LINE , E-mail , Website)



EMAIL

ขอความร่วมมือตอบแบบประเมินคุณภาพการสื่อสารของ กปภ. เพื่อนำไปปรับปรุงต่อไป

1. ท่านพึงพอใจการใช้ช่องทาง Email ในการติดต่อกับ กปภ. ครั้งนี้เพียงใด
 - 1.1 การตอบกลับรวดเร็วเพียงใด?
 มาก พอใช้ได้ น้อย
 - 1.2 กปภ. ได้ตอบกลับมายังท่านภายในระยะเวลานาทีชั่วโมงวัน
 - 1.3 การติดต่อกับ กปภ. ทาง Email มีความสะดวกเพียงใด?
 มาก พอใช้ได้ น้อย
 - 1.4 ข้อมูลที่ส่งทาง Email มีความถูกต้องแค่ไหน?
 มาก พอใช้ได้ น้อย
 - 1.5 ผู้ตอบEmail มีความสุภาพแค่ไหน?
 มาก พอใช้ได้ น้อย
2. สิ่งที่ท่านอยากให้ กปภ. ปรับปรุงช่องทางEmail มากที่สุด?
 - ความรวดเร็วในการตอบกลับ
 - ความสะดวกในการติดต่อกับ กปภ. ทาง Email
 - ความถูกต้องของข้อมูลที่ส่ง Email
 - ความสุภาพของผู้ตอบ Email
 - ข่าวสารใดที่ท่านต้องการรับทาง Email? (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - โครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับท่าน ข่าวการหยุดจ่ายน้ำ กิจกรรมโปรโมชั่น
 - บริการใหม่ๆ ของกปภ. เกร็ดความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำประปา
 - อื่นๆ (โปรดระบุ)
3. ข้อเสนอแนะ.....

แบบสอบถามช่องทางสื่อสารออนไลน์ (Facebook , LINE , E-mail , Website)



WEBSITE

ขอความร่วมมือตอบแบบประเมินคุณภาพการสื่อสารของ กปภ. เพื่อนำไปปรับปรุงต่อไป

1. ท่านพึงพอใจการใช้ช่องทาง Website ในการติดต่อกับ กปภ. ครั้งนี้เพียงใด?
 - 1.1 การตอบกลับรวดเร็วเพียงใด?
 มาก พอใช้ได้ น้อย
 - 1.2 กปภ. ได้ตอบกลับมายังท่านภายในระยะเวลานาที่ชั่วโมงวัน
 - 1.3 Website กปภ. มีความสะดวกและเข้าถึงง่ายเพียงใด?
 มาก พอใช้ได้ น้อย
 - 1.4 ข้อมูลข่าวสารใน Website มีความถูกต้องและทันสมัยแค่ไหน?
 มาก พอใช้ได้ น้อย
 - 1.5 ผู้ตอบ Website มีความสุภาพแค่ไหน?
 มาก พอใช้ได้ น้อย
2. สิ่งที่ท่านอยากให้ กปภ. ปรับปรุงช่องทาง Website มากที่สุด?
 - ความรวดเร็วในการตอบกลับ
 - ปริมาณของข้อมูลที่ลงใน Website
 - มากเกินไป น้อยเกินไป
 - ความถูกต้องและทันสมัยของข้อมูลข่าวสารใน Website
 - ความสะดวกและง่ายในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ใน Website
 - ความสุภาพของผู้ตอบ Website
 - ข้อมูลข่าวสารไม่ตรงกับความต้องการ
 - ข่าวสารใดที่ท่านต้องการทาง Website ?(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - โครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับท่าน ข่าวการหยุดจ่ายน้ำ กิจกรรมโปรโมชั่น
 - บริการใหม่ๆ ของ กปภ. เกร็ดความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำประปา
 - อื่นๆ (โปรดระบุ)
3. ข้อเสนอแนะ.....



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 35 ของ 45

แบบสอบถาม Live Chat (Spondchat)



Live Chat / Spond Chat

ขอความร่วมมือตอบแบบประเมินคุณภาพการสื่อสารของ กปภ. เพื่อนำไปปรับปรุงต่อไป

1. ท่านพึงพอใจการใช้ช่องทาง Spond Chat ในการติดต่อกับ กปภ. ครั้งนี้เพียงใด?

1.1 การตอบกลับรวดเร็วเพียงใด?

มาก พอใช้ได้ น้อย

1.2 กปภ. ได้ตอบกลับมายังท่านภายในระยะเวลานาที่ชั่วโมงวัน

1.3 ข้อมูลที่ส่งทาง Spond Chat มีความถูกต้องและตรงกับความต้องการ

มาก พอใช้ได้ น้อย

1.4 ผู้ตอบ Spond Chat มีความสุภาพแค่ไหน?

มาก พอใช้ได้ น้อย

1.5 Spond Chat กปภ. มีความสะดวกเข้าถึงง่ายเพียงใด

มาก พอใช้ได้ น้อย

2. สิ่งที่ท่านอยากให้ กปภ. ปรับปรุงช่องทาง Spond Chat มากที่สุด?

ความรวดเร็วในการตอบกลับ





ความถูกต้องของข้อมูลและตรงกับความต้องการ

ความสุภาพของผู้ตอบ Spond Chat

3. ข้อเสนอแนะ.....


- ขอขอบคุณที่ให้ข้อมูล เพื่อให้ กปภ. สาขานำไปปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น -

แบบสอบถามใน LINE OA@PWAThailand

<  การประปาส่วนภูมิภาค...   

ตอบกลับอัตโนมัติ


เรื่องน้ำประปาไม่ไหล ทีมช่างลงพื้นที่แก้ไขทันที ทำให้น้ำประปาลกลับมาไหลเป็นปกติ โดยลูกค้าได้แสดงความชื่นชมถึงความมุ่งมั่น ตั้งใจ และการบริการที่ยอดเยี่ยมของทีมช่าง แม้จะไม่ทราบชื่อ แต่ก็รู้สึกซาบซึ้งใจและขอขอบคุณที่คอยติดตามดูแลจนปัญหาได้รับการแก้ไขเป็นที่เรียบร้อย




17:00 น.

จ. 15 ก.ย.






09:15 น. เดือน ก.ย. 2568 ค่าน้ำจำนวน 312.44 บาท

09:15 น. 
หน้า 10790152517 เดือน ก.ย. 2568 ค่าน้ำ 312.44 บาท


09:15 น. กรุณาประเมินความพึงพอใจ



ท่านพึงพอใจการให้บริการของกปภ. ผ่านไลน์
ในครั้งนี้น้อยมากน้อยเพียงใด

น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด





แบบสอบถามในแอปพลิเคชัน

PWA Plus Life

ความเห็นของคุณนั้นสำคัญ
กรุณาประเมินความพึงพอใจเพื่อให้ กปภ. นำไปปรับปรุงการให้
บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1. ท่านใช้บริการธุรกรรม กปภ. : ชำระค่าน้ำ บ่อยครั้งแค่ไหน

- มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 1 ครั้ง
 ใช้บ้าง / ไม่ใช้บ้าง นานๆครั้ง
 อื่นๆ (โปรดระบุ)

2. ท่านพึงพอใจการให้บริการของ กปภ. : ชำระค่าน้ำ ในระดับใด

- มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย
 น้อยที่สุด

ข้อเสนอแนะการให้บริการ?

บันทึก





คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 38 ของ 45

แผนพัฒนาการให้บริการลูกค้ำและการตลาด ประจำปี 2570 ของ กปภ. เขต



แผนพัฒนาการให้บริการลูกค้ำและการตลาด ประจำปี ๒๕๗๐ ของ กปภ.เขต.....

กลุ่มลูกค้ำ	วัตถุประสงค์	กิจกรรมดำเนินการ	แนวทางการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	สารสนเทศที่ใช้ในการจัดทำแผน

แผนพัฒนาการให้บริการลูกค้ำและการตลาด ประจำปี 2570 ของ กปภ.สาขา



แผนพัฒนาการให้บริการลูกค้ำและการตลาด ประจำปี ๒๕๗๐ ของ กปภ.สาขา.....*

กลุ่มลูกค้ำ	วัตถุประสงค์	กิจกรรมดำเนินการ	แนวทางการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	สารสนเทศที่ใช้ในการจัดทำแผน

*แบบฟอร์มนี้สาขาจัดทำเพื่อเป็นข้อมูลการดำเนินงานของ กปภ.สาขา โดยไม่ต้องส่งให้ กสส.

แนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาการให้บริการลูกค้าและการตลาดของ กปภ.ประจำปี 2570

วัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาการให้บริการลูกค้าและการตลาด มีดังนี้

1. ยกระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อการให้บริการของ กปภ. และนำไปสู่ความผูกพันภักดี
2. สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าในทุกจุดให้บริการ (Customer Touchpoints)
3. ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อความใกล้ชิดและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
4. เพิ่มลูกค้าใหม่ให้บรรลุเป้าหมายองค์กร
5. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้ กปภ.

กลุ่มลูกค้าที่ต้องมีกิจกรรม/โครงการตามแผนพัฒนาการให้บริการลูกค้าและการตลาด (มีครบทุกกลุ่มลูกค้า)

1. ลูกค้าประเภท 1
2. ลูกค้าประเภท 2
3. ลูกค้าประเภท 3
4. ลูกค้าคาดหวังในอนาคต
5. ลูกค้าคู่แข่ง
6. กลุ่มลูกค้าที่เดินทางมาทำธุรกรรมที่ กปภ.สาขา
7. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (หน่วยงานกำกับดูแล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงภารกิจ คู่ค้า/ผู้ส่งมอบ คู่ความร่วมมือ ชุมชนและสังคม คู่แข่ง สื่อมวลชน และพนักงาน) ทั้งนี้ สามารถดำเนินการกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญตามบริบทของหน่วยงาน

ปัจจัยนำเข้าในการจัดทำแผน มีดังนี้

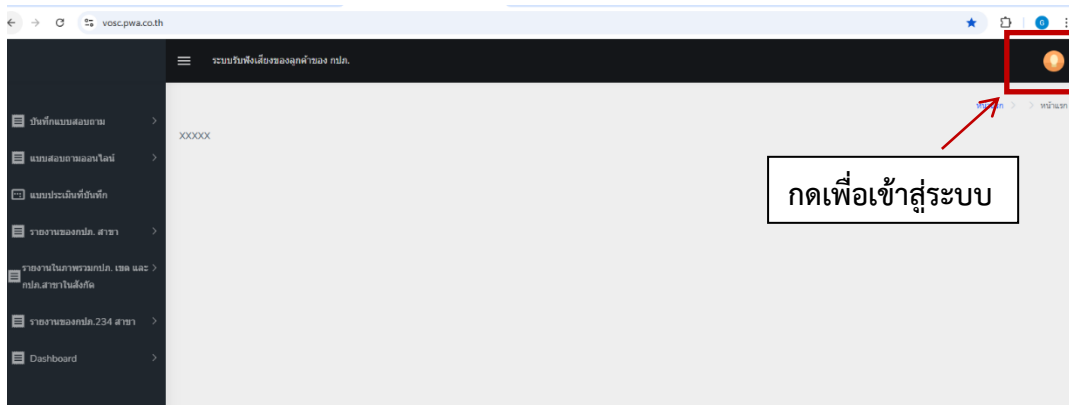
1. สารสนเทศลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แจ้งที่ปรึกษาดำเนินการ
2. สารสนเทศลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ กปภ. 234 สาขาดำเนินการ
3. ความคิดเห็นของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Listening ในระบบ Big Data Analysis : BDA)
4. นโยบายรัฐบาล พันธกิจ วิสัยทัศน์ ค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร
5. ยุทธศาสตร์องค์กร ยุทธศาสตร์ลูกค้าและการตลาด
6. ยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
7. แผนพัฒนาธุรกิจ
8. อื่นๆ ตามความเหมาะสม

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : เป็นเชิงปริมาณที่สามารถวัดได้ เช่น ระดับคะแนนความพึงพอใจ จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวนผู้ใช้บริการ จำนวนลูกค้าเพิ่ม เป็นต้น

ระยะเวลาดำเนินการ : กปภ.เขตจัดทำแผนพัฒนาการให้บริการลูกค้าและการตลาดของ กปภ.ประจำปี 2569 ของ กปภ. เขต และรวบรวมแผนฯ ของ กปภ.สาขาในสังกัดส่ง กลส. ภายในเดือน สิงหาคม 2569

คู่มือการใช้งานใช้งานระบบรับฟังเสียงของลูกค้า <https://vosc.pwa.co.th/>

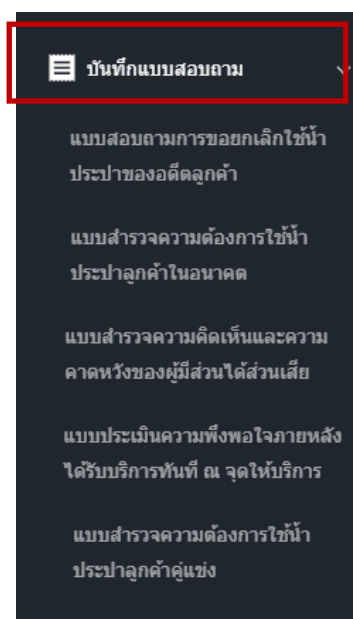
เข้าใช้งานได้ที่ <https://vosc.pwa.co.th/> กด Login เข้าระบบที่วงกลมสีเทาหม่นขวามัน โดยใช้ Username เป็นรหัสพนักงานและรหัสผ่านเดียวกับที่เข้าเว็บไซต์ กปภ.



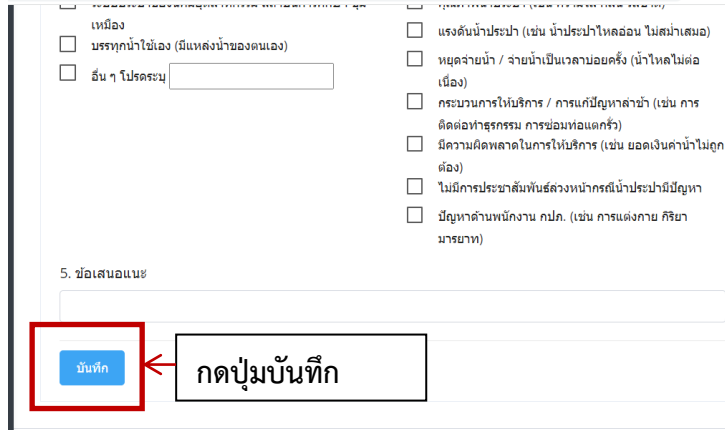
1. การบันทึกแบบสอบถาม

1.1 กดเลือกเมนู “บันทึกแบบสอบถาม” โดยมีแบบสอบถามให้เลือก 5 แบบสอบถาม ได้แก่

1. แบบสอบถามการขอยกเลิกใช้น้ำประปาของอดีตลูกค้า
2. แบบสำรวจความต้องการใช้น้ำประปาลูกค้าในอนาคต
3. แบบสำรวจความต้องการใช้น้ำประปาลูกค้าคู่แข่ง
3. แบบสำรวจความคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
4. แบบประเมินความพึงพอใจภายหลังได้รับบริการทันที ณ จุดให้บริการ



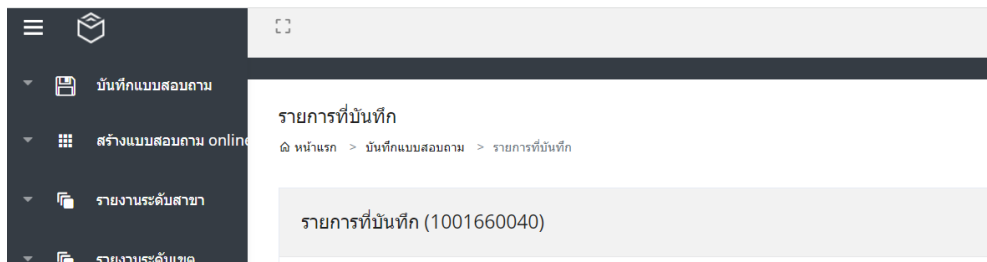
1.2 กดตอบแบบสอบถามจนครบ แล้วกดบันทึก



5. ข้อเสนอแนะ

บันทึก ← กดปุ่มบันทึก

1.3 แบบสอบถามจะถูกจัดเก็บในหัวข้อรายการที่บันทึก



1.4 หากต้องการแก้ไข ให้กดตรงคำว่า “ลบ” และทำการบันทึกแบบสอบถามใหม่อีกครั้ง

แบบสอบถามการขอยกเลิกใช้น้ำประปาของอดีตลูกค้า	โกษม โภยทอง	2568-09-15	-	ลบ
--	-------------	------------	---	-----------



คู่มือรับฟังเสียงของลูกค้ำ กปภ. ปี 2569

ฉบับปรับปรุงปี 2569

หน้า 43 ของ 45

2. การสร้างแบบสอบถาม Online

- 2.1 คลิกที่ สร้างแบบสอบถามออนไลน์
- 2.2 เลือกแบบสอบถามที่ต้องการจะสร้าง
- 2.3 กด สร้างลิงค์แบบสอบถาม

สร้างแบบสอบถาม online แบบสำรวจความต้องการใช้น้ำประปาลูกค้าในขนาด / คู่แข่ง ประจำปี 2568

เดือน* กันยายน

ปีงบประมาณ* 2569

สร้างลิงค์แบบสอบถาม

2.4 ระบบจะแจ้งเตือนการสร้างแบบสอบถาม กดตอบตกลง

2.5 เมื่อกดแล้วจะมี QR Code สามารถให้ผู้ใช้น้ำ scan หรือกดพิมพ์ให้ผู้ใช้น้ำ หรือ กดที่ Copy link เพื่อส่งให้ลูกค้าโดยตรง หาก Link นั้นลูกค้าทำการตอบแบบสอบถามแล้ว Link นั้นจะไม่สามารถใช้งานได้อีก

vos.pwa.co.th/qr.php?q=2&questionnaire_id=1001690002

qr code แบบสอบถาม

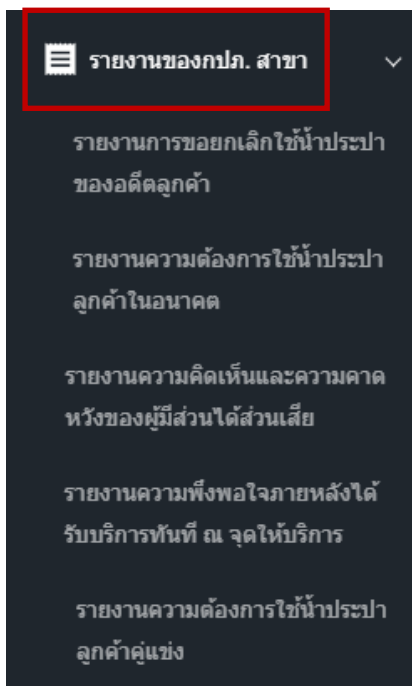


Link To My Website

Copy Link

3. รายงาน

3.1 เลือกรายงานที่ต้องการดู จำนวน 5 รายงาน จำแนกตามจำนวนแบบสอบถามทั้ง 5 แบบ โดย กปภ.สาขาสามารถดาวน์โหลดรายงานระดับสาขา และ กปภ.เขต สามารถดาวน์โหลดรายงานของ กปภ.สาขา ในสังกัดและรายงานระดับเขต



3.2 กดเลือกรายงานที่ต้องการและเลือกช่วงวันที่เริ่มต้น และวันที่สิ้นสุดในการดึงรายงาน กดยืนยัน

สร้างรายงานแบบสอบถามการขอยกเลิกใช้น้ำประปาของอดีตลูกค้ำ

เลือกช่วงวันที่

09/15/2025 - 09/15/2025

09/15/2025 09/15/2025 ยืนยัน ยกเลิก

Sep 2025							Oct 2025						
Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa
31	1	2	3	4	5	6	28	29	30	1	2	3	4
7	8	9	10	11	12	13	5	6	7	8	9	10	11
14	15	16	17	18	19	20	12	13	14	15	16	17	18
21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25
28	29	30	1	2	3	4	26	27	28	29	30	31	1
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8

3.3 กดสร้างรายงาน ระบบจะสร้างเป็น excel file ให้ download อัตโนมัติ



ช่องทางรับฟังของ กปภ.

1. PWA Contact Center 1662
2. โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา/กปภ.เขต
3. พบเจ้าหน้าที่
4. Website กปภ. (www.pwa.co.th)
5. E-mail (pr@pwa.co.th)
6. Facebook
7. LINE
8. หนังสือ / จดหมาย

เพื่อความสะดวกของลูกค้า

กปภ. มีช่องทางรับฟังที่เชื่อมต่อกับหน่วยงานอื่นเพิ่มเติม

- สื่อมวลชน
- ศูนย์บริการรับเรื่องร้องเรียนภาครัฐ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (GCC1111)
- ศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)
- แพลตฟอร์มบริหารจัดการปัญหาเมือง (Traffy Fondue)





วิสัยทัศน์ กปภ.

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