



การประปาส่วนภูมิภาค
Provincial Waterworks Authority

แผนปฏิบัติการประจำปี 2569

ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปท.

ปีงบประมาณ 2569 – 2573

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	1
ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573	2
แผนปฏิบัติการระยะยาวตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573	3
แผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573	11
- วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพัน ของลูกค้าต่อ กปภ.	19
- วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับผลประกอบการองค์กร	45
แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานแผนปฏิบัติการประจำปี 2569	53
ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573	

บทนำ

การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) ก้าวสู่ปีที่ 47 ด้วยความมุ่งมั่นของบุคลากรทุกคนที่ยึดมั่นในค่านิยมองค์กร “มุ่งมั่น-เพื่อปวงชน-สู่ความยั่งยืน” และวัฒนธรรมองค์กร “STRIVER” อันเป็นพลังสำคัญที่ผลักดันให้ กปภ. ประสบความสำเร็จในการผลิต จัดส่ง และจำหน่ายน้ำประปาที่มีคุณภาพอย่างเพียงพอและทั่วถึงแก่ประชาชนใน 74 จังหวัดทั่วประเทศ (ยกเว้น กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ) ภายใต้วิสัยทัศน์ “มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา”

กปภ. ยึดมั่นในการพัฒนาบริการ โดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มุ่งเน้นมอบประสบการณ์การใช้ น้ำประปาที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าผู้ใช้น้ำ พร้อมปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและยกระดับมาตรฐานการ ให้บริการอย่างต่อเนื่อง ในปี 2568 กปภ. จึงได้ทบทวนและปรับปรุงยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดปีงบประมาณ 2569-2573 โดยกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 2 ประการ คือ ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ. และยกระดับผลประกอบการขององค์กร ภายใต้วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ดังกล่าว กปภ. ได้กำหนดยุทธศาสตร์หลัก 6 ด้าน ได้แก่ ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของ กปภ. เหนือความคาดหวังของลูกค้า เพิ่มคุณค่า กปภ. ต่อลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เสริมสร้างความผูกพันของ ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งเสริมการตลาดภายในองค์กร สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพน้ำประปา และเพิ่ม รายได้ให้องค์กร

เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม กปภ. ได้บูรณาการแนวทางปฏิบัติภายใต้ กลยุทธ์บริการเชิงรุกของ กปภ. 5S ได้แก่

Strategic Brand Communication สร้างกลยุทธ์สื่อสาร

Service Ambassador บริการด้วยหัวใจ

Service Recovery Plan ใส่ใจแก้ปัญหา

Service Support Innovation พัฒนานวัตกรรมบริการ

Stakeholder Relationship Management สานสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ทั้งนี้ กปภ. ได้ถ่ายทอดยุทธศาสตร์และแนวคิด 5S สู่แผนปฏิบัติการระยะยาวปีงบประมาณ 2569-2573 และแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573 โดยกำหนดแนวทาง กลไก และระบบติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบ โดยรายงานต่อคณะกรรมการ กำกับกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง การปฏิบัติตามกฎระเบียบ การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความ รับผิดชอบต่อสังคม (GRC) เป็นรายไตรมาส ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และ สะท้อนความมุ่งมั่นของ กปภ. ในการยกระดับคุณภาพการให้บริการและสร้างความยั่งยืนแก่องค์กร

สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์

กันยายน 2568

แผนวิสาหกิจ กปภ. 2569-2573	Short Term ปี 2569-2570 นำเทคโนโลยีดิจิทัลมายกระดับการดำเนินงาน เพื่อสร้างความยั่งยืน	Medium Term ปี 2571-2572 สร้างพื้นฐานความยั่งยืนเพื่อรากฐานการดำเนินงานที่มั่นคงในอนาคต	Long Term ปี 2573 พัฒนาบริการให้เป็นเลิศเพื่อเติบโตพร้อมชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
ยุทธศาสตร์ ลูกค้าและตลาด 2569-2573	Short Term ปี 2569-2570 พัฒนาระบบการให้บริการลูกค้าแบบองค์รวม	Medium Term ปี 2571-2572 สร้างแพลตฟอร์ม กปภ.สาขาที่ 235 และพัฒนาระบบแวดล้อม การให้บริการลูกค้าที่ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	Long Term ปี 2573 พัฒนาบริการให้เป็นเลิศเพื่อเติบโตพร้อมชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
SO แผนวิสาหกิจ กปภ. 2569-2573	SO 1 สร้างความเข้มแข็งและรักษามาตรฐาน ของระบบประปา	SO 2 สร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับองค์กร สร้างความปลอดภัย	SO 3 สร้างความพร้อมของบุคลากร
			SO 4 ยกระดับความผูกพันและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า

ยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569 – 2573

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์

กลยุทธ์

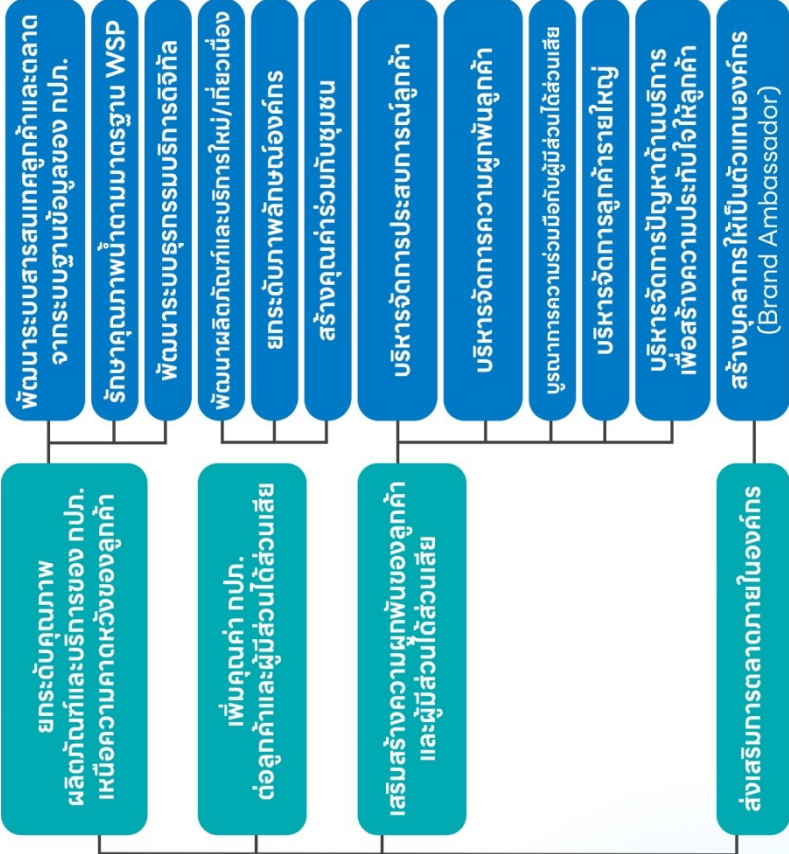
โครงการ / แผนดำเนินงาน

เป้าประสงค์

เชื่อมโยงกับทุก SO
ขององค์กร

SO 1

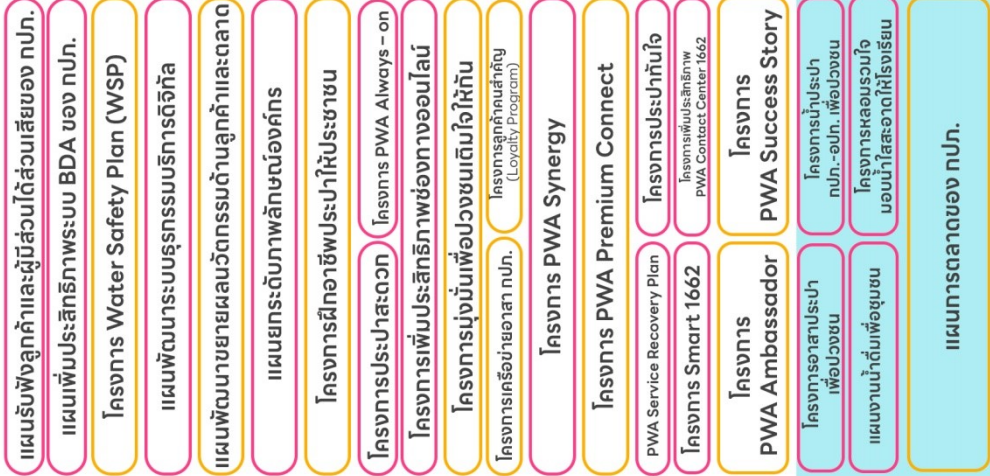
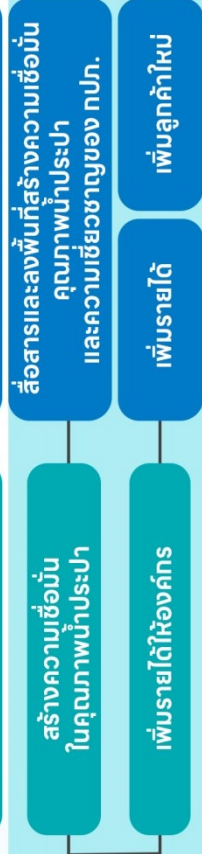
ยกระดับบริการ
สร้างความพึงพอใจและ
ความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.



เชื่อมโยง SO 1
และ SO 2 ขององค์กร

SO 2

ยกระดับ
ผลประกอบการ
องค์กร



ลูกค้าพึงพอใจและ
ผูกพันต่อ กปภ.

ตัวชี้วัด

- ระดับความพึงพอใจของ
ลูกค้าต่อการให้บริการ
ของ กปภ. ไม่ต่ำกว่า
4.50 คะแนน
- ระดับความผูกพันของ
ลูกค้าต่อ กปภ. ไม่ต่ำกว่า
4.40 คะแนน



กปภ. มีรายได้
บรรลุเป้าหมายองค์กร

- รายได้ตามแผนการดำเนินงาน
กปภ. บรรลุเป้าหมาย
- จำนวนลูกค้าเพิ่มจากแผน/
กิจกรรมทางการตลาดบรรลุ
เป้าหมาย

แผนปฏิบัติการระยะยาวตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กบข. ปีงบประมาณ 2569 – 2573

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กบข.

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ปีงบประมาณ					หน่วยงานที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)	
วัตถุประสงค์							2569	2570	2571	2572	2573		
ยุทธศาสตร์ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า													
กลยุทธ์ : พัฒนาระบบสารสนเทศลูกค้าและตลาดจากระบบฐานข้อมูลของ กบข.													
1. แผนรับฟังลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กบข.	1. เพื่อศึกษาเรียนรู้ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในปัจจุบันและอนาคต 2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกและลดผลกระทบในทางลบที่มีต่อ กบข. 3. เพื่อให้ระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บูรณาการร่วมกันการดำเนินงานขององค์กรเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	1. วางแผนการดำเนินงาน 2. กำหนดวิธีและพัฒนาระบบมีโอในการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำมาประกอบการตัดสินใจของ กบข. 4. จัดทำรายงานสารสนเทศเสียงของลูกค้า (VOC Report) ประจำปี 5. นำผลการศึกษามาปรับปรุงยุทธศาสตร์องค์กร ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด รวมถึงจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กบข.	กบข.มีสารสนเทศลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำมาประกอบการตัดสินใจของ กบข. พัฒนากำหนดวิธีการที่ต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	กบข. สามารถลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำมาประกอบการตัดสินใจของ กบข. พัฒนากำหนดวิธีการที่ต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	KPI : 1. รับฟังเสียงของลูกค้าทุกกลุ่มทุกช่องทาง และทุกวงจรรงชีวิตของลูกค้า 2. รับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม KRI : ร้อยละความพึงพอใจของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	ดำเนินการต่อเนื่องทุกปี					● ผศล. ● กบข.สาขา	20,000,000.-	
2. แผนเพิ่มประสิทธิภาพระบบ BDA ของ กบข.	1. บูรณาการฐานข้อมูลกับโมดูลสารสนเทศและภูมิสารสนเทศ เพื่อเชื่อมโยงและบูรณาการฐานข้อมูลระบบงานต่างๆ ภายใน กบข.กับหน่วยงานภายนอก 2. บริหารจัดการข้อมูลระบบ BDA ของ กบข.	1. ประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสรุปแนวทางการบริหารจัดการระบบ BDA ให้บรรลุวัตถุประสงค์ 2. กำหนดความต้องการสารสนเทศที่จะเชื่อมโยงฐานข้อมูลในระบบ BDA 3. เชื่อมโยงฐานข้อมูลระบบต่างๆ ขององค์กรเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำไปใช้ประโยชน์ด้านลูกค้าและตลาด	กบข. มีระบบ BDA ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ	กบข. สามารถใช้ประโยชน์จากระบบ BDA ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพ	KPI : จำนวนฐานข้อมูลเชื่อมโยงระบบ BDA ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	7	8	9	10	11	● กบข. ● ผศล.	-	
กลยุทธ์ : รักษาคุณภาพด้านมาตรฐาน WSP													
3. โครงการ Water Safety Plan (WSP)	1. เพื่อควบคุมให้ กบข.สาขาทั่วประเทศผลิตน้ำดื่มสะอาดตามข้อกำหนด WSP โดยมีการกำหนดและตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพน้ำตามเกณฑ์ที่กำหนด 2. เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจในคุณภาพน้ำประปาที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยของ กบข.	1. จัดตั้งทีม WSP เพื่อสำรวจ วิจัยระบบประปา ประเมินความเสี่ยง มาตรฐานควบคุมและตรวจสอบประเมินผล 2. กำหนดแผนปรับปรุงพัฒนาให้สอดคล้องความเสี่ยงและมาตรการควบคุม 3. ดำเนินการตามมาตรการควบคุม 4. ทบทวนประสิทธิภาพการดำเนินงานจัดทำแผนสนับสนุน จัดทำแผนดำเนินงานสนับสนุนแผนการฉุกเฉิน 5. ทบทวนและปรับปรุงแผน WSP	น้ำประปา กบข.มีคุณภาพทั้งประปาและประปาต้มดื่มปลอดภัย	ลูกค้าพึงพอใจในคุณภาพน้ำประปาและปลอดภัยของ กบข.	KPI : จำนวน กบข. สาขาผ่านมาตรฐาน WSP KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	กบข. ทุกสาขาผ่านมาตรฐาน WSP (ยกเว้นกรณีผู้ยื่นข้อหาเรื่องการควบคุมของ กบข.)					● ผศก. ● ผศล. ● กบข. 1-10 ● กบข.สาขา	ตามแผนปฏิบัติการ กบข.	
กลยุทธ์ : พัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล													
4. แผนงานพัฒนาระบบธุรกรรมดิจิทัล	1. เพื่อให้ลูกค้าที่ธุรกรรมต่าง ๆ กับ กบข. ได้ง่ายขึ้นทุกที่ ทุกเวลา 2. เพื่อให้ลูกค้าประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายจากการเดินทางไปติดต่อที่ กบข.สาขา 3. เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจาก กบข. ได้ครบถ้วน รวดเร็ว	1. พัฒนาระบบบริการให้ธุรกรรมให้สามารถดำเนินการได้ผ่านระบบออนไลน์ 2. การประชาสัมพันธ์ผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ให้ลูกค้ารับรู้และสนใจให้ใช้บริการ 3. การติดตามและรายงานผลการดำเนินงาน ทบทวนและปรับปรุงแผนงาน	ลูกค้าปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้ระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	ลูกค้าปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้ระบบธุรกรรมออนไลน์มากขึ้น	KPI : จำนวนธุรกรรมระบบที่ลูกค้าพัฒนาให้สามารถดำเนินการในระบบออนไลน์ KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	7	8	9	10	11	● กบข. 1-10 ● กบข.สาขา ● ผศพ. ● ผศล.	-	

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ปีงบประมาณ					หน่วยงานที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
						2569	2570	2571	2572	2573		
ยุทธศาสตร์เสริมสร้างคุณภาพของลูกจ้างและผู้นำได้ส่วนเสีย												
กลยุทธ์ : บริหารจัดการประสมการลูกค้า												
8. โครงการประชาสัมพันธ์	1. เพื่อปรับปรุงสำนักงาน กบ.สาขา ให้ทันสมัย เป็นรูปแบบเดียวกับหน่วยงานราชการ GECC 2. เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้ง่ายขึ้นในการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์	1. กบ. สาขาปรับปรุงการให้บริการลูกค้าตามมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการ สะดวกเพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วให้แก่ประชาชน 2. เพิ่มช่องทางให้บริการให้บริการลูกค้าผ่านระบบออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกและปลอดภัยให้กับลูกค้าที่ติดต่อทำธุรกรรมกับ กบ.	กบ.สาขาปรับปรุง การให้บริการของพนักงาน ด้านมาตรฐาน GECC	● ลูกค้าพึงพอใจ การให้บริการของพนักงาน ● ลูกค้าพึงพอใจของสถานที่, อาคาร-อาคารสถานที่ ● ลูกค้าพึงพอใจกระบวนการให้บริการของ กบ.สาขา ● ลูกค้าพึงพอใจกระบวนการให้บริการของ กบ.สาขา	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน, อัตรา-ของพนักงาน, อัตรา-ของพนักงาน KRI : ร้อยละความพึงพอใจของลูกจ้างที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน	4.40	4.45	4.50	4.50	4.50	● สสจ. ● กบ.สาขา ● กบ.สาขา	125,000,000.-
9. โครงการ PWA Always - on	1. ขอเสนอความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในด้านการใช้งานของออนไลน์มากขึ้น 2. ส่งเสริมวัฒนธรรมด้านบริการลูกค้าให้มีความสะดวก รวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 3. ปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้าให้ดีขึ้น 4. ลดค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงและขยายสำนักงานเพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และบริหารจัดการอาคารให้ดีขึ้น	1. พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพ PWA Always-on 2. การประชาสัมพันธ์ช่องทาง PWA Always-on ให้ลูกค้ารับรู้และเข้าถึงให้ช่องทาง PWA Always-on 3. การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานโครงการ PWA Always-on 4. ทบทวนและปรับปรุงโครงการ PWA Always-on	กบ. มีช่องทางทำธุรกรรมออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	ลูกค้าปรับปรุงบริการทางการเงิน พฤติกรรมการใช้บริการของ PWA Always-on เพิ่มขึ้น	KPI : ร้อยละพฤติกรรมการใช้บริการของ PWA Always-on KRI : ร้อยละความพึงพอใจของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	76.25	80.00	80.00	80.00	80.00	● กบ.สาขา ● กบ.สาขา ● สสจ. ● สสจ. ● สสจ.	-
10. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพของทางออนไลน์	1. เพื่อพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัลของ กบ. การให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ของ กบ.	1. สร้างความพึงพอใจของลูกค้าด้านช่องทางบริการ การให้บริการผ่านช่องทางธุรกรรมบริการดิจิทัลพบและปรับปรุงช่องทางบริการ 2. นำเสนอและทำงานพัฒนาบริการลูกค้า 3. นำเสนอและทำงานพัฒนาบริการลูกค้า 4. นำเสนอและทำงานพัฒนาบริการลูกค้า	กบ. มีช่องทางทำธุรกรรมออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	ลูกค้าพึงพอใจกระบวนการให้บริการของ กบ.สาขา	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ กบ.สาขา KRI : ร้อยละความพึงพอใจของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	4.40	4.45	4.50	4.50	4.50	● กบ.สาขา ● กบ.สาขา ● สสจ. ● สสจ. ● สสจ. ● คณะทำงานพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล	-
กลยุทธ์ : บริหารจัดการความผูกพันลูกค้า												
11. โครงการมุ่งเน้นเพื่อป้องกันเงินให้กิน	1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม และนำสู่ความผูกพันกับลูกค้า	1. สรุปลักษณะพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละกลุ่มเพื่อนำมาพัฒนาบริการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่มและจัดทำ Persona ของลูกค้าแต่ละกลุ่ม 2. กำหนดกิจกรรมสร้างงานสัมพันธ์กับลูกค้าแบบแยกกลุ่มลูกค้า 3. สื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบแยกกลุ่มลูกค้าให้ กบ.เขต และ กบ.สาขา 4. ดำเนินการตามแผนงานโครงการกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม 5. ติดตามและประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงาน	กบ. มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม	ลูกค้าทุกกลุ่มมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ กบ. KPI : ร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ กบ.สาขา	KPI : ระดับความผูกพันของลูกค้า KRI : ร้อยละความพึงพอใจของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	4.35	4.40	4.40	4.40	4.40	● กบ.สาขา ● กบ.สาขา ● สสจ.	11,700,000.-

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ปีงบประมาณ					หน่วยงานที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)	
						2569	2570	2571	2572	2573			
15. โครงการ PWA Premium Connect	1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้ารายใหญ่ของ กบป. 2. เพื่อรักษาลูกค้ารายใหญ่ของ กบป.	1. นำผลสำรวจความต้องการความคิดเห็นของลูกค้ารายใหญ่เป็นปัจจัยนำเข้า รวมถึงการวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยพิจารณาจากข้อเขียนเพื่อกำหนดกิจกรรมและวิธีการสร้างความสัมพันธ์เป็นพิเศษให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ของ กบป. 2. กำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ของ กบป. 3. สื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่ของ กบป. 4. ดำเนินการตามแผนงานโครงการลูกค้ารายใหญ่ของ กบป. 5. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานรายไตรมาส	กลยุทธ์ : บริหารจัดการลูกค้ารายใหญ่ กบป. มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่	กลยุทธ์ : บริหารจัดการลูกค้ารายใหญ่ ลูกค้ารายใหญ่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับ กบป. และรู้สึกผูกพันต่อ กบป. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	KPI : ระดับความผูกพันของลูกค้ารายใหญ่ที่มีต่อ กบป. KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	4.35	4.40	4.40	4.40	4.40	● กบป.1-10 ● กบป.สาขา ● สสส.	-	
						100	100	100	100	100			
กลยุทธ์ : บริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า													
16. PWA Service Recovery Plan	เตรียมความพร้อมรับมือปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าจากการให้บริการของ กบป. ในด้านเริ่มแรก และคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการให้ลูกค้าสามารถกลับใจบริการของ กบป. ตามภาวะปกติได้อย่างรวดเร็วที่สุด ตามแนวคิด “ลดความไม่พึงพอใจ สร้างความพึงพอใจในความประทับใจ”	1. นำผลสำรวจความต้องการความคิดเห็นของลูกค้ารายใหญ่เป็นปัจจัยนำเข้าในการกำหนดแผนบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า 2. จัดทำแผนบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า 3. ดำเนินการตามแผนบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า 4. ติดตามและประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงาน	กลยุทธ์ : บริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า กบป. มีแผนบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า	กลยุทธ์ : บริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการจัดการข้อร้องเรียนของ กบป.	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดการข้อร้องเรียน KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามแผนงาน	4.40	4.45	4.50	4.50	4.50	● สสส. ● กบป.1-10 ● กบป.สาขา	-	
						100	100	100	100	100			
17. โครงการการปรับบ้านใจ	1. เพื่อพัฒนาระบบจัดการข้อร้องเรียนของ กบป. ให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาตามมาตรฐานการให้บริการภายใต้ SLA อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุประสิทธิภาพ 2. เพื่อลดความไม่พึงพอใจ สร้างความประทับใจและเพิ่มความประทับใจของลูกค้าด้วยการสื่อสาร ประสานงาน และแก้ไขข้อร้องเรียนด้วยความรวดเร็วและเรียบร้อย 3. เพื่อสร้างภาพลักษณ์บริการที่รวดเร็วทันใจของ กบป.	1. ทบทวนกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า 2. จัดทำนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน 3. ปรับปรุงคู่มือการจัดการข้อร้องเรียนเพื่อใหักหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการด้วยมาตรฐานเดียวกัน	กบป. มีแนวทางปฏิบัติ ในการจัดการข้อร้องเรียนของ กบป. ● ลูกค้าพึงพอใจต่อการจัดการข้อร้องเรียนของ กบป.	● กบป.สามารถเปิดข้อร้องเรียนได้ตาม SLA ● ลูกค้าพึงพอใจต่อการจัดการข้อร้องเรียนของ กบป.	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดการข้อร้องเรียน (ดำเนินการเอง) KRI : ร้อยละของจำนวนข้อร้องเรียนที่ปิดได้ตาม SLA	4.40	4.45	4.50	4.50	4.50	● สสส. ● กบป.1-10 ● กบป.สาขา	2,000,000.-	
						95	96	96	96	96			
18. โครงการ SMART 1662	1. เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กบป. ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล 2. เพื่อเพิ่มความสะดวกใจของลูกค้าในด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กบป.	1. ทบทวนระบบการดำเนินงานโครงการ SMART 1662 2. ทบทวนและปรับปรุง TOR การจ้างภายนอก พัฒนาระบบงานสารสนเทศ เป็นรูปแบบ Web และ Mobile Application 3. ติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง 4. ประเมินผลการดำเนินงาน SMART 1662 เพื่อปรับปรุงต่อไป	กบป. มี ระบบจัดการข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	● กบป.สามารถเปิดข้อร้องเรียนได้ตาม SLA ● ลูกค้าพึงพอใจต่อการจัดการข้อร้องเรียนของ กบป.	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดการข้อร้องเรียน (ดำเนินการเอง) KRI : ร้อยละของจำนวนข้อร้องเรียนที่ปิดได้ตาม SLA	4.40	4.45	4.50	4.50	4.50	● สพท. ● สสส.	-	
						95	96	96	96	96			

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ปีงบประมาณ					หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)	
						2569	2570	2571	2572	2573			
กลยุทธ์ : บริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า (ต่อ)													
19. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ PWA Contact Center 1662	เพื่อลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ. ให้เป็นมาตรฐานสากล	ดำเนินการจ้างเหมาเอกชนดำเนินการเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประจำศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662	มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ กับกการให้บริการ ลูกค้า 24 ชั่วโมง	เจ้าหน้าที่สามารถ ให้บริการลูกค้าได้ อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง พอดี	KPI : ระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662 (ดำเนินการเอง) KRI : จำนวนครั้งการประทุษกับ ผู้ส่งมอบเพื่อปรับปรุง การดำเนินงาน	4.40	4.45	4.50	4.50	4.50	● สสจ. ● กปภ.1-10 ● กปภ.สาขา	100,000,000.-	
ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการตลาดภายในองค์กร													
20. โครงการ PWA Ambassador	1. เพื่อสร้างตัวแทนผู้เชี่ยวชาญด้านบริการและมีจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้าในทุกจุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoints) ประจำ กปภ.สาขา 2. เพื่อให้ PWA Brand Ambassador สื่อสารถ่ายทอดการประพฤติปฏิบัติตามพฤติกรรมที่กำหนดในคำนิยม “เพื่อปวงชน”	1. PWA Ambassador เข้ารับการอบรมสัมมนา และเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องซึ่งตัวแทนมีหน้าที่บริหารจัดการงานด้านลูกค้าสัมพันธ์ให้สัมฤทธิ์ผล 2. PWA Ambassador กระตุ้น ส่งเสริม สนับสนุน ปลุกฝัง และสร้างบรรยากาศภายในหน่วยงาน ผ่านการปฏิบัติงาน On the job training การสอนงาน (Coaching) และ Morning Talk 3. สื่อสารถ่ายทอดพฤติกรรมตามคำนิยม “เพื่อปวงชน” 4. ถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กร STRIVER	กปภ. มีพนักงาน บริการลูกค้า	ลูกค้าประทับใจ การให้บริการของ กปภ.	KPI : ระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จ ตามรอบเวลา	4.40	4.45	4.50	4.50	4.50	● สสจ. ● กปภ.1-10 ● กปภ.สาขา ● ผพ. ● ผพ.	750,000.-	
21. โครงการ PWA Success Story	1. เพื่อรวบรวมและจัดเก็บองค์ความรู้ด้านลูกค้า และตลาดให้เป็นระบบ พร้อมสำหรับการใช้งาน 2. เพื่อให้พนักงานสามารถค้นหา และ ศึกษา ความรู้และแนวทางปฏิบัติงานที่ดีด้านลูกค้า และตลาดได้ทุกที่ทุกเวลา	1. รวบรวมองค์ความรู้ด้านลูกค้าและตลาดของ กปภ. 2. จัดเก็บลงในระบบของความรู้ของ กปภ. หรือ PWA KM-IM 3. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้พนักงานเข้าระบบ PWA KM-IM เพื่อศึกษาและนำไปปฏิบัติ 4. มีการปรับปรุงองค์ความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ 5. ถอดบทเรียนเรื่องราวประสบการณ์สร้างความประทับใจให้ลูกค้าของนักบริการมีชื่อเสียงของเพชร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติงานที่ดีด้านลูกค้าและตลาดให้กับพนักงาน	กปภ.มีองค์ความรู้ ด้านลูกค้าและ ตลาดในระบบองค์ ความรู้ของ กปภ.	พนักงานมีความรู้ ด้านลูกค้าและ ตลาดเพื่อนำไปใช้ ประโยชน์ต่อไป	KPI : จำนวนองค์ความรู้ด้าน ลูกค้าและตลาดที่ได้จาก การถอดบทเรียนหรือ เครื่องมืออื่นด้าน KM KRI : ร้อยละความสำเร็จของ การดำเนินงานแล้วเสร็จตาม รอบเวลา	ไม่ต่ำกว่า 1 เรื่อง	ไม่ต่ำกว่า 1 เรื่อง	ไม่ต่ำกว่า 1 เรื่อง	ไม่ต่ำกว่า 1 เรื่อง	ไม่ต่ำกว่า 1 เรื่อง	● สสจ. ● ผพ. ● กปภ.1-10 ● กปภ.สาขา	-	

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับผลประกอบการองค์กร

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ปีงบประมาณ					หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพน้ำประปา												
กลยุทธ์ : สื่อสารและลงพื้นที่สร้างความเชื่อมั่นคุณภาพน้ำประปาและความเชี่ยวชาญของ กปภ.												
22. โครงการอาสาสมัครเพื่อป้องกัน	1. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่เยาวชนให้ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรน้ำ 2. เยาวชนมีความรู้ในการตรวจสอบคุณภาพน้ำ และขอความช่วยเหลือเบื้องต้น 3. สร้างเครือข่ายเยาวชนในการสอดส่องดูแลทรัพยากรน้ำ แจ้งเหตุต่อเด็กที่รู้ในพื้นที่ต่าง ๆ	1. คัดเลือกโรงเรียนเข้าร่วมโครงการ กปภ.จะ 10 แห่งต่อปี 2. จัดทำปฏิบัติการดำเนินกิจกรรมและลงพื้นที่จัดกิจกรรม ประกอบด้วย 2.1 กิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการทรัพยากรน้ำและการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า (Save Water, You make it) 2.2 กิจกรรม Work shop ตรวจสอบคุณภาพน้ำ การซ่อมแซมท่อแตกที่รั่วภายในบ้านเบื้องต้น 2.3 เชิญชวนให้นักเรียน กดติดตาม กด LikeFacebook Page : สีน้อยอาสาพิทักษ์น้ำ และจิตอาสาเป็นเครือข่ายสีน้อยอาสาพิทักษ์น้ำ 3. ติดตามผล ประเมินผล และสรุปผลการดำเนินงานโครงการ	1. จำนวนโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ กปภ. จะ 2. จำนวนอาสาสมัครที่ลงพื้นที่จัดกิจกรรม 3. จำนวนอาสาสมัครที่ร่วมกิจกรรม 4. จำนวนอาสาสมัครที่ร่วมกิจกรรม	1. ประชาชนได้ใช้น้ำประปา สะอาดปลอดภัย 2. อปท. และ ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริการของ กปภ. สาขา	KPI : ระดับความพึงพอใจต่อโครงการ KRI : ร้อยละความถี่ของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	● กปภ.ข.1-10 ● กปภ.สาขา ● สส.	10,000,000.-
23. โครงการน้ำประปา กปภ.-อปท. เพื่อป้องกัน	1. เพื่อรองรับแผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ที่ให้ประชาชนทุกพื้นที่ที่ได้ใช้น้ำสะอาดมาตรฐานสากลและมีคุณภาพชีวิตที่ดี 2. ให้ความรู้กับการระบบประปาเสริมสร้างความรู้และแนวปฏิบัติมาตรฐานเกี่ยวกับการผลิตน้ำสะอาดแก่ อปท.	1. คัดเลือก อปท. เป้าหมายที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ 2. จัดทำแผนการจัดกิจกรรมประจำปี 3. กำหนดกิจกรรม โดยพิจารณาความเหมาะสม ความต้องการของ อปท. และ ความพร้อมของ กปภ.สาขา ดังนี้ 3.1 กิจกรรม Open House เปิดโอกาสให้ อปท. เข้ามาศึกษาข้อมูลงานบริการและระบบผลิตประปาของ กปภ. กปภ.สาขา สาขา ผลิตน้ำ หรืออื่นๆ 3.2 กิจกรรมเสริมสร้างความรู้และแนวทางปฏิบัติด้านการบริการ โดยวิทยากรผู้มีความเชี่ยวชาญของ กปภ. โดยอาจดำเนินการในรูปแบบออนไลน์ 3.3 กิจกรรมตรวจสอบคุณภาพน้ำ โดยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาให้เป็นมาตรฐานตามเกณฑ์ของ อปท. ที่เข้าร่วมโครงการ	1. ได้รับความรู้ความเข้าใจจาก กปภ. ด้านระบบผลิตน้ำประปา เพื่อให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่ 2. ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริการของ กปภ. สาขา	1. ประชาชนได้ใช้น้ำประปา สะอาดปลอดภัย 2. อปท. และ ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริการของ กปภ. สาขา	KPI : ระดับความพึงพอใจต่อโครงการ KRI : ร้อยละความถี่ของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	● สส. ● กปภ.ข.1-10 ● กปภ.สาขา	งบประมาณทำการ กปภ.สาขา
24. แผนงานน้ำดื่มที่ชุมชน	1. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนในคุณภาพน้ำประปาที่สะอาด ปลอดภัย และได้มาตรฐาน 2. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ กปภ. ในฐานะองค์กรที่ใส่ใจและรับผิดชอบต่อสังคม	1. บริการน้ำดื่มที่สะอาด เช่น โครงการน้ำดื่มที่สะอาด โครงการน้ำดื่มที่สะอาด Mini Station โครงการน้ำดื่มที่สะอาด เป็นต้น	1. ประชาชนได้รับบริการน้ำดื่มที่สะอาด	กปภ.มีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน โดยรอบ	KPI : ระดับความพึงพอใจต่อโครงการ KRI : ร้อยละความถี่ของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) 100 100 100 100	● คณะทำงานโครงการน้ำดื่มที่สะอาด ● สส. ● กปภ.ข.1-10 ● กปภ.สาขา	งบประมาณโครงการ

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ปีงบประมาณ					หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
						2569	2570	2571	2572	2573		
กลยุทธ์ : สื่อสารและพื้นที่สำหรับความเชื่ออันมีความปลอดภัยของ กปภ. (ต่อ)												
25. โครงการหลอมรวมใจ มอบน้ำใสสะอาดให้โรงเรียน	เพื่อให้เด็กนักเรียนได้น้ำสะอาดดื่มน้ำมาตรฐานในการอุปโภคและบริโภคผ่าน การตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพน้ำ รวมทั้ง ผ่านเกณฑ์การรับรองคุณภาพน้ำประปาที่มีได้ จากกรมอนามัย อันเป็นการส่งเสริมสุขภาวะที่ดี ในโรงเรียนทุกแห่งทั่วประเทศ	1. กปภ.ฯ. กำหนดโรงเรียนเป้าหมายในการดำเนิน โครงการ 2. ผศก. ร่วมกับ กปภ.ฯ. และ กปภ.สาขา ดำเนินการตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพน้ำใน โรงเรียน 3. สสส. สื่อสารและประชาสัมพันธ์โครงการให้ ประชาชนรับทราบโดยทั่วถึง	เด็ก นั ก เรี ย น ใน โรงเร ย น ได้ มี น้ำ สะอาดดื่มน้ำได้ มาตรฐานในการ อุปโภคบริโภค	กปภ.มีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน โดยรอบ	KPI : ระดับความพึงพอใจต่อโครงการ KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)	ไม่ต่ำกว่า 4คะแนน (คะแนนเต็ม 5)	ไม่ต่ำกว่า 4คะแนน (คะแนนเต็ม 5)	ไม่ต่ำกว่า 4คะแนน (คะแนนเต็ม 5)	ไม่ต่ำกว่า 4คะแนน (คะแนนเต็ม 5)	● ผศก. ● สสส. ● กปภ.ฯ.1-10 ● กปภ.สาขา	งบประมาณโครงการ
						100	100	100	100	100		
ยุทธศาสตร์เพิ่มรายได้ให้อีกทั้ง												
26. แผนการตลาดของ กปภ.	1. เพื่อเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายน้ำประปาให้กับ กปภ. 2. เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า	กปภ. มีแผนการตลาดที่เหมาะสมเพื่อขยายฐานลูกค้า เช่น การขยายบริการไปยังพื้นที่ใหม่และการส่งเสริมการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับองค์กรในระยะยาว	กปภ. มีแผนการตลาด	กปภ.มีรายได้เพิ่มขึ้น	KPI : รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากแผนการตลาด KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	10.50 ล้านบาท	11.03 ล้านบาท	11.58 ล้านบาท	12.16 ล้านบาท	12.76 ล้านบาท	● ผศก. ● กปภ.ฯ.1-10 ● สสส. ● ผศก.	งบประมาณของแผนงาน
						100	100	100	100	100		
กลยุทธ์ : เพิ่มลูกค้าใหม่												
26. แผนการตลาดของ กปภ.	1. เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้น้ำให้กับ กปภ. 2. เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า	กปภ.มีแผนการตลาดที่เหมาะสมเพื่อขยายฐานลูกค้า เช่น การขยายบริการไปยังพื้นที่ใหม่และการส่งเสริมการให้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับองค์กรในระยะยาว	กปภ. มีแผนการตลาด	กปภ.มีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น	KPI : จำนวนผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้นตามแผนการตลาด KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลา	ตามเป้าหมายของแผนงาน	ตามเป้าหมายของแผนงาน	ตามเป้าหมายของแผนงาน	ตามเป้าหมายของแผนงาน	ตามเป้าหมายของแผนงาน	● ผศก. ● กปภ.ฯ.1-10 ● สสส. ● ผศก.	งบประมาณของแผนงาน
						100	100	100	-100	100		

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อความคาดหวังของลูกค้า								
กลยุทธ์ : พัฒนาระบบสารสนเทศลูกค้าและตลาดของ กปภ.								
1. แผนปรับปรุงลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.	1. เพื่อศึกษาเรียนรู้ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในปัจจุบันและอนาคต 2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกและลดผลกระทบทางลบที่มีต่อ กปภ. 3. เพื่อให้ระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพในการพัฒนาร่วมกับการดำเนินงานขององค์กรเพื่อการพัฒนาร่วมกัน	1. วางแผนการดำเนินงาน 2. กำหนดวิธีและพัฒนาระบบในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี 3. สร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการให้บริการและพัฒนาของ กปภ. 4. จัดทำรายงานสารสนเทศเชิงลูกค้า (VOC Report) ประจำปี 5. นำผลการศึกษามาปรับปรุงยุทธศาสตร์องค์กร ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด รวมถึงจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.	กปภ. มีสารสนเทศลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	กปภ. สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใสเกี่ยวกับ BOD ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	KPI : 1. ร้อยละของผู้ที่พึงพอใจต่อการให้บริการของ กปภ. 2. ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ได้รับแจ้ง KRI : 1. ร้อยละของความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านบริการ 100	ต่อเนื่องไป	• ผอ.ก. • กปภ.สาขา	4,000,000.-
2. แผนเพิ่มประสิทธิภาพระบบ BOD ของ กปภ.	1. บุคลากรสามารถให้บริการแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. บุคลากรสามารถให้บริการแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. พัฒนาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานบริการจัดการระบบ BOD ให้มีประสิทธิภาพ 2. กำหนดมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3. กำหนดมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4. กำหนดมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5. กำหนดมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	กปภ. มีระบบ BOD ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ	กปภ. สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใสเกี่ยวกับ BOD ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	KPI : จำนวนข้อร้องเรียนในระบบ BOD ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการที่ต่ำกว่า 7 ระดับ KRI : ร้อยละความพึงพอใจของการดำเนินงานด้านบริการตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	• กบข. • สสจ.	-
กลยุทธ์ : รักษาคุณภาพน้ำตามมาตรฐาน WSP								
3. โครงการ Water Safety Plan (WSP)	1. เพื่อควบคุมให้ กปภ.สาขาทั่วประเทศผลิตน้ำดื่มสะอาด WSP โดยมีการกำหนดและตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพน้ำตามเกณฑ์ที่กำหนด 2. เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจในคุณภาพน้ำที่สะอาด	1. จัดตั้งทีม WSP เพื่อสำรวจ วิจัยระบบประปา ประเมินความเสี่ยง และมาตรฐานควบคุมและตรวจสอบประปา 2. กำหนดแผนปรับปรุงพัฒนาให้สอดคล้องความเสี่ยงและมาตรฐานควบคุม 3. ดำเนินการตามมาตรฐานควบคุม 4. ทบทวนประสิทธิภาพการดำเนินงานจัดทำแผนด้านคุณภาพน้ำตามเกณฑ์ที่กำหนด 5. ทบทวนและปรับปรุงแผน WSP	กปภ. มีระบบคุณภาพและปลอดภัย	ลูกค้าพึงพอใจในคุณภาพน้ำประปาที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย	KPI : กปภ.ทุกสาขาผ่านมาตรฐาน WSP KRI : ร้อยละความเสียหายของการดำเนินงานด้านบริการตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	• ผอ.ก. • สสจ. • กบข. 1-10 • กปภ.สาขา	ตามแผนปฏิบัติการ กปภ.
กลยุทธ์ : พัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล								
4. แผนงานพัฒนาระบบธุรกรรมดิจิทัล	1. เพื่อให้ลูกค้าที่ธุรกรรมต่าง ๆ กับ กปภ. ง่ายขึ้น 2. เพื่อให้ลูกค้าที่ธุรกรรมต่าง ๆ กับ กปภ. ง่ายขึ้น 3. เพื่อให้ลูกค้าที่ธุรกรรมต่าง ๆ กับ กปภ. ง่ายขึ้น	1. พัฒนาระบบการให้บริการธุรกรรมให้สามารถดำเนินการได้ผ่านระบบออนไลน์ 2. การประชาสัมพันธ์ระบบธุรกรรมออนไลน์ให้ลูกค้าได้รับรู้และสนใจให้ใช้บริการ 3. การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานและปรับปรุงแผนงาน	กปภ. มีระบบธุรกรรมออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น	ลูกค้าใช้บริการธุรกรรมออนไลน์เพิ่มขึ้น	KPI : จำนวนธุรกรรมที่ลูกค้าใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ KRI : ร้อยละความเสียหายของการดำเนินงานด้านบริการตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	• กบข. • 1-10 • กปภ.สาขา • สสจ. • สสจ.	-

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์เสริมสร้างสภาพผู้นำและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย								
กลยุทธ์ : บริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้า								
8. โครงการประชาสัมพันธ์	1. เพื่อปรับปรุงสำนักงาน กบ.สาขา ให้ทันสมัย เป็นรูปแบบเดียวกันทั่วประเทศ ตามมาตรฐาน GECC 2. เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการผ่านระบบออนไลน์	1. กบ. สาขาปรับปรุงการให้บริการลูกค้าตามมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวกเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการผ่านระบบออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดข้อผิดพลาดให้กับลูกค้าที่ติดต่อใช้บริการกับ กบ.สาขา	กบ.สาขาปรับปรุงการให้บริการลูกค้าตามมาตรฐาน GECC	● ลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน ● ลูกค้าพึงพอใจอาคารสถานที่ของ กบ.สาขา ● ลูกค้าพึงพอใจบริการของ กบ.สาขา	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน อาคารสถานที่, กระบวนการให้บริการของ กบ.สาขา ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) KPI : ร้อยละความพึงพอใจต่อการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	● สสจ. ● กบ.๗-10 ● กบ.สาขา	25,000,000.-
9. โครงการ PWA Always – on	1. ตอบสนองความต้องการและความสะดวกสบายของลูกค้าในด้านการใช้งานช่องทางออนไลน์ในการชำระค่ากับ กบ. สาขา และบริการทางการเงินต่างๆ 2. ส่งเสริมวัฒนธรรมด้านบริการลูกค้าให้มีความสะดวก รวดเร็ว ลดข้อผิดพลาดในการดำเนินงาน 3. ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมลูกค้าให้ไม่ชำระค่าน้ำประปา และค่าบริการต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อดิจิทัล โดยไม่ต้องเดินทางไปที่ กบ.สาขา 4. ลดข้อผิดพลาดในการปรับปรุงและขยายสำนักงานเพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและบริหารจัดการอาคาร ก่อสร้าง กบ.สาขาอย่างมีประสิทธิภาพ	1. พัฒนาและเพิ่มคุณสมบัติของ PWA Always-on 2. การประชาสัมพันธ์ช่องทาง PWA Always-on ให้ลูกค้ารับรู้และสนใจ 3. การติดตามและรายงานผลการดำเนินงานโครงการ PWA Always-on 4. ทบทวนและปรับปรุงโครงการ PWA Always-on	กบ. สาขา มีช่องทางทำธุรกรรมออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	ลูกค้าได้รับบริการที่ดีขึ้นในการชำระค่าผ่านช่องทาง PWA Always-on เพิ่มขึ้น KPI : ร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ PWA Always-on ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 76.25 KPI : ร้อยละความพึงพอใจของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	KPI : ร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ PWA Always-on ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 76.25 KPI : ร้อยละความพึงพอใจของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	● กบ.๗-10 ● กบ.สาขา ● สสจ. ● สท. ● สสจ.	-
10. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางออนไลน์	เพื่อพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัลให้รองรับการทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ของ กบ.สาขา	1. สร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าด้านช่องทางในการทำธุรกรรม 2. นำเสนอและทำงานพัฒนาบริการดิจิทัลที่ทันสมัยและปรับปรุงช่องทางบริการของ กบ.สาขาให้ทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า 3. นำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล	กบ. สาขา มีช่องทางทำธุรกรรมออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	ลูกค้าพึงพอใจกระบวนการให้บริการของ กบ.สาขา	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ กบ.สาขา ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) KPI : ร้อยละความพึงพอใจของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	● กบ.๗-10 ● กบ.สาขา ● สสจ. ● สท. ● สสจ. ● คณะทำงานพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล	-
กลยุทธ์ : บริหารจัดการความผูกพันลูกค้า								
11. โครงการมุ่งเน้นเพื่อป้องกันและลดการสูญเสีย	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม และนำไปสู่ความผูกพันที่ดีต่อ กบ.สาขา	1. สร้างเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่มและจัดกิจกรรมของลูกค้านับเป็นกลุ่ม 2. กำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบแยกกลุ่มลูกค้า 3. สื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบแยกกลุ่มลูกค้าให้ กบ.สาขา และ กบ.สาขา 4. ดำเนินการตามแผนงานโครงการกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม 5. ติดตามและประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงาน	กบ. สาขา มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม	ลูกค้าพึงพอใจความสัมพันธ์ที่ดีกับ กบ.สาขา	KPI : ระดับความผูกพันของลูกค้าไม่ต่ำกว่า 4.35 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) KPI : ร้อยละความพึงพอใจของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ต่อเนื่องถึงปี	● กบ.๗-10 ● กบ.สาขา ● สสจ.	2,340,000.-

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการทำงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
12. โครงการเครือข่ายอาสา กปภ.								
เพื่อเป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างชุมชนและ กปภ. โดยมี “คนกลาง” ผู้นำชุมชน/ตัวแทนชุมชน ที่จะช่วยส่งข่าวสารและบริการจาก กปภ. ไปยังชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งรวบรวมเสียงจากชุมชนสะท้อนกลับมายัง กปภ. เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ตรงตามความต้องการของชุมชน	กลยุทธ์ : บริหารจัดการความผูกพันลูกหัว (คอ) 1. กปภ.เขต ขอรับจัดสรรงบประมาณจัดทำโครงการ (ประจำปี 2568) 2. กปภ.สาขา คัดเลือกชุมชนที่จะดำเนินโครงการ กปภ.สาขา เข้าพบผู้นำชุมชน และรวบรวมรายชื่อ และส่งให้ กสส. 3. ตั้งกลุ่มไลน์ “เครือข่ายอาสา กปภ.” 4. จัดประชุม/อบรมให้ความรู้ และรับฟังความคิดเห็นชุมชน 5. ผู้บริหารและพนักงาน กปภ. จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน 6. ประเมินประสิทธิภาพโครงการ			ลูกหัวได้รับข่าวสารและบริการอย่างทั่วถึง และ กปภ. ได้รับเสียงของลูกหัว	KPI : 1.จำนวนผู้นำชุมชน/ตัวแทนชุมชนเฉลี่ยต่อสาขา จำนวน 20-50 คน ต่อสาขา 2.จำนวนกิจกรรมประสานความร่วมมือกับ กปภ. อย่างใกล้ชิดระหว่าง กปภ. สาขา และชุมชน โดยเกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	• สสจ. • กปภ.เขต-10 • กปภ.สาขา	500,000.-
13. โครงการลูกค้าคนสำคัญ (Loyalty Program)	เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และความประทับใจ ตลอดจนเกิดความผูกพันที่ดีต่อ กปภ.	1. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแนวทางการ 2. ดำเนินการจัดทำ Application เพื่อสร้างความสัมพันธ์ การมีส่วนร่วม อื่นจะนำไปสู่การผูกพันต้องดำรงโดยเชื่อมโยงกับชีวิตขององค์กรในด้านต่างๆ 3. ประเมินประสิทธิภาพโครงการ	กปภ. มีการดำเนินกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์และผูกพันกับลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	ลูกค้ามีความสัมพันธ์และผูกพันกับ กปภ.	KPI : มีแผนดำเนินการ KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ต่อเนื่องทั้งปี	• ฝ่ายพ. • สทพ. • ฝ่ายม. • สสจ. • กปภ.เขต-10 • กปภ.สาขา	-
14. โครงการ PWA Synergy								
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำไปสู่ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของ กปภ.	กลยุทธ์ : บูรณาการความร่วมมือกับผู้ใช้มีส่วนได้ส่วนเสีย กปภ. มีแผนงานสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 1. กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ คือ 1) ลูกค้า 2) พนักงาน 3) คู่ค้าผู้ส่งมอบ 4) ชุมชนและสังคม 5) สื่อมวลชน 6) คู่ความร่วมมือ 7) หน่วยงานกำกับดูแล 2. รับฟังและประสานหาข้อดีของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ เพื่อนำมากำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับความต้องการ 3. จัดทำแผนบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4. สื่อสารและถ่ายทอดแผนบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 5. ลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 6. ติดตามและประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงาน			ผู้ใช้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ กปภ.	KPI : ระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ. ไม่ต่ำกว่า 4.30 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ต่อเนื่องทั้งปี	• กปภ.เขต-10 • กปภ.สาขา • สสจ.	-

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
กลยุทธ์ : บริหารจัดการลูกค้ารายใหญ่								
15. โครงการ PWA Premium Connect	1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้ารายใหญ่ของ กปภ. 2. เพื่อรักษาลูกค้ารายใหญ่ของ กปภ.	1. นำเสนอสร้างความต้องการ ความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจของลูกค้ารายใหญ่ เป็นปัจจัยนำเข้า รวมถึงการวิเคราะห์เพิ่มเติม โดยพิจารณาจากคู่เทียบเพื่อกำหนดกิจกรรมและวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่ 2. กำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่ของ กปภ. 3. สื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่ของ กปภ. 4. ดำเนินการตามแผนงานโครงการของลูกค้ารายใหญ่ของ กปภ. 5. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานรายไตรมาส	กปภ. มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่	ลูกค้ารายใหญ่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับ กปภ. และรู้สึกผูกพันต่อ กปภ.	KPI : ระดับความผูกพันของลูกค้ารายใหญ่ที่มีต่อ กปภ. ไม่ต่ำกว่า 4.35 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามกรอบเวลาที่กว่า 100	ต่อเนื่องทั้งปี	- กปภ.1-10 - กปภ.สาขา - สสส.	-
กลยุทธ์ : บริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า								
16. PWA Service Recovery Plan	1. เพื่อพัฒนาระบบรองรับปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าจากการให้บริการของ กปภ. ในด้านปริมาณน้ำ และคุณภาพน้ำ โดยเน้นการบริการจัดการให้ลูกค้าสามารถกลับใจได้ของลูกค้า กปภ. ตามภาวะปกติอย่างรวดเร็วที่สุด ตามแนวคิด "ลดความไม่พึงพอใจ สร้างความพึงพอใจ เห็นความประทับใจ"	1. นำเสนอสร้างความต้องการ ความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจของลูกค้า เป็นปัจจัยนำเข้าในการกำหนดแผนบริหารจัดการปัญหา 2. ด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า 3. จัดทำแผนบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า 3. ดำเนินการตามแผนบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า 4. ติดตามและประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงาน	กปภ. มีแผนบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	ลูกค้าพึงพอใจต่อการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) (จ้างที่ปรึกษาดำเนินการ) KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามกรอบเวลาที่กว่า 100	ต่อเนื่องทั้งปี	- สสส. - กปภ.1-10 - กปภ.สาขา	-
17. โครงการประทับใจ	1. เพื่อพัฒนาระบบจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ. ให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาตามมาตรฐานการให้บริการกับ SLA อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุประสิทธิภาพ 2. เพื่อลดความไม่พึงพอใจ สร้างความประทับใจ และเพิ่มความประทับใจของลูกค้าด้วยการสื่อสาร ประสานงาน และแก้ไขข้อร้องเรียนด้วยความรวดเร็วและเรียบร้อย 3. เพื่อสร้างภาพลักษณ์บริการที่รวดเร็วทันใจของ กปภ.	1. ทบทวนกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า 2. จัดทำนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน 3. ปรับปรุงคู่มือการจัดการข้อร้องเรียนเพื่อให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการด้วยมาตรฐานเดียวกัน	กปภ. มีแนวทางปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ. เป็นระบบ	- กปภ. สามารถเปิดข้อร้องเรียนได้ตาม SLA - ลูกค้าพึงพอใจต่อการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อมาตรฐาน SLA ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) (ดำเนินการเอง) KRI : ร้อยละของจำนวนข้อร้องเรียนที่ปิดได้ตาม SLA ไม่ต่ำกว่า 94	ต่อเนื่องทั้งปี	- สสส. - กปภ.1-10 - กปภ.สาขา	-
18. โครงการ SMART 1662	1. เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ. ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล 2. เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.	1. ทบทวนระบบการดำเนินงานด้านบริการ SMART 1662 2. ทบทวนและปรับปรุง TOR การจ้างหน่วยงานพัฒนาพัฒนาระบบงานสารสนเทศเป็นรูปแบบ Web และ Mobile Application 3. ติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง 4. ประเมินผลการดำเนินงาน SMART 1662 เพื่อปรับปรุงต่อไป	กปภ. มีระบบจัดการข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	- กปภ. สามารถเปิดข้อร้องเรียนได้ตาม SLA - ลูกค้าพึงพอใจต่อการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดการข้อร้องเรียนไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) (ดำเนินการเอง) KRI : ร้อยละของจำนวนข้อร้องเรียนที่ปิดได้ตาม SLA ไม่ต่ำกว่า 94	ปีงบประมาณ 2569	- สสส. - สสส.	-

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการตลาดภายในองค์กร								
19. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ PWA Contact Center 1662	เพื่อลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า ให้เป็นมาตรฐานสากล	ดำเนินการวางแผนงานเชิงรุกกับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประจำศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662	มีเจ้าหน้าที่เพียงพอให้บริการลูกค้า 24 ชั่วโมง	เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง พอดีใจ	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662 (ดำเนินการเอง) ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) KRI : จำนวนครั้งการประชุมกับผู้สันทนอมเพื่อปรับปรุง การดำเนินงาน 12 ครั้ง	ต่อเนื่องทั้งปี	• สสส. • กบงค.1-10 • กบง.สาขา	20,000,000.-
กลยุทธ์ : สร้างบุคลากรให้เป็นตัวแทนองค์กร (Brand Ambassador)								
20. โครงการ PWA Ambassador	1. เพื่อสร้างตัวแทนผู้เชี่ยวชาญด้านบริการและมีจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้าในทุกจุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoints) ประจำ กบง.สาขา 2. เพื่อให้ PWA Brand Ambassador สื่อสารถ่ายทอดการเปลี่ยนแปลงสู่ตัวแทนพฤติกรรมที่กำหนดในคำนิยาม “เพื่อปวงชน”	1. PWA Ambassador เข้ารับการอบรมสัมมนาและเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องซึ่งตัวแทนมีหน้าที่บริหารจัดการงานด้านลูกค้าสัมพันธ์ให้สัมฤทธิ์ผล 2. PWA Ambassador กระตุ้น ส่งเสริม สนับสนุน ปู่ผึ่ง และสร้างบรรยากาศภายในหน่วยงานผ่านการปฏิบัติงาน On the job training การสอนงาน (Coaching) และ Morning Talk 3. สื่อสารถ่ายทอดพฤติกรรมตามคำนิยาม “เพื่อปวงชน” 4. ถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กร STRIVER	กบง.มีพนักงานบริการลูกค้า	ลูกค้าประทับใจในการให้บริการของ กบง.	KPI : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานเสริมสร้าง การดำเนินงานไม่ต่ำกว่า 100	ต่อเนื่องทั้งปี	• สสส. • กบงค.1-10 • กบง.สาขา • ผพน. • ผพท.	150,000.-
21. โครงการ PWA Success Story	1. เพื่อรวบรวมและจัดเก็บองค์ความรู้ด้านลูกค้า และตลาดให้เป็นระบบ พร้อมสำหรับการใช้งาน 2. เพื่อให้พนักงานสามารถค้นหา และสืบหาความรู้และแนวทางปฏิบัติงานที่ด้านลูกค้า และตลาดได้ทันทีทุกเวลา	1. รวบรวมองค์ความรู้ด้านลูกค้าและตลาดของ กบง. 2. จัดเก็บลงในระบบองค์ความรู้ของ กบง.หรือ PWA KM-IM 3. ประชาสัมพันธ์ผ่านแฟ้มแพร่ให้พนักงานในระบบ PWA KM-IM เพื่อศึกษาและนำไปปฏิบัติ 4. มีการปรับปรุงองค์ความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ 5. ถอดบทเรียนเรื่องราวประสบการณ์สร้างความสำเร็จประทับใจให้ลูกค้า พร้อมนักบริการมีชื่อเสียงของกรมเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติงานที่ดีด้านลูกค้าและตลาดให้กับพนักงาน	กบง.มีองค์ความรู้ด้านลูกค้าและตลาดในระบบองค์ความรู้ของ กบง.	พนักงานมีความรู้ด้านลูกค้าและตลาดเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดไป	KPI : จำนวนองค์ความรู้ด้านลูกค้าและตลาดที่ได้จากการถอดบทเรียนเชิงเครื่องมืออื่นด้าน KM ไม่ต่ำกว่า 1 เรื่อง KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานเสริมสร้าง การดำเนินงานไม่ต่ำกว่า 100	ต่อเนื่องทั้งปี	• สสส. • ผพน. • กบงค.1-10 • กบง.สาขา	-

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับผลประกอบการองค์กร

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพน้ำประปา								
กลยุทธ์ : สื่อสารและลงพื้นที่สร้างความเชื่อมั่นคุณภาพน้ำประปาและความเชี่ยวชาญของ กปภ.								
22. โครงการอาสาประปาเพื่อชุมชน	1. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนให้ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรน้ำ 2. ยกระดับความรู้ในการตรวจสอบคุณภาพน้ำ และซ่อมแซมท่อแตกทั่วบริเวณ 3. สร้างเครือข่ายเยาวชนในการสอดส่องดูแลทรัพยากรน้ำ แจ้งเหตุท่อแตกท่อน้ำในพื้นที่ต่างๆ	1. จัดเลือกโรงเรียนเข้าร่วมโครงการ กปภ.ละ 10 แห่งต่อปี 2. จัดทำปฏิทินการดำเนินงานกิจกรรมและลงพื้นที่จัดกิจกรรม ประกอบด้วย 2.1 กิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของทรัพยากรน้ำและการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า (Save Water, You make it) 2.2 กิจกรรม Work shop ตรวจสอบคุณภาพน้ำ การซ่อมแซมท่อแตกท่อน้ำภายในบ้านเบื้องต้น 2.3 เชิญชวนให้นักเรียน กดติดตาม กด Like Facebook Page : สีน้อยอาสาพิทักษ์น้ำ และเชิญชวนเป็นเครือข่ายสีน้อยอาสาพิทักษ์น้ำ 3. ติดตามผล ประเมินผล และสรุปผลการดำเนินงานโครงการ	1. จำนวนโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย เพื่อเป็นสถิติเครือข่าย สีน้อยอาสาพิทักษ์น้ำ 2. ผู้ได้รับการอบรม/ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ และซ่อมแซมท่อแตกท่อน้ำเบื้องต้น 1,000 คน/โรงเรียน	1. โรงเรียนรอบรั้ว กปภ. มีน้ำประปาที่สะอาดปลอดภัย 2. เยาวชนมีจิตสำนึกการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า	KPI : ระดับความพึงพอใจต่อโครงการ ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) KRI : ร้อยละความสำนึกของภาคีดำเนินงานแล้วเสร็จตามกรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	• กปภ.จ.1-10 • กปภ.สาขา • สสส.	2,000,000.-
23. โครงการน้ำประปา กปภ.-อปท. เพื่อชุมชน	1. เพื่อรองรับแผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ที่ให้ประชาชนทุกพื้นที่ได้ใช้น้ำสะอาด 2. ให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตที่ดีและแนวปฏิบัติมาตรฐานเกี่ยวกับการผลิตน้ำสะอาดแก่ อปท.	1. จัดเลือก อปท. เป้าหมายที่จะดำเนินการประจำ 2. จัดทำแผนการจัดการโครงการประจำปี 3. กำหนดกิจกรรม โดยพิจารณาตามเหมาะสม ความต้องการของ อปท. และ ความพร้อมของ กปภ.สาขา ดังนี้ 3.1 กิจกรรม Open House เปิดโอกาสให้ อปท.เข้าพื้นที่ศึกษาดูงาน การฝึกและระบบผลิตประปาของ กปภ. ณ กปภ.สาขา สถานีผลิตน้ำ หรืออื่นๆ 3.2 กิจกรรมเสริมสร้างความรู้และแนวทางการปฏิบัติงานการบรรยาย โดยวิทยากรผู้มีความเชี่ยวชาญของ กปภ.โดยอาจดำเนินการในรูปแบบออนไลน์ 3.3 กิจกรรมตรวจสอบคุณภาพน้ำ โดยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาให้ระบบผลิตประปาของ อปท. ที่เข้าร่วมโครงการ 4. ติดตามผล ประเมินผล และสรุปผลการดำเนินงานโครงการ	อปท. ได้รับความช่วยเหลือจาก กปภ. ด้านงบประมาณ ประปา เพื่อให้บริการแก่ประชาชนใน พื้นที่	1. ประชาชนได้ใช้น้ำประปาสะอาดปลอดภัย 2. อปท.และประชาชนเชื่อมั่นในความเชี่ยวชาญด้านระบบประปาของ กปภ.	KPI : ระดับความพึงพอใจต่อโครงการ ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) KRI : ร้อยละความสำนึกของภาคีดำเนินงานแล้วเสร็จตามกรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	• สสส. • กปภ.จ.1-10 • กปภ.สาขา	งบประมาณทำการ กปภ. สาขา
24. แผนงานน้ำดื่มเพื่อชุมชน	1. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนในคุณภาพน้ำประปาที่สะอาด ปลอดภัย และได้มาตรฐาน 2. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ กปภ. ในฐานะองค์กรที่ใส่ใจและเข้าถึงชุมชน	บริการน้ำดื่มเพื่อประชาชน เช่น โครงการน้ำประปาดื่มได้ โครงการน้ำดื่มสะอาด Mini Station โครงการตู้จำหน่ายหยอดเหรียญ เป็นต้น	ประชาชนได้รับบริการน้ำดื่มสะอาด	กปภ.มีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบ	KPI : ระดับความพึงพอใจต่อโครงการ ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) KRI : ร้อยละความสำนึกของภาคีดำเนินงานแล้วเสร็จตามกรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	• คณะทำงานโครงการน้ำดื่มสะอาดฯ • ผศก. • กปภ.จ.1-10 • กปภ.สาขา	งบประมาณโครงการ
25. โครงการหลอมรวมใจมอบน้ำใสสะอาดให้โรงเรียน	เพื่อให้นักเรียนได้มีน้ำสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐานในการอุปโภคและบริโภค ผ่านการตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพน้ำ รวมทั้งผ่านการจัดการรับรองคุณภาพน้ำประปาดื่มได้จากหน่วยงานอื่น อันเป็นการส่งเสริมสุขภาพที่ดีในโรงเรียนทุกแห่งทั่วประเทศ	1. กปภ.ฯ, กักตุนโรงเรียนเป้าหมายในการดำเนินการ 2. ผศก. ร่วมกับ กปภ.ฯ และ กปภ.สาขาดำเนินการตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพน้ำในโรงเรียน 3. สสส. สื่อสารและประชาสัมพันธ์โครงการให้ประชาชนรับทราบโดยทั่วถึง	เด็กนักเรียนในโรงเรียนได้มีน้ำสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐานในการอุปโภคบริโภค	กปภ.มีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบ	KPI : ระดับความพึงพอใจต่อโครงการ ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) KRI : ร้อยละความสำนึกของภาคีดำเนินงานแล้วเสร็จตามกรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	• ผศก. • สสส. • กปภ.จ.1-10 • กปภ.สาขา	งบประมาณโครงการ

ชื่อโครงการ/แผนงาน	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน	ผลผลิต (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์เพิ่มรายได้ให้อุตสาหกร								
กลยุทธ์ : เพิ่มรายได้								
26. แผนการตลาดของ กปภ.	1. เพื่อเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายปุ๋ยให้กับ กปภ. 2. เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า	กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อขยายฐานลูกค้า เช่น การขยายบริการไปยังพื้นที่ใหม่ และการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับองค์กรในระยะยาว	กปภ. มีแผนการตลาด	กปภ. มีรายได้เพิ่มขึ้น	KPI : รายได้เพิ่มขึ้นจากแผนการตลาด KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	• ฝ่าย • กปภ.จ-10 • สสจ. • ผต.	งบประมาณของแผนงาน
กลยุทธ์ : เพิ่มลูกค้าใหม่								
26. แผนการตลาดของ กปภ.	1. เพื่อเพิ่มจำนวนผู้สนใจให้กับ กปภ. 2. เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า	กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อขยายฐานลูกค้า เช่น การขยายบริการไปยังพื้นที่ใหม่ และการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับองค์กรในระยะยาว	กปภ. มีแผนการตลาด	กปภ. มีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น	KPI : จำนวนผู้เข้ามาเพิ่มแผนการตลาด KRI : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100	ปีงบประมาณ 2569	• ฝ่าย • กปภ.จ-10 • สสจ. • ผต.	งบประมาณของแผนงาน

แผนปฏิบัติการประจำปี 2569

ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1
ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

เป้าประสงค์ : 1. ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพึงพอใจการให้บริการของ กปภ.
2. ระดับความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของ กปภ.
เหนือความคาดหวังของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 1
พัฒนาระบบสารสนเทศ
ลูกค้าและตลาดจาก
ระบบฐานข้อมูลของ กปภ.

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

- รับ ฟัง เสียง ของ ลูกค้า ทุกกลุ่ม ทุกช่องทางและทุกวงจรชีวิตของลูกค้า
- รับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม
- จำนวนฐานข้อมูลสะสมในระบบ GISC ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ไม่น้อยกว่า 7 ฐานข้อมูล

โครงการ / แผนงานที่สำคัญ

- แผนรับฟังลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.
- แผนเพิ่มประสิทธิภาพระบบ BDA ของ กปภ.

กลยุทธ์ที่ 2
รักษาคุณภาพน้ำตาม
มาตรฐาน WSP

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

กปภ. ทุกสาขาผ่านมาตรฐาน WSP
(ยกเว้นกรณีที่อยู่เหนือการควบคุม
ของ กปภ.)

โครงการ / แผนงานที่สำคัญ

- โครงการ Water Safety Plan (WSP)

กลยุทธ์ที่ 3
พัฒนาระบบธุรกรรม
บริการดิจิทัล

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

จำนวนธุรกรรมสะสมที่ถูกพัฒนา
ให้สามารถดำเนินการในระบบ
ออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 7 ธุรกรรม

โครงการ / แผนงานที่สำคัญ

- แผนงานพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล

1. แผนรับฟังลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเรียนรู้ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ กปภ.
2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกและลดผลกระทบในทางลบที่มีต่อ กปภ.
3. เพื่อให้มีระบบบริหารจัดการและสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยบูรณาการร่วมกับการดำเนินงานขององค์กรเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : ผชล. **หน่วยงานสนับสนุน :** กปภ.สาขา

งบประมาณ : 4,000,000 บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. นำเสนอ ผวก.อนุมัติโครงการและขอรับจัดสรรงบประมาณจ้างที่ปรึกษาดำเนินโครงการ	↔												ผชล.
2. กำหนดขอบเขตของงาน และจัดทำ TOR		↔											ผชล.
3. ดำเนินงานตามกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง				↔									ผชล.
4. กำหนดระเบียบวิธีวิจัย พัฒนาเครื่องมือในการสำรวจ และวางแผนการสำรวจ						↔							ที่ปรึกษา ผชล.
5. ลงพื้นที่สำรวจความคิดเห็นของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการให้บริการและพันธกิจของ กปภ.								↔					ที่ปรึกษา ผชล.
6. นำผลการศึกษามาจัดทำรายงานสารสนเทศเสี่ยงของลูกค้าประจำปี (VOC Report)											↔		ผชล.
7. ประเมินประสิทธิผลโครงการ												↔	ผชล.

ผลผลิต (Output)

ระดับความสำเร็จของโครงการ 100%

ผลลัพธ์ (Outcome)

1. ลูกค้าพึงพอใจการให้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ กปภ.
2. กปภ.มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ

1. รับฟังเสียงของลูกค้าทุกกลุ่ม ทุกช่องทาง และทุกวงจรชีวิตของลูกค้า
2. รับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ: ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ

1. เทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีที่รองรับแบบสอบถามออนไลน์
2. บุคลากรมีความรู้และทักษะด้านระเบียบวิธีวิจัยและการลงพื้นที่สัมภาษณ์

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน

1. เหตุภัยพิบัติ เช่น อุทกภัย โรคระบาด ส่งผลให้ไม่สามารถลงพื้นที่สัมภาษณ์ได้
2. ผู้รับจ้างทำงาน

2. แผนเพิ่มประสิทธิภาพระบบ BDA ของ กปภ.

วัตถุประสงค์

1. บูรณาการฐานข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศและภูมิสารสนเทศ เพื่อเชื่อมโยงและบูรณาการฐานข้อมูลระบบงานต่าง ๆ ภายใน กปภ. กับหน่วยงานภายนอก
2. บริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ของ กปภ.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กบข. สสส.

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. ประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสรุปแนวทางการบริหารจัดการระบบ BDA ให้บรรลุวัตถุประสงค์	←	→											กบข. สสส.
2. กำหนดความต้องการสารสนเทศที่จะเชื่อมโยงฐานข้อมูลในระบบ BDA	←	→											กบข. สสส.
3. เชื่อมโยงฐานข้อมูลระบบต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำไปใช้ประโยชน์ด้านลูกค้าและตลาด				←	→								สสส.

ผลผลิต (Output)

ระดับความสำเร็จของโครงการ 100%

ผลลัพธ์ (Outcome)

กปภ. สามารถใช้ประโยชน์จากระบบ BDA ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ

จำนวนฐานข้อมูลสะสมในระบบ BDA ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการไม่น้อยกว่า 7 ฐานข้อมูล

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ

1. ผู้ปฏิบัติงานในด้านการดูแลทรัพยากร สำหรับจัดเก็บและประมวลผล
2. ผู้ปฏิบัติงานด้านการจัดเตรียมข้อมูล (Data Engineer)
3. ผู้ปฏิบัติงานด้านการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Scientist / Data Analytic)
4. ผู้ปฏิบัติงานด้านการพัฒนาในส่วนการจัดเตรียมข้อมูล และในส่วนการพัฒนา Model

ความเสี่ยง / เจอใจ / สมมติฐาน

อาจเกิดการหยุดชะงักของระบบได้ในทุกๆ กระบวนการ จึงต้องได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบัน กปภ. ดำเนินการยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง

3. โครงการ Water Safety Plan (WSP)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อควบคุมให้ กปภ.สาขาทั่วประเทศผลิตน้ำตามข้อกำหนด WSP โดยมีการกำหนดและตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพน้ำตามเกณฑ์ที่กำหนด
2. เพื่อให้ลูกค้ายึดมั่นในคุณภาพน้ำประปาที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยของ กปภ.หน่วยงาน

รับผิดชอบหลัก : ฝคภ.

หน่วยงานสนับสนุน : สสส. กปภ.ข.1-10 กปภ.สาขา

งบประมาณ : ตามแผนปฏิบัติการของ กปภ.

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. จัดตั้งทีม WSP เพื่อสำรวจ วิจัยระบบประปา ประเมินความเสี่ยง มาตรฐานควบคุมและตรวจสอบประเมินผล	←	→											ฝคภ. กปภ.เขต กปภ.สาขา
2. กำหนดแผนปรับปรุงพัฒนาให้สอดคล้องความเสี่ยงและมาตรการควบคุม	←	→											ฝคภ. กปภ.เขต กปภ.สาขา
3. ดำเนินการตามมาตรการควบคุม	←											→	กปภ.เขต กปภ.สาขา
4. ทบทวนประสิทธิภาพการดำเนินงาน จัดทำแผนสนับสนุนจัดทำแผนดำเนินงานในสถานการณ์ฉุกเฉิน										←	→		ฝคภ. กปภ.เขต กปภ.สาขา
5. ทบทวนและปรับปรุงแผน WSP										←	→		ฝคภ.

ผลผลิต (Output) : กปภ.มีกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพน้ำที่ได้มาตรฐาน

ผลลัพธ์ (Outcome) : ประชาชนได้อุปโภคบริโภคน้ำประปาที่ได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่องและมีขั้นตอนการจัดการคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : กปภ. ทุกสาขาผ่านมาตรฐาน WSP (ยกเว้นกรณีอยู่นอกเหนือการควบคุมของ กปภ.)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ : บุคลากรมีความเชี่ยวชาญในระบบประปาและตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำ

ความเสี่ยง / เจอเนอ / สมมติฐาน :

1. ปัญหาด้านคุณภาพของน้ำดิบที่นำมาผลิตน้ำประปา
2. ผู้รับจ้างทำงานและไม่สามารถจัดหาอุปกรณ์ได้ตามกำหนด

4. แผนงานพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ลูกค้าทำธุรกรรมต่าง ๆ กับ กปภ. ได้ง่ายขึ้น ทุกที่ ทุกเวลา
2. เพื่อให้ลูกค้าประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายจากการเดินทางไปติดต่อที่ กปภ.สาขา
3. เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจาก กปภ. ได้ครบถ้วน รวดเร็ว

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สดพ. กปภ.ข. 1-10 กปภ.สาขา

หน่วยงานสนับสนุน : สสส.

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. นำสารสนเทศลูกค้าและความพร้อมขององค์กรมาวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล	←→												สสส. สดพ. ฝงบ.
2. จัดทำแผนพัฒนาและปรับปรุงการระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล			←→										สสส. สดพ. ฝงบ.
3. ดำเนินการตามแผนพัฒนาและปรับปรุงการระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล				←								→	สดพ. ฝงบ.
4. ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาและปรับปรุงการระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล			←→			←→			←→			←→	สสส.
5. ประเมินประสิทธิผลแผนพัฒนาและปรับปรุงระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล												←→	สสส.

ผลผลิต (Output)

ระดับความสำเร็จของโครงการ 100%

ผลลัพธ์ (Outcome)

1. ลูกค้าได้รับการบริการที่สะดวกสบายและรวดเร็วจาก กปภ.
2. กปภ. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการสร้าง/ปรับปรุง/ขยายสำนักงาน กปภ.สาขา เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น
3. กปภ. ลดภาระงานหน้าเคาน์เตอร์ของ กปภ.สาขา
4. กปภ. มีภาพลักษณ์การบริการที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยให้บริการลูกค้า

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ

จำนวนธุรกรรมสะสมที่ถูกพัฒนา ให้สามารถดำเนินการในระบบออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 7 ธุรกรรม

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ : เทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีที่รองรับระบบธุรกรรมออนไลน์

งบประมาณ เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีรองรับระบบธุรกรรมออนไลน์

ความเสี่ยง / เจอใจ / สมมติฐาน :

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้าแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน ลูกค้าอาจไม่คุ้นเคยกับการทำธุรกรรมออนไลน์กับ กปภ.
2. ผู้รับจ้างหรือผู้ส่งมอบไม่สามารถดำเนินการได้ตามกำหนดเวลา
3. ความพร้อมของเทคโนโลยี กปภ. ในการให้บริการลูกค้าด้วยระบบธุรกรรมออนไลน์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มคุณค่า กปภ. ต่อลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาผลิตภัณฑ์และ บริการใหม่/ เกี่ยวเนื่อง

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

- จำนวนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ จำนวน 2 นวัตกรรม
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อนวัตกรรม หรือผลจากการใช้นวัตกรรม ไม่ต่ำกว่า 4.00 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)
- การลดค่าใช้จ่าย/ เพิ่มรายได้ให้ กปภ./ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

โครงการ / แผนงานที่สำคัญ

- แผนพัฒนาขยายผลนวัตกรรม ด้านลูกค้าและตลาด

กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับ ภาพลักษณ์องค์กร

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

- ระดับความเชื่อมั่นของลูกค้า และประชาชนต่อ กปภ. ไม่ต่ำกว่า 4.35 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)

โครงการ / แผนงานที่สำคัญ

- แผนยกระดับภาพลักษณ์องค์กร

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างคุณค่า ร่วมกับชุมชน

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

- ร้อยละของจำนวนผู้เข้ารับ การฝึกอบรมผ่านการประเมิน ทักษะความรู้

โครงการ / แผนงานที่สำคัญ

- โครงการฝึกอบรมอาชีพประจำปี ให้ประชาชน

5. แผนพัฒนาขยายผลนวัตกรรมด้านลูกค้าและตลาด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาและสร้างนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและให้บริการเหนือความคาดหวังของลูกค้า
2. เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะความเชี่ยวชาญในด้านนวัตกรรมให้แก่พนักงาน และเสริมสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : ฝพน. สสส.

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม

งบประมาณ : 20,000 บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. กำหนดนวัตกรรมและจัดทำแผนการดำเนินงานนวัตกรรมฯ	↔												สสส. ฝพน.
2. พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการและออกแบบกระบวนการที่เกี่ยวข้อง		←										→	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม
3. สื่อสารประชาสัมพันธ์นวัตกรรมให้ลูกค้าและสาธารณชน		←										→	สสส.
4. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานและความสำเร็จของนวัตกรรม			↔			↔			↔			↔	สสส. ฝพน.
5. ประเมินประสิทธิผลกระบวนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ												↔	สสส. ฝพน.

ผลผลิต (Output) : ระดับความสำเร็จของโครงการ 100%

ผลลัพธ์ (Outcome) : ลูกค้าประทับใจการให้บริการของ กปภ.

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ

1. จำนวนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการการสนับสนุนลูกค้าและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่น้อยกว่า 2 นวัตกรรม
2. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อนวัตกรรมหรือผลจากการใช้นวัตกรรม ไม่ต่ำกว่า 4.00 คะแนน
3. การลดค่าใช้จ่าย/เพิ่มรายได้ของ กปภ./เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของ กปภ.

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ : เทคโนโลยีสำหรับการพัฒนานวัตกรรม และบริหารองค์ความรู้

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน :

1. นวัตกรรมไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าซึ่งอาจเกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าไม่ครอบคลุม และการเลือกกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาลองใช้นวัตกรรม
2. ไม่สามารถดำเนินการแล้วเสร็จตามรอบเวลาเนื่องจากอาจมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม

6. แผนยกระดับภาพลักษณ์องค์กร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภารกิจและการให้บริการของ กปภ.
2. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและป้องกันความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนอันจะนำมาซึ่งความไม่พึงพอใจของลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสาธารณชนทั่วไป
3. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร เช่น คุณภาพน้ำประปาและการให้บริการที่ได้มาตรฐาน ประปาทันสมัย และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สสส.

หน่วยงานสนับสนุน : กปภ.เขต และ กปภ.สาขา

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. จัดทำโครงการศึกษาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการสื่อสาร				←									สสส. กปภ.ข.1-10 กปภ.สาขา
2. สื่อสารภาพลักษณ์ กปภ.ผ่านช่องทางออนไลน์ ออฟไลน์	←												
3. ดำเนินงานตามแผนเสริมสร้างและปกป้องภาพลักษณ์องค์กร	←												
4. ดำเนินงานตามโครงการศึกษาเพื่อยกระดับแบรนด์ กปภ.	←												
5. ดำเนินงานตามแผนพัฒนาอบรมทักษะบุคลากรในการสื่อสารแบรนด์ กปภ.	←		→										
6. ดำเนินงานตามแผนพัฒนาปรับปรุงจุดสัมผัสลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สอดคล้องกับแบรนด์ กปภ.	←												
7. ดำเนินงานตามแผนกิจกรรมและแคมเปญสร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันกับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	←												
8. ดำเนินงานตามแผนสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง กปภ. และสื่อมวลชน	←												
9. โครงการ PWA Culture Ambassador	←												สสส. ฝพน. กปภ.ข.1-10 กปภ.สาขา

ผลผลิต (Output) : ระดับความสำเร็จของโครงการ 100%

ผลลัพธ์ (Outcome)

1. ลูกค้าและประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในภารกิจบริการของ กปภ.
2. กปภ. มีภาพลักษณ์ที่ดีและมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ

ระดับความเชื่อมั่นของลูกค้าและประชาชนต่อ กปภ. ไม่ต่ำกว่า 4.35 คะแนน (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ : 1. อุปกรณ์และเครื่องมือสำหรับผลิตสื่อออนไลน์และออฟไลน์
2. บุคลากรมีความรู้และทักษะในการผลิตสื่อออนไลน์และออฟไลน์

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน :

1. เผยแพร่ข้อมูลไม่ทันการณ์ เนื่องจากการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและการสื่อออนไลน์ให้น่าสนใจ
2. ข้อมูลที่เผยแพร่ไม่เข้าถึงชุมชน
3. กปภ. ไม่ทราบข่าวเชิงลบที่เกิดขึ้นหรือรับทราบล่าช้า

7. โครงการฝึกอบรมประชาชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อนำความเชี่ยวชาญของ กปภ. พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน
2. เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนตลาดแรงงานผู้ประกอบการวิชาชีพด้านประปา
3. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้พื้นฐานในการดูแลรักษา ซ่อมแซมระบบประปา
4. เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงมหาดไทย เพื่อขจัดความยากจนให้แก่ประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สสส. กปภ.ข. 1 - 10

หน่วยงานสนับสนุน: สายงาน ผชด. และ สายงาน ผชบ. (ฝพน.)

งบประมาณ : 3,000,000 บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. กปภ.ข. พิจารณาคัดเลือกพื้นที่	↔												กปภ.ข. 1-10
2. พิจารณาหลักสูตร	↔	↔											สสส./กพร./ สอศ./ฝพน.
3. กปภ.ข. ประสานงาน สถานศึกษาสังกัด สอศ./คู่ค้าคู่ความร่วมมือภาคเอกชน		↔	↔										กปภ.ข. 1-10
4. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์		↔	↔										สสส.
5. เปิดรับสมัครประชาชนเข้าร่วมอบรม		↔											กปภ.ข. 1-10/ กพร./สอศ.
6. ดำเนินการฝึกอบรม				↔	↔	↔	↔	↔	↔				กปภ.ข. 1-10/ กพร./สอศ./ คู่ค้าคู่ความร่วมมือ
7. ประเมินผลการดำเนินโครงการ				↔	↔	↔	↔	↔	↔				กปภ.ข. 1-10
8. รายงานผลความก้าวหน้าการดำเนินโครงการในเว็บไซต์ระบบรายงาน CSR	↔								↔				กปภ.ข. 1-10
9. ติดตามผลและรายงานผลความก้าวหน้า นำเสนอ คณะกรรมการ GRC และคณะอนุกรรมการ GRC ทราบ	↔											↔	สสส.
10. ติดตามผลผู้เข้ารับการฝึกอบรมภายหลังจากผ่านการฝึกอบรมไปแล้ว 3 เดือน								↔	↔	↔	↔	↔	สสส.
11. สรุปผลการดำเนินโครงการ								↔	↔	↔	↔	↔	สสส.

ผลผลิต (Output): จำนวนผู้ผ่านการประเมินได้นำทักษะความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน และประกอบวิชาชีพได้

ผลลัพธ์ (Outcome)

1. สามารถลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับประชาชน
2. ประชาชนมีวิชาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ

ร้อยละ 80 ของจำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านการประเมินทักษะความรู้

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ:วิทยากรผู้มีความเชี่ยวชาญในแต่ละหัวข้อวิชา
ความเสี่ยง / เจ็บใจ / สมมติฐาน :

1. มาตรฐานของสื่อการเรียนการสอนและอุปกรณ์ประกอบการฝึกอบรม
2. ผู้สมัครเข้ารับการฝึกอบรมไม่มาในวันจริง
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมอยู่ไม่ครบตามหลักสูตร

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างความผูกพันของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ 1 บริหารจัดการ ประสบการณ์ ลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2 บริหารจัดการ ความผูกพัน ลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 3 บูรณาการ ความร่วมมือ กับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ 4 บริหารจัดการ ลูกค้ารายใหญ่

กลยุทธ์ที่ 5 บริหารจัดการ ปัญหาด้าน บริการลูกค้า เพื่อสร้าง ความประทับใจ ให้ลูกค้า

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน, อาคาร-สถานที่, กระบวนการให้บริการของ กปภ.สาขา ไม่ต่ำกว่า 4.40 (คะแนนเต็ม 5)
- พฤติกรรมการชำระค่าน้ำของลูกค้าผ่านช่องทาง PWA Always-on ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 76.25
- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีกระบวนการให้บริการออนไลน์ของ กปภ.สาขา ไม่ต่ำกว่า 4.40 (คะแนนเต็ม 5)

โครงการ / แผนงาน ที่สำคัญ

- โครงการประทับใจสะดว
- โครงการ PWA Always-on
- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางออนไลน์

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

- ระดับความผูกพันของลูกค้า ไม่ต่ำกว่า 4.35 (คะแนนเต็ม 5)
- จำนวนผู้นำชุมชน/ตัวแทนชุมชนเฉลี่ยต่อสาขา จำนวน 20-50 คน ต่อสาขา
- จำนวนกิจกรรมประสานความร่วมมือปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิดระหว่าง กปภ.สาขา และชุมชน โดยเกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม

โครงการ / แผนงาน ที่สำคัญ

- โครงการมุ่งมั่นเพื่อปวงชนเต็มใจให้กัน
- โครงการเครือข่ายอาสา กปภ.
- โครงการลูกค้าคนสำคัญ (Loyalty Program)

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

- ระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ กปภ. ไม่น้อยกว่า 4.30 (คะแนนเต็ม 5)

โครงการ / แผนงาน ที่สำคัญ

- โครงการ PWA Synergy

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

- ระดับความผูกพันของลูกค้ารายใหญ่ที่มีต่อกบ.ไม่ต่ำกว่า 4.35 (คะแนนเต็ม 5)

โครงการ / แผนงาน ที่สำคัญ

- โครงการ PWA Premium Connect

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

- ร้อยละของจำนวนข้อร้องเรียนที่ปิดได้ตาม SLA ไม่ต่ำกว่า 94

โครงการ / แผนงาน ที่สำคัญ

- แผนงาน PWA Service Recovery Plan
- โครงการประทับใจทันที
- โครงการ Smart 1662

8. โครงการประปาเสดวก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อปรับปรุงสำนักงาน กปภ.สาขา ให้ทันสมัยเป็นรูปแบบเดียวกันทั่วประเทศ ตามมาตรฐาน GECC
2. เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้ายิ่งขึ้นในการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กปภ.ข. กปภ.สาขา

หน่วยงานสนับสนุน : สสส.

งบประมาณ : 25,000,000 บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. กำหนด กปภ. สาขาและรายการปรับปรุงเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณดำเนินโครงการ													คณะกรรมการ GECC กปภ.เขต กปภ.สาขา
2. ปรับปรุงและพัฒนาระบบการให้บริการของ กปภ. สาขา													กปภ.สาขา กปภ.เขต
3. เตรียมข้อมูลใบสมัครขอรับรองมาตรฐาน GECC และสมัครขอรับรองมาตรฐาน GECC ประจำปี 2569													กปภ.สาขา กปภ.เขต
4. กปภ.สาขาเตรียมความพร้อมสำหรับการลงพื้นที่ที่ตรวจประเมินของคณะกรรมการ													กปภ.สาขา กปภ.เขต
5. กปภ.สาขาที่ผ่านเกณฑ์การรับรองมาตรฐานเข้าร่วมพิธีรับมอบโล่และป้ายรับรองมาตรฐาน GECC													กปภ.สาขา กปภ.เขต
6. ประเมินประสิทธิผลโครงการ													สสส.

ผลผลิต (output) : ระดับความสำเร็จของโครงการ 100%

ผลลัพธ์ (Outcome) : ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจการให้บริการของ กปภ.สาขา

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ :

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน ไม่ต่ำกว่า 4.40 (คะแนนเต็ม 5)
2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่ออาคาร-สถานที่ ไม่ต่ำกว่า 4.40 (คะแนนเต็ม 5)
3. ลูกค้าพึงพอใจกระบวนการให้บริการของ กปภ.สาขา ไม่ต่ำกว่า 4.40 (คะแนนเต็ม 5)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ :

1. บุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการขององค์กร และมีทักษะการให้บริการตามมาตรฐาน GECC
2. เทคโนโลยีที่รองรับการทำธุรกรรมออนไลน์

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน :

1. การปรับเปลี่ยนเกณฑ์ประเมินระหว่างปี
2. การเตรียมข้อมูลใบสมัครขอรับรองมาตรฐาน GECC ไม่ครบถ้วน
3. การได้รับงบประมาณล่าช้า ทำให้ปรับปรุงสำนักงานตามเกณฑ์ไม่ทันการลงพื้นที่ตรวจประเมินผลของคณะกรรมการ

9. โครงการ PWA Always-on

วัตถุประสงค์

1. ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในด้านการมีช่องทางออนไลน์ในการชำระค่าน้ำกับ กปภ. และการทำธุรกรรมต่างๆ
2. ส่งเสริมวัฒนธรรมด้านบริการลูกค้าให้ได้รับความสะดวก รวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง
3. ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมลูกค้าให้มาชำระค่าน้ำประปาและทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์และสื่อดิจิทัล โดยไม่ต้องเดินทางไป กปภ.สาขา
4. ลดค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงและขยายสำนักงานเพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และบริหารจัดการอัตรากำลังที่ กปภ.สาขาอย่างมีประสิทธิภาพ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สดพ. สสส.

หน่วยงานสนับสนุน : กปภ.ข. 1-10 และ กปภ.สาขา

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. นำสารสนเทศลูกค้ามาวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการผ่านช่องทาง PWA Always – on	↔												สสส.
2. จัดทำแผนพัฒนาและปรับปรุงช่องทาง PWA Always – on		↔	↔										สสส. สดพ. ฝงบ.
3. ประชาสัมพันธ์และแนะนำวิธีการใช้งานช่องทาง PWA Always – on ให้ลูกค้ารับรู้และสนใจใช้ช่องทาง PWA Always – on	←												กปภ.เขต กปภ.สาขา สสส.
4. การติดตามและรายงานผลการดำเนินโครงการ			↔			↔			↔			↔	สสส. ฝงบ.
5. ประเมินประสิทธิผลโครงการ												↔	สสส.

ผลผลิต (Output) : ระดับความสำเร็จของโครงการ 100%

ผลลัพธ์ (Outcome): ลูกค้าเปลี่ยนพฤติกรรมชำระค่าน้ำและทำธุรกรรมของลูกค้า กปภ. ผ่านระบบ Online และ On Mobile แทนการเดินทางมาที่สำนักงาน กปภ.สาขา

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : ลูกค้าปรับเปลี่ยนพฤติกรรมชำระค่าน้ำโดยชำระค่าน้ำผ่านช่องทาง Always-on ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 76.25

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ : เทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีที่รองรับการทำธุรกรรมออนไลน์

ความเสี่ยง / เจอใจ / สมมติฐาน

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้าแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน อาจส่งผลกระทบต่อการใช้งาน
2. ความขัดข้อง/ความไม่สมบูรณ์ที่เกิดจากระบบการให้บริการของ กปภ. และหน่วยงานที่รับชำระ

10. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางออนไลน์

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัลรองรับการทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ของ กปภ.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สดพ. สสส. คณะทำงานพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล

หน่วยงานสนับสนุน : กปภ.ข. 1-10 และ กปภ.สาขา

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. สำรวจความต้องการของลูกค้าด้านช่องทางการทำธุรกรรม	↔												สสส.
2. นำเสนอคณะทำงานพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล ทบทวนและปรับปรุงช่องทางการทำธุรกรรมของ กปภ. ทั้งออนไลน์และออฟไลน์		↔	↔										กปภ.เขต กปภ.สาขา สดพ. และ สสส.
3. นำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล		↔	↔										คณะทำงาน พัฒนาระบบ ธุรกรรม บริการดิจิทัล
4. ดำเนินงานตามแผน				←	←	←	←	←	←	←	←	←	กปภ.เขต กปภ.สาขา สดพ. และ สสส.
5. การติดตามและรายงานผลการดำเนินโครงการ			↔		↔			↔				↔	คณะทำงาน พัฒนาระบบ ธุรกรรม บริการดิจิทัล
6. ประเมินประสิทธิผลโครงการ												↔	คณะทำงาน พัฒนาระบบ ธุรกรรม บริการดิจิทัล

ผลผลิต (Output) : ระดับความสำเร็จของโครงการ 100%

ผลลัพธ์ (Outcome): ลูกค้าเปลี่ยนพฤติกรรมชำระค่าน้ำและทำธุรกรรมของลูกค้า กปภ. ผ่านระบบ Online และ On Mobile แทนการเดินทางมาที่สำนักงาน กปภ.สาขา

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกระบวนการให้บริการออนไลน์ของ กปภ. สาขาไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ : เทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีที่รองรับการทำธุรกรรมออนไลน์

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน

- รูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้าแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมาย
- ความขัดข้อง/ความไม่สมบูรณ์ที่เกิดจากระบบการให้บริการของ กปภ. และหน่วยงานที่รับชำระ

11. โครงการมุ่งมั่นเพื่อปวงชนเต็มใจให้กัน

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม และนำไปสู่ความผูกพันภักดีต่อ กปภ.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กปภ.สาขา

หน่วยงานสนับสนุน : สสส. และ กปภ.เขต

งบประมาณ : 2,340,000 บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. สรุปสารสนเทศลูกค้าของ กปภ.แต่ละกลุ่มเพื่อนำมา กำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม และจัดทำ Persona ของลูกค้าแต่ละกลุ่ม	↔												สสส.
2. กำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบแยก กลุ่มลูกค้า		↔											สสส. กปภ.เขต
3. สื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า แบบแยกกลุ่มลูกค้าให้ กปภ.เขต และ กปภ.สาขา			↔										สสส. กปภ.เขต
4. ดำเนินการตามแผนงานโครงการกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม			←									→	กปภ.สาขา
5. ติดตามและประเมินประสิทธิผลการดำเนินงาน												↔	สสส.

ผลผลิต (Output) : กปภ. มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

ผลลัพธ์ (Outcome) : ลูกค้าทุกกลุ่มมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ กปภ.

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : ระดับความผูกพันของลูกค้าไม่ต่ำกว่า 4.35 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ :

- 1. เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์
- 2. ความสามารถและทักษะของบุคลากรในการใช้สื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในรูปแบบออนไลน์
- 3. งบประมาณที่ใช้ในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้า

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน : การกำหนดกิจกรรมที่ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

12. โครงการเครือข่ายอาสา กปภ.

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างชุมชนและ กปภ. โดยมี “คนกลาง” ผู้นำชุมชน/ตัวแทนชุมชน ที่จะช่วยส่งข่าวสารและบริการจาก กปภ. ไปยังชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งรวบรวมเสียงจากชุมชน สะท้อนกลับมายัง กปภ. เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ตรงตามความต้องการของชุมชน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สสส. และ กปภ.เขต

หน่วยงานสนับสนุน : กปภ.สาขา

งบประมาณ : 500,000 บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. กปภ.เขต ขอรับจัดสรรงบประมาณจัดทำโครงการ (ประจำปี 2569)	←	→											กปภ.เขต
2. กปภ.สาขา คัดเลือกชุมชนที่จะดำเนินโครงการ กปภ.สาขา เข้าพบผู้นำชุมชน และรวบรวมรายชื่อ และส่งให้ กสส.				←	→								กปภ.สาขา
3. ตั้งกลุ่มไลน์ “เครือข่ายอาสา กปภ.”					←	→							กปภ.เขต กปภ.สาขา
4. จัดประชุม/อบรมให้ความรู้ และรับฟังความคิดเห็น ชุมชน								←	→				กปภ.เขต กปภ.สาขา
5. ผู้บริหารและพนักงาน กปภ. จัดกิจกรรมร่วมกับ ชุมชน									←	→			กปภ.เขต กปภ.สาขา
6. ประเมินประสิทธิผลโครงการ												←	สสส.

ผลผลิต (Output) : ลูกค้ายได้รับข่าวสารและบริการอย่างทั่วถึง และ กปภ.ได้รับฟังเสียงของลูกค้าย

ผลลัพธ์ (Outcome) : ลูกค้ายประทับใจและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ กปภ.

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ :

1. จำนวนผู้นำชุมชน/ตัวแทนชุมชนเฉลี่ยต่อสาขา จำนวน 20-50 คน ต่อสาขา
2. จำนวนกิจกรรมประสานความร่วมมือปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิดระหว่าง กปภ.สาขา และชุมชน โดยเกิด

ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ :

งบประมาณที่ใช้ในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้าย

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน : การกำหนดกิจกรรมที่ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าย

13. โครงการลูกค้าคนสำคัญ (Loyalty Program)

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และความประทับใจ ตลอดจนเกิดความผูกพันภักดีต่อ กปภ.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : ฝ่ายพ. สดพ. ฝ่ายกม. และ สสส.

หน่วยงานสนับสนุน : กปภ.เขต และ กปภ.สาขา

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแนวทางโครงการ	←→												ฝ่ายพ. สดพ. ฝ่ายกม. และ สสส.
2. ดำเนินการจัดทำ Application เพื่อสร้างความสัมพันธ์การมีส่วนร่วม อันจะนำไปสู่การผูกพันต่อองค์กรโดยเชื่อมโยงกับตัวชี้วัดขององค์กรในด้านต่างๆ				←→									สดพ.
3. ดำเนินงานตามโครงการ							←→						ฝ่ายพ. สดพ. ฝ่ายกม. สสส. กปภ.เขต และ กปภ.สาขา
4. ประเมินประสิทธิผลโครงการ												←→	สสส.

ผลผลิต (Output) : กปภ. มีการดำเนินกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์และผูกพันกับลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ผลลัพธ์ (Outcome) : ลูกค้ามีความสัมพันธ์และผูกพันกับ กปภ.

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ :

มีแผนดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ :

- 1. เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Application PWA Plus Life
- 2. งบประมาณที่ใช้ในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้า

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน : การกำหนดกิจกรรมที่ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

14. โครงการ PWA Synergy

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำไปสู่ความความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของ กปภ.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กปภ.สาขา

หน่วยงานสนับสนุน : สสส. และ กปภ.เขต

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569								ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.
1. กำหนดบทบาทที่สำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการบริการที่เป็นเลิศและเป้าประสงค์ที่ต้องการ	↔												สสส.
2. รับฟังและสรุปสารสนเทศของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำมากำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับความต้องการและให้บรรลุเป้าหมาย		↔											สสส. กปภ.เขต
3. จัดทำแผนบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างความผูกพันและการมีส่วนร่วมกับ กปภ.		↔											สสส. กปภ.เขต
4. สื่อสารและถ่ายทอดแผนบริหารจัดการความสัมพันธ์ ความผูกพันและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		↔											สสส. กปภ.เขต
5. ดำเนินงานตามแผนงาน			←-----→										สสส. กปภ.เขต กปภ.สาขา
6. ประเมินประสิทธิผลและปรับปรุงแผนบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย												↔	สสส.

ผลผลิต (Output) : กปภ.มีแผนงานสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผลลัพธ์ (Outcome): ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ กปภ.

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : ระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ กปภ. ไม่ต่ำกว่า 4.30 (คะแนนเต็ม 5)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ :

1. เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ความสามารถและทักษะของบุคลากรในการใช้สื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. งบประมาณที่ใช้ในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ความเสี่ยง / เจอนไข / สมมติฐาน : การกำหนดกิจกรรมที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

15. โครงการ PWA Premium Connect

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้ารายใหญ่ ของ กปภ.
2. เพื่อรักษฐานลูกค้ารายใหญ่ ของ กปภ.
3. เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจและความผูกพันภักดีของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ของ กปภ.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กปภ.สาขา

หน่วยงานสนับสนุน : สสส. และ กปภ.เขต

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569								ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.
1. นำผลสำรวจความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันภักดีของลูกค้ารายใหญ่ เป็นปัจจัยนำเข้า รวมถึงการวิเคราะห์เพิ่มเติม โดยพิจารณาจากคู่เทียบเพื่อกำหนดกิจกรรมและวิธีการสร้างความสัมพันธ์เป็นพิเศษที่เกินความคาดหวังของลูกค้ารายใหญ่	↔												สสส.
2. กำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันภักดีกับกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ของ กปภ.		↔											สสส. กปภ.เขต
3. สื่อสารและถ่ายทอดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันภักดีกับลูกค้ารายใหญ่ของ กปภ.		↔											สสส. กปภ.เขต
4. ดำเนินการตามแผนงานโครงการกับลูกค้ารายใหญ่ของ กปภ.			←									→	กปภ.สาขา
5. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานรายไตรมาส			↔			↔			↔			↔	สสส. กปภ.เขต

ผลผลิต (Output) : กปภ. มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันภักดีกับลูกค้ารายใหญ่ของ กปภ.

ผลลัพธ์ (Outcome): ลูกค้ารายใหญ่มีความสัมพันธ์ที่ดีและความผูกพันภักดีต่อ กปภ.

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ :

ระดับความผูกพันของลูกค้ารายใหญ่ที่มีต่อ กปภ. ไม่ต่ำกว่า 4.35 (คะแนนเต็ม 5)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ :

1. เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันภักดีกับลูกค้ารายใหญ่
2. ความสามารถและทักษะของบุคลากรในการใช้สื่อสร้างความสัมพันธ์และผูกพันภักดีกับลูกค้ารายใหญ่
3. งบประมาณที่ใช้ในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันภักดีของลูกค้ารายใหญ่

ความเสี่ยง / เจอใจ / สมมติฐาน : การกำหนดกิจกรรมที่ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้ารายใหญ่

16. แผนงาน PWA Service Recovery Plan

วัตถุประสงค์

เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้า จากการให้บริการของ กปภ. ในด้านปริมาณน้ำ และคุณภาพน้ำ โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการให้ลูกค้าสามารถกลับมาใช้บริการของ กปภ. ตามภาวะปกติอย่างรวดเร็วที่สุด ตามแนวคิด “ลดความไม่พึงพอใจ สร้างความพึงพอใจ เติมความประทับใจ”

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กปภ.สาขา

หน่วยงานสนับสนุน : สสส. และ กปภ.เขต

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569								ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.
1. ทบทวนแผนงานและกำหนดหน่วยงานที่รับผิดชอบ และแนวทางดำเนินการในแต่ละกระบวนการตาม แผนบริหารจัดการปัญหาด้านบริการ (Service Recovery Plan)	↔												สสส.
2. สื่อสารและถ่ายทอดแผนบริหารจัดการปัญหาด้าน บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า		↔											สสส. กปภ.เขต
3. ดำเนินการตามแผนบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อ สร้างความประทับใจให้ลูกค้า			↔										กปภ.สาขา
4. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานรายไตรมาส			↔			↔			↔			↔	สสส. กปภ.เขต

ผลผลิต (Output) : กปภ. มีแผนบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าที่มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ผลลัพธ์ (Outcome): ลูกค้าพึงพอใจต่อการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ :

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) (จ้างที่ปรึกษาดำเนินการ)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ :

1. เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า
2. ความสามารถและทักษะของบุคลากรในการใช้สื่อในการบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความ ประทับใจให้ลูกค้า
3. งบประมาณที่ใช้ในการบริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน : การกำหนดแผนงานที่ไม่สามารถจัดการข้อร้องเรียนได้อย่างมี ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

17. โครงการประปาทันใจ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาระบบจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ. ให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาตามมาตรฐาน การให้บริการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนของลูกค้า (SLA) อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุประสิทธิผล
2. เพื่อลดความไม่พึงพอใจ สร้างความประทับใจ และเพิ่มความประทับใจของลูกค้าด้วยการสื่อสาร ประสานงาน และแก้ไขข้อร้องเรียนด้วยความรวดเร็วและเรียบร้อย
3. เพื่อสร้างภาพลักษณ์บริการที่รวดเร็วทันใจของ กปภ.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สสส.

หน่วยงานสนับสนุน : กปภ.เขต กปภ.สาขา

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. ทบทวนกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า และ นำผลสำรวจ Feedback มาปรับปรุงแนวทางการ ดำเนินงานโครงการประปาทันใจ	↔												สสส.
2. จัดทำนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการ ข้อร้องเรียน	↔												สสส.
3. ปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานของมิสเตอร์ประปาเพื่อ เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานของมิสเตอร์ ประปาให้เป็นมาตรฐานทั่วประเทศ	↔												สสส.
4. อบรมหลักสูตรมิสเตอร์ประปา โครงการประปาทันใจ												↔	ผพน.
5. สื่อสารและถ่ายทอดมาตรฐานการดำเนินงานของโครงการ ประปาทันใจ รวมทั้งการปฏิบัติงานของมิสเตอร์ประปาและ ผู้เกี่ยวข้องกับกระบวนการในโครงการประปาทันใจ		↔											สสส.
6. ศูนย์ประปาทันใจ (กปภ.สาขา) โดยมิสเตอร์ประปา ลงพื้นที่ ตรวจสอบและแก้ไขข้อร้องเรียนของลูกค้า	←											→	กปภ.สาขา
7. สรุปและประเมินผลโครงการประปาทันใจ เพื่อนำมา ปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน												↔	สสส.

ผลผลิต (Output) : กปภ.มีแนวทางปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าเป็นระบบ

ผลลัพธ์ (Outcome) : 1. กปภ.สามารถปิดข้อร้องเรียนได้ตาม SLA

2. ลูกค้าพึงพอใจต่อการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อมิสเตอร์ประปาไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)
(ดำเนินการเอง)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละของจำนวนข้อร้องเรียนที่ปิดได้ตาม SLA ไม่ต่ำกว่า 94

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ : ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การจัดการข้อร้องเรียนที่รวดเร็วของ กปภ.

ความเสี่ยง / เจอเนซิส / สมมติฐาน : ในบางพื้นที่มีข้อร้องเรียนจำนวนมาก ส่งผลต่อการจัดการข้อร้องเรียนตาม SLA

18. โครงการ Smart 1662

วัตถุประสงค์

1. เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ. ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
2. เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สดพ. สสส.

หน่วยงานสนับสนุน : กปภ. สาขา และ กปภ.เขต

งบประมาณ : - ล้านบาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. ทบทวนกระบวนการดำเนินงานโครงการ SMART1662	←	→											สดพ. สสส.
2. ดำเนินการพัฒนาโครงการ SMART1662	←	→											สดพ. กพส.
3. ถ่ายทอดสื่อสารการดำเนินการโครงการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	←	→											สดพ. สสส.
4. ติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	←											→	สดพ. สสส.
5. ประเมินผลการดำเนินงาน SMART1662 เพื่อปรับปรุง												↔	สดพ. สสส.

ผลผลิต (output) : กปภ.มีระบบจัดการข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ผลลัพธ์ (outcome) : 1. กปภ.สามารถปิดข้อร้องเรียนได้ตาม SLA

2. ลูกค้าพึงพอใจต่อการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ.

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อระบบการจัดการข้อร้องเรียนไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) (ดำเนินการเอง)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละของจำนวนข้อร้องเรียนที่ปิดได้ตาม SLA ไม่ต่ำกว่า 94

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ :

1. เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการข้อร้องเรียนตามโครงการ Smart 1662
2. ความสามารถและทักษะของบุคลากรในการใช้เทคโนโลยีตามโครงการ Smart 1662

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน

1. กปภ.สาขา ใช้งานระบบ Smart 1662 ไม่ทั่วถึง
2. บุคลากรขาดความเข้าใจในการใช้งานระบบ Smart 1662

19. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ PWA Contact Center 1662

วัตถุประสงค์

เพื่อลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียนของ กปภ. ให้เป็นมาตรฐานสากล

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สสส.

หน่วยงานสนับสนุน : กปภ. สาขา และ กปภ.เขต

งบประมาณ : 20,000,000 บาท /ปี

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. ดำเนินการจ้างเหมาเอกชนจัดหาเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประจำศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า PWA Contact Center 1662	↔												สสส.
2. ตรวจสอบการดำเนินงานจ้าง	←											→	สสส.
3. อบรมเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน PWA Contact Center 1662	←											→	สสส.
4. จัดกิจกรรมเสริมทักษะการเรียนรู้ และสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	←											→	สสส.
5. ติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง - ประชุมติดตามผลร่วมกับบริษัทผู้รับจ้าง - ประเมินผลการปฏิบัติงานประจำเดือน	←											→	สสส.
6. ปรับปรุงระบบสนับสนุนการปฏิบัติงาน Call Center				←								→	สสส./กพป.
7. ประเมินผลการดำเนินโครงการฯ												↔	สสส.
8. ทบทวนการดำเนินโครงการฯ - ตัวชี้วัดและเกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติงาน - ผลการดำเนินโครงการฯ												↔	สสส.
9. จัดทำแผนปรับปรุงการดำเนินโครงการเพิ่มประสิทธิภาพ												↔	สสส.

ผลผลิต (output) : มีเจ้าหน้าที่เพียงพอกับการให้บริการลูกค้า 24 ชั่วโมง

ผลลัพธ์ (outcome) : เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพรวดเร็ว ลูกค้าพึงพอใจ

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662 (ดำเนินการเอง) ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : จำนวนครั้งการประชุมกับผู้ส่งมอบเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน 12 ครั้ง

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ :

1. เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการข้อร้องเรียนตามโครงการเพิ่มประสิทธิภาพ PWA Contact Center 1662
2. ความสามารถและทักษะของบุคลากรในการใช้เทคโนโลยีตามโครงการเพิ่มประสิทธิภาพ PWA Contact Center 1662

ความเสี่ยง / เจอเนอ / สมมติฐาน

1. กปภ.สาขา ใช้งานระบบตามโครงการเพิ่มประสิทธิภาพ PWA Contact Center 1662 ไม่ทั่วถึง
2. บุคลากรขาดความเข้าใจในการใช้งานระบบตามโครงการเพิ่มประสิทธิภาพ PWA Contact Center 1662

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการตลาดภายในองค์กร

กลยุทธ์ที่ 1
สร้างบุคลากร
ให้เป็นตัวแทนองค์กร
(Brand Ambassador)

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้า
ที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน
ไม่น้อยกว่า 4.40 คะแนน
(คะแนนเต็ม 5)

โครงการ / แผนงานที่สำคัญ

- โครงการ PWA Ambassador
- โครงการ PWA Success Story

20. โครงการ PWA Ambassador

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างและพัฒนา PWA Ambassador ให้มีความเชี่ยวชาญด้านบริการและมีจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้าในทุกจุดสัมผัสการให้บริการ (Touchpoints) ณ กปภ.สาขา และภายนอก กปภ.สาขา
2. เพื่อให้ PWA Ambassador สามารถสื่อสารถ่ายทอดการประพฤติปฏิบัติตามพฤติกรรมค่านิยม “เพื่อปวงชน” และ “สู่ความยั่งยืน” รวมถึงถ่ายทอดวัฒนธรรม “STRIVER” ให้แก่เพื่อนร่วมงาน
3. เพื่อให้บุคลากรของ กปภ. มีค่านิยม “เพื่อปวงชน” และ “สู่ความยั่งยืน” และวัฒนธรรมองค์กร “STRIVER” เพื่อส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีคุณสมบัติเป็น PWA Ambassador

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สสส.

หน่วยงานสนับสนุน : ฝพน. ฝวง. ฝกพ. ชมรมผู้จัดการ กปภ. และ กปภ.ข.1 - 10

งบประมาณ : 150,000 บาท

กิจกรรม	2568			2569								ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.
1. ทบทวนกระบวนการ/แนวทางคัดเลือก PWA Ambassador ประจำสาขา	↔												สสส. กปภ.สาขา
2. จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ PWA Ambassador รายใหม่ การอบรมหลักสูตรออนไลน์ให้แก่พนักงาน กปภ. และการอบรม “มาตรฐานการส่งมอบบริการที่เป็นเลิศ” ให้แก่ผู้ส่งมอบ (Outsource)	←											→	ฝพน. สสส.
3. กำหนดแนวทางการสร้างขวัญกำลังใจให้ PWA Ambassador ต้นแบบที่มีความโดดเด่น โดยขออนุมัติโครงการและขออนุมัติจัดสรรงบประมาณจัดทำโล่เกียรติคุณ และมอบรางวัลให้แก่ PWA Ambassador ต้นแบบในวันสถาปนา กปภ.	←		→										สสส.
4. ประเมินประสิทธิผลโครงการเพื่อทบทวนและปรับปรุงการดำเนินโครงการ PWA Ambassador ต่อไป												↔	สสส.

ผลผลิต (Output) : พนักงาน กปภ. เป็น PWA Ambassador ทั้งในประเภทหลักและรอง

ผลลัพธ์ (Outcome) : ลูกค้าพึงพอใจ ประทับใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการของ กปภ.

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ :

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ไม่น้อยกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)
2. กปภ.สาขาไม่มีข้อร้องเรียนระดับรุนแรงด้านการให้บริการของพนักงาน กปภ. และพนักงานจ้างเหมา (Outsource)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ :

1. PWA Ambassador ประจำปี 2569 ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการที่จัดขึ้นประจำปี
2. PWA Ambassador ได้รับการประเมิน “ผ่าน” จาก ผจก.กปภ.สาขา ในทุกหัวข้อ ได้แก่ ด้านคุณสมบัติ ทักษะการให้บริการ การสื่อสารและถ่ายทอด เป็นต้น
3. พนักงาน กปภ. ได้รับคะแนนประเมิน Core Competency ด้าน “เพื่อปวงชน” และ “สู่ความยั่งยืน” ไม่น้อยกว่าระดับความคาดหวัง

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ : งบประมาณ - การจัดทำสื่อปฏิบัติงาน PWA Ambassador และอื่นๆ

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน : PWA Ambassador สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามมาตรฐานการบริการของ กปภ.

21. โครงการ PWA Success Story

วัตถุประสงค์

1. เพื่อรวบรวมและจัดเก็บองค์ความรู้ด้านลูกค้าและตลาดให้เป็นระบบ พร้อมสำหรับการใช้งาน
2. เพื่อให้พนักงานสามารถค้นหา และศึกษาความรู้และแนวทางปฏิบัติงานที่ดีด้านลูกค้าและตลาดได้ทุกที่ทุกเวลา

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สสส.

หน่วยงานสนับสนุน : ฝพน. กปภ. สาขา และ กปภ.เขต

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. รวบรวมองค์ความรู้ด้านลูกค้าและตลาดประจำปีของ กปภ. และออกแบบการสื่อสารให้ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย													สสส. ฝพน. กปภ.เขต กปภ.สาขา
2. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้พนักงานเข้าระบบ PWA KM-IM เพื่อศึกษาและนำไปปฏิบัติ													สสส.
3. จัดเก็บลงในระบบองค์ความรู้ของ กปภ.หรือ PWA KM-IM													ฝพน.
4. มีการปรับปรุงองค์ความรู้ให้ทันสมัยและสื่อสารอย่างต่อเนื่อง													สสส. ฝพน.
5. รวบรวมองค์ความรู้ด้านลูกค้าสัมพันธ์ ประจำปี 2568 เพื่อสื่อสารและจัดเก็บในระบบ KM-IM ของ กปภ.													สสส. ฝพน. กปภ.เขต กปภ.สาขา

ผลผลิต (Output) : กปภ.มีองค์ความรู้ด้านลูกค้าและตลาดในระบบองค์ความรู้ของ กปภ.

ผลลัพธ์ (Outcome) : พนักงานมีความรู้ด้านลูกค้าและตลาดเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : จำนวนองค์ความรู้ด้านลูกค้าและตลาดที่ได้จากการถอดบทเรียนหรือเครื่องมืออื่น
ด้าน KM ไม่ต่ำกว่า 1 เรื่อง

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ : สื่อและเทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดเก็บองค์ความรู้

ความเสี่ยง / เจอใจ / สมมติฐาน : บุคลากรขาดความเข้าใจในการถอดบทเรียนองค์ความรู้

แผนปฏิบัติการประจำปี 2569

ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 2
ยกระดับผลประกอบการองค์กร

เป้าประสงค์ : กปภ. มีรายได้บรรลุเป้าหมายองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพน้ำประปา

กลยุทธ์ที่ 1
สื่อสารและลงพื้นที่สร้างความเชื่อมั่นคุณภาพน้ำประปาและ
ความเชี่ยวชาญของ กปภ.

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

- กปภ. ทุกสาขาผ่านมาตรฐาน *Water is Life*
(ยกเว้นกรณีอยู่นอกเหนือการควบคุม
ของ กปภ.)

โครงการ / แผนงานที่สำคัญ

- โครงการอาสาประปาเพื่อปวงชน
- โครงการน้ำประปา กปภ.-อปท. เพื่อปวงชน
- แผนงานน้ำดื่มเพื่อชุมชน
- โครงการหลอมรวมใจมอบน้ำใสสะอาดให้โรงเรียน

22. โครงการอาสาประปาเพื่อปวงชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างเครือข่ายกับชุมชนโรงเรียนนักเรียน และครอบครัวของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ
2. เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจกับนักเรียนในการตรวจสอบคุณภาพน้ำและซ่อมท่อแตกที่รั่วไหลเบื้องต้น รวมถึงตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรน้ำชุมชนเครือข่ายเยาวชนในการสอดส่องดูแลทรัพยากรน้ำแจ้งเหตุท่อแตกที่รั่วในพื้นที่ต่างๆ
3. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ชุมชนต่อคุณภาพน้ำประปา และความเชี่ยวชาญด้านระบบประปาของบุคลากร กปภ.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กปภ.เขต และ กปภ.สาขา

หน่วยงานสนับสนุน : สสส.

งบประมาณ : 2,000,000 บาท

กิจกรรม	2568				2569									ผู้รับผิดชอบ
	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. เสนอ ผวก. เห็นชอบโครงการ	↔													กลส.
2. สื่อสารโครงการให้ กปภ.เขต และ กปภ.สาขา รับทราบ		↔												กลส.
3. คัดเลือก กปภ. สาขาและชุมชนที่จะดำเนินโครงการ				↔										กปภ. เขต , กปภ. สาขา
4. เข้าพบผู้นำชุมชน และรวบรวมรายชื่อ และส่งให้ กลส. ผ่านลิงก์					↔	↔								กปภ. เขต , กปภ. สาขา
5. ตั้งกลุ่มไลน์ “เครือข่ายอาสา กปภ.”					↔	↔	↔							กปภ. สาขา
6. จัดทำ หมวก สื่อประชาสัมพันธ์โครงการ			↔	↔										กลส.
7. จัดประชุม/อบรมให้ความรู้ และรับฟังความคิดเห็น ชุมชน						↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	กปภ. เขต , กปภ. สาขา
8. ผู้บริหารและพนักงาน กปภ. จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน						↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	กปภ. เขต , กปภ. สาขา

ผลผลิต (output) : กปภ. มีจำนวนเครือข่ายความสัมพันธ์กับชุมชนเพิ่มขึ้น

ผลลัพธ์ (outcome) : นักเรียนและครอบครัว บุคลากรของโรงเรียน ชุมชนโดยรอบเชื่อมั่นในที่คุณภาพน้ำประปา

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : ระดับความพึงพอใจต่อโครงการไม่ต่ำกว่า 4.00 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ : บุคลากรมีความเชี่ยวชาญในระบบประปาและตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำประปา

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน :

1. รูปแบบการจัดอบรมแบบออนไลน์ไม่เหมาะสมกับการฝึกปฏิบัติ
2. รูปแบบการจัดอบรมแบบออนไลน์ทำให้ผู้เข้าร่วมอบรมไม่มีสมาธิและไม่สามารถมีส่วนร่วมได้เท่าที่ควร

23. โครงการน้ำประปา กปภ.-อปท. เพื่อปวงชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเสริมภาพลักษณ์คุณภาพน้ำประปาสะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐานของ กปภ.
2. ขยายความสามารถพิเศษของ กปภ. สู่อปท. อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิผล
3. เพื่อส่งเสริมประชาชนที่ยังใช้น้ำอุปโภคในระบบอื่นให้ได้ใช้น้ำสะอาดตามเป้าประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์ชาติ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กปภ.เขต และ กปภ.สาขา

หน่วยงานสนับสนุน : สสส.

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569									ผู้รับผิดชอบ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. คัดเลือก อปท. เป้าหมายที่จะดำเนินการ	←	→											กปภ.สาขา กปภ.เขต
2. จัดทำแผนการจัดกิจกรรมประจำปี	←	→											กปภ.สาขา กปภ.เขต
3. กำหนดกิจกรรม โดยพิจารณาตามความเหมาะสม ความต้องการของ อปท. และ ความพร้อมของ กปภ.สาขา ดังนี้ 3.1 กิจกรรม Open House เปิดโอกาสให้ อปท.เข้ามาศึกษาดูงานภารกิจและระบบผลิตประปาของ กปภ. ณ กปภ.สาขา สถานีผลิตน้ำ หรืออื่นๆ 3.2 กิจกรรมเสริมสร้างความรู้และแนวทางปฏิบัติผ่านการบรรยาย โดยวิทยากรผู้มีความเชี่ยวชาญของ กปภ.โดยอาจดำเนินการในรูปแบบออนไลน์ 3.3 กิจกรรมตรวจสอบคุณภาพน้ำ โดยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาให้แก่ระบบผลิตประปาของอปท. ที่เข้าร่วมโครงการ				←	→								กปภ.สาขา
4. ติดตามและรายงานผลโครงการรายไตรมาส			↔		↔			↔				↔	สสส.
5. ประเมินประสิทธิผลโครงการ												↔	สสส.

ผลผลิต (output) : อปท. ได้รับความช่วยเหลือจาก กปภ. ด้านระบบผลิตน้ำประปาเพื่อให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่

ผลลัพธ์ (output)

1. อปท.มีความรู้เรื่องระบบประปาเพื่อให้บริการประชาชนในพื้นที่
2. ประชาชนได้ใช้น้ำประปาสะอาด ปลอดภัย
3. อปท.และประชาชนเชื่อมั่นในระบบประปาของ กปภ.

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ: ระดับคะแนนความพึงพอใจต่อโครงการไม่น้อยกว่า 4.00 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ: ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ: บุคลากรมีความเชี่ยวชาญด้านระบบประปาและตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำประปา

ความเสี่ยง / เจ็บใจ / สมมติฐาน :

1. การไม่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานให้เข้าไปดำเนินโครงการ
2. รูปแบบการจัดอบรมแบบออนไลน์ไม่เหมาะสมกับการฝึกปฏิบัติ

24. แผนงานน้ำดื่มเพื่อชุมชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนในคุณภาพน้ำประปาที่สะอาด ปลอดภัย และได้มาตรฐาน
2. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ กปภ. ในฐานะองค์กรที่ใส่ใจและเข้าถึงชุมชน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : คณะทำงานโครงการน้ำดื่มสะอาด ฯ และ ฝคภ.

หน่วยงานสนับสนุน : กปภ.เขต และ กปภ.สาขา

งบประมาณ : งบประมาณโครงการ

กิจกรรม	2568			2569								ผู้รับผิดชอบ		
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.	
1. บริการน้ำดื่มเพื่อประชาชน เช่น โครงการน้ำประปาดื่มได้ โครงการน้ำดื่มสะอาด Mini Station โครงการตุน้ำดื่ม หยอดเหรียญ เป็นต้น	←											→	คณะทำงาน โครงการ น้ำดื่ม สะอาด ฯ ฝคภ. กปภ.เขต และ กปภ. สาขา	
2. วางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการ	←												→	สสส.
3. ประเมินประสิทธิผลโครงการ												↔		คณะทำงาน โครงการ น้ำดื่ม สะอาด ฯ ฝคภ.

ผลผลิต (output) : ประชาชนได้รับบริการน้ำดื่มสะอาด

ผลลัพธ์ (output) : กปภ.มีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบ

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : ระดับคะแนนความพึงพอใจต่อโครงการไม่น้อยกว่า 4.00 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ : งบประมาณในการดำเนินงานก่อสร้างจุดบริการน้ำดื่มสะอาด

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน : นโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

25. โครงการหลอมรวมใจมอบน้ำใสสะอาดให้โรงเรียน

วัตถุประสงค์

เพื่อให้เด็กนักเรียนได้มีน้ำสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐานในการอุปโภคและบริโภค ผ่านการตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพน้ำ รวมทั้งผ่านเกณฑ์การรับรองคุณภาพน้ำประปาดื่มได้จากกรมอนามัย อันเป็นการส่งเสริมสุขภาพที่ดีในโรงเรียนทุกแห่งทั่วประเทศ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : ผศก. และ สสส.

หน่วยงานสนับสนุน : กปภ.เขต (กรค. / กรจ.) และ กปภ.สาขา

งบประมาณ : งบประมาณทำการของ กปภ.ข.

กิจกรรม	2568			2569								ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.
1. กปภ.ข. พิจารณาคัดเลือกโรงเรียนเป้าหมายในการดำเนินโครงการ พร้อมจัดทำแผนการลงพื้นที่และประเมินค่าใช้จ่ายในการทดสอบคุณภาพน้ำ เสนอรายงานพิจารณาเห็นชอบ	↔												กปภ.ข. 1 - 10
2. ผคภ. รวบรวมข้อมูลตามข้อ 1 เพื่อจัดทำรายการขออนุมัติยกเว้นค่าบริการทดสอบคุณภาพน้ำให้กับโรงเรียนเป้าหมายตามที่ กปภ.ข. เสนอ			↔										ผคภ.
3. กปภ.ข. และ กปภ.สาขาดำเนินการตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพน้ำให้โรงเรียนในพื้นที่เป้าหมาย			↔										ผคภ. กปภ.ข. 1 - 10
4. กปภ.ข. และ กปภ.สาขาดำเนินการส่งผลตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำให้โรงเรียนในพื้นที่เป้าหมาย			↔										กปภ.ข. 1 - 10
5. กปภ.ข. รายงานความก้าวหน้าการดำเนินโครงการให้คณะกรรมการโครงการฯ ทราบ			↔										กปภ.ข. 1 - 10 คณะกรรมการ
6. สสส. สื่อสารและประชาสัมพันธ์โครงการให้ประชาชนรับทราบโดยทั่วถึง	↔												สสส.

ผลผลิต (output): เด็กนักเรียนในโรงเรียนได้มีน้ำสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐานในการอุปโภคบริโภค

ผลลัพธ์ (output): กปภ.มีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบ

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ: ระดับคะแนนความพึงพอใจต่อโครงการไม่น้อยกว่า 4.00 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ: ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ: บุคลากรมีความเชี่ยวชาญในระบบประปาและตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำ

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน : นโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 6 เพิ่มรายได้ให้องค์กร

กลยุทธ์ที่ 1
เพิ่มรายได้

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์
รายได้จากแผนการตลาดของ กปภ.
บรรลุเป้าหมาย

โครงการ / แผนงานที่สำคัญ

➤ แผนการตลาดของ กปภ.

กลยุทธ์ที่ 2
เพิ่มลูกค้าใหม่

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์
จำนวนลูกค้าเพิ่มจากแผน/
กิจกรรมทางการตลาดบรรลุเป้าหมาย

โครงการ / แผนงานที่สำคัญ

➤ แผนการตลาดของ กปภ.

26. แผนการตลาดของ กปภ.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายน้ำประปาให้กับ กปภ.
2. เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้น้ำให้กับ กปภ.
3. เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กปภ.สาขา และ กปภ.เขต

หน่วยงานสนับสนุน : ฝ่ายพ. สสส. และ ผชด.

งบประมาณ : - บาท

กิจกรรม	2568			2569								ผู้รับผิดชอบ	
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.
กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อขยายฐานลูกค้า เช่น การขยายบริการไปยังพื้นที่ใหม่ และการส่งเสริมการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับองค์กรในระยะยาว													ฝ่ายพ. กปภ.สาขา กปภ.เขต สสส. ผชด.

ผลผลิต (output) : กปภ.สาขามีแผนการตลาด

ผลลัพธ์ (outcome) : กปภ.มีรายได้เพิ่มขึ้น

กปภ.มีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด (KPI) ของโครงการ : รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากแผนการตลาด

จำนวนผู้ใช้น้ำเพิ่มตามแผนการตลาด

ตัวชี้วัด (KRI) ของโครงการ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานแล้วเสร็จตามรอบเวลาไม่ต่ำกว่า 100

ทรัพยากรที่ต้องการของโครงการ :

1. บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการรวบรวมและวิเคราะห์เสียงของลูกค้าเพื่อนำมาจัดทำแผนการตลาด
2. โปรแกรมในการวิเคราะห์ข้อมูลเสียงของลูกค้า

ความเสี่ยง / เงื่อนไข / สมมติฐาน :

1. กปภ. ขาดความรู้และประสบการณ์ในการจัดทำแผนการตลาด
2. แผนการตลาดของ กปภ. ไม่สามารถขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573
ประจำปีไตรมาส...../ 2569

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการเหนือความคาดหวังของลูกค้า

ลำดับที่	โครงการ	ตัวชี้วัด	กิจกรรมที่ดำเนินการ/ผลการดำเนินงาน	ปัญหา – อุปสรรค แนวทางแก้ไข	หน่วยงาน รับผิดชอบรายงาน
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบสารสนเทศลูกค้าและตลาดจากระบบฐานข้อมูลของ กปภ.					
1.	แผนรับฟังลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปภ.	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. รับฟังเสียงของลูกค้าทุกกลุ่มทุกช่องทางและทุกวงจรชีวิตของลูกค้า 3. รับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม			สสส. (กสส.)
2.	แผนเพิ่มประสิทธิภาพระบบ BDA ของ กปภ.	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. จำนวนฐานข้อมูลสะสมในระบบ BDA ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ไม่ต่ำกว่า 7 ฐานข้อมูล			กบข. สสส. (กสส.)
กลยุทธ์ที่ 2 รักษาคุณภาพน้ำตามมาตรฐาน WSP					
3.	โครงการ Water Safety Plan	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. กปภ. ทุกสาขาผ่านมาตรฐาน WSP (ยกเว้นกรณีอยู่นอกเหนือการควบคุมของ กปภ.)			ผ.คภ.
กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบธุรกรรมบริการดิจิทัล					
4.	แผนงานพัฒนาระบบธุรกรรมดิจิทัล	จำนวนธุรกรรมสะสมที่ถูกพัฒนาให้สามารถดำเนินการในระบบออนไลน์ ไม่ต่ำกว่า 7 ธุรกรรม			สสพ. สสส. (กสส.)

แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573
ประจำปีไตรมาส...../ 2569 (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มคุณค่า กปภ. ต่อลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ลำดับที่	โครงการ	ตัวชี้วัด	กิจกรรมที่ดำเนินการ/ผลการดำเนินงาน	ปัญหา – อุปสรรค แนวทางแก้ไข	หน่วยงาน รับผิดชอบรายงาน
กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่/ เกียวก์เนื่อง					
5.	แผนพัฒนาขยายผล นวัตกรรมด้านลูกค้าและ ตลาด	1. จำนวนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และ บริการ จำนวน 2 นวัตกรรม 2. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อนวัตกรรมหรือ ผลจากการใช้นวัตกรรมไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน 3. การลดค่าใช้จ่าย/เพิ่มรายได้ให้ กปภ./ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน			ผพน. (กพพ.) สสส. (กลส.)
กลยุทธ์ที่ 5 ยกระดับภาพลักษณ์องค์กร					
6.	แผนยกระดับภาพลักษณ์ องค์กร	1. กปภ. มีแผนงานยกระดับภาพลักษณ์ องค์กร 2. ระดับความเชื่อมั่นของลูกค้าและ ประชาชนต่อ กปภ. ไม่ต่ำกว่า 4.35 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)			- สสส. (สอ.) จัดทำ แผนและรายงาน ผลการดำเนินงาน - สสส. (สอ.) กปภ. ข. และ กปภ. สาขา ดำเนินการตามแผน - กปภ. ข.รวบรวม ผลงานสาขาในสังกัด

แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูกค้ำและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573
ประจำปีไตรมาส...../ 2569 (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มคุณค่า กปภ. ต่อลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ลำดับที่	โครงการ	ตัวชี้วัด	กิจกรรมที่ดำเนินการ/ผลการดำเนินงาน	ปัญหา – อุปสรรค แนวทางแก้ไข	หน่วยงาน รับผิดชอบรายงาน
กลยุทธ์ที่ 6 สร้างคุณค่าร่วมกับชุมชน					
7.	โครงการฝึกอบรมให้ประชาชน	ร้อยละของจำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านการประเมินทักษะความรู้ ไม่ต่ำกว่า 80			สสส. (กลส.)

แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573
ประจำปีไตรมาส...../ 2569 (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างความผูกพันของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ลำดับที่	โครงการ	ตัวชี้วัด	กิจกรรมที่ดำเนินการ/ผลการดำเนินงาน	ปัญหา – อุปสรรค แนวทางแก้ไข	หน่วยงาน รับผิดชอบรายงาน
กลยุทธ์ที่ 7 บริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้า					
8.	โครงการประกวด	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามเวลา 2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน, อาคารสถานที่, กระบวนการให้บริการของ กปภ. สาขา ไม่ต่ำกว่า 4.40 (คะแนนเต็ม 5)			สสส. (กลส.)
9.	โครงการ PWA Always – on	พฤติกรรมการชำระค่าน้ำของลูกค้าผ่านช่องทาง PWA Always-on ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 76.25			ผงบ. (กกง.)
10.	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางออนไลน์	ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกระบวนการให้บริการออนไลน์ของ กปภ. สาขา ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)			สสส. (กลส.)
กลยุทธ์ที่ 8 บริหารจัดการความผูกพันลูกค้า					
11.	โครงการมุ่งมั่นเพื่อป้องกัน เดิมใจให้ทัน	ระดับความผูกพันของลูกค้า ไม่ต่ำกว่า 4.35 (คะแนนเต็ม 5)			- สสส. (กลส.) จัดทำ แผนและรายงาน ผลการดำเนินงาน - สสส. (กลส.) กปภ. ข. และ กปภ. สาขา ดำเนินการตามแผน - กปภ. ข. รวบรวม ผลงานสาขา ในสังกัด

แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573
ประจำไตรมาส...../ 2569 (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างความผูกพันของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ลำดับที่	โครงการ	ตัวชี้วัด	กิจกรรมที่ดำเนินการ/ผลการดำเนินงาน	ปัญหา – อุปสรรค แนวทางแก้ไข	หน่วยงาน รับผิดชอบรายงาน
กลยุทธ์ที่ 8 บริหารจัดการความผูกพันลูกค้า (ต่อ)					
12.	โครงการเครือข่ายอาสา กปภ.	1.จำนวนผู้นำชุมชน/ตัวแทนชุมชนเฉลี่ยต่อสาขา จำนวน 20-50 คน ต่อสาขา 2.จำนวนกิจกรรมประสานความร่วมมือปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิดระหว่าง กปภ. สาขา และชุมชน โดยเกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม			- สสส. (กสส.) จัดทำแผนและรายงานผลการดำเนินงาน - สสส. (กสส.) กปภ. ข. และ กปภ. สาขา ดำเนินการตามแผน - กปภ. ข. รวบรวมผลงานสาขาในสังกัด
13.	โครงการลูกค้าคนสำคัญ (Loyalty Program)	มีแผนดำเนินโครงการ			- สสส. (กสส.) จัดทำแผนและรายงานผลการดำเนินงาน - สสส. (กสส.) กปภ. ข. และ กปภ. สาขา ดำเนินการตามแผน - กปภ. ข. รวบรวมผลงานสาขาในสังกัด

แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573
ประจำปีไตรมาส...../ 2569 (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างความผูกพันของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ลำดับที่	โครงการ	ตัวชี้วัด	กิจกรรมที่ดำเนินการ/ผลการดำเนินงาน	ปัญหา – อุปสรรค แนวทางแก้ไข	หน่วยงาน รับผิดชอบรายงาน
กลยุทธ์ที่ 9 บุคลากรมีความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
14.	โครงการ PWA Synergy	ระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ กปภ. ไม่น้อยกว่า 4.30 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)			- สสส (กสส) จัดทำแผนและรายงานผลการดำเนินงาน - สสส (กสส) กปภ. ข. และ กปภ. สาขา ดำเนินการตามแผน - กปภ. ข. รวบรวมแผน สาขาในสังกัด
กลยุทธ์ที่ 10 บริหารจัดการลูกค้ารายใหญ่					
15.	โครงการ PWA Premium Connect	ระดับความผูกพันของลูกค้ารายใหญ่ที่มีต่อ กปภ. ไม่ต่ำกว่า 4.35 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)			- สสส (กสส) จัดทำรายงานผลการดำเนินงาน - สสส (กสส) กปภ. ข. และ กปภ. สาขา ดำเนินการตามแผน - กปภ. ข. รวบรวมแผน สาขาในสังกัด

แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573
ประจำปีไตรมาส...../ 2569 (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างความผูกพันของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ลำดับที่	โครงการ	ตัวชี้วัด	กิจกรรมที่ดำเนินการ/ผลการดำเนินงาน	ปัญหา – อุปสรรค แนวทางแก้ไข	หน่วยงาน รับผิดชอบรายงาน
กลยุทธ์ที่ 11 บริหารจัดการปัญหาด้านบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า					
16.	PWA Service Recovery Plan	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) (จังหวัดที่ปรึกษาดำเนินการ)			สสส. (กลส.)
17.	โครงการประทับใจ	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อมิสเตอร์ประทับใจไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) (ดำเนินการเอง)			สสส. (กลส.)
18.	โครงการ SMART 1662	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อระบบการจัดการข้อร้องเรียน ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) (ดำเนินการเอง)			สศพ. สสส. (กลส.)
19.	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ PWA Contact Center 1662	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อเจ้าหน้าที่ PWA Contact Center 1662 (ดำเนินการเอง) ไม่ต่ำกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)			สสส. (กลส.)

แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573
ประจำไตรมาส...../ 2569 (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับบริการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อ กปภ.
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการตลาดภายในองค์กร

ลำดับที่	โครงการ	ตัวชี้วัด	กิจกรรมที่ดำเนินการ/ผลการดำเนินงาน	ปัญหา – อุปสรรค แนวทางแก้ไข	หน่วยงาน รับผิดชอบรายงาน
กลยุทธ์ที่ 12 สร้างบุคลากรให้เป็นตัวแทนองค์กร (Brand Ambassador)					
20.	โครงการ PWA Ambassador	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานไม่น้อยกว่า 4.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)			สสส. (กลส.)
21.	โครงการ PWA Success Story	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. จำนวนองค์ความรู้ด้านลูกค้าและตลาดที่ได้จากการถอดบทเรียนหรือเครื่องมืออื่นด้าน KM ไม่ต่ำกว่า 1 เรื่อง			สสส. (กลส.) ฝพน.

แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573
ประจำปีงบประมาณ...../ 2569 (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุกระดับผลประกอบการองค์กร
ยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพน้ำประปา

ลำดับที่	โครงการ	ตัวชี้วัด	กิจกรรมที่ดำเนินการ/ผลการดำเนินงาน	ปัญหา – อุปสรรค แนวทางแก้ไข	หน่วยงาน รับผิดชอบรายงาน
กลยุทธ์ที่ 13 สื่อสารและลงพื้นที่สร้างความเชื่อมั่นคุณภาพน้ำประปาและความเชี่ยวชาญของ กปภ.					
* 22.	โครงการอาสาประปาเพื่อป้องกัน	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. ระดับความพึงพอใจต่อโครงการ ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)			กปภ. ข. สสส.(กสส.)
* 23.	โครงการน้ำประปา กปภ.-อปท. เพื่อป้องกัน	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. ระดับคะแนนความพึงพอใจต่อโครงการไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)			กปภ. ข. สสส.(กสส.)
24.	แผนงานน้ำดื่มเพื่อชุมชน	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. ระดับคะแนนความพึงพอใจต่อโครงการไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)			ผ.คภ.
25.	โครงการหลอมรวมใจ มอบน้ำใสสะอาดให้โรงเรียน	1. การดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามรอบเวลา 2. ระดับคะแนนความพึงพอใจต่อโครงการไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)			ผ.คภ.

* กสส. ใช้ข้อมูลในระบบ CSR เนื่องจากหน่วยงานที่รับผิดชอบรายงานในระบบแล้ว

แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ตามยุทธศาสตร์ลูก้าและตลาดของ กปภ. ปีงบประมาณ 2569-2573
 ประจำปีไตรมาส...../ 2569 (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับผลประกอบการองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 6 เพิ่มรายได้ท้องถิ่น

ลำดับที่	โครงการ	ตัวชี้วัด	กิจกรรมที่ดำเนินการ/ผลการดำเนินงาน	ปัญหา – อุปสรรค แนวทางแก้ไข	หน่วยงาน รับผิดชอบรายงาน
กลยุทธ์ที่ 14 เพิ่มรายได้					
26.	แผนการตลาดของ กปภ.	รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการตลาด			- ฝ่ายพ. (กพธ.) - กปภ.ข. รวบรวมจาก กปภ. สาขาในสังกัด
กลยุทธ์ที่ 15 เพิ่มลูกค้าใหม่					
26.	แผนการตลาดของ กปภ.	จำนวนผู้เช่าเพิ่มตามแผนการตลาด			- ฝ่ายพ. (กพธ.) - กปภ.ข. รวบรวมจาก กปภ. สาขาในสังกัด

วิสัยทัศน์ ทปท.

มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศและยั่งยืน
ด้านการให้บริการและบริหารจัดการน้ำประปา

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

