มาตรฐานการปฏิบัติงานการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
ของการประปาส่วนภูมิภาค ปี 2562

1. ความจำเป็น/ความสำคัญ

การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) มีภาร กิจสำรวจ จัดหา แหล่งน้ำดิบและจัดให้ได้มาซึ่ง น้ำดิบเพื่อผลิต จัดส่ง และจำหน่ายน้ำประปาให้แก่ลูกค้าในพื้นที่บริการ 74 จังหวัดทั่วประเทศ ไม่รวมกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ ตลอดจนดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่องกับธุรกิจการประปา เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของ กปภ. “ผู้ใช้น้ำประทับใจในคุณภาพและบริการที่เป็นเลิศ ” (Customers are delighted with water quality and excellent services) โดยกำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อขับเคลื่อน กปภ. ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สำหรับมาตรฐานการปฏิบัติงานฉบับนี้ จะเน้นไปที่การให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเชื่อมโยงให้ลูกค้าเกิดเป็นความผูกพันภักดีกับ กปภ. ทั้งนี้ กระบวนการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีการดำเนินงานตามมาตรฐานลูกค้าสัมพันธ์ หรือ I CARE Model ประกอบด้วย 5 กระบวนการที่ กปภ. ดำเนินการอย่างเป็นระบบทุกรอบปี 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 เพื่อให้ทุกหน่วยงานและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องนำแนวทางไปปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งสามารถใช้เป็นแนวทางตรวจสอบ สอบทานความถูกต้องในมิติของการปฏิบัติงานด้วย

2. วัตถุประสงค์

1. ถ่ายทอดแนวทางกระบวนการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของ กปภ . ให้แก่หน่วยงานและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน

2. เพื่อให้ กปภ . มีสารสนเทศลูกค้าที่สมบูรณ์และเพียงพอในการนำ ไปวางแผนยุทธศาสตร์องค์กร แผนปฏิบัติการประจำ ปี แผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ของ กปภ .เขต และแผนงานอื่นๆ ตลอดจนปรับปรุงทุกระบบงานที่เกี่ยวข้อง

3. เพื่อให้ กปภ. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าต่อเนื่องและพัฒนาเป็นความผูกพันภักดีต่อ กปภ.

3. ผู้รับผิดชอบดำเนินการ

การให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นกระบวนการที่มีคณะกรรมการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลาง (สำนักงานใหญ่) และส่วนภูมิภาครับผิดชอบดำเนินการ เช่น

(1) งานการตลาดและแผนลูกค้าสัมพันธ์ กองลูกค้าสัมพันธ์ สังกัดสำนักงานใหญ่

(2) งานสารสนเทศลูกค้า กองลูกค้าสัมพันธ์ สังกัดสำนักงานใหญ่

(3) งานสื่อสารภาพลักษณ์ กองสื่อสารองค์กร สังกัดสำนักงานใหญ่

(4) งานสื่อสารภายใน กองสื่อสารองค์กร สังกัดสำนักงานใหญ่

(5) งานลูกค้าสัมพันธ์กองระบบจำหน่าย สังกัดส่วนภูมิภาค

(6) งานลูกค้าสัมพันธ์ของ กปภ.สาขา (ชั้นพิเศษ) สังกัดส่วนภูมิภาค

(7) งานอำนวยการ กปภ.สาขา สังกัดส่วนภูมิภาค

4. ขอบเขตกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

เป็นกระบวนการทำงานที่ดำเนินการโดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เริ่มต้นตั้งแต่การรับฟังเสียงของลูกค้าคือความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และข้อคิดเห็นต่างๆ เพื่อวิเคราะห์เป็นสารสนเทศลูกค้าและนำไปปรับปรุง / พัฒนาการบริการให้ตอบสนองเหนือความคาดหวังของลูกค้าและบรรลุเป้าหมายขององค์กร ตามวิสัยทัศน์ “ผู้ใช้น้ำประทับใจในคุณภาพและบริการที่เป็นเลิศ ” ซึ่ง กปภ. มุ่งหวังให้ลูกค้าพึงพอใจการให้บริการและยกระดับสู่ความผูกพันภักดี โดยคำนึงถึงการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีในการรับรู้ของลูกค้าทั้งด้านความมุ่งมั่นของ กปภ. ในการพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนผ่านกิจกรรม CSR โดยมีค่านิยมองค์กร “มุ่ง - มั่น - เพื่อปวงชน” เป็นหลักสำคัญในการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่ง กปภ. ได้สื่อสารภายในกับพนักงานและลูกจ้างอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าและประชาชน

5. กระบวนการทำงานที่สำคัญ ประกอบด้วย 6 กระบวนการย่อย ดังนี้

5.1 กระบวนการย่อยที่ 1 กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นกระบวนการในการรับฟังความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเป็นประจำ เพื่อให้ได้สารสนเทศไปวางแผนงานทั้งระดับยุทธศาสตร์และระดับปฏิบัติการเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าแต่ละประเภท โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ระยะเวลา รายละเอียดงาน ผู้รับผิดชอบ และเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

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

ขั้นตอนที่ 2 เดือนกันยายน คณะกรรมการบริหารจัดการสารสนเทศเสียงของลูกค้า (คบส.) พิจารณาแผนงานรับฟังเสียงลูกค้า และเสนอ ผวก. เห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 3 เดือนตุลาคม สสล. (กลส.) สื่อสารและถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติโดยจัดทำ แนวทางปฏิบัติงานตามมาตรฐานลูกค้าสัมพันธ์ประจำ ปีสาหรับผู้ปฏิบัติงานและจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้ปฏิบัติงานเพื่อสร้างความเข้าใจในแนวทางการรับฟังลูกค้าและให้ได้สารสนเทศที่ถูกต้องครบถ้วน

ขั้นตอนที่ 4 ตลอดทั้งปี กปภ.สาขา ดำเนินการรับฟังความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าจากช่องทางรับฟังลูกค้าของ กปภ. เป็นประจำ

ขั้นตอนที่ 5 เดือนสิงหาคม กปภ.เขต รวบรวมข้อมูลเสียงขอ งลูกค้าจากทุกช่องทางของ กปภ. มาวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางสถิติที่เป็นตัวแทนของประชากรและถูกต้องแม่นยำ

ขั้นตอนที่ 6 เดือนสิงหาคม กปภ.เขต และกปภ.สาขา นำสารสนเทศลูกค้าไปจัดทำ แผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ประจำ ปีระดับเขต 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

ผังแสดงกระบวนการย่อยที่ 1 กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน/Control Point (CP)	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
เริ่มต้น → กำหนด / ทบทวนแผนงานรับฟังเสียงลูกค้า	เดือนกันยายน	นำปัจจัยนำเข้าคือสารสนเทศเสียงของลูกค้าต่อช่องทางรับฟัง แผนยุทธศาสตร์องค์กร เทคโนโลยีบนเว็บ สื่อสังคมออนไลน์ และผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเพื่อนำมาจัดทำแผนงานรับฟังเสียงลูกค้า **CP : ใช้ปัจจัยนำเข้าครบถ้วนและดำเนินการตามรอบเวลา**	สสล. (กลส.)	แผนงานรับฟังเสียงของลูกค้า
เห็นชอบ No Yes	เดือนกันยายน – ตุลาคม	พิจารณาและเห็นชอบแผนงานรับฟังเสียงลูกค้า หากไม่เห็นชอบให้ทบทวนในขั้นตอนจัดทำแผนงานรับฟังเสียงลูกค้า	คบส. ผวก.	
ถ่ายทอดแนวทางรับฟังเสียงลูกค้า	เดือนตุลาคม	สื่อสารและถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติโดยจัดทำแนวทางปฏิบัติงานตามมาตรฐานลูกค้าสัมพันธ์ประจำปีสำหรับผู้ปฏิบัติงานและจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้ปฏิบัติงาน **เพื่อสร้างความเข้าใจในแนวทางการรับฟังลูกค้าและให้ได้สารสนเทศที่ถูกต้องครบถ้วน (CP)**	สสล. (กลส.)	
ดำเนินการรับฟังลูกค้าจากทุกช่องทาง	ตลอดปี	ดำเนินการรับฟังความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าจากช่องทางรับฟังลูกค้าของ กปภ.เป็นประจำ **CP : เปิดช่องทางรับฟังให้ครบทุกช่องทาง**	กปภ.สาขา	
จัดทำสารสนเทศเสียงของลูกค้า	เดือนสิงหาคม	**รวบรวมข้อมูลเสียงของลูกค้าจากทุกช่องทางของ กปภ. มาวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางสถิติที่เป็นตัวแทนของประชากรและถูกต้องแม่นยำ (CP)**	กปภ.เขต	สรุปผลสารสนเทศเสียงของลูกค้า
- จัดทำแผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ระดับเขต - จัดทำแผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ระดับสาขา - จัดทำแผนงานการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าในเชิงสื่อสารการตลาด	เดือนสิงหาคม	นำสารสนเทศลูกค้าไปจัดทำแผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ประจำปีระดับเขต ระดับสาขา และแผนงานการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าในเชิงสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ด้านลูกค้า เพื่อให้ กปภ.สาขานำไปปฏิบัติ **CP :นำเสียงของลูกค้าทุกประเภทและทุกช่องทางมาจัดทำแผนฯ และกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิผล**	กปภ.เขต	- แผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ระดับเขต - แผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์ระดับสาขา - แผนงานการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าในเชิงสื่อสารการตลาด
เห็นชอบ No	เดือนสิงหาคม	พิจารณาและเห็นชอบแผนฯ หากไม่เห็นชอบให้ทบทวนในขั้นตอนจัดทำแผนฯ	ผอ.กปภ.เขต	
Yes ดำเนินการตามแผนปรับปรุงฯ	ตลอดปี	ดำเนินการตามแผนฯ **CP : ติดตามผลการดำเนินการตามแผนฯ**	กปภ.สาขา สสล. (กลส.)	
รวบรวมผลการดำเนินงานตามแผนปรับปรุงฯ	เดือนสิงหาคม	รวบรวมผลการดำเนินงานตามแผนฯ **CP : ดำเนินการตามกำหนดเวลา**	สสล. (กลส.)	รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปรับปรุงบริการและลูกค้าสัมพันธ์
ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการ → จบ	เดือนกันยายน	ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดย**ใช้ปัจจัยนำเข้าคือตัวชี้วัดผลลัพธ์และตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน (CP)**	สสล. (กลส.)	

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) สาหรับการจำแนกประเภทเรื่องร้องเรียนให้แบ่งเป็น (1) ข้อสอบถามทั่วไป (แจ้งเหตุ/ข้อมูล/ข้อเสนอแนะ/ชมเชย) (2) ข้อร้องเรียน หากเป็นข้อสอบถามทั่วไปสามารถแจ้งผู้ร้องและปิดงานทันที

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

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

ขั้นตอนที่ 4 ทุกวัน กลส. แจ้งลูกค้าทันทีที่ได้รับแจ้งจาก กปภ.สาขา ว่าดำเนินการแล้วเสร็จ

ขั้นตอนที่ 5 ทุกวัน กลส. โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการแก้ปัญหาร้องเรียนทุกรายเพื่อเป็นข้อมูลป้อนกลับนำไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของ กปภ.สาขา ให้ทันท่วงที

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

ขั้นตอนที่ 7 ทุกวัน กลส. โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าและตรวจสอบการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน กปภ. ของผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยสุ่มตัวอย่างสอบถามให้ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด

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

ขั้นตอนที่ 9 ทุกไตรมาส กลส . รวบรวมผลการจัดการข้อร้องเรียนในภาพรวมองค์กรรายงาน ครส . เพื่อสั่งการสายงานวิเคราะห์ต้นเหตุของปัญหาเพื่อแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ

ขั้นตอนที่ 10 ทุกเดือนกันยายน กลส . ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนโดยใช้ปัจจัยนำเข้าคือตัวชี้วัดผลลัพธ์และตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน

ผังแสดงกระบวนการย่อยที่ 2 กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน

ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน/Control Point (CP)	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
เริ่มต้น → รับเรื่องและจำแนกเรื่องร้องเรียน	ทุกวัน	รับเรื่องร้องเรียน / ตรวจสอบ/ค้นหาข้อมูล (กรณีข้อมูลไม่เพียงพอติดต่อผู้ร้อง/ผู้เกี่ยวข้อง) สำหรับการจำแนกประเภทเรื่องร้องเรียนให้แบ่งเป็น (1) ข้อสอบถามทั่วไป (แจ้งเหตุ/ข้อมูล/ข้อเสนอแนะ/ชมเชย) (2) ข้อร้องเรียน หากเป็นข้อสอบถามทั่วไปสามารถแจ้งผู้ร้องและปิดงานทันที **CP : จำแนกประเภทเรื่องร้องเรียนและข้อสอบถามอย่างถูกต้องและถามข้อมูลลูกค้าให้ครบถ้วน**	สสล. กปภ.สาขา	
บันทึกข้อร้องเรียน	ทุกวัน	บันทึกจำนวนนับและ**กำหนดเวลา SLA (เวลาเริ่มต้นถึงเวลาสิ้นสุด) (CP)**	สสล. กปภ.สาขา	รายงานจำนวนข้อร้องเรียนแบ่งตามประเภทข้อร้องเรียนและ SLA
แจ้ง กปภ.สาขา ดำเนินการแก้ไข	ทุกวัน	สำหรับข้อร้องเรียนที่ต้องส่งต่อให้ กปภ.สาขา ดำเนินการแก้ไขที่หน้างานให้กองลูกค้าสัมพันธ์**ส่งต่อให้ กปภ.สาขาดำเนินการทันทีนับจากเวลาที่ลูกค้าร้องเรียน (สำเนาให้ กปภ.เขตที่สังกัดทราบด้วย) (CP)**	สสล. กปภ.สาขา	
ลงพื้นที่หน้างานแก้ไขปัญหา	ทุกวัน	กปภ.สาขา**ดำเนินการแก้ไขที่หน้างานให้แล้วเสร็จภายใน SLA ที่กำหนด (CP)**	กปภ.สาขา	
ติดตามผลการแก้ไขปัญหา	ทุกวัน	**ติดตามผลการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จภายใน SLA ที่กำหนด (CP)** หากการจัดการข้อร้องเรียนไม่เป็นไปตาม SLA ให้กองลูกค้าสัมพันธ์ติดตาม ผจก.กปภ.สาขา ผอ.กปภ.เขต และรองผู้ว่าการภาค ตามลำดับ	สสล. (กลส.) ผอ.กปภ.เขต รปก.	
SMS / โทรศัพท์แจ้งลูกค้า	ทุกวัน	แจ้งลูกค้าทันทีที่ได้รับแจ้งจาก กปภ.สาขาว่าดำเนินการแล้วเสร็จ **(CP) : ส่งข้อความสั้นหรือโทรศัพท์แจ้งลูกค้าทุกราย**	สสล. (กลส.)	
โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจ	ทุกวัน	โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการแก้ปัญหาร้องเรียนเพื่อเป็นข้อมูลป้อนกลับนำไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของ กปภ.สาขาให้ทันท่วงที **(CP) : สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการแก้ปัญหาร้องเรียนทุกราย**	สสล. (กลส.)	ข้อมูลป้อนกลับความพึงพอใจของลูกค้า
บันทึกข้อมูลลงระบบ OIS	ทุกวัน	บันทึกข้อมูลข้อร้องเรียนในระบบ OIS เพื่อ**รายงานผลการแก้ไขปัญหาเป็นประจำทุกวัน (CP)**	สสล. (กลส.) กปภ.สาขา	รายงานข้อร้องเรียนที่ดำเนินการแก้ปัญหาแล้วเสร็จ
โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจและตรวจสอบการปฏิบัติงาน	ทุกวัน	โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าและตรวจสอบการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน กปภ.ของผู้ที่เกี่ยวข้อง **(CP) : สุ่มตัวอย่างสอบถามครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด**	สสล. (กลส.)	ข้อมูลป้อนกลับความพึงพอใจของลูกค้าและการปฏิบัติตามมาตรฐาน กปภ. ของผู้ที่เกี่ยวข้อง
รวบรวมผลการจัดการข้อร้องเรียนให้ กปภ.เขตทราบ	รายเดือน	**รวบรวมผลการจัดการข้อร้องเรียนของแต่ละ กปภ.เขตส่งให้ กปภ.เขต 1- 10 ทราบทุกสิ้นเดือน (CP)**	สสล. (กลส.)	
รายงานผลการจัดการข้อร้องเรียนต่อ ครส.	รายไตรมาส	รวบรวมผลการจัดการข้อร้องเรียนในภาพรวมองค์กรรายงาน ครส.เพื่อสั่งการสายงานวิเคราะห์ต้นเหตุของปัญหาเพื่อแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ **(CP) : วิเคราะห์เสียงของลูกค้าให้รอบด้านเพื่อแก้ไขและป้องกันปัญหา**	สสล. (กลส.)	รายงานผลการจัดการข้อร้องเรียน
ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการ → จบ	เดือนกันยายน	ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน โดย**ใช้ปัจจัยนำเข้าคือตัวชี้วัดผลลัพธ์และตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน (CP)**	สสล. (กลส.)	

5.3 กระบวนการย่อยที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อปกป้องภาพลักษณ์ กปภ. ในภาวะวิกฤติ

กระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อปกป้องภาพลักษณ์ กปภ. ในภาวะวิกฤติ เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีใกล้ชิดชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เกิดสถานการณ์ไม่ปกติซึ่งส่งผลกระทบต่อลูกค้าและประชาชน โดยมีขั้นตอนการดำ เนินงาน ระยะเวลา 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 รปก.ทราบ

ขั้นตอนที่ 5 รปก. รายงานให้ ผวก. ทราบ

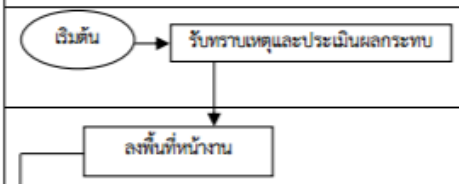
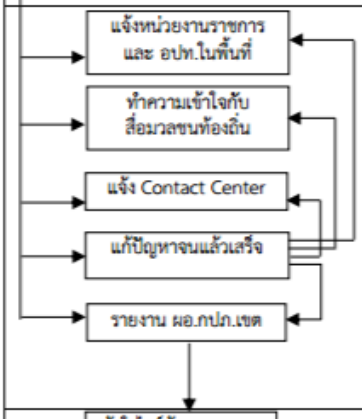
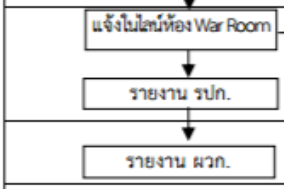
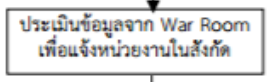
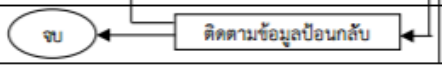
ขั้นตอนที่ 6 สสล. ประเมินข้อมูลที่ได้รับแจ้งในWar Room เพื่อแจ้งหน่วยงานในสังกัด(กสอ. และ กลส. ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 7

1) กลส. ดำเนินการด้านลูกค้าและใช้หลักการมวลชนสัมพันธ์ เช่น ลงพื้นที่ในกรณีมีลูกค้าประท้วง
2) กสอ. ดำเนินการบริหารงานข่าวและสื่อมวลชนโดย
   2.1 ใช้เครื่องมือสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC) เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะกับสถานการณ์ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ การแถลงข่าว โฆษณา
   2.2 ทาความเข้าใจกับสื่อมวลชนส่วนกลาง
   2.3 เผยแพร่ข่าวให้แก่สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มไลน์ ผู้จัดการ กลุ่มไลน์ War Room (ผ่าน สสล.)

ขั้นตอนที่ 8 กสอ. ติดตามข้อมูลป้อนกลับจากสื่อมวลชนและแจ้งผู้เกี่ยวข้อง

ผังแสดงกระบวนการย่อยที่3 กระบวนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อปกป้องภาพลักษณ์ กปภในภาวะวิกฤติ

ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน/ Control Point (CP)	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
		รับทราบเหตุที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ **CP : เปิดทุกช่องทางรับฟังเพื่อทราบเหตุการณ์อย่างทันท่วงที**	กปภ.สาขา	
		ลงพื้นที่หน้างานเพื่อตรวจสอบสาเหตุของปัญหาและกำหนดแนวทางแก้ปัญหา **CP : ดำเนินการอย่างรวดเร็วรวมถึงวิเคราะห์สาเหตุและแนวทางแก้ปัญหาอย่างแม่นยำ**	กปภ.สาขา	
		1. แจ้งสถานการณ์และสาเหตุโดยเร่งด่วนให้หน่วยงานดังนี้ 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 **CP : ดำเนินการให้ครบถ้วนโดยนึงถึงเครื่องมือ ที่ในการสื่อสารต่างๆ**	กปภ.สาขา	
	ภายใน 24 ชม.	1. แจ้งการดำเนินการแก้ปัญหาใน Line : War Room 2. รายงานให้ รปก.ทราบ **CP : ดำเนินการให้รวดเร็วทันการณ์**	กปภ.เขต	
		รายงานให้ ผวก. ทราบ **CP : ดำเนินการให้รวดเร็วทันการณ์**	รปก.	
		ประเมินข้อมูลที่ได้รับแจ้งใน War Room เพื่อแจ้งหน่วยงานในสังกัด (กสอ. และ กลส.) ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง **CP : ดำเนินการให้รวดเร็วทันการณ์**	สสล.	
		1. ดำเนินการด้านลูกค้าและใช้หลักการมวลชนสัมพันธ์ เช่น ลงพื้นที่ในกรณีมีลูกค้าประท้วง 2. ดำเนินการบริหารงานข่าวและสื่อมวลชน 2.1 ใช้เครื่องมือสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC) เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะกับสถานการณ์ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ การแถลงข่าว โฆษณา 2.2 ทำความเข้าใจกับสื่อมวลชนส่วนกลาง 2.3 เผยแพร่ข่าวให้แก่สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มไลน์ ผู้จัดการ กลุ่มไลน์ War Room (ผ่าน สสล.) **CP : ดำเนินการให้ครบถ้วนโดยนึงถึงเครื่องมือ ที่ในการสื่อสารต่างๆ**	กลส. กสอ.	
		**ติดตามข้อมูลป้อนกลับจากสื่อมวลชนและแจ้งผู้เกี่ยวข้อง (CP)**	กสอ.	

5.4 กระบวนการย่อยที่ 4 กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการ CSR ของ กปภ.

กระบวนการการจัดทำ แผนปฏิบัติการ CSR ของ กปภ. เป็นกระบวนการที่ กปภ. จัดทำขึ้นทุกปี ให้สอดรับกับแผนงานระยะยาวความรับผิดชอบต่อสังคมของ กปภ. เพื่อให้ทุกสายงานที่เกี่ยวข้องนาไปปฏิบัติ โดยการขับเคลื่อนงาน CSR จะมุ่งเน้นใน 3 ด้าน คือ ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม และด้านการใส่ใจผู้บริโภค โดยมีขั้นตอนการดำ เนินงาน ระยะเวลา รายละเอียดงาน ผู้รับผิดชอบ และเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

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

ขั้นตอนที่ 2 คณะกรรมการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของ กปภ. (คบร.) เห็นชอบในหลักการร่างแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี โดยมีขั้นตอนย่อยคือ

1) พิจารณาวงเงินงบประมาณ โดย ฝวง.

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

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

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

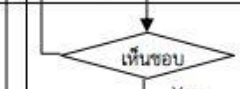
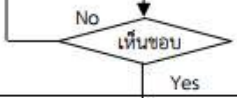
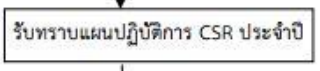
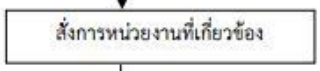
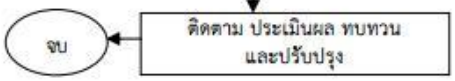
ขั้นตอนที่ 5 คณะกรรมการ กปภ. รับทราบแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี

ขั้นตอนที่ 6 ผวก. สั่งการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินโครงการ CSR ให้บรรลุเป้าหมาย

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

ขั้นตอนที่ 8 สิ้นปีงบประมาณ กลส. ติดตามและประเมินผลการดำ เนินกิจกรรมตามแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี เพื่อทบทวนและปรับปรุงการจัดทำแผนปฏิบัติการ CSR ปีต่อไป

ผังแสดงกระบวนการย่อยที่ 4 กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการ CSR ของ กปภ.

ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน/ Control Point (CP)	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
	ก่อนเริ่มปีงบประมาณใหม่	จัดทำร่างแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี โดยมีปัจจัยนำเข้าคือแผนยุทธศาสตร์องค์กรและแผนระยะยาว CSR ของ กปภ. (5 ปี) **CP : ใช้ปัจจัยนำเข้าให้ครบถ้วน**	กลส.	
		เห็นชอบในหลักการร่างแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี โดยมีขั้นตอนย่อยคือ 1.พิจารณาวงเงินงบประมาณ 2.เสนอกิจกรรมและพื้นที่ดำเนินการ	คบร. ฝวง. กปภ.ข.1-10 ฝวค.	
		เห็นชอบแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี และนำเสนอคณะอนุกรรมการ CG & CSR พิจารณา	คบร.	
		เห็นชอบแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปีและนำเสนอคณะกรรมการ กปภ. เพื่อทราบ	คณะอนุกรรมการ CG & CSR	
		รับทราบแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี	คณะกรรมการ กปภ.	
		สั่งการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินโครงการ CSR ให้บรรลุเป้าหมาย **CP : จัดทำแนวทางการดำเนินงานให้ชัดเจน**	ผวก.	
	ภายในปีงบประมาณ	ดำเนินกิจกรรม CSR ตามแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี **CP : รายงานผลการดำเนินงานเป็นระยะ**	กปภ.เขต กปภ.สาขา	
	สิ้นปีงบประมาณ	**ติดตามและประเมินผลการดำเนินกิจกรรมตามแผนปฏิบัติการ CSR ประจำปี (CP) เพื่อทบทวนและปรับปรุงการจัดทำแผนปฏิบัติการ CSR ปีต่อไป**	กลส.	

5.5 กระบวนการย่อยที่ 5 กระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กร

กระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กร เป็นกระบวนการกระจายข้อมูลข่าวสาร ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง สร้างความเข้าใจกับบุคคลหรือองค์กรภายนอก โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่ ลูกค้าผู้ใช้น้ำของ กปภ. และกลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ประชาชนทั่วไปหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่จะนาไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ กปภ. ตลอดจนสนับสนุนการดำ เนินกิจการต่างๆ ขององค์กร อย่างไรก็ตาม การสื่อสารภายนอกเป็นการติดต่อสื่อสารกับมวลชนกลุ่มใหญ่เกือบทั้งประเทศ ดังนั้น **การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน** (Mass Communication) จึงเป็นช่องทางในการสื่อสารภายนอกที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด เนื่องจากมีความรวดเร็วและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บิลบอร์ด เป็นต้น ควบคู่ไปกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ปัจจุบัน กปภ. ได้นำสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและความเคลื่อนไหวขององค์กรเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีรูปแบบวิถีชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ระยะเวลา รายละเอียดงาน ผู้รับผิดชอบ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เดือนมิถุนายน กสอ.ใช้ปัจจัยนำ เข้าคือ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรในด้านข่าวสารจากสื่อมวลชนสายหลักและสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลกระทบต่อ กปภ. ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ แผนยุทธศาสตร์องค์กร นโยบาย ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา และทิศทางการดำ เนินงานของ กปภ.ในอนาคต เพื่อนำมาจัดทำแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) และนำเสนอให้ สสล. ผชล. และ/หรือ ผวก.พิจารณาเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 2 เดือนกรกฎาคม กสอ. เสนอแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ให้ สสล. ผชล. และ ผวก. พิจารณาเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 3 เดือนสิงหาคม กสอ. นำแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ที่ได้รับความเห็นชอบจาก ผวก. มาใช้จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ประจำ ปีถัดไป และนำเสนอให้ สสล. ผชล. และ ผวก. พิจารณาเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 4 เดือนสิงหาคม กสอ. กำหนดเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ในปีงบประมาณถัดไป ทั้งแบบที่ใช้งบประมาณและไม่ใช้งบประมาณ

ขั้นตอนที่ 5 เดือนสิงหาคม กสอ. จัดทำแผนปฏิบัติการประจำ ปี เพื่อเสนอของบประมาณทำ การของปีงบประมาณถัดไป

ขั้นตอนที่ 6 ตลอดปีงบประมาณ กสอ. ดำเนินการด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนประชาสัมพันธ์ โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำ เนินงานของ กปภ. ในด้านต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบความเคลื่อนไหวผ่านทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องประกอบด้วย การจัดทำ ข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอก โฆษณาหนังสือพิมพ์ สปอตโทรทัศน์/วิทยุ ผ่านทางหนังสือพิมพ์ อินเตอร์เน็ต วิทยุโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) แอพพลิเคชั่น “G-News” (ข่าวสารภาครัฐ) รายงานประจำ ปี เสียงตามสาย สปอต โฆษณาตู้เอทีเอ็ม ข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์สื่อมวลชนของผู้ว่าการ กปภ. และบิลบอร์ด

ขั้นตอนที่ 7 ตลอดปีงบประมาณ กสอ. ติดตามการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาให้เป็นไปตามที่วางแผนไว้ทั้งในส่วนที่ผ่านกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและส่วนที่เผยแพร่โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย(ข่าวแจกประชาสัมพันธ์) และนำเสนอ สสล. ผชล. และ/หรือ ผวก. พิจารณาเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 8 ตลอดปีงบประมาณ กสอ. รวบรวมผลสัมฤทธิ์และรายงานผลการดำ เนินงานด้านประชาสัมพันธ์ให้สายงาน ผู้ว่าการ และกระทรวงมหาดไทย จำนวน 17 ฉบับ

ขั้นตอนที่ 9 เดือนสิงหาคม กสอ. ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กรเพื่อทบทวนแผนประจำปี โดยใช้ปัจจัยนำเข้าคือตัวชี้วัดผลลัพธ์และตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน

ผังแสดงกระบวนการย่อยที่ 5 กระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กร

ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน/Control Point (CP)	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
เริ่มต้น → ร่างแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ → No	เดือนมิถุนายน	ใช้ปัจจัยนำเข้าคือ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรในด้านข่าวสารจากสื่อมวลชนสายหลักและสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลกระทบต่อ กปภ. ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ แผนยุทธศาสตร์องค์กร นโยบาย ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา และทิศทางการดำเนินงานของ กปภ.ในอนาคต เพื่อนำมาจัดทำแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) และนำเสนอให้ สสล. ผชล. และ/หรือ ผวก. พิจารณาเห็นชอบ **CP : ประมวลข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้อย่างครบถ้วนโดยใช้ปัจจัยนำเข้าให้ครบถ้วน**	สสล. (กสอ.)	แผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี)
เห็นชอบ	เดือนกรกฎาคม	เสนอแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ให้ สสล. ผชล.และ ผวก. พิจารณาเห็นชอบ	กสอ.	
Yes → จัดทำแผนประชาสัมพันธ์รายปี	เดือนสิงหาคม	นำแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ที่ได้รับความเห็นชอบจาก ผวก. มาใช้จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ประจำปีถัดไป และนำเสนอให้ สสล. ผชล.และ ผวก. พิจารณาเห็นชอบ **CP : วางแผนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแผนระยะยาว**	กสอ.	แผนประชาสัมพันธ์ประจำปี
กำหนดเครื่องมือประชาสัมพันธ์	เดือนสิงหาคม	กำหนดเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ในปีงบประมาณถัดไป ทั้งแบบที่ใช้งบประมาณและไม่ใช้งบประมาณ **CP : กำหนดเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์โดยครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย**	กสอ.	
จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี	เดือนสิงหาคม	จัดทำแผนปฏิบัติการ ประจำปี เพื่อเสนอของบประมาณทำการของปีงบประมาณถัดไป **CP : ของบประมาณทำการได้เหมาะสมกับสื่อโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์**	กสอ.	
ดำเนินการตามแผน	ตลอดปีงบประมาณ	ดำเนินการด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนประชาสัมพันธ์ โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของ กปภ.ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบความเคลื่อนไหวผ่านทางสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องประกอบด้วย การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอก โฆษณาหนังสือพิมพ์ สปอตโทรทัศน์/วิทยุ ผ่านทางหนังสือพิมพ์ อินเตอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) แอพพลิเคชั่น "G-News" (ข่าวสารภาครัฐ) รายงานประจำปี เสียงตามสาย สปอต โฆษณาตู้เอทีเอ็ม ข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์สื่อมวลชนของผู้ว่าการ กปภ. และ Billboard **CP : เผยแพร่ครบทุกช่องทาง**	กสอ.	แอพพลิเคชั่น "G-News"
ติดตามการดำเนินงาน	ตลอดปีงบประมาณ	ติดตามการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาให้เป็นไปตามที่วางแผนไว้ทั้งในส่วนที่ผ่านกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและส่วนที่เผยแพร่โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ข่าวแจกประชาสัมพันธ์) และนำเสนอให้ สสล. ผชล. และ/หรือ ผวก.พิจารณาเห็นชอบ **CP : ติดตามผลการดำเนินงานให้ครบถ้วน**	กสอ.	
รวบรวมและรายงาน	ตลอดปีงบประมาณ	รวบรวมผลสัมฤทธิ์และรายงานผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ให้สายงาน ผู้ว่าการ และกระทรวงมหาดไทย จำนวน 17 ฉบับ **CP : จัดทำข้อมูลครบถ้วนและอยู่ภายในกรอบเวลาที่กำหนด**	กสอ.	รายงานที่เกี่ยวข้อง
ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการ → จบ	เดือนสิงหาคม	ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กรเพื่อทบทวนแผนประจำปีในเดือนสิงหาคม โดย**ใช้ปัจจัยนำเข้าคือตัวชี้วัดผลลัพธ์และตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน (CP)**	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. จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารโดยนาปัจจัยนำ เข้า 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 โดยออกแบบรูปแบบการนำ เสนอให้น่าสนใจ ปริมาณ และความถี่ที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 4 กสอ. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางช่องทางสื่อสารภายใน ให้ทันเวลา รวดเร็ว กระชับ และฉับไว

ขั้นตอนที่ 5 กสอ. ดำเนินการสำรวจคุณภาพในการสื่อสารภายในปีละ 1 ครั้ง ให้เสร็จภายในสิ้นปีงบประมาณ

ขั้นตอนที่ 6 กสอ. ดำเนินการวิเคราะห์ผลสำ รวจคุณภาพการสื่อสารภายในเพื่อประเมินประสิทธิผลและทบทวนเพื่อปรับปรุงกระบวนการสื่อสารภายในปีต่อไป

ผังแสดงกระบวนการย่อยที่ 6 กระบวนการด้านการบริหารงานด้านการสื่อสารภายในองค์กร

ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน/ Control Point (CP)	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
เริ่มต้น → จัดเตรียมข้อมูล	ภายในระยะเวลาที่กำหนด	จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารโดยปัจจัยนำเข้าด้วยการสร้างความผูกพันธ์ต่อองค์กร, ถ่ายทอดนโยบายองค์กร, เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน, ผู้บริหารกับผู้บริหาร, สะท้อน feedback จากพนักงานสู่ผู้บริหาร, แจ้งข่าวสารองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อพนักงาน **CP : ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน ทันสมัยและทันเหตุการณ์ของข้อมูล**	กสอ.	
ช่องทางการสื่อสารภายใน 1. สีสันข่าว 2. แผ่นพับ/โปสเตอร์/ป้ายไวนิล 3. เสียงตามสาย 4. Line 5. Facebook 6. Website 7. E-mail	ภายในระยะเวลาที่กำหนด	เลือกช่องทางการสื่อสารภายใน **CP : เลือกช่องทางการสื่อสารภายในให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย**	กสอ.	
ผลิตสื่อ	ภายในระยะเวลาที่กำหนด	ผลิตสื่อภายในให้เหมาะสมกับช่องทาง **CP : ควบคุมการผลิตให้แล้วเสร็จ เวลาที่กำหนดภายใน**	กสอ.	
เผยแพร่ข่าวสาร	ตลอดปีงบประมาณ	เผยแพร่ตามช่องทางสื่อสารภายใน **CP : ควบคุมการเผยแพร่ให้อยู่ในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม**	กสอ.	
ประเมินผล	ภายในเดือน ก.ย.	สำรวจคุณภาพการสื่อสารภายใน **CP : ดำเนินการภายในเวลาที่กำหนดปีละ 1 ครั้ง**	กสอ.	
วิเคราะห์ทบทวนและปรับปรุง → เริ่มต้น	ภายในเดือน ก.ย.	สำรวจการสื่อสารภายในเพื่อประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลการสื่อสารภายในและปรับปรุง **CP : กำหนดตัวชี้วัดและตัวเป้าหมายให้ชัดเจนเพื่อปรับปรุงอย่างเป็นรูปธรรม**	กสอ.	