



มาตรฐานการปฏิบัติงานการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (การปฏิบัติหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ นักบริหารงานทั่วไป และผู้มีอำนาจอนุมัติ ด้านการให้บริการลูกค้า)

1. ความจำเป็น/ความสำคัญ

การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) มีภารกิจสำรวจ จัดหา แหล่งน้ำดิบและจัดให้ได้น้ำซึ่งน้ำดิบเพื่อผลิต จัดส่ง และจำหน่ายน้ำประปาให้แก่ลูกค้าในพื้นที่บริการ 74 จังหวัดทั่วประเทศ ไม่รวมกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ ตลอดจนดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่องกับธุรกิจการประปา เพื่อให้บรรลุ วิสัยทัศน์ของ กปภ. “ผู้ใช้น้ำประทับใจในคุณภาพและบริการที่เป็นเลิศ” (Customers are delighted with water quality and excellent services) โดยกำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อขับเคลื่อน กปภ. ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สำหรับมาตรฐานการปฏิบัติงานฉบับนี้ จะเน้นไปที่การให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเชื่อมโยงให้ลูกค้าเกิดเป็น ความผูกพันกับกปภ. ทั้งนี้ กระบวนการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีการดำเนินงานตาม มาตรฐานลูกค้าสัมพันธ์ หรือ I CARE Model ประกอบด้วย 5 กระบวนการที่ กปภ. ดำเนินการอย่างเป็นระบบ ทุกรอบปี ดังนี้

กระบวนการที่ 1 การบูรณาการนำเสียงของลูกค้าไปใช้ (Integration)

กระบวนการที่ 2 การติดต่อสื่อสารรับฟังลูกค้า (Communication)

กระบวนการที่ 3 การวิเคราะห์เสียงของลูกค้า (Analysis)

กระบวนการที่ 4 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Relation)

กระบวนการที่ 5 การประเมินผลการบริการและลูกค้าสัมพันธ์ (Evaluation)

โดยการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน ทั้ง 5 กระบวนการ เพื่อให้ทุกหน่วยงานและผู้ปฏิบัติงานที่ เกี่ยวข้องนำแนวทางไปปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งสามารถใช้เป็นแนวทางตรวจสอบ สอดทานความถูกต้องในมิติของการปฏิบัติงานด้วย

2. วัตถุประสงค์

1. ถ่ายทอดแนวทางกระบวนการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของ กปภ. ให้แก่ หน่วยงานและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน
2. เพื่อให้ กปภ. มีสารสนเทศลูกค้าที่สมบูรณ์และเพียงพอในการนำไปวางแผนยุทธศาสตร์องค์กร แผนปฏิบัติการประจำปี แผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ของ กปภ.เขต และแผนงานอื่นๆ ตลอดจน ปรับปรุงทุกรอบงานที่เกี่ยวข้อง
3. เพื่อให้ กปภ. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าต่อเนื่องและพัฒนาเป็นความผูกพันภาคีต่อ กปภ.

3. ผู้รับผิดชอบดำเนินการ

การให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นกระบวนการที่มีคณะกรรมการและหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลาง (สำนักงานใหญ่) และส่วนภูมิภาครับผิดชอบดำเนินการ เช่น

- (1) งานการตลาดและแผนลูกค้าสัมพันธ์ กองลูกค้าสัมพันธ์ สังกัดสำนักงานใหญ่
- (2) งานสารสนเทศลูกค้า กองลูกค้าสัมพันธ์ สังกัดสำนักงานใหญ่
- (3) งานสื่อสารภาพลักษณ์ กองสื่อสารองค์กร สังกัดสำนักงานใหญ่
- (4) งานสื่อสารภายใน กองสื่อสารองค์กร สังกัดสำนักงานใหญ่
- (5) งานลูกค้าสัมพันธ์ กองระบบจำหน่าย สังกัดส่วนภูมิภาค
- (6) งานลูกค้าสัมพันธ์ของ กปภ.สาขา (ชั้นพิเศษ) สังกัดส่วนภูมิภาค
- (7) งานอำนวยการ กปภ.สาขา สังกัดส่วนภูมิภาค

4. ขอบเขตกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

เป็นกระบวนการทำงานที่ดำเนินการโดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เริ่มต้นตั้งแต่การรับฟังเสียงของลูกค้า คือความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และข้อคิดเห็นต่างๆ เพื่อวิเคราะห์เป็น สารสนเทศลูกค้าและนำไปปรับปรุง / พัฒนาการบริการให้ตอบสนองเหนือความคาดหวังของลูกค้าและบรรลุ เป้าหมายขององค์กร ตามวิสัยทัศน์ “ผู้ใช้น้ำประทับใจในคุณภาพและบริการที่เป็นเลิศ” ซึ่ง กปภ. มุ่งหวังให้ ลูกค้าพึงพอใจจากการให้บริการและยกระดับสู่ความผูกพันภาคี โดยคำนึงถึงการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีในการ รับรู้ของลูกค้าทั้งด้านความมุ่งมั่นของ กปภ. ในการพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง และการยกระดับคุณภาพ ชีวิตของประชาชนผ่านกิจกรรม CSR โดยมีค่านิยมองค์กร “มุ่ง - มั่น - เพื่อปวงชน” เป็นหลักสำคัญในการ ปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่ง กปภ. ได้สื่อสารภายในกับพนักงานและลูกจ้างอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งมอบบริการที่ดี ให้กับลูกค้าและประชาชน

5. กระบวนการทำงานที่สำคัญ ประกอบด้วย 6 กระบวนการย่อย ดังนี้

5.1 กระบวนการย่อยที่ 1 กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นกระบวนการในการรับฟังความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเป็นประจำ เพื่อให้ได้สารสนเทศไปวางแผนงานทั้งระดับยุทธศาสตร์และระดับปฏิบัติการ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าแต่ละประเภท โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ระยะเวลา รายละเอียดงาน ผู้รับผิดชอบ และเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เดือนกันยายน สสล. (กลส.) นำปัจจัยนำเข้าคือสารสนเทศเสียงของลูกค้าต่อช่องทางรับฟัง แผนยุทธศาสตร์องค์กร เทคโนโลยีบนเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเพื่อนำมาจัดทำแผนงานรับฟังเสียงลูกค้า

ขั้นตอนที่ 2 เดือนกันยายน คณะกรรมการบริหารจัดการสารสนเทศเสียงของลูกค้า (คบส.) พิจารณา แผนงานรับฟังเสียงลูกค้า และเสนอ ผวจ. เท็นชوب

ขั้นตอนที่ 3 เดือนตุลาคม สสล. (กลส.) สื่อสารและถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติโดยจัดทำแนวทางปฏิบัติงานตามมาตรฐานลูกค้าสัมพันธ์ประจำปีหารับผู้ปฏิบัติงานและจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้ปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความเข้าใจในแนวทางการรับฟังลูกค้าและให้ได้สารสนเทศที่ถูกต้องครบถ้วน

ขั้นตอนที่ 4 ตลอดทั้งปี กปภ.สาขา ดำเนินการรับฟังความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าจากช่องทางรับฟังลูกค้าของ กปภ. เป็นประจำ

ขั้นตอนที่ 5 เดือนสิงหาคม กปภ.เขต รวบรวมข้อมูลเสียงของลูกค้าจากทุกช่องทางของ กปภ. มาวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางสถิติที่เป็นตัวแทนของประชากรและถูกต้องแม่นยำ

ขั้นตอนที่ 6 เดือนสิงหาคม กปภ.เขต และกปภ.สาขา นำสารสนเทศลูกค้าไปจัดทำแผนปรับปรุง บริการและลูกค้าสัมพันธ์ประจำปีระดับเขต ระดับสาขา และแผนงานการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าในเชิงสื่อสารการตลาด

ขั้นตอนที่ 7 เดือนสิงหาคม ผอ.กปภ.เขต พิจารณาและเห็นชอบแผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ หากไม่เห็นชอบให้ทบทวนในขั้นตอนจัดทำแผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ประจำปี

ขั้นตอนที่ 8 ตลอดทั้งปี กปภ.สาขา ดำเนินการตามแผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 9 เดือนสิงหาคม สสล. (กลส.) รวบรวมผลการดำเนินงานตามแผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 10 เดือนกันยายน สสล. (กลส.) ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยใช้ปัจจัยนำเข้าคือตัวชี้วัดผลลัพธ์และตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน

ผังแสดงกระบวนการย่อที่ 1 กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน/Control Point (CP)	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
<pre> graph TD Start((เริ่มต้น)) --> Step1[ดำเนินการรับฟังความต้องการและทำความคาดหวังของลูกค้า] Step1 --> Decision1{พิจารณาและเห็นชอบ} Decision1 -- No --> Step2[ติดตามความพึงพอใจลูกค้า] Decision1 -- Yes --> Step3[ดำเนินการรับฟังความต้องการและทำความคาดหวังของลูกค้าจากทางลูกค้า] Step3 --> Step4[ดำเนินการรับฟังความต้องการและทำความคาดหวังของลูกค้าจากทางลูกค้า] Step4 --> Step5[จัดทำสารสนเทศ เสียงของลูกค้า] Step5 --> Subprocess[<ul style="list-style-type: none"> - จัดทำแผนปั้นปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ระดับเขต - จัดทำแผนปั้นปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ระดับสาขา - จัดทำแผนงานการบริหาร ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับลูกค้าในเชิง ศึกษาและคาด] Subprocess --> Decision2{พิจารณาและเห็นชอบแผนฯ หากไม่เห็นชอบให้หอบวน ในขั้นตอนจัดทำแผนฯ} Decision2 -- No --> Step6[ดำเนินการตาม แผนปรับปรุง] Decision2 -- Yes --> Step7[ดำเนินการตามแผนฯ] Step7 --> Step8[รวบรวมผลการ ดำเนินงานตาม แผนปรับปรุง] Step8 --> End((จบ)) </pre>	เดือน กันยายน	นำป้ายบันทึกคือการสอบถามเสียงของลูกค้าต่อจากห้องรับฟัง แผนบุคลากรที่รับฟังเสียงลูกค้า ให้ป้ายบันทึกคือการตอบรับเวลา CP : ให้ป้ายบันทึกคือการตอบรับเวลา	ssl. (กลศ.)	แผนงานรับฟังเสียง ของลูกค้า
	เดือน กันยายน - ตุลาคม	พิจารณาและเห็นชอบแผนงานรับฟังเสียงลูกค้า หากไม่เห็นชอบให้หอบวนในขั้นตอนจัดทำแผนงานรับฟังเสียงลูกค้า	คบส. ผวก.	
	เดือน ตุลาคม	สื่อสารและถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติโดยจัดทำแนวทางปฏิบัติงานตามมาตรฐานลูกค้าสัมพันธ์ประจำสำนักงาน ผู้ปฏิบัติงานและจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้ปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความเข้าใจในแนวทางการรับฟังลูกค้าและให้ได้ทราบสนับสนุนที่ถูกต้องครบถ้วน (CP)	ssl. (กลศ.)	
	ตลอดปี	ดำเนินการรับฟังความต้องการและทำความคาดหวังของลูกค้าจากช่องทางรับฟังลูกค้าของ กปภ.เป็นประจำ CP : เปิดช่องทางรับฟังให้ครอบคลุมช่องทาง	กปภ.สาขา	
	เดือน สิงหาคม	รวบรวมข้อมูลเสียงของลูกค้าจากทุกช่องทางของ กปภ. นawi เคราะห์จัดลำดับความสำคัญโดยใช้รูปแบบ วิธีวิจัยทางสถิติที่เป็นตัวแทนของประชากรและ ลูกค้าทั้งหมด (CP)	กปภ.เขต	สรุปผลสารสนเทศ เสียงของลูกค้า
	เดือน สิงหาคม	นำสารสนเทศลูกค้าไปจัดทำแผนปั้นปรุงบริการและลูกค้า สัมพันธ์ประจำประจำเขต ระดับสาขา และแผนงานการ บริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวกับลูกค้าในเชิงสื่อสารการตลาดให้ สอดคล้องกับวัสดุประสิทธิภาพที่ใช้ในการบริการลูกค้า เพื่อให้ กปภ.สาขานำไปปฏิบัติ CP : นำเสียงของลูกค้าทุกประเภทและทุกช่องทางมา จัดทำแผนฯ และกำหนดค่าไว้ดังประสมต่อไป	กปภ.เขต	<ul style="list-style-type: none"> - แผนปรับปรุง บริการและลูกค้า สัมพันธ์ระดับเขต - แผนปรับปรุง บริการและลูกค้า สัมพันธ์ระดับสาขา - แผนงานการบริหาร ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับ ลูกค้าในเชิงสื่อสาร การตลาด
	เดือน สิงหาคม	พิจารณาและเห็นชอบแผนฯ หากไม่เห็นชอบให้หอบวน ในขั้นตอนจัดทำแผนฯ	ผอ.กปภ.เขต	
	ตลอดปี	ดำเนินการตามแผนฯ CP : ติดตามผลการดำเนินการตามแผนฯ	กปภ.สาขา ssl. (กลศ.)	
	เดือน สิงหาคม	รวบรวมผลการดำเนินงานตามแผนฯ CP : ดำเนินการตามกำหนดเวลา	ssl. (กลศ.)	รายงานผล การดำเนินงาน ตามแผนปรับปรุง บริการและลูกค้า สัมพันธ์
	เดือน กันยายน	ติดตามประเมินปรับปรุงศักยภาพกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า โดยใช้ป้ายบันทึกคือตัวชี้วัดผลลัพธ์และ ตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน (CP)	ssl. (กลศ.)	

5.2 กระบวนการย่อยที่ 2 กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน เป็นกระบวนการในการจัดการข้อร้องเรียนจากทุกช่องทางของ กปภ. ได้รับการแก้ไขอย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิผลเพื่อเรียกความเชื่อมั่นของลูกค้ากลับคืนมา โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ระยะเวลา รายละเอียดงาน ผู้รับผิดชอบ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทุกวัน สสล. และ กปภ.สาขา รับเรื่องร้องเรียน / ตรวจสอบ/ค้นหาข้อมูล (กรณีข้อมูลไม่เพียงพอติดต่อผู้ร้อง/ผู้เกี่ยวข้อง) สำรวจการจำแนกประเภทเรื่องร้องเรียนให้แบ่งเป็น (1) ข้อสอบถามทั่วไป (แจ้งเหตุ/ข้อมูล/ข้อเสนอแนะ/ชมเชย) (2) ข้อร้องเรียน หากเป็นข้อสอบถามทั่วไปสามารถแจ้งผู้ร้องและปิดงานทันที

ขั้นตอนที่ 2 ทุกวัน สสล. และ กปภ.สาขา บันทึกจำนวนนับและกำหนดเวลา SLA (เวลาเริ่มต้นถึงเวลาสิ้นสุด)

ขั้นตอนที่ 3 ทุกวัน กลศ. ติดตามผลการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จภายใน SLA ที่กำหนด หากการจัดการข้อร้องเรียนไม่เป็นไปตาม SLA จะติดตาม ผจก.กปภ.สาขา ผอ.กปภ.เขต และรองผู้ว่าการภาคตามลำดับ

ขั้นตอนที่ 4 ทุกวัน กลศ. แจ้งลูกค้าทันทีที่ได้รับแจ้งจาก กปภ.สาขา ว่าดำเนินการแล้วเสร็จ

ขั้นตอนที่ 5 ทุกวัน กลศ. โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการแก้ปัญหาร้องเรียนทุกราย เพื่อเป็นข้อมูลป้อนกลับนำไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของ กปภ.สาขา ให้ทันท่วงที

ขั้นตอนที่ 6 ทุกวัน สสล. และ กปภ.สาขา บันทึกข้อมูลข้อร้องเรียนในระบบ OIS เพื่อรายงานผลการแก้ไขปัญหา

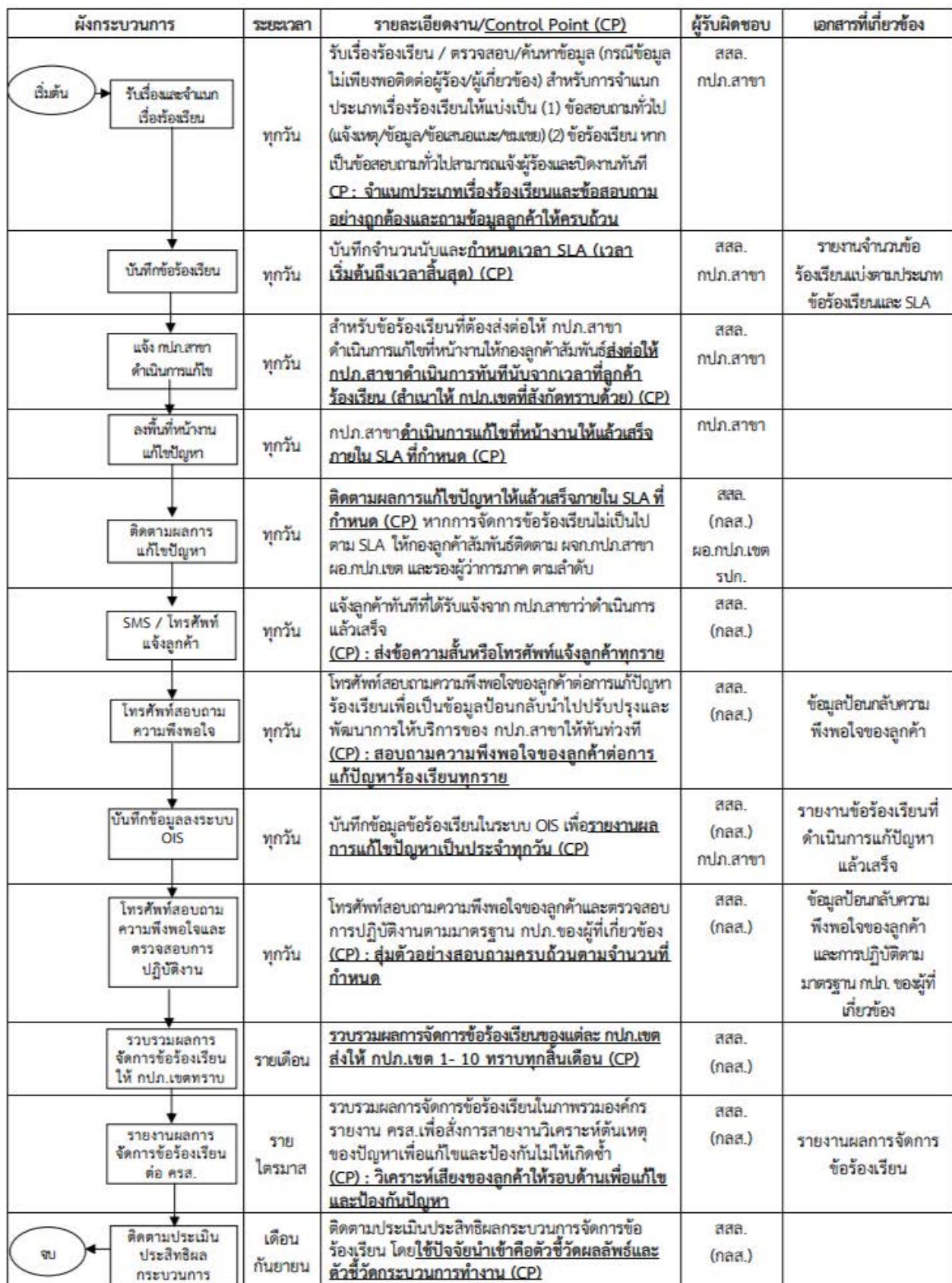
ขั้นตอนที่ 7 ทุกวัน กลศ. โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าและตรวจสอบการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน กปภ. ของผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยสุมตัวอย่างสอบถามให้ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด

ขั้นตอนที่ 8 ทุกวัน กลศ. รวบรวมผลการจัดการข้อร้องเรียนของแต่ละ กปภ.เขต ส่งให้ กปภ.เขต 1- 10 ทราบ

ขั้นตอนที่ 9 ทุกไตรมาส กลศ. รวบรวมผลการจัดการข้อร้องเรียนในภาพรวมองค์กรรายงาน ครส. เพื่อสั่งการสายงานวิเคราะห์ต้นเหตุของปัญหาเพื่อแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ

ขั้นตอนที่ 10 ทุกเดือนกันยายน กลศ. ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน โดยใช้ปัจจัยนำเข้าคือตัวชี้วัดผลลัพธ์และตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน

ผังแสดงกระบวนการย่ออย่างที่ 2 กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน



5.3 กระบวนการย่อยที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อปกป้องภาพลักษณ์ กปภ. ในภาวะวิกฤติ

กระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อปกป้องภาพลักษณ์ กปภ. ในภาวะวิกฤติ เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เกิดสถานการณ์ไม่ปกติซึ่งส่งผลกระทบต่อลูกค้าและประชาชน โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานระยะเวลา รายละเอียดงาน ผู้รับผิดชอบ และเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กปภ.สาขา รับทราบเหตุที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์

ขั้นตอนที่ 2 กปภ.สาขา ลงพื้นที่หน้างานเพื่อตรวจสอบสาเหตุของปัญหาและกำหนดแนวทางแก้ปัญหา

ขั้นตอนที่ 3

1) กปภ.สาขา แจ้งสถานการณ์และสาเหตุโดยเร่งด่วนให้หน่วยงาน ดังนี้

1.1 หน่วยงานราชการและ อปท.ในพื้นที่พร้อมแนวทางแก้ไข

1.2 ทำความเข้าใจเบื้องต้นกับสื่อมวลชนท้องถิ่น

1.3 แจ้ง Contact Center 1662

1.4 รายงาน ผอ.กปภ.เขต

2) ดำเนินการแก้ปัญหาลูกค้าให้แล้วเสร็จตามหลักลูกค้าสัมพันธ์

3) รายงานผลภายหลังแก้ปัญหาแล้วเสร็จให้หน่วยงานตามข้อ 1.1 - 1.4 ทราบ

ขั้นตอนที่ 4 กปภ.เขต แจ้งการดำเนินการแก้ปัญหาใน Line : War Room และรายงานให้ รปภ.ทราบ

ขั้นตอนที่ 5 รปภ. รายงานให้ ผวจ. ทราบ

ขั้นตอนที่ 6 สสล. ประเมินข้อมูลที่ได้รับแจ้งใน War Room เพื่อแจ้งหน่วยงานในสังกัด (กสอ. และ กลส.) ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 7

1) กลส. ดำเนินการด้านลูกค้าและใช้หลักการมวลชนสัมพันธ์ เช่น ลงพื้นที่ในการณ์มีลูกค้าประจำท้อง

2) กสอ. ดำเนินการบริหารงานข่าวและสื่อมวลชนโดย

2.1 ใช้เครื่องมือสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC) เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ การແลงข่าว โฆษณา

2.2 ทำความเข้าใจกับสื่อมวลชนส่วนกลาง

2.3 เผยแพร่ข่าวให้แก่สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มไลน์ ผู้จัดการ กลุ่มไลน์ War Room (ผ่าน สสล.)

ขั้นตอนที่ 8 กสอ. ติดตามข้อมูลป้อนกลับจากสื่อมวลชนและแจ้งผู้เกี่ยวข้อง

ผังแสดงกระบวนการย่อที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อปกป้องภาพลักษณ์ กปภ. ในภาวะวิกฤติ

ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน/ Control Point (CP)	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่ ที่ใช้ข้อมูล
<pre> graph TD A([เริ่มต้น]) --> B[รับทราบเหตุและประเมินผลกระทบ] B --> C[ลงทันทีหน้างาน] C --> D[แจ้งหน่วยงานราชการ และ อปท.ในทันที] D --> E[ทักความเข้าใจกับ สื่อมวลชนท่องถิ่น] E --> F[แจ้ง Contact Center] F --> G[แก้ปัญหาจนแล้วเสร็จ] G --> H[รายงาน ผลกากปภ.เขต] H --> I[แจ้งในไลน์ห้อง War Room] I --> J[รายงาน รปภ.] J --> K[รายงาน พวภ.] K --> L[ประเมินข้อมูลจาก War Room เพื่อแจ้งหน่วยงานในสังกัด] L --> M[ดำเนินการด้านอุบัติเหตุโดยใช้หลักมวลชนสัมพันธ์] M --> N[ดำเนินการบริหารช่าว และสื่อมวลชน] N --> O[ใช้ IMC ให้เหมาะสมกับ สถานการณ์] O --> P[ทักความเข้าใจกับ สื่อมวลชนส่วนกลาง] P --> Q[เผยแพร่ช่าวทางสื่อมวลชน และสื่อสังคมออนไลน์] Q --> R[ติดตามข้อมูลป้อนกลับ] R --> S([จบ]) </pre>		รับทราบเหตุที่ได้ผลกระทบอย่างลักษณ์ CP : เปิดภาคช่องทางรับฟังเพื่อทราบเหตุการณ์อย่างทันท่วงที	กปภ.สาขา	
		ลงทันทีหน้างานเพื่อตรวจสอบสาเหตุของปัญหาและกำหนดแนวทางแก้ปัญหา CP : ดำเนินการอย่างรวดเร็วรวมถึงวิเคราะห์เหตุและแนวทางแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ	กปภ.สาขา	
	ภายใน 24 ชม.	<ol style="list-style-type: none"> แจ้งส่วนราชการและสາหे�ดูโดยเร่งด่วนให้หน่วยงานดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> หน่วยงานราชการและ อปท. ในที่ที่พร้อมแนะนำแก้ไข ทักความเข้าใจเบื้องต้นกับ สื่อมวลชนท่องถิ่น แจ้ง Contact Center 1662 รายงาน ผลกากปภ.เขต ดำเนินการแก้ปัญหาอุบัติเหตุให้แล้วเสร็จตามหลักค่ามาตรฐาน รายงานผลภายหลังแก้ปัญหาแล้วเสร็จให้หน่วยงานดังนี้ 1.1 – 1.4 ทราบ CP : ดำเนินการให้ครุ่นคิดก่อนมีคำสั่ง หรือมีตัวชี้วัดที่ใช้ในการตัดสินใจ	กปภ.สาขา	
		<ol style="list-style-type: none"> แจ้งการดำเนินการแก้ปัญหาใน Line : War Room รายงานให้ รปภ.ทราบ CP : ดำเนินการให้รวดเร็วทันการณ์	กปภ.เขต	
		รายงานให้ ผอภ. ทราบ CP : ดำเนินการให้รวดเร็วทันการณ์	รปภ.	
		ประเมินข้อมูลที่ได้รับแจ้งใน War Room เพื่อแจ้งหน่วยงานในสังกัด (กสอ. และ กอส.) ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง CP : ดำเนินการให้รวดเร็วทันการณ์	สสอ.	
		<ol style="list-style-type: none"> ดำเนินการด้านอุบัติเหตุและใช้หลักมวลชนสัมพันธ์ เช่น ลงทันทีในกรณีอุบัติเหตุ ดำเนินการบริหารงานช่าวและสื่อมวลชน <ol style="list-style-type: none"> ใช้เครื่องมือสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC) เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น ช่าวประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่อง่าฯ โฆษณา ทักความเข้าใจกับสื่อมวลชน ส่วนกลาง เผยแพร่อง่าฯ ให้แก่สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มไลน์ ผู้จัดการ กลุ่มไลน์ War Room (ผ่าน สสอ.) CP : ดำเนินการให้ครุ่นคิดก่อนมีคำสั่ง หรือมีตัวชี้วัดที่ใช้ในการตัดสินใจ	กสอ. กอส.	
		ติดตามข้อมูลป้อนกลับ	กสอ.	

5.4 กระบวนการย่อยที่ 4 กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการ CSR ของ กปภ.

กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการ CSR ของ กปภ. เป็นกระบวนการที่ กปภ. จัดทำขึ้นทุกปี ให้สอดรับกับแผนงานระยะยาวความรับผิดชอบต่อสังคมของ กปภ. เพื่อให้ทุกสายงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติ โดยการขับเคลื่อนงาน CSR จะมุ่งเน้นใน 3 ด้าน คือ ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม และด้านการใส่ใจผู้บริโภค โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ระยะเวลา รายละเอียดงาน ผู้รับผิดชอบ และเอกสาร ที่เกี่ยวข้องดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ก่อนเริ่มปีงบประมาณใหม่ กลส. จัดทำร่างแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี โดยมีปัจจัยนำเข้าคือแผนยุทธศาสตร์องค์กรและแผนระยะยาว CSR ของ กปภ. (5 ปี)

ขั้นตอนที่ 2 คณะกรรมการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของ กปภ. (คบร.) เห็นชอบในหลักการร่างแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี โดยมีขั้นตอนย่อๆ คือ

1) พิจารณางานเงินงบประมาณ โดย ฝ่าว.

2) สนับสนุนกิจกรรมและพื้นที่ดำเนินการ โดย กปภ.เขต 1-10 และ ฝวค.

ขั้นตอนที่ 3 คบร. เห็นชอบแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี และนำเสนอคณะกรรมการ CG & CSR พิจารณา

ขั้นตอนที่ 4 คณะกรรมการ CG & CSR เห็นชอบแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปีและนำเสนอคณะกรรมการ กปภ. เพื่อทราบ

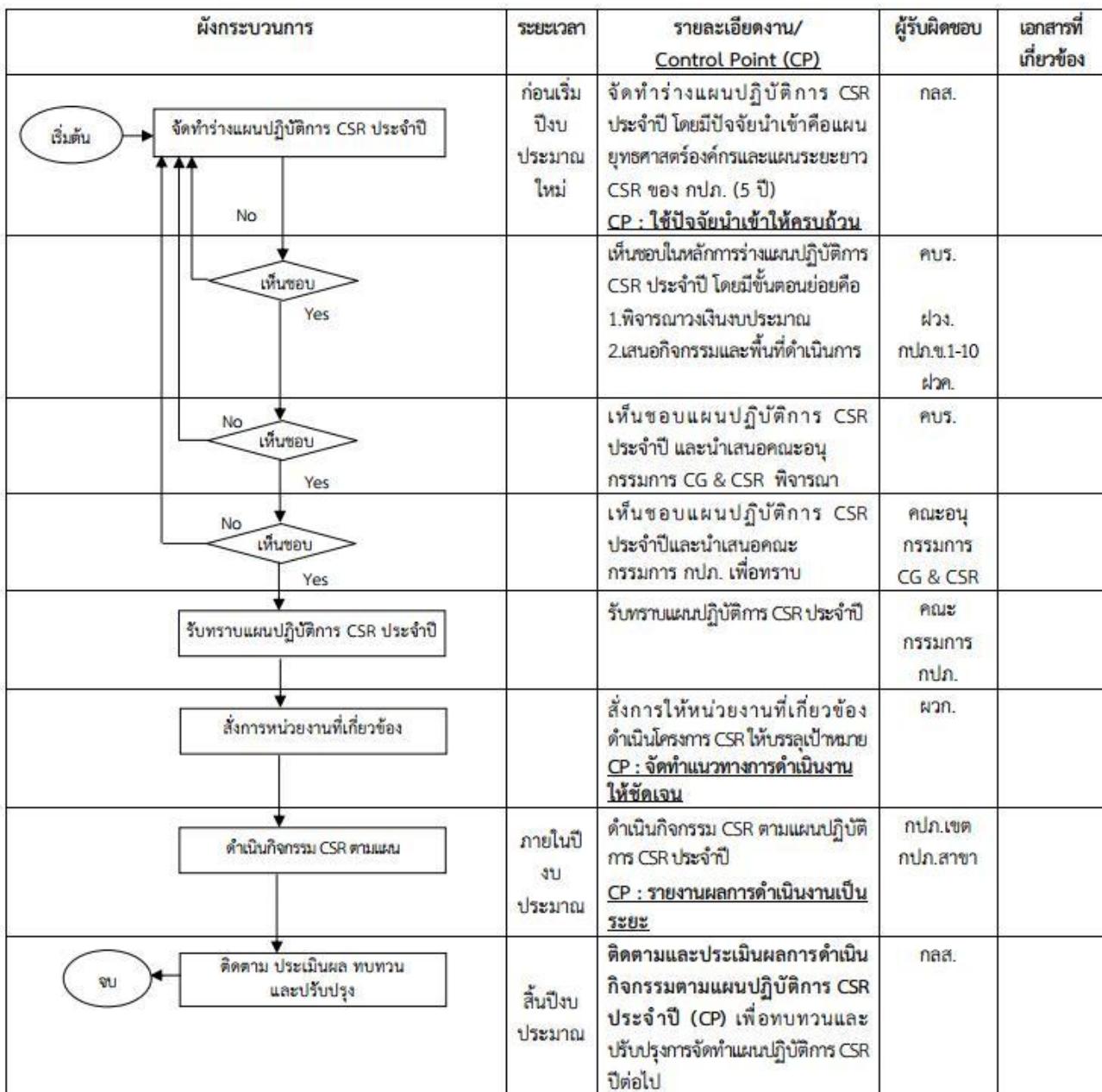
ขั้นตอนที่ 5 คณะกรรมการ กปภ. รับทราบแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี

ขั้นตอนที่ 6 ผวภ. สั่งการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินโครงการ CSR ให้บรรลุเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 7 ตลอดทั้งปีงบประมาณ กปภ.เขต และ กปภ.สาขา ดำเนินกิจกรรม CSR ตามแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี

ขั้นตอนที่ 8 สิ้นปีงบประมาณ กลส. ติดตามและประเมินผลการดำเนินกิจกรรมตามแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี เพื่อทบทวนและปรับปรุงการจัดทำแผนปฏิบัติการ CSR ปีต่อไป

ผังแสดงกระบวนการย่อที่ 4 กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการ CSR ของ กปภ.



5.5 กระบวนการย่อยที่ 5 กระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กร

กระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กร เป็นกระบวนการกระจายข้อมูลข่าวสาร ให้ ข้อมูลที่ถูกต้อง สร้างความเข้าใจกับบุคคลหรือองค์กรภายนอก โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่ ลูกค้าผู้ใช้น้ำ ของ กปภ. และกลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ประชาชนทั่วไปหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ กปภ. ตลอดจนสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร อย่างไรก็ตาม การสื่อสารภายนอกเป็นการติดต่อสื่อสารกับมวลชนกลุ่มใหญ่กีบบทั่งประเทศ ดังนั้น การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (Mass Communication) จึงเป็นช่องทางในการสื่อสารภายนอกที่มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด เนื่องจากมีความรวดเร็วและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บิลบอร์ด เป็นต้น ควบคู่ไปกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ปัจจุบัน กปภ. ได้นำสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและความ เคลื่อนไหวขององค์กรเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีรูปแบบวิธีชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ระยะเวลา รายละเอียดงาน ผู้รับผิดชอบ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เดือนมิถุนายน กสอ.ใช้ปัจจัยนำเข้าคือ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรในด้านข่าวสารจาก สื่อมวลชนสายหลักและสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลกระทบต่อ กปภ. ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ แผนยุทธศาสตร์ องค์กร นโยบาย ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา และทิศทางการดำเนินงานของ กปภ. ในอนาคต เพื่อนำมาจัดทำ แผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) และนำเสนอให้ สสส. พชล. และ/หรือ ผวจ. พิจารณาเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 2 เดือนกรกฎาคม กสอ. เสนอแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ให้ สสส. พชล. และ ผวจ. พิจารณาเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 3 เดือนสิงหาคม กสอ. นำแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ที่ได้รับ ความเห็นชอบจาก ผวจ. มาใช้จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ประจำปีถัดไป และนำเสนอให้ สสส. พชล. และ ผวจ. พิจารณาเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 4 เดือนสิงหาคม กสอ. กำหนดเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ในปีงบประมาณถัดไป ทั้ง แบบที่ใช้งบประมาณและไม่ใช้งบประมาณ

ขั้นตอนที่ 5 เดือนสิงหาคม กสอ. จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี เพื่อเสนอของบประมาณทำการของ ปีงบประมาณถัดไป

ขั้นตอนที่ 6 ตลอดปีงบประมาณ กสอ. ดำเนินการด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตามแผนประชาสัมพันธ์ โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของ กปภ. ในด้านต่างๆ เพื่อให้ กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบความเคลื่อนไหวผ่านทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องประกอบด้วย การจัดทำข่าว ประชาสัมพันธ์ภายนอก โฆษณาหนังสือพิมพ์ สปอตโทรทัศน์/วิทยุ ผ่านทางหนังสือพิมพ์ อินเตอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) แอพพลิเคชัน “G-News” (ข่าวสารภาครัฐ) รายงานประจำปี เสียงตามสาย สปอต โฆษณาตู้เอทีเอ็ม ข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์สื่อมวลชนของผู้ว่าการ กปภ. และ บิลบอร์ด

ขั้นตอนที่ 7 ตลอดปีงบประมาณ กสอ. ติดตามการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาให้ เป็นไปตามที่วางแผนไว้ทั้งในส่วนที่ผ่านกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและส่วนที่เผยแพร่โดยไม่มีคิดค่าใช้จ่าย (ข่าวเจก ประชาสัมพันธ์) และนำเสนอ สสส. พชล. และ/หรือ ผวจ. พิจารณาเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 8 ตลอดปีงบประมาณ กสอ. รวบรวมผลสัมฤทธิ์และรายงานผลการดำเนินงานด้าน ประชาสัมพันธ์ให้รายงาน ผู้ว่าการ และกระทรวงมหาดไทย จำนวน 17 ฉบับ

ขั้นตอนที่ 9 เดือนสิงหาคม กสอ. ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสาร ภายนอกองค์กรเพื่อทบทวนแผนประจำปี โดยใช้ปัจจัยนำเข้าคือตัวชี้วัดผลลัพธ์และตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน

ผังแสดงกระบวนการย่อที่ 5 กระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กร

ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน/Control Point (CP)	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
<pre> graph TD A([เริ่มต้น]) --> B[ร่างแผน ประชาสัมพันธ์] B --> C{ลึกซึ้ง} C -- No --> D[จัดทำแผน ประชาสัมพันธ์รายปี] D --> E[กำหนดเครื่องมือ[*] ประชาสัมพันธ์] E --> F[จัดทำแผนปฏิบัติการ ประจำปี] F --> G[ดำเนินการตามแผน] G --> H[ติดตามการดำเนินงาน] H --> I[รวบรวมและรายงาน] I --> J([จบ]) </pre>	เดือนมิถุนายน	<p>ใช้ปัจจัยนำเข้าคือ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรในด้านร่วมสารจาก สื่อมวลชนสายลักษณะสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลกระทบต่อ กปภ. ทั้งในแง่วากแผลและเล่น แผนยุทธศาสตร์องค์กร นโยบาย ผลการ ดำเนินงานที่ผ่านมา และทิศทางการดำเนินงานของ กปภ. ในอนาคต เพื่อนำมาจัดทำแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) และนำเสนอให้ สสส. พชร. และ/หรือ ผวภ. พิจารณาเห็นชอบ</p> <p>CP : ประเมินข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ถูกต้องครบถ้วนโดยใช้ปัจจัย นำเข้าให้ครบถ้วน</p>	สสส. (กสอ.)	แผนระยะยาวด้าน ประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี)
	เดือนกรกฎาคม	เสนอแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ให้ สสส. พชร. และ ผวภ. พิจารณาเห็นชอบ	กสอ.	
	เดือนสิงหาคม	<p>นำแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ที่ได้รับ ความเห็นชอบจาก ผวภ. มาใช้จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ประจำปี ต่อไป และนำเสนอให้ สสส. พชร. และ ผวภ. พิจารณาเห็นชอบ</p> <p>CP : วางแผนโดยอิงกับข้อตกลงของผู้ร่วมมือ</p>	กสอ.	แผนประชาสัมพันธ์ ประจำปี
	เดือนสิงหาคม	<p>กำหนดเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ในปีงบประมาณต่อไป ทั้ง แบบที่ใช้งานประจำและไม่ใช้งานประจำ</p> <p>CP : กำหนดเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์โดยครอบคลุมทุก กลุ่มเป้าหมาย</p>	กสอ.	
	เดือนสิงหาคม	<p>จัดทำแผนปฏิบัติการ ประจำปี เพื่อเสนอของงบประมาณทำการ ขอปีงบประมาณต่อไป</p> <p>CP : ของงบประมาณทำการให้เหมาะสมกับสื่อโฆษณาและสื่อ ประชาสัมพันธ์</p>	กสอ.	
	ตลอด ปีงบประมาณ	<p>ดำเนินการด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตาม แผนประชาสัมพันธ์ โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์กรดำเนินงาน ของ กปภ. ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบความ เกี่ยวข้องผ่านทางสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องประกอบด้วย การ จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอก โฆษณาหนังสือพิมพ์ สปอต โทรทัศน์/วิทยุ ผ่านทางหน้าสือพิมพ์ อินเตอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และพิเศษ "G-News" (ข่าวสารภาคครึ่ง) รายงานประจำปี เสียงตามสาย สปอต โฆษณา ตู้ເງື່ອໃຫ້ ข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์สื่อมวลชนของผู้ว่าการ กปภ. และ Billboard</p> <p>CP : เผยแพร่ครบถ้วนของทาง</p>	กสอ.	เอกสารเดือน "G-News"
	ตลอด ปีงบประมาณ	<p>ติดตามการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาให้ เป็นไปตามที่วางแผนไว้ทั้งในส่วนที่ผ่านกระบวนการจัดทำขั้น แรกและส่วนที่เผยแพร่โดยมีคิดคำใช้จ่าย (ข่าวและประชาสัมพันธ์) และนำเสนอให้ สสส. พชร. และ/หรือ ผวภ. พิจารณาเห็นชอบ</p> <p>CP : ติดตามผลการดำเนินงานให้ครบถ้วน</p>	กสอ.	
	ตลอด ปีงบประมาณ	<p>รวบรวมผลลัพธ์และรายงานผลการดำเนินงานด้าน ประชาสัมพันธ์ให้สายงาน ผู้ว่าการ และกระทรวงมหาดไทย จำนวน 17 ฉบับ</p> <p>CP : จัดทำข้อมูลครบถ้วนและอยู่ภายใต้กระบวนการที่กำหนด</p>	กสอ.	รายงานที่เกี่ยวข้อง
	เดือนสิงหาคม	<p>ติดตามประเมินปรับปรุงและกระบวนการบริหารงานด้านการ สื่อสารภายนอกองค์กรเพื่อทบทวนแผนประจำปีในเดือน สิงหาคม โดยใช้ปัจจัยนำเข้าที่อ้างอิงด้วยผลลัพธ์และตัวชี้วัด กระบวนการทำงาน (CP)</p>	กสอ.	

5.6 กระบวนการย่อยที่ 6 กระบวนการด้านการบริหารงานด้านการสื่อสารภายในองค์กร

กระบวนการด้านการบริหารงานการสื่อสารภายใน กปภ. เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ภาพลักษณ์ของ กปภ. ให้แก่หน่วยงานภายใน กปภ. อย่างทั่วถึง เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานของผู้บริหาร กปภ. ไปสู่พนักงานในทิศทางเดียวกัน โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ระยะเวลา รายละเอียดงาน ผู้รับผิดชอบ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กสอ. จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารโดยนาปัจจัยนำเข้า เช่น วิสัยทัศน์องค์กร ค่านิยมองค์กร ยุทธศาสตร์องค์กร ความต้องการของพนักงาน ผลสำรวจการสื่อสารภายใน และตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน ทันสมัยและทันเหตุการณ์

ขั้นตอนที่ 2 กสอ. เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารภายในให้เหมาะสมกับลักษณะของสื่อที่ต้องการเผยแพร่ภายในองค์กร ได้แก่

- 2.1 จุลสารสีสันข่าว
- 2.2 แผ่นพับ/โปสเตอร์/ป้ายไวนิล
- 2.3 เสียงตามสาย
- 2.4 Line
- 2.5 Facebook
- 2.6 Website
- 2.7 E-mail

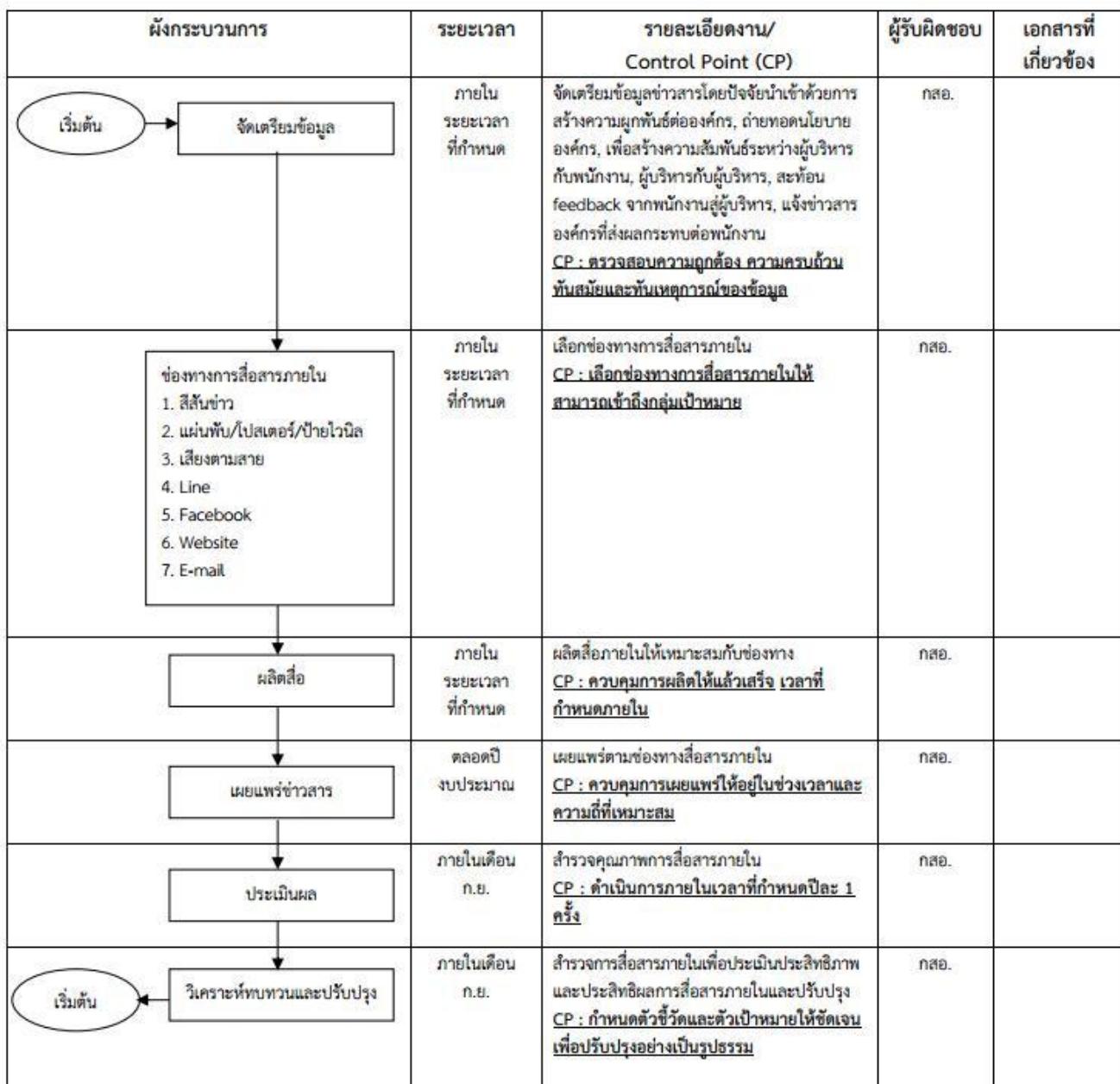
ขั้นตอนที่ 3 กสอ. ผลิตสื่อให้เหมาะสมกับช่องทางการสื่อภายใน โดยออกแบบรูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจ ปริมาณ และความถี่ที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 4 กสอ. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางช่องทางสื่อสารภายใน ให้ทันเวลา รวดเร็ว กระชับ และฉับไว

ขั้นตอนที่ 5 กสอ. ดำเนินการสำรวจคุณภาพในการสื่อสารภายในปีละ 1 ครั้ง ให้เสร็จภายในสิ้นปีงบประมาณ

ขั้นตอนที่ 6 กสอ. ดำเนินการวิเคราะห์ผลสำรวจคุณภาพการสื่อสารภายในเพื่อประเมินประสิทธิผล และทบทวนเพื่อปรับปรุงกระบวนการสื่อสารภายในปีต่อไป

ผังแสดงกระบวนการย่อที่ 6 กระบวนการด้านการบริหารงานด้านการสื่อสารภายในองค์กร



6. กฎหมาย พ.ร.บ. ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ

- 1) พระราชบัญญัติการประปาส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2522
- 2) พระราชบัญญัติการประปาส่วนภูมิภาค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2530
- 3) พระราชบัญญัติการประปาส่วนภูมิภาค (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2550
- 4) พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2564
- 5) พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
- 6) พระราชบัญญัติการอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. 2558
- 7) พระราชบัญญัติการปฏิบัติราชการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2565
- 8) พระราชบัญญัติการบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ. 2562
- 9) ระเบียบ กปภ. ว่าด้วยการกำหนดขั้นตอนและระยะเวลาปฏิบัติงานเพื่อประชาชน พ.ศ. 2541 และฉบับที่แก้ไข (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2559
- 10) ประกาศ กปภ. เรื่องกำหนดขั้นตอนและระยะเวลาการปฏิบัติงานเพื่อประชาชน ลงวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2542