



แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.๒๕๖๖-๒๕๗๐ (ทบทวนครั้งที่ ๑)



จัดทำโดย คณะทำงาน ๒/๒๕๖๖

บทสรุปผู้บริหาร

องค์การจัดการน้ำเสีย (Wastewater Management Authority : WMA) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงมหาดไทย จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การจัดการน้ำเสีย เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2538 โดยมีวัตถุประสงค์คือ “การจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมสำหรับการบำบัดน้ำเสียในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย และการให้บริการรับบริหารหรือจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย รวมทั้งบริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ”

การกำหนดหลักเกณฑ์การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาเรียนรู้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต นำไปสู่การตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทุกกลุ่ม สร้างโอกาสใหม่ทางการตลาด และสร้างผลกระทบในเชิงบวก ลดผลกระทบทางสังคมภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และเพื่อให้รัฐวิสาหกิจมีระบบการบริหารจัดการส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และก่อให้เกิด การบูรณาการเข้ากับการกำกับดูแลขององค์กร กลยุทธ์ และการบริหารจัดการในทุกระดับ เพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจ ลดความเสี่ยง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว องค์การจัดการน้ำเสียจึงได้จัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 – 2570 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2567 เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ครอบคลุมข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ เช่น ข้อมูลองค์กร ข้อมูลลูกค้าและตลาด ความต้องการ ความคาดหวังของมีลูกค้าและตลาดที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการและกิจกรรมในการดำเนินการ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

1) การจัดลำดับจุดแข็ง (Strengths : S)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นจุดแข็ง (Strengths : S) และบูรณาการกับ SP

จุดแข็ง (Strength)	บูรณาการกับ SP	7-S Model
S1 ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	S4 มีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรูปแบบใหม่ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่	Style
S2 ได้รับความร่วมมือจาก อปท.(ลูกค้า) ในการดำเนิน ก่อสร้างและเดินระบบบำบัดน้ำเสีย	S7 สามารถจัดตั้งสำนักงานสาขา และขยายกิจการให้บริการได้ทั่วประเทศ	System
S3 มีการจัดทำโครงสร้างอัตราการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียที่มีมาตรฐาน	-	-
S4 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐานและด้านบริการ	S2 มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญสูงในด้านการบริหารและจัดการน้ำเสียของประเทศไทย	Skill

2)การจัดลำดับจุดอ่อน (Weakness: W)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นจุดอ่อน (Weakness: W) และบูรณาการกับ SP

จุดอ่อน (Weakness)	บูรณาการกับ SP	7-S Model
W1 ยังไม่มีส่วนงานรับผิดชอบด้านการตลาดโดยตรง	W1 การจัดการโครงสร้างการบริหารงาน การพัฒนาบุคลากร ยังไม่สอดคล้องกับภาระงาน W3 การสื่อสารแบรนด์ WMA ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างยังไม่กว้างขวาง	Staff Style
W2 ขาดพนักงานที่มีองค์ความรู้ด้านการตลาด	W2 การบูรณาการข้อมูลองค์ความรู้ยังไม่ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร	System
W3 มีบุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการด้านลูกค้า	W1 การจัดการโครงสร้างการบริหารงาน การพัฒนาบุคลากร ยังไม่สอดคล้องกับภาระงาน	Staff

3) การจัดลำดับโอกาส (Opportunities: O)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นโอกาส (Opportunities: O) และบูรณาการกับ SP

โอกาส (Opportunities)	บูรณาการกับ SP	PESTEL Analysis
O1 มีการขยายเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ	O1 รัฐบาล มีนโยบายและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศไทย O5 ระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนยังไม่เพียงพอกับปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้น O8 มีโอกาสขยายงานเพิ่มเติม เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความต้องการการสนับสนุนด้านการจัดการน้ำเสียผ่านองค์การจจัดการน้ำเสีย	Political Environment Economics
O2 อจน. สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่งเศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวได้เช่น เทศบาลนครแม่สอด และเกาะพีพี O3 อจน.สามารถนำหลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย PPP : (Polluter Pays Principle)	O1 รัฐบาล มีนโยบายและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศไทย	Political

4) การจัดลำดับภัยคุกคาม (Threats: T)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นภัยคุกคาม (Threats: T) และบูรณาการกับ SP

ประเด็นภัยคุกคาม	บูรณาการกับ SP	PESTEL Analysis/ 5 Forces Model
T1 ไม่มีอำนาจในการใช้เทศบัญญัติการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น T2 แนวท่อรวบรวมน้ำเสียไม่ครอบคลุมในเขต อปท. ทำให้การจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียยังไม่ครอบคลุมทั่วถึงทุกครัวเรือน	T5 ประเทศไทยยังไม่มีมาตรการจูงใจ และมาตรการบังคับใช้ตามกฎหมาย ในด้านการบำบัดน้ำเสียอย่างจริงจัง	Law

ผลสรุปสมรรถนะหลักขององค์กร

สมรรถนะหลักขององค์กร	สร้างมูลค่า	มีความซับซ้อน
CC 1: มีผลิตภัณฑ์บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างรายได้ให้กับองค์กร	ระดับสูง	ระดับสูง

ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantages: SA)

SWOT ด้านลูกค้า สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ ดังนิตาราง ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์

ลำดับ	ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์
SA	S1 S2 S3 S4 x O1 O2 O3 มีผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างรายได้ให้กับองค์กร

ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges: SC)

ตาราง ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์

ลำดับ	ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์
SC	W1 W2 W3 x T1 T2 ไม่มีบุคลากรที่ให้บริการด้านการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย และการสำรวจแนวท่อรวบรวมน้ำเสียให้ครอบคลุม อปท. ได้อย่างเพียงพอ

การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

องค์ประกอบ	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SA x SC x CC	SO1 : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริการลูกค้า

แผนวิสาหกิจองค์การจําน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริการลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กิจกรรมที่ 1.1 โครงการให้คำปรึกษาด้านการจัดการน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 1.2 โครงการพัฒนาบุคลากรด้านลูกค้าและตลาด

กลยุทธ์ที่ 2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.1 แผนบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.2 แผนการประชาสัมพันธ์การจําเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 2.3 โครงการสำรวจความพึงพอใจ และพัฒนาช่องทางจัดการข้อร้องเรียน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบการจําเก็บรายได้จากลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาระบบสารสนเทศในการสนับสนุนลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.1.1 พัฒนาโครงการระบบการจําเก็บรายได้

กิจกรรมที่ 2.1.2 โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

กลยุทธ์ที่ 2.2 ขยายฐานการบริการลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.2.1 ขยายพื้นที่การให้บริการลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.2.2 จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าใหม่

บทนำ

องค์การจําดการน้ำเสีย (Wastewater Management Authority : WMA) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงมหาดไทย จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การจําดการน้ำเสีย เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2538 โดยมีวัตถุประสงค์คือ “การจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมสำหรับการบำบัดน้ำเสียในเขตพื้นที่ จําดการน้ำเสีย และการให้บริการรับบริหารหรือจําดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้งในและนอกเขตพื้นที่จําดการน้ำ เสีย รวมทั้งบริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวกับการจําดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ”

เมื่อวันที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2563 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จําดการน้ำเสียของ องค์การจําดการน้ำเสียให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจขององค์กรในการ แก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำของประเทศ ให้สามารถเข้าดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ มีส่วนสำคัญในการเร่งรัดการ พัฒนาระบบบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศให้ดำเนินไปอย่างมีมาตรฐานมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการเตรียม ความพร้อมในการป้องกันแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตของ ประชาชน เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมของประเทศได้อย่างทันสถานการณ์

เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและการบริหารจัดการ น้ำเสียตามหลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย (Polluter Pays Principle) องค์การจําดการน้ำเสียจึงได้จัดทำ แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 -2570 (ทบทวนครั้งที่ 1) โดยครอบคลุมทุกส่วนลูกค้าและตลาด ในปัจจุบันและตลาดในอนาคต เพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์กร ผ่านกระบวนการจำแนกลูกค้า การรับฟังความ ต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า เพื่อนำสารสนเทศมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนนวัตกรรมต่างๆสำหรับสนับสนุนลูกค้า การสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ อจน.

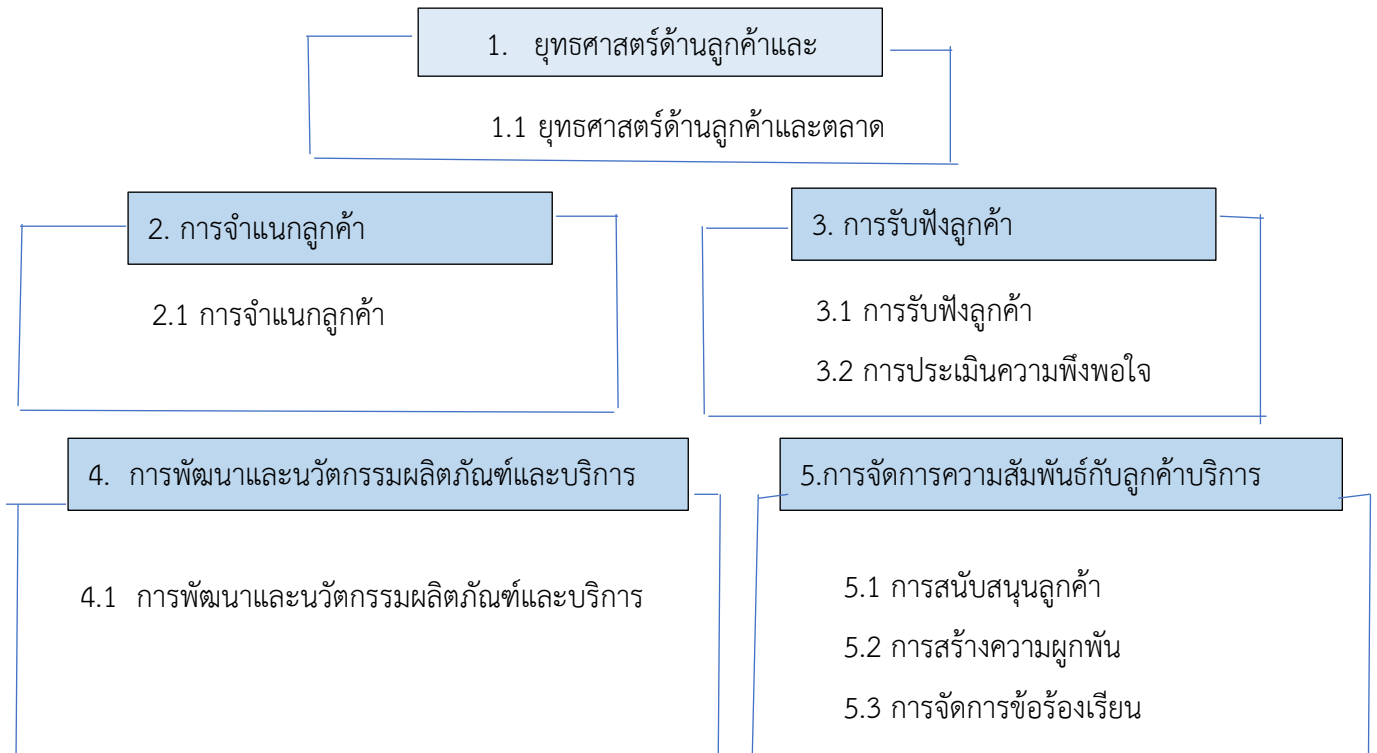
วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นกรอบและแนวทางการดำเนินงานด้านลูกค้าและการตลาด
2. เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพการบริการให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า
3. เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ ความต้องการ และความมุ่งหวังของลูกค้า รวมถึงทัศนคติที่มีต่อการบริการของ อจน. ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันและในอนาคต

กรอบแนวคิด

การจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด กำหนดกรอบแนวคิดในการจัดทำ โดยอ้างอิงให้สอดคล้อง กับหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และจัดการ Core Business Enablers ของรัฐวิสาหกิจ (ฉบับปรับปรุง ปี 2566)

Module 2 : การมุ่งเน้นลูกค้า



ขั้นตอนและกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 – 2570

องค์การจ้การน้ำเสียมี่การกำหนดกระบวนการวางแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด และจัดให้มีการประชุมเพื่อจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566 – 2570 (ทบทวนครั้งที่ 1) โดยกระบวนการวางแผนพัฒนา มีรายละเอียดดังแสดง ในภาพที่ 2.1.1

ภาพที่ 2.1.1 กระบวนการวางแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด



ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดกระบวนการ

ดำเนินการทบทวนและจัดทำกระบวนการ ขั้นตอน การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด โดยประกอบไปด้วย ความครบถ้วนของปัจจัย กระบวนการ ผลผลิต ระยะเวลาที่แล้วเสร็จ เพื่อให้ทุกขั้นตอนเป็นไปตามกระบวนการที่กำหนด และได้ประสิทธิผลตามที่กำหนด

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

2.1 ดำเนินการรวบรวมและวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าผ่านเครื่องมือต่างๆในการวางแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญของการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด คือ ข้อมูล SWOT ของลูกค้าและตลาดในอดีต สารสนเทศจากลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และสภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดและผลิตภัณฑ์ ตลอดจนแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทหรือแผนปฏิบัติการระยะยาวต่าง ๆ ขององค์กร

2.2 ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน SWOT 7S McKenzie Framework Model และ The 5 Forces Model for Competition แล้วนำมาจัดลำดับความสำคัญของ SWOT และอธิบายถึงข้อมูลประกอบ (Fact Based) ในแต่ละ S-W-O-T

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด

ดำเนินการวิเคราะห์สารสนเทศ เพื่อจัดทำปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ที่มีความสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจขององค์การจัดการน้ำเสีย โดยการวิเคราะห์ต้องครอบคลุมสารสนเทศจากลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และสภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และสภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดและผลิตภัณฑ์ ตลอดจนแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทหรือแผนปฏิบัติการระยะยาวต่างๆ ขององค์กร

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

ดำเนินการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ โดยการนำความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ รวมทั้งกำหนดเป็นวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ทางการตลาด

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการจำแนกลูกค้าและตลาด

ดำเนินการกำหนดวัตถุประสงค์ และกำหนดแนวทางการจำแนกลูกค้าและตลาด เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งข้อมูลกลุ่มลูกค้า โดยจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดตามผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่ในปัจจุบัน และแยกตามภูมิศาสตร์ และประเภทหรือขนาดของธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้า

ดำเนินการกำหนดช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้า ให้ครบถ้วนทุกกลุ่มลูกค้า ให้ครอบคลุมทั้งลูกค้าปัจจุบัน อดีตลูกค้า ลูกค้าคู่แข่ง และลูกค้าในอนาคต เพื่อค้นหาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ตลอดจน วงจรชีวิตของลูกค้า

ขั้นตอนที่ 7 การกำหนดแนวทางการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า

ดำเนินการกำหนดวัตถุประสงค์ รูปแบบ ความถี่ของการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพัน และภาพลักษณ์ขององค์กร อย่างครบถ้วนในทุกกลุ่มลูกค้าและตลาด

ขั้นตอนที่ 8 การกำหนดกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญอย่างครบถ้วน โดยระบุคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ต้องได้รับการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้า อย่างชัดเจน

ขั้นตอนที่ 9 การกำหนดแนวทางการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพัน การจัดการข้อร้องเรียน เพื่อให้มีความสอดคล้องและมีตัวกำหนดให้มีการจัดทำกฎบัตรมาตรฐานด้านบริการ

ขั้นตอนที่ 10 การกำหนดแผนปฏิบัติการระยะยาวและแผนปฏิบัติการประจำปี

การกำหนดแผนปฏิบัติการระยะยาวและแผนปฏิบัติการประจำปี มีองค์ประกอบ มีการสื่อสารแผนปฏิบัติการและถ่ายทอดตัวชี้วัด เป้าหมายทั้งในระดับยุทธศาสตร์ และระดับแผนงาน/โครงการ ไปยังหน่วยงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ พันธมิตร อย่างครบถ้วน

ขั้นตอนที่ 11 การถ่ายทอดแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด และแผนปฏิบัติการประจำปี และระยะยาว

ดำเนินการถ่ายทอดแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด และแผนปฏิบัติการประจำปีและระยะยาว และกลยุทธ์ตามแผนวิสาหกิจขององค์กร ให้กับแผนปฏิบัติการต่างๆ

ขั้นตอนที่ 12 การประเมินผลและการปรับปรุง

ดำเนินการประเมินผลกระบวนการดำเนินงานและแผนวิสาหกิจขององค์กร เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินการและการจัดทำแผนฯ ต่อไป

การอนุมัติแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

1. คณะทำงานฯ จัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ 2567 ให้ความเห็นชอบแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ 2567
2. คณะอนุกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ความเห็นชอบแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ 2567
3. คณะกรรมการ อจน. รับทราบ แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ 2567

บทที่ 1

บริบทขององค์กร

ผลิตภัณฑ์และบริการ

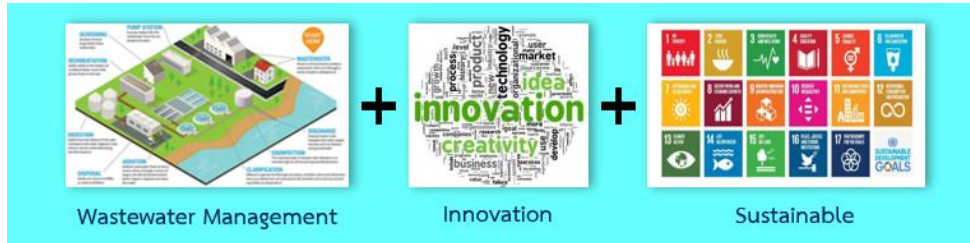
องค์การจจัดการน้ำเสีย (Wastewater Management Authority : WMA) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงมหาดไทย จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การจจัดการน้ำเสีย เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2538 โดยมีวัตถุประสงค์คือ “การจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมสำหรับการบำบัดน้ำเสียในเขตพื้นที่ จจัดการน้ำเสีย และการให้บริการรับบริหารหรือจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการ น้ำเสีย รวมทั้งบริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ”

เมื่อวันที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2563 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียของ องค์การจจัดการน้ำเสียให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจขององค์กรในการ แก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำของประเทศ ให้สามารถเข้าดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ มีส่วนสำคัญในการเร่งรัดการ พัฒนาระบบบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศให้ดำเนินไปอย่างมีมาตรฐานมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการเตรียม ความพร้อมในการป้องกันแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตของ ประชาชน เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมของประเทศได้อย่างทันสถานการณ์



วิสัยทัศน์ (Vision)

บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ตารางที่ 1-1 รายละเอียดวิสัยทัศน์ขององค์กร

วิสัยทัศน์	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน	เป้าหมายปี พ.ศ. 2566 - 2570																																																										
1. บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคม*	เพื่อบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมให้ได้ตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ปีงบประมาณ</th> <th rowspan="2">เชิงปริมาณ (ล้านลูกบาศก์เมตร)</th> <th colspan="3">เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)</th> </tr> <tr> <th>ฟื้นฟู</th> <th>พระราชดำริ</th> <th>ศูนย์บริหารฯ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="5">ส่วนที่องค์กรจัดการน้ำเสียเป็นผู้ดำเนินการ</td> </tr> <tr> <td colspan="5">ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 - 2565</td> </tr> <tr> <td>2563</td> <td>93.38</td> <td>99.82</td> <td>100.00</td> <td>90.74</td> </tr> <tr> <td>2564</td> <td>94.91</td> <td>99.93</td> <td>100.00</td> <td>95.83</td> </tr> <tr> <td>2565</td> <td>83.79</td> <td>100.00</td> <td>100.00</td> <td>92.20</td> </tr> <tr> <td colspan="5">ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (ครึ่งปี)</td> </tr> <tr> <td>2566</td> <td>29.58</td> <td>100.00</td> <td>100.00</td> <td>95.45</td> </tr> <tr> <td colspan="5">ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (ภาคการณ ฒ ล้นปี)</td> </tr> <tr> <td>2566</td> <td>60.00</td> <td>100.00</td> <td>100.00</td> <td>96.00</td> </tr> <tr> <td>รวมทั้งสิ้น</td> <td>332.08</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	ปีงบประมาณ	เชิงปริมาณ (ล้านลูกบาศก์เมตร)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)			ฟื้นฟู	พระราชดำริ	ศูนย์บริหารฯ	ส่วนที่องค์กรจัดการน้ำเสียเป็นผู้ดำเนินการ					ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 - 2565					2563	93.38	99.82	100.00	90.74	2564	94.91	99.93	100.00	95.83	2565	83.79	100.00	100.00	92.20	ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (ครึ่งปี)					2566	29.58	100.00	100.00	95.45	ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (ภาคการณ ฒ ล้นปี)					2566	60.00	100.00	100.00	96.00	รวมทั้งสิ้น	332.08				<p>1. น้ำเสียหลังการบำบัดได้คุณภาพตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนที่กำหนด</p> <p>1.1 โครงการปรับปรุงฟื้นฟูและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.95</p> <p>1.2 โครงการพระราชดำริ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 99.95</p> <p>1.3 โครงการก่อสร้างศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 96.00</p> <p>2. สามารถบำบัดน้ำเสียได้ปริมาณ 125.00 ล้านลูกบาศก์เมตร ในปี พ.ศ. 2570 **</p> <ul style="list-style-type: none"> - พ.ศ. 2566 = 100.00 ล้านลูกบาศก์เมตร - พ.ศ. 2567 = 103.00 ล้านลูกบาศก์เมตร - พ.ศ. 2568 = 107.00 ล้านลูกบาศก์เมตร - พ.ศ. 2569 = 114.00 ล้านลูกบาศก์เมตร - พ.ศ. 2570 = 125.00 ล้านลูกบาศก์เมตร <p>รวมทั้งสิ้น 549.00 ล้านลูกบาศก์เมตร</p>
ปีงบประมาณ	เชิงปริมาณ (ล้านลูกบาศก์เมตร)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)																																																											
		ฟื้นฟู	พระราชดำริ	ศูนย์บริหารฯ																																																									
ส่วนที่องค์กรจัดการน้ำเสียเป็นผู้ดำเนินการ																																																													
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 - 2565																																																													
2563	93.38	99.82	100.00	90.74																																																									
2564	94.91	99.93	100.00	95.83																																																									
2565	83.79	100.00	100.00	92.20																																																									
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (ครึ่งปี)																																																													
2566	29.58	100.00	100.00	95.45																																																									
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (ภาคการณ ฒ ล้นปี)																																																													
2566	60.00	100.00	100.00	96.00																																																									
รวมทั้งสิ้น	332.08																																																												
2. ด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	เพื่อนำนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียในทุกพื้นที่ที่องค์กรจัดการน้ำเสียดำเนินการ	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ปีงบประมาณ</th> <th>จำนวนนวัตกรรม</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2563</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>2564</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>2565</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>2566</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>รวมทั้งสิ้น</td> <td>9</td> </tr> </tbody> </table>	ปีงบประมาณ	จำนวนนวัตกรรม	2563	3	2564	3	2565	3	2566	-	รวมทั้งสิ้น	9	<p>3. ก่อสร้างศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น 4 ระบบต่อปี</p>																																														
ปีงบประมาณ	จำนวนนวัตกรรม																																																												
2563	3																																																												
2564	3																																																												
2565	3																																																												
2566	-																																																												
รวมทั้งสิ้น	9																																																												

หมายเหตุ: * การแบ่งกลุ่มรัฐวิสาหกิจตามระบบแรงจูงใจ โดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) จัดให้องค์กรจัดการน้ำเสียอยู่ในกลุ่มที่ 4: วัตถุประสงค์ในการให้การส่งเสริมกิจกรรมด้านต่างๆ โดยไม่มุ่งเน้นผลกำไรและการดำเนินการโดยได้รับเงินอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินเป็นหลัก

หมายเหตุ: ** การคำนวณปริมาณน้ำเสียที่บำบัดได้ เกิดจากปริมาณน้ำเสีย 2 ส่วนรวมกัน คือ 1) องค์กรจัดการน้ำเสียเป็นผู้ดำเนินการ 2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการฝึกอบรมเทคนิคการเดินระบบบำบัดน้ำเสียจากองค์กรจัดการน้ำเสียเป็นผู้ดำเนินการ

1.1.2 พันธกิจ

- 1) ออกแบบ ก่อสร้าง และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
- 2) ปรับปรุงฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
- 3) ให้บริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ
- 4) การพัฒนานวัตกรรมระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

1.1.3 ค่านิยมองค์กร

มุ่งมั่นผลสัมฤทธิ์ จิตบริการ เชี่ยวชาญในหน้าที่

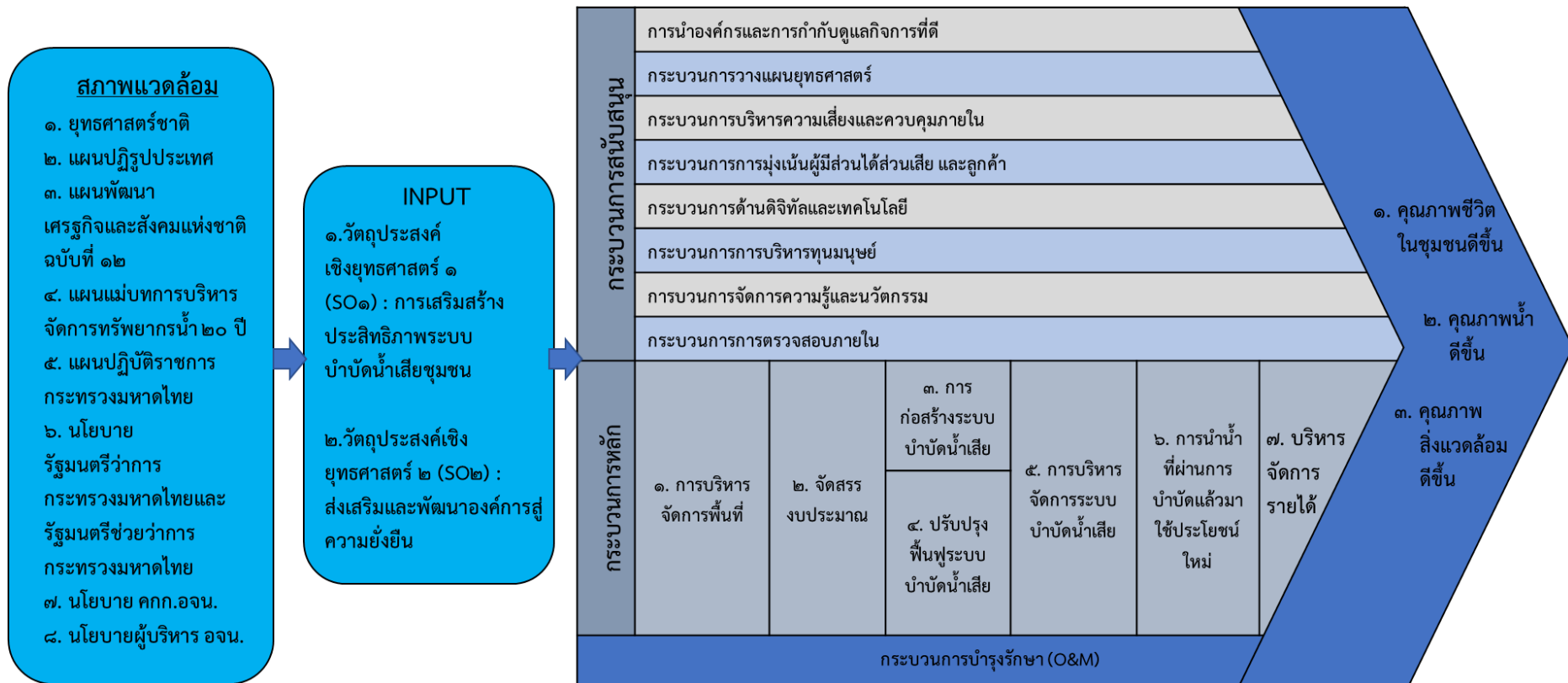
ตารางที่ 1.1.3-1 ค่านิยม/คำจำกัดความของค่านิยมองค์กร

Value	ค่านิยม/คำจำกัดความ
มุ่งมั่นผลสัมฤทธิ์	มุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานด้วยความใส่ใจ เต็มใจ และรับผิดชอบ พร้อมด้วยการบริหารความเสี่ยงในทุกกระบวนการ เพื่อให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด
จิตบริการ	ตั้งใจและใส่ใจในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กรในทุกระดับ ด้วยหลักธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม
เชี่ยวชาญในหน้าที่	สั่งสมความรู้ความสามารถในการดำเนินงาน ด้วยการศึกษา ค้นคว้า และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ต่างๆ จากองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร จนเกิดผลสัมฤทธิ์

1.1.4 วัฒนธรรมองค์กร

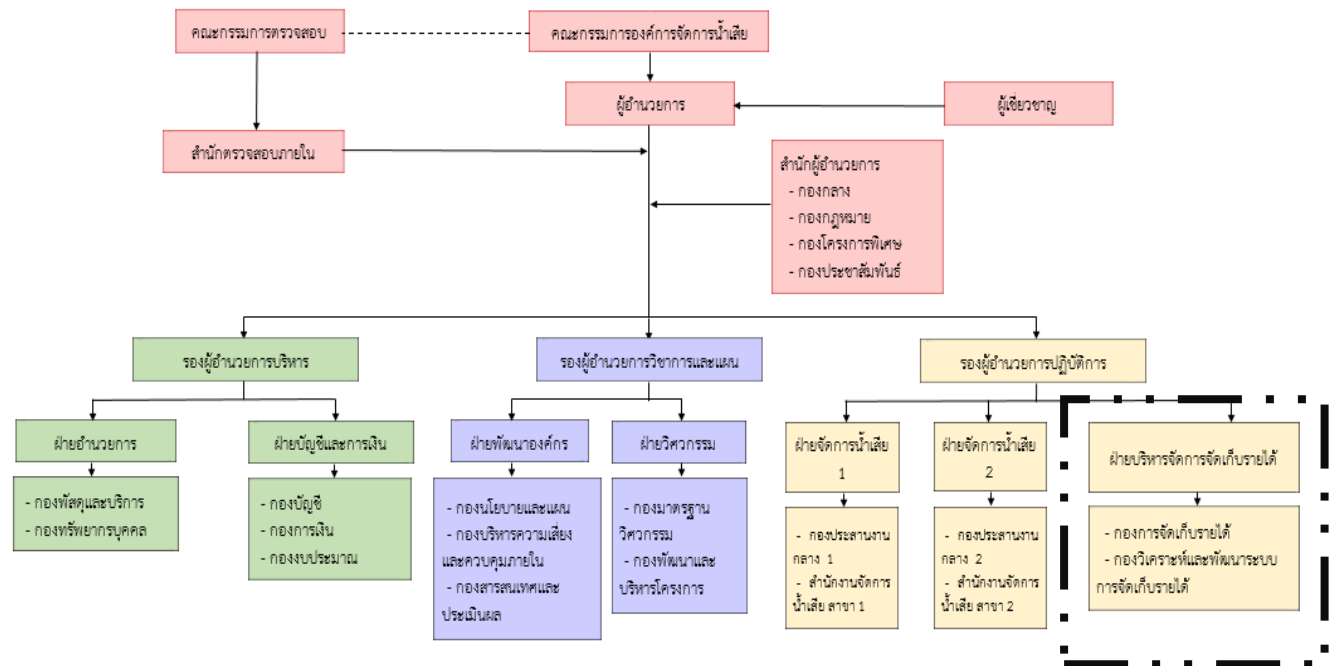
องค์กรจัดการน้ำเสีย ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสาธารณะ สร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมทั้งเน้นให้บุคลากรขององค์กรเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุด

กระบวนการหลักและกระบวนการสนับสนุน



โครงสร้างการบริหารงาน

อจน. แบ่งส่วนงานและกำหนดอำนาจหน้าที่ตามโครงสร้างการบริหารงาน ของ อจน. ซึ่งประกอบด้วย สายงานระดับ ผอ.อจน. รอง ผอ.อจน. 3 สายงาน คือ รผอ.อจน. (บร.) รผอ.อจน. (วผ.) รผอ.อจน. (ปก.)



บทที่ 2

กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ

1. หลักการและเหตุผล

องค์การการนํ้าเสีย (อจน.) เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงมหาดไทย จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การการนํ้าเสีย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นองค์กรที่ดำเนินการจัดให้มีระบบบำบัดนํ้าเสียรวมสำหรับการบำบัดนํ้าเสียในเขตพื้นที่จัดการนํ้าเสีย (ปัจจุบันครอบคลุมทุกจังหวัด) รวมทั้งให้บริการบริหารจัดการระบบบำบัดนํ้าเสียทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการนํ้าเสีย รวมทั้งบริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการนํ้าเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงพาณิชย์ ตามสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจของประเทศ จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาระบบกลไกรองรับการดำเนินงาน ให้ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนที่สอดคล้องกับนโยบายหลักของประเทศ

อจน. ได้จัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ เพื่อแสดงเจตนารมณ์ในการให้บริการที่เป็นเลิศ พร้อมทั้งพัฒนาบุคลากรและระบบงานอย่างต่อเนื่อง ในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ โดยมุ่งมั่นให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และให้การปฏิบัติต่อลูกค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการ ครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ

2. คำนิยาม

2.1 กฎบัตรบริการ หมายถึง นโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษรที่สื่อสารถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการให้บริการ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตและมาตรฐานของความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้า เพื่อใช้ในการสื่อสารให้พนักงานและลูกค้าทราบ

2.2 มาตรฐานการให้บริการลูกค้า หมายถึง ชุดนโยบายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อใช้ออกแบบระบบงานและให้พนักงานเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กรครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ ที่มีองค์ประกอบ ได้แก่ แผนผังกระบวนการที่ระบุถึงขั้นตอนของการทำงาน ที่จัดให้มีการติดต่อกับลูกค้า และกระบวนการสนับสนุนภายใน พฤติกรรมการให้บริการ และกำหนดแนวทางการวัดและติดตามผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการ

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อแสดงเจตนารมณ์บริการที่เป็นเลิศ ในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

3.2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการให้เป็นที่น่าเชื่อถือและได้มาตรฐาน รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการและข้อร้องเรียนของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

4. กฎบัตรและมาตรฐานการบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard)

การกำหนดกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการขององค์กร ต้องคำนึงถึงเส้นทางของลูกค้า และจุดสัมผัสบริการ ของลูกค้า ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า เพื่อให้องค์กรสามารถให้บริการและตอบสนองความต้องการลูกค้า ตลอดจนการกำหนดแนวทางประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอน

4.1 เส้นทางลูกค้า (Customer Journey) คือ เส้นทางของผู้บริโภคตั้งแต่ก่อนจะเป็นลูกค้า จนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ รวมถึงกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้นซ้ำ โดยเป็นแนวทางสำหรับคนทำธุรกิจ ที่ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าและวางแผนการตลาดได้ดีขึ้น

4.2 จุดสัมผัสบริการ (Touch points) คือ จุดที่ลูกค้าได้สัมผัสหรือติดต่อเกี่ยวข้องกับกิจการ ไม่ว่าจะเป็นคน กระบวนการ ขั้นตอน เทคโนโลยี รูปลักษณ์ และอื่นๆ ซึ่งจะมีคนมาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ตาม

4.3 วงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Lifecycle) เมื่อได้ลูกค้าแล้ว ต้องมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้แท้จริง และสามารถรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรได้ในระยะยาว

ตาราง เส้นทางลูกค้า จุดสัมผัส และแนวทางการประเมินผล

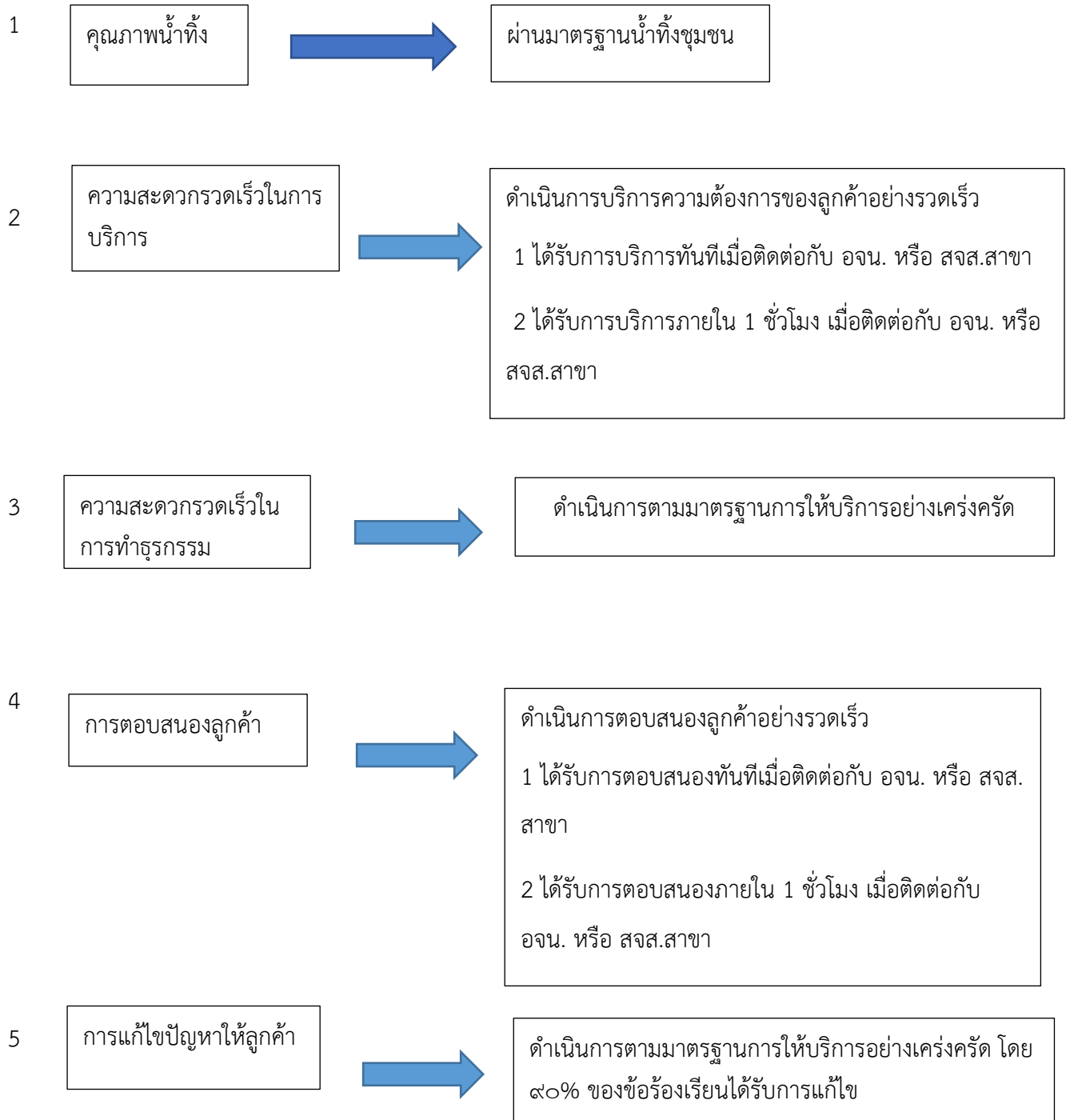
เส้นทางลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Touch point)		แนวทางการ ประเมินผล
	จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital touch point)	จุดสัมผัสทางกายภาพ (Physical touch point)	
1 การรับรู้ (Awareness) สร้างการรับรู้ด้านภารกิจและ ภาพลักษณ์ ผลงาน และการดำเนินงาน ขององค์กร โดยใช้การประชาสัมพันธ์ เชิงรุกเพื่อสร้างความจำและสร้างความ เข้าใจต่อภารกิจขององค์กร	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อออนไลน์ของ องค์กร (Facebook) - Website องค์กร - E-mail - Line 	<ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์ผ่าน สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับองค์กร - การประชาสัมพันธ์แบบ knock door - การสัมมนา อบรม ที่องค์กรจัดให้มี และการ ร่วมสัมมนากับองค์กรอื่น 	<ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจการรับรู้ ทางสื่อออนไลน์ของ องค์กรทุกปี - การสำรวจผ่านแบบ สำรวจขององค์กรที่ จัดทำขึ้นโดย Third party
2 การตัดสินใจ (Decision) การตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการ ต่างๆ 2.1 การรับบริหารระบบบำบัดน้ำเสียที่มี อยู่แล้ว 2.2 การให้บริการออกแบบ/ก่อสร้าง ระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก/ ส่งเสริมธุรกิจบริการหรือกิจการ ต่อเนื่องที่เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสีย เชิงเศรษฐกิจในพื้นที่ศูนย์บริหารการ จัดการคุณภาพน้ำหรือระบบบำบัด น้ำเสียที่ อจน. บริหารจัดการการรับ บริการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย ที่องค์กรดำเนินงานอยู่	<ul style="list-style-type: none"> - คำแนะนำที่แสดง ถึงความพอใจ รวมถึง การยืนยัน ถึงประสิทธิภาพ คุณภาพและคุณค่า ของการดำเนินงานที่มี อยู่จริง ทางสื่อ ออนไลน์ขององค์กร เช่น website /Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> - การบอกต่อจาก ผู้ที่เคยใช้บริการ - การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ - เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ได้ครบถ้วนชัดเจน และมี ความเชี่ยวชาญในด้าน นั้นๆ - สถานที่ให้บริการ มีความสะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจความพึง พอใจผ่าน ทางออนไลน์ - การสัมภาษณ์ จากผู้ใช้บริการหรือ ผู้เกี่ยวข้อง

เส้นทางลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Touch point)		แนวทางการ ประเมินผล
	จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital touch point)	จุดสัมผัสทางกายภาพ (Physical touch point)	
3. การให้บริการ (Service) - การให้บริการตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ และให้ลูกค้าพึงพอใจในการให้บริการ จนมีการซื้อหรือให้บริการซ้ำ และนำไปสู่การบอกต่อ จนส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอนาคต - การมีช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียนในผลิตภัณฑ์ และจัดการข้อร้องเรียนได้ตามกำหนด	- สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่สะดวกต่อการใช้งาน เช่น Facebook /Website	- Operator บริการลูกค้า - กล้องรับฟัง - ข้อร้องเรียน การแก้ไขอย่างสม่ำเสมอและรวดเร็ว - ผู้ประสานงานหรือการให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันที่	- การรับฟังเสียงของลูกค้า - การประเมินความพึงพอใจ - การรับฟังข้อร้องเรียน
4. การซื้อซ้ำ (Repurchase) เป็นการเก็บข้อมูลของลูกค้าเพื่อใช้ในการติดต่อกับลูกค้า และเพื่อให้ทราบพฤติกรรมของลูกค้า และสามารถส่งมอบสินค้าที่ลูกค้าพึงพอใจ เช่น อปท. อาจมีการต่อสัญญาการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรเพิ่มเติม	- การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทางสื่อออนไลน์ขององค์กร - การส่งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทาง E-mail - การสนทนาแบบ real time เพื่อให้คำปรึกษา เช่น ทางโทรศัพท์ /ทาง chat	- จัดหมายแจ้งสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ส่วนลดจากสินค้าหรือบริการขององค์กร - ช่องทางการให้บริการใหม่ๆ	- การประเมินการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

ตารางวงจรชีวิตลูกค้า (Customer Lifecycle)

วงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Touch point)		แนวทางการ ประเมินผล
	จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital touch point)	จุดสัมผัสทางกายภาพ (Physical touch point)	
<p>เป็นการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เริ่มตั้งแต่เมื่อได้ลูกค้าแล้ว ต้องมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้จริง รวมถึงบริการหลังการขาย จัดเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อให้ทีมงานสามารถดึงข้อมูลและตอบสนองลูกค้าได้สะดวก รวดเร็ว ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ</p> <p>1. การหาลูกค้าใหม่ (Acquisition New Customer)</p> <p>2. การเพิ่มคุณค่าให้ลูกค้า (Developing Customer Value) (คุณค่าทางคุณภาพ/ด้านราคา/ด้านภาพลักษณ์/ด้านความสะดวกสบาย/ด้านความรวดเร็ว/ด้านความแปลกใหม่)</p> <p>3 การรักษาลูกค้า (Customer Retention)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทางออนไลน์ - การส่งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทาง e-mail - การสนทนาแบบ real time เพื่อให้คำปรึกษา เช่น ทางโทรศัพท์ /ทาง chat - การติดต่อซื้อขายสินค้าทางออนไลน์ เช่น การประชาสัมพันธ์การดำเนินงานและผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์ - การติดต่อประสานงานกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องบนออนไลน์ 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดหมายแจ้งสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ส่วนลดจากสินค้าหรือบริการขององค์กร - ช่องทางการให้บริการใหม่ๆ - ช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าและการบริการใหม่ๆ - ประสานงานทางโทรศัพท์ - การลงพื้นที่พบลูกค้าโดยตรง 	<ul style="list-style-type: none"> - การตอบรับผลิตภัณฑ์ขององค์กร - ความพึงพอใจและตอบรับสินค้าขององค์กร - การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

มาตรฐานการให้บริการของ อจน.



อจน. กำหนดมาตรฐานด้านบริการโดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางและทำมาตรฐานลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ให้เหมาะสมกับบริบทองค์กรเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”

บทที่ 3

สารสนเทศตลาดและลูกค้า

3. สารสนเทศการตลาด

3.1 น้ำเสียชุมชนในประเทศไทย

น้ำเสียในประเทศไทย สามารถแบ่งประเภทตามแหล่งกำเนิดได้ 3 ประเภท คือ (1) น้ำเสียชุมชน (2) น้ำเสียอุตสาหกรรม และ (3) น้ำเสียเกษตรกรรม ทั้งนี้ ปริมาณน้ำเสียชุมชนที่เกิดขึ้นทั่วประเทศมีประมาณ 9.50 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน โดยมีปริมาณน้ำเสีย 4.60 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน หรือคิดเป็นร้อยละ 48 ของปริมาณน้ำเสียชุมชนที่เกิดขึ้นทั้งหมด ที่ผ่านการบำบัดโดยระบบบำบัดน้ำเสียที่ติดตั้งตามกฎหมายควบคุมอาคาร แหล่งรองรับน้ำสามารถฟื้นฟูตัวเองตามกระบวนการธรรมชาติและยังไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพแหล่งน้ำ และมีปริมาณน้ำเสีย 3.22 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน หรือคิดเป็นร้อยละ 34 จะถูกบำบัดโดยระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนรวมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 105 แห่ง และยังคงเหลือปริมาณน้ำเสีย 1.68 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน หรือคิดเป็นร้อยละ 18 ของปริมาณน้ำเสียชุมชนที่เกิดขึ้นทั้งหมด ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำของแหล่งน้ำต่างๆ

องค์การจัดการน้ำเสียเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงมหาดไทย มีวัตถุประสงค์คือ การจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมสำหรับการบำบัดน้ำเสียในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย และการให้บริการรับบริหารหรือจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย รวมทั้งบริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ

3.1.1 ระบบบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนในประเทศไทย

ในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลลงทุนก่อสร้างระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2566) เป็นเงินประมาณ 87,000 ล้านบาท จากระบบบำบัดน้ำเสียรวมทั้งหมด ณ ปี พ.ศ. 2566 จำนวน 118 แห่ง รองรับปริมาณน้ำเสียได้ 3.79 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน ดำเนินงานโดยกรุงเทพมหานคร จำนวน 11 แห่ง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 107 แห่ง โดยมีองค์การจัดการน้ำเสียเข้าดำเนินงานบริหารจัดการ 26 แห่ง จากทั้งหมด 107 แห่ง

ระบบบำบัดน้ำเสียที่จัดสร้างแยกตามขนาด เป็นระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่ (มากกว่า 50,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน) 15 แห่ง ระบบบำบัดน้ำเสียขนาดกลาง (10,000 – 50,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน) 48 แห่ง และระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก (ไม่เกิน 10,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน) 55 แห่ง โดยส่วนใหญ่เป็นระบบบ่อปรับเสถียร (Stabilization Pond; SP) จำนวน 52 แห่ง รองลงมาเป็นคลองวนเวียน (Oxidation Ditch; OD) 43 แห่ง เป็นระบบสระเติมอากาศ (Aerated Lagoon; AL) 20 แห่ง เป็นระบบบึงประดิษฐ์ (Constructed Wetland; CW) 2 แห่ง และเป็นระบบแผ่นหมุนชีวภาพ (Rotating Biological Contactor; RBC) 1 แห่ง รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 3.1-1 และ 3.1-2 , 3.1-3

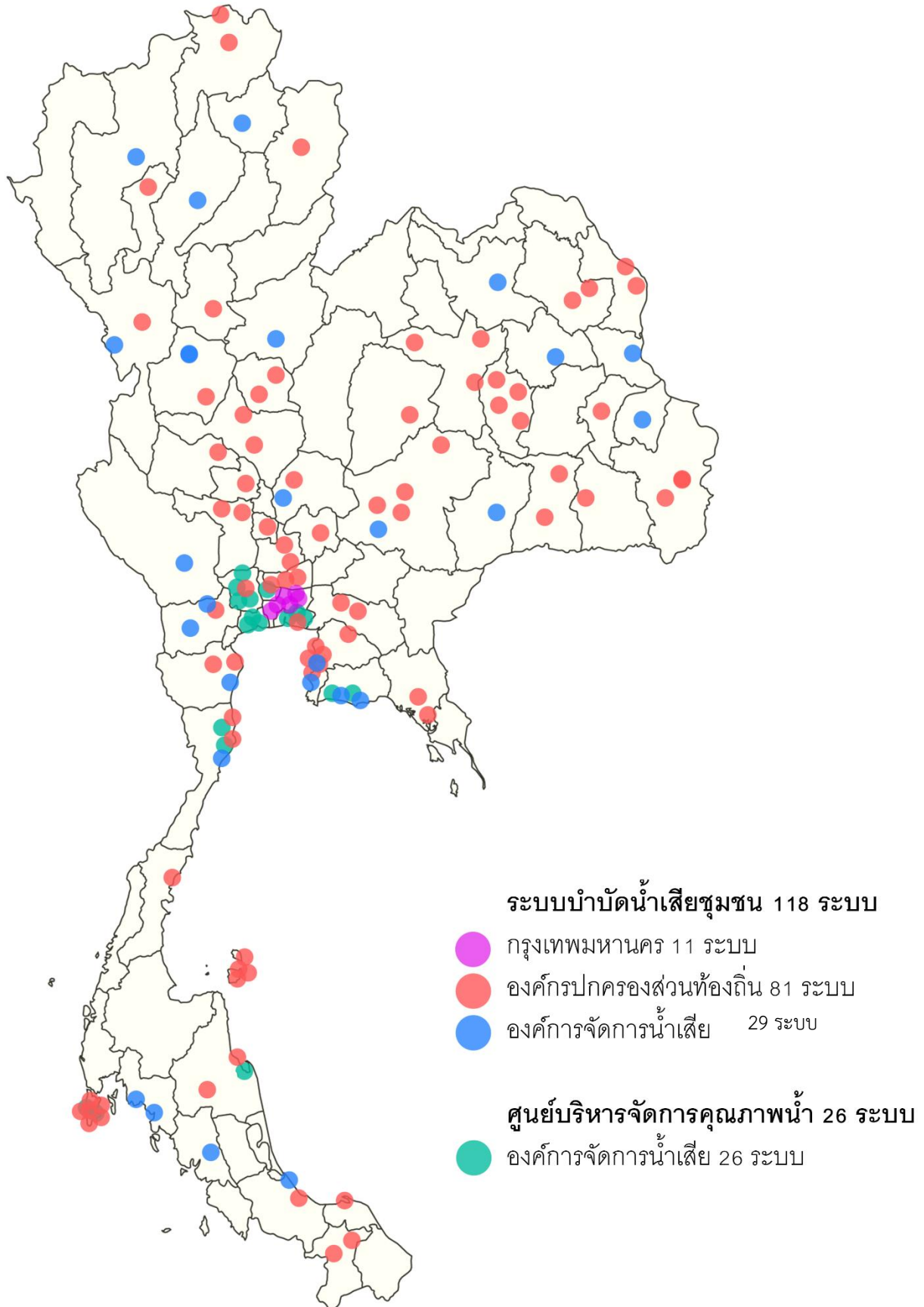
ตารางที่ 3.1-1 จำนวนระบบบำบัดน้ำเสียรวมชุมชนแยกตามขนาด

ลำดับ	ขนาดของระบบบำบัดน้ำเสีย	จำนวน (แห่ง)
1	ขนาดใหญ่ (มากกว่า 50,000 ลบ.ม.ต่อวัน)	15
2	ขนาดกลาง (10,000 - 50,000 ลบ.ม.ต่อวัน)	48
3	ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 10,000 ลบ.ม.ต่อวัน)	55
รวม		118

ตารางที่ 3.1-2 ประเภทของระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในประเทศไทย

ลำดับ	ชนิดระบบ	จำนวน (แห่ง)
1	บ่อปรับเสถียร (Stabilization Pond ; SP)	52
2	สระเติมอากาศ (Aerated Lagoon ; AL)	20
3	คลองวนเวียน (Oxidation Ditch ; OD)	43
4	บึงประดิษฐ์ (Constructed Wetland ; CW)	2
5	แผ่นจานหมุนชีวภาพ (Rotating Biological Contactor ; RBC)	1
รวม		118

ภาพที่ 3.1-3 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในประเทศไทย



3.2 สารสนเทศของลูกค้าขององค์การบริหารน้ำเสีย

3.2.1 พื้นที่ที่องค์การบริหารน้ำเสียให้บริการตามภูมิศาสตร์ประเทศไทย

อจน. ได้ทำข้อตกลงการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมระยะเวลา 15 ปี ร่วมกับ อปท.ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2554 ถึง 2566 รวมทั้งสิ้นจำนวน 59 พื้นที่ ดังนี้

ภาคเหนือ ประกอบด้วย โรงปรับปรุงคุณภาพน้ำ 1.เทศบาลเมืองพะเยา, 2.เทศบาลนครลำปาง, 3.เทศบาลนครเชียงใหม่, 4.เทศบาลนครแม่สอด 5. เทศบาลนครพิษณุโลก

ภาคกลาง ประกอบด้วย โรงปรับปรุงคุณภาพน้ำ 6.เทศบาลเมืองสิงห์บุรี, 7.เทศบาลเมืองกำแพงเพชร ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ (ระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก) 8.เทศบาลตำบลบางปลา, 9.เทศบาลตำบลนครชัยศรี, 10.เทศบาลตำบลบางหญ้าแพรก, 11.เทศบาลตำบลท่าจีน, 12.เทศบาลตำบลบางเลน, 13.เทศบาลเมืองไร่ขิง, 14.องค์การบริหารส่วนตำบลสามควายเผือก, 15.เทศบาลเมืองใหม่บางบัวทอง, 16.เทศบาลเมืองสามพราน, 17.เทศบาลตำบลบางพลี, 18.เทศบาลตำบลอ้อมใหญ่, 19.เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย, 20.เทศบาลตำบลบางปลา (2), 21.เทศบาลเมืองกำแพงแสน, 22.เทศบาลเมืองแพรกษาใหม่, 23.องค์การบริหารส่วนตำบลลำโพ, 24.เทศบาลตำบลปลายบาง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย โรงปรับปรุงคุณภาพน้ำ 25.เทศบาลเมืองมุกดาหาร, 26.เทศบาลนครอุดรธานี, 27.เทศบาลเมืองอำนาจเจริญ, 28.เทศบาลเมืองปากช่อง, 29.เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์, 30.เทศบาลเมืองบุรีรัมย์

ภาคตะวันออก ประกอบด้วย โรงปรับปรุงคุณภาพน้ำ 31.เทศบาลเมืองศรีราชา, 32.เทศบาลตำบลบ้านเพ, 33.เทศบาลตำบลบางเสร่, 34.เทศบาลเมืองมาบตาพุด, 35.เทศบาลนครระยอง, 36.เทศบาลตำบลบ้านฉาง

ภาคตะวันตก ประกอบด้วย โรงปรับปรุงคุณภาพน้ำ 37.เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์, 38.เทศบาลเมืองบ้านโป่ง, 39. เทศบาลเมืองกาญจนบุรี 40.เทศบาลเมืองชะอำ, 41.เทศบาลเมืองราชบุรี ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ (ระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก) 42.เทศบาลตำบลเขาน้อย

ภาคใต้ ประกอบด้วย โรงปรับปรุงคุณภาพน้ำ 43.เทศบาลนครสงขลา, 44.เทศบาลเมืองกระบี่, 45.องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ.กระบี่ ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ (ระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก) 46.เทศบาลตำบลวิชิต, 47.เทศบาลตำบลราไวย์, 48.เทศบาลตำบลพรหมโลก, 49.เทศบาลตำบลปากน้ำปราณ, 50.องค์การบริหารส่วนตำบลกมลา, 51.เทศบาลตำบลฉลอง, 52.องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง, โครงการในพระราชดำริ จังหวัดนครศรีธรรมราช 53.เทศบาลเมืองปากพอง (บริเวณหลังเรือนจำ), 41.บริเวณโรงเรียนเทศบาลวัดนาควารี), 55.เทศบาลตำบลหัวไทร(บริเวณถนนสุขาภิบาล 1), 56.เทศบาลตำบลหัวไทร(บริเวณหลังตลาดสดถนนบางแค), 57. เทศบาลตำบลชะอวด(บริเวณวัดศรีมาประสิทธิ์), 58.องค์การบริหารส่วนตำบลหูล่ององค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง(บริเวณชุมชนหอยราก-ศรีสมบุญ), 59.มูลนิธิอุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร จังหวัดเพชรบุรี



ระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในประเทศไทย



3.2.2 พื้นที่การดำเนินงานของ อจน. จะแบ่งกลุ่มลูกค้า เป็น 2 รูปแบบ

รูปแบบที่ 1 ลูกค้าเชิงพาณิชย์ หมายถึง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/เทศบาลจะจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบฯ ให้กับองค์กรจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง รวมทั้งองค์กรจัดการน้ำเสียนับสนุนให้เทศบาลที่มีความพร้อมในการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสียประกาศเทศบัญญัติจัดเก็บค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสีย เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบฯ ของเทศบาล โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าที่ อจน.บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

องค์กรจัดการน้ำเสียจึงได้จัดทำแผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างเต็มรูปแบบ ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียแต่ไม่สามารถบริหารจัดการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นรูปแบบการบริหารจัดการแบบใหม่มีระยะเวลา 15 ปี เพื่อให้ระบบบำบัดน้ำเสียสามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน โดยการจัดทำข้อตกลงการให้บริการและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมอย่างเต็มรูปแบบระยะเวลา 15 ปีร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

โดยในปีแรก องค์กรจัดการน้ำเสียจะขอจัดสรรงบประมาณเพื่อปรับปรุงฟื้นฟูระบบให้สามารถกลับมา ใช้งานได้ตามปกติ

ในปีที่สอง จนครบ 15 ปี องค์กรจัดการน้ำเสียจะเข้าดำเนินงานบริหารจัดการระบบฯ ให้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/เทศบาลจะจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบฯ ให้กับองค์กรจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง รวมทั้งองค์กรจัดการน้ำเสียนับสนุนให้เทศบาลที่มีความพร้อมในการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสียประกาศเทศบัญญัติจัดเก็บค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสีย เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบฯ ของเทศบาล และองค์กรจัดการน้ำเสียจะสร้างองค์ความรู้ต่างๆ เรื่องการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อให้สามารถดำเนินงานต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพได้เมื่อสิ้นสุดโครงการ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จัดทำข้อตกลงการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมระยะเวลา 15 ปี ร่วมกับองค์กรจัดการน้ำเสียตั้งแต่ปีงบประมาณ 2554 ถึง 2566 รวมทั้งสิ้นจำนวน 25 พื้นที่

ลูกค้าที่มีระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์และการให้บริการรับ
บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 25 พื้นที่

ลำดับ	ปกครองส่วนท้องถิ่น	จังหวัด	ปีที่ทำข้อตกลง
1	เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์	ประจวบคีรีขันธ์	2554
2	เทศบาลนครสงขลา	สงขลา	2554
3	เทศบาลตำบลบางเสร่	ชลบุรี	2554
4	เทศบาลเมืองพะเยา	พะเยา	2554
5	เทศบาลตำบลบ้านแพ	ระยอง	2554
6	เทศบาลนครลำปาง	ลำปาง	2555
7	เทศบาลเมืองกระบี่	กระบี่	2555
8	เทศบาลเมืองศรีราชา	ชลบุรี	2555
9	เทศบาลเมืองมุกดาหาร	มุกดาหาร	2556
10	เทศบาลนครเชียงใหม่	เชียงใหม่	2556
11	เทศบาลนครแม่สอด	ตาก	2556
12	เทศบาลนครอุดรธานี	อุดรธานี	2556
13	เทศบาลเมืองอำนาจเจริญ	อำนาจเจริญ	2557
14	เทศบาลเมืองบ้านโป่ง	ราชบุรี	2557
15	เทศบาลเมืองกำแพงเพชร	กำแพงเพชร	2557
16	เทศบาลเมืองปากช่อง	นครราชสีมา	2557
17	เทศบาลเมืองสิงห์บุรี	สิงห์บุรี	2557
18	เทศบาลเมืองมาบตาพุด	ระยอง	2558
19	เทศบาลเมืองกาญจนบุรี	กาญจนบุรี	2558
20	เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์	กาฬสินธุ์	2559
21	เทศบาลเมืองบุรีรัมย์	บุรีรัมย์	2559
22	เทศบาลเมืองชะอำ	เพชรบุรี	2561
23	เทศบาลเมืองพิษณุโลก	พิษณุโลก	2562
24	เทศบาลเมืองราชบุรี	ราชบุรี	2564
25	องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	กระบี่	2564

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าที่ อจน. ดำเนินการโครงการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำใน
เขตปริมณฑล

จากปัญหามลพิษทางน้ำพื้นที่ลุ่มน้ำท่าจีนในจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม และพื้นที่ที่มีปัญหา
น้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ ที่มีความรุนแรงและอยู่ในชั้นวิกฤติ ซึ่งมีสาเหตุมาจากบริเวณ

ดังกล่าวมีการขยายตัวของแหล่งชุมชนที่พักอาศัยอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาพื้นที่บางส่วนเป็นเขตอุตสาหกรรม ชุมชนส่วนใหญ่มีการระบายน้ำเสียจากการประกอบกิจการต่าง ๆ ที่ยังไม่ผ่านการบำบัดออกสู่สิ่งแวดล้อมและไหลลงสู่ แหล่งน้ำสาธารณะ ประกอบกับการแก้ไขปัญหายังขาดการบริหารจัดการที่เหมาะสมและ ไม่เป็นระบบ ทำให้ปัญหา น้ำเสียมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น

ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2554-2566 องค์การบริหารน้ำเสียจึงได้คัดเลือกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขต ปริมาณพลที่ประสบปัญหาน้ำเสียในชั้นวิกฤต โดยคำนึงถึงความพร้อมด้านต่างๆ ของพื้นที่และสภาพปัญหาในพื้นที่ กลุ่มน้ำท่าจีนตอนล่าง และกลุ่มน้ำเจ้าพระยา กลุ่มน้ำปากพนัง ซึ่งประกอบด้วย (จังหวัดนครปฐม จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดนครศรีธรรมราช และบริเวณโดยรอบของพื้นที่จังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ และได้จัดทำข้อตกลงการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยได้ก่อสร้างระบบบำบัด น้ำเสียขนาดเล็ก ความสามารถในการบำบัด 600-1,200 ลบ.ม.ต่อวัน เป็นระบบที่ใช้งบประมาณและพื้นที่ในการ ก่อสร้างน้อย และต่อมาได้ขยายไปในพื้นที่อื่นๆ และจัดตั้งเป็นศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำและจัดตั้งเป็นศูนย์บริหาร จัดการคุณภาพน้ำ รวมจำนวน 26 แห่ง

ลูกค้าระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก ซึ่งเป็นลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์และการให้บริการรับบริหาร จัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 26 พื้นที่

ลำดับ	องค์กรปกครองท้องถิ่น	จังหวัด	ปีที่ทำข้อตกลง
1	เทศบาลตำบลบางปลา	สมุทรสาคร	25๕๕
2	เทศบาลตำบลนครชัยศรี	นครปฐม	2555
3	เทศบาลตำบลบางหญ้าแพรก	สมุทรสาคร	2556
4	เทศบาลตำบลท่าจีน	สมุทรสาคร	2556
5	เทศบาลตำบลบางเลน	นครปฐม	2558
6	เทศบาลเมืองไร่ขิง	นครปฐม	2558
7	องค์การบริหารส่วนตำบลสามควายเผือก	นครปฐม	2559
8	เทศบาลตำบลวิเชียร	ภูเก็ต	2559
9	เทศบาลตำบลราไวย์	ภูเก็ต	2560
10	องค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทอง	นนทบุรี	2560
11	เทศบาลตำบลพรหมโลก	นครศรีธรรมราช	2560
12	เทศบาลตำบลปากน้ำปราณ	ประจวบคีรีขันธ์	2560
13	เทศบาลตำบลบางพลี	สมุทรปราการ	2561
14	เทศบาลนครระยอง	ระยอง	2561
15	องค์การบริหารส่วนตำบลกมลา	ภูเก็ต	2561
16	เทศบาลตำบลฉลอง	ภูเก็ต	2561
17	เทศบาลเมืองสามพราน	นครปฐม	2561

ลำดับ	องค์กรปกครองท้องถิ่น	จังหวัด	ปีที่ทำข้อตกลง
18	เทศบาลตำบลอ้อมใหญ่	นครปฐม	2561
19	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย	สมุทรปราการ	2561
20	เทศบาลตำบลบางปลา (2)	สมุทรสาคร	2562
21	องค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน	นครปฐม	2562
22	เทศบาลเมืองใหม่แพรกษา	สมุทรปราการ	2562
23	องค์การบริหารส่วนตำบลลำโพ	นนทบุรี	2563
24	เทศบาลตำบลเขาน้อย	ประจวบคีรีขันธ์	2562
25	เทศบาลตำบลปลายบาง	นนทบุรี	2564
26	เทศบาลตำบลบ้านฉาง	ระยอง	2564

รูปแบบที่ 2 ลูกค้าเชิงสังคม หมายถึง ลูกค้าที่องค์การจัดการน้ำเสียได้รับเงินงบประมาณจากรัฐบาลเพื่อบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้ง 100% ทุกพื้นที่ โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ต้องจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลุ่มที่ให้บริการเชิงสังคม

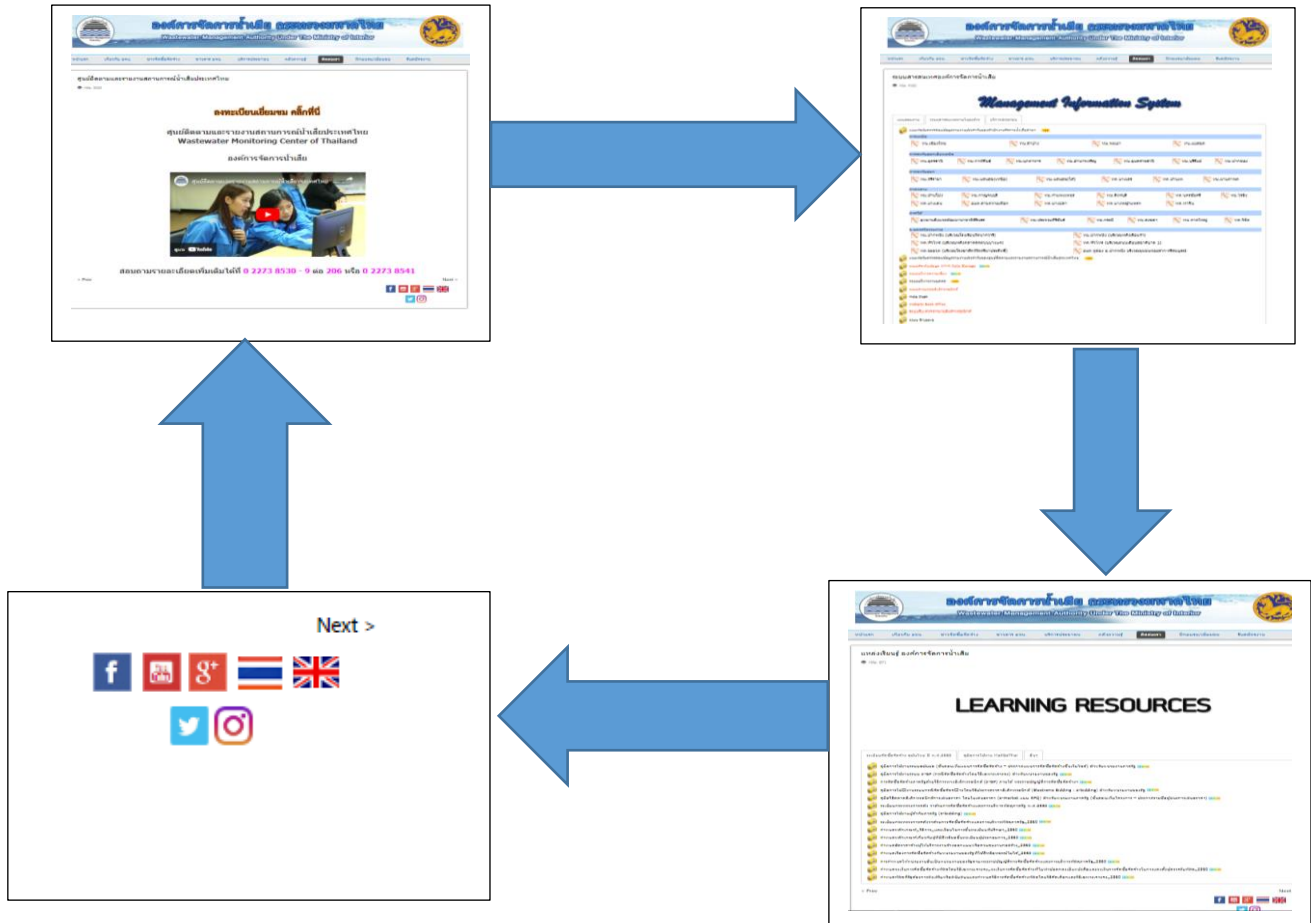
นอกเหนือจากการให้บริการเชิงพาณิชย์ในโครงการปรับปรุง ฟื้นฟูและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว และโครงการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่ที่มีปัญหาสภาพน้ำเสื่อมโทรมแล้ว องค์การจัดการน้ำเสียยังได้ดำเนินการให้บริการเชิงสังคม การออกแบบ ก่อสร้าง และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จำนวน 7 พื้นที่ ซึ่งเป็นลูกค้าที่องค์การจัดการน้ำเสียได้รับเงินงบประมาณจากรัฐบาลเพื่อบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้ง 100% ทุกพื้นที่ โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ต้องจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

ลูกค้าองค์กรปกครองท้องถิ่นในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จำนวน ๗ พื้นที่

ลำดับ	องค์กรปกครองท้องถิ่น	จังหวัด
๑	เทศบาลเมืองปากพอง บริเวณหลังเรือนจำ	นครศรีธรรมราช
๒	เทศบาลเมืองปากพอง วัดนาควารี	นครศรีธรรมราช
๓	เทศบาลตำบลหัวไทร ถนนสุขาภิบาล ๑	นครศรีธรรมราช
๔	เทศบาลตำบลหัวไทร หลังตลาดสดถนนบางแค	นครศรีธรรมราช
๕	เทศบาลตำบลชะอวด วัดศรีมาประสิทธิ์	นครศรีธรรมราช
๖	องค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง	นครศรีธรรมราช
๗	อุทยานนานาชาติสิ่งแวดล้อมสิรินธร	เพชรบุรี

3.3 สารสนเทศสื่อออนไลน์ขององค์การจําน้ำเสีย

องค์การจําน้ำเสีย จัดตั้งศูนย์ติดตามรายงานสถานการณ์น้ำเสียประเทศไทย Warroom เพื่อให้ลูกค้าและตลาดเข้าถึงง่าย และจัดให้ลูกค้าเข้าถึงสื่อออนไลน์ แอปพลิเคชัน Facebook Youtube Instagram Twitter



บทที่ 4

สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน

4.1 สภาพแวดล้อมภายในการดำเนินงาน

4.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า

องค์การจัดการน้ำเสียได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยใช้เครื่องมือ 7S Model, PESTEL Analysis และ 5 Forces Model ซึ่งมีแนวทางการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

1) 7S Model

- Structure (โครงสร้าง) องค์การจัดการน้ำเสีย มีโครงสร้างการทำงาน หรือโครงสร้างการจัดองค์การในระดับต่างๆ เหมาะสมดีหรือไม่
- Strategy (กลยุทธ์) องค์การจัดการน้ำเสีย มีการกำหนดกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดทิศทางการปฏิบัติงานไว้หรือไม่
- System (ระบบ) ระบบการทำงานเป็นอย่างไร มีจุดอ่อนหรือจุดแข็งอะไรบ้าง
- Skill (ความชำนาญ) บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ หรือชำนาญมากน้อยเพียงใด มีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับหรือไม่
- Staff (บุคลากร) บุคลากรขององค์การจัดการน้ำเสีย มีความพร้อมมากน้อยเพียงใด และมีจำนวนเพียงพอหรือไม่
- Style (รูปแบบ) รูปแบบการบริหารเป็นที่ยอมรับและมีประสิทธิภาพหรือไม่
- Shared Value (ค่านิยมร่วม) บุคลากรและองค์การมีค่านิยมร่วมหรือไม่ อะไรบ้างที่ทำให้้องค์การเข้มแข็งหรืออ่อนแอ

2) PESTEL Analysis

- P-Political เป็นการวิเคราะห์สภาพทางการเมือง และนโยบายทางการเมืองที่มีผลกระทบต่อองค์การจัดการน้ำเสีย
- E-Economics เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์และแนวโน้มทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อองค์การจัดการน้ำเสีย
- S-Social เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์และกระแสสังคมที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย
- T-Technology เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มของการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย
- E-Environment เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีผลต่อองค์การจัดการน้ำเสีย
- L-Law เป็นการวิเคราะห์ด้านกฎหมายที่มีผลต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

3) 5 Forces Model

- Bargaining Power of Customers (อำนาจต่อรองจากลูกค้า)
- Power of Suppliers (อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์)
- Threat of New Entrants (การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่)
- Threat of Substitutes (การคุกคามจากสินค้าทดแทน)
- Industry Rivalry (การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาดเดิม)

องค์การจัดการน้ำเสียได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า ซึ่งสามารถสรุปได้ตามตารางที่ 4.1.1-1

ตารางที่ 4.1.1-1 สรุปปัจจัยนำเข้าที่มีผลกระทบต่อองค์กร

ปัจจัยนำเข้า	การดำเนินการขององค์กร	อ้างอิงหลักการ
ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่เกี่ยวข้องกับ อจน.		
1. แผนยุทธศาสตร์ชาติ	อจน. จะดำเนินการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย ในพื้นที่ที่มีแหล่งน้ำเสื่อมโทรม เพื่อให้สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมได้รับการฟื้นฟู	PESTEL (Political/Environmental)
2. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	อจน. จะดำเนินการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อเพิ่มความมั่นคงด้านน้ำ เพื่อสิ่งแวดล้อมของประเทศ และเพื่อให้คุณภาพน้ำ อยู่ในเกณฑ์เหมาะสมกับประเภทการใช้ประโยชน์	PESTEL (Political/Environmental)
3. แผนพัฒนารัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2566 - 2570	อจน. จะดำเนินการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อส่งเสริม การพัฒนาเมืองอัจฉริยะ ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)	PESTEL (Political/Environmental)
4. แผนปฏิบัติการกระทรวงมหาดไทย (พ.ศ. 2566 – 2570)	อจน. จะดำเนินการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อยกระดับ การบริหารจัดการน้ำ ทั้งระบบ อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามมาตรฐาน	PESTEL (Political/Environmental)
แผนงานที่สำคัญขององค์การจัดการน้ำเสีย		
5. แผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)	องค์การจัดการน้ำเสียจะเร่งดำเนินการจัดทำข้อตกลงร่วมในการก่อสร้าง และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย	PESTEL (Political/Environmental)
6. แผนการส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(ไม่รวมกทม.)	องค์การจัดการน้ำเสียจะดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	PESTEL (Political/Environmental)

ปัจจัยนำเข้า	การดำเนินการขององค์กร	อ้างอิงหลักการ
7. แผนการขอรับการจัดสรรงบประมาณขององค์การจ้ดการน้ำเสียน้ำเสีย พ.ศ. 2566 - 2570	องค์การจ้ดการน้ำเสียน้ำเสียจะเร่งดำเนินการจัดทำข้อตกลงร่วมในการก่อสร้างหรือฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียน้ำเสีย	PESTEL (Political/Environmental)
8. แผนการดำเนินงานโครงการเอกชนร่วมลงทุนขององค์การจ้ดการน้ำเสียน้ำเสีย	องค์การจ้ดการน้ำเสียน้ำเสียจะดำเนินการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน ในการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียน้ำเสีย	PESTEL (Political/Environmental)
สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ (Key Changes)		
9. มติ ครม. เห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียน้ำเสียเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทั่วประเทศไทย	อนจ. จะเร่งรัดจัดทำข้อตกลงร่วมในการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียน้ำเสีย รวมถึงการให้ความรู้กับ อปท. ให้ครอบคลุมทั่วประเทศไทย	PESTEL (Political/Environmental)
10. นโยบาย มท. เรื่องการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียน้ำเสียชุมชนของอปท.	อนจ. จะเร่งดำเนินการจัดทำข้อตกลงร่วมในการก่อสร้างหรือฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียน้ำเสีย รวมถึงการให้ความรู้กับ อปท.	PESTEL (Political/Environmental)
ข้อมูลอื่นๆ		
11. งบประมาณที่ได้รับในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียน้ำเสีย	อนจ. จะบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียน้ำเสียด้วยงบประมาณที่ได้รับ ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด	PESTEL (Economics)
12. การสำรวจความพึงพอใจ (ปีงบประมาณ 2566)	อนจ. จะพัฒนาการบริหารจัดการน้ำเสียน้ำเสียให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกกลุ่ม	PESTEL (Social)
13. ปริมาณน้ำเสียน้ำเสียชุมชนของประเทศ	อนจ. จะดำเนินการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียน้ำเสียให้สอดคล้องกับปริมาณน้ำเสียน้ำเสียที่เกิดขึ้นของประเทศไทย	PESTEL (Environmental)
10. พรบ. กำหนดแผนและขั้นตอนกระจายอำนาจให้แก่ อปท.	อนจ. จะจัดทำแผนร่วมกับ อปท. เพื่อบริหารจัดการน้ำเสียน้ำเสียตาม พรบ.	PESTEL (Law)
14. การบังคับใช้กฎหมายตาม พรบ. ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ	อนจ. จะขอปรับปรุงแก้ไขกฎหมายจัดตั้ง ให้สามารถบริหารจัดการน้ำเสียน้ำเสียได้อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากขึ้น	5 Forces (Bargaining Power of Customers)
15. พรบ. กำหนดแผนและขั้นตอนกระจายอำนาจให้แก่ อปท.	อนจ. จะร่วมมือกับ อปท. เพื่อขอปรับปรุงข้อตกลงร่วม (MOA) และพัฒนาการบริหารจัดการน้ำเสียน้ำเสียให้เกิดประโยชน์สูงสุด	5 Forces (Power of Suppliers)
16. เทคโนโลยีของผู้ประกอบการรายใหม่	อนจ. จะพัฒนาเทคโนโลยีการบริหารจัดการน้ำเสียน้ำเสียให้ทันสมัย	5 Forces (Threat of New Entrants)
17. แหล่งเงินสนับสนุนของ อปท.	อนจ. จะปรับปรุงข้อตกลงร่วม (MOA) และพัฒนาการบริหารจัดการน้ำเสียน้ำเสีย	5 Forces (Threat of Substitutes)

ปัจจัยนำเข้า	การดำเนินการขององค์กร	อ้างอิงหลักการ
18. ความสามารถของคู่แข่ง	องจ. จะพัฒนาและปรับปรุงเทคโนโลยีการบริหารจัดการ น้ำเสียให้ทันสมัยทัดเทียมกับบริษัทเอกชน	5 Forces (Industry Rivalry)
ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า		
19. งบประมาณและรายได้ (ปัจจัยทางการเงิน)	องจ. จะพัฒนาการจัดเก็บรายได้ และเงินสมทบให้ได้มากขึ้น	7S Model (System)
ปัจจัยยั่งยืน		
20. การมีอำนาจหน้าที่ในการจัดการ น้ำเสีย	องจ. จะดำเนินการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพ ของระบบบำบัดน้ำเสียอย่างต่อเนื่อง	7S Model (Strategy)
21. ความเชี่ยวชาญในการจัดการ น้ำเสีย	องจ. จะพัฒนาความรู้ ความสามารถ และ ทักษะของ บุคลากร ให้มีความเชี่ยวชาญในการจัดการน้ำเสีย	7S Model (Skill/Staff)
22. การมีเครือข่ายและพันธมิตร	องจ. จะเสริมสร้างความสัมพันธ์เครือข่ายและพันธมิตร เพื่อขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่าง บูรณาการ	7S Model (Structure)
23. การรับรู้และตระหนักถึง ความสำคัญของการจัดการน้ำเสีย	องจ. จะยกระดับการประชาสัมพันธ์การจัดการน้ำเสีย การ ให้ความรู้ และการฝึกอบรม ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	7S Model (Strategy)
24. การมีนวัตกรรม หรือเทคโนโลยี ใหม่ๆ ด้านการพัฒนาและจัดการ น้ำเสีย	องจ. จะพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีพร้อมทั้งนำมา ประยุกต์ใช้ในการจัดการน้ำเสีย	7S Model (Strategy)
ความสามารถในการนำแผนไปดำเนินการให้สำเร็จ		
25. ผลการดำเนินงานและการใช้ จ่ายเงิน	องจ. จะเร่งรัดการเบิกจ่ายให้เป็นไปตามเป้าหมาย รวมถึง ควบคุมค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด	7S Model (System)
เปรียบเทียบกับคู่แข่ง		
26. ราคาการบริหารจัดการ น้ำเสีย	องจ. จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ อปท. เพื่อเข้าบริหาร จัดการน้ำเสีย เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการน้ำ เสียของ องจ. อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และ คุณภาพการบำบัดเป็นไปตามมาตรฐาน น้ำทิ้งจากระบบ บำบัดน้ำเสียชุมชน	7S Model (Strategy)
27. การบริหารจัดการน้ำเสียอย่าง ครบวงจร	องจ. จะขยายพื้นที่การบริการได้เป็นไปตามเป้าหมาย เนื่องจาก องจ. มีความสามารถในการบริหารจัดการได้ อย่างครบวงจร	7S Model (System)
ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ		
28. การนำนวัตกรรม และเทคโนโลยี ดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินงาน	องจ. จะนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ พัฒนาการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	7S Model (Strategy)
29. การบูรณาการกับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง	องจ. จะบูรณาการกับหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี	7S Model (Structure)

ปัจจัยนำเข้า	การดำเนินการขององค์กร	อ้างอิงหลักการ
30. การร่วมลงทุนกับเอกชน (PPP)	อจน. จะศึกษาการร่วมลงทุนกับเอกชน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อ อจน. และประเทศไทย	7S Model (Strategy)
31. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	อจน. จะประชาสัมพันธ์องค์กร รวมถึงเสริมสร้างการรับรู้และความตระหนักในการจัดการน้ำเสีย	7S Model (Style)
32. การพัฒนาศูนย์ฝึกอบรม	อจน. จะพัฒนาศูนย์ฝึกอบรมด้านการจัดการน้ำเสีย ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน	7S Model (Strategy)
33. การทบทวนอัตรารับค่า	อจน. จะทบทวนโครงสร้างและอัตรารับค่า ให้รองรับกับภารกิจด้านการจัดการน้ำเสียที่เพิ่มมากขึ้น	7S Model (Structure)
34. การพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม	อจน. จะจัดการน้ำเสียตามหลักเศรษฐกิจแบบองค์รวม	7S Model (Strategy)
35. การจัดทำ Big Data	อจน. จะพัฒนา Big Data ขององค์กร	7S Model (System)
36. พัฒนาแบบมาตรฐาน	อจน. จะพัฒนาแบบมาตรฐานของระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อดำเนินการเชิงธุรกิจ	7S Model (Strategy)
37. พัฒนาการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสีย	อจน. จะพัฒนาการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสีย และเงินสมทบจาก อปท. ให้คุ้มค่างับทุกฝ่าย	7S Model (System)
38. ปรับปรุงวิสัยทัศน์ขององค์กร	อจน. จะปรับปรุงวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม ให้มีความสอดคล้องกัน	7S Model (Shared Value)

4.2 จากคู่แข่งชั้นทางธุรกิจข้างต้นองค์กรจัดการน้ำเสียจึงได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน

4.2.1 ทางธุรกิจของตลาดการจัดการน้ำเสีย ตามหลักทฤษฎี The 5 forces Model for Competition

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของตลาดการจัดการน้ำเสีย จะเห็นได้ว่าองค์กรจัดการน้ำเสียเป็นหน่วยงานของรัฐและเป็นหน่วยงานหลักของประเทศที่มีศักยภาพ ความได้เปรียบ และความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ที่จะสามารถดำเนินการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียของประเทศไทยให้ยั่งยืนต่อไปในอนาคต ดังนี้

1) อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Power of Customers)

ข้อได้เปรียบ

1.1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญด้านการเดินระบบและควบคุมดูแลรักษา นอกจากนี้ บุคลากรที่มารับหน้าที่บางแห่งมักจะไม่มีความรู้และทักษะด้านการจัดการน้ำเสียโดยตรง

1.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งไม่มีงบประมาณเพียงพอสำหรับเป็นค่าปรับปรุง ฟื้นฟูระบบบำบัดน้ำเสียให้กลับมาใช้งานได้ และยังไม่มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการ จึงเป็นโอกาสให้องค์กรจัดการน้ำเสียซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านนี้โดยตรงสามารถเข้าดำเนินงานบริหารจัดการระบบให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

-ต่อ-

ข้อได้เปรียบ

1.3 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างจริงจัง ทั้งกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมและกฎหมายด้านการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย ที่ควรเป็นนโยบายที่ชัดเจนจากรัฐบาลกลาง เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำหลักการ “ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย” ไปปฏิบัติอย่างจริงจัง

1.4 ขาดการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ข้อเท็จจริงแก่ชุมชนและประชาชน รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน และร่วมตัดสินใจดำเนินการจัดการน้ำเสีย ตลอดจน การสร้างการมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาชน

จุดอ่อน

1.5 การจัดการน้ำเสียเป็นภารกิจตามอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตาม พรบ. กระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเป็นผู้ตัดสินใจให้องค์กรจัดการน้ำเสียเข้าดำเนินการแทน องค์กรจัดการน้ำเสียไม่มีอำนาจเข้าดำเนินการเองได้หากไม่ได้รับการยินยอม

2) การต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Power of Suppliers)

มีผู้ประกอบการหลายรายที่สามารถก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียตามรูปแบบที่องค์การจัดการน้ำเสียกำหนดไว้ จึงไม่เป็นปัญหาในการต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ

3) การต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Power of Suppliers)

มีผู้ประกอบการหลายรายที่สามารถก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียตามรูปแบบที่องค์การจัดการน้ำเสียกำหนดไว้ จึงไม่เป็นปัญหาในการต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ

4) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนทางธุรกิจ (Threats of Substitutes)ข้อได้เปรียบ

1. ระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีอยู่แล้วเป็นระบบแบบเก่าไม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งองค์การจัดการน้ำเสียมีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการอยู่แล้ว

จุดอ่อน

2. อาจมีเทคโนโลยีการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็กที่เข้ามาใหม่ ทำให้องค์การจัดการน้ำเสียต้องเร่งพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการจัดการน้ำเสียให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

5) ภัยคุกคามการแข่งขันจากผู้ค้ารายใหม่ (Threats of New Entrants)

ข้อได้เปรียบ

๑. เนื่องจากเป็นงานด้านสาธารณูปการที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง รัฐจึงต้องให้การสนับสนุนงบประมาณในการลงทุน
๒. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งไม่มีเงินงบประมาณเพียงพอที่จะจ้างภาคธุรกิจเอกชนเข้าดำเนินงานระบบบำบัดน้ำเสียได้
๓. ภาคธุรกิจไม่สามารถดำเนินงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียเพียงอย่างเดียวให้มีกำไรได้ ปัจจุบันจึงมีภาคเอกชนรายเดียวเข้าดำเนินงานในธุรกิจนี้แต่มีการทำธุรกิจต่อเนื่องเพื่อทำกำไรให้ธุรกิจ

6) สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)

ข้อได้เปรียบ

1. ไม่มีภาคเอกชนเข้าดำเนินงานปรับปรุง พื้นที่ระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีอยู่แล้ว เนื่องจาก เงินลงทุนในการปรับปรุงพื้นที่เครื่องจักร อุปกรณ์ต่างๆ ที่มีความเสียหาย เป็นจำนวนเงินค่อนข้างสูง
2. องค์กรจัดการน้ำเสียเป็นหน่วยงานของรัฐสามารถเสนอขอรับจัดสรรเงินงบประมาณมาลงทุนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้
3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาจไม่มีเงินงบประมาณเพียงพอในการจ้างเอกชนเข้าดำเนินการปรับปรุง พื้นที่ระบบฯ

จุดอ่อน

1. องค์กรจัดการน้ำเสียมีเงินทุนสำรองสำหรับการลงทุนในกิจการไม่มาก ต้องอาศัยเงินงบประมาณจากรัฐบาล เพื่อสนับสนุนการลงทุน การได้รับเงินงบประมาณประจำปีไม่สอดคล้องกับแผนงานที่กำหนดไว้ ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผน

4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของตลาดการจัดการน้ำเสีย

จากสถานการณ์ด้านทรัพยากรน้ำและน้ำเสีย เป็นประเด็นสำคัญที่หลายฝ่ายต่างให้ความสนใจในการดำเนินงาน มาตรการ แผนงาน เพื่ออนุรักษ์ พื้นที่ และจัดการการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนภายใต้การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทุกภาคส่วน อย่างไรก็ตามการแก้ไขปัญหาปัญหาน้ำเสียนั้นยังเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและภาคส่วนต่างๆ รวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้มีการวางระบบที่ใช้ในการบำบัดน้ำเสีย การรวบรวมและบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับขนาดของการประกอบการ หรือชุมชน ซึ่งจะมีทั้งการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาและความรู้ท้องถิ่น และการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง

องค์กรจัดการน้ำเสียเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งเดียวของประเทศไทยที่ได้รับมอบหมายภารกิจในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนของประเทศให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้น คู่แข่งในทางธุรกิจจึงเป็นบริษัทธุรกิจเอกชนที่ดำเนินธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน เช่น บริษัทที่ดำเนินการรับออกแบบและติดตั้งระบบ

บำบัดน้ำเสีย และให้บริการบำบัดน้ำเสีย อย่างไรก็ตาม บริษัทส่วนใหญ่มุ่งเน้นในเรื่องการบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม โดยในระดับชุมชนและเชิงพาณิชย์ยังมีจำนวนไม่มากนัก ดังนี้

รายชื่อบริษัทตัวอย่างที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับการบำบัดน้ำเสียในประเทศไทย

บริษัท	บริการ
1. บมจ.จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียทั้งภาคอุตสาหกรรม พาณิชย์กรรมและชุมชน - บริการบำบัดน้ำเสียทั้งภาคอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม และชุมชน
2. บมจ.เบตเตอร์ เวิลด์กรีน จำกัด	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสีย - บริการให้คำปรึกษาด้านการจัดการของเสีย
3. บมจ.บริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม - บริการบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม
4. บริษัท โกรว์ กรีน เอไวรอนเมนท์ จำกัด	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม - บริการบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม
5. บมจ.ไรท์ โซลูชั่น	- ผลิต ตัวแทนจำหน่าย นำเข้า และให้บริการผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ระบบบำบัดน้ำ และปิโตรเคมี การจัดการของเสีย อุตสาหกรรม
6. บริษัท ดูแอนด์บี จำกัด (กรีนแอนด์คีนโซลูชั่น)	- จำหน่ายสารประกอบทางชีวภาพ เอโซม และจุลินทรีย์
7. บริษัท พรราวเอเชีย จำกัด	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนและภาคอุตสาหกรรม - บริการบำบัดน้ำเสียชุมชนและภาคอุตสาหกรรม
8. บริษัท ฟินิกซ์สยาม จำกัด	- ผลิตและติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย - ซ่อมแซมระบบบำบัดน้ำเสีย
9. บริษัท วันมอร์ลิงค์ จำกัด	- รับกำจัดของเสียอุตสาหกรรม
10. บริษัท เอส เอส พี อาร์ (ประเทศไทย) จำกัด	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม - บริการบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม
11. ห้างหุ้นส่วนจำกัด นพเลิศ	- ผลิต ออกแบบ และจัดจำหน่ายระบบบำบัดน้ำเสียต่างๆ
12. Envigear	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสีย - รับเดิน/ซ่อมแซมระบบบำบัดน้ำเสีย - จำหน่ายถังบำบัดน้ำเสีย - จำหน่ายจุลินทรีย์บำบัดน้ำเสีย

บริษัท	บริการ
13. Glass Filter	- จำหน่ายสารกรองน้ำ
14. Prominent	- ผลิตและพัฒนาอุปกรณ์และระบบสำหรับการสูบน้ำของเหลว รวมทั้งการแก้ไขปัญหาการบำบัดน้ำและการฆ่าเชื้อ
15. Water Specialist Supply	- จำหน่ายสารฆ่าเชื้อคลอรีนไดออกไซด์
16. UBA	- บริการผลิตน้ำ บริการด้านระบบบำบัดน้ำเสีย
17. กทม.	- ดูแลระบบบำบัดน้ำเสียในเขตกทม.

บทที่ 5

การจำแนกลูกค้า และการกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย

5.1 กลไกสำคัญที่ใช้ในการจำแนกกลุ่มลูกค้าและตลาด ทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

องค์การการนํ้าเสียได้เข้าดำเนินการบริหารจัดการระบบบำบัดนํ้าเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามข้อตกลง (MOA) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจ่ายเงินสมทบค่าบริการจัดการระบบฯ ให้กับองค์การการนํ้าเสียตามรูปแบบการบริหารจัดการ ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงถือเป็นลูกค้าขององค์การการนํ้าเสีย ซึ่งปัจจุบันองค์การการนํ้าเสียมีลูกค้าดังกล่าวจำนวน 50 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีการจัดกลุ่มตามรูปแบบและวัตถุประสงค์การดำเนินงาน โดยแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ จำนวน ๒ กลุ่ม และกลุ่มลูกค้าที่องค์การการนํ้าเสียให้บริการเชิงสังคม ดังนี้

ลำดับ	กลุ่มลูกค้า	กลุ่มย่อย	ผลิตภัณฑ์	บริการ	ความต้องการ	ความคาดหวัง	ตัวชี้วัด
1	ลูกค้าเชิงพาณิชย์	ลูกค้าระบบบำบัดนํ้าเสียขนาดใหญ่	ปรับปรุง/ฟื้นฟูระบบ	บริหารจัดการระบบ	- ประสิทธิภาพของระบบบำบัด - การประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงครบถ้วน	- ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อการบริการ	- คุณภาพนํ้าผ่านเกณฑ์ - ปริมาณนํ้าที่สามารถบริหารจัดการได้ - ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ
		ลูกค้าระบบบำบัดนํ้าเสียขนาดเล็ก	ก่อสร้างระบบบำบัดนํ้าเสีย	บริหารจัดการระบบ	- ประสิทธิภาพของระบบบำบัด	- คุณภาพนํ้าในพื้นที่ดีขึ้น	
2	ลูกค้าเชิงสังคม	-	ก่อสร้างระบบบำบัดนํ้าเสีย	บริหารจัดการระบบ	- ประสิทธิภาพของระบบบำบัด	- คุณภาพนํ้าในพื้นที่ดีขึ้น	

5.2 เกณฑ์การจำแนกกลุ่มลูกค้า และตลาด

องค์การการนํ้าเสียเข้าดำเนินการปรับปรุง ฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบบำบัดนํ้าเสีย รวมทั้ง การก่อสร้างระบบบำบัดนํ้าเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจ่ายเงินสมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการให้กับองค์การการนํ้าเสียเป็นการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายใน 2 รูปแบบ

5.2.1 การให้บริการเชิงพาณิชย์

การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียเป็นบริการเชิงพาณิชย์ขององค์การบริหารจัดการน้ำเสียเพื่อให้บริการบำบัดน้ำเสียกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว รวมทั้งยังไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย โดยมีวัตถุประสงค์ในการร่วมกันแก้ไขปัญหาผลกระทบน้ำเสียชุมชน โดยร่วมมือกันในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนอย่างยั่งยืน และมีเจตนารมณ์ร่วมกันในการเสริมสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อประชาชนในการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งมี ๒ รูปแบบ ได้แก่

บริการรูปแบบที่ ๑. โครงการปรับปรุง ฟันฟูและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว

บริการรูปแบบที่ 2. โครงการออกแบบ ก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก

บริการรูปแบบที่ 1 โครงการปรับปรุง ฟันฟูและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว และจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์การบริหารจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง (MOA) จำนวน 25 แห่ง

องค์การบริหารจัดการน้ำเสียจะจัดทำข้อตกลงการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1) ศึกษา วิเคราะห์สภาพปัญหาของระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประเมินศักยภาพ ความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการ พร้อมเข้าประสานงาน เจริญ จัดทำบันทึกความร่วมมือ (MOU) เพื่อแสดงเจตนารมณ์ในการจะพัฒนารูปแบบการดำเนินงานเป็นข้อตกลง (MOA) การรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมระยะเวลา 15 ปี

2) จัดทำข้อตกลงการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมอย่างเต็มรูปแบบ (MOA) โดยมีการลงนามข้อตกลงร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย โดยเทศบาลส่งมอบสิทธิ/ภารกิจในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนให้องค์การบริหารจัดการน้ำเสียดำเนินการเป็นระยะเวลา 15 ปี

โดยสาระสำคัญของข้อตกลง มีดังนี้

1) ในปีแรกของการดำเนินการองค์การบริหารจัดการน้ำเสียจะขอรับจัดสรรเงินงบประมาณจากรัฐบาล เพื่อดำเนินการซ่อมแซม ปรับปรุง ฟันฟูระบบบำบัดน้ำเสียให้กลับมาดำเนินการได้ ทั้งนี้ ไม่รวมค่าก่อสร้างขยายแนวท่อรวบรวมน้ำเสียเพิ่มเติม แต่องค์การบริหารจัดการน้ำเสียจะให้ค่าปรึกษาและวางแผนการดำเนินงานให้กับเทศบาลได้

2) ในปีที่ 2 จนตลอดระยะเวลาของโครงการ องค์การบริหารจัดการน้ำเสียจะขอรับจัดสรรเงินงบประมาณส่วนหนึ่งจากรัฐบาลเพื่อเข้าดำเนินการบริหารจัดการและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งได้แก่ ค่าเดินระบบและบำรุงรักษาระบบ ค่าซ่อมปรับปรุงเครื่องจักร และ/หรือเปลี่ยนทดแทนเครื่องจักรที่ชำรุดเสียหาย และเทศบาลจะต้องจ่ายเงินสมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์การบริหารจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง (MOA) ที่ได้จัดทำร่วมกัน

3) องค์การจําดการน้ำเสียและเทศบาลมีเจตนารมณ์ร่วมกันที่จะแก้ไขปัญหาสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจําดการและประกาศเทศบัญญัติการจําดการเก็บค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสียในท้องถิ่นที่มีความพร้อม เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการแก้ไขปัญหาตามหลักการ “ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย” “Polluters Pay Principal : PPP”

4) องค์การจําดการน้ำเสียจะให้การสนับสนุนและเตรียมความพร้อมในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการบำบัดน้ำเสียร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น การจําดการก่อสร้างอัตราค่าบริการบำบัดน้ำเสียตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ รวมทั้ง การเสริมสร้างจิตสำนึก การตระหนักรู้เกี่ยวกับน้ำเสียการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้เรื่องการจําดการน้ำเสีย เพื่อวางรากฐานความรู้ ความเข้าใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสียของประชาชน เป็นต้น

5) องค์การจําดการน้ำเสียจะถ่ายทอดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้แก่เจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้สามารถบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียได้ด้วยตนเองเมื่อสิ้นสุดโครงการ

บริการรูปแบบที่ 2 โครงการออกแบบก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก

องค์การจําดการน้ำเสียได้มีโครงการแก้ไขปัญหาแหล่งน้ำเสียของประเทศอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำท่าจีน จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม และแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมทางน้ำของเมืองท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ ซึ่งมีความรุนแรงอยู่ในขั้นวิกฤตให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง จึงได้จําดการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็กที่ใช้งบประมาณและพื้นที่ในการก่อสร้างน้อย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1) ศึกษา วิเคราะห์สภาพปัญหาแหล่งน้ำเสื่อมโทรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศที่อยู่ขั้นวิกฤต และประเมินศักยภาพ ความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการ พร้อมเข้าประสานงานเจรจา จําดการบันทึกความร่วมมือ (MOU) เพื่อแสดงเจตนารมณ์ในการจะพัฒนารูปแบบการดำเนินงานเป็นข้อตกลง (MOA) การรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมระยะเวลา 15 ปี

2) จําดการข้อตกลงการจําดให้มีและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม (MOA) โดยมีการลงนามในข้อตกลงร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย เพื่อการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียอย่างเต็มรูปแบบ

5.2.2 การให้บริการเชิงสังคม

องค์การจําดการน้ำเสียได้สนองงานในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ซึ่งรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนเงินงบประมาณในการดำเนินงาน เพื่อบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้ง 100% โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ต้องจ่ายเงินสมทบค่าบริการจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน ๗ แห่ง ได้แก่

5.2.2.1 ออกแบบ ก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียในโครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดนครศรีธรรมราช ในพื้นที่ ดังต่อไปนี้

1) เทศบาลเมืองปากพนัง จำนวน 2 ระบบ ได้แก่

- บริเวณหลังเรือนจำ

- บริเวณโรงเรียนเทศบาลวัดนาควารี

2) เทศบาลตำบลหัวไทร จำนวน 2 ระบบ ได้แก่

- บริเวณถนนสุขาภิบาล 1 - บริเวณตลาดสดถนนบางแค

3) เทศบาลตำบลชะอวด

4) องค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง

5.2.2.2 ออกแบบ ก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียแบบควบรวมบึงประดิษฐ์ อุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร จังหวัดเพชรบุรี

5.2.2.3 พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ด้านการจัดการน้ำเสีย

5.2.2.4 จัดตั้งศูนย์ติดตามและรายงานสถานการณ์น้ำเสียประเทศไทย โดยมีการแสดงผลการรายงานคุณภาพน้ำแบบอัตโนมัติและควบคุมการทำงานของเครื่องจักร

5.2.2.5 โครงการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่

5.2.2.6 การส่งเสริม เผยแพร่ ให้ความรู้ด้านการจัดการน้ำเสียแก่ภาคีเครือข่าย และประชาชนทั่วไป

กลุ่มที่ 1 การให้บริการเชิงพาณิชย์

กลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์	
อปท./เทศบาลจะจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบฯ ให้กับ อจน. ตามข้อตกลง รวมทั้ง อจน. สนับสนุนให้เทศบาลที่มีความพร้อมในการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสีย ฯลฯ	
ลูกค้าที่เข้าปรับปรุงฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบรวมน้ำเสีย (ขนาดใหญ่) (24 แห่ง)	ลูกค้าที่ออกแบบก่อสร้างและบริหารจัดการระบบรวมน้ำเสีย (ขนาดเล็ก) (26 แห่ง)
<u>บริการรูปแบบที่ 1</u>	<u>บริการรูปแบบที่ 2</u>
1.เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ 2.เทศบาลนครสงขลา 3.เทศบาลตำบลบางเสร่ 4.เทศบาลเมืองพะเยา 5.เทศบาลตำบลบ้านเพ 6.เทศบาลนครลำปาง 7.เทศบาลเมืองกระบี่ 8.เทศบาลเมืองศรีราชา 9.เทศบาลเมืองมุกดาหาร 10.เทศบาลนครเชียงใหม่ 11.เทศบาลนครแม่สอด 12.เทศบาลนครอุดรธานี 13.เทศบาลเมืองอำนาจเจริญ 14.เทศบาลเมืองบ้านโป่ง 15.เทศบาลเมืองกำแพงเพชร 16.เทศบาลเมืองปากช่อง 17.เทศบาลเมืองสิงห์บุรี 18.เทศบาลเมืองมาบตาพุด 19.เทศบาลเมืองกาญจนบุรี 20.เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ 21.เทศบาลเมืองบุรีรัมย์ 22.เทศบาลเมืองชะอำ 23.เทศบาลเมืองพิษณุโลก 24.อบต.อ่าวนาง 25.ทม.ราชบุรี	1.เทศบาลตำบลบางปลา 2.เทศบาลตำบลนครชัยศรี 3.เทศบาลตำบลบางหญ้าแพรก 4.เทศบาลตำบลท่าจีน 5.เทศบาลตำบลบางเลน 6.เทศบาลเมืองไร่ขิง 7.เทศบาลตำบลสามควายเผือก 8.เทศบาลตำบลวิเชียร 9.เทศบาลตำบลราไวย์ 10.ทม.ใหม่บางบัวทอง 11.เทศบาลตำบลพรหมโลก 12.เทศบาลตำบลปากน้ำปราณ 13.เทศบาลตำบลบางพลี 14.เทศบาลนครระยอง 15.องค์การบริหารส่วนตำบลกมลา 16.เทศบาลตำบลฉลอง 17.เทศบาลเมืองสามพราน 18.เทศบาลตำบลอ้อมใหญ่ 19.เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 20.เทศบาลตำบลบางปลา (2) 21.องค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน 22.เทศบาลเมือง แพรกษา 23.องค์การบริหารส่วนตำบลลำไผ่ 24.เทศบาลตำบล เขาน้อย 25.เทศบาลตำบลบ้านฉาง 26.เทศบาลเมืองปลายบาง

กลุ่มที่ 2 การให้บริการเชิงสังคม

กลุ่มลูกค้าเชิงลูกค้าเชิงสังคม ได้รับเงินรัฐบาล 100% ไม่ต้องจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	
1.เทศบาลเมืองปากพอง บริเวณหลังเรือนจำ	
2.เทศบาลเมืองปากพอง วัดนาควารี	
3.เทศบาลตำบลหัวไทร ถนนสุขาภิบาล 1	
4.เทศบาลตำบลหัวไทร หลังตลาดสดถนนบางแค	
5.เทศบาลตำบลชะอวด วัดศรีมาประสิทธิ์	
6.องค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง	
7.อุทยานนานาชาติสิ่งแวดล้อมสิรินธร	

5.3 พฤติกรรมลูกค้า

พฤติกรรมการลูกค้าขององค์กร จะจำแนกตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลงฯเงินสมทบ โดยแบ่งกลุ่มเป็น ดังนี้
ประเภทกลุ่มขนาดใหญ่

ที่	เทศบาล	จ่ายรายปี		จ่ายรายไตรมาส	
		จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย	จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย
1	ทม.ประจวบคีรีขันธ์		-	✓	-
2	ทม.มาบตาพุด	✓	-	-	-
3	ทต.บ้านแพ	-	-	✓	-
4	ทน.สงขลา	-	✓	-	-
5	ทต.บางเสร์	-	✓	-	-
6	ทม.กระบี่	-		✓	-
7	ทม.ศรีราชา	-	✓	-	-
8	ทน.อุดรธานี	-	✓	-	-
9	ทน.แม่สอด	-	✓	-	-
10	ทม.มุกดาหาร	-	✓	-	-
11	ทม.พะเยา	-	✓	-	-
12	ทน.ลำปาง	-	✓	-	-
13	ทน.เชียงใหม่	-	✓	-	-
14	ทม.อำนาจเจริญ	-	-	✓	-
15	ทม.บ้านโป่ง	-	-	✓	-
16	ทม.กำแพงเพชร	-	-	✓	-
17	ทม.ปากช่อง	-	-	✓	-
18	ทม.สิงห์บุรี	-	-	✓	-
19	ทม.บุรีรัมย์	-	-	✓	-
20	ทม.กาญจนบุรี	-	-	✓	-
21	ทม.กาฬสินธุ์	-	-	✓	-
22	ทม.ชะอำ	-	-	✓	-

ประเภทกลุ่มขนาดเล็ก

ที่	เทศบาล	จ่ายรายปี		จ่ายรายไตรมาส	
		จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย	จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย
23	ทต.บางปลา	✓	-	-	-
24	ทต.ปากน้ำปราณ	✓	-	-	-
25	ทน.ระยอง	-	✓	-	-
26	ทต.บางปลา 2	✓	-	-	-
27	ทม.ปู่เจ้าสมิงพราย	-	-	✓	-
28	ทม.ใหม่บางบัวทอง	-	-	✓	-
29.	ทม.กำแพงแสน	-	-	-	✓
30	ทต.วิชิต	✓	-	-	-
31	ทต.ราไวย์	-	✓	-	-
31	ทต.ฉลอง	-	✓	-	-
32	อบต.ลำโพ	-	-	✓	-
33	ทต.แพรक्षा	-	-	✓	-
34	ทต.ปลายบาง	-	-	✓	-
35	ทต.บ้านฉาง	-	-	✓	-
36	ทต.เขาน้อย	-	-	✓	-

5.4 แนวทางการจำแนกลูกค้า

อันดับ		ประเภท		แนวทางการจัดจำแนกลูกค้า														ไม่มีความสำคัญ	ความรุนแรง									
				ลูกค้าเป้าหมายที่ให้บริการตาม วัตถุประสงค์							ลูกค้าเป้าหมายที่ไม่ให้บริการตาม วัตถุประสงค์									บริการอื่น								
				บริการ	บริการ	บริการ	บริการ	บริการ	บริการ	บริการ	บริการ	บริการ	บริการ	บริการ	บริการ	บริการ	บริการ			บริการ	บริการ	บริการ						
1. ลูกค้าเป้าหมาย วัตถุประสงค์ให้บริการ																												
1	ลูกค้ารายใหม่																											
2	ลูกค้าเก่า																											
3	ลูกค้ารายใหม่																											
4	ลูกค้าเก่า																											
5	ลูกค้ารายใหม่																											
6	ลูกค้าเก่า																											
7	ลูกค้ารายใหม่																											
8	ลูกค้าเก่า																											
9	ลูกค้ารายใหม่																											
10	ลูกค้าเก่า																											
11	ลูกค้ารายใหม่																											
12	ลูกค้าเก่า																											
13	ลูกค้ารายใหม่																											
14	ลูกค้าเก่า																											
15	ลูกค้ารายใหม่																											
16	ลูกค้าเก่า																											
17	ลูกค้ารายใหม่																											
18	ลูกค้าเก่า																											
19	ลูกค้ารายใหม่																											
20	ลูกค้าเก่า																											
21	ลูกค้ารายใหม่																											
22	ลูกค้าเก่า																											
2. ลูกค้าเป้าหมาย วัตถุประสงค์ไม่ให้บริการ																												
23	ลูกค้ารายใหม่																											
24	ลูกค้าเก่า																											
25	ลูกค้ารายใหม่																											
26	ลูกค้าเก่า																											
27	ลูกค้ารายใหม่																											
28	ลูกค้าเก่า																											
29	ลูกค้ารายใหม่																											
30	ลูกค้าเก่า																											
31	ลูกค้ารายใหม่																											
32	ลูกค้าเก่า																											
33	ลูกค้ารายใหม่																											
34	ลูกค้าเก่า																											
35	ลูกค้ารายใหม่																											
36	ลูกค้าเก่า																											
37	ลูกค้ารายใหม่																											
38	ลูกค้าเก่า																											
39	ลูกค้ารายใหม่																											
40	ลูกค้าเก่า																											
41	ลูกค้ารายใหม่																											
42	ลูกค้าเก่า																											
43	ลูกค้ารายใหม่																											
44	ลูกค้าเก่า																											
45	ลูกค้ารายใหม่																											
46	ลูกค้าเก่า																											
47	ลูกค้ารายใหม่																											
48	ลูกค้าเก่า																											
49	ลูกค้ารายใหม่																											
50	ลูกค้าเก่า																											

เกณฑ์การจัดจำแนกลูกค้าตามระดับความสำคัญของลูกค้า

A: จ่ายตรงตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลง และจ่ายเงินสมทบตรงตาม รายปีรายไตรมาส

B: จ่ายตรงตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลง แต่จ่ายเงินสมทบไม่ตรงตาม รายปีรายไตรมาส

C: ไม่ดำเนินการพิจารณาเงื่อนไขบันทึกข้อตกลงฯ

5.5 กลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน แบ่งตามภูมิศาสตร์

แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งพื้นที่ระบบบำบัดน้ำเสียที่ izon. เข้าดำเนินการ



ระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในประเทศไทย



5.6 ข้อมูลตลาดการจัดการน้ำเสียของประเทศไทย

5.6.1 ตลาดการจัดการน้ำเสียของประเทศไทย

ตลาดระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ก่อสร้างไว้แล้วแต่ยังไม่มีการบริหารจัดการระบบฯ ในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลลงทุนก่อสร้างระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2566) เป็นเงินประมาณ 87,000 ล้านบาท จากระบบบำบัดน้ำเสียรวมทั้งหมด ณ ปี พ.ศ. 2566 จำนวน 118 แห่ง รองรับปริมาณน้ำเสียได้ 3.79 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน ดำเนินงานโดยกรุงเทพมหานคร จำนวน 11 แห่ง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 107 แห่ง โดยมีองค์กรจัดการน้ำเสียเข้าดำเนินงานบริหารจัดการ 26 แห่ง จากทั้งหมด 107 แห่ง

ระบบบำบัดน้ำเสียที่จัดสร้างแยกตามขนาด เป็นระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่ (มากกว่า 50,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน) 15 แห่ง ระบบบำบัดน้ำเสียขนาดกลาง (10,000 – 50,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน) 48 แห่ง และระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก (ไม่เกิน 10,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน) 55 แห่ง โดยส่วนใหญ่เป็นระบบบ่อปรับเสถียร (Stabilization Pond; SP) จำนวน 52 แห่ง รองลงมาเป็นคลองวนเวียน (Oxidation Ditch; OD) 43 แห่ง เป็นระบบสระเติมอากาศ (Aerated Lagoon; AL) 20 แห่ง เป็นระบบบึงประดิษฐ์ (Constructed Wetland; CW) 2 แห่ง และเป็นระบบแผ่นหมุนชีวภาพ (Rotating Biological Contactor; RBC) 1 แห่ง รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5.6-1 และ 5.6-2 , 5.6-3

ตารางที่ 5.6-1 จำนวนระบบบำบัดน้ำเสียรวมชุมชนแยกตามขนาด

ลำดับ	ขนาดของระบบบำบัดน้ำเสีย	จำนวน (แห่ง)
1	ขนาดใหญ่ (มากกว่า 50,000 ลบ.ม.ต่อวัน)	15
2	ขนาดกลาง (10,000 - 50,000 ลบ.ม.ต่อวัน)	48
3	ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 10,000 ลบ.ม.ต่อวัน)	55
รวม		118

ตารางที่ 3.1-2 ประเภทของระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในประเทศไทย

ลำดับ	ชนิดระบบ	จำนวน (แห่ง)
1	บ่อปรับเสถียร (Stabilization Pond ; SP)	52
2	สระเติมอากาศ (Aerated Lagoon ; AL)	20
3	คลองวนเวียน (Oxidation Ditch ; OD)	43
4	บึงประดิษฐ์ (Constructed Wetland ; CW)	2
5	แผ่นจานหมุนชีวภาพ (Rotating Biological Contactor ; RBC)	1
รวม		118

5.6.2 กำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายลูกค้าและตลาดในอนาคต โดยมีแผนดังนี้

5.6.2.-1 แผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)

องค์การการจัดการน้ำเสียได้จัดทำแผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ส่วนราชการได้รับทราบแนวคิดในการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนขององค์กร เพื่อนำไปเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินงานจัดการและแก้ไขปัญหาน้ำเสียชุมชนของประเทศให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดลำดับความสำคัญของพื้นที่เป้าหมาย และได้จัดทำกรอบแผนการดำเนินการ แบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ

1) ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2566 – 2568 : 3 ปี)

2) ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2569 – 2573 : 5 ปี)

3) ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2574 – 2580 : 7 ปี)

ระยะเวลาดำเนินการดำเนินตั้งแต่ พ.ศ. 2561 – 2580 รวมทั้งสิ้น 20 ปี มีจำนวนพื้นที่เป้าหมายจำนวน 464 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียทั้งหมด 780 แห่ง โดยรายละเอียดของแผนฯ แสดงไว้ในภาคผนวก

5.6.2-2 แผนการส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร)

องค์การการจัดการน้ำเสียได้จัดทำแผนการส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางปฏิบัติและติดตามการดำเนินงานด้านการจัดการน้ำเสียร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางน้ำให้กับประชาชน โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ คือ การจัดทำหลักสูตรการเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชน จัดการประกวดระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนดีเด่นด้านการมีส่วนร่วมในกระบวนการส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน ส่งเสริมหรือกำหนดข้อบัญญัติท้องถิ่นให้อาคารทุกประเภทหรือแหล่งกำเนิดมลพิษในพื้นที่ให้มีการจัดการน้ำเสียเบื้องต้น ออกข้อบัญญัติท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย พร้อมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาชุดองค์ความรู้ ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชนโดยรายละเอียดของแผนฯ แสดงไว้ในภาคผนวก

5.5.2-3 แผนการขอรับการจัดสรรงบประมาณขององค์การการจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 - 2570

องค์การการจัดการน้ำเสียได้จัดทำแผนการขอรับการจัดสรรงบประมาณขององค์การการจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) และแผนวิสาหกิจขององค์การการจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ทบทวนครั้งที่ 1) โดยมีจำนวนระบบบำบัดน้ำเสียที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของแผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) เพื่อประมาณการกรอบวงเงินเบื้องต้นที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายการให้บริการของหน่วยงาน โดยรายละเอียดของแผนฯ แสดงไว้ในภาคผนวก

5.6.2.-4 แผนการดำเนินงานโครงการเอกชนร่วมลงทุนขององค์การจําน้ำเสีย

องค์การจําน้ำเสียได้จัดทำแผนการดำเนินงานโครงการเอกชนร่วมลงทุน เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานฯ เพื่อยกระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางน้ำในพื้นที่ให้ดีขึ้น โดยองค์การจําน้ำเสียได้ดำเนินการคัดเลือกพื้นที่สำหรับการดำเนินโครงการเอกชนร่วมลงทุนจากพื้นที่เป้าหมาย ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ซึ่งมีเป้าหมายก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 780 แห่ง ในพื้นที่เป้าหมาย 464 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยใช้ปัจจัยในการคัดเลือกพื้นที่เป็นเกณฑ์การให้คะแนน และสามารถสรุปผลการคัดเลือกพื้นที่ โดยจัดเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด จำนวน 11 พื้นที่ คือ

1. ทน.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
2. ทม.ปู่เจ้าสมิงพราย จ.สมุทรปราการ
3. ทน.รังสิต จ.ปทุมธานี
4. ทม.เขารูปช้าง จ.สงขลา
5. ทน.เจ้าพระยาสุรศักดิ์ จ.ชลบุรี
6. ทน.นครศรีธรรมราช จ.นครศรีธรรมราช
7. ทม.เขลางค์นคร จ.ลำปาง
8. ทน.สุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี
9. ทม.นราธิวาส จ.นราธิวาส
10. ทม.ร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด
11. ทม.เพชรบูรณ์ จ.เพชรบูรณ์

โดยโครงการทั้งหมดเป็นโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะตามมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน พ.ศ. 2562 “ด้านการจัดการน้ำ การชลประทาน การประปา การบำบัดน้ำเสีย”

5.6 กลุ่มเป้าหมายลูกค้าในอนาคต

เทศบาลฯ ที่มีการจัดทำข้อตกลงและอยู่ระหว่างการดำเนินการรับจัดสรรงบประมาณก่อสร้างฯ จำนวน 18 แห่ง

ลำดับ	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	จังหวัด	ปีที่ทำข้อตกลง
1	เทศบาลเมืองบึงยี่โถ	จ.ปทุมธานี	2562
2	เทศบาลเมืองคูคต	จ.ปทุมธานี	2562
3	เทศบาลเมืองบางกรวย	จ.นนทบุรี	๒๕๖2
4	เทศบาลเมืองเขารูปช้าง	จ.สงขลา	2563
5	องค์การบริหารส่วนตำบลลาดหลุมแก้ว	จ.ปทุมธานี	2563
6	องค์การบริหารส่วนตำบลไทรน้อย	จ.นนทบุรี	2563
7	เทศบาลตำบลคึกคัก	จ.พังงา	2563
8	องค์การบริหารส่วนตำบลวังตะกู	จ.พิจิตร	2563
9	เทศบาลตำบลกุดจิก	จ.กาฬสินธุ์	2563
10	เทศบาลเมืองสุรินทร์	จ.สุรินทร์	2563
11	เทศบาลตำบลพะวง	จ.สงขลา	2563
12	เทศบาลเมืองสนั่นรักษ์	จ.ปทุมธานี	2563
13	เทศบาลตำบลบ้านแหลม	จ.สุพรรณบุรี	2563
14	องค์การบริหารส่วนตำบลแม่นาง	จ.นนทบุรี	2563
15	เทศบาลเมืองแพรกษาใหม่	จ.สมุทรปราการ	2562
16	องค์การบริหารส่วนตำบลไทรน้อย	จ.นนทบุรี	2562
17	องค์การบริหารส่วนตำบลวังตะกู	จ.นครปฐม	2563
18	เทศบาลเมืองยโสธร (MOU)	จ.ยโสธร	2563

หมายเหตุ กลุ่มเป้าหมายในอนาคต องค์การเจ้าหน้าที่น้ำเสีย จะดำเนินการขยายการดูแลระบบบำบัดน้ำเสียให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อตอบสนองการบริการด้านการจัดการน้ำเสีย และให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการจ่ายค่าบริการบำบัดน้ำเสีย

บทที่ 6

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก
เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566-2570

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT ANALYSIS)

6.1 สรุป SWOT ด้านลูกค้าและตลาด

6.1-1 ประเด็นจุดแข็ง (Strengths : S) ประกอบด้วย 4 ประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 6.1-1 สรุปประเด็นจุดแข็ง (Strengths : S)

จุดแข็ง (Strength)	บูรณาการกับ SP	7-S Model
S1 ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	S4 มีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรูปแบบใหม่ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่	Style
S2 ได้รับความร่วมมือจาก อปท.(ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและเดินระบบบำบัดน้ำเสีย	S7 สามารถจัดตั้งสำนักงานสาขา และขยายกิจการการให้บริการได้ทั่วประเทศ	System
S3 มีการจัดทำโครงสร้างอัตราการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียที่มีมาตรฐาน	-	-
S4 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐานและด้านบริการ	S2 มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญสูงในด้านการบริหารและจัดการน้ำเสียของประเทศไทย	Skill

6.1-2 ประเด็นจุดอ่อน (Weakness : W) ประกอบด้วย 3 ประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 6.1-2 สรุปประเด็นจุดอ่อน (Weakness : W)

จุดอ่อน (Weakness)	บูรณาการกับ SP	7-S Model
W1 ยังไม่มีส่วนงานรับผิดชอบด้านการตลาดโดยตรง	W1 การจัดการโครงสร้างการบริหารงาน การพัฒนาบุคลากร ยังไม่สอดคล้องกับภาระงาน W3 การสื่อสารแบรนด์ WMA ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างยังไม่กว้างขวาง	Staff Style
W2 ขาดพนักงานที่มีองค์ความรู้ด้านการตลาด	W2 การบูรณาการข้อมูลองค์ความรู้ยังไม่ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร	System
W3 มีบุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการด้านลูกค้า	W1 การจัดการโครงสร้างการบริหารงาน การพัฒนาบุคลากร ยังไม่สอดคล้องกับภาระงาน	Staff

6.1-3 ประเด็นโอกาส (Opportunities : O) ประกอบด้วย 9 ประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 6.1-3 สรุปประเด็นโอกาส (Opportunities : O)

โอกาส (Opportunities)	บูรณาการกับ SP	PESTEL Analysis
O1 มีการขยายเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ	O1 รัฐบาล มีนโยบายและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศไทย O5 ระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนยังไม่เพียงพอปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้น O8 มีโอกาสขยายงานเพิ่มเติม เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความต้องการการสนับสนุนด้านการจัดการน้ำเสียผ่านองค์กรจัดการน้ำเสีย	Political Environment Economics
O2 อจน. สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่งเศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวได้เช่น เทศบาลนครแม่สอด และเกาะพีพี	O1 รัฐบาล มีนโยบายและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศไทย	Political
O3 อจน.สามารถนำหลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย PPP : (Polluter Pays Principle)		

6.1-4 ประเด็นภัยคุกคาม (Threats : T) ประกอบด้วย 2 ประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 6.1-4 สรุปประเด็นภัยคุกคาม (Threats : T)

ประเด็นภัยคุกคาม	บูรณาการกับ SP	PESTEL Analysis/ 5 Forces Model
T1 ไม่มีอำนาจในการใช้เทศบัญญัติการ จัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียตาม พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอน การกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	T5 ประเทศไทยยังไม่มีมาตรการจูงใจ และ มาตรการบังคับใช้ตามกฎหมาย ในด้าน การบำบัดน้ำเสียอย่างจริงจัง	Law
T2 แนวท่อบรรณน้ำเสียไม่ครอบคลุมใน เขต อปท. ทำให้การจัดเก็บค่าบริการ บำบัดน้ำเสียยังไม่ครอบคลุมทั่วถึงทุก ครัวเรือน		

6.2 การจัดลำดับความสำคัญของ SWOT

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์การจัดการน้ำเสีย ทั้งที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ด้านลูกค้าในทุกประเด็น แล้วนำมาให้คะแนนและน้ำหนักความสำคัญ สามารถสรุป SWOT ของลูกค้า ได้ดังนี้

6.2-1 การจัดลำดับจุดแข็ง (Strengths : S)

6.2-1 ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นจุดแข็ง (Strengths : S)

ลำดับ	รหัส	จุดแข็ง (Strengths : S)
1	S1	ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2	S4	พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้าน มาตรฐานและด้านบริการ
3	S2	ได้รับความร่วมมือจาก อปท.(ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและเดินระบบบำบัด น้ำเสีย
4	S3	มีการจัดทำโครงสร้างอัตราการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียที่มีมาตรฐาน

6.2-2 การจัดลำดับจุดอ่อน (Weakness: W)

6.2-2 ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นจุดอ่อน (Weakness: W)

ลำดับ	รหัส	จุดอ่อน (Weakness: W)
1	W1	ยังไม่มีส่วนงานรับผิดชอบด้านการตลาดโดยตรง
2	W2	ขาดพนักงานที่มีองค์ความรู้ด้านการตลาด
3	W3	มีบุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการด้านลูกค้า

6.2-3 การจัดลำดับโอกาส (Opportunities: O)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นโอกาส (Opportunities: O)

ลำดับ	รหัส	โอกาส (Opportunities: O)
1	O1	มีการขยายเขตพื้นจัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ
2	O2	สามารถเข้าถึงลูกค้าในพื้นที่เศรษฐกิจและพื้นที่ท่องเที่ยว
3	O3	สามารถนำหลักการก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย (Polluter Pays Principle : PPP)

6.2-4 การจัดลำดับภัยคุกคาม (Threats: T)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นภัยคุกคาม (Threats: T)

ลำดับ	รหัส	ภัยคุกคาม (Threats: T)
1	T1	ไม่มีอำนาจในการใช้เทศบัญญัติการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
2	T2	แนวท่อรวบรวมน้ำเสียไม่ครอบคลุมในเขต อปท. ทำให้การจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียยังไม่ครอบคลุมทั่วถึงทุกครัวเรือน

6.3 สมรรถนะหลักด้านลูกค้า (Core Competency: CC)

6.3-1 ตาราง การวิเคราะห์สมรรถนะหลักขององค์กร

VRIO Framework	คุณค่าของทรัพยากรที่มี ทำให้องค์กรได้เปรียบคู่แข่ง	คู่แข่งไม่สามารถหาทรัพยากรเช่นเดียวกับองค์กรได้	คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนทรัพยากรขององค์กรได้	องค์กรสามารถนำทรัพยากรดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ได้
	V - Value	R - Rarity	I - Inimitable	O - Organized
สมรรถนะหลักในปัจจุบัน				
มีความสามารถในการบริหารจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ	✓	-	-	-
มีความสามารถทางการเงินที่สามารถนำไปสู่การดำเนินงานบริหารจัดการน้ำเสียชุมชน	✓	-	✓	-
การรายงานผล มีความรวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำ	✓	-	-	-
มีการสร้างและรักษาเครือข่ายในการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชน	✓	✓	-	✓
มีการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนอย่างครบวงจร ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	✓	✓	✓	✓

นอกจากนี้สามารถวิเคราะห์สมรรถนะหลักขององค์กรในปัจจุบันที่จำเป็น โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์สมรรถนะหลัก แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับต่ำ ปานกลาง และสูง ภายใต้หัวข้อด้านการสร้างมูลค่า มีความซับซ้อน โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ ดังนี้

6.3-2 ตาราง เกณฑ์การวิเคราะห์สมรรถนะหลักขององค์กร

หัวข้อ	ระดับต่ำ	ระดับปานกลาง	ระดับสูง
สร้างมูลค่า	สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กรในกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต	สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กรในกลุ่มลูกค้าใหม่ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต	สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กรในกลุ่มลูกค้าใหม่ ตลาดใหม่ และอุตสาหกรรมใหม่ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงสามารถสร้าง Brand ให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักในทุกกลุ่มลูกค้า
มีความซับซ้อน	คู่แข่งไม่มีทักษะความสามารถดังกล่าว หากมีการลอกเลียนแบบ จำเป็นต้องใช้เวลามากกว่า 3 ปี	คู่แข่งไม่มีทักษะความสามารถดังกล่าว หากมีการลอกเลียนแบบ จำเป็นต้องใช้เวลามากกว่า 5 ปี	คู่แข่งไม่มีทักษะความสามารถดังกล่าว หากมีการลอกเลียนแบบ จำเป็นต้องใช้เวลามากกว่า 10 ปี

ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า สมรรถนะหลักขององค์กรจัดการน้ำเสียในปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ระดับสูง ทั้ง 2 หัวข้อ จากเกณฑ์การวิเคราะห์สมรรถนะหลักขององค์กรที่จำเป็น โดยเปรียบเทียบกับบริษัทเอกชน ภายในประเทศที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการจัดการน้ำเสีย ซึ่งถือเป็นคู่แข่งขององค์กรจัดการน้ำเสีย สามารถสรุปสมรรถนะหลักขององค์กรที่จำเป็น โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตาราง

6.3-3 ตาราง ผลสรุปสมรรถนะหลักขององค์กร

สมรรถนะหลักขององค์กร	สร้างมูลค่า	มีความซับซ้อน
CC1 : มีการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนอย่างครบวงจร ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	ระดับสูง	ระดับสูง

6.4 ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantages: SA)

SWOT ด้านลูกค้า สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้

6.4-1 ตาราง ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์

ลำดับ	ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์
SA	S1 S2 S3 S4 x O1 O2 นวัตกรรมจัดการน้ำเสีย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยอาศัยพนักงานที่มีความรู้ความสามารถด้านการจัดการน้ำเสีย

6.5 ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges: SC)**6.5-1 ตาราง ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์**

ลำดับ	ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์
SC	W1 W2 W3 x T1 T2 ไม่มีบุคลากรที่ให้บริการด้านการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย และการสำรวจแนวท่อรวบรวมน้ำเสียให้ครอบคลุม อปท. ได้อย่างเพียงพอ

6.6 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective : SO)

องค์การจัดการน้ำเสียได้นำผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective : SO) ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges : SC) มาวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์องค์กร Strategic Objective :SO ดังนี้

6.6-1 การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

องค์ประกอบ	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SA x SC x CC	SO1 : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริการลูกค้า

6.7 การวิเคราะห์ Fact Based ของ SWOT ลูกค้าและตลาด

จุดแข็ง

SWOT	ปัจจัยนำเข้า	Fact Based
S1 ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	อจน.มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียโดยตรง ส่งผลให้สามารถติดต่อประสานกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงทำให้ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	อจน.มีอำนาจหน้าที่ จัดให้มี และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย กับ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่อยู่ใต้ดิน จำนวน 50 พื้นที่ ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์บนพื้นดิน โดยการสร้างนวัตกรรมบนพื้นดิน เช่น สนามฟุตบอล พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ สนามไตรฟ กอล์ฟ
S2 ได้รับความร่วมมือจาก อปท. (ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและเดินระบบบำบัดน้ำเสีย	พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	อจน. ลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) และบันทึกข้อตกลงร่วมระหว่าง อปท.และ อจน.
S3 มีการจัดทำโครงสร้างอัตราการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียที่มีมาตรฐาน	ประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ปี 2563 เรื่องการกำหนดค่าบริการบำบัดน้ำเสีย	มติคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม ปี 2563 ให้ผู้ก่อมลพิษต้องเป็นผู้จ่ายค่าบริการบำบัดน้ำเสีย
S4 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐาน และด้านบริการ	คุณสมบัติของพนักงานตรงตามที่ อจน. ระบุไว้ในข้อบังคับ อจน. ที่ 57	มีการจัดตั้งคณะทำงาน/ คณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ทุกพื้นที่ ที่ อจน. ดำเนินการ

จุดอ่อน

SWOT	ปัจจัยนำเข้า	Fact Based
W1 ยังไม่มีส่วนงานรับผิดชอบด้าน การตลาดโดยตรง	โครงสร้างอัตรากำลัง	ยังไม่มีโครงสร้างด้านลูกค้าและ ตลาด โดยตรง
W2 ขาดพนักงานที่มีองค์ความรู้ด้าน การตลาด	ระเบียบข้อบังคับ อจน.ที่ 57 ว่า ด้วย การจัดแบ่งส่วนฯ พ.ศ. 2554	ยังไม่มีการบรรจุพนักงานด้าน การตลาด โดยตรง ประกอบด้วย พนักงานในส่วนงานที่รับผิดชอบ ด้านลูกค้าและตลาด มีจำนวน 10 คน ซึ่งไม่ได้จบในสาขาการตลาด
W3 มีบุคลากรไม่เพียงพอต่อการ ให้บริการด้านลูกค้า	โครงสร้างอัตรากำลัง	ปัจจุบันพนักงานในส่วนที่ รับผิดชอบด้านลูกค้ามีจำนวน 10 คน ประกอบกับมีพื้นที่ที่เข้าบริหาร จัดการฯเพิ่มมากขึ้นท ทำให้ไม่ สามารถบริการลูกค้าได้ทั่วถึงและ ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า

โอกาส

SWOT	ปัจจัยนำเข้า	Fact Based
O1 มีการขยายเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ ทั่วประเทศ	การจัดทำบันทึกทำข้อตกลงร่วม (MOA) ระหว่าง อจน. และ อปท.	มติ ครม. วันที่ 22 ก.ย. 2563 เรื่อง การกำหนดพื้นที่จัดการน้ำเสีย เพิ่มเติมให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
O2 สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่ง พื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ได้เช่น ทน. แม่สอด จ.ตาก ทม.มุกดาหาร จ. มุกดาหาร ทม.กาญจนบุรี จ. กาญจนบุรี และแหล่งท่องเที่ยว เกาะพีพี จ.กระบี่	การจัดทำบันทึกทำข้อตกลงร่วม (MOA) ระหว่าง อจน. และ อปท.	องค์การจัดการน้ำเสียได้เข้าบริหาร จัดการระบบบำบัดน้ำเสียในพื้นที่ ทน.แม่สอด ทม.มุกดาหาร ทม. กาญจนบุรี และซึ่งรัฐบาลได้มี ประกาศนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจ พิเศษ ที่ 1/58 และที่ 2/58
O3 กฎหมายกำหนดให้นำหลักการ ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย (Polluter Pays Principle : PPP)	การบังคับใช้กฎหมายท้องถิ่น (เทศบัญญัติการจัดเก็บค่าบริการ บำบัดน้ำเสีย)	พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษา คุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 มาตรา 72

ภัยคุกคาม

SWOT	ปัจจัยนำเข้า	Fact Based
T1 ไม่มีอำนาจในการใช้เทศบัญญัติการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	เทศบัญญัติการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย	1. พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2. พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535
T2 แนวท่อบรรณน้ำเสียไม่ครอบคลุมในเขต อปท. ทำให้การจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียยังไม่ครอบคลุมทั่วถึงทุกครัวเรือน	งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	มติการประชุมคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ปี 2535 พิจารณาการยกเว้นการจัดการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย กับบ้านเรือน ที่พักอาศัย ซึ่งเป็นผู้ใช้รายย่อย

6.7-1 การวิเคราะห์ Fact Based ของ SWOT ลูกค้าและตลาด

จุดแข็ง

SWOT	น้ำหนัก	คะแนนที่เราให้	คะแนนรวม
S1 ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4	4	16
S2 ได้รับความร่วมมือจาก อปท.(ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและเดินระบบบำบัดน้ำเสีย	4	2	8
S3 มีการจัดทำโครงสร้างอัตราการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียที่มีมาตรฐาน	4	1	4
S4 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐานและด้านบริการ	4	3	12

จุดอ่อน

SWOT	น้ำหนัก	คะแนนที่เราให้	คะแนนรวม
W1 ยังไม่มีส่วนงานรับผิดชอบด้านการตลาดโดยตรง	4	4	16
W2 ขาดพนักงานที่มีองค์ความรู้ด้านการตลาด	4	3	12
W3 มีบุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการด้านลูกค้า	4	2	8

โอกาส

SWOT	น้ำหนัก	คะแนนที่เราให้	คะแนนรวม
O1 มีการขยายเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ	4	4	16
O2 อจน. สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่งเศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวได้เช่น เทศบาลนครแม่สอด และเกาะพีพี	4	3	12
O3 อจน.สามารถนำหลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย (Polluter Pays Principle : PPP)	4	2	8

อุปสรรค

SWOT	น้ำหนัก	คะแนนที่เราให้	คะแนนรวม
T1 ไม่มีอำนาจในการใช้เทศบัญญัติการเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	4	4	16
T2 แนวท่อบรรณน้ำเสียไม่ครอบคลุมในเขต อปท. ทำให้การเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียยังไม่ครอบคลุมทั่วถึงทุกครัวเรือน	4	3	12

ความสำคัญของคะแนน

1 หมายถึง น้อย 2 หมายถึง ปานกลาง 3 หมายถึง มาก 4 หมายถึง มากที่สุด

บทที่ 7

ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566-2570

(ทบทวนครั้งที่ 1)

ความเชื่อมโยงแผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ทบทวนครั้งที่ 2)
กับแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด 2566-2570 (ทบทวนครั้งที่ 1) ดังนี้

แผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริการลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กิจกรรมที่ 1.1 โครงการให้คำปรึกษาด้านการจัดการน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 1.2 โครงการพัฒนาบุคลากรด้านลูกค้าและตลาด

กลยุทธ์ที่ 2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.1 แผนบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.2 แผนการประชาสัมพันธ์การจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 2.3 โครงการสำรวจความพึงพอใจ และพัฒนาช่องทางจัดการข้อร้องเรียน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบการจัดเก็บรายได้จากลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาระบบสารสนเทศในการสนับสนุนลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.1.1 พัฒนาโครงการระบบการจัดเก็บรายได้

กิจกรรมที่ 2.1.2 โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

กลยุทธ์ที่ 2.2 ขยายฐานการบริการลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.2.1 ขยายพื้นที่การให้บริการลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.2.2 จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าใหม่

แผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ทบทวนครั้งที่ 2)



วิสัยทัศน์/Vision

บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



พันธกิจ/Mission

- ออกแบบ ก่อสร้าง และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
- ปรับปรุงฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
- ให้บริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ
- การพัฒนานวัตกรรมระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์/Strategic Objectives

SO1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2
เพิ่มขีดความสามารถการก่อสร้างและการลงทุน	พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
กลยุทธ์ 1.1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย	กลยุทธ์ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า
กลยุทธ์ 1.2 ร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน	กลยุทธ์ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

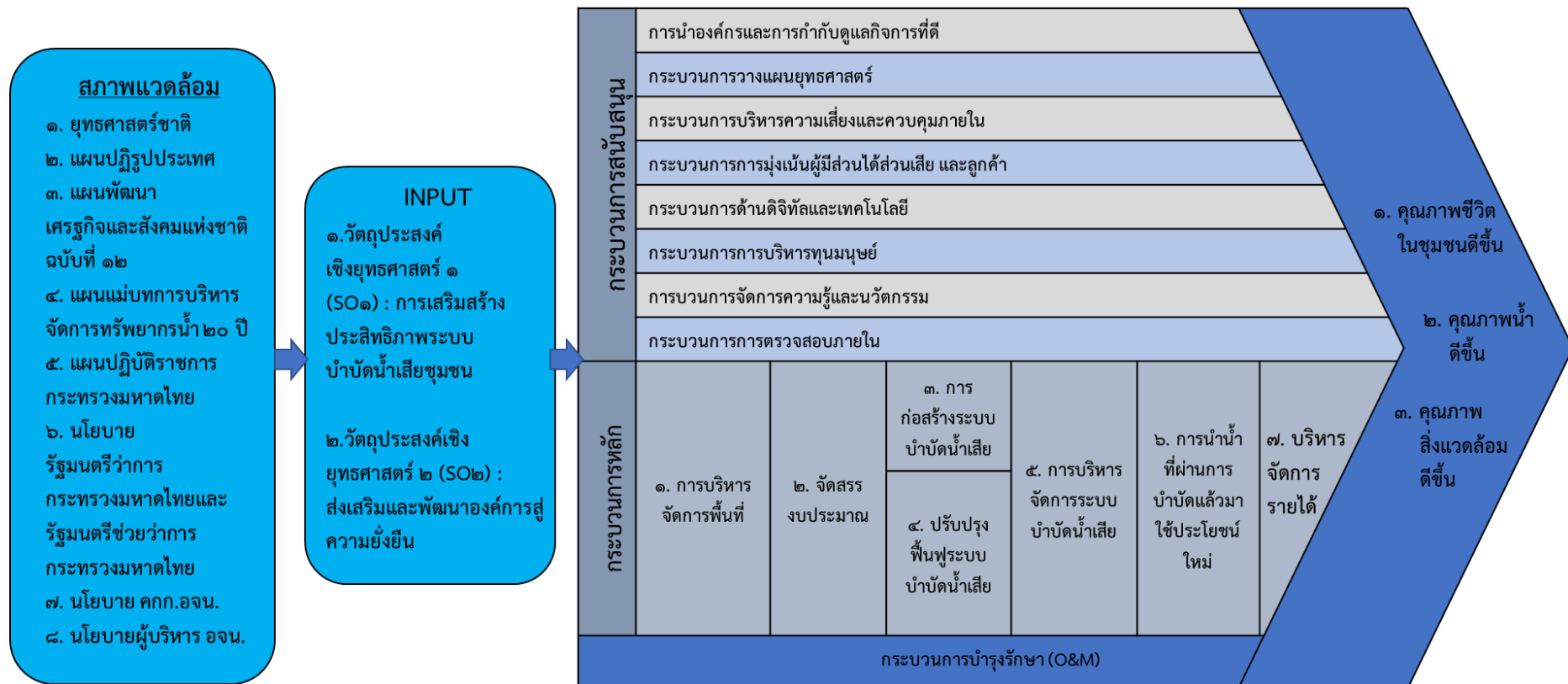
SO2 ส่งเสริมและพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4
พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง	วิจัยและพัฒนา
กลยุทธ์ 3.1 พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร	กลยุทธ์ 4.1 ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร
กลยุทธ์ 3.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย	กลยุทธ์ 4.2 พัฒนากระบวนการบริหารจัดการน้ำเสียตามหลักเศรษฐกิจแบบองค์รวม (Bio-Circular-Green Economy: BCG)

SO3 พัฒนางองค์กรสู่ความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 5	ยุทธศาสตร์ที่ 6
พัฒนางองค์กรให้มีขนาดเหมาะสมและมีขีดสมรรถนะสูง	เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและพัฒนาเครือข่ายอย่างบูรณาการ
กลยุทธ์ 5.1 ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและอัตราค่าสิ่งใหม่ที่เหมาะสม	กลยุทธ์ 6.1 เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง
กลยุทธ์ 5.2 ส่งเสริมกระบวนการปฏิบัติงานการจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบ	กลยุทธ์ 6.2 พัฒนาเครือข่ายและ การดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)
กลยุทธ์ 5.3 พัฒนานวัตกรรมให้มีศักยภาพพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	

กระบวนการหลักและกระบวนการสนับสนุน



แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570 (ทบทวนครั้งที่ 1)

ยุทธศาสตร์องค์กร
ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการ
ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

SO วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริการน้ำเสียชุมชนให้กับลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า		ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบการจัดเก็บรายได้จากลูกค้า			
กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า		กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาระบบสารสนเทศในการสนับสนุนลูกค้า			
กลยุทธ์ที่ 2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า		กลยุทธ์ที่ 2.2 ขยายฐานการบริการลูกค้า			
	ช่วงเวลา	ค่าเป้าหมาย		ตัวชี้วัด	งบประมาณ หน่วย:บาท
		ผลผลิต	ผลลัพธ์		
1. โครงการให้คำปรึกษาด้านการจัดการน้ำเสีย	2566-2570	อปท.มีความรู้ด้านการจัดการน้ำเสีย จำนวนไม่น้อยกว่า 100 คน	อปท.ลงนามให้ความร่วมมือกับ อจน. ในการเข้ารับบริหารจัดการระบบฯ	จำนวน 10 MOA/ปี	
2. แผนฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรด้านลูกค้าและตลาด	2566-2570	พนักงานได้รับการพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด ไม่น้อยกว่า 10	ผู้รับการอบรมได้รับความรู้ ด้านลูกค้าและตลาด	จำนวน 10 คน/ปี	
3. แผนบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	2566-2570	จำนวนพื้นที่ ที่ร่วมเซ็นลงนาม กับ อจน.	จำนวนพื้นที่ที่ อจน. เข้าดำเนินการบริหารจัดการฯ	จำนวน 1 พื้นที่/ปี	
4. แผนการประชาสัมพันธ์การจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย	2566-2570	จัดทำของที่ระลึกสำหรับการประชาสัมพันธ์จัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียขององค์กร	เป็นการประชาสัมพันธ์องค์กร และเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนยินดีร่วมชำระค่าบริการบำบัดน้ำเสีย	พื้นที่รับบริการ 10 พื้นที่/ปี	300,000
5. โครงการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาช่องทางจัดการข้อร้องเรียน	2566-2570	แบบสำรวจความพึงพอใจของ อปท. ที่มีต่อ อจน. จำนวน 1 โครงการ	ได้ผลสรุปการสำรวจความพึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ของ อปท. ที่มีต่อ อจน.	อปท.มีความพึงพอใจ ร้อยละ 80-90	300,000
6. แผนปรับปรุงพัฒนาระบบการจัดเก็บรายได้	2566	โครงการพัฒนาระบบจัดเก็บรายได้ จำนวน 1 โครงการ	มีผลิตภัณฑ์และบริการตามแผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	จำนวน 8 พื้นที่/ปี	500,000
7. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	2566-2570	สำรวจพื้นที่ดำเนินการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียและออกแบบผลิตภัณฑ์ พร้อมเข้าดำเนินการก่อสร้างและบริหารจัดการฯ	แผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ตามจำนวนพื้นที่ ที่ อจน. ที่ได้รับจัดสรรงบประมาณ	จำนวน 8 พื้นที่/ปี	
8. ขยายพื้นที่การให้บริการลูกค้า	2566-2570	จัดทำแผนสำรวจแนวท่อรวบรวมน้ำเสีย	ได้จำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น	100 คน/พื้นที่	
9. จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าใหม่	2566-2570	จัดทำแผนข้อมูลลูกค้า พร้อมลงสำรวจพื้นที่เพื่อรวบรวมลูกค้าใหม่	ได้จำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น	30 คน/พื้นที่	

บทที่ 8

การกำหนดช่องทางในการให้บริการลูกค้า

8.1 การรับฟังลูกค้า

องค์การจําดการน้ำเสีัย ได้กําหนดให้มึนโยบายด้านการปฏิบัติต่อกูกค้ํา ตลาด ผลิตภักษ์และบริการขององค์การจําดการน้ำเสีัย เพื่อเป็นกรอบแนวทวงระเบียบวิธีปฏิบัติในการจําดการข้อร้องเรียน โดยมีระบบและช่องทางให้ลูกค้ํา ร้องเรียน เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้ําและกรให้บริการอย่างมีประสิทธิภักษ์ เพื่อที่องค์กรจะสมารถแก้ไขปัญหาลูกค้ําได้ อย่างรวดเร็วและเหมาะสม โดยได้กําหนด 2 ช่องทวง

ช่องทางที่ 1 ตามเงื่อนไซข้อตกลงกรให้บริการรับบริการจําดการระบบบําดน้ำเสีัยรวม โดยในข้อตกลงข้อ 3. ทั้งสองฝายตกปฏิบัติหน้าที่ร่วมกัน ดังนี้ ให้มีคณะกรรมการกํากับดูแลบริการจําดการระบบบําดน้ำเสีัยฯ ประกอบด้วย กรรรมการไม่เกิน 7 คน ได้แก่ ผู้แทนเทศบาลฯ ผู้แทน อจน. ในสัดส่วนเท้ําเทียมกันและผู้แทนกรทรวงทรรพยากรธรรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 1 คน โดยมีอํานาจหน้าที่ของคณะกรรมการกํากับดูแลกรบริการจําดการระบบบําดน้ำเสีัยฯ เช่น 1.กํากับดูแลกิจกรรมโดยพิจารณาแผนดําเนินกรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภักษ์ 2.พิจารณาวิญญัยประเด็นปัญหา และข้อขัดแย้งจากกรดําเนินกิจกรรม 3.พิจารณารายการทรรพยสินที่เปลี่ยนแปลง 4.ประเมินผลกรดําเนินกรตามข้อตกลงทุก ระยะเวลา 3 เดือน

วิธีการและกระบวนการแต่งตั้งคณะกรรมการกํากับดูแลบริการจําดการระบบบําดน้ำเสีัย

1. อจน.จะดําเนินกรจําดทำหนังสือเชิญเทศบาล เพื่อแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการ
2. อจน.ได้ทำหนังสือเชิญผู้แทนกรทรวงทรรพยากรธรรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยจะเป็นตัวแทนจากสํานักงานสิ่งแวดล้อม และสํานักงานทรรพยากรธรรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
3. อจน.แต่งตั้งคณะกรรมการหรือผู้แทนกรดําเนินกรตามข้อตกลงกรให้บริการรับบริการจําดการระบบบําดน้ำเสีัยรวม คณะกรรรมการมีอํานาจหน้าที่

- 1) กํากับดูแลกิจกรรมโดยพิจารณาแผนดําเนินกรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภักษ์
- 2) พิจารณาวินญัยประเด็นปัญหา และข้อขัดแย้งจากกรดําเนินกร
- 3) พิจารณารายการทรรพยสินที่เปลี่ยนแปลง
- 4) ประเมินผลกรดําเนินกรตามข้อตกลงทุก

โดยในการประชุมคณะกรรมการคณะกํากับดูแลกรบริการจําดการระบบบําดน้ำเสีัย จะมีการประเมินผลกรดําเนินกรตามข้อตกลงฯ ที่ได้ระบุไว้ในข้อ 4

ช่องทางที่ 2 ได้มีการจําดทำแบบสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้ํา) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ผลกรวิเคราะห์ที่แสดงถึงระดับความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการบําดน้ำเสีัยขององค์การจําดการน้ำเสีัยและสมารถกําหนดแนวทวงในการจําดทำแผนงานกรเข้าถึงบริการลูกค้ํา โดยได้กําหนดขั้นตอนของแต่ละประเด็นประกอบด้วย

- ด้านกระบวนการ ได้แก่ รูปแบบ/ขั้นตอน ระยะเวลาการทำงาน และความถูกต้องในการบริการขององค์กร
- ด้านคุณภาพการให้บริการด้านต่าง ๆ
- ด้านช่องทางการรับฟังผ่านสื่อต่าง ๆ

วิธีการและกระบวนการดำเนินการออกแบบสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- 1) อจน.จัดทำบันทึกขออนุมัติหลักการโครงการสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการบำบัดน้ำเสียขององค์กรจัดการน้ำเสีย ประจำปีบัญชี 2566
- 2) ออกแบบสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการบำบัดน้ำเสีย เสนอ ผู้บริหาร อจน. ให้ความเห็นชอบแบบสำรวจฯ
- 3) จัดทำหนังสือนำเสนอแบบสำรวจความพึงพอใจฯ กิ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- 4) สรุปรายวิเคราะห์ผลสำรวจฯ จะสามารถใช้ประกอบการบริการรับฟังลูกค้า และเป็นแนวทางการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผล พร้อมทั้งความผูกพันของลูกค้า

8.2 การจัดการข้อร้องเรียน

องค์กรจัดการน้ำเสีย ได้กำหนดช่องทางรับข้อร้องเรียน 8 ช่องทาง ประกอบด้วย

1. Website : www.wma.or.th หน้าweb → ติดต่อเรา ⇨ แจ้งเรื่องร้องเรียน
2. Facebook : องค์กรจัดการน้ำเสีย โดยการส่งข้อความ
3. IG : องค์กรจัดการน้ำเสีย
4. Twitter องค์กรจัดการน้ำเสีย
5. Line : สำนักงานจัดการน้ำเสีย ที่ติดต่อประสานงานกับ อปท. (อปท.)
6. หนังสือ/จดหมาย ☰
7. ทางโทรศัพท์หน่วยงาน ☎ 0 2273 8530-39
8. สำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา จำนวน 53 แห่ง

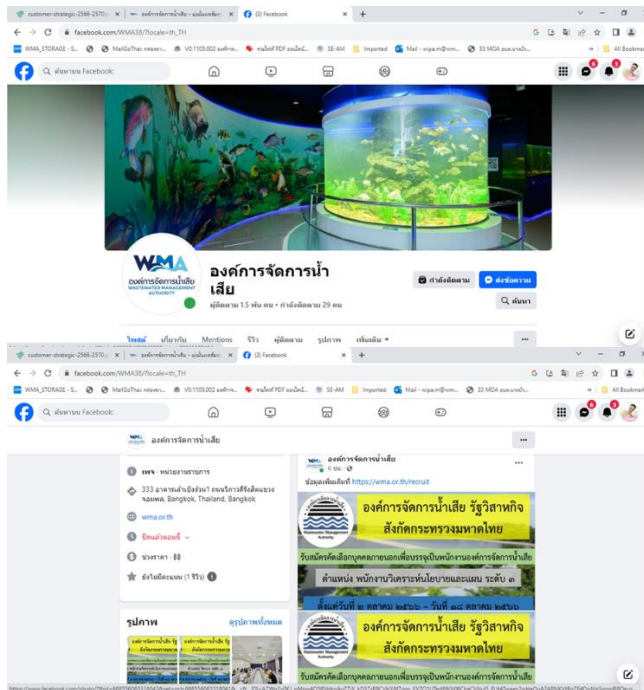
8.2.1 กระบวนการการรับข้อร้องเรียน บน Social Media

เขียนคำร้องหน้า website

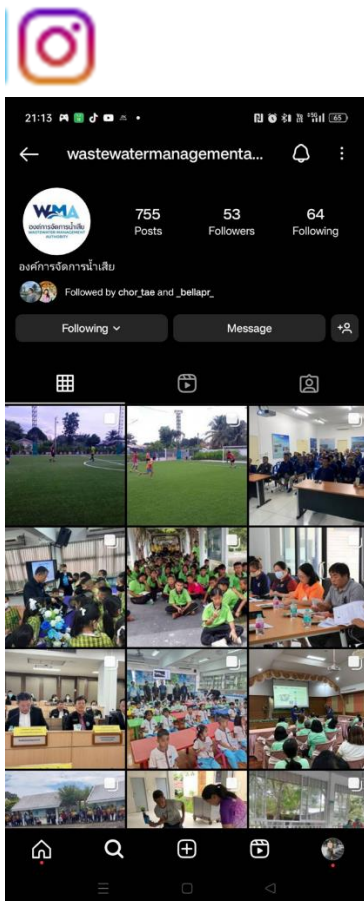
The image shows a screenshot of the WMA (Wastewater Management Authority) website. The page is titled "แจ้งเรื่องร้องเรียนการทุจริตและประพฤติมิชอบ" (Report Corruption and Misconduct). Below the title, there is a sub-heading "กรุณากรอกรายละเอียดของจุดและเรื่องที่ต้องการร้องเรียน" (Please provide details of the point and issue you want to report). The form is divided into three main sections:

- แจ้งผู้ขอ/ผู้พินิจผล (Reporter/Reviewer):** This section includes input fields for "ชื่อ-นามสกุล" (Name-Surname), "หมายเลขบัตรประชาชน" (ID Number), "หมายเลขโทรศัพท์" (Phone Number), "อีเมล" (Email), and "ที่อยู่ในการติดต่อ" (Contact Address).
- แจ้งผู้ถูกกล่าวหา (Accused):** This section includes input fields for "ชื่อ-นามสกุล" (Name-Surname), "หมายเลขบัตรประชาชน (หากไม่ทราบให้ระบุว่ามีกรณี -)" (ID Number (if unknown, specify the case -)), "ตำแหน่ง" (Position), and "รายละเอียดผู้ถูกกล่าวหา" (Details of the accused).
- แจ้งข้อเท็จจริง (Details):** This section includes a "ไฟล์หลักฐาน" (Evidence File) field with a "Choose File" button and a note "(ขนาดไฟล์ไม่เกิน 20 MB)", and a larger "รายละเอียด" (Details) text area. A "ส่งข้อร้องเรียน" (Submit Complaint) button is located at the bottom of this section.

1. Facebook : องค์การจัดการน้ำเสีย โดยการส่งข้อความ



2. IG : องค์การจัดการน้ำเสีย



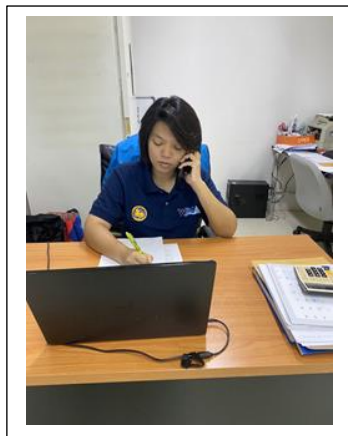
3. Twitter : องค์การจัดการน้ำเสีย



4. Line : สำนักงานจัดการน้ำเสีย ที่ติดต่อประสานงานกับ อปท. (อปท.)

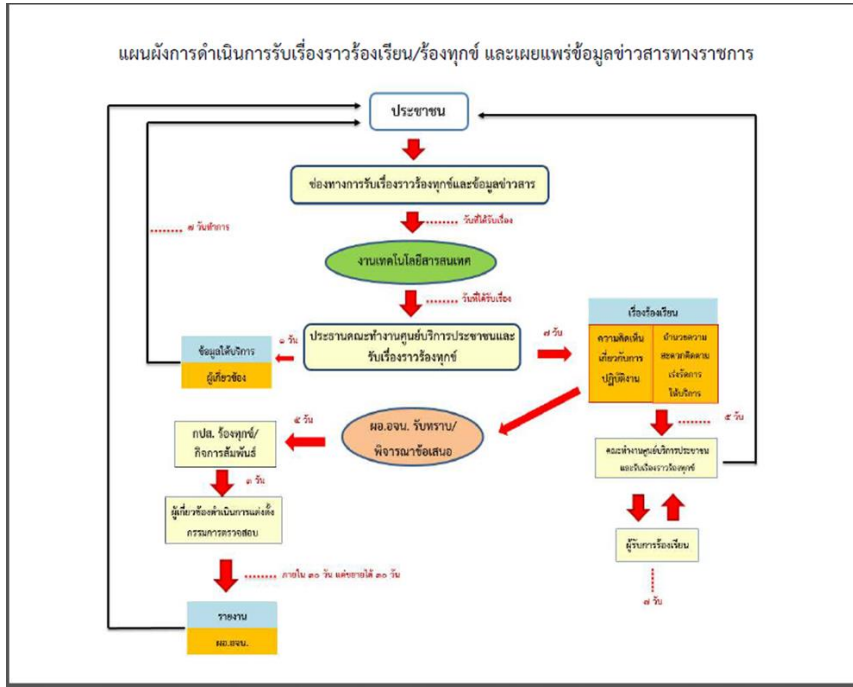


7. สำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา จำนวน 53 แห่ง

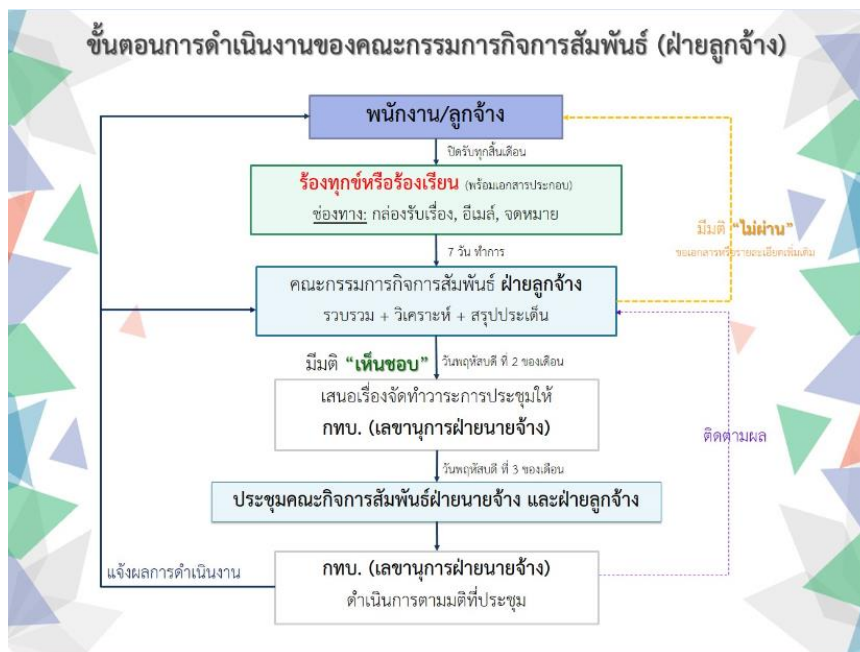


8.2.2 กระบวนการการรับข้อร้องเรียน

1) ช่องทางการรับข้อร้องเรียนบุคคลภายนอก



2) ช่องทางการรับร้องเรียนภายใน และร้องเรียนเรื่องการทุจริตของพนักงานและลูกจ้าง ประกอบด้วย ผังขั้นตอนร้องเรียน/ร้องทุกข์



แบบฟอร์มร้องเรียน

แบบฟอร์มร้องเรียนเรื่องทุกข์ใจคณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ฝ่ายลูกค้า

วันที่ยื่นใบคำร้อง _____ วันที่ได้รับเรื่อง _____

ช่องทางในการร้องเรียน ไปรษณีย์ อีเมล

โทรศัพท์ โทรสาร ส่งไปรษณีย์

ประสงค์ออกนาม

ชื่อ-สกุล _____

ตำแหน่ง _____ ปีเกิด _____

ไม่ประสงค์ออกนาม

ประเด็นเรื่องร้องเรียน/ข้อพิพาท

สิทธิประโยชน์

ขอความช่วยเหลือ

ข้อเสนอแนะ

เรื่อง _____

รายละเอียด _____

เอกสารแนบ (ส่งเฉพาะกรณีข้อพิพาท) _____

หมายเหตุ : ปีที่รับใบคำร้องเป็นวันสุดท้ายของเดือน เพื่อคณะกรรมการฝ่ายลูกค้าจะได้รวบรวมเรื่องเสนอในที่ประชุมต่อไป

แบบฟอร์มคำร้องกิจการสัมพันธ์

แบบฟอร์มใบคำร้องถึงคณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ฝ่ายลูกค้า

วันที่ยื่นใบคำร้อง _____ วันที่ได้รับเรื่อง _____

ช่องทางในการยื่นคำร้อง ไปด้วยใบคำร้อง

E-mail

ไปรษณีย์

ไม่ประสงค์ออกนาม

ประสงค์ออกนาม ชื่อ - นามสกุล _____

ประเด็น/คำร้อง ที่ต้องการร้องต่อคณะกรรมการกิจการสัมพันธ์

เกี่ยวกับการให้บริการ/ สวัสดิการด้านต่างๆ

ขอความช่วยเหลือ

ข้อเสนอแนะ

เรื่อง _____

รายละเอียด _____

เอกสารประกอบที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) _____

แนวทาง/ ข้อเสนอแนะ _____

หมายเหตุ : ปีที่รับใบคำร้องเป็นวันสุดท้ายของเดือน เพื่อคณะกรรมการฝ่ายลูกค้าจะได้รวบรวมเรื่องเสนอในที่ประชุมต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยคณะทำงานฯ ในรูปแบบ Google Form

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. คำนวณหาค่าร้อยละของคำตอบเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้ในการหาค่าเฉลี่ย (Mean)

2.1 การแจกแจงหาความถี่ของแต่ละระดับ กำหนดค่าน้ำหนักมาตราส่วนของคำถาม คือ

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

2.2 หาค่าคะแนนเฉลี่ยของแต่ละระดับ โดยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. ค่าร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)

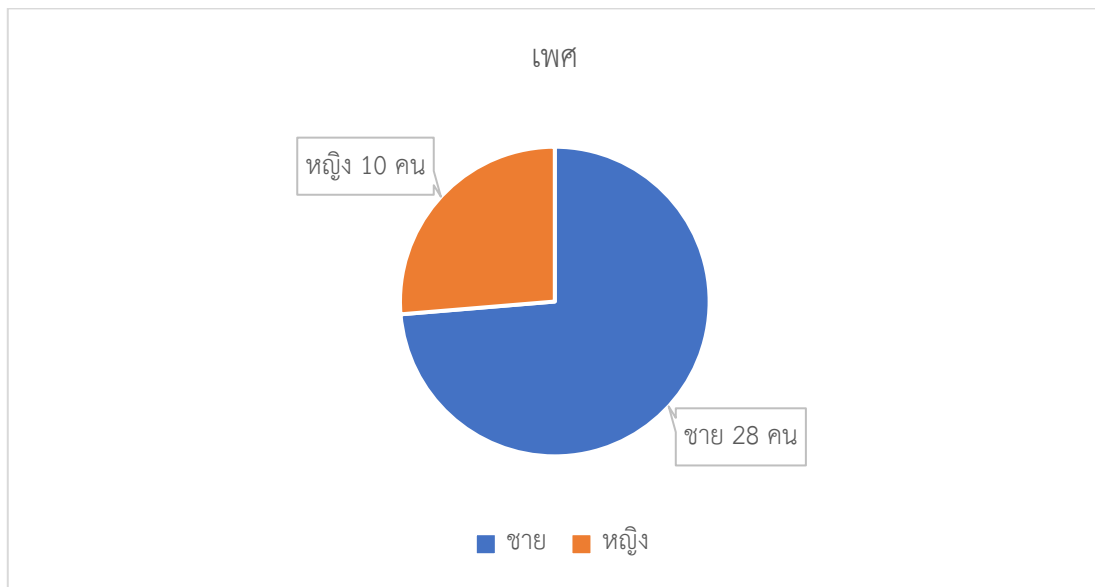
กลุ่มที่ 1 ความคิดเห็นของบริษัท ห้าง ร้าน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

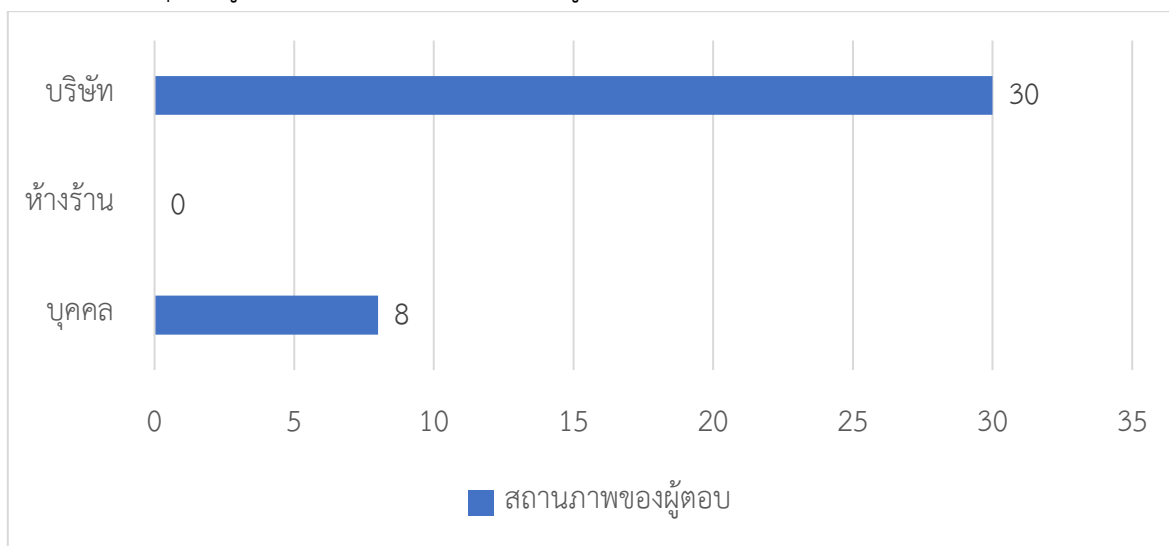
กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้จำนวน 38 คน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กราฟที่ 1 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกตามเพศ



กราฟที่ 2 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกสถานภาพของผู้ตอบ



ท่านได้มีการติดต่อกับ อจน. ในการบริการเรื่องใด

1. โครงการบำบัดน้ำเสีย
2. ติดต่อกับเจ้าหน้าที่ในเรื่องต่างๆ
3. งานก่อสร้าง
4. บริษัทผู้รับจ้าง,จัดซื้อจัดจ้าง
5. ประชุมงานโครงการต่างๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจจัดการน้ำเสีย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจจัดการน้ำเสีย						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. การทักทายต้อนรับ	27 (71.05)	9 (23.68)	2 (5.26)	0 (0)	0 (0)	4.66	มากที่สุด	
2. การแต่งกาย	22 (57.89)	15 (39.47)	1 (2.63)	0 (0)	0 (0)	4.55	มากที่สุด	
3. กิริยามารยาท	22 (57.89)	14 (36.84)	2 (5.26)	0 (0)	0 (0)	4.52	มากที่สุด	
4. ความพร้อมในการให้บริการ	25 (65.79)	10 (26.32)	3 (7.89)	0 (0)	0 (0)	4.58	มากที่สุด	
5. ความรวดเร็วในการให้บริการ	23 (60.53)	13 (34.21)	2 (5.26)	0 (0)	0 (0)	4.56	มากที่สุด	
6. การแจ้งข้อมูลความก้าวหน้าของงาน	21 (55.26)	15 (39.47)	2 (5.26)	0 (0)	0 (0)	4.50	มากที่สุด	
7. ความถูกต้องครบถ้วนของงานที่บริการ	22 (57.89)	15 (39.47)	1 (2.63)	0 (0)	0 (0)	4.55	มากที่สุด	
8. การให้คำปรึกษาแนะนำ	20 (52.63)	16 (42.11)	2 (5.26)	0 (0)	0 (0)	4.47	มาก	
9. สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ	16 (42.11)	19 (50.00)	3 (7.89)	0 (0)	0 (0)	4.46	มาก	
10. ความยืดหยุ่นในการให้บริการ	18 (47.37)	15 (39.47)	5 (13.16)	0 (0)	0 (0)	4.34	มาก	
11. การดูแลและสอบถามความต้องการของลูกค้า	20 (52.63)	16 (42.11)	2 (5.26)	0 (0)	0 (0)	4.47	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม						4.51	มากที่สุด	

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการให้บริการ

1. ขอให้เพิ่มช่องทางการบริการทางสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย
2. ควรมีอาคารสำนักงานเป็นของ อจน. เอง

***** มากที่ = 100

มาก = 80

$(700 + 320) / 11 = 92$

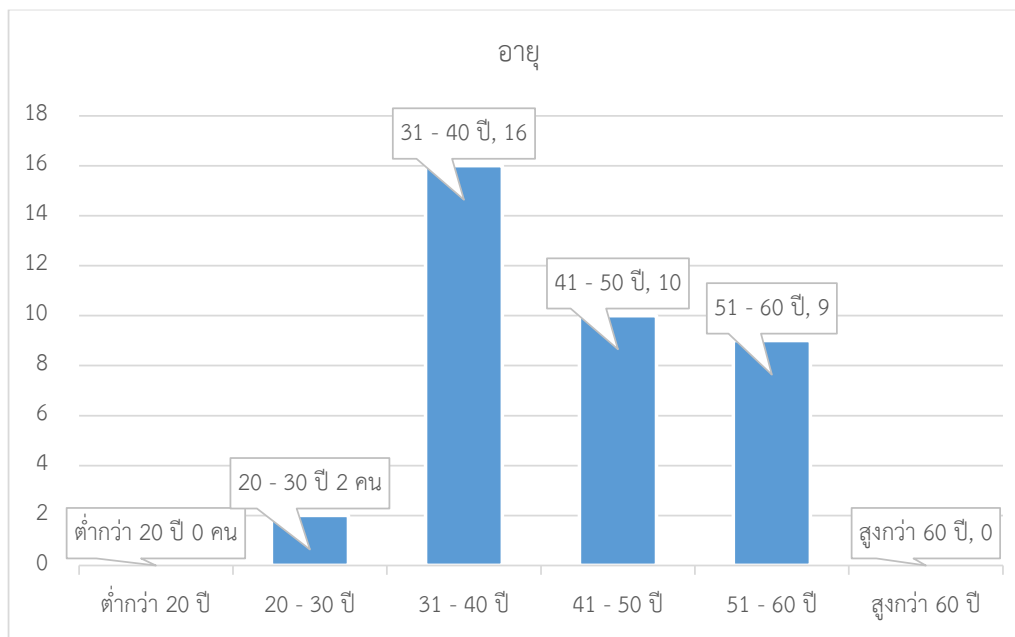
กลุ่มที่ 2 ความคิดเห็นด้านทรัพยากรบุคคลขององค์การจัดการน้ำเสีย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

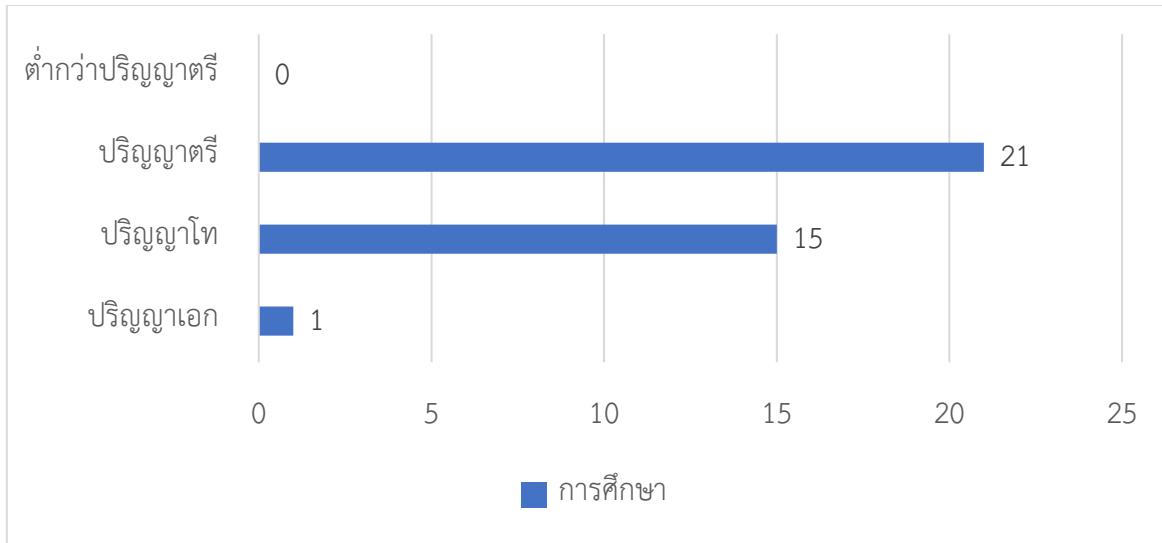
กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้จำนวน ๓๗ คน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

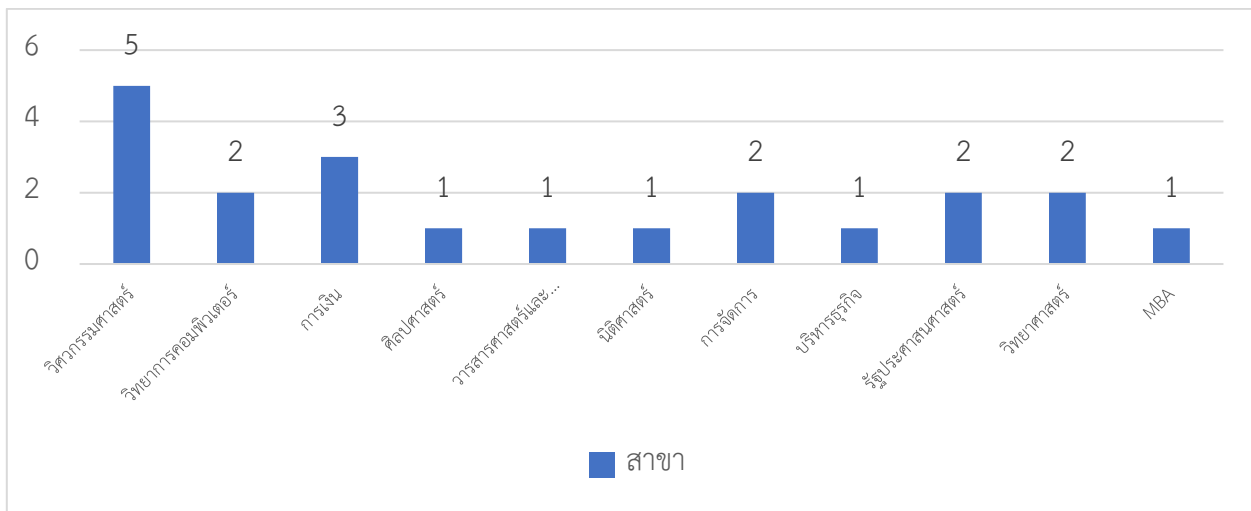
กราฟที่ 1 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกตามอายุ



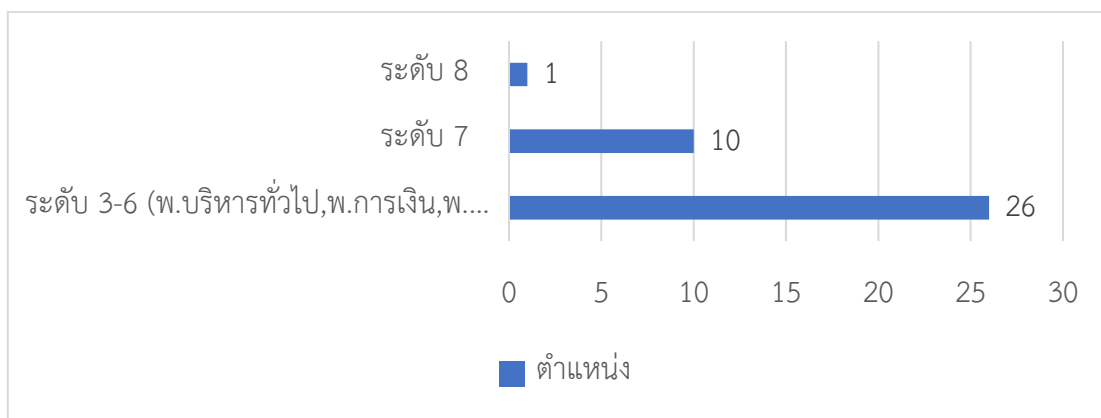
กราฟที่ 2 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกตามการศึกษา



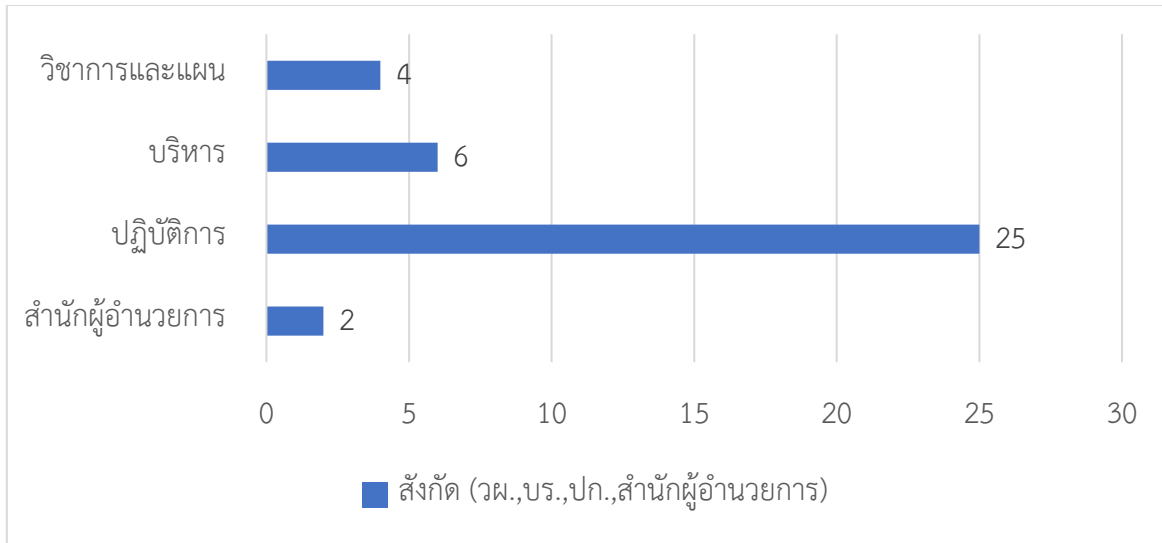
กราฟที่ 3 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกตามสาขา (ไม่บังคับตอบ)



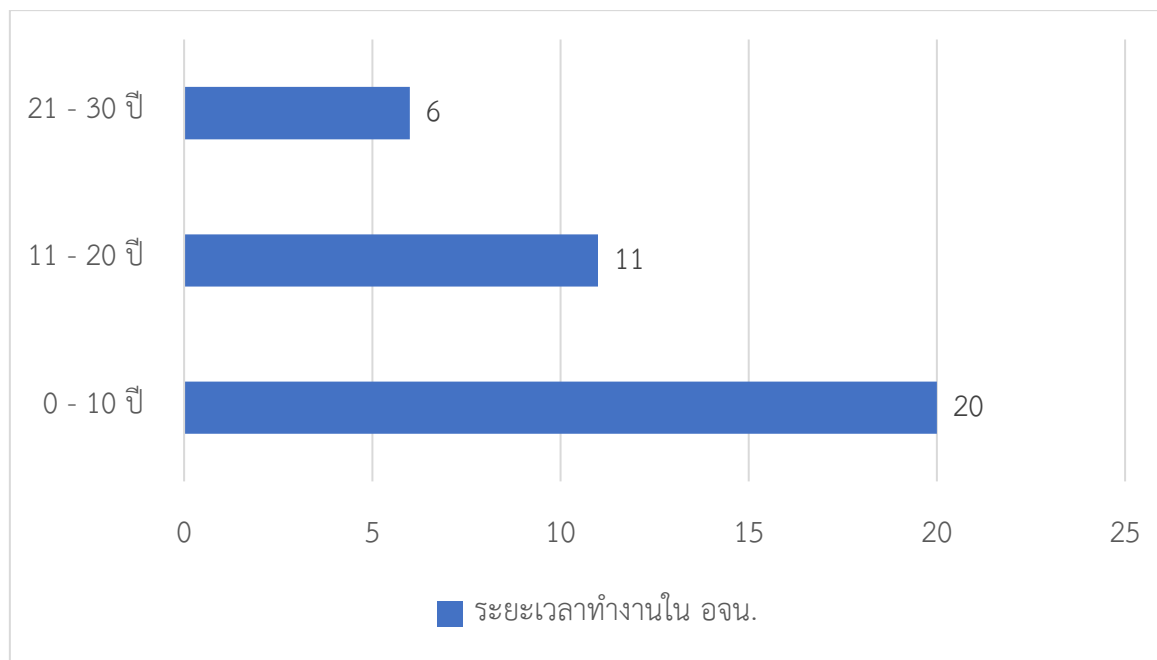
กราฟที่ 4 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกตามตำแหน่ง/ระดับ



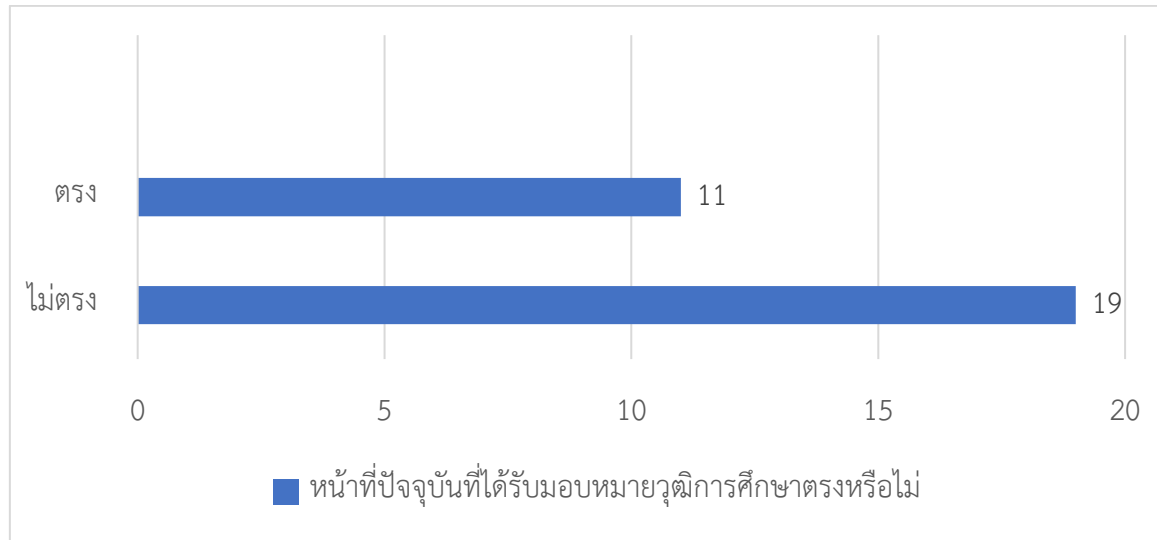
กราฟที่ 5 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกตามสังกัด



กราฟที่ 6 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาที่ทำงานใน อจน.



กราฟที่ 7 แสดงผลสรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับหน้าที่ปัจจุบันที่ได้รับมอบหมาย ต้องใช้ทักษะด้านใดในการปฏิบัติหน้าที่ และวุฒิการศึกษาตรงกับงานในหน้าที่หรือไม่



ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path)

ความพึงพอใจด้าน ความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path)	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์กรจัดการน้ำเสีย						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ท่านมีโอกาสในการเติบโตและก้าวหน้าในสายอาชีพของท่าน	6 (16.22)	12 (32.43)	18 (48.65)	1 (2.70)	0 (0)		3.62	มาก
2. ท่านได้รับการพัฒนาทักษะและความสามารถเพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นเสมอ	4 (10.81)	13 (35.14)	17 (45.94)	2 (5.41)	1 (2.70)		3.47	มาก
3. เส้นทางในการเติบโตในสายอาชีพของท่านมีความชัดเจน	4 (10.81)	14 (37.84)	18 (48.65)	1 (2.70)	0 (0)		3.56	มาก
4. ท่านได้รับการประเมินเพื่อการเลื่อนตำแหน่งอย่างเป็นธรรม	10 (27.03)	9 (24.32)	16 (43.24)	2 (5.41)	0 (0)		3.73	มาก
5. ท่านมีความรู้ความเข้าใจในเกณฑ์และแนวทางการประเมินเพื่อเลื่อนตำแหน่งหรือสร้างความสำเร็จของท่านอย่างชัดเจน	8 (21.62)	14 (37.84)	14 (37.84)	1 (2.70)	0 (0)		3.78	มาก
6. มีตำแหน่งระดับสูงเพียงพอต่อการวางแผนทางเดินสายอาชีพที่เป็นระบบในองค์กรจัดการน้ำเสีย	6 (16.22)	11 (29.73)	17 (45.94)	3 (8.11)	0 (0)		3.54	มาก
7. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับโอกาสก้าวหน้าในการทำงานมากนักน้อยเพียงใด	9 (24.32)	8 (21.62)	18 (48.65)	1 (2.70)	1 (2.70)		3.62	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.62	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นด้านผลตอบแทน

ความพึงพอใจด้านผลตอบแทน	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การเจ้าหน้าที่						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ท่านได้รับเงินเดือนในระดับสูงเมื่อเทียบกับองค์กรอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกันในตลาดเอกชน/ภาครัฐวิสาหกิจ	4 (10.81)	6 (16.22)	19 (51.35)	4 (10.81)	4 (10.81)	3.06	ปานกลาง	
2. ท่านได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์อื่นๆ ในระดับสูง เมื่อเทียบกับองค์กรอื่นๆ ในตลาดเอกชน/ภาครัฐวิสาหกิจ	2 (5.41)	10 (27.03)	20 (54.05)	5 (13.51)	0 (0)	3.24	ปานกลาง	
3. มีการส่งเสริมและชื่นชมเมื่อผลงานได้ดีเด่น	3 (8.11)	11 (29.73)	19 (51.35)	3 (8.11)	1 (2.70)	3.65	มาก	
4. มีการเลื่อนเงินเดือนที่โปร่งใสและยุติธรรม	3 (8.11)	14 (37.84)	16 (43.24)	4 (10.81)	0 (0)	3.44	ปานกลาง	
5. มีเงินแรกบรรจุที่ตั้งดูดีผู้มีศักยภาพสูงเข้ามาใน อจน.	2 (5.41)	8 (21.62)	15 (40.54)	5 (13.51)	7 (18.92)	2.81	ปานกลาง	
6. มีการประเมินผลการปฏิบัติประจำปีที่ยุติธรรม	3 (8.11)	15 (40.54)	16 (43.24)	3 (8.11)	0 (0)	3.49	ปานกลาง	
7. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลตอบแทนมากน้อยเพียงใด	3 (8.11)	11 (29.73)	18 (48.64)	3 (8.11)	2 (5.41)	3.27	ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม						3.28	ปานกลาง	

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นด้านคุณภาพชีวิต

ความพึงพอใจด้านคุณภาพชีวิต	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์กรจัดการน้ำเสีย						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. หน่วยงานของท่านมีเวลาการทำงานที่ไม่แน่นอน	1 (2.70)	10 (27.03)	19 (51.35)	2 (5.41)	5 (13.51)	3.01	ปานกลาง	
2. งานที่ท่านรับผิดชอบอยู่จำเป็นต้องใช้ชั่วโมงการทำงานที่ยาวนาน	2 (5.41)	10 (27.03)	22 (59.46)	1 (2.70)	2 (5.41)	3.23	ปานกลาง	
3. บ่อยครั้งที่ท่านต้องทำงานล่วงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวันหยุด	3 (8.11)	7 (18.92)	15 (40.54)	6 (16.22)	6 (16.22)	2.87	ปานกลาง	
4. งานที่ท่านรับผิดชอบอยู่ทำให้ท่านไม่มีเวลาส่วนตัว	1 (2.70)	9 (24.32)	19 (51.35)	3 (8.11)	5 (13.51)	2.95	ปานกลาง	
5. มีความยืดหยุ่นในเวลางานของข้าพเจ้า เช่น เปลี่ยนเวลางานทำงานได้ ฯลฯ	3 (8.11)	5 (13.51)	17 (45.95)	7 (18.92)	5 (13.51)	2.85	ปานกลาง	
6. มีกิจกรรมสานสัมพันธ์ และนันทนาการต่าง ที่สร้างให้เกิดสมดุลระหว่างชีวิตทำงานและชีวิตส่วนตัว	2 (5.41)	7 (18.92)	14 (37.84)	10 (27.03)	4 (10.81)	2.82	ปานกลาง	
7. อจน. มีบรรยากาศในการทำงานที่ทันสมัยและตรงกับความต้องการของท่าน	2 (5.41)	8 (21.62)	17 (45.95)	9 (24.32)	1 (2.70)	3.03	ปานกลาง	
8. กิจกรรมและนันทนาการตรงกับความต้องการของท่าน	2 (5.41)	5 (13.51)	17 (45.95)	12 (32.43)	1 (2.70)	3.19	ปานกลาง	
9. หน่วยงานของท่านทำให้การทำงานเป็นไปอย่างมีความสุข	3 (8.11)	8 (21.62)	22 (59.46)	3 (8.11)	1 (2.70)	3.24	ปานกลาง	
10. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตมากน้อยเพียงใด	3 (8.11)	10 (27.03)	21 (56.76)	3 (8.11)	0 (0)	3.35	ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม						3.05	ปานกลาง	

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นด้านผู้นำองค์กร (ตำแหน่งระดับสำนักขึ้นไป)

ความพึงพอใจด้านผู้นำองค์กร (ตำแหน่งระดับสำนักขึ้นไป)	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์กรจัดการน้ำเสีย						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ผู้นำในองค์กรจัดการน้ำเสียสามารถเป็นต้นแบบที่ดีให้แก่เจ้าหน้าที่ระดับอื่นๆในองค์กร	5 (13.51)	16 (43.24)	15 (40.54)	1 (2.70)	0 (0)		3.68	มาก
2. ผู้บริหารระดับสูงสามารถนำพาองค์กรจัดการน้ำเสียไปสู่ความสำเร็จ	8 (21.62)	13 (35.13)	14 (37.84)	2 (5.41)	0 (0)		3.74	มาก
3. ผู้นำให้ความสำคัญกับบุคลากรภายใน	4 (10.81)	12 (32.43)	17 (45.95)	4 (10.81)	0 (0)		3.44	ปานกลาง
4. ผู้นำให้ความสำคัญกับผู้รับบริการภายนอก	6 (16.22)	19 (51.35)	12 (32.43)	0 (0)	0 (0)		3.83	มาก
5. ผู้นำให้ความสำคัญกับระบบธรรมาภิบาล(Good Governance)	8 (21.62)	14 (37.84)	14 (37.84)	1 (2.70)	0 (0)		3.78	มาก
6. ผู้นำมีความโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล	8 (21.62)	11 (29.73)	17 (45.95)	1 (2.70)	0 (0)		3.70	มาก
7. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับผู้นำองค์กรมากน้อยเพียงใด	9 (24.32)	12 (32.43)	15 (40.54)	1 (2.70)	0 (0)		3.79	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.71	มาก

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นด้านคุณภาพของงาน

ความพึงพอใจด้าน คุณภาพของงาน	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์กรจัดการน้ำเสีย						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. งานที่ท่านทำตรงตามวุฒิการศึกษา	9 (24.32)	10 (27.03)	13 (35.13)	2 (5.41)	3 (8.11)		3.54	มาก
2. งานของท่านมีความท้าทายและมีการเรียนรู้ไม่หยุดนิ่ง	10 (27.03)	15 (40.54)	10 (27.03)	2 (5.41)	0 (0)		3.89	มาก
3. ท่านมีอิสระในการตัดสินใจเพื่อความสำเร็จในงานของท่าน	7 (18.92)	11 (29.73)	15 (40.54)	3 (8.11)	1 (2.70)		3.55	มาก
4. มีการพัฒนาที่เหมาะสมให้ท่านสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	6 (16.22)	10 (27.03)	17 (45.94)	3 (8.11)	1 (2.70)		3.46	ปานกลาง
5. ท่านได้รับมอบหมายที่ตรงกับความถนัดและความสามารถ	9 (24.32)	9 (24.32)	16 (43.24)	3 (8.11)	0 (0)		3.65	มาก
6. ท่านได้รับมอบหมายงานที่ตรงกับความสนใจส่วนตัวของท่าน	6 (16.22)	11 (29.73)	15 (40.54)	4 (10.81)	1 (2.70)		3.47	มาก
7. ท่านรู้สึกว่าคุณมีบทบาทและความสำคัญต่อองค์กร	7 (18.92)	11 (29.73)	17 (45.94)	1 (2.70)	1 (2.70)		3.60	มาก
8. ท่านได้รับเวลาในการทำงานที่เหมาะสมกับปริมาณงาน	7 (18.92)	15 (40.54)	12 (32.43)	3 (8.11)	0 (0)		3.70	มาก
9. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพของงานมากน้อยเพียงใด	9 (24.32)	14 (37.84)	14 (37.84)	0 (0)	0 (0)		3.87	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.64	มาก

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Work Environment)

ความพึงพอใจด้าน สภาพแวดล้อมในการทำงาน	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การเจ้าหน้าที่						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีความปลอดภัย	6 (16.22)	16 (43.24)	12 (32.43)	3 (8.11)	0 (0)	3.67	มาก	
2. ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถรองรับการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4 (10.81)	12 (32.43)	16 (43.24)	5 (13.51)	0 (0)	3.41	ปานกลาง	
3. มีฐานข้อมูลที่จำเป็นเพียงพอต่อการทำงาน	4 (10.81)	13 (35.14)	18 (48.65)	2 (5.40)	0 (0)	3.52	มาก	
4. มีกระบวนการสื่อสารที่ทั่วถึงและครอบคลุม	7 (18.92)	13 (35.14)	16 (43.24)	1 (2.70)	0 (0)	3.71	มาก	
5. มีระบบงานและกระบวนการที่เหมาะสม	5 (13.51)	10 (27.03)	18 (48.65)	4 (10.81)	0 (0)	3.44	ปานกลาง	
6. มีอุปกรณ์สำนักงานที่จำเป็นเพียงพอต่อการทำงาน	6 (16.22)	9 (24.32)	14 (37.84)	6 (16.22)	2 (5.41)	3.29	ปานกลาง	
7. กระบวนการในการทำงานมีความยืดหยุ่น และรวดเร็ว	4 (10.81)	10 (27.03)	18 (48.65)	4 (10.81)	1 (2.70)	3.33	ปานกลาง	
8. สภาพแวดล้อมทางกายภาพในหน่วยงาน เช่น ห้องทำงาน แสงและเสียงเอื้ออำนวยต่อการทำงาน	7 (18.92)	13 (35.14)	14 (37.84)	3 (8.11)	0 (0)	3.66	มาก	
9. ได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงานในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	10 (27.03)	12 (32.43)	14 (37.84)	1 (2.70)	0 (0)	3.84	มาก	
10. มีพนักงานใน กอง/ฝ่าย เพียงพอต่อปริมาณงาน	4 (10.81)	9 (24.32)	12 (32.43)	8 (21.62)	4 (10.81)	3.02	ปานกลาง	
11. เมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน ได้รับทราบข้อมูล และมีการประชุมร่วมกันเพื่อหาแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสม	4 (10.81)	13 (35.14)	17 (45.94)	2 (5.41)	1 (2.70)	3.47	ปานกลาง	
12. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานมากน้อยเพียงใด	5 (13.51)	12 (32.43)	17 (45.94)	3 (8.11)	0 (0)	3.52	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม						3.49	ปานกลาง	

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นด้านความผูกพันขององค์กร

ความพึงพอใจด้าน ความผูกพันขององค์กร	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจ้การน้ำเสีย						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ท่านจะกล่าวถึง อจน. ในแง่บวกเสมอ	14 (37.84)	12 (32.43)	10 (27.03)	0 (0)	1 (2.70)		4.03	มาก
2. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาทำงานใน อจน.	9 (24.32)	10 (27.03)	17 (45.95)	1 (2.70)	0 (0)		3.73	มาก
3. ท่านคิดว่าจะทำงานให้ อจน. จนเกษียณอายุ	13 (35.14)	10 (27.03)	12 (32.43)	1 (2.70)	1 (2.70)		3.89	มาก
4. ท่านกระตือรือร้นในการค้นหาวิธี พัฒนางานของตนเองอยู่เสมอ	13 (35.14)	16 (43.24)	8 (21.62)	0 (0)	0 (0)		4.14	มาก
5. ท่านได้รับงานที่หลากหลายและตรงกับ ความสามารถของท่าน	9 (24.32)	13 (35.14)	13 (35.14)	1 (2.70)	1 (2.70)		3.76	มาก
6. ท่านได้ทุ่มเททำงานให้กับ อจน. อย่าง เต็มที่	18 (48.65)	13 (35.14)	6 (16.22)	0 (0)	0 (0)		4.33	มาก
7. ท่านจะทำงานให้สำเร็จโดยเร็วและมี ประสิทธิภาพเนื่องจากรู้ว่าจะงานมีคุณค่าต่อ สังคม	16 (43.24)	13 (35.14)	8 (21.62)	0 (0)	0 (0)		4.22	มาก
8. หากเห็นว่า อจน. เป็นองค์กรที่มี ชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในสังคม	9 (24.32)	13 (35.14)	14 (37.84)	1 (2.70)	0 (0)		3.82	มาก
9. ท่านให้เกียรติต่อองค์กรและเพื่อน ร่วมงานเสมอ	18 (48.65)	14 (37.84)	5 (13.51)	0 (0)	0 (0)		4.35	มาก
10. ท่านมีความผูกพันต่อองค์กร (อจน.) อย่างเต็มที่	15 (40.54)	12 (32.43)	9 (24.32)	1 (2.70)	0 (0)		4.11	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.04	มาก

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความผูกพัน

ควรจัดให้มีกิจกรรมสานสัมพันธ์ สันทนาการ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ภายในองค์กร

ท่านมีความคิดเห็น ความต้องการ ความคาดหวังต่อ ฝ่าย/กอง อื่นอย่างไร

- การทำงานที่ช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อ และสนับสนุนกัน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และเพิ่มความรับผิดชอบต่อหน้าที่แต่ละคนให้มากขึ้น
- การสนับสนุนทางด้านงบประมาณด้วยการทำงานที่รวดเร็วขึ้น
- การเพิ่มความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง กอง ฝ่าย ให้มากขึ้น

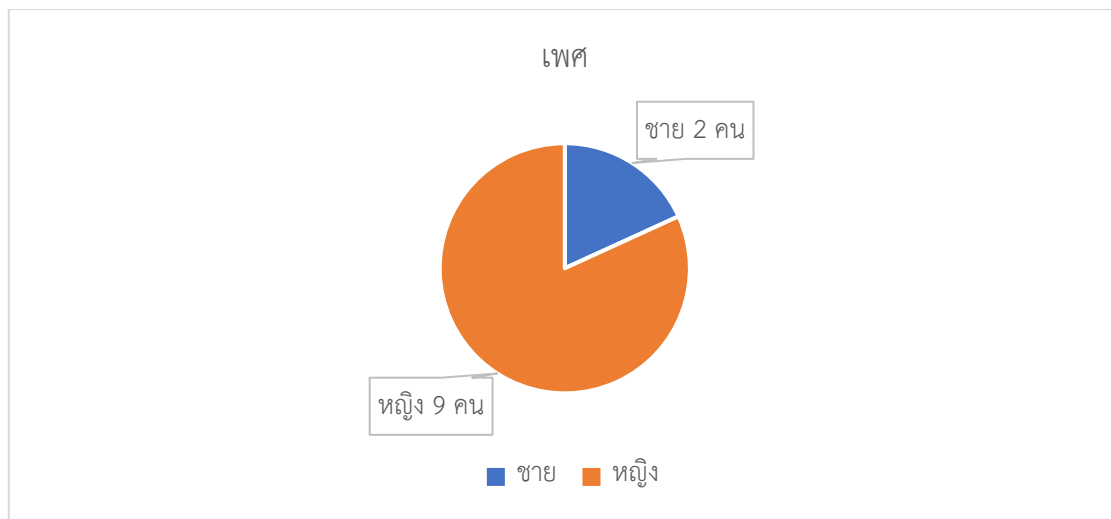
กลุ่มที่ 3 ความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

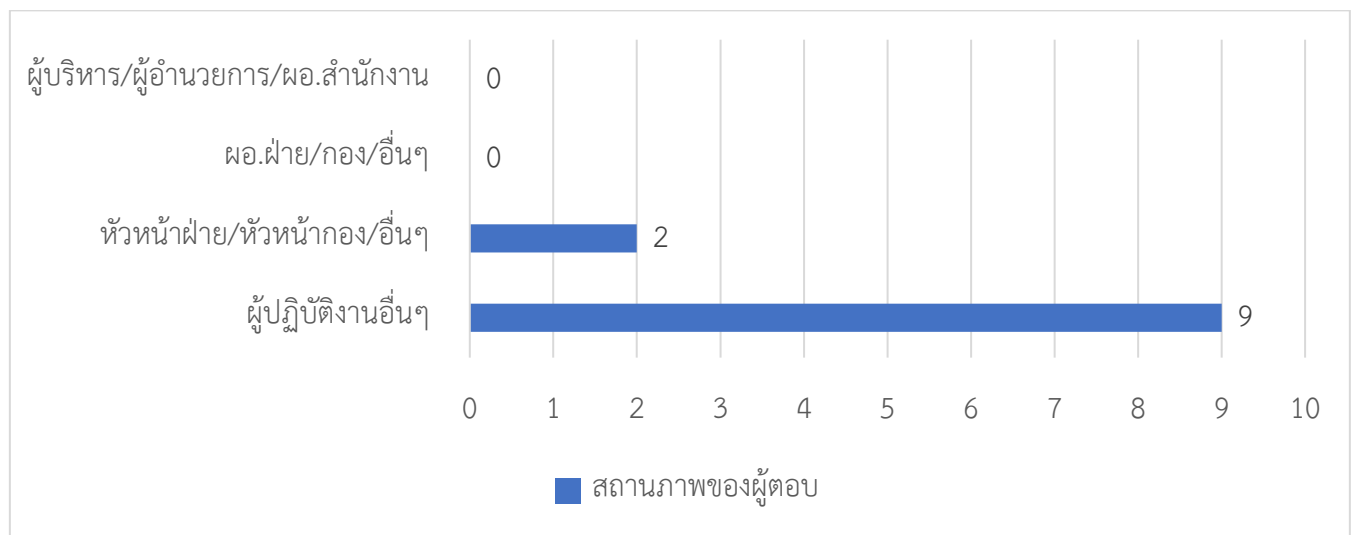
กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้จำนวน ๑๑ คน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กราฟที่ 1 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกตามเพศ



กราฟที่ 2 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกสถานภาพของผู้ตอบ



ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจักษุการน้ำเสีย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามด้านรูปแบบ/ขั้นตอน

ด้านรูปแบบ/ขั้นตอน	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจักษุการน้ำเสีย						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. การประสานงานระหว่างหน่วยงานท่าน และ อจน. มีความสะดวก รวดเร็ว	4 (36.36)	5 (45.45)	2 (18.18)	0 (0)	0 (0)	4.19	มาก	
2. อจน. มีการกำหนดกระบวนการขั้นตอนการดำเนินงานที่ชัดเจน และมีการสื่อสารให้หน่วยงานท่านทราบ	3 (27.27)	5 (45.45)	3 (27.27)	0 (0)	0 (0)	4.00	มาก	
3. การแลกเปลี่ยนความรู้หน่วยงานและ อจน. ในพื้นที่	4 (36.36)	4 (36.36)	3 (27.27)	0 (0)	0 (0)	4.09	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม						4.09	มาก	

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามด้านระยะเวลาการทำงาน

ด้านระยะเวลาการทำงาน	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจักษุการน้ำเสีย						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับการประสานงานระหว่างหน่วยงานท่าน และ อจน. สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาทันทีที่ได้รับแจ้ง	2 (18.18)	8 (72.73)	1 (9.09)	0 (0)	0 (0)	4.09	มาก	
2. อจน. มีการกำหนดระยะเวลาการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของ อจน. ที่ชัดเจนและรวดเร็ว	3 (27.27)	7 (63.64)	1 (9.09)	0 (0)	0 (0)	4.18	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม						4.14	มาก	

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามด้านความถูกต้อง

ด้านความถูกต้อง	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจํานวนน้ำเสีย						
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. อจน. ดำเนินการภายใต้นโยบายของรัฐได้อย่างถูกต้อง	5 (45.45)	4 (36.36)	2 (18.18)	0 (0)	0 (0)	4.27	มาก
2. อจน. บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้คุณภาพสิ่งแวดล้อมเทศบาลดีขึ้น	6 (54.55)	3 (27.27)	2 (18.18)	0 (0)	0 (0)	4.37	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.32	มาก

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามด้านคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ

ด้านคุณภาพการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจํานวนน้ำเสีย						
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. คุณภาพน้ำที่ผ่านการบำบัดได้มาตรฐานตามที่กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้กำหนด	6 (54.55)	3 (27.27)	2 (18.18)	0 (0)	0 (0)	4.37	มาก
2. หน่วยงานของท่านได้รับรู้ว่ามีน้ำเสียได้รับการบำบัด และสามารถลดปัญหาน้ำเสียของท้องถิ่นได้จริง	4 (36.36)	4 (36.36)	3 (27.27)	0 (0)	0 (0)	4.09	มาก
3. การดำเนินงานของ อจน. ทำให้ท่านมีความเชื่อมั่นต่อการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	5 (45.45)	4 (36.36)	2 (18.18)	0 (0)	0 (0)	4.27	มาก
4. การให้ความรู้กับประชาชนของ อจน. ช่วยกระตุ้นให้ชาวบ้านมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมทางน้ำ	6 (54.55)	1 (9.09)	4 (36.36)	0 (0)	0 (0)	4.18	มาก
5. การประชาสัมพันธ์ของ อจน. ช่วยกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมทางน้ำ	6 (54.55)	1 (9.09)	4 (36.36)	0 (0)	0 (0)	4.18	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.22	มาก

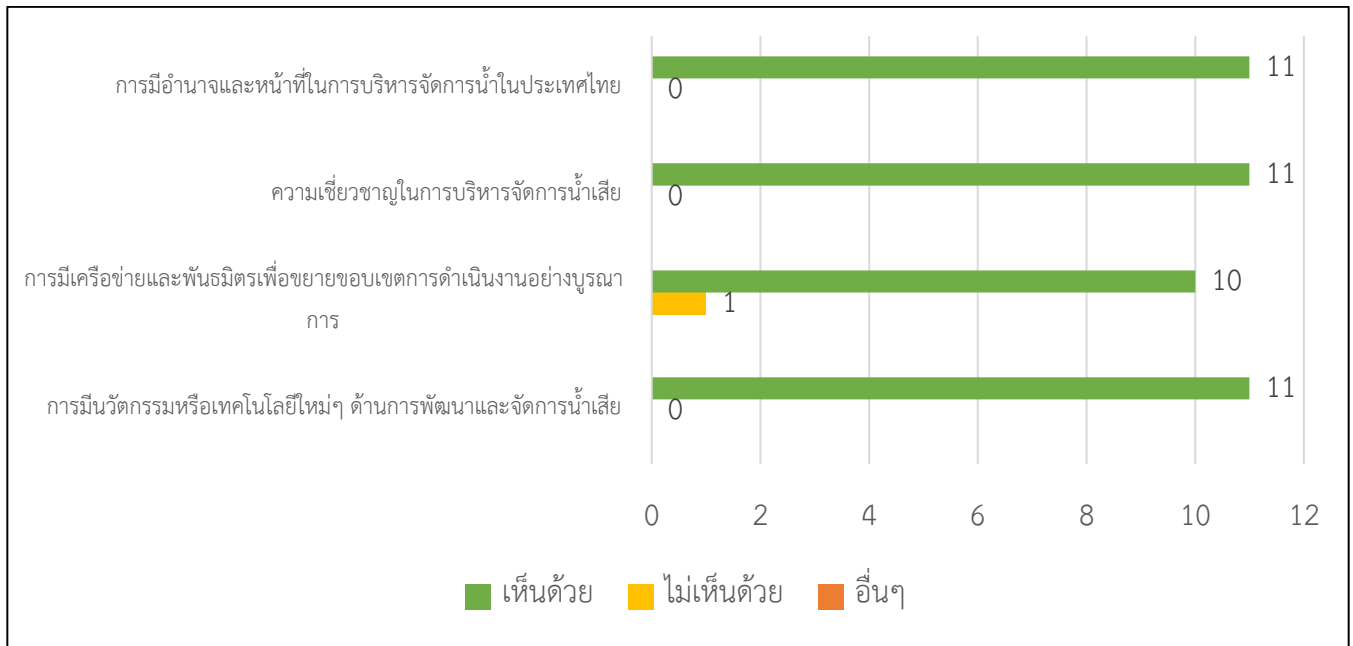
ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การบริการน้ำเสีย						
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ท่านพอใจในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของ อจน.	2 (18.18)	7 (63.64)	2 (18.18)	0 (0)	0 (0)	4.01	มาก
2. ท่านพอใจในการให้คำปรึกษาและการบริการในด้านต่างๆ ของเจ้าหน้าที่ อจน.	7 (63.64)	2 (18.18)	2 (18.18)	0 (0)	0 (0)	4.46	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.24	มาก

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามด้านภาพลักษณ์ อจน.

ด้านภาพลักษณ์ อจน.	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การบริการน้ำเสีย						
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ท่านเคยรู้จักผลงานของ อจน.	4 (36.36)	4 (36.36)	3 (27.27)	0 (0)	0 (0)	4.09	มาก
2. ท่านตัดสินใจและให้ความไว้วางใจ อจน. เข้าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	4 (36.36)	5 (45.45)	2 (18.18)	0 (0)	0 (0)	4.19	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.14	มาก

กราฟที่ 3 แสดงผลสรุปด้านความยั่งยืน



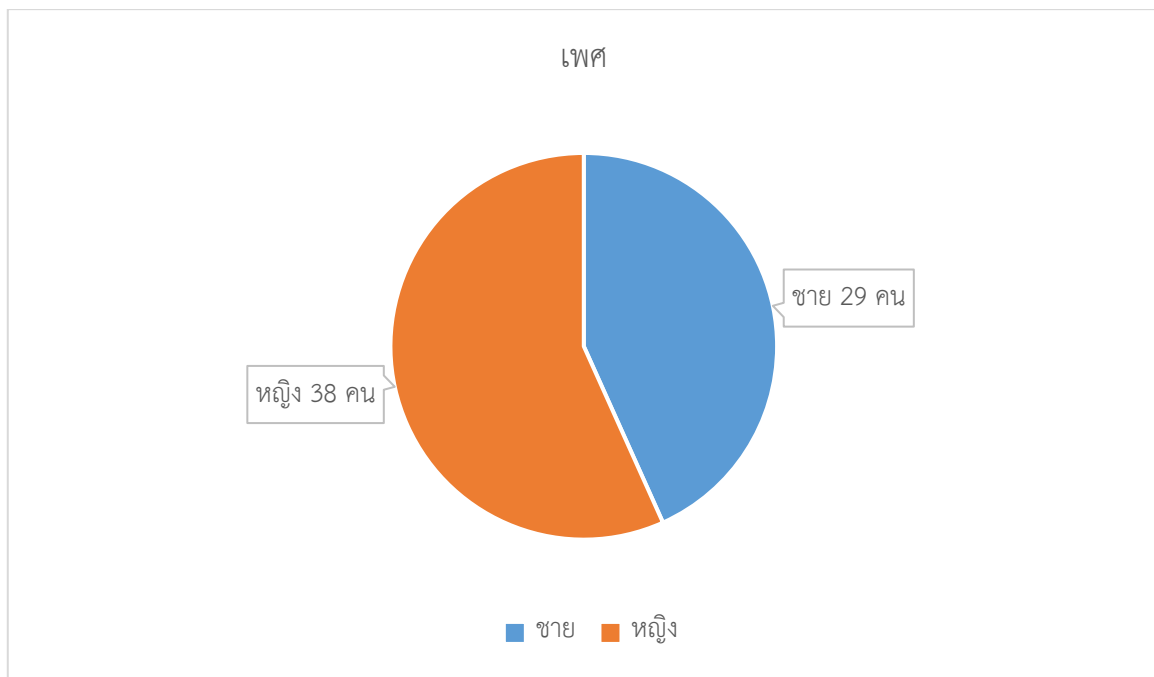
กลุ่มที่ 4 ความคิดเห็นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

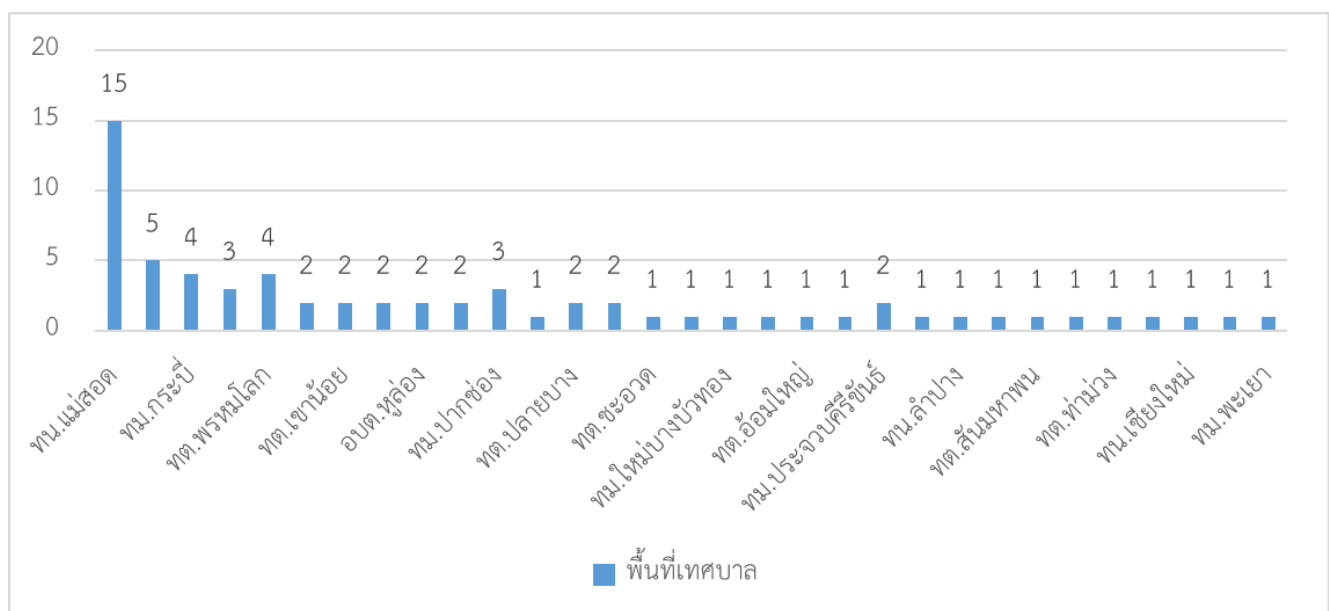
กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้จำนวน ๖๗ คน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

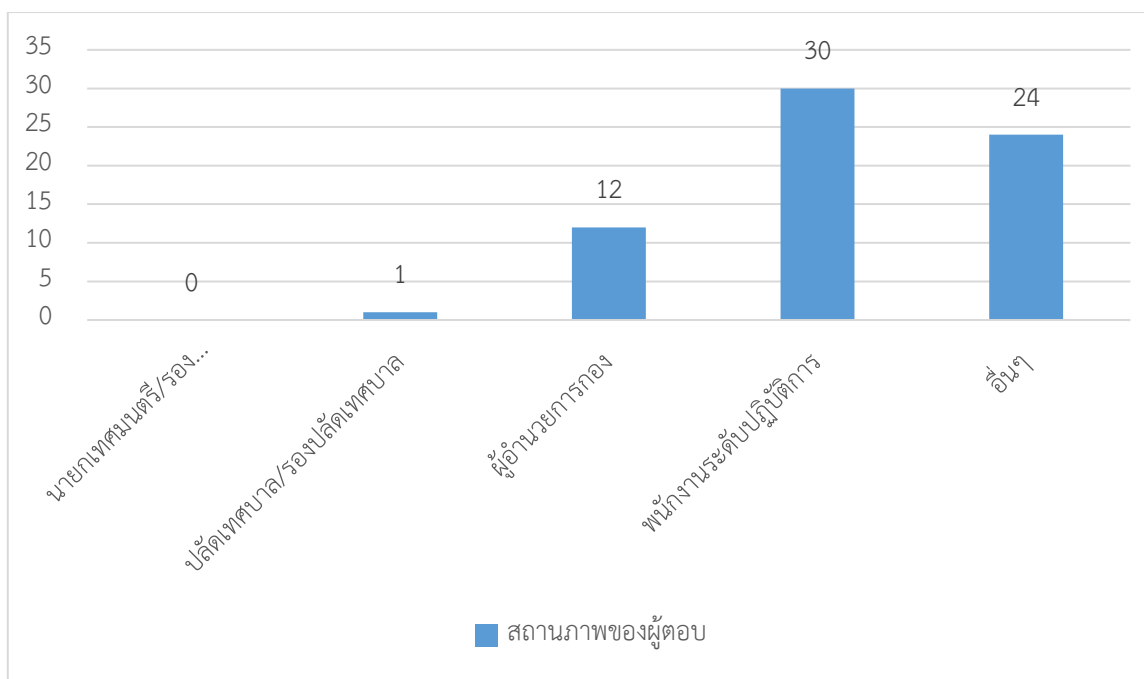
กราฟที่ 1 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกตามเพศ



กราฟที่ 2 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกตามพื้นที่เทศบาลของผู้ตอบ



กราฟที่ 3 แสดงผลสรุปข้อมูลทั่วไป จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบ



ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจําน้ำเสีย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ

ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจําน้ำเสีย					ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา	18 (26.87)	32 (47.76)	12 (17.91)	5 (7.46)	0 (0)	3.94	มาก
2. ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับองค์การจําน้ำเสีย (กรุงเทพฯ)	16 (23.88)	24 (35.82)	22 (32.84)	4 (5.97)	1 (1.49)	4.45	มาก
3. ขั้นตอนการดำเนินงานที่เป็นระบบชัดเจน และมีการสื่อสารให้ อปท. ทราบ	16 (23.88)	34 (50.75)	13 (19.40)	3 (4.48)	1 (1.49)	3.90	มาก
4. หนังสือหรือเอกสารที่ส่งถึงท่านมีความชัดเจน ตรงตามกำหนดเวลา	18 (26.87)	29 (43.28)	17 (25.37)	3 (4.48)	0 (0)	3.92	มาก
5. ระยะเวลาการดำเนินการมีความเหมาะสม	16 (23.88)	32 (47.76)	16 (23.88)	2 (2.99)	1 (1.49)	3.89	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.02	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจ้การน้ำเสีย						
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. มีความรู้ ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	18 (26.87)	35 (52.24)	12 (17.91)	2 (2.98)	0 (0)	4.03	มาก
2. มีความสามารถในการให้คำปรึกษาได้อย่างชัดเจน	16 (23.88)	34 (50.75)	15 (22.39)	1 (1.49)	1 (1.49)	3.93	มาก
3. มีความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ไขปัญหาได้อย่างชัดเจน	17 (25.37)	31 (46.27)	17 (25.37)	1 (1.49)	1 (1.49)	3.92	มาก
4. มีความสุภาพและมีอัธยาศัยที่ดี เต็มใจให้บริการ มีการประสานงานอย่างรวดเร็ว	23 (34.33)	32 (47.76)	9 (13.43)	3 (4.48)	0 (0)	4.12	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.00	มาก

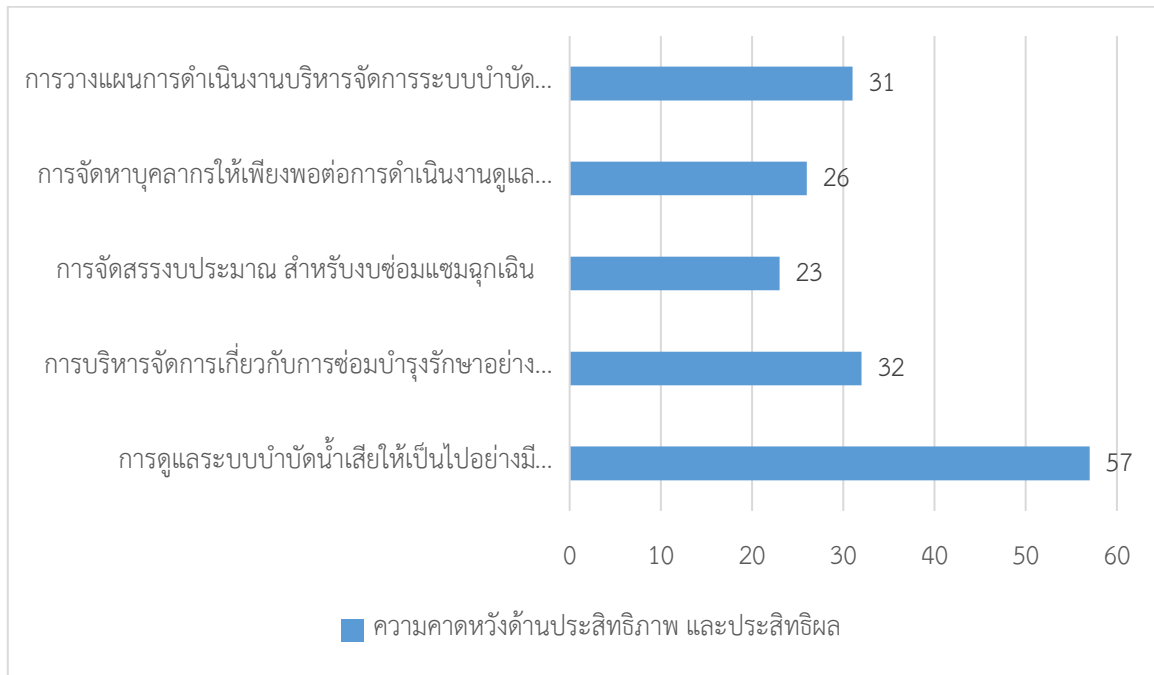
ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยเลขาคณิต จำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามด้านภาพลักษณ์ อจน.

ด้านภาพลักษณ์ อจน.	ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจ้การน้ำเสีย						
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. สภาพแวดล้อม/สถานที่ ของสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา มีความสะอาด เรียบร้อย เหมาะสม	19 (28.35)	31 (46.27)	15 (22.39)	2 (2.99)	0 (0)	4.00	มาก
2. ระบบบำบัดน้ำเสียมีการดูแลและบำรุงรักษาเป็นอย่างดี	18 (26.86)	31 (46.27)	14 (20.89)	2 (2.99)	2 (2.99)	3.91	มาก
3. อุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกของสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา มีประสิทธิภาพ	18 (26.87)	29 (43.28)	16 (23.88)	3 (4.48)	1 (1.49)	3.89	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.93	มาก

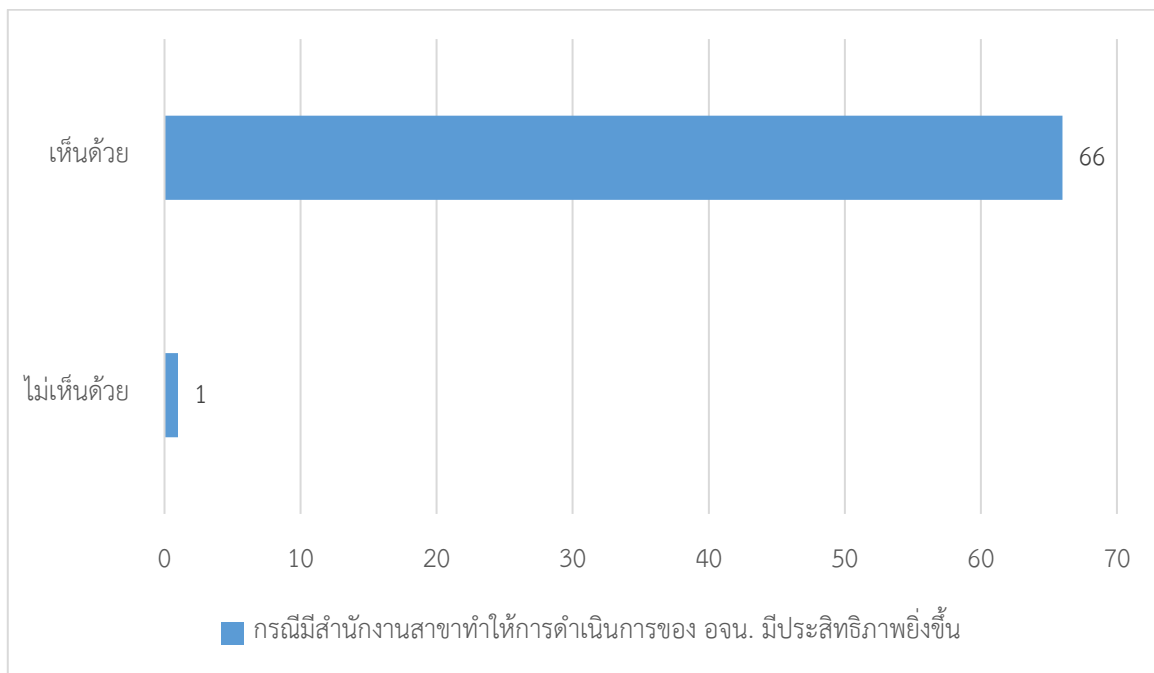
ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคาดหวังให้อจน. ดำเนินการด้านใดมากที่สุด

ด้านประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

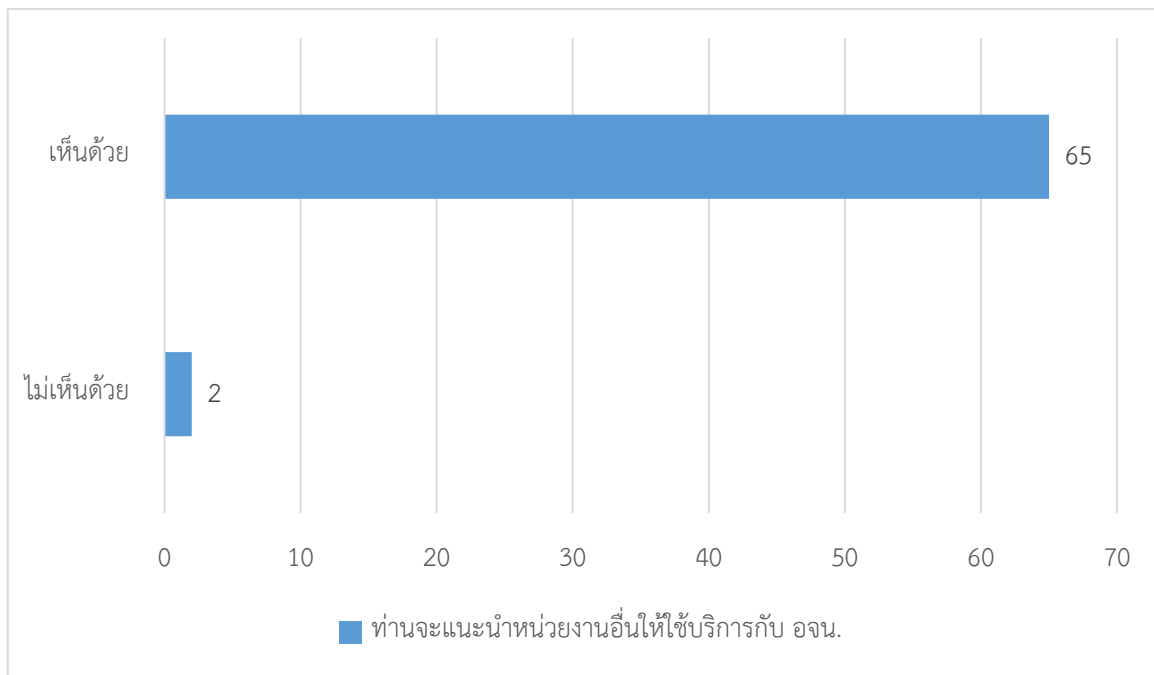
กราฟที่ 4 แสดงผลสรุปความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



กราฟที่ 5 แสดงผลสำรวจความคิดเห็น กรณีมีสำนักงานสาขาทำให้การดำเนินการของ อจน. มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

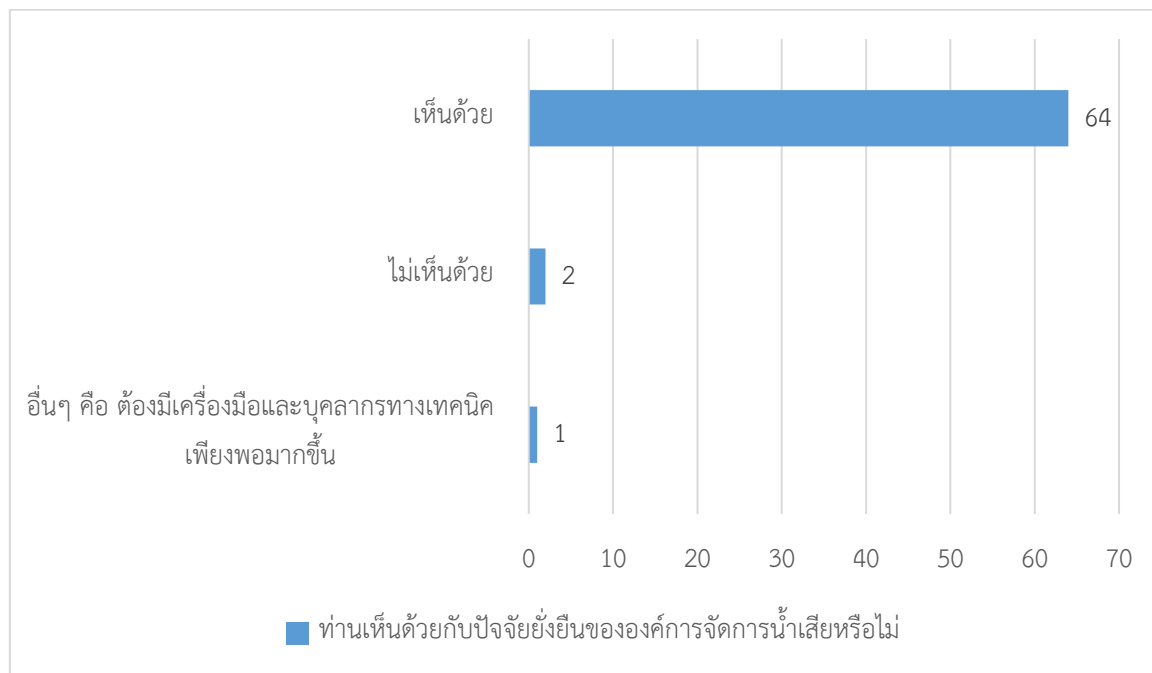


กราฟที่ 6 แสดงผลสรุปความคิดเห็น ภายหลังจากใช้บริการดูแลระบบบำบัดน้ำเสียกับ อจน. ท่านจะแนะนำหน่วยงานอื่นให้ใช้บริการกับ อจน.



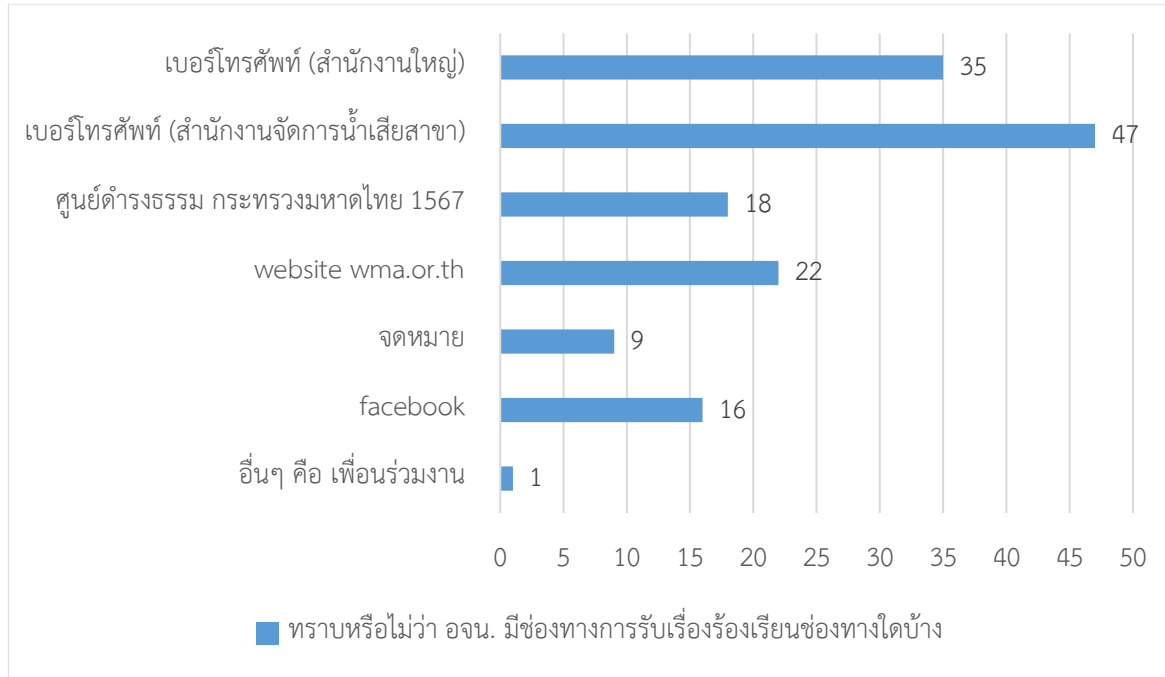
ด้านความยั่งยืนขององค์กร

กราฟที่ 7 แสดงผลสรุปความคิดเห็น ท่านเห็นด้วยกับปัจจัยยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสียหรือไม่



ด้านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

กราฟที่ 8 แสดงผลสรุปความคิดเห็น ท่านทราบหรือไม่ว่า อจน. มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



ด้านการประชาสัมพันธ์

กราฟที่ 9 แสดงผลสรุปความคิดเห็น ท่านมีความประสงค์จะให้ อจน. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ/กิจกรรมใดในพื้นที่ของท่าน

ด้านการประชาสัมพันธ์	ระดับความคาดหวังให้ อจน. ดำเนินการด้านใดมากที่สุด						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. การจัดประชุมประชาคม	26 (38.80)	22 (32.84)	15 (22.39)	4 (5.97)	0 (0)	4.04	มาก	
2. สื่อโทรทัศน์	14 (20.90)	27 (40.30)	19 (28.36)	6 (8.95)	1 (1.49)	3.69	มาก	
3. สื่อวิทยุ	12 (17.91)	23 (34.33)	20 (29.85)	11 (16.42)	1 (1.49)	3.49	ปานกลาง	
4. หนังสือพิมพ์	11 (16.42)	22 (32.84)	25 (37.31)	8 (11.94)	1 (1.49)	3.50	มาก	
5. แผ่นพับ/โปสเตอร์	19 (28.36)	27 (40.30)	17 (25.37)	4 (5.97)	0 (0)	3.91	มาก	
6. กระจายเสียง	19 (28.36)	22 (32.84)	16 (23.88)	9 (13.43)	1 (1.49)	3.73	มาก	
7. วารสาร/นิตยสาร	16 (23.88)	17 (25.37)	27 (40.30)	7 (10.45)	0 (0)	3.62	มาก	
8. เว็บไซต์/สื่อออนไลน์	27 (40.30)	25 (37.31)	12 (17.91)	3 (4.48)	0 (0)	4.13	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม						3.76	มาก	

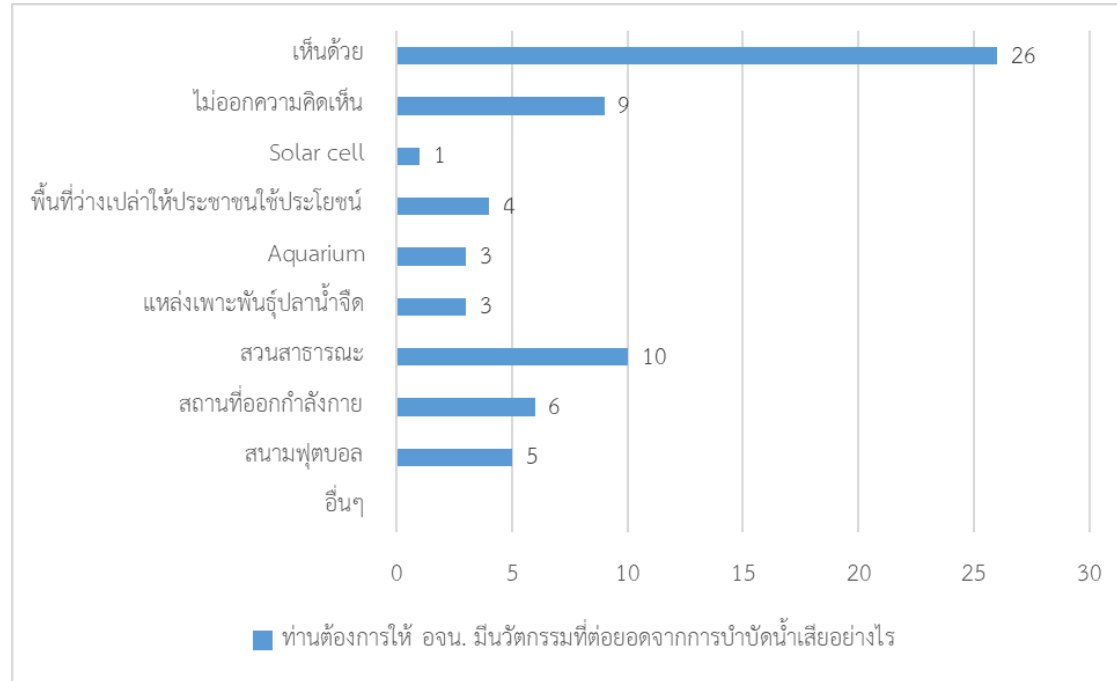
ด้านข้อมูลข่าวสารของ อจน.

กราฟที่ 10 แสดงผลสรุปความคิดเห็น ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารจาก อจน. ช่องทางใดมากที่สุด

ด้านข้อมูลข่าวสารของ อจน.	ระดับความคาดหวังให้ อจน. ดำเนินการด้านใดมากที่สุด						ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ผลลัพธ์
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. เว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์	16 (23.88)	23 (34.33)	14 (20.90)	9 (13.43)	5 (7.46)	3.53	มาก	
2. โทรศัพท์	5 (7.46)	15 (22.39)	22 (32.84)	19 (28.35)	6 (8.95)	2.92	ปานกลาง	
3. วิทยู	4 (5.97)	14 (20.90)	20 (29.85)	22 (32.83)	7 (10.45)	2.89	ปานกลาง	
4. หนังสือพิมพ์	4 (5.97)	13 (19.40)	22 (32.84)	20 (29.85)	8 (11.94)	2.79	ปานกลาง	
5. พนักงาน อจน.	21 (31.34)	28 (41.79)	11 (16.42)	6 (8.95)	1 (1.49)	3.92	มาก	
6. แผ่นพับ/ใบปลิว	6 (8.95)	23 (34.33)	22 (32.84)	13 (19.40)	3 (4.48)	3.25	ปานกลาง	
7. สัมมนา/อบรม	7 (10.45)	24 (35.82)	23 (34.33)	9 (13.43)	4 (5.97)	3.31	ปานกลาง	
8. วารสาร/สิ่งพิมพ์	7 (10.45)	16 (23.88)	25 (37.31)	14 (20.90)	5 (7.46)	3.09	ปานกลาง	
9. อื่นๆ	6 (8.95)	12 (17.91)	25 (37.31)	16 (23.88)	8 (11.94)	2.89	ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม						3.18	ปานกลาง	

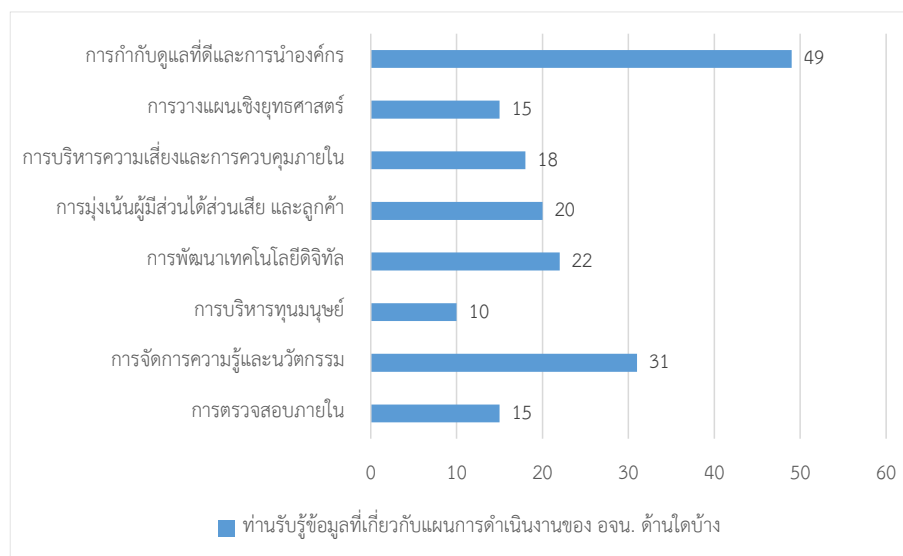
ด้านนวัตกรรม

กราฟที่ 9 ท่านต้องการให้ อจน. มีนวัตกรรมใหม่ที่ต่อยอดจากการบำบัดน้ำเสียอย่างไร เช่น มีการออกแบบให้ใช้พื้นที่ส่วนใต้ดินเป็นระบบบำบัดน้ำเสียโดยพื้นที่ด้านบนสามารถให้ประชาชนใช้ประโยชน์ได้ฯ



ด้านการดำเนินงาน

กราฟที่ 10 ท่านรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแผนการดำเนินงานของ อจน. ด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการให้บริการ

๑. อจน. ควรเพิ่มบุคลากรขององค์กรเพื่อให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงานในปัจจุบันและอนาคต
๒. ควรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ทางด้านเทคนิคประจำแต่ละที่ เพื่อแก้ไขปัญหาการทำงานของระบบบำบัดน้ำเสียได้ทันที

8.4 ช่องทางการสนับสนุนลูกค้ำ

8.4.1 การสนับสนุนลูกค้ำ

8.4.1 องค์การจ้การน้ําเสีย มีวิธีการสนับสนุนลูกค้ำและกลไกสําคัญในการสื่อสารกับลูกค้ำ เพื่อให้ลูกค้ำ/ผู้รับบริการ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารและเข้าถึงผลิตภัณฑ์ขององค์การจ้การน้ําเสีย โดยมีข้อกำหนดซึ่งได้มาจากการระดม ความคิดเห็นร่วมกันของบุคลากรองค์การจ้การน้ําเสีย และสื่อสารและถ่ายทอดให้ทุกคนได้รับทราบและนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน

8.4.2 องค์การจ้การน้ําเสีย มีวิธีการสนับสนุนให้ลูกค้ำใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์การจ้การน้ําเสีย ผ่านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยอาศัย ช่องทางต่างๆ ได้แก่ หนังสือราชการ ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ (e-document) โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล ป้าย ประชาสัมพันธ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ การสนับสนุนลูกค้ำ เช่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักเรียน เยาวชน ได้มีโอกาสเข้าชมแหล่งเรียนรู้และร่วมกิจกรรมองค์การจ้การน้ําเสีย โดยองค์การจ้การน้ําเสียรับผิดชอบดูแลเรื่องการเดินทาง มายังองค์การจ้การน้ําเสียรวมถึงการเพิ่มช่องทางให้ลูกค้ำ/ผู้รับบริการเข้าถึงกิจกรรม/โครงการขององค์การจ้การน้ําเสียมากขึ้นผ่านทาง Website องค์การจ้การน้ําเสียสำหรับบุคลากร องค์การจ้การน้ําเสียซึ่งเป็นกลไกสําคัญในการปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนลูกค้ำจะมีการประชุม ระดมความคิดเห็นเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ กำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติและแต่งตั้งผู้รับผิดชอบ เช่น ผู้รับผิดชอบงานด้าน การสื่อสารกับลูกค้ำผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อจัดทำพัฒนาและออกแบบข้อมูลให้ทันสมัย เพื่อสื่อสารไปยังลูกค้ำอย่างต่อเนื่อง และสร้างความมั่นใจในการสื่อสารกับลูกค้ำ

8.4.2 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ำ

องค์การจ้การน้ําเสีย ได้มีแผนงานการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ำ ดังนี้

- 8.4.2-1 แผนการเข้าพบลูกค้ำ รายเดือน จะมีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานการให้บริการรับบริการจัดการระบบบำบัดน้ําเสียรวมให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้ำ)
- 8.4.2-2 แผนการเข้าพบลูกค้ำ แบบรายไตรมาส จะมีจัดประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ําเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้ำ)
- 8.4.2-3 การให้บริการที่ดี รวดเร็ว ทันท่วงที กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้ำ) เป็นอย่างดี โดยกำหนดแผนงานเข้าพบกับลูกค้ำ

บทที่ 9

การวิเคราะห์สารสนเทศลูกค้าเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาด
และปรับปรุงกระบวนการทำงาน

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ประจำปีงบประมาณ 2566 ได้แบ่งการสำรวจออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2) ข้อความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การ
จัดการน้ำเสีย ส่วนที่ 3) ข้อมูลความหวังที่มีต่อการดำเนินการขององค์การจัดการน้ำเสีย ซึ่งผลสำรวจ ปี 2566
ได้พบ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการให้บริการ (1) ขอให้เพิ่มช่องทางการบริการทางสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย
(2) ควรมีอาคารสำนักงานเป็นของ อจน. เอง (3) อจน.ควรเพิ่มบุคลากรขององค์กรเพื่อให้เพียงพอต่อการ
ปฏิบัติงานในปัจจุบันและอนาคต (4) ควรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ทางด้านเทคนิคประจำแต่ละที่ เพื่อแก้ไขปัญหา
การทำงานของระบบบำบัดน้ำเสียได้ทันที ข้อเสนอแนะเพื่อสร้างความพึงพอใจและความผูกพัน (1) ควรจัดให้
มีกิจกรรมสานสัมพันธ์ สันทนาการ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ภายในองค์กร และมีความคิดเห็น ความต้องการ
ความหวัง ต่อ ฝ่าย/กอง (2) การทำงานที่ช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อ และสนับสนุนกัน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และ
เพิ่มความรับผิดชอบต่อหน้าที่แต่ละคนให้มากขึ้น (3) การสนับสนุนทางด้านงบประมาณด้วยการทำงานที่
รวดเร็วขึ้น (4) การเพิ่มความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง กอง ฝ่าย ให้มากขึ้น ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะดังกล่าว
อจน.ต้องพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการในด้านการประชาสัมพันธ์ ของ อจน. ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญเร่งด่วนที่
จะต้องมีการปรับปรุงในเรื่องของแผนประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูลองค์กร

จากข้อมูลสารสนเทศได้มีการยกเลิกข้อตกลงการให้บริการบริหารจัดการระบบบำบัด
น้ำเสียองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 องค์กรจัดการน้ำเสียและองค์กรปกครอง
ส่วนท้องถิ่นได้ยกเลิกข้อตกลงการให้บริการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
จำนวน 4 ระบบ ใน 3 พื้นที่ เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อตกลงฯ
ได้ โดยองค์กรจัดการน้ำเสียได้ส่งข้อพิพาทให้สำนักงานอัยการสูงสุด เพื่อดำเนินการพิจารณาวินิจฉัยชี้ขาด ซึ่ง
การยกเลิกข้อตกลงฯ ดังกล่าว ส่งผลต่อเป้าหมายขององค์กรที่สำคัญ คือ ทำให้ปริมาณน้ำเสียที่ได้รับการบำบัด
ต่อปี มีปริมาณที่ลดลง

ในปี 2566 อจน.มีพื้นที่ที่องค์กรจัดการน้ำเสีย ได้เริ่มบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย
ขนาดเล็ก จำนวน 3 พื้นที่ ซึ่งทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้น ประกอบกับมีเป้าหมายที่มีพื้นที่เพิ่มขึ้น ซึ่งในการกำหนด
พื้นที่ที่เพิ่มขึ้นจะมีความสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจขององค์กรจัดการน้ำเสีย ประจำปี 2566-2570 (ทบทวน
ครั้งที่ 2)

จากข้อเสนอแนะให้องค์กรจัดการน้ำเสีย มีช่องทางการสื่อสาร จึงได้กำหนด แนวทางการ
ถ่ายทอดแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดสู่การปฏิบัติ เป็นการถ่ายทอดแผนปฏิบัติการ ติดตาม ประเมินผล
ของแผนปฏิบัติการลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 สู่แผนปฏิบัติการระยะยาวและ
แผนปฏิบัติการประจำปีที่มีองค์กรประกอบครบถ้วน รวมทั้งการสื่อสารแผนปฏิบัติการ และถ่ายทอดตัวชี้วัด

เป้าหมายทั้งหมดในระดับยุทธศาสตร์ และระดับแผนงาน/โครงการ ไปยังหน่วยงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง รวมถึงหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ พันธมิตร เป็นต้น อย่างครบถ้วน โดยที่ คณะทำงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าเป็นผู้ประสาน รวบรวมวิเคราะห์ และสรุปในภาพรวมของแผน เสนอต่อผู้บริหาร คณะอนุกรรมการ/คณะทำงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อคิดเห็นและกำหนดแนวทาง และกลไกการติดตามและรายงานผลการดำเนินงานทั้งในระดับยุทธศาสตร์ในระดับปฏิบัติการ และแสดงให้เห็นถึงการดำเนินการตามแนวทางดังกล่าว เพื่อติดตามวิเคราะห์และคาดการณ์ผลสำเร็จของแผน ปฏิบัติการ ด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ดังนี้

การถ่ายทอด โดยกำหนดให้มีการถ่ายทอดแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด ปี พ.ศ. 2566 - 2570 แก่ลูกค้า และตลาดทั้งภายในและภายนอกองค์กรให้รับรู้และเข้าใจ เพื่อให้สามารถผลักดันผลการดำเนินงานให้เกิด ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีการสำรวจการรับรู้ และเข้าใจแผนฯ อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

การติดตาม เป็นกระบวนการและวิธีการในการกำกับ การปฏิบัติงานโครงการ/แผนงาน ภายใต้ แผนปฏิบัติการด้านลูกค้า ของ อจน. ให้เป็นไปตามเป้าหมายทั้งในเชิงปริมาณคุณภาพ เวลา และงบประมาณ โดยมีกระบวนการติดตามผลอย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่องเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการ ทำงานของแต่ละแผนงานโครงการให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนพัฒนา ด้านลูกค้าและตลาด ปี พ.ศ. 2566 - 2570 ที่กำหนดไว้

การประเมินผล เป็นกระบวนการในการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับแผนที่กำหนด การกำกับ การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน การศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้น ในทางปฏิบัติเพื่อแก้ไข/ปรับปรุงการดำเนินงานให้ เกิดผลผลิต ผลลัพธ์ที่ต้องการ และเป็นการประเมินผลกระทบทั้งทางตรง/ทางอ้อม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบใน การปรับปรุงแผนงาน/โครงการให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ จะได้มีการทบทวนกระบวนการถ่ายทอด ติดตาม และการประเมินผลแผนยุทธศาสตร์นวัตกรรม เป็นประจำทุกปี เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

รอบเวลาการติดตามและประเมินผล สำหรับระยะเวลาที่จะใช้ในการติดตามผล ดังต่อไปนี้

1. ระยะเวลาตามไตรมาส เพื่อพิจารณาผลการดำเนินงานรายโครงการ
2. ระยะสิ้นสุด ปี พ.ศ. 2570 เพื่อทบทวนปรับแผนงานโครงการสำหรับการพัฒนาเพื่อให้บรรลุ เป้าประสงค์ของแผนปฏิบัติการที่กำหนด
3. ระยะสิ้นสุดปีของแผนฯ (ปี พ.ศ. 2570) เพื่อประเมินผลการดำเนินงานเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาของแผนฯ และเพื่อกำหนดแนวทางการจัดทำนโยบายเพื่อการจัดทำ แผนฉบับต่อไปเสนอต่อผู้บริหารระดับสูง

ภาคผนวก

กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ขององค์การจําน้ำเสีย (Sipoc)

ผู้ส่งมอบ กระบวนการ ก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/ ผู้นำไปใช้	ระยะเวลา
- สคร. - คณะทำงานฯ - ส่วนงานทุกส่วนงาน	- หลักเกณฑ์เล่ม SE-AM - นโยบาย ผู้บริหาร - แผนปฏิบัติการองค์การจําน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณพ.ศ. 2566) - แผนพัฒนาองค์การจําน้ำเสีย พ.ศ. 2566-2570 (ทบทวนครั้งที่ 2)	เริ่มต้น ↓ แต่งตั้งคณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์ การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้าขององค์การจําน้ำเสีย	คำสั่ง orton.ที่2/2566	คณะทำงานประกอบด้วย รผ.อรจน.(ปก.) ผอ.ฝงส.1 , ผอ.ฝงส.2 ห.กปง.1 , ห.กพค. ห.กพบ. , ห.กจร. น.ส.นาศยา , นายตฤพล ผอ.ฝบจ. , ห.กปง.2	ต.ค.-65
		แต่งตั้งคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	คำสั่ง คณะกรรมการ orton. ที่ 2/2565	ห.กวพ.	ธ.ค 65
		การกำหนดนโยบาย	- ทบทวนนโยบายด้านการปฏิบัติต่อกู้ค้า ตลาดผลิตภัณฑ์และบริการ ขององค์การจําน้ำเสีย - นโยบายการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนของ องค์การจําน้ำเสีย	คณะกรรมการฯ คณะทำงานฯ ผู้บริหารและพนักงาน orton.	
		การเตรียมข้อมูลด้าน CM			
		ระบุหลักเกณฑ์ CM	- วิเคราะห์สารสนเทศจากลูกค้า - วิเคราะห์ตลาดผลิตภัณฑ์และบริการ - จัดทำรายละเอียดสภาพแวดล้อม ในการดำเนินงาน และสภาพแวดล้อม ในการแข่งขันของตลาดและ ผลิตภัณฑ์ - วิเคราะห์ด้านลูกค้าและตลาด ในปัจจุบัน และในอนาคต - วิเคราะห์ SWOT และ 7S		ม.ค.-มิ.ย.66
		คณะทำงาน กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ทาง ลูกค้าและตลาด	- กำหนดวัตถุประสงค์ (ให้สอดคล้องกับ แผนวิสาหกิจ orton.)	คณะทำงานประกอบด้วย รผ.อรจน.(ปก.) ผอ.ฝบจ. , ผอ.ฝงส.1 , 2 ผอ.ฝอก. ผอ.ฝวศ. ห.กกจ.	ม.ค.-มิ.ย.66
		วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้อง		ห.กปง. 1 , 2 ห.กปส. ห.กวพ. พ.บท.6 กจร. พ.งป.6 กงป.	
		วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร - การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน SWOT 7S (McKenzie Framework Model)	- ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน องค์กร ตามหลักทฤษฎี 7S (McKenzie Framework Model)		
		กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์			
		กำหนดยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์ แผนงาน	การจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้า และตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนครั้งที่ 1)	ผู้บริหารและพนักงาน orton.	ม.ค.-มิ.ย.66
		- การเก็บข้อมูลปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ ตามหัวข้อ CM - การจำแนกลูกค้า , การจัดกลุ่มลูกค้า - การรับฟังลูกค้า - การพัฒนาวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์และบริการ - การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า			
		รวบรวมประเด็นความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้า	การจัดทำแบบสอบถาม		
			- ระบุความต้องการและความคาดหวังของ CM จากหน่วยงาน องค์กรปกครองท้องถิ่น (อปท.) - วิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ ความต้องการ ความหวัง CM		

ผู้ส่งมอบ กระบวนการ ก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/ ผู้นำไปใช้	ระยะเวลา
		การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566 (ระยะสั้น)	รายงานผลปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ระยะสั้น พ.ศ. 2565	- คณะอนุกรรมการฯ - คณะทำงานฯ	รายไตรมาส
		การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566- 2570 (ระยะยาว)	แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ระยะ ยาว พ.ศ. 2565		ก.ค.-66
		การจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 พ.ศ.2566	แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2563 พ.ศ.2565 (ฉบับทบทวนครั้งที่ 2) และ แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565		ก.ค..66
					ก.ค..66
					ส.ค..66
					ส.ค.66
		เผยแพร่แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนครั้งที่ 1)	แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570(ฉบับทบทวนครั้งที่ 1) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปี บัญชี 2566	- คณะทำงานฯ - ผู้บริหารและพนักงาน อจน - กลุ่มลูกค้า เช่น อปท. จำนวน 50 แห่ง	ก.ย.66
		ดำเนินการตามแผนที่กำหนดไว้			
		ติดตาม กำกับ รายงานผล	ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ด้าน ลูกค้าและตลาด และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้า และตลาด ประจำปีบัญชี 2566		
		รายงานผลต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาล ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อทราบและให้ข้อเสนอแนะ			
		รายงานผลต่อคณะกรรมการ อจน. เพื่อทราบและให้ ข้อเสนอแนะ			
		ประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	ผลการประเมินประสิทธิภาพ เพื่อหาแนวทาง ปรับปรุงการดำเนินงาน	- คณะกรรมการ อจน. - คณะอนุกรรมการฯ - คณะทำงานฯ - ผู้บริหาร	



องค์การจัดการน้ำเสีย

WASTEWATER MANAGEMENT AUTHORITY
MINISTRY OF INTERIOR, THAILAND

ประกาศคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย

เรื่อง นโยบายการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสีย

เพื่อให้การดำเนินธุรกิจขององค์การจัดการน้ำเสียเป็นไปอย่างเป็นธรรมต่อผู้เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับหลักการและแนวทางการกำกับดูแลที่ดีในรัฐวิสาหกิจ พ.ศ.๒๕๖๒ ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ องค์การจัดการน้ำเสียมีการกำหนดแนวคิดการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า จึงได้กำหนดนโยบายการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสีย เพื่อเป็นหลักการและแนวทางปฏิบัติในการสร้างความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยกำหนดนโยบายและแข่งขันทางการตลาดที่เป็นธรรม ดังนี้

๑. แนวปฏิบัติที่ดีต่อคู่แข่ง องค์การจัดการน้ำเสียต้องปฏิบัติต่อคู่แข่งให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า ยึดถือกติกาการแข่งขันอย่างเป็นธรรม และไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม

๒. แนวปฏิบัติที่ดีต่อเจ้าหน้าที่ องค์การจัดการน้ำเสียจะรักษาและปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหน้าที่ โดยเคร่งครัด ปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญาอย่างถูกต้อง ครบถ้วนและเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และไม่เรียกรับหรือจ่าย ผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตในการค้ากับเจ้าหน้าที่ และจะให้ความร่วมมืออย่างจริงจังในการแก้ปัญหาการเรียกรับ หรือจ่าย ผลประโยชน์ที่ไม่สุจริตในการค้ากับเจ้าหน้าที่

๓. การส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม โดยต่อต้านการผูกขาด และการเลือกปฏิบัติทางการค้า องค์การจัดการน้ำเสียจะปฏิบัติต่อคู่แข่ง ภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมสอดคล้องกับหลักสากล รวมถึงการต่อต้านการผูกขาดและการเลือกปฏิบัติทางการค้า

๔. การบริหารจัดการทางการเงินตามเงื่อนไขตลาดที่ครอบคลุม

๔.๑ แนวทางการเข้าถึงและจัดหาเงินทุนอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม องค์การจัดการน้ำเสียต้องกำกับดูแลการบริหารการเงิน และการจัดหาเงินทุน ตามแนวทางที่กำหนดในนโยบายการบริหารการเงินขององค์การจัดการน้ำเสีย อย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรม

๔.๒ จัดทำบัญชีการเงินตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ โดยแยกบัญชีเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์ มีกระบวนการจัดทำงบประมาณและการบริหารงบประมาณเป็นแบบมุ่งเน้นผลผลิต ทั้งบัญชีเชิงสังคม และบัญชีเชิงพาณิชย์

๕. กำหนดช่องทางกรรับข้อร้องเรียนและการชดเชย กรณีคู่แข่งและเจ้าหน้าที่ถูกละเมิดตามกฎหมาย องค์การจัดการน้ำเสีย มีช่องทางกรรับเรื่องร้องเรียนสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงคู่แข่ง เจ้าหน้าที่ อย่างเพียงพอเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

๖. การต่อต้านทุจริตและรับสินบนที่จะนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด องค์การจัดการน้ำเสีย ต่อด้านทุจริตทุกรูปแบบ และถือปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านทุจริต

๗. การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติกับกลุ่มลูกค้าและผู้ส่งมอบ องค์การจัดการน้ำเสียปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ โดยยึดหลักความคุ้มค่า โปร่งใส มีประสิทธิภาพประสิทธิผล ตรวจสอบได้ ตามหลักธรรมาภิบาล

/๘. ให้คณะ ...

๘. ให้คณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์การจัดการน้ำเสีย ตามคำสั่งองค์การจัดการน้ำเสีย ๒/๒๕๖๖ ลงวันที่ ๖ มกราคม ๒๕๖๖ เป็นหน่วยงานที่ส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสียด้านตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืน ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด มีการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงาน และรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้อำนวยการองค์การจัดการน้ำเสีย และคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย

จึงประกาศให้ทราบและถือปฏิบัติโดยทั่วกัน

ประกาศ ณ วันที่ ๑๒ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๖

(นายพรพจน์ เพ็ญพาส)

ประธานกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย



องค์การจัดการน้ำเสีย

WASTEWATER MANAGEMENT AUTHORITY
MINISTRY OF INTERIOR, THAILAND

ประกาศคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย

เรื่อง นโยบายด้านการปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ
ขององค์การจัดการน้ำเสีย

องค์การจัดการน้ำเสีย มุ่งเน้นในการสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า โดยยึดมั่นในการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความยุติธรรม ซื่อสัตย์ และมีคุณธรรม โดยจะส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า และพึงปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมของทั้งสองฝ่าย โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. มุ่งมั่นในการจัดหา พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการที่มีคุณภาพการพัฒนาตลาด การออกแบบและปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า พื้นที่ และชุมชนที่เกี่ยวข้อง

๒. มีการศึกษา ประเมิน และปรับปรุงผลกระทบของสินค้าและการให้บริการที่อาจจะเกิดขึ้นกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ตลอดจนควบคุมดูแลสินค้าและบริการให้มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน ข้อกำหนดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

๓. ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เพียงพอ และเป็นประโยชน์สำหรับการตัดสินใจของลูกค้า โดยไม่มีการกล่าวเกินความจริง หรือไม่ตั้งใจปกปิดเนื้อหา หรือให้ข้อมูลเท็จ หรือจงใจให้ลูกค้าเข้าใจผิด อันเป็นเหตุให้ลูกค้าเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพ หรือเงื่อนไขใด ๆ ของสินค้าและการให้บริการ

๔. ให้ความสำคัญ เคารพสิทธิ และคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า โดยไม่นำข้อมูลของลูกค้ามาเปิดเผยต่อบุคคลภายนอก โดยมีการดำเนินงานที่สอดคล้องตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๕. สัญญาระหว่างองค์การจัดการน้ำเสียกับลูกค้าเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยมีข้อมูล ข้อตกลงที่ถูกต้องและเพียงพอ ไม่กำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม หรือเป็นการละเมิดสิทธิของลูกค้า รวมทั้งมีการปฏิบัติตามสัญญา หรือเงื่อนไขต่างๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด และในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่งได้ องค์การจัดการน้ำเสียจะดำเนินการแจ้งให้ลูกค้าทราบโดยเร็ว เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไข โดยใช้หลักความสมเหตุสมผล ความถูกต้อง เป็นธรรมเป็นหลักเกณฑ์การพิจารณา

๖. จัดให้มีบริการการให้คำปรึกษา การบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พอใจ ความผูกพัน นำมาวิเคราะห์ผลถึงต้นเหตุของปัญหา และดำเนินการแก้ไขปัญหอย่างเป็นระบบเพื่อหลีกเลี่ยงความไม่พอใจ

๗. จัดให้มีระบบและช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียน ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า และการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่องค์การจัดการน้ำเสียจะสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และเหมาะสม รวมทั้งนำข้อมูลดังกล่าวไปปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้า และการให้บริการดังกล่าวต่อไป

๘. สนับสนุนและให้ความสำคัญกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับองค์กร รวมทั้งมีการเรียนรู้ และจัดการความรู้ เพื่อนำไปปรับปรุงและทำนวัตกรรมด้านลูกค้า และตลาด โดยมีการจัดเก็บความรู้ นวัตกรรมลงระบบดิจิทัล นำมาทบทวนปรับปรุงการดำเนินงานตามแผนการปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดเป็นไปตามเป้าหมาย

/ ๙. จัดให้ ...

๙. จัดให้มี CRM (Customer Relationship Management) และติดตามผลอย่างเป็นระบบ โดยสายงานปฏิบัติการ ทำหน้าที่ในการบริหารแนวทางการปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างสูงสุด มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้อำนวยการองค์การจัดการน้ำเสีย คณะอนุกรรมการ และคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสียเพื่อทราบรายไตรมาส

๑๐. ให้คณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้เสียและลูกค้าขององค์การจัดการน้ำเสีย ตามคำสั่งองค์การจัดการน้ำเสีย ที่ ๒/๒๕๖๖ ลงวันที่ ๖ มกราคม ๒๕๖๖ เป็นหน่วยงานที่ส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสียด้านการปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด มีการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานและรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้อำนวยการองค์การจัดการน้ำเสีย และคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย

จึงประกาศให้ทราบและถือปฏิบัติโดยทั่วกัน

ประกาศ ณ วันที่ ๑๗ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๖

(นายพรพจน์ เพ็ญพาส)

ประธานกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย

แนวทางการจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า

ลำดับ	เทศบาล	การจัดกลุ่มตามเงื่อนไขข้อตกลง								สถิติการจ่ายเงิน					ไม่ดำเนินการตามเงื่อนไข มิตินโยบาย	คะแนน ในการ จัดลำดับ	
		1.กลุ่มที่ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นในปัจจุบันประมาณ จ่ายตรงปีงบประมาณ				2.กลุ่มที่ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นในปัจจุบันประมาณ และจ่ายปีถัดไป				จ่ายรายปี		จ่ายรายไตรมาส		ไม่จ่ายเงินสมทบ แต่จ่ายค่าสาธารณูปโภค แทน อจน.			
		คิดสัดส่วน เท่าเทียมกัน เรียกเก็บรายปี	อัตราก้าวหน้า เรียกเก็บรายปี	อัตราก้าวหน้า เรียกเก็บรายไตรมาส	คิดสัดส่วนเท่าเทียมกัน เรียกเก็บรายไตรมาส	คิด 70 % เรียกเก็บรายไตรมาส	คิด 70 % เรียกเก็บรายปี	ค่าใช้จ่ายตามจริง เรียกเก็บรายปี	เรียกเก็บรายปี ดำเนินการก่อนเรียกเก็บปีถัดไป คิดสัดส่วนเท่าเทียมกัน	เรียกเก็บรายปี ดำเนินการการเรียกเก็บจ่ายปีถัดไป อัตราคงที่ 15 ปี	จ่ายตรงปี	ดำเนินการ ก่อนจ่าย	จ่ายตรงปี				ดำเนินการ ก่อนจ่าย
1. ลูกค้าเชิงพาณิชย์ กลุ่มระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่																	
1	ทม.ประจวบคีรีขันธ์				✓								✓				A
2	ทม.สงขลา								✓				✓				B
3	ทม.บางเสรี								✓				✓				B
4	ทม.พะเยา									✓			✓				B
5	ทม.บ้านแพ				✓								✓				A
6	ทม.ลำปาง										✓		✓				B
7	ทม.กระบี่				✓					✓			✓				B
8	ทม.ศรีราชา								✓				✓				A
9	ทม.มุกดาหาร								✓				✓				B
10	ทม.เชียงใหม่														✓		B
11	ทม.แม่สอด								✓				✓				B
12	ทม.อุดรธานี								✓				✓				B
13	ทม.อำนาจเจริญ			✓									✓				A
14	ทม.บ้านโป่ง			✓									✓				B
15	ทม.กำแพงเพชร			✓									✓				A
16	ทม.ปากช่อง			✓									✓				B
17	ทม.สิงห์บุรี			✓									✓				A
18	ทม.มาบตาพุด														✓		B
19	ทม.กาญจนบุรี					✓									✓		B
20	ทม.กาฬสินธุ์					✓								✓			A
21	ทม.บุรีรัมย์					✓								✓			A
22	ทม.ชะอำ					✓								✓			A
2. ลูกค้าเชิงพาณิชย์ กลุ่มระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก																	
23	ทม.บางปลา		✓										✓				A
24	ทม.นครชัยศรี															✓	C
25	ทม.บางหญ้าแพรก															✓	C
26	ทม.ท่าจีน															✓	C
27	ทม.บางเลน															✓	C
28	ทม.โรจิง															✓	C
29	ทม.สามค้ายเนื้อ															✓	C
30	ทม.วิเชียร		✓									✓					A
31	ทม.ราไวย์															✓	C
32	ทม.ใหม่บางบัวทอง		✓										✓				A
33	ทม.พรหมโลก															✓	C
34	ทม.ปากน้ำปราน		✓										✓				A
35	ทม.บางพลี															✓	C
36	ทม.ระยอง								✓					✓			B
37	อบต.กมลา															✓	C
38	ทม.ฉะเชิง								✓								B
39	ทม.สามพราน															✓	C
40	ทม.อ้อมใหญ่													✓			B
41	ทม.ปู่เจ้าสมิงพราย		✓										✓				A
42	ทม.บางปลา 2		✓									✓					A
43	อบต.กำแพงแสน			✓								✓					A
44	ทม.แพรกษา			✓								✓					A
45	อบต.ลำโพ			✓								✓					A
46	อบต.ฉะเชิง								✓								A
47	ทม.ปลายบาง			✓								✓					A
48	ทม.บ้านฉาง			✓								✓					A
49	ทม.เขาน้อย			✓								✓					A

เกณฑ์การจัดลำดับความสำคัญของ คะแนน มาจาก

A: จ่ายตรงตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลง และจ่ายเงินสมทบตรงตาม รายปี/รายไตรมาส

B: จ่ายตรงตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลง แต่จ่ายเงินสมทบไม่ตรงตาม รายปี/รายไตรมาส

C: ไม่ดำเนินการกิจกรรมตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลงฯ

การจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า

ที่	ลูกค้า	ผลกระทบ	อิทธิพล	ผลการจัดลำดับ
ประเภทกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่				
1	ทต.บ้านแพ		✓	สูง
2	ทม.ประจวบ		✓	สูง
3	ทม.พะเยา		✓	สูง
4	ทน.ลำปาง		✓	สูง
5	ทม.ศรีราชา		✓	สูง
6	ทต.บางเสร์		✓	สูง
7	ทม.มุกดาหาร		✓	สูง
8	ทน.แม่สอด		✓	สูง
9	ทน.อุดรธานี		✓	สูง
10	ทม.กระบี่		✓	สูง
11	ทน.สงขลา		✓	สูง
12	ทน.เชียงใหม่		✓	สูง
13	ทม.อำนาจเจริญ		✓	สูง
14	ทม.สิงห์บุรี		✓	สูง
15	ทม.ปากช่อง		✓	สูง
16	ทม.บ้านโป่ง		✓	สูง
17	ทม.บุรีรัมย์		✓	สูง
18	ทม.ชะอำ		✓	สูง
19	ทม.กาฬสินธุ์		✓	สูง
20	ทม.กาญจนบุรี		✓	สูง
21	ทม.มาบตาพุด		✓	สูง

ที่	ลูกค้า	ผลกระทบ	อิทธิพล	ผลการจัดลำดับ
ประเภทกลุ่มลูกค้าขนาดเล็ก				
22	ทต.บางปลา		✓	สูง
23	ทต.ปากน้ำปราณ		✓	สูง
24	ทน.ระยอง		✓	สูง
25	ทต.บางปลา 2		✓	สูง
26	ทม.ปู่เจ้าสมิงพราย		✓	สูง
27	ทม.ใหม่บางบัวทอง		✓	สูง
28	ทต.กำแพงแสน		✓	สูง
29	อบต.ลำโพ		✓	สูง
30	ทต.แพรक्षा		✓	สูง
31	ทต.ปลายบาง		✓	สูง
32	ทต.บ้านฉาง		✓	สูง
33	ทต.เขาน้อย		✓	สูง
34	ทต.วิชิต		✓	สูง
35	ทต.ราไวย์		✓	สูง
36	ทต.ฉลอง		✓	สูง
37	ทต.นครชัยศรี	✓		มากที่สุด
38	ทต.ท่าจีน	✓		มากที่สุด
39	ทต.บางหญ้าแพรก	✓		มากที่สุด
40	ทต.ไร่ขิง	✓		มากที่สุด
41	ทต.บางเลน	✓		มากที่สุด
42	อบต.สามควายเผือก	✓		มากที่สุด
43	ทต.พรหมโลก	✓		มากที่สุด
44	ทต.บางพลี	✓		มากที่สุด

ที่	ลูกค้า	ผลกระทบ	อิทธิพล	ผลการจัดลำดับ
45	ทต.กมลา	✓		มากที่สุด
46	อุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร	✓		น้อยสุด
47	ทม.ปากพ่อง (บริเวณวัดนาควารี่)	✓		น้อยสุด
48	ทม.ปากพ่อง (บริเวณหลังเรือนจำ)	✓		น้อยสุด
49	อบต.หูล่อง บริเวณชุมชนหอยรอก	✓		น้อยสุด
50	ทต.ชะอวด (โรงฆ่าสัตว์)	✓		น้อยสุด
51	ทต.หัวไทร (บริเวณถนนเลียบสุขาภิบาล 1)	✓		น้อยสุด
52	ทต.หัวไทร (บริเวณหลังตลาดสด ถ.บางแค)	✓		น้อยสุด

ระดับความสำคัญของลูกค้า

สี	ความสำคัญของลูกค้า	
แดง	สูง	ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญอันเนื่องมาจากการดำเนินงานขององค์กร และมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินงานขององค์กร
เขียว	ปานกลาง	ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบอย่างไม่มีนัยสำคัญอันเนื่องมาจากการดำเนินงานขององค์กร แต่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินงานขององค์กร
เหลือง	ปานกลาง	ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบมีนัยสำคัญอันเนื่องมาจากการดำเนินงานขององค์กร แต่มีอิทธิพลน้อยต่อการดำเนินงานขององค์กร
ฟ้า	น้อย	ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบอย่างไม่มีนัยสำคัญอันเนื่องมาจากการดำเนินงานขององค์กร และมีอิทธิพลน้อยต่อการดำเนินงานขององค์กร

วิสัยทัศน์ “บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑ เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ ๒.๑ เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า
กลยุทธ์ที่ ๒.๒ เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๖

แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๖

วัตถุประสงค์ เชิงยุทธศาสตร์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริการลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ ๑
พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ ๒
พัฒนาระบบการจัดเก็บรายได้จากลูกค้า

กลยุทธ์ที่ ๑.๑
เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

โครงการ/กิจกรรม

- โครงการให้คำปรึกษาด้านการจัดการน้ำเสีย
- แผนฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรด้านลูกค้าและตลาด

กลยุทธ์ที่ ๑.๒
เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

โครงการ/กิจกรรม

- แผนบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
- แผนการประชาสัมพันธ์การจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย
- โครงการสำรวจความพึงพอใจ และพัฒนาช่องทางจัดการข้อร้องเรียน

กลยุทธ์ที่ ๒.๑
พัฒนาระบบสารสนเทศในการสนับสนุนลูกค้า

โครงการ/กิจกรรม

- แผนการปรับปรุงพัฒนาระบบการจัดเก็บรายได้
- โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

กลยุทธ์ที่ ๒.๒
ขยายฐานการบริการลูกค้า

โครงการ/กิจกรรม

- ขยายพื้นที่การให้บริการลูกค้า
- จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าใหม่

แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ 2567

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า		ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบการจัดเก็บรายได้จากลูกค้า		
กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า		กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาระบบสารสนเทศในการสนับสนุนลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 ขยายฐานการบริการลูกค้า		งบประมาณ (หน่วย:บาท)
	ช่วงเวลา	ค่าเป้าหมาย		
		ผลผลิต	ผลลัพธ์	
1. โครงการให้คำปรึกษาด้านการจัดการน้ำเสีย	ม.ค.67-ก.ย.67	อปท.มีความรู้ด้านการจัดการน้ำเสีย จำนวนไม่น้อยกว่า 100 คน	อปท.ลงนามให้ความร่วมมือกับ อจน. ในการเข้ารับบริหารจัดการระบบฯ	
2. แผนฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรด้านลูกค้าและตลาด	ต.ค.66-ก.ย.67	พนักงานได้รับการพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด ไม่น้อยกว่า 10	ผู้รับการอบรมได้รับความรู้ด้านลูกค้าและตลาด	
3. แผนบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	ต.ค.66-ก.ย.67	จำนวนพื้นที่ ที่ร่วมเซ็นลงนาม กับ อจน.	จำนวนพื้นที่ที่ อจน. เข้าดำเนินการบริหารจัดการฯ	
4. แผนการประชาสัมพันธ์การจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย	ต.ค.66-ก.ย.67	จัดทำของที่ระลึกสำหรับการประชาสัมพันธ์จัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียขององค์กร	เป็นการประชาสัมพันธ์องค์กร และเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนยินดีร่วมชำระค่าบริการบำบัดน้ำเสีย	300,000
5. โครงการสำรวจความพึงพอใจ และพัฒนาช่องทางจัดการข้อร้องเรียน	ต.ค.66-ก.ย.67	แบบสำรวจความพึงพอใจของ อปท. ที่มีต่อ อจน. จำนวน 1 โครงการ	ได้ผลสรุปการสำรวจความพึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ของ อปท. ที่มีต่อ อจน.	300,000
6. แผนปรับปรุงพัฒนาระบบการจัดเก็บรายได้	ต.ค.66-ก.ย.67	โครงการพัฒนาระบบจัดเก็บรายได้ จำนวน 1 โครงการ	สามารถดำเนินการระบบการจัดเก็บรายได้ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	500,000
7. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	ต.ค.66-ก.ย.67	สำรวจพื้นที่ดำเนินการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียและออกแบบผลิตภัณฑ์ พร้อมเข้าดำเนินการก่อสร้างและบริหารจัดการฯ	แผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ตามจำนวนพื้นที่ ที่ อจน. ที่ได้รับจัดสรรงบประมาณ	100,000
8. ขยายพื้นที่การให้บริการลูกค้า	ต.ค.66-ก.ย.67	จัดทำแผนสำรวจแนวท่อรวบรวมน้ำเสีย	ได้จำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น	
9. จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าใหม่	ต.ค.66-ก.ย.67	จัดทำแผนข้อมูลลูกค้า พร้อมลงสำรวจพื้นที่เพื่อรวบรวมลูกค้าใหม่	ได้จำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น	

แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐

<p>วัตถุประสงค์</p> <p>๑. เพื่อเป็นแนวทาง และเป็นเครื่องมือในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานการบริหารจัดการกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล</p> <p>๒. เพื่อวิเคราะห์ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า ของ อจน.ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน</p>	<p>ขอบเขต</p> <p>องค์การจัดการน้ำเสีย ได้มีรวบรวมข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญ และแผนพัฒนา ด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ พบว่ากลุ่มลูกค้าและตลาดที่สำคัญของ องค์การ จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย และออกแบบ ก่อสร้าง และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภารกิจของ องค์การ</p>	<p>กลุ่ม</p> <p>๑. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน ๕๗ แห่ง</p>
--	--	---

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนให้กับลูกค้า

ยุทธศาสตร์ ๑ : พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

โครงการ/กิจกรรม/แผน	ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย					ระยะเวลาดำเนินการ					ผู้รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)	
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐			
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า															
- โครงการให้คำปรึกษาด้านการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า	จำนวนแห่ง	แห่ง	๒	๒	๒	๒	๒							ฝวศ.	๑๐๐,๐๐๐.-
- แผนฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรด้านลูกและตลาด	จำนวนโครงการ	โครงการ	๑	๑	๑	๑	๑								
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า															
- แผนงานบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	จำนวนแผนงาน	แผนงาน	๑	๑	๑	๑	๑							กจร./ฝบจ.	-
- แผนประชาสัมพันธ์การเก็บค่าบำบัดน้ำเสียกับลูกค้า	จำนวนแผนงาน	แผนงาน	๒	๒	๒	๒	๒							กพพ./ฝบจ.	๓๐๐,๐๐๐.-
- โครงการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาช่องทางจัดการข้อร้องเรียน	จำนวนโครงการ	โครงการ	๑	๑	๑	๑	๑							กปส./สผอ.	๓๐๐,๐๐๐.-

ยุทธศาสตร์ ๒ : พัฒนาระบบการจัดเก็บรายได้จากลูกค้า														
โครงการ/กิจกรรม/แผน	ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย					ระยะเวลาดำเนินการ					ผู้รับผิดชอบ	งบประมาณ
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐		
กลยุทธ์ที่ ๒.๑ พัฒนาระบบสารสนเทศในการสนับสนุนลูกค้า														
- แผนการปรับปรุงพัฒนาระบบการจัดเก็บรายได้	จำนวนโครงการ	โครงการ	๑	๑	๑	๑	๑							กวพ./ฝบจ. ๕๐๐,๐๐๐
- โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	จำนวนโครงการ	โครงการ	๑	๑	๑	๑	๑							กวพ./ฝบจ. -
กลยุทธ์ที่ ๒.๒ ขยายฐานการบริการลูกค้า														
- ขยายพื้นที่การให้บริการลูกค้า			๑	๑	๑	๑	๑							
- จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าใหม่			๑	๑	-	-	-							

