



บทสรุปผู้บริหาร
รายงานผลการศึกษาคำพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ของการประปาส่วนภูมิภาค ประจำปีงบประมาณ 2564



โดย สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา
แห่งมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
1. บทนำ	1
2. ขนาดตัวอย่างสำรวจลูกค้า	1
3. การเลือกวิธีชำระค่าบริการและอื่นๆ	3
4. สรุปผลคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม ปีงบประมาณ 2551-2564	6
5. คะแนนความพึงพอใจในบริการ 7 ด้าน	8
6. คะแนนความพึงพอใจในบริการแต่ละด้าน จำแนกตามประเภทลูกค้า	9
7. คะแนนความคาดหวังในบริการ 7 ด้าน	13
8. ส่วนต่างความคาดหวังในบริการ	14
9. ทศนคติความเชื่อมั่นในภาพรวม	18
10. ความต้องการของลูกค้า	18
11. พัฒนาการความต้องการของลูกค้า	19
12. ความภักดีของลูกค้า	22
13. ความผูกพันของลูกค้า	22
14. ช่องทางติดต่อสื่อสารที่ลูกค้าเลือกใช้	24
15. ช่องทางติดต่อสื่อสารที่ลูกค้าต้องการเพิ่ม	27
16. ความพึงพอใจในช่องทางสื่อสาร	28
17. ความพึงพอใจโครงการช่วยเหลือชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมที่ กปภ. ดำเนินการ	29
18. สรุปผลเปรียบเทียบความเชี่ยวชาญของ กปภ. ระหว่างปีงบประมาณ 2562-2564	30
19. จำนวนและร้อยละงานบริการที่ลูกค้าเคยพบปัญหา	32
20. เปรียบเทียบผลการจัดอันดับบริการระหว่างหน่วยงาน ปีงบประมาณ 2559-2564	32
21. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	34
22. ลูกค้าคาดหวังในอนาคต	36
23. แนวทางปรับปรุงการให้บริการ	39
แผนเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันภักดีของลูกค้าต่อ กปภ.	39
แผนการเพิ่มลูกค้าใหม่ให้ กปภ.	42
แผนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.	43
ข้อเสนอแนะปรับปรุงบริการรายสาขา	45

สารบัญ

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 ขนาดตัวอย่างสำรวจ	1
ตารางที่ 2 การชำระค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ผ่านระบบ Online/On Mobile ของลูกค้า กปภ. ปี 2564	3
ตารางที่ 3 วิธีการชำระค่าน้ำประปาของลูกค้า กปภ. ปี 2564	4
ตารางที่ 4 สรุปผลคะแนนความพึงพอใจสำรวจในรอบ 8 ปี (2557-2564)	7
ตารางที่ 5 คะแนนความพึงพอใจในบริการ 7 ด้าน ปีงบประมาณ 2564	8
ตารางที่ 6 คะแนนความพึงพอใจในบริการ 7 ด้าน จำแนกตามประเภทลูกค้า ปีงบประมาณ 2564	9
ตารางที่ 7 คะแนนความพึงพอใจในบริการ 23 รายการ จำแนกตาม กปภ.เขต	11
ตารางที่ 8 คะแนนความคาดหวังในบริการ 7 ด้าน ปีงบประมาณ 2564	13
ตารางที่ 9 คะแนนความคาดหวังและความพึงพอใจในบริการ 7 ด้าน ปีงบประมาณ 2564	13
ตารางที่ 10 ส่วนต่างความคาดหวังในบริการ 23 รายการ	16
ตารางที่ 11 คะแนนความต้องการของลูกค้า จำแนกตามประเภทลูกค้า	19
ตารางที่ 12 การแสดงความคิดเห็นเรื่องนวัตกรรมการบริการที่ลูกค้ากล่าวถึง	21
ตารางที่ 13 คะแนนอันดับช่องทางที่ลูกค้า Gen Y นิยมเลือกใช้	25
ตารางที่ 14 คะแนนอันดับช่องทางที่ลูกค้า Gen X นิยมเลือกใช้	26
ตารางที่ 15 คะแนนอันดับช่องทางที่ลูกค้า Gen B นิยมเลือกใช้	27
ตารางที่ 16 เปรียบเทียบร้อยละความเชี่ยวชาญของ กปภ. ระหว่างปีงบประมาณ 2562-2564	31
ตารางที่ 17 สรุปผลเปรียบเทียบความคิดเห็น ดีเป็นที่ 1 ระหว่างหน่วยงาน ปีงบประมาณ 2559-2564	32
ตารางที่ 18 คะแนนความคาดหวัง คะแนนความพึงพอใจ และส่วนต่างความคาดหวังในภาพรวม ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีต่อ กปภ.	36
ตารางที่ 19 เหตุผลของการยังไม่ใช้บริการน้ำประปาของ กปภ. ปีงบประมาณ 2564	37
ตารางที่ 20 ปัจจัยภายในของ กปภ. กับการตัดสินใจเป็นลูกค้า กปภ. ปีงบประมาณ 2564	38
ตารางที่ 21 สรุปผลสำรวจความพึงพอใจในภาพรวมของลูกค้า กปภ.รายสาขา ปีงบประมาณ 2551 ถึงปีงบประมาณ 2564	51

สารบัญ

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 1 ร้อยละการยอมรับที่จะยกเลิกบริการชำระค่าน้ำประปาที่ กปภ.สาขา ปี 2563-2564	5
ภาพที่ 2 คะแนนความพึงพอใจในภาพรวม ปีงบประมาณ 2551-2564	7
ภาพที่ 3 ความพึงพอใจในภาพรวม ความพึงพอใจในบริการ และทัศนคติความเชื่อมั่น	18
ภาพที่ 4 ร้อยละของลูกค้าที่แสดงออกถึงความภักดี ในปีงบประมาณ 2557-2564 และค่าเฉลี่ยรวม 8 ปี	22
ภาพที่ 5 คะแนนความผูกพันของลูกค้า	23
ภาพที่ 6 ความผูกพันของลูกค้า จำแนกในรายละเอียดของความผูกพัน	24
ภาพที่ 7 คะแนนอันดับช่องทางที่ลูกค้านิยมเลือกใช้	25
ภาพที่ 8 ช่องทางสื่อสารที่ต้องการให้มีเพิ่มขึ้น ปีงบประมาณ 2564	27
ภาพที่ 9 คะแนนความพึงพอใจช่องทางติดต่อสื่อสาร ช่วงปีงบประมาณ 2557-2564	28
ภาพที่ 10 คะแนนความพึงพอใจช่องทางติดต่อสื่อสาร 11 ช่องทาง ปีงบประมาณ 2564 (ตามลำดับคะแนนมากไปน้อย)	29
ภาพที่ 11 ความพึงพอใจโครงการช่วยเหลือชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมของ กปภ.	30
ภาพที่ 12 ร้อยละของงานบริการที่ลูกค้าเคยพบปัญหา	32
ภาพที่ 13 ความพึงพอใจในภาพรวมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าที่มีต่อ กปภ.	34
ภาพที่ 14 ความพึงพอใจในความสัมพันธ์ บริการ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าที่มีต่อ กปภ.	35
ภาพที่ 15 ทัศนคติความเชื่อมั่น ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าที่มีต่อ กปภ.	35
ภาพที่ 16 สัดส่วนความต้องการอยากจะเป็นลูกค้าของ กปภ. จากผลสำรวจกลุ่มลูกค้า คาดหวังในอนาคต ปีงบประมาณ 2557-2564	37
ภาพที่ 17 การเชื่อมโยงประเด็นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันภักดีของลูกค้า	50

บทสรุปผู้บริหาร

1. บทนำ

โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564 เป็นโครงการศึกษาเพื่อรับฟังความคิดเห็นและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าปัจจุบัน และกลุ่มประชาชนที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าในอนาคต และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยสำรวจประเด็นความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ความภักดี ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ การบริการ และ ความรับผิดชอบสังคม เพื่อนำข้อมูลมาพิจารณากำหนดทิศทางและกลยุทธ์ในการขยายตัวของพันธกิจ ให้เสริมสร้างความยั่งยืนแก่องค์กร ตลอดจนกำหนดแนวทางปฏิบัติในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การให้บริการและการบริหารงานของ กปภ. ให้สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. ขนาดตัวอย่างสำรวจลูกค้า

2.1 ลูกค้าปัจจุบันของ กปภ. กำหนดขนาดตัวอย่างสำรวจลูกค้าปัจจุบันรวม 5,000 ตัวอย่างใน 50 กปภ.สาขาสำรวจ โดยแต่ละ กปภ.เขต กำหนดให้สำรวจ กปภ.สาขาตัวแทน กปภ.เขตละ 5 กปภ.สาขา จำนวนตัวอย่างสำรวจลูกค้าปัจจุบันรวม กปภ.เขตละ 500 ตัวอย่าง (ตารางที่ 1) ดังนี้

ตารางที่ 1 ขนาดตัวอย่างสำรวจ

กปภ.เขต	จำนวนสาขา	จำนวนตัวอย่าง
กปภ.เขต 1	5 สาขา	500 ตัวอย่าง
กปภ.เขต 2	5 สาขา	500 ตัวอย่าง
กปภ.เขต 3	5 สาขา	500 ตัวอย่าง
กปภ.เขต 4	5 สาขา	500 ตัวอย่าง
กปภ.เขต 5	5 สาขา	500 ตัวอย่าง
กปภ.เขต 6	5 สาขา	500 ตัวอย่าง
กปภ.เขต 7	5 สาขา	500 ตัวอย่าง
กปภ.เขต 8	5 สาขา	500 ตัวอย่าง
กปภ.เขต 9	5 สาขา	500 ตัวอย่าง
กปภ.เขต 10	5 สาขา	500 ตัวอย่าง
รวม 10 เขต	50 สาขา	5,000 ตัวอย่าง

ทั้งนี้ กปภ.สาขาสำรวจที่ได้รับการคัดเลือกในปี 2564

- กปภ.เขต 1 ได้แก่ กปภ.สาขาสระแก้ว กปภ.สาขาบ้านบึง กปภ.สาขาพนัสนิคม กปภ.สาขาชลบุรี (พ) และ กปภ.สาขาพัทยา (พ)
- กปภ.เขต 2 ได้แก่ กปภ.สาขาโชคชัย กปภ.สาขาปากช่อง กปภ.สาขาปทุมธานี กปภ.สาขาพระนครศรีอยุธยา (พ) และ กปภ.สาขารังสิต (พ)
- กปภ.เขต 3 ได้แก่ กปภ.สาขาปากท่อ กปภ.สาขาศรีประจันต์ กปภ.สาขาสวนผึ้ง กปภ.สาขาสมุทรสงคราม และ กปภ.สาขาสมุทรสาคร
- กปภ.เขต 4 ได้แก่ กปภ.สาขาพังงา กปภ.สาขาอ่าวลึก กปภ.สาขากระบี่ กปภ.สาขาเกาะสมุย และ กปภ.สาขาสุราษฎร์ธานี (พ)
- กปภ.เขต 5 ได้แก่ กปภ.สาขาระนอง กปภ.สาขาห้วยยอด กปภ.สาขาสตูล กปภ.สาขาสงขลา และ กปภ.สาขาหาดใหญ่ (พ)
- กปภ.เขต 6 ได้แก่ กปภ.สาขาแก้งคร้อ กปภ.สาขาบ้านไผ่ กปภ.สาขาชัยภูมิ กปภ.สาขาร้อยเอ็ด และ กปภ.สาขาขอนแก่น (พ)
- กปภ.เขต 7 ได้แก่ กปภ.สาขาวังสะพุง กปภ.สาขาศรีเชียงใหม่ กปภ.สาขาสว่างแดนดิน กปภ.สาขากุมภวาปี และ กปภ.สาขาอุดรธานี (พ)
- กปภ.เขต 8 ได้แก่ กปภ.สาขากันทรลักษ์ กปภ.สาขาเลิงนกทา กปภ.สาขาอำนาจเจริญ กปภ.สาขานบุรีรัมย์ และ กปภ.สาขาอุบลราชธานี
- กปภ.เขต 9 ได้แก่ กปภ.สาขาเถิน กปภ.สาขาฝาง กปภ.สาขาแม่ริม กปภ.สาขาลำปาง และ กปภ.สาขาเชียงใหม่ (พ)
- กปภ.เขต 10 ได้แก่ กปภ.สาขาตะพานหิน กปภ.สาขาศรีสำโรง กปภ.สาขาอุตรดิตถ์ กปภ.สาขากำแพงเพชร และ กปภ.สาขาสุโขทัย

2.2 ลูกค้ายาคาดหวังในอนาคตของ กปภ. กำหนดขนาดตัวอย่างสำรวจลูกค้ายาคาดหวังในอนาคต รวม 500 ตัวอย่างในพื้นที่รอยต่อขยายจากพื้นที่ให้บริการปัจจุบันของแต่ละ กปภ.สาขาสำรวจ โดยกำหนดให้สำรวจลูกค้ายาคาดหวังในอนาคต กปภ.สาขาสำรวจละ 10 ตัวอย่าง (50 กปภ.สาขาสำรวจ x 10 ตัวอย่าง เท่ากับ สำรวจลูกค้ายาคาดหวังในอนาคตรวม 500 ตัวอย่าง)

2.3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ. กำหนดขนาดตัวอย่างสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ. จำนวน รวม 500 ตัวอย่าง (สำรวจจริง 526 ตัวอย่าง) โดยจำแนกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1.รัฐบาล (กระทรวงต้นสังกัด/ผู้ถือหุ้นภาครัฐ/หน่วยงานกำหนดนโยบายกำกับดูแล) 2.คู่ค้า/ผู้ส่งมอบและเจ้าหน้าที่ 3.คู่ความร่วมมือ 4.คู่แข่ง (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) และ 5.ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่อยู่ในพื้นที่รับผิดชอบของแต่ละ กปภ.สาขาสำรวจ (50 สาขา)

3 การเลือกวิธีชำระค่าบริการและอื่นๆ

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างลูกค้า กปภ. จำนวน 5,000 ราย ว่าปัจจุบันท่านชำระค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ผ่านระบบ Online/On Mobile ใช้หรือไม่ Online/On Mobile หมายถึง การชำระค่าบริการผ่านตัวแทน (เคาน์เตอร์เซอร์วิส 7-Eleven) ผ่านระบบหักบัญชีธนาคาร ผ่านตู้รับฝากอัตโนมัติ (ATM ตู้เติมเงิน) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผ่าน Application บนมือถือ เป็นต้น ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเดินทางไปชำระค่าบริการ ณ สำนักงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ที่โอที พบว่า ลูกค้า กปภ. ร้อยละ 57.50 ในปี 2562 ร้อยละ 54.96 ในปี 2563 และร้อยละ 60.76 ในปี 2564 เลือกวิธีชำระค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ผ่านระบบ Online/On Mobile ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างชัดเจนในปี 2564 และคาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในอนาคตตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 การชำระค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ผ่านระบบ Online/On Mobile ของลูกค้า กปภ. ปี 2564

รายการ	จำนวน			ร้อยละการชำระผ่านระบบ Online/On Mobile
	รวม	ไม่ชำระผ่านระบบ Online/On Mobile	ชำระผ่านระบบ Online/On Mobile	
รวมทุกประเภทลูกค้า	5,000	2,875	2,125	57.50 (ปี 2562)
	5,000	2,748	2,252	54.96 (ปี 2563)
	5,000	1,962	3,038	60.76 (ปี 2564)
ที่อยู่อาศัย	4,034	1,596	2,438	60.44
ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก	775	298	477	61.55
รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่	191	68	123	64.40
ขนาดของ กปภ.สาขา				
กปภ.สาขาขนาดเล็ก	1,760	761	999	56.76
กปภ.สาขาขนาดกลาง	1,320	529	791	59.92
กปภ.สาขาขนาดใหญ่	700	240	460	65.71
กปภ.สาขาชั้นพิเศษ	1,220	432	788	64.59
กปภ.ภาค				
กปภ.ภาค 1	1,000	397	603	60.30
กปภ.ภาค 2	1,000	395	605	60.50
กปภ.ภาค 3	1,000	369	631	63.10
กปภ.ภาค 4	1,000	460	540	54.00
กปภ.ภาค 5	1,000	341	659	65.90

รายการ	จำนวน			ร้อยละการชำระผ่านระบบ Online/On Mobile
	รวม	ไม่ชำระผ่านระบบ Online/On Mobile	ชำระผ่านระบบ Online/On Mobile	
กปภ.เขต				
กปภ.เขต 1	500	121	379	75.80
กปภ.เขต 2	500	248	252	50.40
กปภ.เขต 3	500	212	288	57.60
กปภ.เขต 4	500	165	335	67.00
กปภ.เขต 5	500	176	324	64.80
กปภ.เขต 6	500	208	292	58.40
กปภ.เขต 7	500	187	313	62.60
กปภ.เขต 8	500	248	252	50.40
กปภ.เขต 9	500	176	324	64.80
กปภ.เขต 10	500	221	279	55.80

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

สำหรับวิธีการชำระค่าน้ำประปาของลูกค้า กปภ. ในปี 2562 พบว่า ในภาพรวม มีลูกค้า กปภ. ร้อยละ 53.04 เลือกชำระค่าน้ำประปาด้วยวิธีเดินทางไปชำระค่าน้ำประปาที่ กปภ.สาขา ส่วนในปี 2563 ร้อยละ 44.22 และปี 2564 ร้อยละ 43.54 ลดลงตามลำดับ และคาดว่าจะมีแนวโน้มลดลงในอนาคต ตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยคาดว่าจะลูกค้าจะเลือกใช้วิธีชำระค่าน้ำประปาผ่าน Application บนโทรศัพท์มือถือมากขึ้น เนื่องจากเป็นวิธีที่สะดวก ไม่เสียค่าธรรมเนียม และ Application ของธนาคารพาณิชย์ มีฟังก์ชันการใช้งานที่สะดวก (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 วิธีการชำระค่าน้ำประปาของลูกค้า กปภ. ปี 2564

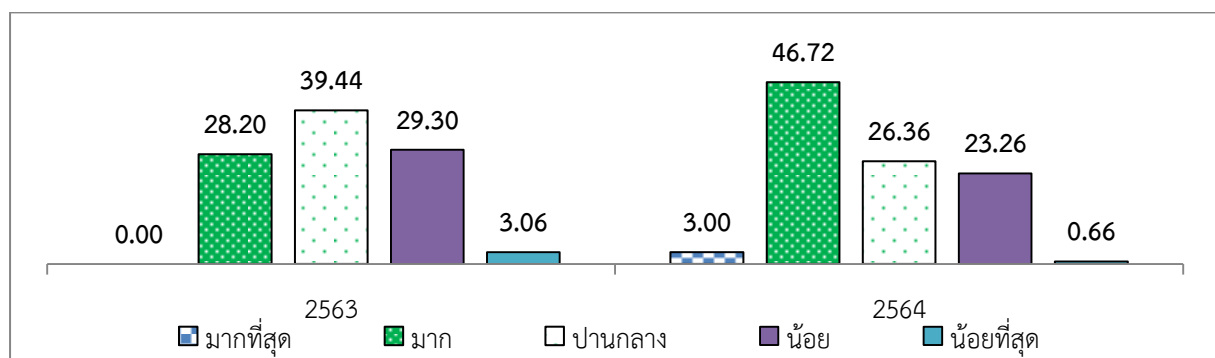
รายการ	จำนวน			ร้อยละเดินทางไปชำระที่ กปภ.สาขา
	รวม	เดินทางไปชำระที่ กปภ.สาขา	ไม่เดินทางไปชำระที่ กปภ.สาขา	
รวมทุกประเภทลูกค้า	5,000	2,652	2,348	53.04 (ปี 2562)
	5,000	2,211	2,789	44.22 (ปี 2563)
	5,000	2,177	2,823	43.54 (ปี 2564)
ที่อยู่อาศัย	4,034	1,759	2,275	43.60
ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก	775	343	432	44.26
รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่	191	75	116	39.27
ขนาดของ กปภ.สาขา				
กปภ.สาขาขนาดเล็ก	1,760	863	897	49.03
กปภ.สาขาขนาดกลาง	1,320	547	773	41.44
กปภ.สาขาขนาดใหญ่	700	263	437	37.57
กปภ.สาขาชั้นพิเศษ	1,220	504	716	41.31

รายการ	จำนวน			ร้อยละเดินทางไป ชำระที่ กปภ.สาขา
	รวม	เดินทางไปชำระ ที่ กปภ.สาขา	ไม่เดินทางไปชำระ ที่ กปภ.สาขา	
กปภ.ภาค				
กปภ.ภาค 1	1,000	397	603	39.70
กปภ.ภาค 2	1,000	429	571	42.90
กปภ.ภาค 3	1,000	389	611	38.90
กปภ.ภาค 4	1,000	477	523	47.70
กปภ.ภาค 5	1,000	485	515	48.50
กปภ.เขต				
กปภ.เขต 1	500	141	359	28.20
กปภ.เขต 2	500	265	235	53.00
กปภ.เขต 3	500	212	288	42.40
กปภ.เขต 4	500	214	286	42.80
กปภ.เขต 5	500	271	229	54.20
กปภ.เขต 6	500	242	258	48.40
กปภ.เขต 7	500	187	313	37.40
กปภ.เขต 8	500	248	252	49.60
กปภ.เขต 9	500	176	324	35.20
กปภ.เขต 10	500	221	279	44.20

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ 2564

ดังนั้น เมื่อสอบถามลูกค้าว่า “ถ้าในอนาคต กปภ. ยกเลิกบริการรับชำระค่าน้ำประปาที่เคาน์เตอร์สาขา โดยให้ท่านชำระผ่านระบบอื่น เช่น Online/OnMobile ผ่านระบบหักบัญชีธนาคารผ่านระบบตัวแทนต่างๆ ท่านจะยอมรับได้มากน้อยเพียงใด” ผลสำรวจพบว่า ปี 2563 ลูกค้าส่วนใหญ่รับได้ในระดับ “ปานกลาง” (ร้อยละ 39.44) แต่ในปี 2564 ลูกค้าส่วนใหญ่รับได้ในระดับ “มาก” (ร้อยละ 46.72) (ภาพที่ 1)

ภาพที่ 1 ร้อยละการยอมรับที่จะยกเลิกบริการชำระค่าน้ำประปาที่ กปภ.สาขา ปี 2563-2564



ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ 2563-2564

4 สรุปผลคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม ปีงบประมาณ 2551-2564

คะแนนความพึงพอใจในภาพรวมของลูกค้า เป็นความรู้สึกที่สามารถแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ “พึงพอใจมากที่สุด” “พึงพอใจมาก” “พึงพอใจปานกลาง” “พึงพอใจน้อย” และ “พึงพอใจน้อยที่สุด” ที่ลูกค้ารับรู้ผ่านประสบการณ์ตรง จากการให้บริการของ กปภ. 7 ด้าน 23 รายการ และรวมถึงทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อ กปภ.

พบว่า ปีงบประมาณ 2564 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ **4.116 คะแนน** อยู่ในเกณฑ์ “พึงพอใจมาก” ลดลงจากปีงบประมาณ 2563 จำนวน 0.069 คะแนน (ปีงบประมาณ 2563 เท่ากับ 4.185 คะแนน) แต่ยังคงสามารถรักษาระดับคะแนนความพึงพอใจสูงกว่าปีสำรวจ 2551-2562 (12 ปี) โดยมีอัตราการเพิ่มของคะแนนในช่วง 14 ปี (2551-2564) เท่ากับ **1.304%** (ภาพที่ 2)

ผลสำรวจปี 2551 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 3.580 คะแนน

ผลสำรวจปี 2552 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 3.700 คะแนน

ผลสำรวจปี 2553 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 3.610 คะแนน

ผลสำรวจปี 2554 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 3.390 คะแนน

ผลสำรวจปี 2555 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 3.735 คะแนน

ผลสำรวจปี 2556 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 3.970 คะแนน

ผลสำรวจปี 2557 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 4.083 คะแนน

ผลสำรวจปี 2558 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 4.020 คะแนน

ผลสำรวจปี 2559 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 4.031 คะแนน

ผลสำรวจปี 2560 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 4.000 คะแนน

ผลสำรวจปี 2561 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 4.048 คะแนน

ผลสำรวจปี 2562 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 4.102 คะแนน

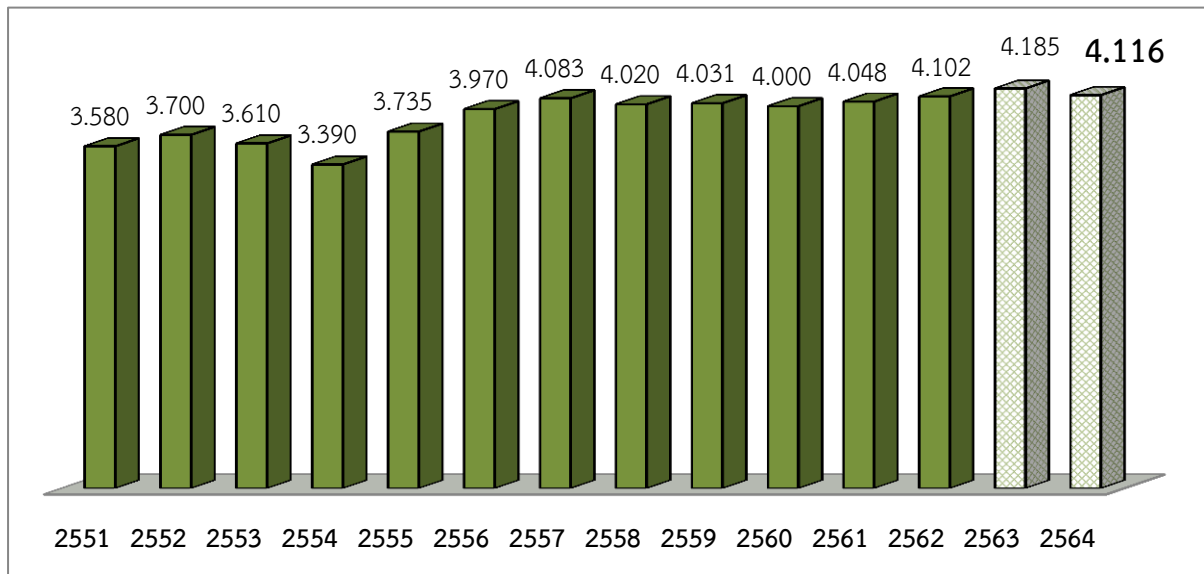
ผลสำรวจปี 2563 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม 4.185 คะแนน

ผลสำรวจปี 2564 กปภ. ได้รับคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม **4.116 คะแนน**

เกณฑ์การพิจารณาและความหมายของผลคะแนน

ช่วงเกณฑ์เฉลี่ย ความพึงพอใจ
เกณฑ์เฉลี่ย 4.21 ถึง 5.00 จัดเป็นกลุ่ม พึงพอใจมากที่สุด
เกณฑ์เฉลี่ย 3.41 ถึง 4.20 จัดเป็นกลุ่ม พึงพอใจมาก
เกณฑ์เฉลี่ย 2.61 ถึง 3.40 จัดเป็นกลุ่ม พึงพอใจปานกลาง
เกณฑ์เฉลี่ย 1.81 ถึง 2.60 จัดเป็นกลุ่ม พึงพอใจน้อย
เกณฑ์เฉลี่ย 1.00 ถึง 1.80 จัดเป็นกลุ่ม พึงพอใจน้อยที่สุด

ภาพที่ 2 คะแนนความพึงพอใจในภาพรวม ปีงบประมาณ 2551-2564



ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2551-2564

ตารางที่ 4 สรุปผลคะแนนความพึงพอใจสำรวจในรอบ 8 ปี (2557-2564)

ความพึงพอใจในภาพรวม	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	% การเปลี่ยนแปลง
ลูกค้าประเภทที่ 1 (ที่พักอาศัย)									
มีอัตราการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจในภาพรวมที่มีต่อ กปภ. ในรอบ 8 ปี อยู่ที่ร้อยละ -1.12									
ประเภทที่ 1	4.090	4.033	4.055	4.017	4.063	4.105	4.183	4.116	-1.12
ลูกค้าประเภทที่ 2 (ธุรกิจขนาดเล็ก และหน่วยงานราชการ)									
มีอัตราการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจในภาพรวมที่มีต่อ กปภ. ในรอบ 8 ปี อยู่ที่ร้อยละ -0.78									
ประเภทที่ 2	4.032	4.025	3.963	3.976	3.980	4.105	4.189	4.111	-0.78
ลูกค้าประเภทที่ 3 (ธุรกิจขนาดใหญ่ อุตสาหกรรม และรัฐวิสาหกิจ)									
มีอัตราการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจในภาพรวมที่มีต่อ กปภ. ในรอบ 8 ปี อยู่ที่ร้อยละ -0.65									
ประเภทที่ 3	4.061	3.921	3.915	3.972	4.103	4.069	4.212	4.137	-0.65
ลูกค้าในพื้นที่บริการของ กปภ.สาขาขนาดเล็ก									
มีอัตราการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจในภาพรวมที่มีต่อ กปภ. ในรอบ 8 ปี อยู่ที่ร้อยละ -0.37									
กปภ.สาขาขนาดเล็ก	4.149	4.062	4.007	3.967	4.078	4.096	4.170	4.105	-0.37
ลูกค้าในพื้นที่บริการของ กปภ.สาขานาขนาดกลาง									
มีอัตราการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจในภาพรวมที่มีต่อ กปภ. ในรอบ 8 ปี อยู่ที่ร้อยละ -0.95									
กปภ.สาขานาขนาดกลาง	4.039	4.023	4.039	3.972	4.015	4.089	4.185	4.114	-0.95

ลูกค้าในพื้นที่บริการของ กปภ.สาขาขนาดใหญ่									
มีอัตราการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจในภาพรวมที่มีต่อ กปภ. ในรอบ 8 ปี อยู่ที่ร้อยละ -0.49									
กปภ.สาขาขนาดใหญ่	4.018	3.734	3.991	4.000	3.983	4.098	4.201	4.127	-0.49
ลูกค้าในพื้นที่บริการของ กปภ.สาขาชั้นพิเศษ									
มีอัตราการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจในภาพรวมที่มีต่อ กปภ. ในรอบ 8 ปี อยู่ที่ร้อยละ -1.64									
กปภ.สาขาชั้นพิเศษ	4.081	4.049	4.117	4.099	4.102	4.135	4.199	4.129	-1.64

5 คะแนนความพึงพอใจในบริการ 7 ด้าน

ผลสำรวจปี 2564 ในบริการ 7 ด้าน พบว่า บริการที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า มากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ 1.ด้านอาคาร-สถานที่ (4.199 คะแนน) 2.ด้านการให้บริการของพนักงาน (4.197 คะแนน) และ 3.ด้านการชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ (4.194 คะแนน) (ตารางที่ 5)

สอดคล้องกับผลสำรวจปี 2563 ผลสำรวจปี 2563 บริการ 7 ด้าน พบว่า บริการที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า มากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ 1.ด้านอาคาร-สถานที่ (4.244 คะแนน) 2.ด้านการให้บริการของพนักงาน (4.242 คะแนน) และ 3.ด้านการชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ (4.238 คะแนน) และสอดคล้องกับผลสำรวจปี 2562 ที่บริการทั้ง 3 ด้านดังกล่าว สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า มากที่สุด 3 อันดับแรกเช่นกัน (ปี 2562 อันดับ 1 ด้านการชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ (4.167 คะแนน) อันดับ 2 ด้านการให้บริการของพนักงาน (4.144 คะแนน) และ อันดับ 3 ด้านอาคาร-สถานที่ (4.123 คะแนน)

ตารางที่ 5 คะแนนความพึงพอใจในบริการ 7 ด้าน ปีงบประมาณ 2564

รายการ	คะแนนเฉลี่ย	Top 2 Box
ความพึงพอใจในภาพรวม	4.116	87.95
ความพึงพอใจในบริการ	4.095	86.41
คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.036	82.24
ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.021	81.29
การให้บริการของพนักงาน	4.197	92.43
อาคาร-สถานที่	4.199	91.82
การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.194	92.37
การให้บริการหลังการขาย	3.999	80.93
ด้านข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.029	84.64

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

6 คะแนนความพึงพอใจในบริการแต่ละด้าน จำแนกตามประเภทลูกค้า

เมื่อจำแนกผลสำรวจตามประเภทลูกค้า พบว่า **ลูกค้าประเภทธุรกิจขนาดใหญ่ อุตสาหกรรม รัฐวิสาหกิจ** ให้คะแนนความพึงพอใจในภาพรวม (รวม 7 ด้าน 23 รายการ) **มากที่สุด** 4.137 คะแนน เป็นผลมาจากความพึงพอใจในบริการ (4.124 คะแนน) และทัศนคติความเชื่อมั่น (4.179 คะแนน)

ปีงบประมาณ 2564 ผลสำรวจบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ **มากที่สุด** จำแนกตามประเภทลูกค้า พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจบริการของ กปภ. มากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านอาคาร-สถานที่ (4.199 คะแนน) 2.ด้านการให้บริการของพนักงาน (4.197 คะแนน) และ 3.ด้านการชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ (4.194 คะแนน) สอดคล้องกันทั้ง 3 ประเภทลูกค้า (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 คะแนนความพึงพอใจในบริการ 7 ด้าน จำแนกตามประเภทลูกค้า ปีงบประมาณ 2564

รายการ	รวม	ที่อยู่อาศัย	ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก	รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่
ความพึงพอใจในภาพรวม	4.116	4.116	4.111	4.137
ความพึงพอใจในบริการ	4.095	4.095	4.090	4.124
คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.036	4.039	4.025	4.016
ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.021	4.021	4.003	4.092
การให้บริการของพนักงาน	4.197	4.198	4.191	4.215
อาคาร-สถานที่	4.199	4.194	4.217	4.217
การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.194	4.196	4.166	4.259
การให้บริการหลังการขาย	3.999	3.995	4.017	4.015
ด้านข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.029	4.029	4.021	4.063

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

ลูกค้าประเภทที่ 1 (ที่อยู่อาศัย) พึงพอใจ “การให้บริการของพนักงาน” มากที่สุด (4.198 คะแนน) ลูกค้าประเภทที่ 2 (ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก) พึงพอใจ “อาคารสถานที่” มากที่สุด (4.217 คะแนน) และลูกค้าประเภทที่ 3 (รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่) พึงพอใจ “การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ” มากที่สุด (4.259 คะแนน)

กล่าวได้ว่า **จุดแข็ง** ในงานบริการของ กปภ. คือ “อาคารสถานที่” “การให้บริการของพนักงาน” “การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ” ซึ่งเป็นจุดแข็งที่ลูกค้าส่วนใหญ่ของ กปภ. เห็นพ้องต้องกัน และสอดคล้องกับผลสำรวจในปี 2563 (ดูตารางที่ 4.3 ผลคะแนนปี 2563 ประกอบ)

จุดอ่อน ในงานบริการของ กปภ. คือ การจัดการข้อร้องเรียน เรื่อง “การประชาสัมพันธ์การหยุดจำหน่ายน้ำชั่วคราว” และ “การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่” เป็นหมวดที่มีผลสำรวจคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด เมื่อเทียบกับหมวดบริการอื่นๆ

กปภ.เขต 1 พบปัญหาความพึงพอใจน้อย เรื่อง ปริมาณน้ำประปาที่ไหล และการประชาสัมพันธ์การหยุดจำหน่ายน้ำชั่วคราว

กปภ.เขต 2 พบปัญหาความพึงพอใจน้อย เรื่อง การประชาสัมพันธ์การหยุดจำหน่ายน้ำชั่วคราว การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “รวดเร็ว” และ ความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ

กปภ.เขต 3 และ กปภ.เขต 4 พบปัญหาความพึงพอใจน้อย เรื่อง คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์) ปริมาณน้ำประปาที่ไหล การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ การประชาสัมพันธ์การหยุดจำหน่ายน้ำชั่วคราว การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “รวดเร็ว” การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “เรียบร้อย” และ ความรวดเร็วของข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์

กปภ.เขต 5 พบปัญหาความพึงพอใจน้อย เรื่อง การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ การประชาสัมพันธ์การหยุดจำหน่ายน้ำชั่วคราว และความรวดเร็วของข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์

กปภ.เขต 6 พบปัญหาความพึงพอใจน้อย เรื่อง การประชาสัมพันธ์การหยุดจำหน่ายน้ำชั่วคราว

กปภ.เขต 7 พบปัญหาความพึงพอใจน้อย เรื่อง การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ การประชาสัมพันธ์การหยุดจำหน่ายน้ำชั่วคราว การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “รวดเร็ว” และความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ

กปภ.เขต 8 พบปัญหาความพึงพอใจน้อย เรื่อง การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ การประชาสัมพันธ์การหยุดจำหน่ายน้ำชั่วคราว และการจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “รวดเร็ว”

กปภ.เขต 9 พบปัญหาความพึงพอใจน้อย เรื่อง น้ำประปามีไข้อย่างเพียงพอ การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ การประชาสัมพันธ์การหยุดจำหน่ายน้ำชั่วคราว การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “รวดเร็ว” และการจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “เรียบร้อย”

กปภ.เขต 10 พบปัญหาความพึงพอใจน้อย เรื่อง การประชาสัมพันธ์การหยุดจำหน่ายน้ำชั่วคราว

ตารางที่ 7 คะแนนความพึงพอใจในบริการ 23 รายการ จำแนกตาม กปภ.เขต

รายการ	กปภ.เขต									
	เขต 1	เขต 2	เขต 3	เขต 4	เขต 5	เขต 6	เขต 7	เขต 8	เขต 9	เขต 10
ความพึงพอใจในภาพรวม	4.123	4.115	4.092	4.091	4.098	4.127	4.129	4.141	4.129	4.119
ความพึงพอใจในบริการ	4.105	4.095	4.062	4.059	4.084	4.108	4.109	4.123	4.106	4.101
คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.039	4.011	3.976	3.974	4.051	4.043	4.069	4.084	4.066	4.050
1. น้ำประปาใสสะอาด	4.038	4.004	3.976	3.980	4.058	4.030	4.056	4.106	4.064	4.058
2. น้ำประปาไม่มีรสชาติผิดปกติ	4.030	4.016	3.976	3.962	4.050	4.068	4.114	4.106	4.084	4.054
3. น้ำประปาไม่มีกลิ่นเหม็น	4.048	4.014	3.976	3.980	4.046	4.030	4.036	4.040	4.050	4.038
ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	3.985	4.025	3.947	3.989	4.049	4.024	4.016	4.095	4.013	4.071
1. น้ำประปามีแรงดันที่เพียงพอ	3.986	4.024	3.940	3.996	4.040	4.050	4.038	4.130	4.044	4.068
2. น้ำประปามีความสม่ำเสมอและต่อเนื่องในการไหล	3.992	4.020	3.960	3.990	4.052	4.014	4.010	4.082	4.010	4.072
3. น้ำประปามีใช้อย่างเพียงพอ	3.978	4.032	3.942	3.982	4.054	4.008	4.000	4.072	3.984	4.072
การให้บริการของพนักงาน	4.180	4.223	4.165	4.176	4.178	4.187	4.221	4.217	4.235	4.192
1. พนักงานมีมารยาท	4.194	4.236	4.170	4.188	4.182	4.226	4.218	4.238	4.266	4.202
2. พนักงานมีความกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า	4.176	4.230	4.160	4.164	4.182	4.176	4.240	4.234	4.254	4.196
3. พนักงานมีความรู้ ความสามารถในหน้าที่รับผิดชอบ	4.152	4.188	4.132	4.154	4.154	4.158	4.212	4.182	4.214	4.172
4. พนักงานแต่งกายสุภาพให้เกียรติลูกค้า	4.198	4.236	4.196	4.198	4.194	4.188	4.212	4.214	4.206	4.196
อาคาร-สถานที่	4.202	4.202	4.202	4.181	4.173	4.198	4.211	4.216	4.205	4.197
1. อาคารสถานที่มีความสะอาด	4.208	4.218	4.216	4.192	4.174	4.202	4.204	4.214	4.194	4.206
2. มีความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก	4.196	4.186	4.188	4.170	4.172	4.194	4.218	4.218	4.216	4.188
การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.193	4.185	4.192	4.161	4.163	4.202	4.221	4.229	4.221	4.176
1. การชำระค่าน้ำประปาทำได้อย่างรวดเร็ว	4.200	4.196	4.210	4.164	4.174	4.216	4.226	4.244	4.226	4.186
2. กระบวนการให้บริการมีความสะดวก	4.174	4.184	4.192	4.156	4.168	4.198	4.238	4.258	4.230	4.188
3. การชำระค่าบริการมีความถูกต้อง	4.206	4.194	4.218	4.190	4.192	4.226	4.256	4.258	4.260	4.204
4. การมีช่องทางบริการที่หลากหลาย	4.192	4.164	4.146	4.134	4.118	4.166	4.164	4.154	4.166	4.124



รายการ	กปภ.เขต									
	เขต 1	เขต 2	เขต 3	เขต 4	เขต 5	เขต 6	เขต 7	เขต 8	เขต 9	เขต 10
การให้บริการหลังการขาย	4.051	4.003	3.972	3.954	3.984	4.042	3.997	4.003	3.973	4.012
1.การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่	4.038	4.024	3.944	3.920	3.962	4.000	3.986	3.990	3.930	4.002
2.การประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว	3.982	3.966	3.954	3.944	3.948	3.972	3.940	3.968	3.946	3.986
3.ความสะดวกและความหลากหลายของช่องทางรับฟังและรับเรื่องร้องเรียน	4.070	4.034	4.022	3.976	3.980	4.076	4.044	4.038	4.018	4.010
4.การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “รวดเร็ว”	4.080	3.984	3.958	3.952	4.020	4.074	3.996	3.996	3.972	4.034
5.การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “เรียบร้อย”	4.086	4.008	3.982	3.976	4.010	4.088	4.020	4.024	3.998	4.026
ด้านข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.090	4.010	3.988	3.997	4.004	4.066	4.036	4.030	4.053	4.020
1.ความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ	4.090	3.996	3.996	4.002	4.014	4.046	3.986	4.010	4.006	4.028
2.ความรวดเร็วของข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์	4.090	4.024	3.980	3.992	3.994	4.086	4.086	4.050	4.100	4.012

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

7 คะแนนความคาดหวังในบริการ 7 ด้าน

ผลสำรวจปี 2564 ในบริการ 7 ด้าน พบว่า บริการที่ลูกค้าความหวัง มากที่สุด 2 อันดับ ได้แก่ 1.คาดหวังปริมาณน้ำประปาที่ไหล 4.452 คะแนน 2.คาดหวังคุณภาพน้ำประปา 4.433 คะแนน (ตารางที่ 8-9)

ตารางที่ 8 คะแนนความคาดหวังในบริการ 7 ด้าน ปีงบประมาณ 2564

รายการ	คะแนนเฉลี่ย	Top 2 Box
การให้บริการในภาพรวม	4.244	89.88
คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์) (คาดหวังอันดับ 2)	4.433	89.50
ปริมาณน้ำประปาที่ไหล (คาดหวังอันดับ 1)	4.452	89.31
การให้บริการของพนักงาน	4.155	86.98
อาคาร-สถานที่	4.151	88.34
การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.199	91.52
การให้บริการหลังการขาย	4.172	90.89
ด้านข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.196	92.85

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

ตารางที่ 9 คะแนนความคาดหวังและความพึงพอใจในบริการ 7 ด้าน ปีงบประมาณ 2564

รายการ	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	ส่วนต่างความคาดหวัง Gap Analysis	ความหมาย
การให้บริการในภาพรวม	4.244	4.095	0.149	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก
คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.433	4.036	0.397	ห่างจากความคาดหวังมาก
ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.452	4.021	0.431	ห่างจากความคาดหวังมาก
การให้บริการของพนักงาน	4.155	4.197	-0.042	เหนือความคาดหวัง
อาคาร-สถานที่	4.151	4.199	-0.048	เหนือความคาดหวัง
การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.199	4.194	0.005	ใกล้เคียงที่คาดหวัง
การให้บริการหลังการขาย	4.172	3.999	0.173	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก
ด้านข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.196	4.029	0.166	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

อย่างไรก็ตาม (ตารางที่ 9) เมื่อเปรียบเทียบผลสำรวจความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อกบป. ตามแนวคิด Gap Analysis พบว่า ระดับความคาดหวังในบริการที่ลูกค้ามีต่อกบป. 4.244 คะแนน และ กบป. สามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าจนสร้างความพึงพอใจอยู่ที่ 4.095 คะแนน จึงเกิดส่วนต่าง ความคาดหวัง 0.149 คะแนน ซึ่งถือว่าห่างจากความคาดหวังไม่มาก เป็นผลมาจาก

หนึ่ง บริการที่ กปภ. สามารถบริการลูกค้าได้เหนือความคาดหวัง ประกอบด้วย 1.การให้บริการของพนักงาน (Gap -0.042 คะแนน) 2.อาคาร-สถานที่ (Gap -0.048 คะแนน)

สอง บริการที่ กปภ. สามารถบริการลูกค้าได้ใกล้เคียงที่คาดหวัง คือ การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ (Gap 0.005 คะแนน)

สาม บริการที่ กปภ. สามารถบริการลูกค้าได้ห่างจากความคาดหวังไม่มาก ประกอบด้วย 1.การให้บริการหลังการขาย (Gap 0.173 คะแนน) 2.ข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ (Gap 0.166 คะแนน)

สี่ บริการที่ กปภ. สามารถบริการลูกค้าได้ห่างจากความคาดหวังมาก ประกอบด้วย 1.คุณภาพน้ำประปา (Gap 0.397 คะแนน) 2.ปริมาณน้ำประปาที่ไหล (Gap 0.431 คะแนน)

8 ส่วนต่างความคาดหวังในบริการ

ผลสำรวจปี 2564 เปรียบเทียบส่วนต่าง (Gap Analysis) ระหว่างคะแนนความคาดหวังกับคะแนนความพึงพอใจในบริการแต่ละด้าน **ลักษณะเด่นของข้อมูลที่ค้นพบ** (ตารางที่ 10)

หนึ่ง บริการที่มีส่วนต่างความคาดหวังติดลบ ซึ่งหมายถึง บริการนั้น กปภ. สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหนือความคาดหวัง (คะแนนความพึงพอใจ สูงกว่า คะแนนความคาดหวัง) มี 7 รายการ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1.พนักงานแต่งกายสุภาพให้เกียรติลูกค้า (Gap -0.098) 2.พนักงานมีความรู้ ความสามารถในหน้าที่รับผิดชอบ (Gap -0.020) 3.การชำระค่าบริการมีความถูกต้อง (Gap -0.013) 4.มีความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก (Gap -0.042) 5.พนักงานมีความกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า (Gap -0.020) 6.อาคารสถานที่มีความสะอาด (Gap -0.054) และ 7.พนักงานมีมารยาท (Gap -0.029)

สอง บริการที่มีส่วนต่างความคาดหวังเป็นบวกและมีค่าใกล้เคียงศูนย์ ซึ่งหมายถึง บริการนั้น กปภ. สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ใกล้เคียงความคาดหวัง (คะแนนความคาดหวัง สูงกว่า คะแนนความพึงพอใจ แต่มีเลขคะแนนใกล้เคียงกัน) มี 3 รายการ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1.การชำระค่าน้ำประปาทำได้อย่างรวดเร็ว (Gap 0.011) 2.การมีช่องทางบริการที่หลากหลาย (Gap 0.011) และ 3.กระบวนการให้บริการมีความสะดวก (Gap 0.009)

สาม บริการที่มีส่วนต่างความคาดหวังเป็นบวกและมีค่าห่างจากศูนย์พอสมควร ซึ่งหมายถึง บริการนั้น กปภ. สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ห่างไกลความคาดหวังพอสมควร (คะแนนความคาดหวัง สูงกว่า คะแนนความพึงพอใจ และมีเลขคะแนนห่างกันพอสมควร) มี 6 รายการ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1.การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “รวดเร็ว”(Gap 0.195) 2.การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “เรียบร้อย” (Gap 0.187) 3.ความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ (Gap 0.170) 4.ความรวดเร็ว

ของข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ (Gap 0.163) 5.ความสะดวกและความหลากหลายของช่องทางรับฟัง และรับเรื่องร้องเรียน (Gap 0.124) และ 6.การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ (Gap 0.118)

สี่ บริการที่มีส่วนต่างความคาดหวังเป็นบวกและมีค่าห่างจากศูนย์มาก ซึ่งหมายถึง บริการนั้น กปภ. สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ห่างไกลความคาดหวังมาก (คะแนนความคาดหวัง สูงกว่า คะแนนความพึงพอใจ และมีเลขคะแนนห่างกันมาก) มี 7 รายการ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1.น้ำประปามีใช้อย่างเพียงพอ (Gap 0.445) 2.น้ำประปามีความสม่ำเสมอและต่อเนื่องในการไหล (Gap 0.424) 3.น้ำประปามีแรงดันที่เพียงพอ (Gap 0.423) 4.น้ำประปาใสสะอาด (Gap 0.412) 5.น้ำประปาไม่มีกลิ่นเหม็น (Gap 0.391) 6.น้ำประปาไม่มีรสชาติผิดปกติ (Gap 0.387) และ 7.การประชาสัมพันธ์ การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว (Gap 0.240)

ตารางที่ 10 ส่วนต่างความคาดหวังในบริการ 23 รายการ

รายการ	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	ส่วนต่างความคาดหวัง (Gap Analysis)	ความหมาย
การให้บริการในภาพรวม	4.244	4.095	0.149	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก
คุณภาพน้ำประปา (ผลิตภัณฑ์)	4.433	4.036	0.397	ห่างจากความคาดหวังมาก
1.น้ำประปาใสสะอาด	4.449	4.037	0.412	ห่างจากความคาดหวังมาก
2.น้ำประปาไม่มีรสชาติผิดปกติ	4.433	4.046	0.387	ห่างจากความคาดหวังมาก
3.น้ำประปาไม่มีกลิ่นเหม็น	4.417	4.026	0.391	ห่างจากความคาดหวังมาก
ปริมาณน้ำประปาที่ไหล	4.452	4.021	0.431	ห่างจากความคาดหวังมาก
1.น้ำประปามีแรงดันที่เพียงพอ	4.454	4.032	0.423	ห่างจากความคาดหวังมาก
2.น้ำประปามีความสม่ำเสมอและต่อเนื่องในการไหล	4.444	4.020	0.424	ห่างจากความคาดหวังมาก
3.น้ำประปามีใช้อย่างเพียงพอ	4.458	4.012	0.445	ห่างจากความคาดหวังมาก
การให้บริการของพนักงาน	4.155	4.197	-0.042	เหนือความคาดหวัง
1.พนักงานมีมารยาท	4.183	4.212	-0.029	เหนือความคาดหวัง
2.พนักงานมีความกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า	4.181	4.201	-0.020	เหนือความคาดหวัง
3.พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการหน้าที่รับผิดชอบ	4.152	4.172	-0.020	เหนือความคาดหวัง
4.พนักงานแต่งกายสุภาพให้เกียรติลูกค้า	4.106	4.204	-0.098	เหนือความคาดหวัง
อาคาร-สถานที่	4.151	4.199	-0.048	เหนือความคาดหวัง
1.อาคารสถานที่มีความสะอาด	4.149	4.203	-0.054	เหนือความคาดหวัง
2.มีความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก	4.153	4.195	-0.042	เหนือความคาดหวัง
การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ	4.199	4.194	0.005	ใกล้เคียงที่คาดหวัง
1.การชำระค่าน้ำประปาทำได้อย่างรวดเร็ว	4.215	4.204	0.011	ใกล้เคียงที่คาดหวัง
2.กระบวนการให้บริการมีความสะดวก	4.207	4.199	0.009	ใกล้เคียงที่คาดหวัง
3.การชำระค่าบริการมีความถูกต้อง	4.208	4.220	-0.013	เหนือความคาดหวัง
4.การมีช่องทางบริการที่หลากหลาย	4.164	4.153	0.011	ใกล้เคียงที่คาดหวัง

รายการ	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	ส่วนต่างความคาดหวัง (Gap Analysis)	ความหมาย
การให้บริการหลังการขาย	4.172	3.999	0.173	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก
1.การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่	4.098	3.980	0.118	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก
2.การประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว	4.200	3.961	0.240	ห่างจากความคาดหวังมาก
3.ความสะดวกและความหลากหลายของช่องทางรับฟังและรับเรื่องร้องเรียน	4.151	4.027	0.124	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก
4.การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “รวดเร็ว”	4.202	4.007	0.195	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก
5.การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “เรียบร้อย”	4.209	4.022	0.187	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก
ด้านข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ	4.196	4.029	0.166	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก
1.ความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ	4.187	4.017	0.170	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก
2.ความรวดเร็วของข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์	4.204	4.041	0.163	ห่างจากความคาดหวังไม่มาก

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

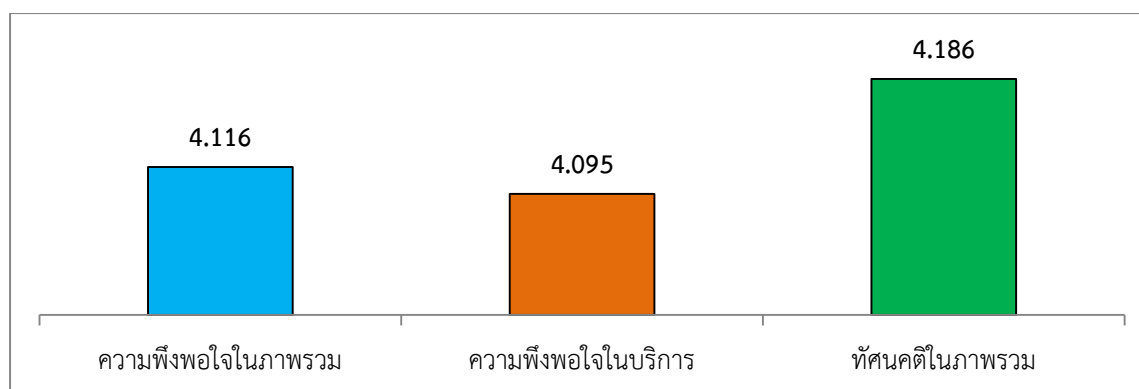
9 ทศนคติความเชื่อมั่นในภาพรวม

ปีงบประมาณ 2564 ลูกค้ามีทัศนคติความเชื่อมั่นต่อบทบาทการทำหน้าที่ของ กปภ. 4.186 คะแนน จัดอยู่ในเกณฑ์ “เชื่อมั่นมาก”

ตัวเลขผลสำรวจคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมปีงบประมาณ 2564 ระดับ 4.116 คะแนน เกิดจากผลคะแนนความพึงพอใจในบริการ ระดับ 4.154 คะแนน (รวมบริการ 7 ด้าน 23 รายการ) ร่วมกับ คะแนนทัศนคติความเชื่อมั่น ระดับ 4.186 คะแนน (รวม 7 รายการ) นำเสนอภาพที่ 3

ความพึงพอใจในภาพรวม = f(ความพึงพอใจในบริการ 23 รายการ, ทัศนคติความเชื่อมั่น 7 รายการ)

ภาพที่ 3 ความพึงพอใจในภาพรวม ความพึงพอใจในบริการ และทัศนคติความเชื่อมั่น



ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

10 ความต้องการของลูกค้า

ปีงบประมาณ 2564 เมื่อพิจารณาข้อมูลความต้องการจำแนกตามประเภทลูกค้า พบว่า (ตารางที่ 11) เรื่อง “น้ำประปาใสสะอาด” “น้ำประปาไม่มีรสชาติผิดปกติ” “น้ำประปามีแรงดันที่เพียงพอ” “น้ำประปามีใช้อย่างเพียงพอ” “การประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว” “การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความเรียบร้อย” “ความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ” เป็นความต้องการเด่นๆ ของลูกค้าทั้ง 3 ประเภท (ผลคะแนนจัดอันดับมากกว่า 3.00 คะแนน)

ตารางที่ 11 คะแนนความต้องการของลูกค้า จำแนกตามประเภทลูกค้า

รายการ	รวม	ที่อยู่อาศัย	ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก	รัฐวิสาหกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจขนาดใหญ่
น้ำประปาใสสะอาด	3.61	3.58	3.74	3.76
น้ำประปาไม่มีรสชาติผิดปกติ	3.55	3.53	3.59	3.73
น้ำประปาไม่มีกลิ่นเหม็น	2.74	2.71	2.82	2.95
น้ำประปามีแรงดันที่เพียงพอ	3.62	3.63	3.58	3.61
น้ำประปามีความสม่ำเสมอและต่อเนื่องในการไหล	2.88	2.89	2.85	2.84
น้ำประปามีใช้อย่างเพียงพอ	2.99	3.02	2.89	2.73
พนักงานมีมารยาทที่ดี	2.12	2.09	2.20	2.20
พนักงานมีความกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า	1.13	1.15	1.00	1.00
พนักงานมีความรู้ ความสามารถในหน้าที่รับผิดชอบ	0.00	0.00	0.00	0.00
พนักงานแต่งกายสุภาพให้เกียรติลูกค้า	0.00	0.00	0.00	0.00
อาคารสถานที่มีความสะอาด	0.00	0.00	0.00	0.00
มีความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก	0.00	0.00	0.00	0.00
การชำระค่าน้ำประปาทำได้ด้วยความรวดเร็ว	2.30	2.30	2.38	2.00
กระบวนการให้บริการมีความสะดวก	1.52	1.57	1.36	1.00
การชำระค่าบริการมีความถูกต้อง	1.00	1.00	0.00	0.00
การมีช่องทางบริการที่หลากหลาย	0.00	0.00	0.00	0.00
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่	0.00	0.00	0.00	0.00
การประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว	3.24	3.25	3.30	2.92
ความสะดวกและความหลากหลายของช่องทางรับฟังและรับเรื่องร้องเรียน	0.00	0.00	0.00	0.00
การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “รวดเร็ว”	2.72	2.71	2.76	2.91
การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “เรียบร้อย”	3.10	3.05	3.16	3.67
ความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ	4.00	4.00	0.00	0.00
ความรวดเร็วของข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์	2.07	2.12	1.72	3.00

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

11 พัฒนาการความต้องการของลูกค้า

รูปแบบที่ 1 เป็นความต้องการที่จากเดิมในอดีต ลูกค้าแสดงความต้องการรายการนี้ น้อย แต่ในปี 2564 (ยุคโควิด) ลูกค้าแสดงความต้องการรายการนี้ มากขึ้นกว่าเดิมอย่างเด่นชัด นั่นคือ 1.ต้องการความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ และ 2.ต้องการการจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “เรียบร้อย” ความแม่นยำของข้อมูลและการทำงานที่เรียบร้อย เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากขึ้นในยุคโควิด

รูปแบบที่ 1	
ความต้องการที่สำคัญใหม่	ความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความ “เรียบง่าย”

รูปแบบที่ 2 เป็นความต้องการที่จากเดิมในอดีต ลูกค้าแสดงความต้องการรายการนี้ **มาก** และในปี 2564 ลูกค้ายังคงแสดงความต้องการรายการนี้ **มากขึ้น** นั่นคือ **1.ต้องการน้ำประปาที่มีคุณภาพ** **2.ต้องการปริมาณน้ำประปา** และ **3.ต้องการการประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว** ดังนั้นหัวใจสำคัญในงานบริการของ กปภ. เป็นเรื่อง ผลผลิตภัณฑ์น้ำประปาเช่นเดิม และการประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราวที่มีประสิทธิภาพ

รูปแบบที่ 2	
ความต้องการที่สำคัญเดิม (คงอยู่)	คุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา การประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำชั่วคราว

รูปแบบที่ 3 เป็นความต้องการที่จากเดิมในอดีต ลูกค้าแสดงความต้องการรายการนี้ **ปกติ** แต่ในปี 2564 (ยุคโควิด) ลูกค้าไม่แสดงความต้องการรายการนี้เลย (0 คะแนนการจัดอันดับ) นั่นคือ **1.การบริการของเจ้าหน้าที่** และ **2.อาคาร-สถานที่** จึงเป็นข้อมูลบ่งชี้สำคัญในการพัฒนารูปแบบงานบริการ **ลดคนและลดสถานที่** ให้ กปภ. หันมาใช้นวัตกรรมบริการมากขึ้น โดยลูกค้าไม่ต้องเดินทางมาทำธุรกรรมใดๆ กับ กปภ. ณ สำนักงาน

รูปแบบที่ 3	
ความต้องการที่สำคัญลดลง (0)	การบริการของเจ้าหน้าที่ อาคาร-สถานที่

นอกเหนือจากบริการที่ กปภ. มีนโยบายตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยจัดทำบริการสนับสนุนที่สำคัญเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าตามที่กล่าวไว้ในหัวข้อข้างต้นแล้ว ยังมีประเด็นความต้องการอื่นๆ ที่ลูกค้าอยากให้ กปภ. สนับสนุนเพิ่มเติม (เรียงลำดับจากมากไปน้อย) และผลจากการสำรวจในรอบ 3 ปีงบประมาณ (2562-2564) พบประเด็นความต้องการเด่นๆ 2 รายการที่ลูกค้ากล่าวถึงสอดคล้องกันทั้ง 3 ปี ได้แก่ “**ฟรีค่าธรรมเนียมในการชำระค่าน้ำประปาทุกช่องทาง**” และ “**ขยายเวลารับชำระค่าน้ำประปา**”

ปีงบประมาณ 2564 ลูกค้าร้อยละ 40.84 แสดงออกถึงความต้องการในนวัตกรรม 9 เรื่อง โดยมี 5 เรื่องที่สอดคล้องกับการแสดงความคิดเห็นในปี 2562 ได้แก่ 1.แจ้งข่าวสารผ่านระบบ SMS (ต้องการร้อยละ 6.18) 2.ชำระค่าบริการผ่าน Application และออกใบเสร็จรับเงินได้ (ต้องการร้อยละ 2.20) 3.ให้ใช้บาร์โค้ดในใบแจ้งหนี้ กับ App ธนาคารเพื่อชำระเงิน (ต้องการร้อยละ 1.56) 4.ใบเสร็จรับชำระเงิน Online (ต้องการร้อยละ 1.52) และ 5.ยื่นเอกสารต่างๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ต้องการร้อยละ 1.30) มี 4 รายการที่ลูกค้ากล่าวเพิ่มเติมในปี 2564 ได้แก่ 1.ทำน้ำประปาให้สะอาดเพียงพอ (ต้องการร้อยละ 10.86) 2.ไม่เสียค่าธรรมเนียมจ่ายค่าน้ำประปา (ต้องการร้อยละ 8.82) 3.ขยายเวลารับชำระค่าน้ำประปาเพิ่มขึ้น (ต้องการร้อยละ 6.26) และ 4.ใบแจ้งหนี้แบบ online (ต้องการร้อยละ 2.14) ซึ่งเห็นได้ว่า นวัตกรรมที่ลูกค้าแสดงความคิดเห็นบางรายการ เป็นประเด็นความต้องการพื้นฐานที่อยู่ในงานบริการของ กปภ. เช่น การทำน้ำประปาให้สะอาด การขยายเวลารับชำระค่าบริการ เป็นต้น ดังนั้น นวัตกรรมบริการที่ลูกค้าแสดงความคิดเห็น จึงไม่แยกออกจากความต้องการปกติที่ลูกค้ามีต่อ กปภ. (ตารางที่ 12)

**ตารางที่ 12 การแสดงความคิดเห็นเรื่องนวัตกรรมบริการที่ลูกค้ากล่าวถึง
ปีงบประมาณ 2563**

นวัตกรรมที่ลูกค้ากล่าวถึง	จำนวนความคิดเห็น	ร้อยละ
แสดงความคิดเห็นเรื่องนวัตกรรม	638	12.76
แจ้งข่าวสารผ่านระบบ SMS บนมือถือ	309	6.18
ชำระค่าบริการผ่าน Application บนมือถือ	110	2.20
ให้ใช้บาร์โค้ดในใบแจ้งหนี้กับ Application ของธนาคารเพื่อชำระเงิน	78	1.56
ใบเสร็จรับชำระเงิน Online	76	1.52
ยื่นเอกสารต่างๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	65	1.30
ไม่แสดงความคิดเห็นเรื่องนวัตกรรม	4,362	87.24
รวมตัวอย่างสำรวจ	5,000	100

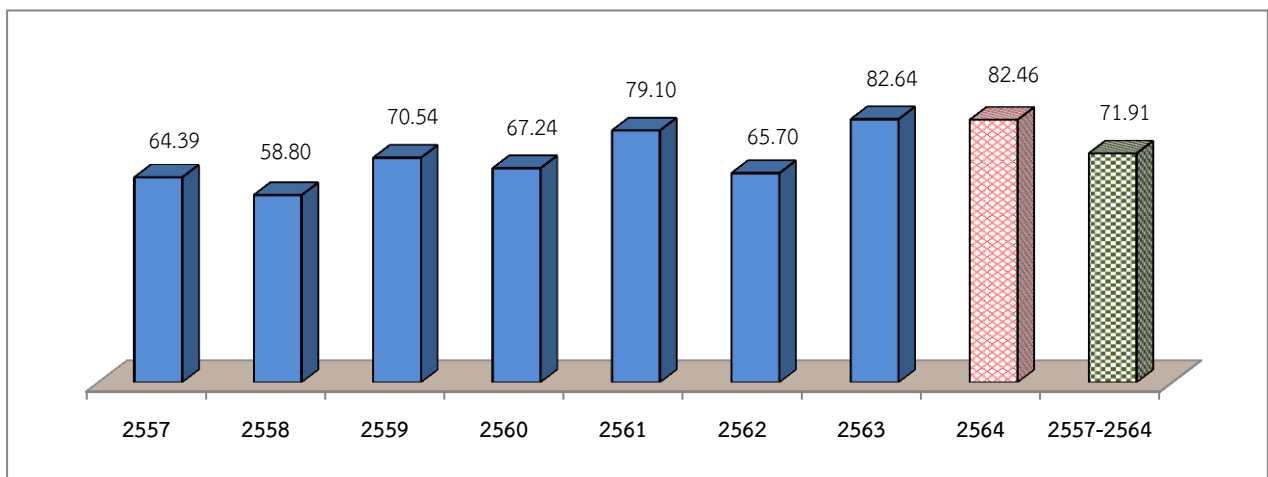
ปีงบประมาณ 2564

นวัตกรรมที่ลูกค้ากล่าวถึง	จำนวนความคิดเห็น	ร้อยละ
แสดงความคิดเห็นเรื่องนวัตกรรม	2,042	40.84
ทำน้ำประปาให้สะอาด เพียงพอ	543	10.86
ไม่เสียค่าธรรมเนียมจ่ายค่าน้ำประปา	441	8.82
ขยายเวลารับชำระค่าน้ำประปาเพิ่มขึ้น	313	6.26
แจ้งข่าวสารผ่านระบบ SMS (สอดคล้องปี 2562)	309	6.18
ชำระค่าบริการผ่าน Application และออกใบเสร็จรับเงินได้ (สอดคล้องปี 2562)	110	2.20
ใบแจ้งหนี้แบบ online	107	2.14
ให้ใช้บาร์โค้ดในใบแจ้งหนี้ กับ App ธนาคารเพื่อชำระเงิน (สอดคล้องปี 2562)	78	1.56
ใบเสร็จรับชำระเงิน Online (สอดคล้องปี 2562)	76	1.52
ยื่นเอกสารต่างๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (สอดคล้องปี 2562)	65	1.30
ไม่แสดงความคิดเห็นเรื่องนวัตกรรม	2,958	59.16
รวมตัวอย่างสำรวจ	5,000	100

12 ความภักดีของลูกค้า

ภาพที่ 4 แสดงให้เห็นผลการทดสอบความภักดีของลูกค้าที่มีต่อ กปภ. เมื่อใช้ราคาน้ำประปาเป็นเงื่อนไขทดสอบ เปรียบเทียบผลสำรวจตั้งแต่ปีงบประมาณ 2557-2564 พบว่า ปีงบประมาณ 2564 ลูกค้าของ กปภ. มีความภักดีต่อองค์กร (ร้อยละ 82.46) ตัวเลขใกล้เคียงกับการสำรวจปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ 82.64) โดยมีค่าเฉลี่ยความภักดีรวม 8 ปีสำรวจ (2557-2564 มีจำนวนตัวอย่างสำรวจลูกค้ารวม 8 ปี เท่ากับ 37,805 ตัวอย่าง) แสดงความภักดีรวม 8 ปี ร้อยละ 71.91 หมายความว่า ปี 2564 ลูกค้า กปภ. ร้อยละ 82.46 (จากตัวอย่างสำรวจ 5,000 ราย) และกรณีผลสำรวจรวม 8 ปีย้อนหลัง ร้อยละ 71.91 (จากตัวอย่างสำรวจ 37,805 ราย) แสดงออกถึงความภักดีกับ กปภ. ไม่คิดเปลี่ยนใจไปใช้บริการน้ำประปาของหน่วยงานอื่น (แม้ทำได้) แม้ราคาน้ำประปาของหน่วยงานอื่นจะถูกกว่าราคาน้ำประปาของ กปภ. ก็ตาม ใช้เป็นข้อมูลสะท้อน ร้อยละของลูกค้าที่มีความภักดีกับ กปภ. ในงานสำรวจครั้งนี้

ภาพที่ 4 ร้อยละของลูกค้าที่แสดงออกถึงความภักดี ในปีงบประมาณ 2557-2564 และค่าเฉลี่ยรวม 8 ปี



ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2557-2564

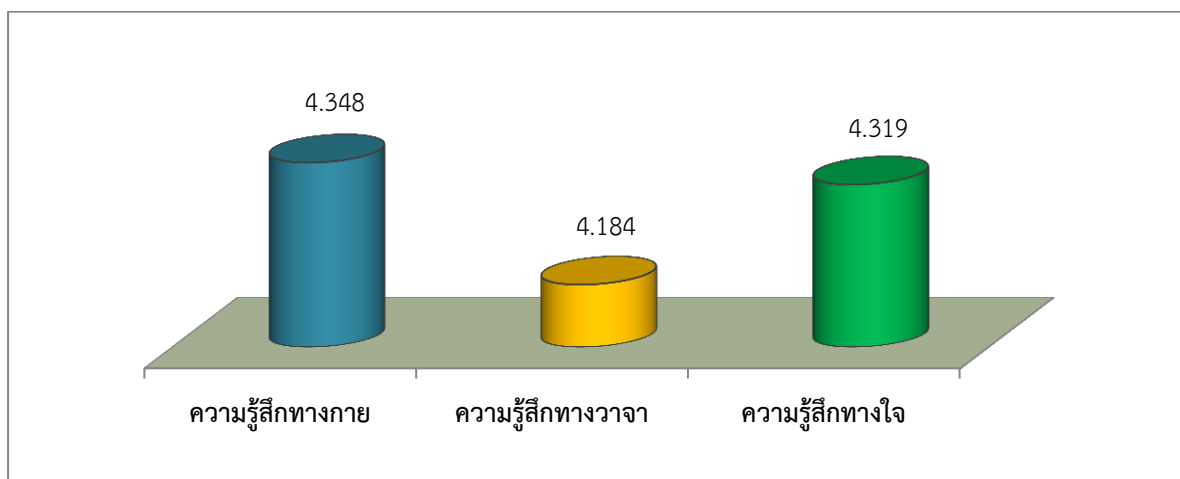
13 ความผูกพันของลูกค้า

จากนิยามความผูกพันที่แบ่งความผูกพันเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ความผูกพันทางกาย ความผูกพันทางวาจา และความผูกพันทางใจ

ผลสำรวจปี 2564 พบว่า ลูกค้าของ กปภ. ได้แสดงออกถึงความผูกพัน “ทางกายและทางใจ” มากที่สุด ระดับ 4.348 คะแนน และ 4.391 คะแนน

ขณะที่ความรู้สึกผูกพัน “ทางวาจา” เป็นประเด็นที่ลูกค้า กปภ. แสดงออกถึงการอยากมีส่วนร่วม **น้อยที่สุด** เมื่อเทียบกับความรู้สึกผูกพันทางกายและทางใจ นั้นอาจเพราะ ลูกค้า กปภ. ขาดความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของ กปภ. อย่างแท้จริง จึงไม่กล้าที่จะแสดงออกถึงการมีส่วนร่วม “ทางวาจา” เท่าที่ควร ผลสำรวจลักษณะเช่นนี้ สอดคล้องกันทุกคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ภาพที่ 5 คะแนนความผูกพันของลูกค้า

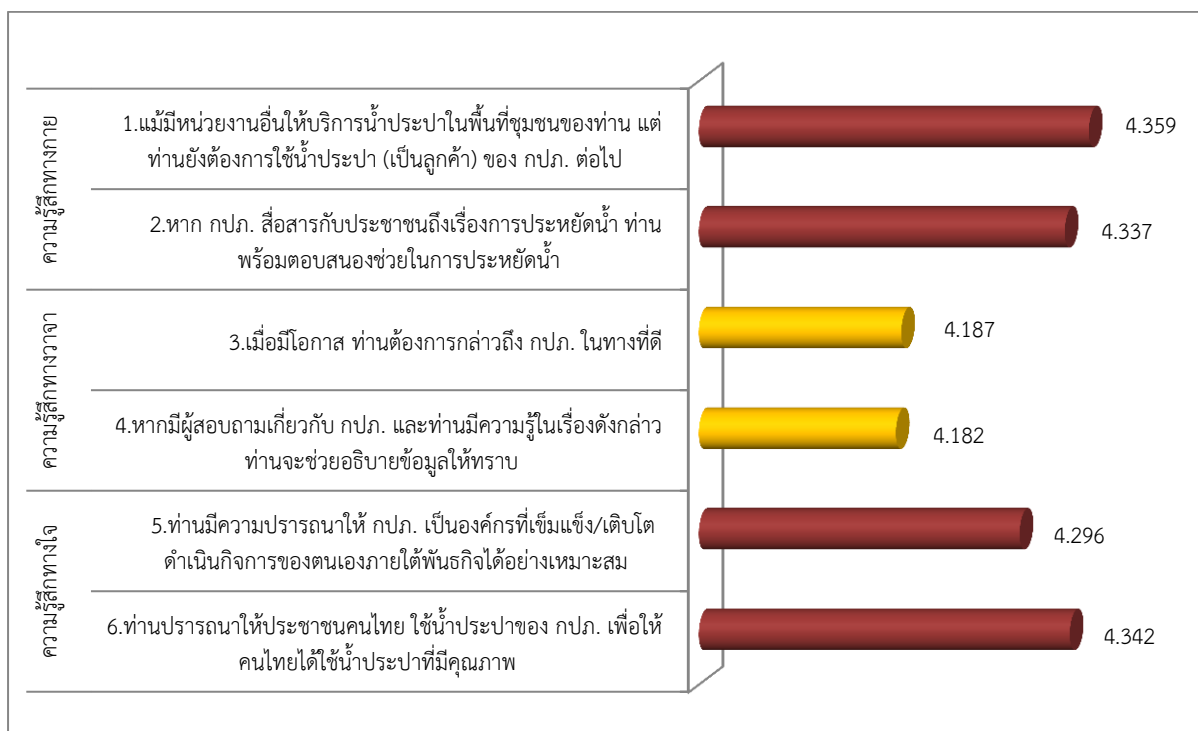


ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

ผลสำรวจปี 2564

- **ความรู้สึกทางกาย** เรื่อง “แม้มีหน่วยงานอื่นให้บริการน้ำประปาในพื้นที่ชุมชนของท่าน แต่ท่านยังต้องการใช้น้ำประปา (เป็นลูกค้า) ของ กปภ. ต่อไป (4.359 คะแนน)” เป็นความรู้สึกผูกพันที่ลูกค้าอยากมีส่วนร่วมกับ กปภ. **มากที่สุด**
- **ความรู้สึกทางวาจา** เรื่อง “เมื่อมีโอกาส ท่านต้องการกล่าวถึง กปภ. ในทางที่ดี (4.187 คะแนน)” และ “หากมีผู้สอบถามเกี่ยวกับ กปภ. และท่านมีความรู้ในเรื่องดังกล่าว ท่านจะช่วยอธิบายข้อมูลให้ทราบ (4.182 คะแนน)” เป็นสองความรู้สึกผูกพันที่ลูกค้าแสดงการอยากมีส่วนร่วมกับ กปภ. **น้อยที่สุด**
- **ความรู้สึกทางใจ** เรื่อง “ความปรารถนาให้ประชาชนคนไทย ใช้น้ำประปาของ กปภ. เพื่อให้คนไทยได้ใช้น้ำประปาที่มีคุณภาพ (4.342 คะแนน)” เป็นความรู้สึกผูกพันที่ลูกค้าอยากมีส่วนร่วมกับ กปภ. **มากที่สุด**

ภาพที่ 6 ความผูกพันของลูกค้า จำแนกในรายละเอียดของความผูกพัน



ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

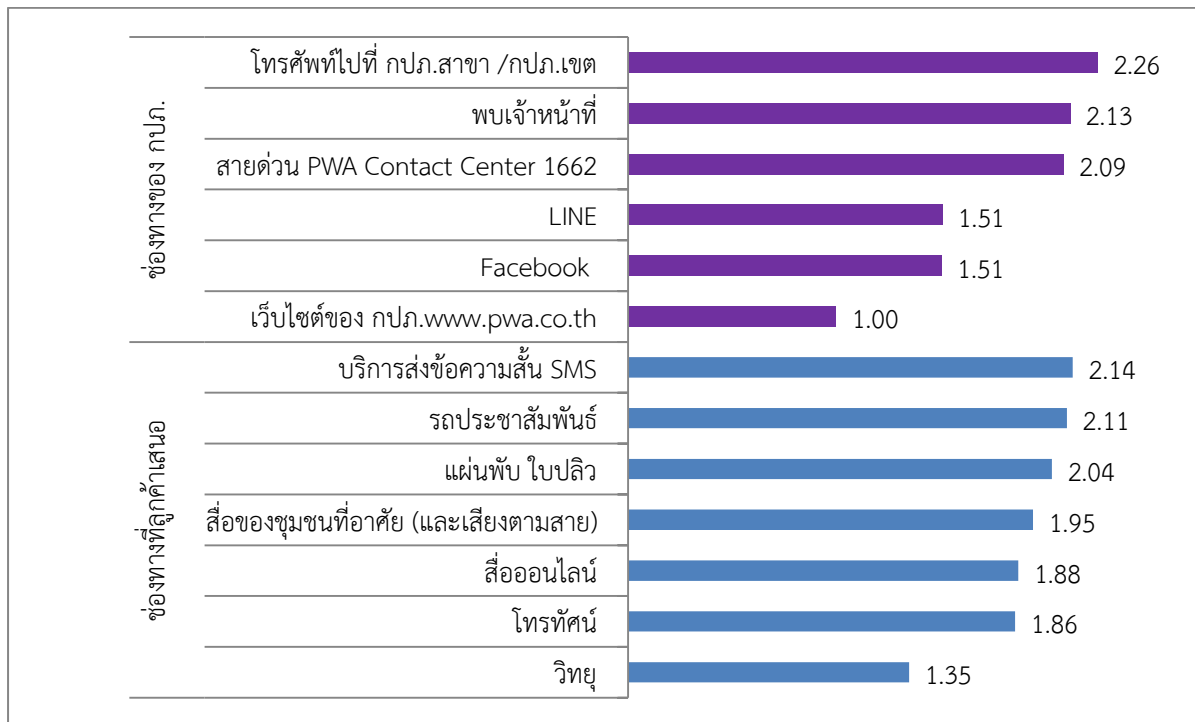
14 ช่องทางติดต่อสื่อสารที่ลูกค้าเลือกใช้

เมื่อพิจารณารายละเอียดความต้องการใช้ช่องทางติดต่อสื่อสารของลูกค้า ทั้งกรณีช่องทางสื่อสารของ กปภ. และช่องทางสื่อสารที่ลูกค้าเสนอ โดยพิจารณาจากผลคะแนนการจัดอันดับ (คะแนนเต็ม 3) ตามภาพที่ 7 พบว่า

- **ช่องทางของ กปภ. :** ลูกค้านิยมสื่อสารผ่าน 1.โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา /กปภ.เขต (2.26 คะแนนอันดับ) และ 2.พบเจ้าหน้าที่ (2.13 คะแนนอันดับ)
- **ช่องทางที่ลูกค้าเสนอ :** ลูกค้าต้องการช่องทางสื่อสารผ่าน 1.บริการส่งข้อความสั้น SMS (2.14 คะแนนอันดับ) และ 2.รถประชาสัมพันธ์ (2.11 คะแนนอันดับ) ซึ่งผลสำรวจทั้ง 3 ปี ลูกค้าแสดงอันดับความต้องการไม่แตกต่างกันมากนัก

ทั้งนี้ เพราะช่องทางที่ได้รับความนิยม 2 อันดับแรก เป็นวิธีที่ลูกค้าเห็นว่าสะดวก ง่ายต่อการสื่อสาร “การโทรศัพท์พูดคุย และ เข้าไปพบเจ้าหน้าที่” ทำให้ลูกค้าสามารถอธิบายปัญหาที่ต้องการร้องเรียนให้ กปภ. ได้เข้าใจอย่างชัดเจนมากขึ้น ส่วน “การสื่อสารผ่านรถประชาสัมพันธ์ และ ข้อความสั้น SMS” เป็นความสะดวกของการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากขึ้น

ภาพที่ 7 คะแนนอันดับช่องทางที่ลูกค้านิยมเลือกใช้



ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ 2564

หากพิจารณาช่องทางสื่อสารที่ลูกค้าใช้สื่อสารกับ กปภ. จำแนกตาม Generation ของลูกค้าใน 3 ช่วงอายุ ได้แก่ Gen Y (อายุระหว่าง 21-37 ปี) Gen X (อายุระหว่าง 38-53 ปี) และ Gen B (อายุมากกว่า 54 ปี) พบว่า

- ลูกค้า Gen Y นิยมสื่อสารกับ กปภ. ในช่องทาง โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา /กปภ.เขต มากที่สุด (2.22 คะแนน) รองลงมา คือ การเข้าพบเจ้าหน้าที่ (2.15 คะแนน) และลูกค้า Gen Y เสนอให้ กปภ. ใช้ช่องทางสื่อสารกับลูกค้าโดยวิธี รถประชาสัมพันธ์ (2.20 คะแนน) และ SMS (2.12 คะแนน) เป็น 2 ช่องทางแรก (ตามอันดับคะแนน) (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 คะแนนอันดับช่องทางที่ลูกค้า Gen Y นิยมเลือกใช้

อันดับ	ช่องทางสื่อสาร	Gen Y (21-37 Y)
	ช่องทางสื่อสารของ กปภ.	คะแนนอันดับ
1	โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา /กปภ.เขต	2.22
2	พบเจ้าหน้าที่	2.15
3	สายด่วน PWA Contact Center 1662	2.08
4	LINE	1.54
5	Facebook	1.49
6	เว็บไซต์ของ กปภ.www.pwa.co.th	1.00

	ช่องทางสื่อสารที่ลูกค้าเสนอ	คะแนนอันดับ
1	รถประชาสัมพันธ์	2.20
2	SMS	2.12
3	แผ่นพับ ใบปลิว	2.07
4	สื่อของชุมชนที่อาศัย (และเสียงตามสาย)	1.88
5	สื่อออนไลน์	1.85
6	โทรศัพท์	1.83
7	วิทยุ	1.38

- ลูกค้า Gen X นิยมสื่อสารกับ กปภ. ในช่องทาง โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา /กปภ.เขต มากที่สุด (2.29 คะแนน) รองลงมา คือ การเข้าพบเจ้าหน้าที่ (2.16 คะแนน) และลูกค้า Gen X เสนอให้ กปภ. ใช้ช่องทางสื่อสารกับลูกค้าโดยวิธี SMS (2.09 คะแนน) และรถประชาสัมพันธ์ (2.07 คะแนน) เป็น 2 ช่องทางแรก (ตามอันดับคะแนน) (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 คะแนนอันดับช่องทางที่ลูกค้า Gen X นิยมเลือกใช้

อันดับ	ช่องทางสื่อสาร	Gen X (38-53 Y)
	ช่องทางสื่อสารของ กปภ.	คะแนนอันดับ
1	โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา /กปภ.เขต	2.29
2	พบเจ้าหน้าที่	2.16
3	สายด่วน PWA Contact Center 1662	2.03
4	Facebook	1.54
5	LINE	1.43
6	เว็บไซต์ของ กปภ.www.pwa.co.th	1.00
อันดับ	ช่องทางสื่อสาร	Gen X (38-53 Y)
	ช่องทางสื่อสารที่ลูกค้าเสนอ	คะแนนอันดับ
1	SMS	2.09
2	รถประชาสัมพันธ์	2.07
3	แผ่นพับ ใบปลิว	2.06
4	สื่อของชุมชนที่อาศัย (และเสียงตามสาย)	2.00
5	โทรศัพท์	1.93
6	สื่อออนไลน์	1.90
7	วิทยุ	1.30

- ลูกค้า Gen B นิยมสื่อสารกับ กปภ. ในช่องทาง การเข้าพบเจ้าหน้าที่ มากที่สุด (2.35 คะแนน) รองลงมา คือ โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา /กปภ.เขต (2.28 คะแนน) และลูกค้า Gen B เสนอให้ กปภ. ใช้ช่องทางสื่อสารกับลูกค้าโดยวิธี รถประชาสัมพันธ์ (2.38 คะแนน) และสื่อของชุมชนที่อาศัย (และเสียงตามสาย) (1.99 คะแนน) เป็น 2 ช่องทางแรก (ตามอันดับคะแนน) (ตารางที่ 15)

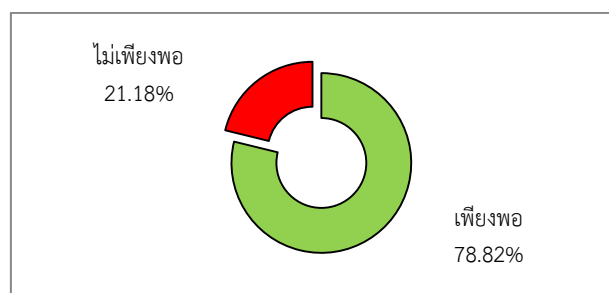
ตารางที่ 15 คะแนนอันดับช่องทางที่ลูกค้า Gen B นิยมเลือกใช้

อันดับ	ช่องทางสื่อสาร	Baby Boomer (>= 54 Y)
	ช่องทางสื่อสารของ กปภ.	คะแนนอันดับ
1	พบเจ้าหน้าที่	2.35
2	โทรศัพท์ไปที่ กปภ.สาขา /กปภ.เขต	2.28
3	สายด่วน PWA Contact Center 1662	1.99
4	LINE	1.65
5	Facebook	1.47
6	เว็บไซต์ของ กปภ.www.pwa.co.th	
	ช่องทางสื่อสารที่ลูกค้าเสนอ	คะแนนอันดับ
1	รถประชาสัมพันธ์	2.38
2	สื่อของชุมชนที่อาศัย (และเสียงตามสาย)	1.99
3	SMS	1.97
4	สื่อออนไลน์	1.88
5	แผ่นพับ ใบปลิว	1.87
6	โทรศัพท์	1.50
7	วิทยุ	1.40

15 ช่องทางติดต่อสื่อสารที่ลูกค้าต้องการเพิ่ม

ปีสำรวจ 2564 มีลูกค้า ร้อยละ 21.18 ต้องการให้ กปภ. เพิ่มช่องทางสื่อสารใหม่ 7 ช่องทาง ได้แก่ อันดับ 1 SMS (2.14 คะแนนอันดับ) อันดับ 2 รถประชาสัมพันธ์ (2.11 คะแนนอันดับ) อันดับ 3 แผ่นพับ ใบปลิว (2.04 คะแนนอันดับ) อันดับ 4 สื่อของชุมชนที่อาศัย (และเสียงตามสาย) (1.95 คะแนนอันดับ) อันดับ 5 สื่อออนไลน์ (1.88 คะแนนอันดับ) อันดับ 6 โทรศัพท์ (1.86 คะแนนอันดับ) และ อันดับ 7 วิทยุ (1.35 คะแนนอันดับ) นำเสนอตามภาพที่ 8

ภาพที่ 8 ช่องทางสื่อสารที่ต้องการให้มีเพิ่มขึ้น ปีงบประมาณ 2564



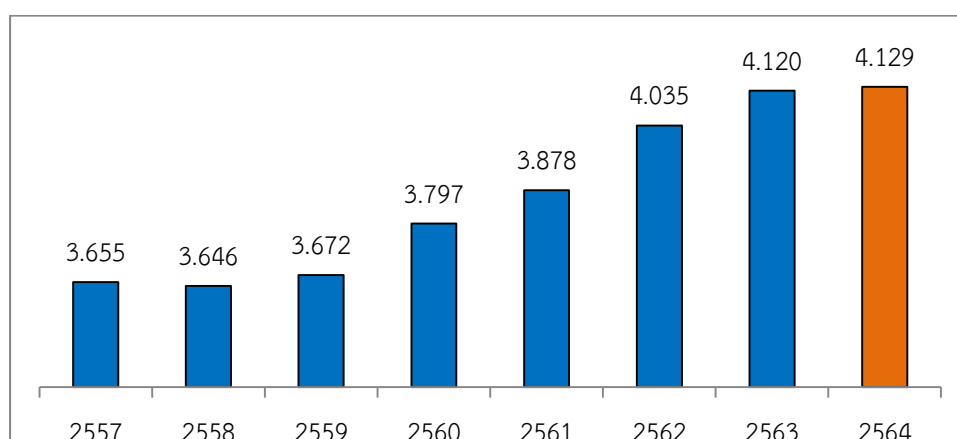


ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ 2562-2564

16 ความพึงพอใจในช่องทางสื่อสาร

จากผลสำรวจ พบว่า กปภ. ได้รับผลคะแนนความพึงพอใจช่องทางติดต่อสื่อสารในภาพรวมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยภาพที่ 9 แสดงผลเปรียบเทียบคะแนนช่วง 8 ปีสำรวจ เช่น ปี 2562 คะแนนความพึงพอใจช่องทางติดต่อสื่อสารในภาพรวมอยู่ที่ 4.035 คะแนน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ที่มีคะแนน 3.878 คะแนน จำนวน 0.157 คะแนน ปี 2563 คะแนนความพึงพอใจช่องทางติดต่อสื่อสารในภาพรวมอยู่ที่ 4.120 คะแนน เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ที่มีคะแนน 4.035 คะแนน จำนวน 0.085 คะแนน และ ปี 2564 คะแนนความพึงพอใจช่องทางติดต่อสื่อสารในภาพรวมอยู่ที่ 4.129 คะแนน เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ที่มีคะแนน 4.120 คะแนน จำนวน 0.009 คะแนน เป็นต้น

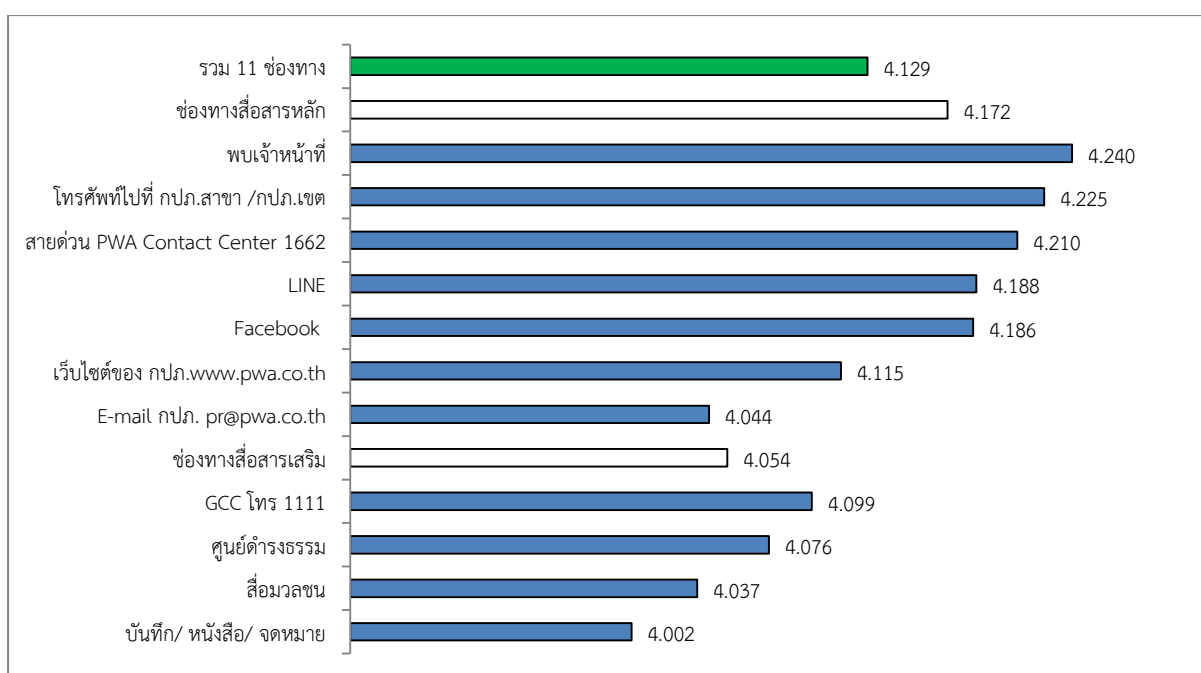
ภาพที่ 9 คะแนนความพึงพอใจช่องทางติดต่อสื่อสาร ช่วงปีงบประมาณ 2557-2564



ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ 2557-2564

ปี 2564 คะแนนความพึงพอใจช่องทางสื่อสารในภาพรวมทั้ง 11 ช่องทาง เท่ากับ 4.129 คะแนน (ใกล้เคียงกับปี 2563) มาจาก คะแนนความพึงพอใจช่องทางสื่อสารหลักของ กปภ. (7 ช่องทาง) เท่ากับ 4.172 คะแนน และคะแนนความพึงพอใจช่องทางสื่อสารเสริมของ กปภ. (4 ช่องทาง) เท่ากับ 4.054 คะแนน ช่องทางสื่อสารที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกในปี 2564 (จัดอยู่ในช่องทางสื่อสารหลัก) ได้แก่ 1.การเข้าพบเจ้าหน้าที่ (4.240 คะแนน) 2.โทรศัพท์ไปที่ สาขา /กปภ.เขต (4.225 คะแนน) และ 3.สายด่วน PWA Contact center 1662 (4.210 คะแนน) นำเสนอตามภาพที่ 10

ภาพที่ 10 คะแนนความพึงพอใจช่องทางติดต่อสื่อสาร 11 ช่องทาง ปีงบประมาณ 2564 (ตามลำดับคะแนนมากไปน้อย)



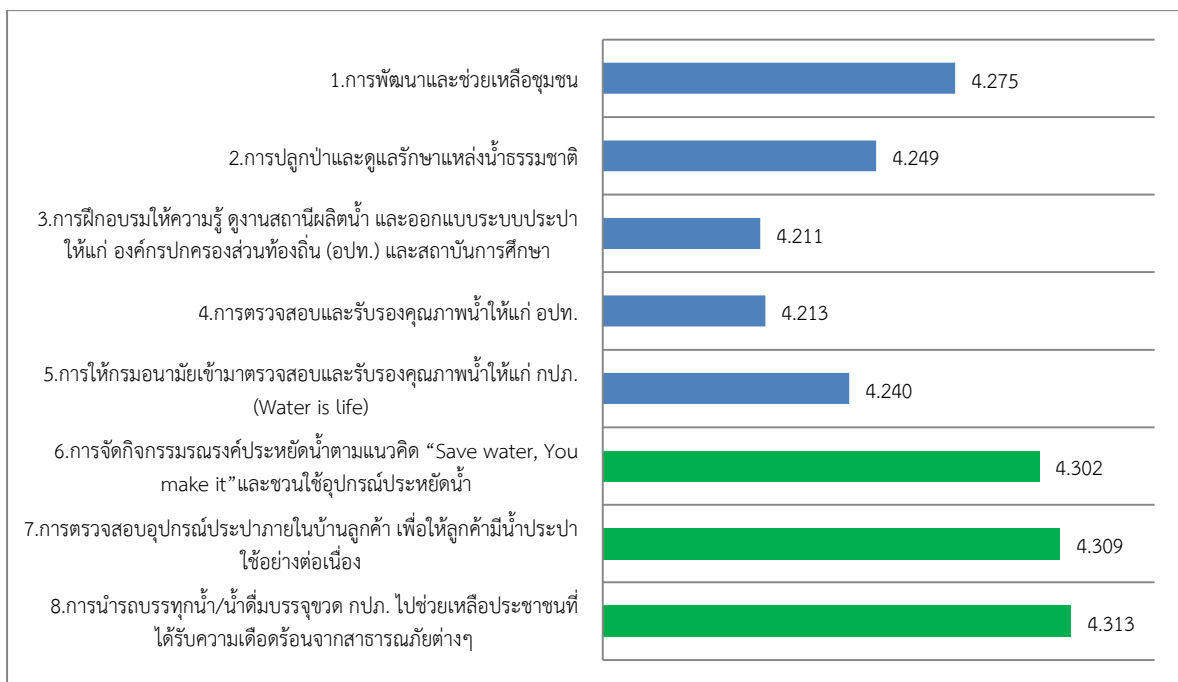
ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

17 ความพึงพอใจโครงการช่วยเหลือชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมที่ กปภ. ดำเนินการ

ผลสำรวจปี 2564 พบว่า ลูกค้าของ กปภ. มีความพึงพอใจที่ กปภ. ได้ดำเนินโครงการช่วยเหลือชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ระดับ 4.264 คะแนน โครงการช่วยเหลือชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ปี 2564 ที่ลูกค้าแสดงความรู้สึกพึงพอใจเรียงลำดับผลสำรวจคะแนน มากไปน้อย ได้แก่ 1.การนำรถบรรทุกน้ำ/น้ำดื่มบรรจุขวด กปภ. ไปช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจากสาธารณภัยต่างๆ (4.313 คะแนน) 2.การตรวจสอบอุปกรณ์ประปาภายในบ้านลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีน้ำประปาใช้อย่างต่อเนื่อง (4.309 คะแนน) 3.การจัดกิจกรรมรณรงค์ประหยัดน้ำตามแนวคิด “Save water, You make it” และชวนใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำ (4.302 คะแนน) 4.การพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน เช่น ขุดลอกคูคลอง กำจัดวัชพืชในแหล่งน้ำชุมชน

สร้างและปรับปรุงฝายชะลอน้ำ สร้างศาลาอเนกประสงค์ให้แก่ชุมชน เป็นต้น (4.275 คะแนน) 5.การปลูกป่า และดูแลรักษาแหล่งน้ำธรรมชาติ (4.249 คะแนน) 6.การให้กรมอนามัยเข้ามาตรวจสอบและรับรองคุณภาพน้ำให้แก่ กปภ. (Water is life) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในด้านมาตรฐานคุณภาพน้ำประปา (4.240 คะแนน) 7.การตรวจสอบและรับรองคุณภาพน้ำให้แก่ อปท. เพื่อยกระดับน้ำประปาของชุมชนให้มีคุณภาพดีเท่ากับน้ำประปาของ กปภ. (4.213 คะแนน) 8.การฝึกอบรมให้ความรู้ ดำเนินงานสถานีผลิตน้ำ และออกแบบระบบประปาให้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และสถาบันการศึกษา เพื่อให้สามารถนำองค์ความรู้ด้านการผลิตน้ำประปาไปใช้ในหน่วยงานต่างๆ (4.211 คะแนน) นำเสนอตามภาพที่ 11

ภาพที่ 11 ความพึงพอใจโครงการช่วยเหลือชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมของ กปภ.



ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

18 สรุปผลเปรียบเทียบความเชี่ยวชาญของ กปภ. ระหว่างปีงบประมาณ 2562-2564

ผลเปรียบเทียบความเชี่ยวชาญของ กปภ. ที่ลูกค้าเห็นด้วย (ร้อยละ) ในรอบ 3 ปีสำรวจ (2562-2564) พบว่า (นำเสนอในตารางที่ 16)

- ความเชี่ยวชาญ เรื่อง ความรู้ ความสามารถของบุคลากรเจ้าหน้าที่ : ลูกค้าเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3 ปีสำรวจ) ร้อยละ 58.19 มาจากปี 2562 ร้อยละ 60.30 ปี 2563 ร้อยละ 55.65 และปี 2564 ร้อยละ 58.63 ซึ่งมีอัตราการเห็นด้วยลดลง -0.006%

- ความเชี่ยวชาญ เรื่อง ความสามารถในการเข้าถึงและมีความใกล้ชิดประชาชน และชุมชน : ลูกค้าเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3 ปีสำรวจ) ร้อยละ 58.76 มาจากปี 2562 ร้อยละ 56.02 ปี 2563 ร้อยละ 58.89 และปี 2564 ร้อยละ 61.36 ซึ่งมีอัตราการเห็นด้วยเพิ่มขึ้น 0.015%
- ความเชี่ยวชาญ เรื่อง มีความพร้อมและความเชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์และจัดการคุณภาพน้ำ : ลูกค้าเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3 ปีสำรวจ) ร้อยละ 64.05 มาจากปี 2562 ร้อยละ 55.54 ปี 2563 ร้อยละ 67.36 และปี 2564 ร้อยละ 69.26 ซึ่งมีอัตราการเห็นด้วยเพิ่มขึ้น 0.005%
- ความเชี่ยวชาญ เรื่อง ความพร้อมและความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี : ลูกค้าเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 2 ปีสำรวจ) ร้อยละ 53.41 มาจากปี 2563 ร้อยละ 51.86 และปี 2564 ร้อยละ 54.95 ซึ่งมีอัตราการเห็นด้วยเพิ่มขึ้น 0.013%

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบร้อยละความเชี่ยวชาญของ กปภ. ระหว่างปีงบประมาณ 2562-2564

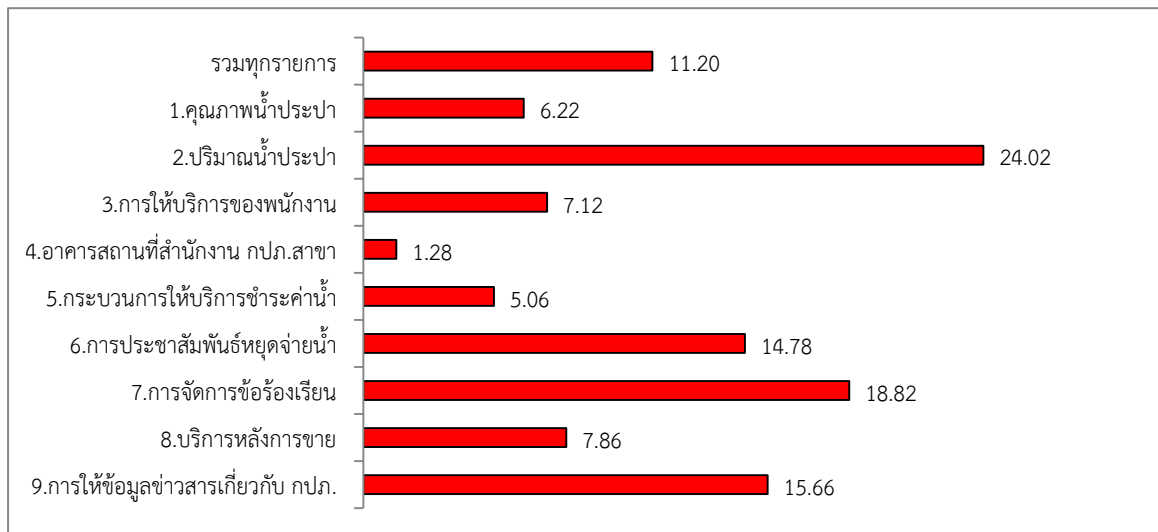
รายการความเชี่ยวชาญ	ร้อยละความเชี่ยวชาญ ที่ลูกค้าเห็นด้วย			% การ เปลี่ยนแปลง
	2562	2563	2564	
ความเชี่ยวชาญ เรื่อง ความรู้ ความสามารถของบุคลากรเจ้าหน้าที่	60.30	55.65	58.63	-0.006
1.การบริหารจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	59.26	55.58	58.90	-0.002
2.การสร้างความได้เปรียบเหนือผู้บริการรายอื่น	57.48	55.26	57.99	0.005
3.การเสริมสร้างงานบริการและรายได้	64.16	56.10	58.98	-0.006
ความเชี่ยวชาญ เรื่อง ความสามารถในการเข้าถึงและมีความใกล้ชิดประชาชน และชุมชน	56.02	58.89	61.36	0.015
1.การบริหารจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	50.36	59.28	61.66	0.006
2.การสร้างความได้เปรียบเหนือผู้บริการรายอื่น	56.92	59.00	61.44	0.017
3.การเสริมสร้างงานบริการและรายได้	60.78	58.40	60.98	0.002
ความเชี่ยวชาญ เรื่อง มีความพร้อมและความเชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์และจัดการคุณภาพน้ำ	55.54	67.36	69.26	0.005
1.การบริหารจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	52.14	67.32	69.26	0.004
2.การสร้างความได้เปรียบเหนือผู้บริการรายอื่น	51.78	67.22	69.18	0.004
3.การเสริมสร้างงานบริการและรายได้	62.70	67.54	69.34	0.011
ความเชี่ยวชาญ เรื่อง ความพร้อมและความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี		51.86	54.95	0.013
1.การบริหารจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ		51.86	55.06	0.012
2.การสร้างความได้เปรียบเหนือผู้บริการรายอื่น		51.44	54.46	0.013
3.การเสริมสร้างงานบริการและรายได้		52.28	55.34	0.013

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

19 จำนวนและร้อยละงานบริการที่ลูกค้าเคยพบปัญหา

ผลสำรวจพบว่า จากประเภทบริการทั้ง 9 รายการที่คาดว่าจะปัญหาสำหรับลูกค้า พบว่า อันดับ 1 ลูกค้าร้อยละ 24.02 กล่าวว่า เคยพบปัญหาปริมาณน้ำประปา มากที่สุด อันดับ 2 พบปัญหา การจัดการข้อร้องเรียน ร้อยละ 18.82 และอันดับ 3 พบปัญหาการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กปภ. ร้อยละ 15.66 ตามลำดับ นำเสนอตามภาพที่ 12

ภาพที่ 12 ร้อยละของงานบริการที่ลูกค้าเคยพบปัญหา



ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

20 เปรียบเทียบผลการจัดอันดับบริการระหว่างหน่วยงาน ปีงบประมาณ 2559-2564

เมื่อนำผลสำรวจความคิดเห็น เรื่อง การเปรียบเทียบผลการจัดอันดับ (หน่วยงานที่ได้อันดับ 1) บริการระหว่างหน่วยงาน ปีงบประมาณ 2559-2564 มาพิจารณาร่วมกัน สรุปผลเปรียบเทียบ 6 ปีสำรวจ นำเสนอตามตารางที่ 17

ตารางที่ 17 สรุปผลเปรียบเทียบความคิดเห็น ดีเป็นที่ 1 ระหว่างหน่วยงาน ปีงบประมาณ 2559-2564

รายการเปรียบเทียบ	2559	2560	2561	2562	2563	2564
1.คุณภาพน้ำประปา (ระหว่าง 2 หน่วยงาน)						
2.ปริมาณน้ำประปา (ระหว่าง 2 หน่วยงาน)						

รายการเปรียบเทียบ	2559	2560	2561	2562	2563	2564
3.ความพร้อมและความเชี่ยวชาญด้านวิเคราะห์และจัดการคุณภาพน้ำ (ระหว่าง 2 หน่วยงาน)						
4.บุคลากรมีความรู้ ความสามารถในระบบประปา (ระหว่าง 2 หน่วยงาน)						
5.การให้บริการของเจ้าหน้าที่						
6.อาคาร-สถานที่						
7.การชำระค่าบริการและกระบวนการให้บริการ						
8.การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่						
9.การเข้าถึงและความใกล้ชิดประชาชนและชุมชน						
10.การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร						
11.ความสะดวกและความหลากหลายของช่องทางรับฟังและรับเรื่องร้องเรียน						
12.การจัดการข้อร้องเรียน (ความรวดเร็ว, ความเรียบร้อย)						
13.บริการด้านข้อมูล สารสนเทศ และข่าวสารที่ได้รับ						
14.บริการอำนวยความสะดวกด้านการทำธุรกรรม และการค้นหาข้อมูลด้วย Mobile Application ของ กปภ.						
15.บริการอำนวยความสะดวกด้านการทำธุรกรรม และการค้นหาข้อมูลด้วย PWA Line Official ของ กปภ.						

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2559-2564

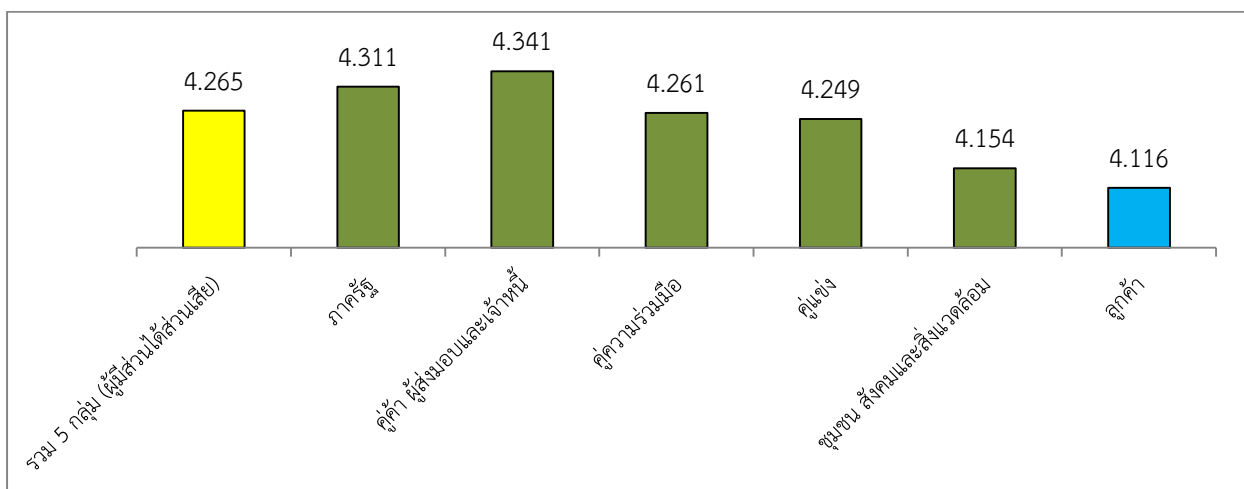
21 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย คือ บุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชน หน่วยงาน หรือ องค์กรต่างๆ ที่สร้างเพิ่มมูลค่า หรือ ให้ความสนใจ หรือได้รับผลกระทบจากกิจกรรมภายในองค์กรของเรา การดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับ ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย จะช่วยสนับสนุนให้องค์กรของเราประสบความสำเร็จ อย่างยั่งยืน ซึ่งการดำเนินงานภายในองค์กรของเรา สามารถส่งผลกระทบด้านบวกและผลกระทบด้านลบ ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การสำรวจตามโครงการวิจัย “โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ การประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ 2564” ได้เพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการและ ความคาดหวังของลูกค้า โดยเพิ่มการสำรวจกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ. 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) รัฐบาล (กระทรวงต้นสังกัด/ผู้ถือหุ้นภาครัฐ/หน่วยงานกำหนดนโยบายกำกับดูแล) 2) คู่ค้า/ผู้ส่งมอบและเจ้าหน้าที่ 3) คู่ความร่วมมือ 4) คู่แข่ง และ 5) ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงาน ขององค์กร เพราะถือเป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ทิศทาง แผนการดำเนินงาน และแนวทาง ในการพัฒนาองค์กร

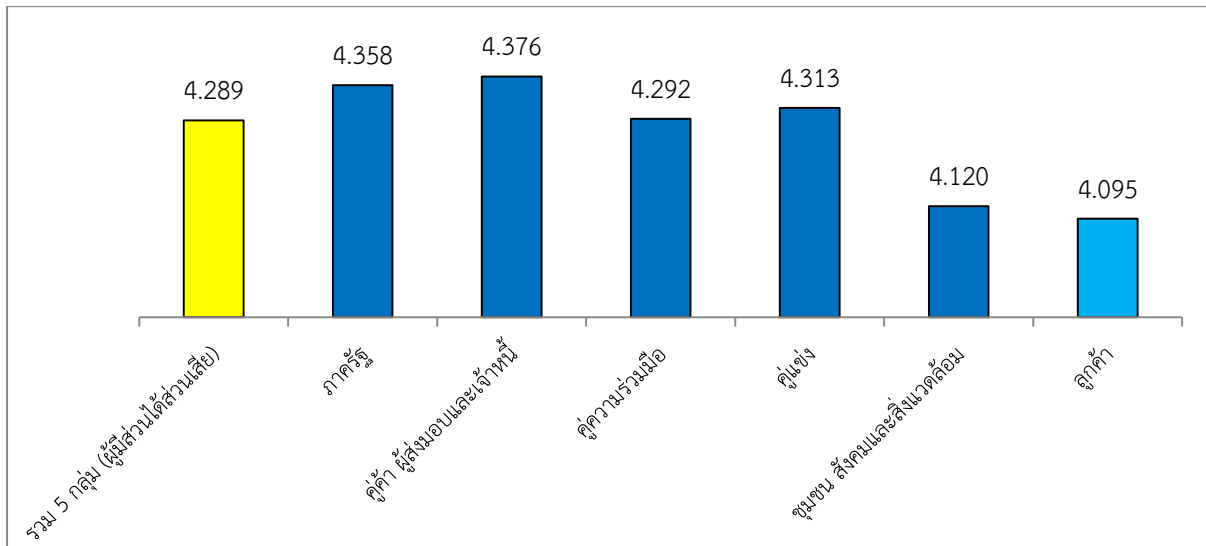
คะแนนความพึงพอใจในภาพรวม (ภาพที่ 13) อันดับ 1 คู่ค้า/ผู้ส่งมอบและเจ้าหน้าที่ แสดงความ พึงพอใจในภาพรวมต่อบทบาทการทำหน้าที่ของ กปภ. สูงสุด 4.341 คะแนน อันดับ 2 ภาครัฐ 4.311 คะแนน อันดับ 3 คู่ความร่วมมือ 4.261 คะแนน อันดับ 4 คู่แข่ง 4.249 คะแนน และอันดับ 5 ชุมชน สังคมและ สิ่งแวดล้อม 4.154 คะแนน ส่วนผลสำรวจความพึงพอใจในภาพรวมที่ลูกค้ามีต่อ กปภ. อยู่ที่ระดับ 4.116 คะแนน (คะแนนความพึงพอใจในภาพรวม ประกอบด้วย ความพึงพอใจในความสัมพันธ์ บริการ และทัศนคติ ความเชื่อมั่น)

ภาพที่ 13 ความพึงพอใจในภาพรวมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าที่มีต่อ กปภ.



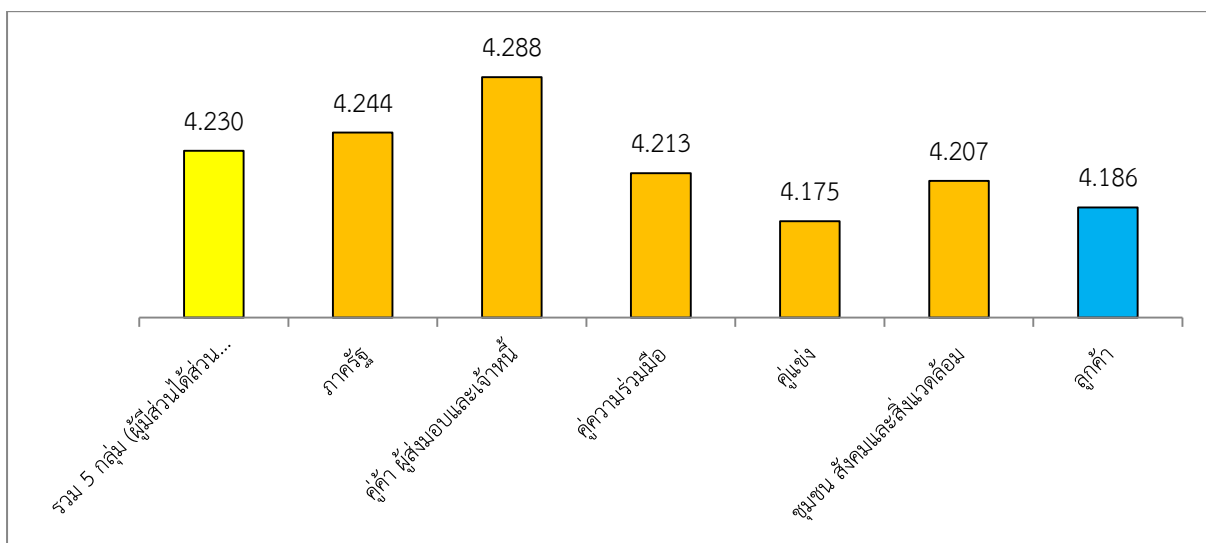
คะแนนความพึงพอใจในความสัมพันธ์ บริการ (ภาพที่ 14) อันดับ 1 คู่ค้า/ผู้ส่งมอบและเจ้าหน้าที่ แสดงความพึงพอใจในความสัมพันธ์กับ กปภ. สูงสุด 4.376 คะแนน อันดับ 2 ภาครัฐ 4.358 คะแนน อันดับ 3 คู่แข่ง 4.313 คะแนน อันดับ 4 คู่ความร่วมมือ 4.292 คะแนน และอันดับ 5 ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม 4.120 คะแนน ส่วนผลสำรวจความพึงพอใจในบริการที่ลูกค้ามีต่อ กปภ. อยู่ที่ระดับ 4.095 คะแนน

ภาพที่ 14 ความพึงพอใจในความสัมพันธ์ บริการ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าที่มีต่อ กปภ.



คะแนนทัศนคติความเชื่อมั่น (ภาพที่ 15) อันดับ 1 คู่ค้า/ผู้ส่งมอบและเจ้าหน้าที่ แสดงทัศนคติความเชื่อมั่นที่มีต่อ กปภ. สูงสุด 4.288 คะแนน อันดับ 2 ภาครัฐ 4.244 คะแนน อันดับ 3 คู่ความร่วมมือ 4.213 คะแนน อันดับ 4 ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม 4.207 คะแนน และ อันดับ 5 คู่แข่ง 4.175 คะแนน ส่วนผลสำรวจทัศนคติความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อ กปภ. อยู่ที่ระดับ 4.186 คะแนน

ภาพที่ 15 ทัศนคติความเชื่อมั่น ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าที่มีต่อ กปภ.



ตารางที่ 18 คะแนนความคาดหวัง คะแนนความพึงพอใจ และส่วนต่างความคาดหวังในภาพรวมที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีต่อ กปภ.

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า	คะแนนความคาดหวัง	คะแนนความพึงพอใจ	Gap Analysis	ความหมาย
รวม 5 กลุ่ม (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)	4.736	4.289	0.447	ห่างจากความคาดหวัง
ภาครัฐ	4.690	4.358	0.332	ห่างจากความคาดหวัง
คู่ค้า ผู้ส่งมอบและเจ้าหน้าที่	4.826	4.376	0.450	ห่างจากความคาดหวัง
คู่ความร่วมมือ	4.724	4.292	0.432	ห่างจากความคาดหวัง
คู่แข่ง	4.694	4.313	0.381	ห่างจากความคาดหวัง
ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม	4.718	4.120	0.598	ห่างจากความคาดหวัง
ลูกค้า	4.244	4.095	0.149	ห่างจากความคาดหวัง

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

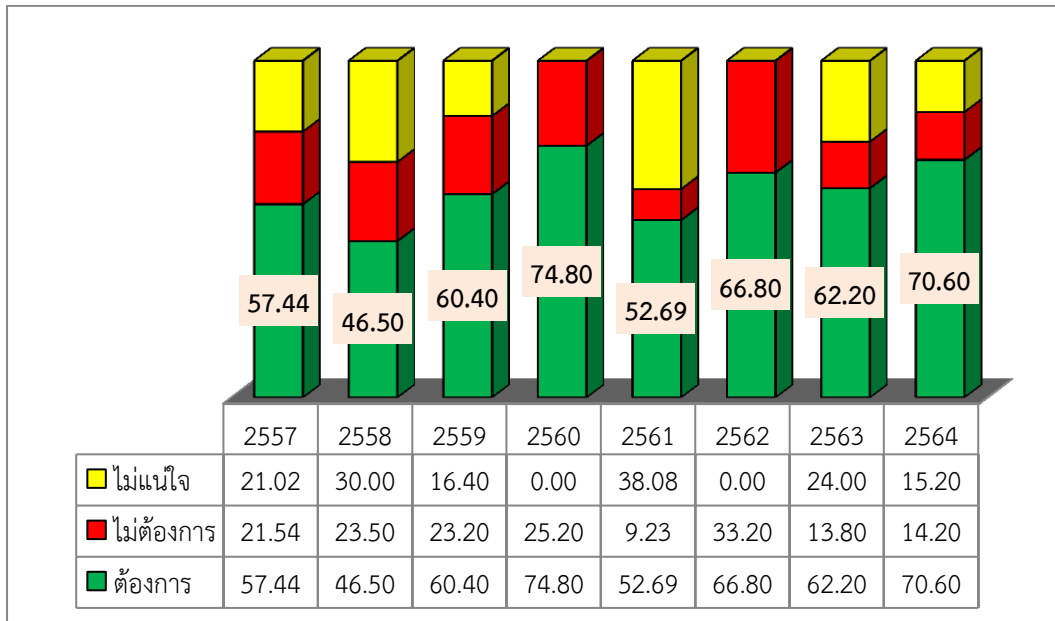
22 ลูกค้าคาดหวังในอนาคต

ลูกค้าคาดหวังในอนาคต หมายถึง ผู้ที่ไม่ใช่ลูกค้าปัจจุบันของ กปภ. แต่เป็นผู้อยู่ในพื้นที่รอยต่อระหว่างเขตรับผิดชอบของการประปาส่วนภูมิภาคสาขากับพื้นที่นอกเขต ซึ่งในอนาคตประชาชนพื้นที่รอยต่อมีโอกาสเป็นลูกค้าของการประปาส่วนภูมิภาค

- **ความต้องการอยากเป็นลูกค้า กปภ.**

เมื่อนำผลสำรวจความคิดเห็นกลุ่มลูกค้าคาดหวังในอนาคต 8 ปีสำรวจ (ตัวอย่างปีงบประมาณ 2557 จำนวน 195 ตัวอย่าง ปีงบประมาณ 2558 จำนวน 200 ตัวอย่าง ปีงบประมาณ 2559 จำนวน 250 ตัวอย่าง ปีงบประมาณ 2560 จำนวน 250 ตัวอย่าง ปีงบประมาณ 2561 จำนวน 500 ตัวอย่าง ปีงบประมาณ 2562 จำนวน 500 ตัวอย่าง ปีงบประมาณ 2563 จำนวน 500 ตัวอย่าง และปีงบประมาณ 2564 จำนวน 500 ตัวอย่าง) สืบค้นประเด็นคำถามที่ว่า “ท่านมีความต้องการเป็นลูกค้า (ผู้ใช้น้ำ) ของการประปาส่วนภูมิภาคหรือไม่” พบว่า ลูกค้าคาดหวังในอนาคต ประมาณร้อยละ 46.50-74.80 (ช่วงผลสำรวจปีงบประมาณ 2557-2564) ของประชาชนในพื้นที่รอยต่อให้บริการ “มีความต้องการ” เป็นลูกค้า กปภ. ด้วยเหตุผลที่ว่า คุณภาพน้ำประปาของ กปภ. ดีกว่าน้ำประปาจากแหล่งอื่น และน้ำประปาของ กปภ. มีปริมาณน้ำเพียงพอในทุกช่วงฤดู แต่ยังติดขัดไม่สามารถใช้น้ำประปาของ กปภ. เพราะท่อส่งน้ำประปาของ กปภ. มาไม่ถึงหมู่บ้าน ชุมชน และ/หรือ ค่าธรรมเนียมติดตั้งน้ำประปาใหม่ของ กปภ. และอัตราค่าบริการน้ำประปาต่อหน่วยการใช้สูงกว่า เมื่อเทียบกับน้ำประปาจากแหล่งอื่น (ภาพที่ 16)

ภาพที่ 16 สัดส่วนความต้องการอยากจะเป็นลูกค้าของ กปภ. จากผลสำรวจกลุ่มลูกค้าคาดหวังในอนาคต ปีงบประมาณ 2557-2564



ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2557-2564

ตารางที่ 19 เหตุผลของการยังไม่ใช้บริการน้ำประปาของ กปภ. ปีงบประมาณ 2564

รายการ	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
ต้องการเป็นลูกค้า กปภ. แต่ที่ยังไม่ใช้น้ำประปาของ กปภ. เพราะเหตุใด		
ท่อประปามาไม่ถึงชุมชน	293	83.00
ค่าติดตั้งน้ำประปาของ กปภ. แพงเกินไป	60	17.00
รวม	353	100.00
ไม่ต้องการเป็นลูกค้าของ กปภ. เพราะเหตุใด		
ไม่ต้องการจ่ายค่าน้ำประปาเพิ่มขึ้นจากเดิม (ราคาน้ำประปาของ กปภ. สูงกว่า)	27	38.03
ค่าติดตั้งน้ำประปาของ กปภ. แพงเกินไป	24	33.80
ไม่มีความจำเป็นต้องใช้น้ำประปาของ กปภ. (ยอมรับคุณภาพน้ำประปาที่ใช้อยู่ได้)	17	23.94
ใช้น้ำประปาแบบนี้มานานและเคยชิน (ยอมรับคุณภาพน้ำประปาที่ใช้อยู่ได้)	3	4.23
รวม	71	100.00

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

● ปัจจัยภายในของ กปภ. กักับการตัดสินใจเป็นลูกค้า กปภ.

ปัจจัยภายในของ กปภ. 12 รายการต่อไปนี้ ได้แก่ 1.บริการน้ำประปาที่มีคุณภาพ 2.บริการน้ำประปาด้วยความเพียงพอ (ปริมาณน้ำประปาที่ไหล) 3.การบริการที่ดีจากพนักงาน 4.มีสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร-สถานที่ 5.มีขั้นตอนและกระบวนการให้บริการที่สะดวก 6.มีบริการหลังการขายที่ดี 7.มีการให้ข้อมูล สารสนเทศกับลูกค้า 8.มีช่องทางการรับฟังลูกค้า 9.มีการผ่อนชำระหรือลดค่าติดตั้งประปา 10.มีการผ่อนชำระหรือลดเงินประกันการใช้น้ำ 11.มีการผ่อนชำระหรือลดค่าติดตั้งปั้มน้ำ/ถังสำรองน้ำ และ 12.มีให้บริการวางระบบท่อน้ำภายในบ้านแบบฟรีค่าแรง

เมื่อนำมาสอบถามความรู้สึกพึงพอใจของลูกค้าคาดหวังในอนาคตในประเด็นที่ว่า “ปัจจัยภายในของ กปภ. ต่อไปนี้ มีส่วนช่วยทำให้ท่านตัดสินใจเป็นลูกค้าของ กปภ. มากน้อยเพียงใด” โดยให้ลูกค้าคาดหวังประเมินความรู้สึกใน 5 ระดับ ได้แก่ “ทำให้สนใจเป็นลูกค้าของ กปภ. มากที่สุด” “ทำให้สนใจเป็นลูกค้าของ กปภ. มาก” “ทำให้สนใจเป็นลูกค้าของ กปภ. ปานกลาง” “ทำให้สนใจเป็นลูกค้าของ กปภ. น้อย”และ “ทำให้สนใจเป็นลูกค้าของ กปภ. น้อยที่สุด” ผลสำรวจพบว่า มี 6 รายการที่ลูกค้าคาดหวังในอนาคตให้ความสนใจเป็นลูกค้า โดยมีค่า Top 2 Box เกินร้อยละ 90 ได้แก่ รายการที่ 1.บริการน้ำประปาที่มีคุณภาพ รายการที่ 2.บริการน้ำประปาด้วยความเพียงพอ (ปริมาณน้ำประปาที่ไหล) รายการที่ 9.มีการผ่อนชำระหรือลดค่าติดตั้งประปา รายการที่ 10.มีการผ่อนชำระหรือลดเงินประกันการใช้น้ำ รายการที่ 11.มีการผ่อนชำระหรือลดค่าติดตั้งปั้มน้ำ/ถังสำรองน้ำ และรายการที่ 12.มีให้บริการวางระบบท่อน้ำภายในบ้านแบบฟรีค่าแรง ดังนั้นจึงเชื่อว่า หาก กปภ. รักษามาตรฐานคุณภาพน้ำประปาและปริมาณน้ำประปาให้ได้มาตรฐานและเหนือคู่แข่งทุกช่วงฤดูกาล รวมทั้งการทำตลาดเชิงรุกในรายการที่ 9 ถึง 12 จะช่วยให้ กปภ. สามารถขยายฐานลูกค้าในพื้นที่รอยต่อให้บริการน้ำประปาได้อย่างแน่นอน (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 ปัจจัยภายในของ กปภ. กักับการตัดสินใจเป็นลูกค้า กปภ. ปีงบประมาณ 2564

รายการ	คะแนน	Top 2 Box	ร้อยละความสนใจเป็นลูกค้า กปภ.				
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.บริการน้ำประปาที่มีคุณภาพ	4.288	90.00	38.80	51.20	10.00	0.00	0.00
2.บริการน้ำประปาด้วยความเพียงพอ (ปริมาณน้ำประปาที่ไหล)	4.300	91.20	38.80	52.40	8.80	0.00	0.00
3.การบริการที่ดีจากพนักงาน	3.876	58.20	29.40	28.80	41.80	0.00	0.00
4.มีสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร-สถานที่	3.884	60.60	27.80	32.80	39.40	0.00	0.00
5.มีขั้นตอนและกระบวนการให้บริการที่สะดวก	3.778	57.20	20.60	36.60	42.80	0.00	0.00
6.มีบริการหลังการขายที่ดี	3.874	58.60	28.80	29.80	41.40	0.00	0.00
7.มีการให้ข้อมูล สารสนเทศกับลูกค้า	3.83	55.20	27.80	27.40	44.80	0.00	0.00
8.มีช่องทางการรับฟังลูกค้า	3.848	56.80	28.00	28.80	43.20	0.00	0.00

รายการ	คะแนน	Top 2 Box	ร้อยละความสนใจเป็นลูกค้า กปภ.				
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9.มีการผ่อนชำระหรือลดค่าติดตั้งประปา	4.872	100.00	87.20	12.80	0.00	0.00	0.00
10.มีการผ่อนชำระหรือลดเงินประกันการใช้น้ำ	4.458	100.00	45.80	54.20	0.00	0.00	0.00
11.มีการผ่อนชำระหรือลดค่าติดตั้งบิมน้ำ/ถังสำรองน้ำ	4.376	100.00	37.60	62.40	0.00	0.00	0.00
12.มีให้บริการวางระบบท่อน้ำภายในบ้านแบบฟรีค่าแรง	4.278	100.00	27.80	72.20	0.00	0.00	0.00

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

23 แนวทางปรับปรุงการให้บริการ

ข้อเสนอแนวทางปรับปรุงการและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ 1.เพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันภักดีของลูกค้าต่อ กปภ. 2.การเพิ่มลูกค้าใหม่ให้ กปภ. และ 3.การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.

- แผนเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันภักดีของลูกค้าต่อ กปภ.

รายละเอียดแผนดำเนินงานแผนเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันภักดีของลูกค้าต่อ กปภ.
<p>กปภ. บริหารจัดการงานซ่อมท่อประปาให้มีประสิทธิภาพและการแจ้งข่าวสารที่แม่นยำ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การควบคุมดูแลคุณภาพน้ำประปาและการไหลของน้ำประปา เป็นหัวใจสำคัญของงานบริการหลังการขาย เมื่อ กปภ.สาขา มีเหตุต้องหยุดจ่ายน้ำเนื่องจากงานซ่อมท่อ จำเป็นต้องรีบดำเนินการแก้ไขให้เป็นตามกำหนดเวลาที่แจ้งกับลูกค้า - กปภ.สาขา ให้ความใส่ใจรักษาคุณภาพ มาตรฐานการผลิตและการจ่ายน้ำ การโบลวตะกอนน้ำการซ่อมท่อที่รวดเร็ว เรียบร้อย ซึ่งรวมถึงการรับเรื่องร้องเรียนและการแก้ปัญหาแบบทันที่ - การประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์กับงานซ่อมท่อ ต้องมีความแม่นยำสามารถสื่อสารและกำหนดเวลาซ่อมแล้วเสร็จ เวลาการจ่ายน้ำเข้าระบบได้อย่างแม่นยำ เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการแจ้งข่าวสารกับลูกค้า

<p>การประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าติดตั้งถังสำรองน้ำ เป็นวิธีช่วยให้ลูกค้ายังคงมีน้ำประปาใช้ในขณะที่ กปภ. มีเหตุต้องหยุดจ่ายน้ำประปาชั่วคราว เนื่องจากงานซ่อมท่อประปา</p>
<ul style="list-style-type: none">- การบรรเทาปัญหาการหยุดจ่ายน้ำประปาและลดแรงดันของน้ำประปาชั่วคราว- กปภ. ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ความเข้าใจ ข้อดีของครัวเรือนมีถังสำรองน้ำไว้ใช้ ซึ่งสามารถดำเนินการส่งเสริมได้โดย กปภ. นำถังสำรองน้ำ มาเป็นส่วนหนึ่งของแผนการส่งเสริมการขาย การทำตลาดลูกค้ารายใหม่ และให้ความรู้ ความเข้าใจกับลูกค้ารายเดิม ให้ติดตั้งถังสำรองน้ำ- อย่างไรก็ตาม ถังสำรองน้ำ เป็นเพียงวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าสามารถใช้น้ำประปาได้ตามปกติในช่วงเวลาที่ กปภ. มีเหตุต้องหยุดจ่ายน้ำเท่านั้น- สิ่งสำคัญที่สุด คือ กปภ.สาขา สามารถแก้ปัญหาที่แตกกร้าว การซ่อมท่อ การระบายตะกอนน้ำทิ้ง การจ่ายน้ำประปาอย่างสม่ำเสมอ ให้ดีที่สุด
<p>เชื่อว่า การจัดการปัญหาเรื่อง ปริมาณน้ำประปา ช่วยให้ลูกค้าเกิดความภักดีกับ กปภ. สูงถึง 1.685 เท่า ณ ระดับความเชื่อมั่น 94%</p>
<p>เชื่อว่า การจัดการปัญหาเรื่อง คุณภาพน้ำประปา ช่วยให้ลูกค้าเกิดความภักดีกับ กปภ. สูงถึง 1.049 เท่า ณ ระดับความเชื่อมั่น 90%</p>
<p>การใช้ PWA Line official และ Application ที่ กปภ. พัฒนาขึ้น เป็นยุทธศาสตร์ เนื่องจากจุดอ่อนของ กปภ.สาขา คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ขาดความแม่นยำไม่ทั่วถึง และลูกค้าต้องการความสะดวกมากขึ้น ไม่ต้องการเดินทางมาทำธุรกรรมใดๆ ณ สำนักงานงานของ กปภ.สาขา เช่น การจ่ายค่าน้ำประปา การขอติดตั้งประปาใหม่ และอื่นๆ</p>
<ul style="list-style-type: none">- กปภ. วางแผนการประชาสัมพันธ์การหยุดจ่ายน้ำให้เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ โดยเชิญชวนให้ลูกค้าใช้ช่องทางออนไลน์ของ กปภ. เพิ่มขึ้น อาทิ เว็บไซต์ กปภ. Application PWA 1662 และ PWA line Official- ช่องทางที่ควรได้รับการพิจารณาเป็นยุทธศาสตร์การสื่อสารกับลูกค้าของ กปภ. มากที่สุดคือ PWA Line official เพราะถือว่าเป็นช่องทางที่ “รวดเร็ว-สะดวก” และมีลูกค้าที่เข้ามาเป็นสมาชิกมากขึ้นเรื่อยๆ (ในขณะที่ Application ของ กปภ. ต้องได้รับการพัฒนาต่อไป และเพิ่มความนิยมใช้บริการให้มากขึ้น)- กลยุทธ์ช่วยทำให้ PWA Line official เป็นช่องทางสื่อสารที่ “ทั่วถึง” จึงมีความสำคัญ- กปภ. พิจารณาแก้ปัญหาโดยถ่ายโอนการสื่อสารผ่านไลน์กลุ่มลูกค้าของแต่ละ กปภ.สาขา ให้มาสื่อสารผ่านระบบ PWA Line official ที่สามารถจัดการรูปแบบการสื่อสารได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
<p>การสร้างความนิยมให้ลูกค้าใช้ PWA Line official และ Application PWA 1662 เป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จ</p>
<ul style="list-style-type: none">- กปภ. ใช้วิธีจัดหาช่องทางชำระเงินแบบ online ผ่าน Application ของธนาคารใดธนาคารหนึ่งที่ไม่มียอดค่าธรรมเนียม และ กปภ. พัฒนา Application PWA 1662 และ PWA Line official ให้ลูกค้าชำระเงินผ่านช่องทางนี้ที่ผูกโยงกับธนาคารดังกล่าว และให้ลูกค้าสามารถได้รับใบเสร็จยืนยันการชำระเงินและไม่มีค่าธรรมเนียม- สร้างจุดแข็งของ Application PWA 1662 และ Application PWA Line official

<p>โดยให้แต่ละ กปภ.สาขา เชิญชวนลูกค้าโหลด Application แนะนำวิธีใช้งานและให้ของที่ระลึก (เจาะกลุ่มลูกค้าที่เดินทางมาชำระเงินที่เคาน์เตอร์ กปภ.สาขา)</p> <ul style="list-style-type: none">- สร้างจุดแข็งของ Application PWA 1662 และ Application PWA Line official โดยมีฟังก์ชันให้ลูกค้าที่ค้างชำระค่าน้ำประปามากกว่า 1 รอบบิล สามารถชำระเงินผ่านช่องทางนี้ได้- กปภ. มีนโยบายส่งเสริม เช่น ได้รับส่วนลดค่าน้ำประปา สะสมแต้มเมื่อชำระผ่าน Application ของ กปภ. เป็นต้น- การสะสมแต้มเพื่อให้ลูกค้าได้รับส่วนลดในการซื้อถังสำรองน้ำ- วิธีเชิญชวนให้ลูกค้าโหลด Application PWA 1662 และ Application PWA Line official คือ กปภ. พัฒนาฟังก์ชันใช้งานให้หลากหลาย เกิดประโยชน์กับลูกค้าและจงใจลูกค้าด้วยการมอบของรางวัล ได้ส่วนลด หรือแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าสามารถชำระค่าน้ำประปาแบบไม่เสียค่าธรรมเนียมและได้รับใบเสร็จทันที สะดวกและประหยัดกว่าช่องทางชำระเงินวิธีอื่น
<ul style="list-style-type: none">- การพัฒนาระบบ Application ของ กปภ. ให้มีความน่าสนใจต่อการใช้งาน ทั้งด้านความสะดวกและมีฟังก์ชันหลากหลาย เป็นระบบ Online ที่แท้จริง ไม่ใช่เป็นเพียง Plat Form- พัฒนา Application ของ กปภ. ให้มีฟังก์ชันที่หลากหลาย เช่น รายชื่อของธุรกิจที่รับงานดูแลระบบประปาภายในบ้านลูกค้า โดย กปภ. อาจทำหน้าที่เป็นคนกลางรับขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการที่สนใจ และต้องผ่านมาตรฐานงานบริการที่ กปภ. กำหนด รูปแบบของฟังก์ชันนี้ ควรเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถ comment และให้คะแนน (5 ดาว) เพื่อให้ลูกค้ารายอื่นสามารถใช้เป็นข้อมูลตัดสินใจเลือกสถานประกอบการได้
<p>เชื่อว่า การจัดการปัญหาเรื่อง บริการหลังการขาย ช่วยให้ลูกค้าเกิดความภักดีกับ กปภ. สูงถึง 1.471 เท่า ณ ระดับความเชื่อมั่น 80% และเรื่อง ข้อมูลข่าวสาร ช่วยให้ลูกค้าเกิดความภักดีกับ กปภ. 0.572 เท่า ณ ระดับความเชื่อมั่น 93%</p>
<p>พัฒนาระบบสื่อสาร AI</p> <p>ปัญหาของงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ไม่แม่นยำ เกิดจากการแก้ไขปัญหาหน้างานที่ไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่กำหนด ประกอบกับระบบฐานข้อมูลทุกส่วนงานของ กปภ. ไม่เชื่อมโยงกัน ทำให้เจ้าหน้าที่ส่วนงานหนึ่ง ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะขาดข้อมูลของอีกส่วนงานหนึ่งที่เป็นต้องอ้างอิงข้อมูล</p>
<ul style="list-style-type: none">- กปภ. พัฒนาระบบสื่อสารกับลูกค้าผ่าน Application ให้เสร็จสมบูรณ์- การเชื่อมโยงฐานข้อมูลทุกส่วนงานเข้าด้วยกัน- การพัฒนาศูนย์สื่อสารให้เป็นระบบ AI เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการคัดกรองข้อมูลส่งให้ลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจง โดยอาศัย BigData เชื่อมโยงฐานข้อมูลต่างๆ เข้าด้วยกัน
<p>เชื่อว่า การจัดการปัญหาเรื่อง ข้อมูลข่าวสาร ช่วยให้ลูกค้าเกิดความภักดีกับ กปภ. 0.572 เท่า ณ ระดับความเชื่อมั่น 93%</p>

รายละเอียดแผนดำเนินงาน (ต่อ)
จัดตั้งทีมงานด้านการตลาดจากส่วนกลาง เป็นพี่เลี้ยงและทำตลาดร่วมกับ กปภ.สาขา และใช้ประโยชน์จาก Big Data
<ul style="list-style-type: none">- เนื่องจาก กปภ. เป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีบุคลากร/เจ้าหน้าที่จำนวนมาก- กปภ. มีพื้นที่ให้บริการกระจายทั่วประเทศ มีสาขารับผิดชอบ 234 สาขา จึงเป็นได้ยากที่บุคลากร/เจ้าหน้าที่ทั้ง 234 สาขา จะมีความเชี่ยวชาญงานด้านการตลาด ประกอบกับแต่ละสาขามีข้อมูลตัดสินใจ รูปแบบการตัดสินใจ วิธีการทำตลาดแตกต่างกัน ความพร้อมของทีมงาน กปภ.สาขาแตกต่างกัน- ความสำเร็จด้านการตลาดของแต่ละ กปภ.สาขา จึงมีความแตกต่างกัน

● แผนการเพิ่มลูกค้าใหม่ให้ กปภ.

รายละเอียดแผนดำเนินงานแผนการเพิ่มลูกค้าใหม่ให้ กปภ.
การทำตลาดเชิงรุก การส่งเสริมการขาย มีนัยสำคัญช่วยสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าคาดหวังในอนาคต สนใจเป็นลูกค้าของ กปภ. ประเด็นหลัก : กปภ. จัดตั้งทีมงานด้านการตลาดจากส่วนกลาง เป็นพี่เลี้ยงและทำตลาดร่วมกับ กปภ.สาขา และใช้ประโยชน์จาก Big Data
<ul style="list-style-type: none">- เนื่องจาก กปภ. เป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีบุคลากร/เจ้าหน้าที่จำนวนมาก- กปภ. มีพื้นที่ให้บริการกระจายทั่วประเทศ มีสาขารับผิดชอบ 234 สาขา จึงเป็นได้ยากที่บุคลากร/เจ้าหน้าที่ทั้ง 234 สาขา จะมีความเชี่ยวชาญงานด้านการตลาด ประกอบกับแต่ละสาขามีข้อมูลตัดสินใจ รูปแบบการตัดสินใจ วิธีการทำตลาดแตกต่างกัน ความพร้อมของทีมงาน กปภ.สาขาแตกต่างกัน- ความสำเร็จด้านการตลาดของแต่ละ กปภ.สาขา จึงมีความแตกต่างกัน- กปภ.ส่วนกลาง จัดตั้งทีมงาน คณะทำงานที่มีความเชี่ยวชาญหลายด้าน เช่น ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลตามแบบจำลองการตลาดมหภาค/จุลภาค ด้านเทคโนโลยีข้อมูลแผนที่ภูมิศาสตร์/การขยายตัวของชุมชนตามแนวเส้นท่อ การแสดงความจำนงเป็นลูกค้าและด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์จิตวิทยา การวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน เป็นต้น โดยทีมการตลาดจากส่วนกลาง ทำการวิเคราะห์ ความเป็นไปได้ของการขยายฐานลูกค้าในแต่พื้นที่ โดยอาศัย BigData- ทีมสนับสนุนด้านการตลาดจาก กปภ.ส่วนกลาง เมื่อพิจารณาวิธีการและความเป็นไปได้แล้วจึงประสานงานกับ กปภ.สาขาผู้รับผิดชอบพื้นที่ เพื่อสนับสนุนการทำตลาดให้เกิดขึ้นจริง
ประเด็นเสริม
<ul style="list-style-type: none">- จัดทำนโยบายส่งเสริมการตลาดในรูปแบบที่หลากหลายเป็นระยะ เพื่อให้ กปภ.สาขา เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น เช่น “ลดค่าติดตั้งประปาใหม่ในวันสำคัญ” “การจับของรางวัลบางช่วงเดือนที่มาของติดตั้ง เช่น ถังพักน้ำ”

- กปภ.สาขา/ผู้จัดการ ต้องรู้จักพื้นที่ให้บริการของตนเองว่าพื้นที่ใดเป็นจุดแข็ง-จุดอ่อน พื้นที่จุดแข็งควรขยายงานบริการลูกค้าเพิ่ม พื้นที่ที่เป็นจุดอ่อนให้รักษาฐานที่มั่น เผื่อระวังปัญหา/เจ้าหน้าที่ กปภ. หมั่นลงพื้นที่สอบถามปัญหากับลูกค้าโดยตรงและหาทางแก้ปัญหา
- สร้างขวัญ กำลังใจให้บุคลากร/เจ้าหน้าที่ของ กปภ.สาขา ในการทำงาน กระตือรือร้นตลอดเวลาที่จะทำงานในหน้าที่ของตนเองให้บรรลุผลสำเร็จ ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้านายกับลูกน้องและเพื่อนร่วมงานมีความสำคัญอย่างยิ่ง
- หากมองท้องถิ่น เปรียบเสมือนสถานประกอบการหนึ่งแห่ง โดย กปภ.สาขา ขายน้ําประปาให้กับท้องถิ่นและท้องถิ่นดำเนินการขายน้ําประปาให้กับชุมชน การดำเนินการเช่นนี้ ช่วยลดภาระของ กปภ.สาขาลงได้มาก

● แผนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.

รายละเอียดแผนดำเนินงานแผนการบริหารความสัมพันธ์กับ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.

ให้น้ําหนักความสำคัญการปรับปรุงแก้ไขความสัมพันธ์ระหว่าง กปภ. กับชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม มากที่สุด

- ลดความไม่พึงพอใจของชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงเรื่อง “น้ําไหลน้อย/ท่อแตกบ่อย” มากที่สุด เพราะเป็นรายการที่ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม แสดงออกถึงความไม่พึงพอใจมากที่สุด
- กปภ. เข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนและสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนให้มากขึ้น เพราะชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม กล่าวถึงความสัมพันธ์ในรายการนี้ที่ต้องการจาก กปภ. มากที่สุด
- กปภ. ลดจุดด้อยในความสัมพันธ์ระหว่าง กปภ. กับชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เรื่อง 1.กปภ. จัดให้มีกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอกับชุมชน/สังคม (Gap 0.733)
2. กปภ. รับฟังความคิดเห็นของชุมชน/สังคม ให้มากขึ้น (Gap 0.696)
3. กปภ. ต้องประสานงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพกับชุมชน (Gap 0.670)
4. กปภ. ต้องดำเนินการช่วยเหลือชุมชนในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉินเกิดขึ้น หรือกระทบต่อชุมชน/สังคม (Gap 0.652) 5. กปภ. ต้องสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน/สังคมให้มากขึ้น (Gap 0.652) และ 6. กปภ. สนับสนุนให้ชุมชน/สังคมสามารถเข้าถึงข่าวสารของ กปภ. ได้ง่ายและรวดเร็ว (Gap 0.634) เป็นประเด็นที่ กปภ. ต้องเร่งปรับความสัมพันธ์ ตามลำดับ

ให้นำหน้าความสำคัญการปรับปรุงแก้ไขการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การประสานความร่วมมือ ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน จัดการข้อร้องเรียน

ภาครัฐเสนอให้ 1.พัฒนาช่องทางสื่อสารผ่านไลน์ระหว่างหน่วยงาน 2.การออกหน่วยบริการร่วมกันงานอนุเคราะห์ งานช่วยเหลือผู้ประสบภัย 3.การทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น ขอความอนุเคราะห์น้ำดื่มในช่วงจัดกิจกรรมให้กับประชาชน และ 4.การเพิ่มช่องทางเบอร์สายด่วน เป็น 4 ข้อเสนอหลักที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภาครัฐ เห็นว่าจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานและแก้ปัญหาเรื่องการสื่อสาร

ลูกค้า ผู้ส่งมอบและเจ้าหน้าที่ เสนอให้ 1. กปภ. แจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ตลอดเวลา 2.การจัดกิจกรรมร่วมกันและประชาสัมพันธ์ และ 3.ให้เจ้าหน้าที่ กระตือรือร้นในการทำงานและประสานงาน ให้แจ้งให้ชัดเจน เป็น 3 ข้อเสนอหลักที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า ผู้ส่งมอบและเจ้าหน้าที่ เห็นว่าจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานและแก้ปัญหาเรื่องการสื่อสาร

คู่ความร่วมมือ เสนอให้ มีการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างหน่วยงาน เป็น 1 ข้อเสนอหลักที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คู่ความร่วมมือ เห็นว่าจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานและแก้ปัญหาเรื่องการสื่อสาร

คู่แข่ง เสนอให้ 1.กปภ. เป็นพี่เลี้ยงในการให้คำแนะนำในการผลิตน้ำที่มีคุณภาพ และ 2.กปภ. ลงพื้นที่สำรวจความต้องการของหน่วยงาน เป็น 2 ข้อเสนอหลักที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คู่แข่ง เห็นว่าจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานและแก้ปัญหาเรื่องการสื่อสาร

ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เสนอให้ กปภ. ร่วมกิจกรรมในชุมชนและสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน เป็น 1 ข้อเสนอหลักที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เห็นว่าจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานและแก้ปัญหาเรื่องการสื่อสาร

จากข้อคิดเห็นของทั้ง 5 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เราพบประเด็นความเห็นที่สอดคล้องกันในเรื่อง ความต้องการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่าง กปภ. กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นวิธีพื้นฐานช่วยให้ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน เกิดความใกล้ชิดและสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างหน่วยงานในลำดับต่อมา ดังนั้น กปภ.สาขา ควรจัดปฏิทินกิจกรรมออกเยี่ยมหน่วยงานที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ และเข้าร่วมกิจกรรมระหว่างหน่วยงานให้มากขึ้น (ไม่ใช่เพียงแค่มอบสิ่งของน้ำดื่ม) แต่หมายถึง บุคลากรเจ้าหน้าที่ของ กปภ.สาขา เข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ

● ข้อเสนอแนะปรับปรุงบริการรายสาขา

กปภ.เขต	ขนาดสาขา	กปภ.สาขา	ข้อเสนอ
1	เล็ก	กปภ.สาขาสระแก้ว	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
1	กลาง	กปภ.สาขาบ้านบึง	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
1	ใหญ่	กปภ.สาขาพนัสนิคม	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
1	ชั้นพิเศษ	กปภ.สาขาชลบุรี (พ)	ดูแลเรื่องปริมาณน้ำประปา
1	ชั้นพิเศษ	กปภ.สาขาพัทยา (พ)	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
2	เล็ก	กปภ.สาขาโชคชัย	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ
2	กลาง	กปภ.สาขาปากช่อง	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
2	ใหญ่	กปภ.สาขาปทุมธานี	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ
2	ชั้นพิเศษ	กปภ.สาขาพระนครศรีอยุธยา (พ)	ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
2	ชั้นพิเศษ	กปภ.สาขารังสิต (พ)	ดูแลเรื่องปริมาณน้ำประปา ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ

กปก.เขต	ขนาดสาขา	กปก.สาขา	ข้อเสนอ
3	เล็ก	กปก.สาขาปากท่อ	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ
3	เล็ก	กปก.สาขาศรีประจันต์	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่
3	เล็ก	กปก.สาขาสวนผึ้ง	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ
3	กลาง	กปก.สาขาสมุทรสงคราม	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน ดูแลความรวดเร็วของข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์
3	ใหญ่	กปก.สาขาสมุทรสาคร	ดูแลเรื่องปริมาณน้ำประปา การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
4	เล็ก	กปก.สาขาพังงา	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ
4	เล็ก	กปก.สาขาอ่าวลึก	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
4	กลาง	กปก.สาขากระบี่	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
4	กลาง	กปก.สาขาเกาะสมุย	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ
4	ชั้นพิเศษ	กปก.สาขาสุราษฎร์ธานี (พ)	ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ

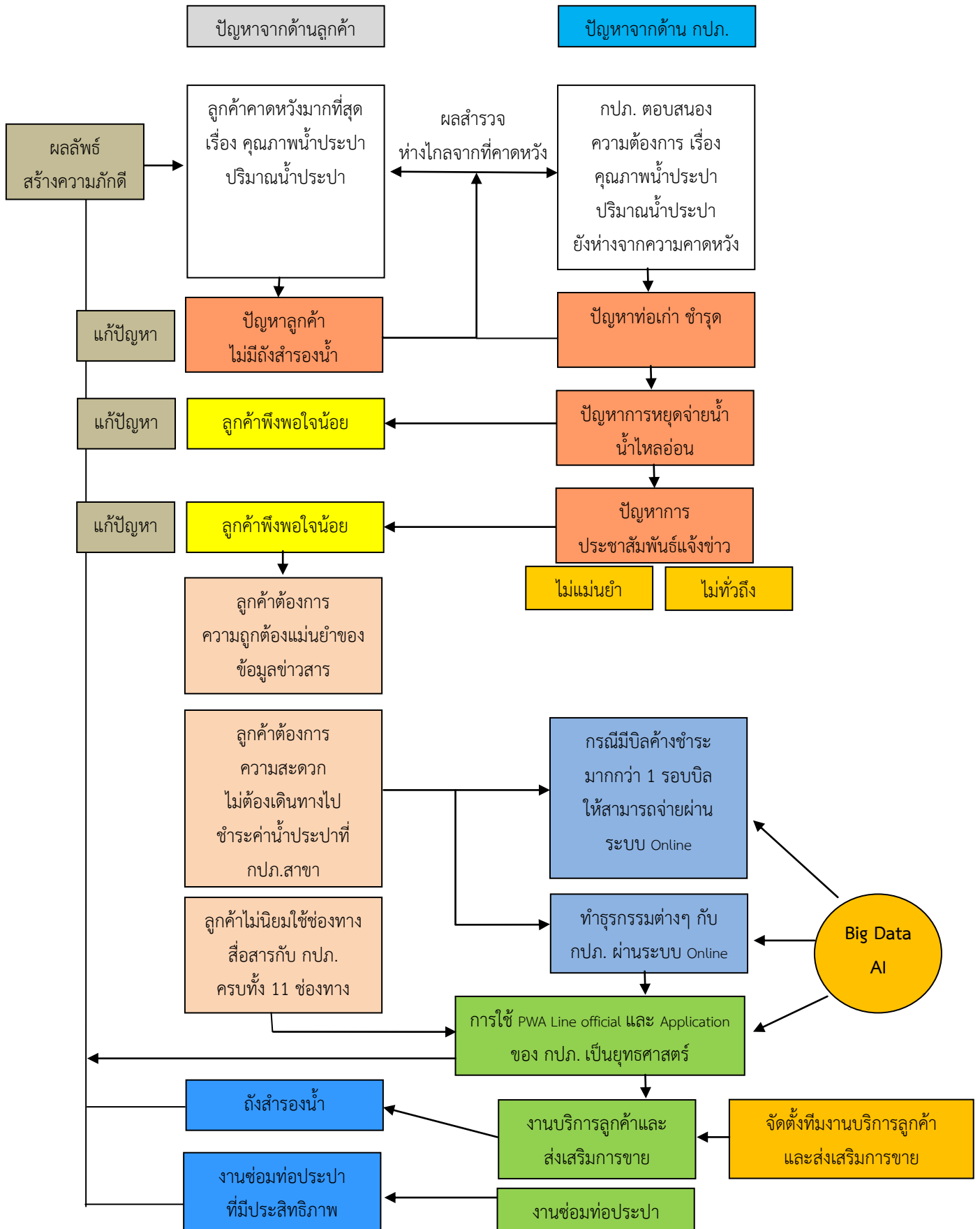
กปก.เขต	ขนาดสาขา	กปก.สาขา	ข้อเสนอ
5	เล็ก	กปก.สาขาระโนด	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ
5	เล็ก	กปก.สาขาห้วยยอด	ดูแลเรื่องปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ
5	กลาง	กปก.สาขาสตูล	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่
5	ใหญ่	กปก.สาขาสงขลา	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
5	ชั้นพิเศษ	กปก.สาขาหาดใหญ่ (พ)	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ
6	เล็ก	กปก.สาขาแก่งคร้อ	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่
6	เล็ก	กปก.สาขาบ้านไผ่	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
6	กลาง	กปก.สาขาชัยภูมิ	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
6	กลาง	กปก.สาขาร้อยเอ็ด	ดูแลเรื่องปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
6	ชั้นพิเศษ	กปก.สาขาขอนแก่น (พ)	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่

กปภ.เขต	ขนาดสาขา	กปภ.สาขา	ข้อเสนอ
7	เล็ก	กปภ.สาขาวังสะพุง	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
7	เล็ก	กปภ.สาขาศรีเชียงใหม่	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
7	เล็ก	กปภ.สาขาสว่างแดนดิน	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
7	กลาง	กปภ.สาขากุมภวาปี	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
7	ชั้นพิเศษ	กปภ.สาขาอุดรธานี (พ)	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
8	เล็ก	กปภ.สาขากันทรลักษ์	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
8	เล็ก	กปภ.สาขาเลิงนกทา	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่
8	เล็ก	กปภ.สาขาอำนาจเจริญ	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
8	กลาง	กปภ.สาขาบุรีรัมย์	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่
8	ใหญ่	กปภ.สาขาอุบลราชธานี	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
9	เล็ก	กปภ.สาขาเถิน	ดูแลเรื่องปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
9	เล็ก	กปภ.สาขาฝาง	ดูแลเรื่องปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
9	กลาง	กปภ.สาขาแม่ริม	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
9	ใหญ่	กปภ.สาขาลำปาง	ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
9	ชั้นพิเศษ	กปภ.สาขาเชียงใหม่ (พ)	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร



กปภ.เขต	ขนาดสาขา	กปภ.สาขา	ข้อเสนอ
10	เล็ก	กปภ.สาขาตะพานหิน	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน
10	เล็ก	กปภ.สาขาศรีสำโรง	ดูแลเรื่องคุณภาพน้ำประปา ปริมาณน้ำประปา ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของเจ้าหน้าที่ ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ
10	เล็ก	กปภ.สาขาอุตรดิตถ์	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
10	กลาง	กปภ.สาขากำแพงเพชร	ดูแลงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
10	กลาง	กปภ.สาขาสุโขทัย	ดูแลงานการจัดการข้อร้องเรียน ดูแลงานความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลที่ได้รับ

ภาพที่ 17 การเชื่อมโยงประเด็นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันภักดีของลูกค้า



ตารางที่ 21 สรุปผลสำรวจความพึงพอใจในภาพรวมของลูกค้า กปภ.รายสาขา ปีงบประมาณ 2551 ถึงปีงบประมาณ 2564

ลำดับ	กปภ.ช.	กปภ.สาขา	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
1	กปภ.ช.1	ชลบุรี			3.830					4.000	4.104	4.062	4.073	4.102	4.197	4.130
2	กปภ.ช.1	บ้านบึง				3.450					4.004					4.107
3	กปภ.ช.1	พนัสนิคม		3.730			4.008									4.105
4	กปภ.ช.1	ศรีราชา					4.017					4.015		4.127		
5	กปภ.ช.1	แหลมฉบัง								3.901		4.029				
6	กปภ.ช.1	พัทยา							4.512	4.201	4.257	4.190	4.198	4.173	4.175	4.144
7	กปภ.ช.1	ฉะเชิงเทรา	3.360										3.721			
8	กปภ.ช.1	บางปะกง					3.952		4.347							
9	กปภ.ช.1	บางคล้า				2.860										
10	กปภ.ช.1	พนมสารคาม		3.750							3.963				4.199	
11	กปภ.ช.1	ระยอง			3.760											
12	กปภ.ช.1	บ้านฉาง				3.100							3.847			
13	กปภ.ช.1	ปากน้ำประแสร์						4.056								
14	กปภ.ช.1	จันทบุรี		4.180		3.330			4.037			4.063			4.196	
15	กปภ.ช.1	ชลบุรี	4.050													
16	กปภ.ช.1	ตราด								3.921				4.110		
17	กปภ.ช.1	คลองใหญ่							4.459						4.198	
18	กปภ.ช.1	สระแก้ว						4.006								4.115
19	กปภ.ช.1	วัฒนานคร									4.115		4.014			
20	กปภ.ช.1	อรัญประเทศ						4.097						4.183		
21	กปภ.ช.1	ปราจีนบุรี			3.800			3.843								
22	กปภ.ช.1	กบินทร์บุรี					3.950									
23	กปภ.ช.2	พระพุทธบาท											3.817			
24	กปภ.ช.2	หนองแค				3.660			4.537							
25	กปภ.ช.2	มวกเหล็ก														
26	กปภ.ช.2	บ้านหมอ						3.958								
27	กปภ.ช.2	ลพบุรี			3.950					4.210		4.074	4.028		4.225	
28	กปภ.ช.2	บ้านหมี่					3.873									



โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ 2564

ลำดับ	กปก.ข.	กปก.สาขา	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
29	กปก.ข.2	ชัยบาดาล					3.790									
30	กปก.ข.2	สิงห์บุรี									3.988					
31	กปก.ข.2	อ่างทอง		4.140												
32	กปก.ข.2	วิเศษชัยชาญ														
33	กปก.ข.2	พระนครศรีอยุธยา	3.970			3.360			4.283	4.083	4.106	4.092	4.153	4.103	4.133	4.138
34	กปก.ข.2	ผักไห่														
35	กปก.ข.2	เสนา						4.085							4.245	
36	กปก.ข.2	ท่าเรือ					3.746									
37	กปก.ข.2	ปทุมธานี				3.390			4.236		4.103	4.123		4.131		4.138
38	กปก.ข.2	รังสิต			3.930					3.767	3.929	3.905	3.825	4.054	4.190	4.095
39	กปก.ข.2	นครนายก		3.440											4.174	
40	กปก.ข.2	บ้านนา														
41	กปก.ข.2	นครราชสีมา			3.940											
42	กปก.ข.2	ปากช่อง	3.720								4.116					4.097
43	กปก.ข.2	ครบุรี														
44	กปก.ข.2	สีคิ้ว		4.240			3.806							3.953		
45	กปก.ข.2	ปักธงชัย				3.460										
46	กปก.ข.2	โชคชัย						4.030								4.100
47	กปก.ข.2	พิมาย												3.892		
48	กปก.ข.2	ชุมพวง								3.822						
49	กปก.ข.2	โนนสูง						4.055								
50	กปก.ข.2	ด่านขุนทด							4.387				4.202			
51	กปก.ข.2	คลองหลวง										3.881				
52	กปก.ข.2	ธัญบุรี														
53	กปก.ข.3	บ้านโป่ง					3.911				3.912					
54	กปก.ข.3	สวนผึ้ง						4.261								4.120
55	กปก.ข.3	ปากท่อ	4.020				3.974									4.073
56	กปก.ข.3	สมุทรสงคราม			3.970							3.988				4.062
57	กปก.ข.3	สมุทรสาคร			4.000					3.712		4.013				4.099
58	กปก.ข.3	อ้อมน้อย					4.055					4.044		4.096		



โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

ลำดับ	กปภ.ช.	กปภ.สาขา	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
59	กปภ.ช.3	สามพราน		3.760						3.834				4.076		
60	กปภ.ช.3	สุพรรณบุรี	3.400			3.880			4.109		4.123					
61	กปภ.ช.3	ศรีประจันต์							4.447							4.114
62	กปภ.ช.3	เดิมบางนางบวช						3.628								
63	กปภ.ช.3	ด่านช้าง								3.631						
64	กปภ.ช.3	อู่ทอง									3.782					
65	กปภ.ช.3	กาญจนบุรี								3.978			4.194		4.229	
66	กปภ.ช.3	เลขาขวัญ						4.136						4.091		
67	กปภ.ช.3	พนมทวน				3.730			4.307				4.104		4.296	
68	กปภ.ช.3	ท่ามะกา					3.926				4.216				4.157	
69	กปภ.ช.3	เพชรบุรี			3.870				4.075		4.102	4.075	4.081		4.222	
70	กปภ.ช.3	ประจวบคีรีขันธ์		4.030										4.074		
71	กปภ.ช.3	ปราณบุรี				3.480								4.055		
72	กปภ.ช.3	กุยบุรี		4.170									4.079			
73	กปภ.ช.3	บางสะพาน						4.036								
74	กปภ.ช.3	ราชบุรี				3.870							3.931		4.161	
75	กปภ.ช.3	นครปฐม										4.009				
76	กปภ.ช.4	สุราษฎร์ธานี		3.220					3.674	3.870	4.191	4.198	4.182	4.178	4.233	4.127
77	กปภ.ช.4	กาญจนดิษฐ์										3.984	4.002	4.106		
78	กปภ.ช.4	เกาะสมุย				3.450		3.874								4.003
79	กปภ.ช.4	บ้านนาสาร					3.169		3.616							
80	กปภ.ช.4	บ้านตาขุน									3.845					
81	กปภ.ช.4	ไชยา	3.130								4.153					
82	กปภ.ช.4	ชุมพร			3.470							3.884	4.038	4.062	4.183	
83	กปภ.ช.4	หลังสวน						3.614								
84	กปภ.ช.4	ระนอง	3.120			2.880					3.718					
85	กปภ.ช.4	พังงา		3.280												4.077
86	กปภ.ช.4	ตะกั่วป่า					3.513									
87	กปภ.ช.4	ท้ายเหมือง						3.825							4.086	
88	กปภ.ช.4	ภูเก็ต			3.100					3.485		3.883	3.808	3.989		



โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

ลำดับ	กปก.ข.	กปก.สาขา	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
89	กปก.ข.4	กระบี่			3.550			3.990		4.026						4.130
90	กปก.ข.4	อำลิก					3.477									4.070
91	กปก.ข.4	ทุ่งสง							4.070			4.043			4.241	
92	กปก.ข.4	ชะอวด		3.380			3.523									
93	กปก.ข.4	ปากพนัง								4.002						
94	กปก.ข.4	จันดี														
95	กปก.ข.4	ขนอม										3.896				
96	กปก.ข.4	นครศรีธรรมราช														
97	กปก.ข.4	ท่ามะชะ									4.047					
98	กปก.ข.4	เกาะพะงัน				3.370										
99	กปก.ข.4	คลองท่อม				3.370			3.843				3.802	4.095	4.188	
100	กปก.ข.5	สงขลา			3.340			3.833			3.765	3.881	4.060	4.113	4.248	4.120
101	กปก.ข.5	หาดใหญ่		3.460					4.137	4.070	4.081	4.080	4.128	4.138	4.190	4.120
102	กปก.ข.5	สะเดา			3.190		3.658		4.044				4.033		4.163	
103	กปก.ข.5	นาทวี				3.400					3.974					
104	กปก.ข.5	พังลา						3.962		3.992					4.216	
105	กปก.ข.5	ระโนด														4.063
106	กปก.ข.5	พัทลุง		3.300		3.470			3.832			3.938				
107	กปก.ข.5	เขาชัยสน				3.710		4.214		4.401						
108	กปก.ข.5	ตรัง			3.780				3.948							
109	กปก.ข.5	ห้วยยอด	3.260				3.518									4.047
110	กปก.ข.5	ย่านตาขาว				3.520		4.011			4.180		4.177			
111	กปก.ข.5	สตูล	3.370							3.822						4.111
112	กปก.ข.5	ยะหา														
113	กปก.ข.5	เบตง		3.380											4.167	
114	กปก.ข.5	สายบุรี												4.121		
115	กปก.ข.5	นราธิวาส									3.774		4.086			
116	กปก.ข.5	รือเสาะ														
117	กปก.ข.5	สุโหงโกลก												4.095		
118	กปก.ข.5	ละงู					3.630									



โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

ลำดับ	กปภ.ช.	กปภ.สาขา	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
119	กปภ.ช.5	กันตัง					3.534				4.030		4.097			
120	กปภ.ช.6	ขอนแก่น			3.820				4.075	4.175	4.176	4.121	4.105	4.123	4.187	4.121
121	กปภ.ช.6	บ้านไผ่						3.991					3.980			4.113
122	กปภ.ช.6	ชุมแพ					3.808					3.974			4.126	
123	กปภ.ช.6	น้ำพอง	3.620							3.954						
124	กปภ.ช.6	ชนบท		3.370							4.042				4.163	
125	กปภ.ช.6	กระนวน										3.971				
126	กปภ.ช.6	หนองเรือ						3.923						4.078		
127	กปภ.ช.6	เมืองพล		3.120							3.904					
128	กปภ.ช.6	กาฬสินธุ์	3.550			3.250					4.208			4.156		
129	กปภ.ช.6	กุฉินารายณ์				3.320						3.968			4.056	
130	กปภ.ช.6	สมเด็จ							3.668							
131	กปภ.ช.6	มหาสารคาม			3.800		3.701		4.168				4.032			
132	กปภ.ช.6	พยัคฆภูมิพิสัย									4.036					
133	กปภ.ช.6	ชัยภูมิ			3.880						3.976			4.091		4.145
134	กปภ.ช.6	แก้งคร้อ						3.890					3.909			4.107
135	กปภ.ช.6	จัตุรัส				3.640						3.967				
136	กปภ.ช.6	หนองบัวแดง				3.630										
137	กปภ.ช.6	ภูเขียว					3.790									
138	กปภ.ช.6	ร้อยเอ็ด		3.020					3.999				4.162		4.193	4.146
139	กปภ.ช.6	โพนทอง						3.931								
140	กปภ.ช.6	สุวรรณภูมิ								3.853						
141	กปภ.ช.6	บำเหน็จณรงค์					3.773							4.123		
142	กปภ.ช.7	อุดรธานี			3.630				3.987	4.022	4.110	4.146	4.127	4.161	4.255	4.134
143	กปภ.ช.7	กุมภวาปี				2.920						3.805				4.101
144	กปภ.ช.7	บ้านฝ้อ					3.628									
145	กปภ.ช.7	บ้านดุง						3.790								
146	กปภ.ช.7	หนองบัวลำภู			3.680							3.985				
147	กปภ.ช.7	เลย	3.460			3.290			4.271		4.150			4.120		
148	กปภ.ช.7	เขียงคาน				3.390			4.488					4.165		



โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

ลำดับ	กปภ.ช.	กปภ.สาขา	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
149	กปภ.ช.7	ด่านซ้าย				3.200			3.955							
150	กปภ.ช.7	วังสะพุง					3.661				4.099					4.141
151	กปภ.ช.7	หนองคาย			3.590		3.716								4.273	
152	กปภ.ช.7	บึงกาฬ								4.268			4.244		4.152	
153	กปภ.ช.7	ศรีเชียงใหม่						4.358				4.136	4.253			4.165
154	กปภ.ช.7	โพนพิสัย						4.027							4.202	
155	กปภ.ช.7	สกลนคร		3.160						4.016		4.079	4.162			
156	กปภ.ช.7	สว่างแดนดิน					3.782									4.108
157	กปภ.ช.7	พังโคน														
158	กปภ.ช.7	นครพนม									4.082		4.171	4.074		
159	กปภ.ช.7	ธาตุพนม		3.430						4.160				4.194		
160	กปภ.ช.7	บ้านแพง		3.280							3.951					
161	กปภ.ช.7	ศรีสงคราม	3.590					3.964							4.193	
162	กปภ.ช.8	อุบลราชธานี			3.620				3.760			3.910	3.952	4.096	4.150	4.156
163	กปภ.ช.8	พิบูลมังสาหาร		3.130							4.056					
164	กปภ.ช.8	เดชอุดม	3.440				3.710									
165	กปภ.ช.8	เขมราฐ							3.959							
166	กปภ.ช.8	อำนาจเจริญ						4.055								4.130
167	กปภ.ช.8	ยโสธร					3.805			4.212			4.111	4.119		
168	กปภ.ช.8	เลิงนกทา					3.706									4.153
169	กปภ.ช.8	มหาชนะชัย				3.480					4.174					
170	กปภ.ช.8	บุรีรัมย์		3.120					4.106					4.131		4.126
171	กปภ.ช.8	สตึก									3.660			3.947		
172	กปภ.ช.8	ลำปลายมาศ				3.330				4.011		4.096			4.105	
173	กปภ.ช.8	นางรอง					3.617									
174	กปภ.ช.8	ละหานทราย								4.032						
175	กปภ.ช.8	สุรินทร์	3.510			3.350			3.888			3.975	3.905	3.966		
176	กปภ.ช.8	ศีขรภูมิ				3.320					3.960					
177	กปภ.ช.8	รัตนบุรี		3.100				3.830				4.079	4.178		4.170	
178	กปภ.ช.8	ศรีสะเกษ			3.560			3.949			4.158					



โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ 2564

ลำดับ	กปก.ข.	กปก.สาขา	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
179	กปก.ข.8	กันทรลักษ์						3.617								4.134
180	กปก.ข.8	มุกดาหาร			3.530							4.023	3.999		4.255	
181	กปก.ข.8	สังขะ								3.914					4.096	
182	กปก.ข.9	เขียงใหม่			3.530		3.686		3.932	4.068	4.090	4.104	4.093	4.170	4.209	4.153
183	กปก.ข.9	ฮอด								4.237				4.181		
184	กปก.ข.9	สันกำแพง		3.740								4.024				
185	กปก.ข.9	แม่ริม			3.550											4.158
186	กปก.ข.9	แม่แตง						3.978								
187	กปก.ข.9	ฝาง														4.080
188	กปก.ข.9	แม่ฮ่องสอน				3.490						3.961				
189	กปก.ข.9	แม่สะเรียง									3.998					
190	กปก.ข.9	ลำพูน	3.380									3.999				
191	กปก.ข.9	บ้านโฮ้ง													4.186	
192	กปก.ข.9	ลำปาง			3.450					4.169			4.170	4.143	4.177	4.139
193	กปก.ข.9	เกาะคา		3.650					4.299				4.278			
194	กปก.ข.9	เถิน														4.090
195	กปก.ข.9	แพร่				3.600									4.185	
196	กปก.ข.9	เด่นชัย									3.979					
197	กปก.ข.9	ร่องกวาง					3.837									
198	กปก.ข.9	น่าน						3.765							4.132	
199	กปก.ข.9	ท่าวังผา									4.027					
200	กปก.ข.9	พะเยา	3.480			3.590			3.815				3.909			
201	กปก.ข.9	จุน						4.252								
202	กปก.ข.9	เขียงราย		3.420					3.920		4.063			4.115		
203	กปก.ข.9	พาน					3.796									
204	กปก.ข.9	เทิง								4.234				4.142		
205	กปก.ข.9	เวียงเชียงของ											3.999			
206	กปก.ข.9	แม่สาย					3.807									
207	กปก.ข.9	แม่ชะจาน						3.898								
208	กปก.ข.9	จอมทอง				3.450						3.988				



โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการประปาส่วนภูมิภาค ปีงบประมาณ 2564

ลำดับ	กปภ.ช.	กปภ.สาขา	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
209	กปภ.ช.10	นครสวรรค์			3.450							3.980			4.224	
210	กปภ.ช.10	ท่าตะโก				3.330				4.068						
211	กปภ.ช.10	ลาดยาว									3.834				4.198	
212	กปภ.ช.10	พยุหะคีรี								4.142						
213	กปภ.ช.10	ชัยนาท	3.660				3.956							4.016		
214	กปภ.ช.10	อุทัยธานี						4.040					4.084			
215	กปภ.ช.10	กำแพงเพชร			3.400						4.052		4.060			4.117
216	กปภ.ช.10	ชาวนาหลวงบุรี						4.041								
217	กปภ.ช.10	ตาก		3.310						4.328				4.242		
218	กปภ.ช.10	แม่สอด				3.640						3.920				
219	กปภ.ช.10	สุโขทัย			3.360				4.054							4.154
220	กปภ.ช.10	ทุ่งเสลี่ยม							4.252					4.153		
221	กปภ.ช.10	ศรีสำโรง										3.872				4.055
222	กปภ.ช.10	สวรรคโลก					3.975						3.908		4.199	
223	กปภ.ช.10	ศรีสัชนาลัย					3.967									
224	กปภ.ช.10	อุตรดิตถ์		3.310					4.472							4.159
225	กปภ.ช.10	พิษณุโลก							3.684					4.071		
226	กปภ.ช.10	นครไทย									3.958					
227	กปภ.ช.10	พิงิจิตร	3.500			3.410					4.040		4.040		4.036	
228	กปภ.ช.10	บางมูลนาก						4.028								
229	กปภ.ช.10	ตะพานหิน										3.874				4.092
230	กปภ.ช.10	เพชรบูรณ์						3.956					3.938			
231	กปภ.ช.10	หล่มสัก		3.590						4.048				4.060		
232	กปภ.ช.10	ชนแดน										3.916				
233	กปภ.ช.10	หนองไผ่				3.430					3.992				4.118	
234	กปภ.ช.10	วิเชียรบุรี					3.762									

ที่มา : โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าการประปาส่วนภูมิภาค ประจำปีงบประมาณ 2551-2564