

STAKEHOLDER

Provincial Waterworks Authority

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค

ตลอดระยะเวลากว่า 41 ปี กปภ. ได้พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการให้บริการน้ำประปา เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจ

ทั้งนี้ การบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา” เพื่อก้าวไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง (HPO) ไม่ได้ขึ้นอยู่กับการทำงานตามพันธกิจของ กปภ. เพียงปัจจัยเดียว แต่ กปภ. ต้องประสานความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

กปภ. จึงกำหนดนโยบายสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและให้บริการลูกค้าของ กปภ. โดยกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร เพื่อบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

STAKEHOLDER

Provincial Waterworks Authority

รัฐบาล

- ปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล
- ดำเนินการกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้
- ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต
- บริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ลูกค้า

- ดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- ขยายพื้นที่เพื่อให้มีน้ำประปาใช้อย่างทั่วถึง
- ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน
- นำ IT และ นวัตกรรมมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวก
- มีช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้า และการจัดการข้อร้องเรียน

คู่ค้า คู่ความร่วมมือ ผู้ส่งมอบ และ/หรือเจ้าหนี้

- ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ อย่างเคร่งครัด และไม่ละเมิดสิทธิทางกฎหมาย
- ถ้าปฏิบัติตามเงื่อนไขไม่ได้ ต้องรีบแจ้งคู่ค้าให้ทราบ เพื่อหาทางแก้ไข
- ให้ความเป็นธรรมและเท่าเทียมกันในการคัดเลือกและปฏิบัติ
- ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้าง
- ช่วยเหลือคู่ค้าในสิ่งที่ถูกต้อง เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่มีต่อกัน

คู่แข่ง

- ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม ต่อต้านการผูกขาด
- ต่อต้านการทุจริตและรับสินบนที่นำไปสู่การสร้างความได้เปรียบ
- ไม่แสวงหาความลับของคู่แข่งด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต
- ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งด้วยการกล่าวหาในทางร้าย
- มีช่องทางรับข้อร้องเรียนและขัดแย้ง กรณีคู่แข่งละเมิดสิทธิ
- บริหารจัดการทางการเงินอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม

พนักงาน

- ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกันตามหลักสิทธิมนุษยชน
- ให้ความสำคัญและสวัสดิการที่เป็นธรรมต่อพนักงาน
- ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน
- หลีกเลี่ยงการกระทำใดๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อพนักงาน
- พนักงานต้องปฏิบัติตามกฎต่างๆ ขององค์กรอย่างเคร่งครัด
- ปลุกฝังให้พนักงานมีจิตสำนึก:

ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

- ดำเนินกิจการคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม
- ให้การสนับสนุนกิจกรรมที่จะมีส่วนสร้างสรรค์
- ปลุกฝังจิตสำนึกในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม
- กำหนดเป้าหมายการพัฒนาองค์กรเพื่อบรรลุสู่ความยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ของ กปภ.

กปก. เชื่อมั่นว่า จากนโยบายสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ ความรับผิดชอบต่องานผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มที่ถ่ายทอดสู่การปฏิบัติของพนักงาน ทั่วทั้งองค์กร จะส่งผลให้ กปก. ดำเนินพันธกิจได้บรรลุเป้าหมายควบคู่ไปกับการ ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

การจำแนกลูกค้า

กปภ. จำแนกลูกค้าออกเป็น 3 ประเภท โดยยึดลูกค้าที่ประกอบกิจการแตกต่างกันและปริมาณการใช้น้ำ



ประเภทที่ 1

ที่อยู่อาศัยและอื่นๆ

ที่อยู่อาศัย ศาสนสถาน
กิจการสาธารณกุศล
ธุรกิจและการค้า



ประชากรใช้น้ำ

81.64%



ประเภทที่ 2

ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก

ส่วนราชการ สถานพยาบาลและสถานบริการ
สาธารณสุขของรัฐ สถานศึกษาของรัฐ
ธุรกิจและการค้าขนาดเล็ก



ประชากรใช้น้ำ

14.73%



ประเภทที่ 3

รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่

รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม
โรงแรมและสถานเริงรมย์
ธุรกิจและการค้าขนาดใหญ่



ประชากรใช้น้ำ

3.63%



ลูกดักลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้าปัจจุบัน

คือ ลูกค้าประเภทที่ 2 และ 3 เนื่องจากสร้างรายได้ให้กับ กปภ.
นอกจากนี้ยังจัดกลุ่มการตลาดเพิ่มเติมออกเป็นตลาดขายปลีก
และตลาดขายส่งเพื่อกำหนดกิจกรรมทางการตลาด

ลูกค้าใหม่

ประชาชนที่ยังไม่ใช้น้ำของ กปภ.





ประเภทที่ 1

ที่อยู่อาศัยและอื่นๆ

ขายปลีก



ประเภทที่ 2

ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก

หน่วยงานราชการ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ขายปลีก

ขายส่ง



ประเภทที่ 3

รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม
และธุรกิจขนาดใหญ่

ขายปลีกและขายส่ง

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 1

ลูกค้าประเภทที่ 2

ลูกค้าประเภทที่ 3

ลูกค้าในอนาคต

1.ความต้องการและความคาดหวัง

ความต้องการ

- น้ำประปาใสสะอาด
- น้ำประปามีแรงดันที่เพียงพอ
- น้ำประปาไม่มีรสชาติผิดปกติ

ความคาดหวัง

- น้ำประปาดื่มกินได้ ไม่ต้องซื้อน้ำดื่ม
- น้ำประปามีแรงดันสม่ำเสมอ
- น้ำประปาไหลแรงต่อความต้องการใช้



ด้านผลิตภัณฑ์



ด้านบริการ

- การประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว
- อาคารสถานที่มีความสะอาด
- การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความรวดเร็ว

- เพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับวัย (อายุ) ของลูกค้า
- การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่ทั่วถึงและทันเหตุการณ์
- ปรับปรุงเรื่องประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงและแก้ปัญหาแบบรวดเร็วทันเหตุการณ์

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 1

2.การสนับสนุนที่ลูกค้าต้องการ

จำนวนความคิดเห็น

1	ฟรีค่าธรรมเนียมการชำระค่าน้ำประปาในทุกช่องทาง	530
2	ขยายเวลาชำระค่าน้ำประปา	472
3	ลดราคาค่าน้ำประปา	453
4	ลดหรือยกเลิกค่าบริการทั่วไป	253
5	กปภ. ออกหน่วยรับชำระค่าบริการเป็นประจำทุกเดือน	217
6	ลดค่าปรับในการตัดมิเตอร์ให้ถูกลงหรือไม่มีค่าปรับ (ค่าประสาณมาตรใหม่)	110
7	บริการชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิต	88
8	ให้สามารถชำระค่าไฟฟ้าที่ กปภ.สาขา ได้ด้วย	68
9	ให้สามารถใช้บาร์โค้ดในใบเสร็จได้ เมื่อต้องการชำระเงินผ่าน App ธนาคาร	63
10	ต้องการใบเสร็จรับเงินเมื่อชำระค่าน้ำประปาในวิธีต่างๆ ที่ไม่ใช่สาขา	60
11	จัดประเภทลูกค้าให้เหมาะสมกับข้อเท็จจริง	1

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 1

3.ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของ กปภ.

1	อาคาร-สถานที่	4.254 คะแนน	อาคารสถานที่มีความสะอาด >> 4.267 มีความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก >> 4.240
2	การให้บริการของพนักงาน	4.241 คะแนน	พนักงานมีมารยาทดี >> 4.263 พนักงานกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า >> 4.212 พนักงานมีความรู้ความสามารถในหน้าที่รับผิดชอบ >> 4.203 พนักงานแต่งกายสุภาพให้เกียรติลูกค้า >> 4.287
3	การชำระค่าบริการ และกระบวนการให้บริการ	4.228 คะแนน	การชำระค่าน้ำประปามีความรวดเร็ว >> 4.223 กระบวนการให้บริการมีความสะดวก >> 4.211 การชำระค่าบริการมีความถูกต้อง >> 4.248 การมีช่องทางการบริการที่หลากหลาย >> 4.228
4	คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.129 คะแนน	น้ำประปาใสสะอาด >> 4.139 น้ำประปาไม่มีรสชาติผิดปกติ >> 4.126 น้ำประปาไม่มีกลิ่นเหม็น >> 4.123
5	ด้านข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.112 คะแนน	ความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ >> 4.128 ความเร็วของข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ >> 4.096
6	การให้บริการหลังการขาย	4.108 คะแนน	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ >> 4.112 การประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว >> 4.062 ความสะดวกและความหลากหลายของช่องทางรับฟัง/รับเรื่องร้องเรียน >> 4.141 การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ "รวดเร็ว" >> 4.101 การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ "เรียบร้อย" >> 4.123
7	ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.089 คะแนน	น้ำประปามีแรงดันที่เพียงพอ >> 4.080 น้ำประปามีความสม่ำเสมอและต่อเนื่องในการไหล >> 4.086 น้ำประปามีใช้อย่างเพียงพอ >> 4.100

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 1

4.ความพึงพอใจ หาก กปภ.
ให้บริการเพิ่มเติม

อันดับ 1

บริการข้อมูล
PWA Contact
Center 1662



4.205

คะแนน

อันดับ 2

ชำระค่าบริการ
ต่างสาขา



4.177

คะแนน

อันดับ 3

ชำระค่าบริการ
โดยไม่ต้องลงจากรถ



4.162

คะแนน

อันดับ 4

บริการต่างๆ บน
Application



4.113

คะแนน

อันดับ 5

ทำธุรกรรมบน
Website



4.089

คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 1

5.ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ

อันดับ 1

ความไม่พึงพอใจ
ด้านอาคารสถานที่

3.600

คะแนน

อันดับ 2

ความไม่พึงพอใจ
ด้านคุณภาพน้ำ

3.529

คะแนน

อันดับ 3

ความไม่พึงพอใจ
บริการหลังการขาย

3.488

คะแนน

อันดับ 4

ความไม่พึงพอใจ
ด้านปริมาณน้ำ

3.464

คะแนน

อันดับ 5

ความไม่พึงพอใจ
บริการของ
พนักงาน

3.205

คะแนน

อันดับ 6

ความไม่พึงพอใจ
บริการด้านข้อมูล
ข่าวสาร สารสนเทศ

3.333

คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 1

6.ความภักดีของลูกค้า
คิดเป็นร้อยละ 84.54

ราคาน้ำประปาของหน่วยงานอื่น	เปลี่ยน	ไม่เปลี่ยน	รวม (ราย)
สูงกว่า กปภ.	0	3,830	3,830
เท่ากับ กปภ.	85	3,745	3,830
ต่ำกว่า กปภ.	507	3,238	3,745

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 1

7.เหตุผลที่ลูกค้ายังคงเลือกใช้
น้ำประปาของ กปภ.

อันดับ 1

จำนวนความเห็น
511

กลัวความยุ่งยาก
ใช้เงินมาก

ร้อยละ

30.60

อันดับ 2

จำนวนความเห็น
385

บริการสาธารณูปโภค
ควรเป็นของรัฐ
เพื่อความมั่นคง

ร้อยละ

23.05

อันดับ 3

จำนวนความเห็น
378

เชื่อมั่นในความเป็น
รัฐวิสาหกิจของ กปภ.

ร้อยละ

22.63

อันดับ 4

จำนวนความเห็น
217

เอกชนจะค่าทำไร
เกินควร ไม่มีการช่วย
เหลือประชาชน

ร้อยละ

12.99

อันดับ 5

จำนวนความเห็น
179

ทรัพยากรน้ำเป็นของ
ประเทศชาติ ไม่ใช่
ของเอกชน

ร้อยละ

10.72

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 1

8.ทัศนคติความเชื่อมั่น
ที่มีต่อ กปภ.

1	ความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	4.299 คะแนน
2	ความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา	4.295 คะแนน
	ความเชื่อมั่นที่มีต่อบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ	
3	ความเชื่อมั่นที่มีต่อกระบวนการให้บริการ	4.284 คะแนน
4	ความเชื่อมั่นที่มีต่อความโปร่งใสขององค์กร	4.283 คะแนน
5	ความเชื่อมั่นที่มีต่อการแก้ปัญหาร้องเรียน	4.247 คะแนน
6	ความเชื่อมั่นที่มีต่อการบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.225 คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 1

9.พฤติกรรมการณ์ชำระค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์
ผ่านระบบ Online / On Mobile ของลูกค้า นปภ.



10.พฤติกรรมการณ์ชำระค่าน้ำประปาของลูกค้า นปภ.

เดินทางไปชำระที่ นปภ. สาขา ร้อยละ

40.78



CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 1

11.การยอมรับที่จะยกเลิกชำระค่า
น้ำประปาที่ กปภ. สาขา

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

ร้อยละ

0.00

ร้อยละ

26.62

ร้อยละ

38.03

ร้อยละ

32.27

ร้อยละ

3.08

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 2
ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก

ที่ทำงานของหน่วยงานราชการ

.....

โรงพยาบาลของรัฐ สถานพยาบาลของรัฐ

.....

สถานพยาบาลของเอกชน

.....

สถานสงเคราะห์ของรัฐ

.....

สถานศึกษาของรัฐ

.....

สถานศึกษาของเอกชนระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา

.....

สถานกงสุล องค์การระหว่างประเทศ

.....

ตลาด ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า สหกรณ์

.....

ธุรกิจขนาดเล็ก สำนักงานธุรกิจ

1.ความต้องการและความคาดหวัง

ความต้องการ

- น้ำประปาใสสะอาด
- น้ำประปามีแรงดันที่เพียงพอ
- น้ำประปาไม่มีรสชาติผิดปกติ

ความคาดหวัง

- น้ำประปามีแรงดันสม่ำเสมอ
- น้ำประปาดื่มกินได้ ไม่ต้องซื้อดื่ม
- น้ำประปาไม่มีตะกอน ชุ่นแฉะ สามารถใช้น้ำประปาคำความสะอาดได้ และปรับแรงดันน้ำประปาเพิ่มขึ้น



ด้านผลิตภัณฑ์



ด้านบริการ

- การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ "รวดเร็ว"
- การประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว
- การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ "เรียบง่าย"

- เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับวัย (อายุ) ของลูกค้า
- ปรับปรุงเรื่องการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง
- ต้องการให้ได้รับข้อมูลข่าวสารเมื่อมีการประชาสัมพันธ์

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 2

2.การสนับสนุนที่ลูกค้าต้องการ

จำนวนความคิดเห็น

1	ลดราคาค่าน้ำประปา	139
2	จัดประเภทลูกค้าให้เหมาะสมกับข้อเท็จจริง	106
3	ฟรีค่าธรรมเนียมการชำระค่าน้ำประปาในทุกช่องทาง	83
4	ขยายเวลารับชำระค่าน้ำประปา	67
5	บริการรับชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิต	48
6	ให้สามารถใช้บาร์โค้ดในใบเสร็จได้ เมื่อต้องการชำระเงินผ่าน App ธนาคาร	35
7	ต้องการใบเสร็จรับเงินเมื่อชำระค่าน้ำประปาในวิธีต่างๆ ที่ไม่ใช่มาสาขา	27
8	ลดหรือยกเลิกค่าบริการทั่วไป	25
9	กปภ. ออกหน่วยรับชำระค่าบริการเป็นประจำทุกเดือน	18
10	ลดค่าปรับในการตัดมิเตอร์ให้ถูกลงหรือไม่มีค่าปรับ (ค่าประสาณมาตรฐานใหม่)	16
11	ให้สามารถชำระค่าไฟฟ้าที่ กปภ.สาขา ได้ด้วย	10

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 2

3.ความพึงพอใจต่อการให้บริการ
ของ กปภ.

1	การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.259 คะแนน
2	อาคาร-สถานที่	4.232 คะแนน
3	การให้บริการของพนักงาน	4.231 คะแนน
4	คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.123 คะแนน
5	ด้านข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.107 คะแนน
6	ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.103 คะแนน
7	การให้บริการหลังการขาย	4.095 คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 2

4.ความพึงพอใจ หาก กปภ.
ให้บริการเพิ่มเติม

อันดับ 1

บริการข้อมูล
PWA Contact
Center 1662



4.247

คะแนน

อันดับ 2

ชำระค่าบริการ
ต่างสาขา



4.205

คะแนน

อันดับ 3

ชำระค่าบริการ
โดยไม่ต้องลงจากรถ



4.194

คะแนน

อันดับ 4

บริการต่างๆ บน
Application



4.118

คะแนน

อันดับ 5

ทำธุรกรรมบน
Website



4.107

คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 2

5.ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ

อันดับ 1

ความไม่พึงพอใจ
ด้านอาคารสถานที่

4.000

คะแนน

อันดับ 1

ความไม่พึงพอใจ
บริการข้อมูล
ข่าวสาร สารสนเทศ

4.000

คะแนน

อันดับ 2

ความไม่พึงพอใจ
ด้านปริมาณน้ำ

3.591

คะแนน

อันดับ 3

ความไม่พึงพอใจ
บริการหลังการขาย

3.540

คะแนน

อันดับ 4

ความไม่พึงพอใจ
ด้านคุณภาพน้ำ

3.510

คะแนน

อันดับ 5

ความไม่พึงพอใจ
บริการของ
พนักงาน

3.000

คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 2

6.ความภักดีของลูกค้า
คิดเป็นร้อยละ 74.10

ราคาน้ำประปาของหน่วยงานอื่น	เปลี่ยน	ไม่เปลี่ยน	รวม (ราย)
สูงกว่า กปภ.	0	973	973
เท่ากับ กปภ.	38	935	973
ต่ำกว่า กปภ.	214	721	935

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 2

7.เหตุผลที่ลูกค้ายังคงเลือกใช้
น้ำประปาของ กปภ.

อันดับ 1

จำนวนความเห็น
108

กลัวความยุ่งยาก
ใช้เงินมาก

ร้อยละ

30.25

อันดับ 2

จำนวนความเห็น
92

บริการสาธารณูปโภค
ควรเป็นของรัฐ
เพื่อความมั่นคง

ร้อยละ

25.77

อันดับ 3

จำนวนความเห็น
78

เชื่อมั่นในความเป็น
รัฐวิสาหกิจของ กปภ.

ร้อยละ

21.85

อันดับ 4

จำนวนความเห็น
41

เอกชนจะค่าทำไร
เกินควร ไม่มีการ
ช่วยเหลือประชาชน

ร้อยละ

11.48

อันดับ 5

จำนวนความเห็น
38

ทรัพยากรน้ำเป็นของ
ประเทศชาติ ไม่ใช่
ของเอกชน

ร้อยละ

10.64

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 2

8.ทัศนคติความเชื่อมั่น
ที่มีต่อ กปภ.

1	ความเชื่อมั่นที่มีต่อบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ	4.331 คะแนน
2	ความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา	4.327 คะแนน
3	ความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	4.300 คะแนน
4	ความเชื่อมั่นที่มีต่อกระบวนการให้บริการ	4.288 คะแนน
5	ความเชื่อมั่นที่มีต่อความโปร่งใสขององค์กร	4.274 คะแนน
6	ความเชื่อมั่นที่มีต่อการแก้ปัญหาร้องเรียน	4.271 คะแนน
7	ความเชื่อมั่นที่มีต่อการบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.244 คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 2

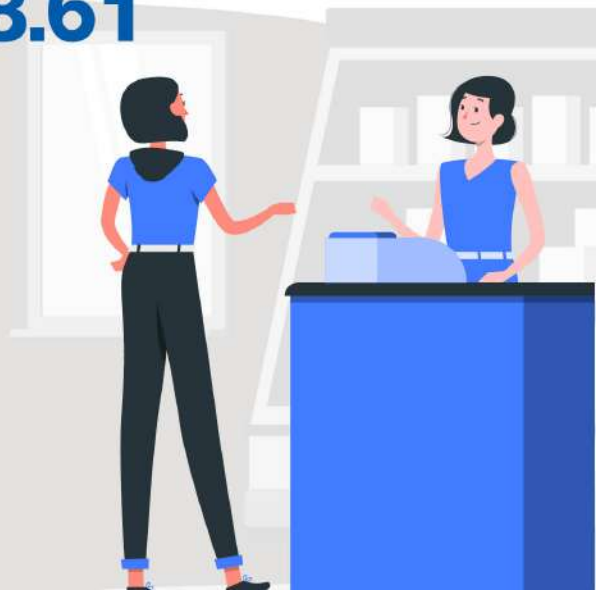
9.พฤติกรรมการณ์ชำระค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์
ผ่านระบบ Online / On Mobile ของลูกค้า กปภ.



10.พฤติกรรมการณ์ชำระค่าน้ำประปาของลูกค้า กปภ.

เดินทางไปชำระที่ กปภ. สาขา ร้อยละ

48.61



CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE
ลูกค้าประเภทที่ 2

11.การยอมรับที่จะยกเลิกชำระ
ค่าน้ำประปาที่ กปภ. สาขา

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

ร้อยละ

0.00

ร้อยละ

26.62

ร้อยละ

38.03

ร้อยละ

32.27

ร้อยละ

3.08

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 3

รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม
และธุรกิจขนาดใหญ่

ที่ทำการของรัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชน

.....
การอุตสาหกรรม

.....
สถานบริการและที่พัก

.....
ธนาคารพาณิชย์

.....
โรงพยาบาลเอกชน

.....
สถานศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษา

.....
สถานบริการเชื้อเพลิง

.....
การใช้น้ำชั่วคราว

.....
ธุรกิจการค้าขนาดใหญ่อื่นๆ

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 3

1.ความต้องการและความคาดหวัง

ความต้องการ

- น้ำประปามีแรงดันที่เพียงพอ
- น้ำประปาใสสะอาด
- น้ำประปาไม่มีรสชาติผิดปกติ

ความคาดหวัง

- น้ำประปามีแรงดันสม่ำเสมอ
- ปริมาณน้ำประปาเพียงพอต่อความต้องการ
- น้ำประปาใสสะอาด



ด้านผลิตภัณฑ์



ด้านบริการ

- การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ "รวดเร็ว"
- การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ "เรียบร้อย"
- การประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว

- การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่ทั่วถึงและทันเหตุการณ์

จำนวนความคิดเห็น

1	ฟรีค่าธรรมเนียมการชำระค่าน้ำประปาในทุกช่องทาง	11
2	ต้องการใบเสร็จรับเงินเมื่อชำระค่าน้ำประปาในวิธีต่างๆ ที่ไม่ใช่มาสาขา	9
3	ลดราคาค่าน้ำประปา	7
4	ขยายเวลารับชำระค่าน้ำประปา	6
5	ลดหรือยกเลิกค่าบริการทั่วไป	3
	จัดประเภทลูกค้าให้เหมาะสมกับข้อเท็จจริง	3
	บริการรับชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิต	2
6	ลดค่าปรับในการตัดมิเตอร์ให้ถูกลงหรือไม่มีค่าปรับ (ค่าประสาณมาตรใหม่)	2
	ให้สามารถใช้บาร์โค้ดในใบเสร็จได้ เมื่อต้องการชำระเงินผ่าน App ธนาคาร	2
7	กปภ. ออกหน่วยรับชำระค่าบริการเป็นประจำทุกเดือน	1

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 3

3.ความพึงพอใจต่อการให้บริการ
ของ กปภ.

1	การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.326 คะแนน
2	การให้บริการของพนักงาน	4.273 คะแนน
3	ด้านข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.185 คะแนน
4	อาคาร-สถานที่	4.183 คะแนน
5	คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.168 คะแนน
6	การให้บริการหลังการขาย	4.158 คะแนน
7	ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.074 คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 3

4.ความพึงพอใจ หาก กปภ.
ให้บริการเพิ่มเติม

อันดับ 1

บริการข้อมูล
PWA Contact
Center 1662



4.289

คะแนน

อันดับ 2

ชำระค่าบริการ
ต่างสาขา



4.218

คะแนน

อันดับ 3

ชำระค่าบริการ
โดยไม่ต้องลงจากรถ



4.193

คะแนน

อันดับ 4

ทำธุรกรรมบน
Website



4.168

คะแนน

อันดับ 5

บริการต่างๆ บน
Application



4.157

คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 3

5.ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ

อันดับ 1

ความไม่พึงพอใจ
ด้านคุณภาพน้ำ

4.000

คะแนน

อันดับ 2

ความไม่พึงพอใจ
ด้านปริมาณน้ำ

3.333

คะแนน

อันดับ 3

ความไม่พึงพอใจ
บริการหลังการขาย

3.200

คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 3

6.ความภักดีของลูกค้า
คิดเป็นร้อยละ 0.88

ราคาน้ำประปาของหน่วยงานอื่น

สูงกว่า กปภ.

เปลี่ยน

0

ไม่เปลี่ยน

197

รวม (ราย)

197

เท่ากับ กปภ.

1

196

197

ต่ำกว่า กปภ.

23

173

196

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 3

7.เหตุผลที่ลูกค้ายังคงเลือกใช้
น้ำประปาของ กปภ.

อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	
จำนวนความเห็น 27	จำนวนความเห็น 17	จำนวนความเห็น 9	จำนวนความเห็น 9	จำนวนความเห็น 3
บริการสาธารณูปโภค ควรเป็นของรัฐ เพื่อความมั่นคง	กลัวความยุ่งยาก ใช้เงินมาก	เชื่อมั่นในความเป็น รัฐวิสาหกิจของ กปภ.	ทรัพยากรน้ำเป็นของ ประเทศชาติ ไม่ใช่ ของเอกชน	เอกชนค่าทำไรเกินควร ไม่มีการช่วยเหลือ ประชาชน
ร้อยละ 41.54	ร้อยละ 26.15	ร้อยละ 13.85	ร้อยละ 13.85	ร้อยละ 4.62

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 3

8.ทัศนคติความเชื่อมั่น
ที่มีต่อ กปภ.

1	ความเชื่อมั่นที่มีต่อบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ	4.294 คะแนน
2	ความเชื่อมั่นที่มีต่อความโปร่งใสขององค์กร	4.279 คะแนน
3	ความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา	4.274 คะแนน
	ความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	
4	ความเชื่อมั่นที่มีต่อกระบวนการให้บริการ	4.239 คะแนน
	ความเชื่อมั่นที่มีต่อการแก้ปัญหาร้องเรียน	
5	ความเชื่อมั่นที่มีต่อการบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.183 คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 3

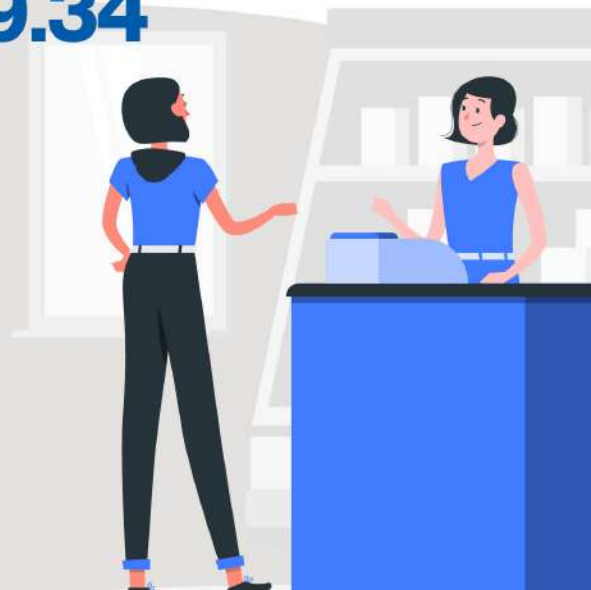
9.พฤติกรรมการณ์ชำระค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์
ผ่านระบบ Online / On Mobile ของลูกค้า กปภ.



10.พฤติกรรมการณ์ชำระค่าน้ำประปาของลูกค้า กปภ.

เดินทางไปชำระที่ กปภ. สาขา ร้อยละ

89.34



CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าประเภทที่ 3

11.การยอมรับที่จะยกเลิกชำระ
ค่าน้ำประปาที่ กปภ. สาขา

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

ร้อยละ

0.00

ร้อยละ

24.87

ร้อยละ

31.98

ร้อยละ

41.12

ร้อยละ

2.03

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าคาดหวังในอนาคต

ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่รอยต่อ
ระหว่างเขตรับผิดชอบของ
กปภ.สาขา กับพื้นที่นอกเขต
ซึ่งเป็นรอยต่อขยายจากพื้นที่
บริการปัจจุบัน

(จำนวน 500 ตัวอย่าง)

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าในอนาคต

1.การใช้น้ำเพื่อการอุปโภคและ การใช้น้ำเพื่อบริโภค (ดื่ม)

ใช้น้ำเพื่อการอุปโภคหรือเพื่อการผลิตจากแหล่งใด

ประปาหมู่บ้าน ประปาเทศบาล ประปาน้ำยวนอื่นๆ

จำนวนคำตอบ

ร้อยละ

500

93.63

บ่อบาดาล

34

6.37

534

100

ใช้น้ำเพื่อการบริโภค (ดื่ม) จากแหล่งใด

ชื่อน้ำบรรจุขวดดื่ม

500

84.03

ประปาหมู่บ้าน ประปาเทศบาล ประปาน้ำยวนอื่นๆ

72

12.10

น้ำฝน

18

3.03

แหล่งน้ำธรรมชาติ

3

0.50

บ่อบาดาล

2

0.34

595

100

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าในอนาคต

2. สัดส่วนความต้องการอยากจะเป็นลูกค้าของ กปภ.

ไม่แน่ใจ

24.00

ไม่ต้องการ

13.80

ต้องการ

62.20

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าในอนาคต

3. การตัดสินใจเปลี่ยนมาเป็นลูกค้าของ กปภ.
หรือไม่ ภายใต้ข้อสมมติราคา
น้ำประปา 3 ระดับ

	ใช้บริการ กปภ.	ไม่ใช้บริการ กปภ.	รวม
ถ้าราคาน้ำประปาของ กปภ.			
สูงกว่า กปภ.	311 ร้อยละ 62.20	189 ร้อยละ 37.80	500 ร้อยละ 100
เท่ากับ กปภ.	136 ร้อยละ 27.20	53 ร้อยละ 10.60	189 ร้อยละ 37.80
ต่ำกว่า กปภ.	52 ร้อยละ 10.40	0 0	52 ร้อยละ 10.40

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าในอนาคต

4. ความต้องการที่อยากให้ กปภ. ดำเนินการมากที่สุด

1	ปริมาณน้ำประปา	4.53 คะแนน
2	คุณภาพน้ำประปา	4.47 คะแนน
3	การให้บริการของพนักงาน	3.00 คะแนน
4	ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ	2.69 คะแนน
5	สิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร-สถานที่	2.54 คะแนน
6	บริการหลังการขาย	2.19 คะแนน
7	ข้อมูล สารสนเทศและข่าวสารที่ได้รับ	1.50 คะแนน
8	ช่องทางการรับฟังลูกค้า	1.27 คะแนน

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าในอนาคต

5. ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของ กปภ.

1	ให้ลดค่าน้ำประปาลง	47.96 คะแนน
2	ให้มีน้ำประปาคุณภาพดีใช้ตลอดเวลา	18.37 คะแนน
3	ให้ลดราคาติดตั้งประปาใหม่	9.95 คะแนน
4	ให้น้ำประปาไหลตลอดเวลา	5.36 คะแนน
	ขยายพื้นที่ให้บริการ	

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าในอนาคต

6. สัดส่วนลูกค้าที่คาดหวังในอนาคตที่ เคย และ ไม่เคย ติดต่อกับ กปภ.

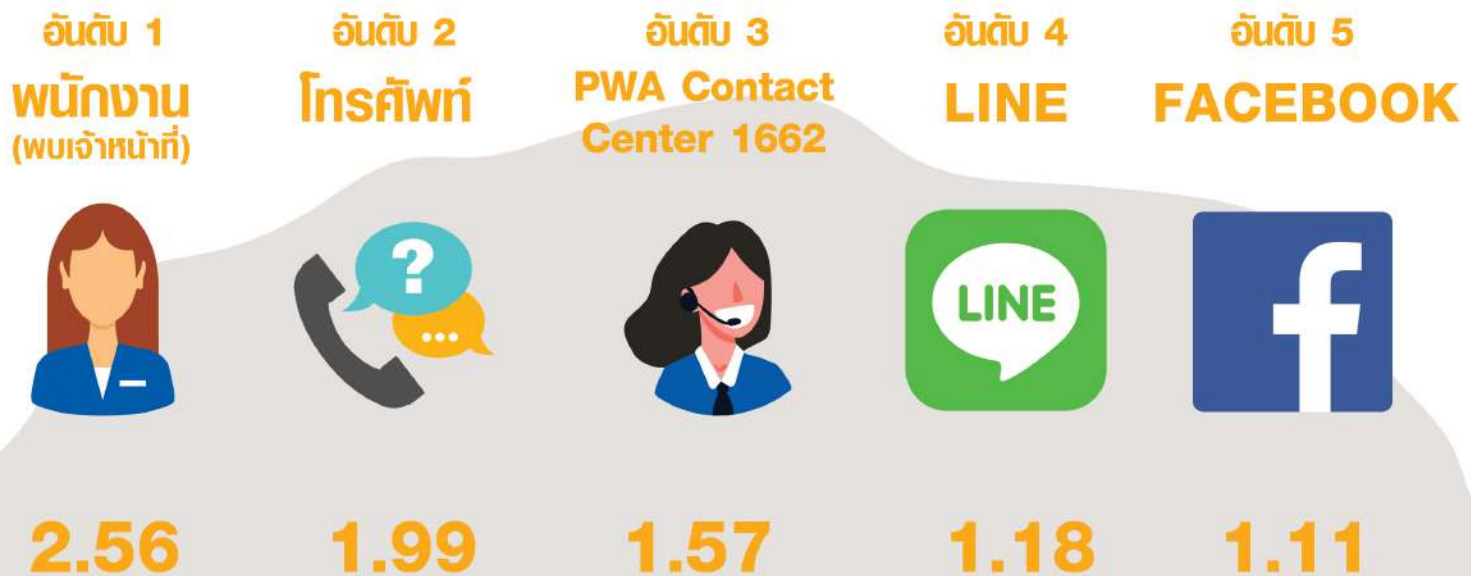
ไม่เคย
75.20%

เคย
24.80%

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าในอนาคต

7. ช่องทางติดต่อสื่อสารเชิงรับที่ลูกค้าคาดหวัง
ในอนาคตเลือกใช้เมื่อต้องการ
ติดต่อกับ กปภ.



CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าในอนาคต

8. ช่องทางติดต่อสื่อสารเชิงรุกที่ลูกค้าคาดหวังในอนาคตต้องการให้ กปก. เลือกใช้

1	รถประชาสัมพันธ์	2.94
2	บริการข้อความ SMS	2.49
3	วิทยุ	2.27
4	สื่อ online	1.95
5	สื่อของชุมชน	1.93
6	แฟนพับ ใบปลิว	1.74
7	หนังสือพิมพ์	1.00

CUSTOMER SEGMENTATION PROFILE

ลูกค้าในอนาคต

9. ทัศนคติด้านความเชื่อมั่น ที่มีต่อ กปภ.

1	ความเชื่อมั่นที่มีต่อการแก้ปัญหาร้องเรียน	4.222 คะแนน
2	ความเชื่อมั่นที่มีต่อบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ การช่วยเหลือชุมชน / สังคมและความรับผิดชอบต่อสังคม	4.204 คะแนน
3	ความเชื่อมั่นที่มีต่อการบริการลูกค้าผ่านระบบ IT	4.176 คะแนน
4	ความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา	4.172 คะแนน
5	ความเชื่อมั่นที่มีต่อความโปร่งใสขององค์กร	4.170 คะแนน
5	ความเชื่อมั่นที่มีต่อกระบวนการให้บริการ	4.170 คะแนน
5	ความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่	4.170 คะแนน
รวมทุกทัศนคติ		4.193 คะแนน

PWA SERVICE CHARTER

การประปาส่วนภูมิภาค
Provincial Waterworks Authority



กฎบัตรการให้บริการ ของ กปภ.
ความมุ่งมั่นของ กปภ.ในการส่งมอบ
บริการที่เป็นเลิศให้แก่ลูกค้า

PWA SERVICE CHARTER

กฎบัตรการให้บริการ การประปาส่วนภูมิภาค

การประปาส่วนภูมิภาค
Provincial Waterworks Authority





PWA SERVICE CHARTER

จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า
ที่จะได้รับบริการที่มีมาตรฐาน สร้างความ
พึงพอใจและประทับใจอีกทั้งยังเป็นแนวทาง
ที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์อันดี
ระหว่างลูกค้ากับ กปภ.

