

แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 ขององค์การจัดการน้ำเสีย



คำนำ

องค์การการจัดการน้ำเสีย (Wastewater Management Authority : WMA) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงมหาดไทย จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การการจัดการน้ำเสีย เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2538 โดยมีวัตถุประสงค์คือ “การจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมสำหรับการบำบัดน้ำเสียในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย และการให้บริการรับบริหารหรือจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย รวมทั้งบริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ”

เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2563 กระทรวงมหาดไทย ได้กำหนดให้การจัดการน้ำเสียชุมชนเป็นภารกิจสำคัญตามนโยบายรัฐบาล (Agenda) โดยมีเป้าหมายบำบัดน้ำเสียจากชุมชนให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน น้ำทิ้งชุมชนก่อนปล่อยสู่แหล่งสาธารณะ และได้มอบหมายให้องค์การการจัดการน้ำเสีย มีอำนาจหน้าที่ในการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 105 แห่ง และแผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชนระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) เพื่อปรับปรุง พื้นฟู และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนให้มีประสิทธิภาพและมาตรฐาน

เมื่อวันที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2563 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียของ องค์การการจัดการน้ำเสียให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจขององค์กรในการแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำของประเทศ ให้สามารถเข้าดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ มีส่วนสำคัญในการเร่งรัดการพัฒนาระบบบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศให้ดำเนินไปอย่างมีมาตรฐานมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการป้องกันแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตของประชาชน เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมของประเทศได้อย่างทันสถานการณ์

องค์การการจัดการน้ำเสีย ได้พิจารณาเกี่ยวกับภารกิจบทบาทและหน้าที่ และนโยบายของรัฐบาล จึงได้จัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 -2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) โดยครอบคลุมทุกส่วนลูกค้าและตลาดในปัจจุบันและตลาดในอนาคต เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ผ่านกระบวนการจำแนกลูกค้า การรับฟังความคิดเห็น ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า เพื่อนำสารสนเทศมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนนวัตกรรมต่างๆสำหรับสนับสนุนลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และการบริหารจัดการข้อร้องเรียนขององค์การการจัดการน้ำเสีย

องค์การการจัดการน้ำเสีย

สิงหาคม 2568

บทสรุปผู้บริหาร

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

การกำหนดหลักเกณฑ์การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาเรียนรู้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต นำไปสู่การตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทุกกลุ่มสร้างโอกาสใหม่ทางการตลาด และสร้างผลกระทบในเชิงบวก ลดผลกระทบทางสังคมภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และเพื่อให้รัฐวิสาหกิจมีระบบการบริหารจัดการส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และก่อให้เกิด การบูรณาการเข้ากับการกำกับดูแลขององค์กร กลยุทธ์ และการบริหารจัดการในทุกระดับ เพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจ ลดความเสี่ยง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว องค์การการน้ำเสียจึงได้จัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 – 2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569 เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ครอบคลุมข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ เช่น ข้อมูลองค์กร ข้อมูลลูกค้าและตลาด ความต้องการ ความคาดหวังของมีลูกค้าและตลาดที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมกำหนดเป็นยุทธศาสตร์กลยุทธ์ โครงการและกิจกรรมในการดำเนินการ

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ ของแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาดขององค์การการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) ดังนี้

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถการก่อสร้างและการลงทุน

กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าทั่วประเทศ

เป้าหมาย : เพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ และให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการได้ตรงเป้าหมาย

- ตัวชี้วัด :**
1. จำนวนการจัดทำบันทึกข้อตกลงร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามเป้าหมาย จำนวน 10 แผนงาน
 2. จำนวนแผนงานการให้บริการและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 1 แผนงาน
 3. จำนวนองค์ความรู้ นวัตกรรมที่สนับสนุน จำนวน 3 แผนงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 1.1.1 การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าเดิมและรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 1.1.2 การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาด และเพิ่มรายได้จากการจากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.1.1 การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.2.1 การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

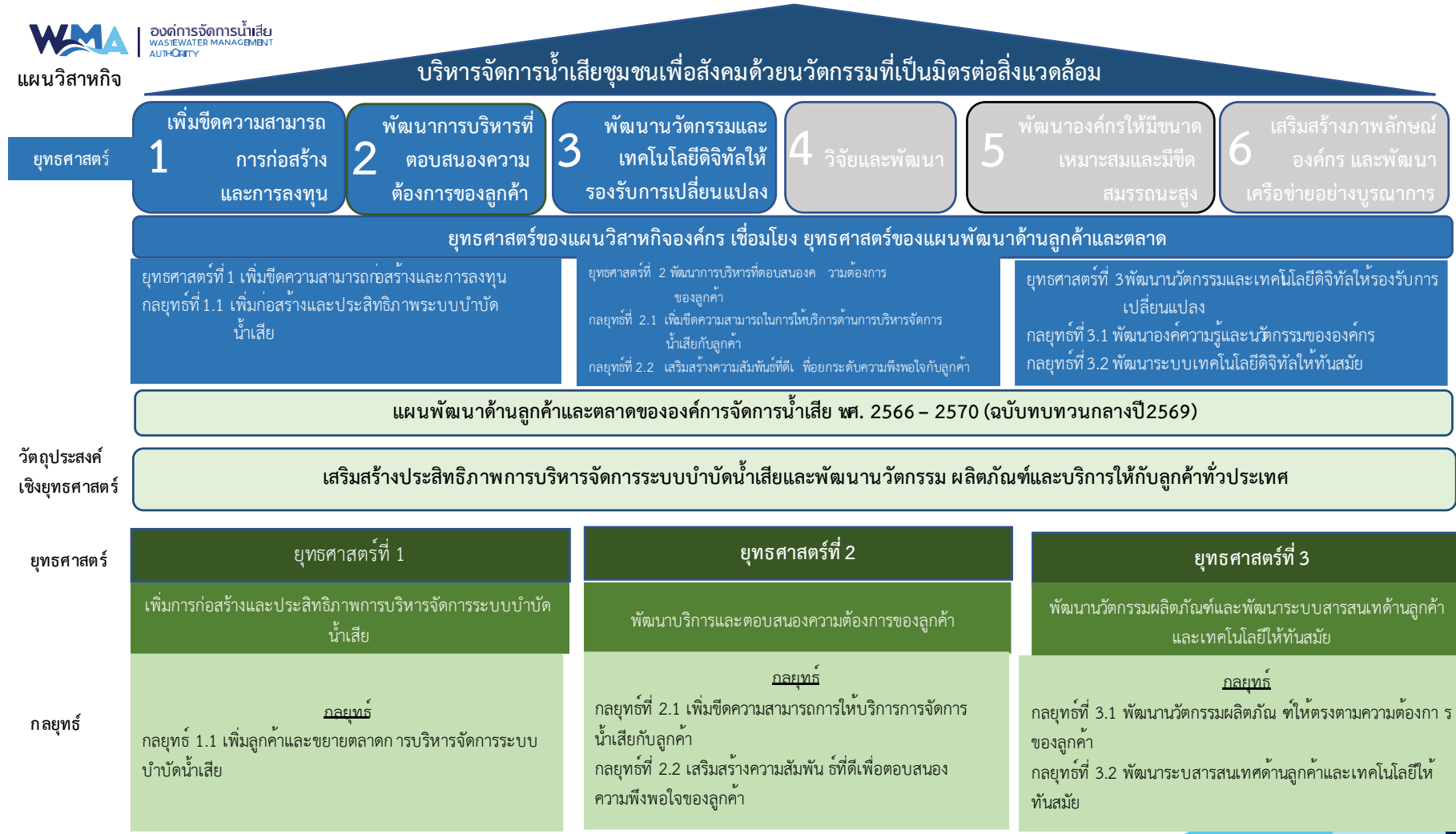
ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

กิจกรรมที่ 3.1.1 การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

กิจกรรมที่ 3.2.1 การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า



ความเชื่อมโยงกับแผนวิสาหกิจองค์การนิคมอุตสาหกรรมน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)

แผนวิสาหกิจองค์การนิคมอุตสาหกรรมน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)

SO1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาดขององค์การนิคมอุตสาหกรรมน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)

SO เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าทั่วประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศเทคโนโลยีด้านลูกค้าให้ทันสมัย

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ 1

เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

- 1.1 การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย สำหรับลูกค้าเดิม และเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย
- 1.2 การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ 2

พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

1. การฝึกอบรมเพิ่มทักษะ ความรู้ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3

พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

1. การเข้ารับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

1. การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า

การจัดลำดับความสำคัญของ SWOT

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์การจําน้ำเสีย ทั้งที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ด้านลูกค้าในทุกประเด็น แล้วนำมาให้คะแนนและน้ำหนักความสำคัญ สามารถสรุป SWOT ของลูกค้า ได้ดังนี้

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นจุดแข็ง (Strengths : S)

ลำดับ	รหัส	จุดแข็ง (Strengths : S)
1	S2	ได้รับความร่วมมือจาก อปท. (ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและควบคุมและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย
2	S1	ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
3	S3	พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐานและด้านบริการ
4	S4	มีเครือข่ายและพันธมิตรที่ดีในการดำเนินงานขององค์การจําน้ำเสีย เพื่อให้มีการดำเนินงานตามภารกิจให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นจุดอ่อน (Weakness: W)

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

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นโอกาส (Opportunities: O)

ลำดับ	รหัส	โอกาส (Opportunities: O)
1	O1	มีการขยายเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ
2	O3	อจน.มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ ที่ อปท. สามารถนำไปปรับใช้ในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย
3	O2	อจน. สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่งเศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวได้เช่น เทศบาลนครแม่สอด และอบต. อ่าวนางเกาะพีพี จ.กระบี่

การจัดลำดับอุปสรรค (Threats: T)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นอุปสรรค (Threats: T)

ลำดับ	รหัส	อุปสรรค (Threats: T)
1	T2	แนวทอรวบรวมน้ำเสียไม่ครอบคลุมในเขต อปท.
2	T1	อปท.สามารถที่จะดำเนินงานด้านสาธารณสุขโรคในพื้นตัวเอง

ปัจจัยนำเข้า

จุดแข็ง

1. อจน. มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียโดยตรงส่งผลให้สามารถติดต่อประสานกับหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงทำให้ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ
2. พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
3. คุณสมบัติของพนักงานตรงตามที่ อจน. ระบุไว้ในข้อบังคับ อจน. ที่ 57

จุดอ่อน

1. โครงสร้างอัตรากำลัง
2. ระเบียบข้อบังคับ อจน. ที่ 57 ว่าด้วย การจัดแบ่งส่วนฯ พ.ศ. 2554

โอกาส

1. การจัดทำบันทึกทำข้อตกลงร่วม (MOA) ระหว่าง อจน. และ อปท.

ภัยคุกคาม/อุปสรรค

1. งบประมาณที่ได้รับจัดสรร

สรุปการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าและตลาด

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นด้านลูกค้าและตลาด (CM) ที่สำคัญ (จากแบบสำรวจประจำปี 2568)	
1. บริหารจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ	ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 1.การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าและรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 2.การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย
2. ก่อสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย	ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 1.การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าและรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 2.การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย
3. พัฒนาการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสีย	ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 1.การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าและรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 2.การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นด้านลูกค้าและตลาด (CM) ที่สำคัญ (จากแบบสำรวจประจำปี 2568)	
1. มีเครือข่ายพันธมิตร เพื่อขยายขอบเขตการดำเนินการอย่างบูรณาการ	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.1</u> เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.2</u> เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
2. เป็นหน่วยงานหลักที่ดำเนินการด้านการจัดการน้ำเสียของประเทศ	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.1</u> เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.2</u> เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
3. เพิ่มการรับรู้ด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.1</u> เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.2</u> เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
4. การบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.1</u> เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.2</u> เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
5. การพัฒนาการฝึกอบรม	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.1</u> เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.2</u> เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
6. ส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.1</u> เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.2</u> เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
7. เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1 การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

-

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นด้านลูกค้าและตลาด (CM) ที่สำคัญ (จากแบบสำรวจประจำปี 2568)	
1. มีส่วนสาธารณะเพื่อใช้ประโยชน์ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสีย	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า 1. การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย 1. การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า
2. ดำเนินการด้านนวัตกรรมเกี่ยวกับระบบบำบัดน้ำเสียตรงตามความต้องการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและได้มาตรฐาน	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า 1. การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย 1. การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า

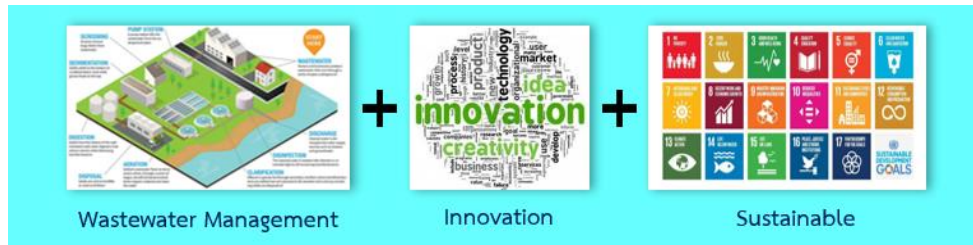
ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
3. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย <u>กลยุทธ์ที่ 3.1</u> พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า 1. การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 3.2</u> พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย 1. การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า

บทที่ 1

บทนำ

1.วิสัยทัศน์ (Vision)

บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ตารางที่ 1-1 รายละเอียดวิสัยทัศน์ขององค์กร

วิสัยทัศน์	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน	เป้าหมายปี พ.ศ. 2566 - 2570																																																										
1. บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคม*	เพื่อบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมให้ได้ตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน	<table><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><tr><td colspan="5">ส่วนที่องค์การจัดการน้ำเสียเป็นผู้ดำเนินการ</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 (คาดการณ์ ณ สิ้นปี)</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></table>	ปีงบประมาณ	เชิงปริมาณ (ล้านลูกบาศก์เมตร)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)			ฟื้นฟู	พระราชดำริ	ศูนย์บริหารฯ	ส่วนที่องค์การจัดการน้ำเสียเป็นผู้ดำเนินการ					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 (คาดการณ์ ณ สิ้นปี)					2566	60.00	100.00	100.00	96.00	รวมทั้งสิ้น	332.08				1. น้ำเสียหลังการบำบัดได้คุณภาพตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนที่กำหนด 1.1 โครงการปรับปรุงฟื้นฟูและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.95 1.2 โครงการพระราชดำริ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 99.95 1.3 โครงการก่อสร้างศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 96.00 2. สามารถบำบัดน้ำเสียได้ปริมาณ 125.00 ล้านลูกบาศก์เมตร ในปี พ.ศ. 2570 ** - 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 รวมทั้งสิ้น 549.00 ล้านลูกบาศก์เมตร
ปีงบประมาณ	เชิงปริมาณ (ล้านลูกบาศก์เมตร)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)																																																											
		ฟื้นฟู	พระราชดำริ	ศูนย์บริหารฯ																																																									
ส่วนที่องค์การจัดการน้ำเสียเป็นผู้ดำเนินการ																																																													
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 (คาดการณ์ ณ สิ้นปี)																																																													
2566	60.00	100.00	100.00	96.00																																																									
รวมทั้งสิ้น	332.08																																																												
2. ด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	เพื่อนำนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียในพื้นที่ที่องค์การจัดการน้ำเสียดำเนินการ	<table><tr><th>ปีงบประมาณ</th><th>จำนวนนวัตกรรม</th></tr><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>2567</td><td>-</td></tr><tr><td>รวมทั้งสิ้น</td><td>9</td></tr></table>	ปีงบประมาณ	จำนวนนวัตกรรม	2563	3	2564	3	2565	3	2566	-	2567	-	รวมทั้งสิ้น	9	3. ก่อสร้างศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น 4 ระบบต่อปี																																												
ปีงบประมาณ	จำนวนนวัตกรรม																																																												
2563	3																																																												
2564	3																																																												
2565	3																																																												
2566	-																																																												
2567	-																																																												
รวมทั้งสิ้น	9																																																												

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

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

2. พันธกิจ

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

3. ค่านิยมองค์กร

มุ่งมั่นผลสัมฤทธิ์ จิตบริการ เชี่ยวชาญในหน้าที่

ตารางที่ 3-1 ค่านิยม/คำจำกัดความของค่านิยมองค์กร

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

4. วัฒนธรรมองค์กร

องค์กรจัดการน้ำเสีย ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสาธารณะ สร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมทั้งเน้นให้บุคลากรขององค์กรเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุด

แผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนปี 2568)

วิสัยทัศน์/Vision

บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



พันธกิจ/Mission

- ออกแบบ ก่อสร้าง และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
- ปรับปรุงฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
- ให้บริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ
- การพัฒนานวัตกรรมระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์/Strategic Objectives

SO1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 1

เพิ่มขีดความสามารถการก่อสร้างและการลงทุน

กลยุทธ์ 1.1

เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์ 1.2

ร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2

พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ 2.1

เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ 2.2

เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

SO2 ส่งเสริมและพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 3

พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ 3.1

พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร

กลยุทธ์ 3.2

พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ 4

วิจัยและพัฒนา

กลยุทธ์ 4.1

ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

กลยุทธ์ 4.2

พัฒนากระบวนการบริหารจัดการน้ำเสียตามหลักเศรษฐกิจแบบองค์รวม (Bio-Circular-Green Economy: BCG)

SO3 พัฒนานวัตกรรมสู่ความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 5

พัฒนานวัตกรรมให้มีขนาดเหมาะสมและมีขีดสมรรถนะสูง

กลยุทธ์ 5.1

ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและอัตราค่าจ้างให้มีความเหมาะสม

กลยุทธ์ 5.2

ส่งเสริมกระบวนการปฏิบัติงานการจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์ 5.3

พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

ยุทธศาสตร์ที่ 6

เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและพัฒนาเครือข่ายอย่างบูรณาการ

กลยุทธ์ 6.1

เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

กลยุทธ์ 6.2

พัฒนาเครือข่ายและ การดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

5. กรอบหรือแนวทางการกำกับดูแล (Governance)

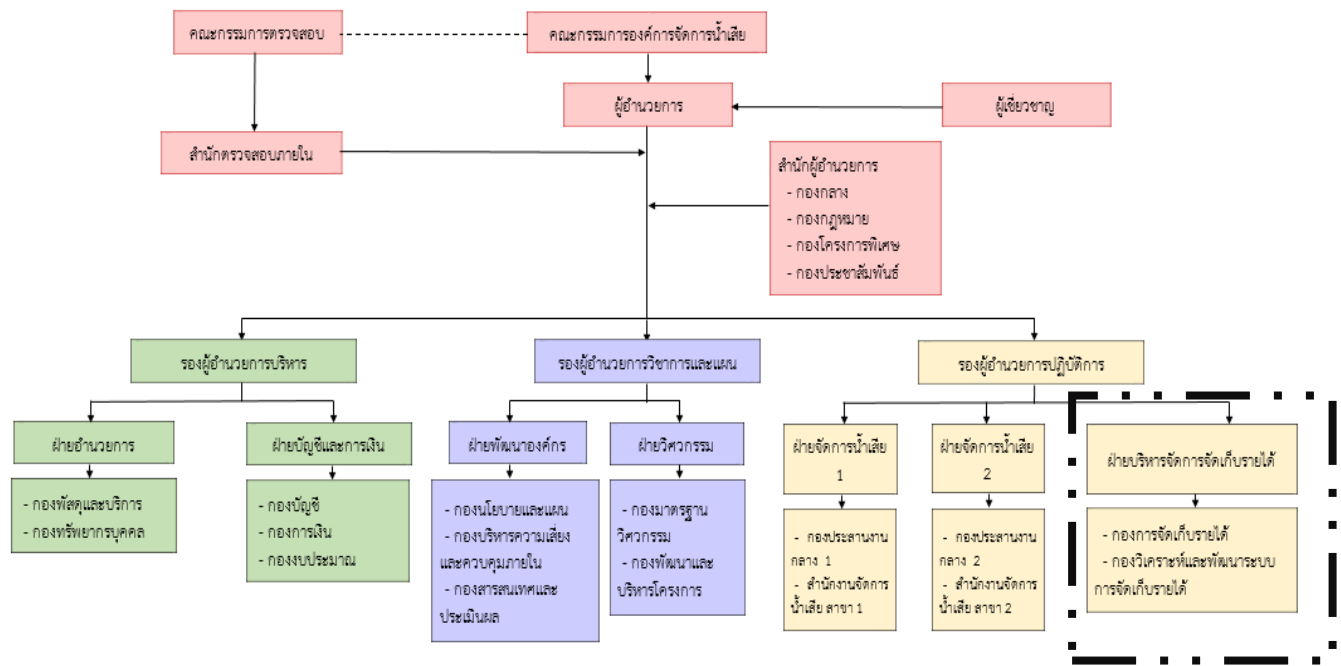
5.1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี

องค์การจัดการน้ำเสีย ยึดมั่นการบริหารจัดการตามหลักการกำกับดูแลที่ดี มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ เกิดความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทุกกลุ่ม การกำกับดูแลองค์การจัดการน้ำเสีย (อจน.) เป็นรัฐวิสาหกิจ ด้านสาธารณูปการที่มุ่งเน้นด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมทางน้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ภายใต้การบริหารจัดการองค์กรด้านนโยบายการกำกับดูแลที่ดีตามหลักธรรมาภิบาลด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม อันเป็นการเสริมสร้างการมีศักดิ์ศรี ของการเป็นหน่วยงานภาครัฐ พร้อมทั้งสร้างความไว้วางใจ และศรัทธาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ อจน. ได้มุ่งเน้นหลักสำคัญเรื่อง การรับผิดชอบต่อความสำนึกในหน้าที่การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความโปร่งใส การสร้างมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริม พัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ครอบคลุมทั้งการมีส่วนร่วมโดยมีแนวทางปฏิบัติที่ดีครอบคลุมการบริหารงาน สำคัญในทุกด้านขององค์กรเพื่อให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล อจน. จึงได้ประกาศเจตนารมณ์และความมุ่งมั่น ในการให้คณะผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานทุกคนในองค์กรพึงยึดถือนโยบายการกำกับดูแลที่ดีเป็นจรรยาบรรณในการ ปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร อันจะเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรสืบต่อไป หลักสำคัญของการกำกับดูแลที่ดีอันเป็นมาตรฐานสากล 7 ประการ ที่องค์การจัดการน้ำเสีย ยึดถือเป็นหลักสำคัญใน การดำเนินนโยบายการกำกับดูแลที่ดี ได้แก่

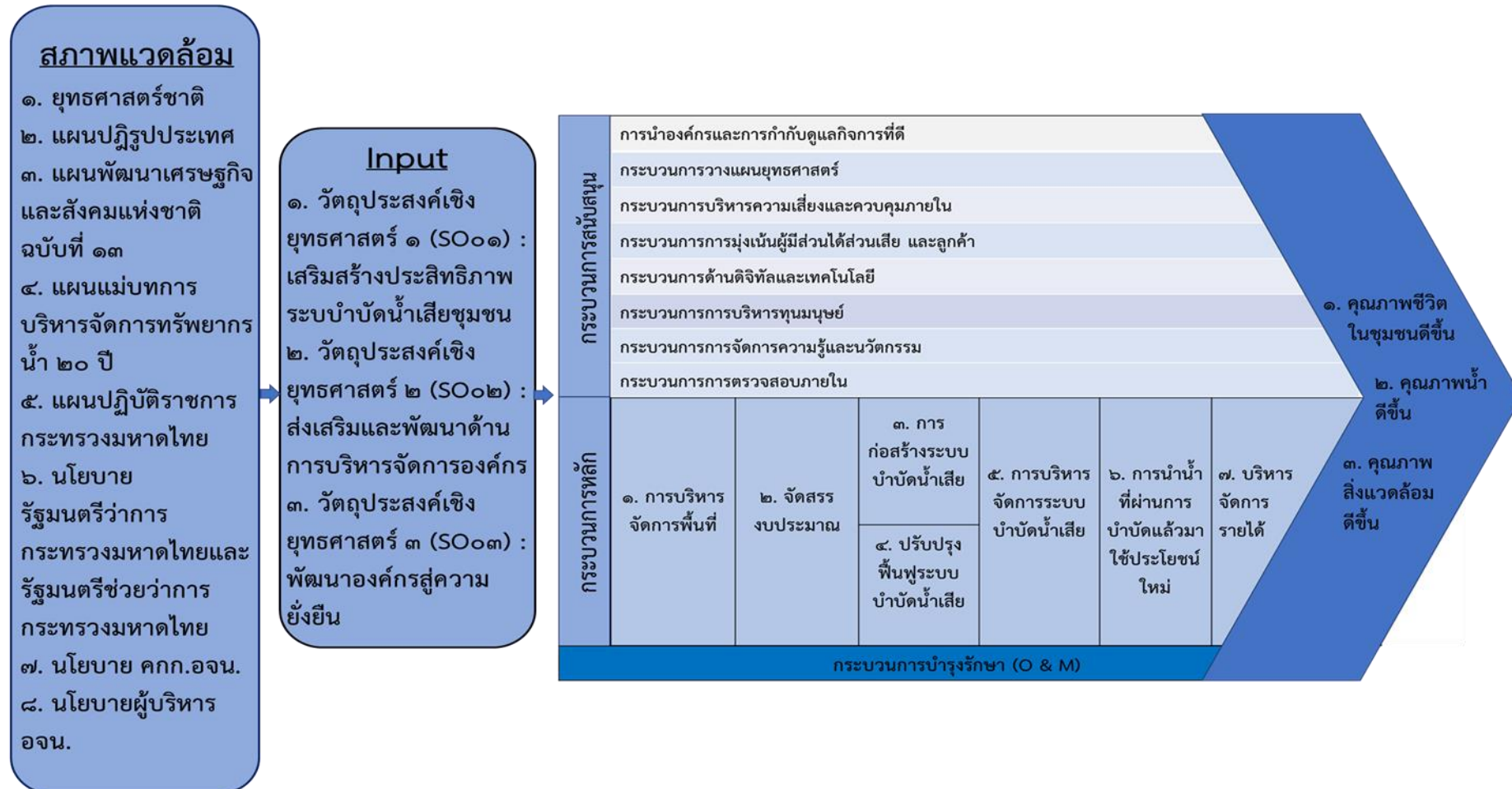
1. การรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ Accountability
2. ความสำนึกในหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ Responsibility
3. การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยสุจริต Equitable Treatment
4. ความโปร่งใส Transparency
5. การสร้างมูลค่าเพิ่มองค์กร Value Creation
6. การส่งเสริมและพัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ดี Ethics
7. การมีส่วนร่วม Participation

6. โครงสร้างการบริหารงาน

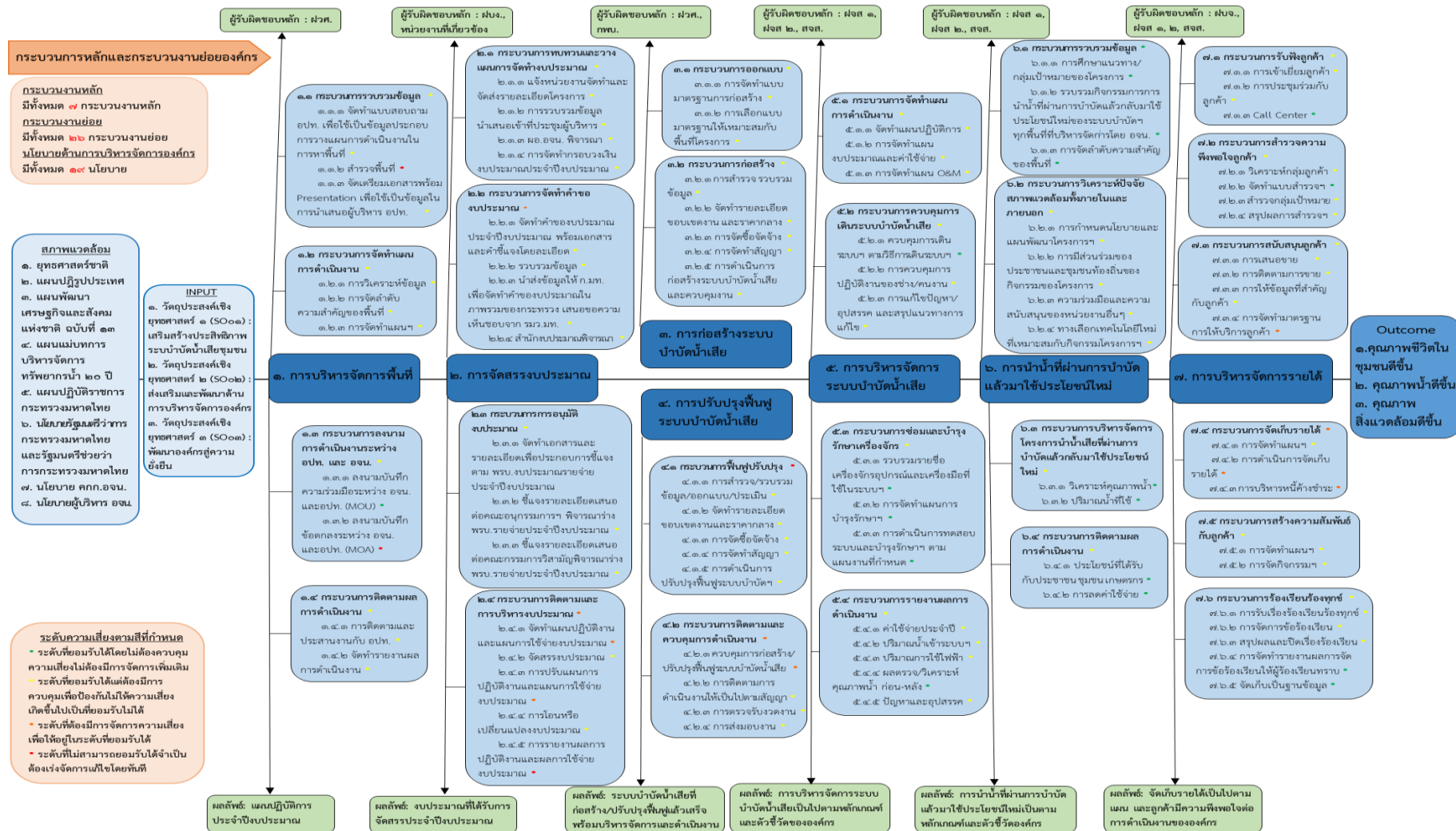
อนจ. แบ่งส่วนงานและกำหนดอำนาจหน้าที่ตามโครงสร้างการบริหารงาน ของ อนจ. ซึ่งประกอบด้วย สายงานระดับ ผอ.อนจ. รอง ผอ.อนจ. 3 สายงาน คือ รผอ.อนจ. (บร.) รผอ.อนจ. (วพ.) รผอ.อนจ. (ปก.)



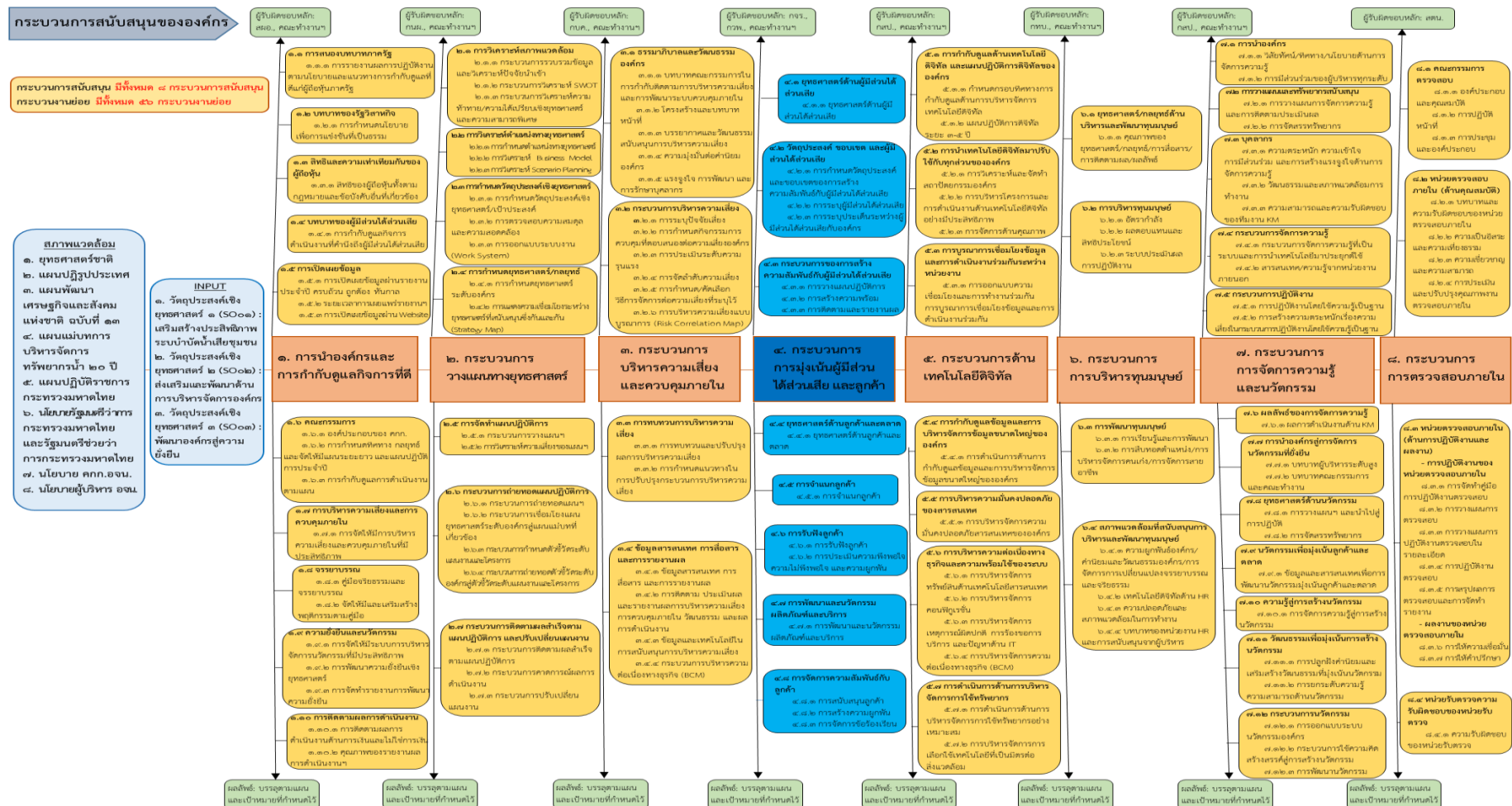
กระบวนการหลักและกระบวนการสนับสนุน



7. กระบวนการดำเนินงานครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของ อจน.



8. กระบวนการสนับสนุนขององค์กร



แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด ขององค์การกิจการน้ำเสีย พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) จัดทำขึ้นเพื่อให้เป็นกรอบทิศทางการดำเนินงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ขององค์การกิจการน้ำเสีย สอดคล้องกับ ทิศทางการดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบัน ซึ่งครอบคลุมข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ เช่น ข้อมูลองค์กร แผน วิสาหกิจขององค์กร รายละเอียดด้านลูกค้าและตลาด (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ขององค์กรที่ผ่านมา ความ ต้องการและความคาดหวังทั้งเชิงบวกและเชิงลบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อองค์กร ผลการดำเนินงานของ องค์กรที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงของนโยบาย กฎหมาย/กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง การเปลี่ยนแปลงที่ สำคัญ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SGGs) สมรรถนะหลักขององค์กร กรอบหรือแนวทางการกำกับดูแล ระบบงานและกระบวนการที่สำคัญ เป็นต้น โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ แล้วกำหนดเป็น จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส ภัยคุกคาม เพื่อเข้าสู่การระบุนความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบ เชิงยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์ เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการและกิจกรรมในการดำเนินการ

องค์การจัดการน้ำเสียจึงต้องทราบความสัมพันธ์ระหว่างภารกิจองค์กรและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า) ในเชิงผลกระทบและประเด็นที่เกี่ยวข้องระหว่างกันทั้งด้านบวกและลบ เพื่อนำไปใช้และปรับปรุงระบบการจัดการภารกิจองค์กรซึ่งจำต้องมีที่มาของกรอบการดำเนินงานขององค์กร โดยต้องมีการบริหารจัดการที่เรียกว่า การเชื่อมโยงลูกค้าอย่างเป็นกระบวนการ เพื่อนำไปสู่การลดผลกระทบเชิงลบและสร้างผลกระทบเชิงบวกระหว่างองค์กรและลูกค้า อันจะนำไปสู่ความร่วมมือและการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างองค์กรกับลูกค้า เช่น ลูกค้าที่ต้องการความพอใจในสินค้าที่ซื้อ คู่ค้ายินดีร่วมในการประกอบธุรกิจ พนักงานยินดีปฏิบัติงานกับองค์การจัดการน้ำเสีย การได้รับการยอมรับจากสังคมและชุมชน

21

9.1 วัตถุประสงค์การจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 ขององค์การ
จัดการน้ำเสีย (ฉบับทบทวนปี 2569) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569

1. เพื่อเป็นกรอบและแนวทางการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาดขององค์การจัดการน้ำเสีย
2. เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพการบริการให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น)
3. เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ ความต้องการ และความมุ่งหวังของลูกค้า รวมถึงทัศนคติที่มีต่อการบริการของ องค์การจัดการน้ำเสียดำเนินการอยู่ในปัจจุบันและในอนาคต
4. เพื่อทบทวนและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาด เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

9.2 ขั้นตอนและกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 – 2570 (ฉบับทบทวน
ปี 2569) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569

การกำหนดกระบวนการ ดำเนินการทบทวนและจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาดพ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2569 จะมีกระบวนการและขั้นตอนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ พร้อมทั้งกำหนดวัตถุประสงค์ของการจำแนกลูกค้าและตลาด และกำหนดช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้าและกำหนดแนวทางการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า และกำหนดกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ กำหนดแนวทางการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยมีการถ่ายทอดแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2569

9.3 การอนุมัติแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 ขององค์การจัดการน้ำเสีย
(ฉบับทบทวนปี 2569) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

1. คณะทำงาน Enable ด้าน 4 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าให้ความเห็นชอบในการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569
2. คณะอนุกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ความเห็นชอบแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569
3. คณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย รับทราบ แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569

9.4 การติดตาม และการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด เพื่อ ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการ

องค์การจัดการน้ำเสีย มีกระบวนการติดตามผลอย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่องเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานของแต่ละแผนงานโครงการให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สอดคล้องกับเป้าหมายของแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด ปี พ.ศ. 2566 - 2570 ที่กำหนดไว้

การประเมินผล เป็นกระบวนการในการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับแผนที่กำหนด การกำกับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน การศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้น ในทางปฏิบัติเพื่อแก้ไข/ปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดผลผลิต ผลลัพธ์ที่ต้องการ และเป็นการประเมินผลกระทบทั้งทางตรง/ทางอ้อม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการปรับปรุงแผนงาน/โครงการให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ จะได้มีการทบทวนกระบวนการถ่ายทอด ติดตาม และการประเมินผล แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดเป็นประจำทุกปี เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีรอบเวลาการติดตามและประเมินผล สำหรับระยะเวลาที่จะใช้ในการติดตามผล

บทที่ 2

สารสนเทศตลาดและลูกค้า

2. สารสนเทศการตลาด

2.1 น้ำเสียชุมชนในประเทศไทย

น้ำเสียในประเทศไทย สามารถแบ่งประเภทตามแหล่งกำเนิดได้ 3 ประเภท คือ น้ำเสียชุมชน น้ำเสียอุตสาหกรรม และน้ำเสียเกษตรกรรม โดยปริมาณน้ำเสียชุมชนที่เกิดขึ้นทั่วประเทศมีจำนวน 11 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน ซึ่งปริมาณน้ำเสียจำนวน 6.60 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน หรือคิดเป็นร้อยละ 60 ของปริมาณน้ำเสียชุมชนที่เกิดขึ้นทั้งหมด ที่ผ่านการบำบัดโดยระบบบำบัดน้ำเสียที่ติดตั้งตามกฎหมายควบคุมอาคาร แหล่งรองรับน้ำสามารถฟื้นฟูตัวเองตามกระบวนการธรรมชาติและยังไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพแหล่งน้ำ และมีปริมาณน้ำเสีย 2.70 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.50 จะถูกบำบัดโดยระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนรวมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวน 119 แห่ง และยังคงเหลือปริมาณน้ำเสีย 1.70 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.50 ของปริมาณน้ำเสียชุมชนที่เกิดขึ้นทั้งหมด ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำของแหล่งน้ำต่าง ๆ

ทั้งนี้ องค์การจัดการน้ำเสียได้จัดทำแผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานในการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีปัญหาคุณภาพน้ำเสื่อมโทรม

2.2 ระบบบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนในประเทศไทย

ในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลลงทุนก่อสร้างระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2567) เป็นเงินประมาณ 87,000 ล้านบาท จากระบบบำบัดน้ำเสียรวมทั้งหมด ณ ปี พ.ศ. 2567 จำนวน 119 แห่ง รองรับปริมาณน้ำเสียได้ 3.20 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน ดำเนินงานโดยกรุงเทพมหานคร จำนวน 12 แห่ง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 119 แห่ง โดยองค์การจัดการน้ำเสียดำเนินงานบริหารจัดการ จำนวน 29 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

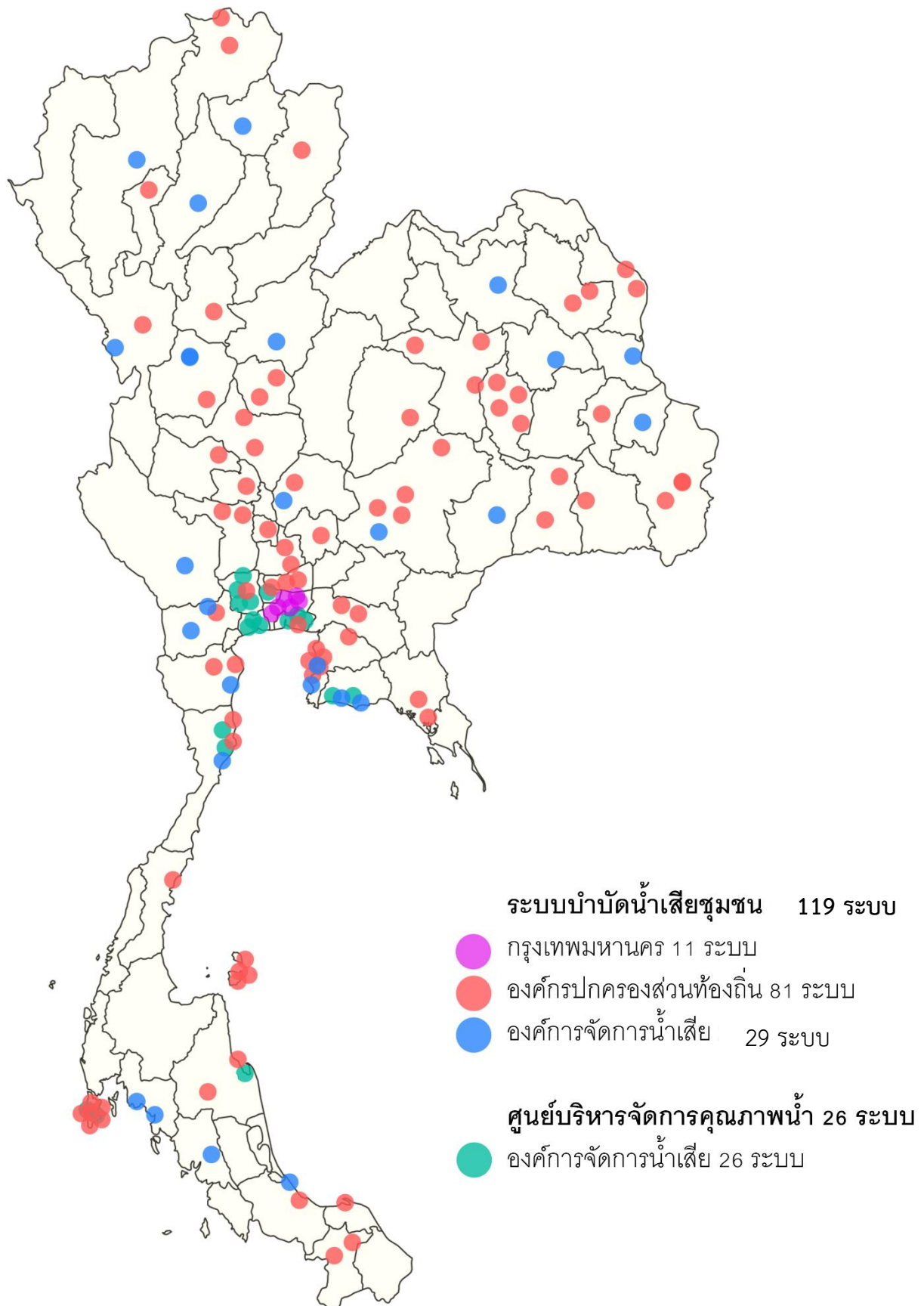
ตารางแสดงจำนวนระบบบำบัดน้ำเสียรวมชุมชนแยกตามขนาด

ลำดับ	ขนาดของระบบบำบัดน้ำเสีย	จำนวน (แห่ง)
1	ขนาดใหญ่ (มากกว่า 50,000 ลบ.ม.ต่อวัน)	16
2	ขนาดกลาง (10,000 - 50,000 ลบ.ม.ต่อวัน)	48
3	ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 10,000 ลบ.ม.ต่อวัน)	55
รวม		119

ตารางแสดงประเภทของระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในประเทศไทย

ลำดับ	ชนิดระบบ	จำนวน (แห่ง)
1	บ่อปรับเสถียร (Stabilization Pond ; SP)	52
2	สระเติมอากาศ (Aerated Lagoon ; AL)	20
3	คลองวนเวียน (Oxidation Ditch ; OD)	44
4	บึงประดิษฐ์ (Constructed Wetland ; CW)	2
5	แผ่นจานหมุนชีวภาพ (Rotating Biological Contactor ; RBC)	1
รวม		119

ภาพที่ 2.1-3 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในประเทศไทย



2.2 สารสนเทศของลูกค้าขององค์การจําน้ำเสีย

2.2.1 พื้นที่ที่องค์การจําน้ำเสียให้บริการตามภูมิศาสตร์ประเทศไทย

จน. ได้ทำข้อตกลงการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมระยะเวลา 15 ปี ร่วมกับ อบท.ตั้งแต่ ปีงบประมาณ 2554 ถึง 2569 รวมทั้งสิ้นจำนวน 79 พื้นที่ ดังนี้

ภาคเหนือ ประกอบด้วย ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ

ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล	ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล
1	เทศบาลเมืองพะเยา	5	เทศบาลนครแม่สอด
2	เทศบาลนครลำปาง	6	เทศบาลนครพิษณุโลก
3	เทศบาลนครเชียงใหม่	7	เทศบาลตำบลเด่นชัย
4	เทศบาลเมืองแพร่		

ภาคกลาง ประกอบด้วย ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ

ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล	ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล
1	เทศบาลเมืองสิงห์บุรี	14	เทศบาลตำบลนครชัยศรี
2	เทศบาลเมืองกำแพงเพชร	15	เทศบาลนครพิษณุโลก
3	เทศบาลเมืองพิษณุโลก	16	เทศบาลตำบลบางหญ้าแพรก
4	เทศบาลตำบลบางปลา แห่งที่ 1 แห่งที่ 2	17	เทศบาลตำบลบางเลน
5	เทศบาลตำบลท่าจีน	18	เทศบาลเมืองไธสง
6	เทศบาลตำบลสามควายเผือก	19	เทศบาลเมืองใหม่บางบัวทอง
7	เทศบาลเมืองสามพราน	20	เทศบาลตำบลบางพลี
8	เทศบาลตำบลอ้อมใหญ่	21	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย
9	องค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน	22	เทศบาลเมืองแพรกษา
10	องค์การบริหารส่วนตำบลลำไ้	23	เทศบาลตำบลปลายบาง
11	เทศบาลเมืองบางคูวัด	24	เทศบาลตำบลวัดสิงห์
12	เทศบาลนครปากเกร็ด	25	เทศบาลเมืองอุทัยธานี
13	เทศบาลตำบลหลักหก		

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย

ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล	ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล
1	เทศบาลเมืองมุกดาหาร	6	เทศบาลเมืองปากช่อง
2	เทศบาลนครอุดรธานี	7	เทศบาลเมืองบุรีรัมย์
3	เทศบาลเมืองอำนาจเจริญ	8	เทศบาลนครอุบลราชธานี
4	เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์	9	เทศบาลเมืองสุรินทร์
5	เทศบาลเมืองเลย		

ภาคตะวันออก ประกอบด้วย ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ

ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล	ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล
1	เทศบาลเมืองศรีราชา	6	เทศบาลตำบลบ้านฉาง
2	เทศบาลตำบลบ้านเพ	7	เทศบาลตำบลนาจอมเทียน
3	เทศบาลตำบลบางเสร่	8	เทศบาลนครอุบลราชธานี
4	เทศบาลเมืองมาบตาพุด	9	เทศบาลเมืองสุรินทร์
5	เทศบาลนครระยอง		เทศบาลตำบลบ้านบึง

ภาคตะวันตก ประกอบด้วย ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ

ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล	ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล
1	เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์	7	เทศบาลตำบลบ้านฉาง
2	เทศบาลเมืองบ้านโป่ง	8	เทศบาลตำบลนาจอมเทียน
3	เทศบาลเมืองกาญจนบุรี	9	เทศบาลนครอุบลราชธานี
4	เทศบาลเมืองชะอำ	10	เทศบาลเมืองสุรินทร์
5	องค์การบริหารส่วนตำบลเจดีย์หัก	11	เทศบาลตำบลบ้านบึง
6	เทศบาลเมืองราชบุรี	12	เทศบาลตำบลเขาน้อย

ภาคใต้ ประกอบด้วย ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ

ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล	ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล
1	เทศบาลนครสงขลา	10	เทศบาลตำบลพรหมโลก
2	เทศบาลเมืองกระบี่	11	เทศบาลเมืองปากพั่น (บริเวณหลังเรือนจำ)
3	องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ.กระบี่	12	เทศบาลเมืองปากพั่น (บริเวณโรงเรียนเทศบาลวัดนาควารี่)
4	เทศบาลตำบลราไวย์	13	เทศบาลตำบลหัวไทร (บริเวณถนนสุขาภิบาล 1)
5	เทศบาลตำบลวิชิต	14	เทศบาลตำบลหัวไทร (บริเวณหลังตลาดสดถนนบางแค)
6	องค์การบริหารส่วนตำบลกลมา	15	เทศบาลตำบลหัวไทร(บริเวณหลังตลาดสดถนนบางแค)
7	เทศบาลตำบลคลอง	16	องค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง (บริเวณชุมชนหอยราก-ศรีสมบูรณ์)
8	เทศบาลตำบลปากน้ำประณ	17	มูลนิธิอุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร
9	เทศบาลนครตรัง		

ระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในประเทศไทย



รูปแบบที่ 1 ลูกค้าเชิงพาณิชย์ หมายถึง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น/เทศบาลจะจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบฯ ให้กับองค์การการจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง รวมทั้งองค์การการจัดการน้ำเสียสนับสนุนให้เทศบาลที่มีความพร้อมในการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสียประกาศเทศบัญญัติจัดเก็บค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสีย เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบฯ ของเทศบาล โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าที่ 1 องค.บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

องค์การการจัดการน้ำเสียจึงได้จัดทำแผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างเต็มรูปแบบ ให้กับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียแต่ไม่สามารถบริหารจัดการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นรูปแบบการบริหารจัดการแบบใหม่มีระยะเวลา 15 ปี เพื่อให้ระบบบำบัดน้ำเสียสามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน โดยการจัดทำข้อตกลงการให้บริการและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมอย่างเต็มรูปแบบระยะเวลา 15 ปีร่วมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

โดยในปีแรก องค์การการจัดการน้ำเสียจะขอจัดสรรงบประมาณเพื่อปรับปรุงฟื้นฟูระบบให้สามารถกลับมา ใช้งานได้ตามปกติ

ในปีที่สอง จนครบ 15 ปี องค์การการจัดการน้ำเสียจะเข้าดำเนินงานบริหารจัดการระบบฯ ให้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น/เทศบาลจะจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบฯ ให้กับองค์การการจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง รวมทั้งองค์การการจัดการน้ำเสียสนับสนุนให้เทศบาลที่มีความพร้อมในการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียตามประกาศเทศบัญญัติของเทศบาล เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบฯ ของเทศบาล และองค์การการจัดการน้ำเสียได้สร้างองค์ความรู้ต่างๆ เรื่องการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อให้สามารถดำเนินงานต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพได้เมื่อสิ้นสุดโครงการ

องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่จัดทำข้อตกลงการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมระยะเวลา 15ปี ร่วมกับองค์การการจัดการน้ำเสียตั้งแต่ปีงบประมาณ 2554 ถึง 2569 รวมทั้งสิ้นจำนวน 79 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	เทศบาลนครตรัง	ตรัง	2564

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าที่ อจน. ดำเนินการโครงการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ
ในเขตปริมณฑล

จากปัญหามลพิษทางน้ำในพื้นที่ลุ่มน้ำท่าจีนในจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม และพื้นที่ที่มี
ปัญหาน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ ที่มีความรุนแรงและอยู่ในชั้นวิกฤติ ซึ่งมีสาเหตุมา

จากบริเวณดังกล่าวมีการขยายตัวของแหล่งชุมชนที่พักอาศัยอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาพื้นที่บางส่วนเป็นเขตอุตสาหกรรม ชุมชนส่วนใหญ่มีการระบายน้ำเสียจากการประกอบกิจการต่าง ๆ ที่ยังไม่ผ่านการบำบัดออกสู่สิ่งแวดล้อมและไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ ประกอบกับการแก้ไขปัญหายังขาดการบริหารจัดการที่เหมาะสมและไม่เป็นระบบ ทำให้ปัญหาน้ำเสียนี้น่าจะมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น

ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2554-2567 องค์การบริหารน้ำเสียจึงได้คัดเลือกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตปริมณฑลที่ประสบปัญหาน้ำเสียในชั้นวิกฤต โดยคำนึงถึงความพร้อมด้านต่างๆ ของพื้นที่และสภาพปัญหาในพื้นที่ กลุ่มน้ำท่าจีนตอนล่าง และกลุ่มน้ำเจ้าพระยา กลุ่มน้ำปากพนัง ซึ่งประกอบด้วย (จังหวัดนครปฐม จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดนครศรีธรรมราช และบริเวณโดยรอบของพื้นที่จังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ และได้จัดทำข้อตกลงการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยได้ก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก ความสามารถในการบำบัด 600-1,200 ลบ.ม.ต่อวัน เป็นระบบที่ใช้งบประมาณและพื้นที่ในการก่อสร้างน้อย และต่อมาได้ขยายไปในพื้นที่อื่นๆ และจัดตั้งเป็นศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำและจัดตั้งเป็นศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ รวมจำนวน 26 แห่ง

ลูกค้าระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก ซึ่งเป็นลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์และการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 33 พื้นที่

ลำดับ	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	จังหวัด	ปีที่ทำข้อตกลง
1	เทศบาลตำบลบางปลา แห่งที่ 1	สมุทรสาคร	2555
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	เทศบาลตำบลวิชิต	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	เทศบาลเมืองสามพราณ	นครปฐม	2561

ลำดับ	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	จังหวัด	ปีที่ทำข้อตกลง
18	เทศบาลตำบลอ้อมใหญ่	นครปฐม	2561
19	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย	สมุทรปราการ	2561
20	เทศบาลตำบลบางปลา แห่งที่ 2	สมุทรสาคร	2562
21	องค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน	นครปฐม	2562
22	เทศบาลเมืองแพรกษา	สมุทรปราการ	2562
23	องค์การบริหารส่วนตำบลลำโพ	นนทบุรี	2563
24	เทศบาลตำบลเขาน้อย	ประจวบคีรีขันธ์	2562
25	เทศบาลตำบลปลายบาง	นนทบุรี	2564
26	เทศบาลตำบลบ้านฉาง	ระยอง	2564
27	เทศบาลเมืองบางคูรัด	นนทบุรี	2566
28	เทศบาลตำบลวัดสิงห์	สิงห์บุรี	2567
29	เทศบาลเมืองเลย	เลย	2566
30	เทศบาลเมืองบ้านบึง	ชลบุรี	2567
31	เทศบาลเมืองอุทัยธานี	อุทัยธานี	2564
32	เทศบาลเมืองปากเกร็ด	นนทบุรี	2564
33	องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	กระบี่	2561

รูปแบบที่ 2 ลูกค้าเชิงสังคม หมายถึง ลูกค้าที่องค์การจัดการน้ำเสียได้รับเงินงบประมาณจากรัฐบาล เพื่อบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้ง 100% ทุกพื้นที่ โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ต้องจ่ายเงินสมทบ ค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลุ่มที่ให้บริการเชิงสังคม

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

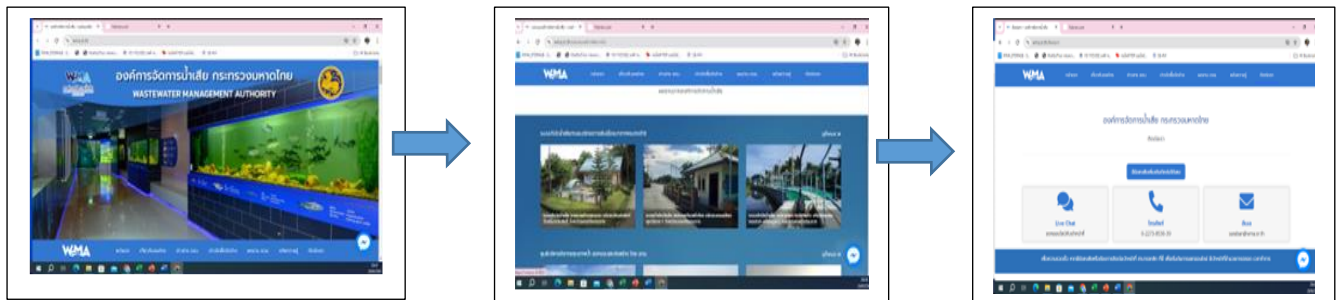
ลูกค้าองค์กรปกครองท้องถิ่นในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ จำนวน 7 พื้นที่

ลำดับ	องค์กรปกครองท้องถิ่น	จังหวัด
1	เทศบาลเมืองปากพอง บริเวณหลังเรือนจำ	นครศรีธรรมราช
2	เทศบาลเมืองปากพอง วัดนาควารี	นครศรีธรรมราช
3	เทศบาลตำบลหัวไทร ถนนสุขาภิบาล 1	นครศรีธรรมราช
4	เทศบาลตำบลหัวไทร หลังตลาดสดถนนบางแค	นครศรีธรรมราช
5	เทศบาลตำบลชะอวด วัดศรีมาประสิทธิ์	นครศรีธรรมราช
6	องค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง	นครศรีธรรมราช
7	อุทยานนานาชาติสิ่งแวดล้อมสิรินธร	เพชรบุรี

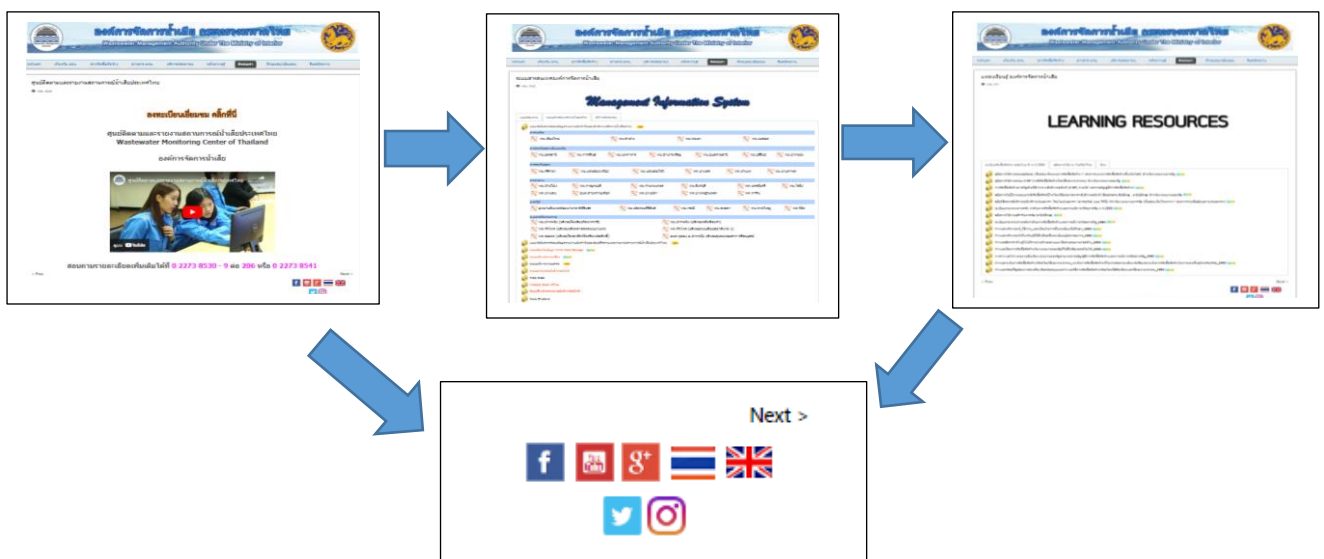
2.3 สารสนเทศสื่อออนไลน์ขององค์การจ้การน้ำเสีย

องค์การจ้การน้ำเสีย มี Website องค์การจ้การน้ำเสีย (WMA) ศูนย์ติดตามรายงานสถานการณ์น้ำเสียประเทศไทย(Warroom) เพื่อให้ลูกค้าและตลาดเข้าถึงง่าย และจัดให้ลูกค้าเข้าถึงสื่อออนไลน์ Application Facebook Youtube Instagram (X)องค์การจ้การน้ำเสีย และ TIKTOK WMA องค์การจ้การน้ำเสีย

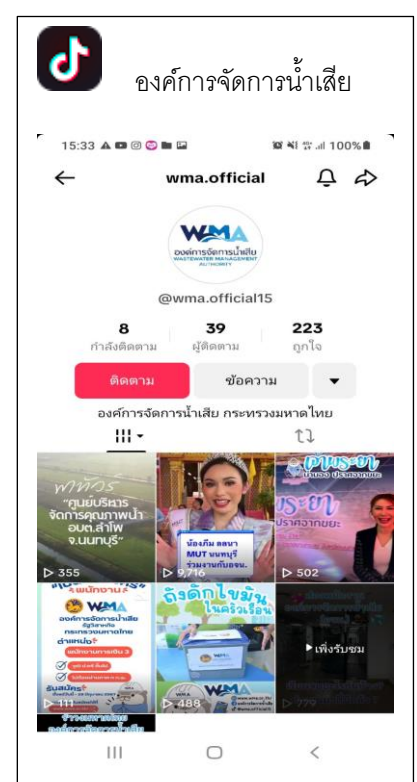
- หน้า Website องค์การจ้การน้ำเสีย



- ศูนย์ติดตามรายงานสถานการณ์น้ำเสียประเทศไทย(Warroom)



Application Facebook Youtube Instragram (X)องค์การจัดการน้ำเสีย และ TIKTOK WMA องค์การจัดการน้ำเสีย



บทที่ 3

สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน

3.1 สภาพแวดล้อมภายในการดำเนินงาน

3.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า

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

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 อะไรบ้างที่ทำให้องค์การเข้มแข็งหรืออ่อนแอ

2) PESTEL Analysis

- P-Political เป็นการวิเคราะห์สภาพทางการเมือง และนโยบายทางการเมืองที่มีผลกระทบกับองค์การจัดการน้ำเสีย
- E-Economics เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์และแนวโน้มทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อองค์การจัดการน้ำเสีย
- S-Social เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์และกระแสสังคมที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย
- T-Technology เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มของการพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย
- 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 3.1.1-1

ตารางที่ 3.1.1-1 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. แผนปฏิบัติการ กระทรวงมหาดไทย (พ.ศ. 2566 – 2570)	อจน. จะดำเนินการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อยกระดับ การบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ 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. แผนการขอรับการจัดสรรงบประมาณขององค์การการจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 - 2570	องค์การการจัดการน้ำเสียจะเร่งดำเนินการจัดทำข้อตกลงร่วมในการก่อสร้างหรือฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย	PESTEL (Political/Environmental)
8. แผนการดำเนินงานโครงการเอกชนร่วมลงทุนขององค์การการจัดการน้ำเสีย	องค์การการจัดการน้ำเสียจะดำเนินการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน ในการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย	PESTEL (Political/Environmental)
สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ (Key Changes)		
9. มติ ครม. เห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทั่วประเทศไทย	อจน. จะเร่งรัดจัดทำข้อตกลงร่วมในการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย รวมถึงการให้ความรู้กับ อปท. ให้ครอบคลุมทั่วประเทศไทย	PESTEL (Political/Environmental)
10. นโยบาย มท. เรื่องการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนของ อปท.	อจน. จะเร่งดำเนินการจัดทำข้อตกลงร่วมในการก่อสร้างหรือฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย รวมถึงการให้ความรู้กับ อปท.	PESTEL (Political/Environmental)
ข้อมูลอื่นๆ		
11. งบประมาณที่ได้รับใน การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	อจน. จะบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียด้วยงบประมาณที่ได้รับ ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด	PESTEL (Economics)
12. การสำรวจความพึงพอใจ (ปีงบประมาณ 2567)	อจน. จะพัฒนาการบริหารจัดการน้ำเสียให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกกลุ่ม	PESTEL (Social)
13. ปริมาณน้ำเสียชุมชนของประเทศ	อจน. จะดำเนินการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียให้สอดคล้องกับปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้นของประเทศไทย	PESTEL (Environmental)
10. พรบ. กำหนดแผนและขั้นตอนกระจายอำนาจให้แก่ อปท.	อจน. จะจัดทำแผนร่วมกับ อปท. เพื่อบริหารจัดการน้ำเสียตาม พรบ.	PESTEL (Law)
14. การบังคับใช้กฎหมายตาม พรบ. ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ	อจน. จะขอปรับปรุงแก้ไขกฎหมายจัดตั้ง ให้สามารถบริหารจัดการน้ำเสียได้อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากขึ้น	5 Forces (Bargaining Power of Customers)
15. พรบ. กำหนดแผนและขั้นตอนกระจายอำนาจให้แก่ อปท.	อจน. จะร่วมมือกับ อปท. เพื่อขอปรับปรุงข้อตกลงร่วม (MOA) และพัฒนาการบริหารจัดการน้ำเสียให้เกิดประโยชน์สูงสุด	5 Forces (Power of Suppliers)
16. เทคโนโลยีของผู้ประกอบการรายใหม่	อจน. จะพัฒนาเทคโนโลยีการบริหารจัดการน้ำเสียให้ทันสมัย	5 Forces (Threat of New Entrants)
17. แหล่งเงินสนับสนุนของ อปท.	อจน. จะปรับปรุงข้อตกลงร่วม (MOA) และพัฒนาการบริหารจัดการน้ำเสีย	5 Forces (Threat of Substitutes)

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

ปัจจัยนำเข้า	การดำเนินการขององค์กร	อ้างอิงหลักการ
30. การร่วมลงทุนกับเอกชน (PPP)	อจน. จะศึกษาการร่วมลงทุนกับเอกชน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อ อจน. และประเทศชาติ	7S Model (Strategy)
31. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	อจน. จะประชาสัมพันธ์องค์กร รวมถึงเสริมสร้างการรับรู้และความตระหนักในการจัดการน้ำเสีย	7S Model (Style)
32. การพัฒนาศูนย์ฝึกอบรม	อจน. จะพัฒนาศูนย์ฝึกอบรมด้านการจัดการน้ำเสีย ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน	7S Model (Strategy)
33. การทบทวนอัตรากำลังบุคลากร	อจน. จะทบทวนโครงสร้างและอัตรากำลังบุคลากร 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)

3.2 จากคู่แข่งทางธุรกิจข้างต้นองค์กรจัดการน้ำเสียจึงได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน

3.2.1 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 บุคลากรที่มารับหน้าที่บางแห่งก็มักจะไม่มีความรู้และทักษะด้านการจัดการน้ำเสียโดยตรง

1.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งไม่มีงบประมาณเพียงพอสำหรับเป็นค่าปรับปรุง พื้นฟูระบบบำบัดน้ำเสียให้กลับมาใช้งานได้ และยังไม่มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการ จึงเป็นโอกาสให้องค์กรจัดการน้ำเสียซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านนี้โดยตรงสามารถเข้าดำเนินงานบริหารจัดการระบบให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างจริงจัง ทั้งกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมและกฎหมายด้านการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย ที่ควรเป็นนโยบายที่ชัดเจนจากรัฐบาลกลาง เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำหลักการ “ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย” ไปปฏิบัติอย่างจริงจัง

1.4 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการประชาสัมพันธ์แต่อาจยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ข้อเท็จจริงแก่ชุมชนและประชาชน รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน และร่วมตัดสินใจดำเนินการจัดการน้ำเสีย ตลอดจนการสร้างการมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาชน ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่

-ต่อ-

ข้อจำกัด

1.5 การจัดการน้ำเสียเป็นภารกิจตามอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตาม พรบ.กระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเป็นผู้ตัดสินใจให้องค์กรจัดการน้ำเสียเข้าดำเนินการแทน องค์กรจัดการน้ำเสียไม่มีอำนาจเข้าดำเนินการเองได้หากไม่ได้รับการยินยอม

2) การต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Power of Suppliers)

มีผู้ประกอบการหลายรายที่สามารถก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียตามรูปแบบที่องค์กรจัดการน้ำเสียกำหนดไว้ จึงไม่เป็นปัญหาในการต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ

3) การต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Power of Suppliers)

มีผู้ประกอบการหลายรายที่สามารถก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียตามรูปแบบที่องค์กรจัดการน้ำเสียกำหนดไว้ จึงไม่เป็นปัญหาในการต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ

4) ภัยคุกคาม/อุปสรรคจากสินค้าทดแทนทางธุรกิจ (Threats of Substitutes)ข้อได้เปรียบ

1. ระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีอยู่แล้วเป็นระบบแบบเก่าไม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งองค์กรจัดการน้ำเสียมีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการอยู่แล้ว

จุดอ่อน

2. อาจมีเทคโนโลยีการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็กที่เข้ามาใหม่ ทำให้องค์กรจัดการน้ำเสียต้องเร่งพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการจัดการน้ำเสียให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

5) ภัยคุกคาม/อุปสรรคการแข่งขันจากผู้ค้ารายใหม่ (Threats of New Entrants)ข้อได้เปรียบ

1. เนื่องจากเป็นงานด้านสาธารณูปการที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง รัฐจึงต้องให้การสนับสนุนงบประมาณในการลงทุน
2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งไม่มีเงินงบประมาณเพียงพอที่จะจ้างภาคธุรกิจเอกชนเข้าดำเนินงานระบบบำบัดน้ำเสียได้
3. ภาคธุรกิจไม่สามารถดำเนินงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียเพียงอย่างเดียวให้มีกำไรได้ ปัจจุบันจึงมีภาคเอกชนรายเดียวเข้าดำเนินงานในธุรกิจนี้แต่มีการทำธุรกิจต่อเนื่องเพื่อทำกำไรให้ธุรกิจ

6) สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)ข้อได้เปรียบ

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

จุดอ่อน

1. องค์กรจัดการน้ำเสียมีเงินทุนสำรองสำหรับการลงทุนในกิจการไม่มาก ต้องอาศัยเงินงบประมาณจากรัฐบาล เพื่อสนับสนุนการลงทุน การได้รับเงินงบประมาณประจำปีไม่สอดคล้องกับแผนงานที่กำหนดไว้ ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผน

3.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของตลาดการจัดการน้ำเสีย

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

องค์การจัดการน้ำเสียเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งเดียวของประเทศไทยที่ได้รับมอบหมายภารกิจในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนของประเทศให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้น คู่แข่งในทางธุรกิจจึงเป็นบริษัทธุรกิจเอกชนที่ดำเนินธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน เช่น บริษัทที่ดำเนินการรับออกแบบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย และให้บริการบำบัดน้ำเสีย อย่างไรก็ตาม บริษัทส่วนใหญ่มุ่งเน้นในเรื่องการบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม โดยในระดับชุมชนและเชิงพาณิชย์ยังมีจำนวนไม่มากนัก ดังนี้

รายชื่อบริษัทตัวอย่างที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับการบำบัดน้ำเสียในประเทศไทย

บริษัท	บริการ
1. บมจ.จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียทั้งภาคอุตสาหกรรม พาณิชยกรรมและชุมชน - บริการบำบัดน้ำเสียทั้งภาคอุตสาหกรรม พาณิชยกรรมและชุมชน
2. บมจ.เบตเตอร์ เวิลด์กรีน จำกัด	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสีย - บริการให้คำปรึกษาด้านการจัดการของเสีย
3. บมจ.บริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม - บริการบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม
4. บริษัท โกรว์ กรีน เอไวรอนเมนต์ จำกัด	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม - บริการบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม
5. บมจ.ไรท์ โซลูชั่น	- ผลิต ตัวแทนจำหน่าย นำเข้า และให้บริการผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์ระบบบำบัดน้ำ และปิโตรเคมี การจัดการของเสียอุตสาหกรรม
6. บริษัท ดูแอนด์ปี จำกัด (กรีนแอนด์คลีนโซลูชั่น)	- จำหน่ายสารประกอบทางชีวภาพ เอไซม์ และจุลินทรีย์
7. บริษัท พรราวเอเชีย จำกัด	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนและภาคอุตสาหกรรม - บริการบำบัดน้ำเสียชุมชนและภาคอุตสาหกรรม
8. บริษัท ฟินิกซ์สยาม จำกัด	- ผลิตและติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย - ซ่อมแซมระบบบำบัดน้ำเสีย

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

บทที่ 4

การจำแนกลูกค้า และการกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย

4.1 กลไกสำคัญที่ใช้ในการจำแนกลูกค้า

ระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ก่อสร้างไว้แล้วแต่ยังไม่มีการบริหารจัดการระบบฯ ในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลลงทุนก่อสร้างระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2567) เป็นเงินประมาณ 87,000 ล้านบาท จากระบบบำบัดน้ำเสียรวมทั้งหมด ณ ปี พ.ศ. 2567 จำนวน 119 แห่ง รองรับปริมาณน้ำเสียได้ 3.20 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน ดำเนินงานโดยกรุงเทพมหานคร จำนวน 119 แห่ง และองค์การบริหารน้ำเสียเข้าดำเนินงานบริหารจัดการ 29 แห่ง จากทั้งหมด 107 แห่ง

ระบบบำบัดน้ำเสียที่สามารถแยกตามขนาด เป็นระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่ (มากกว่า 50,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน) จำนวน 15 แห่ง ระบบบำบัดน้ำเสียขนาดกลาง (10,000 – 50,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน) จำนวน 48 แห่ง และระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก (ไม่เกิน 10,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน) จำนวน 55 แห่ง โดยส่วนใหญ่เป็นระบบบ่อปรับเสถียร (Stabilization Pond; SP) จำนวน 52 แห่ง รองลงมาเป็นคลองวนเวียน (Oxidation Ditch; OD) จำนวน 43 แห่ง เป็นระบบสระเติมอากาศ (Aerated Lagoon; AL) จำนวน 20 แห่ง เป็นระบบบึงประดิษฐ์ (Constructed Wetland; CW) จำนวน 2 แห่ง และเป็นระบบแผ่นหมุนชีวภาพ (Rotating Biological Contactor; RBC) จำนวน 1 แห่ง รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5.1-1 และ 5.2

ตารางที่ 5.1-1.1 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		119

ตารางที่ 5.1-1.2 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		119

4.2 การจำแนกลูกค้า

ความเป็นมา

องค์การการจัดการน้ำเสียได้มีเข้าดำเนินการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามข้อตกลง (MOA) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบฯ ให้กับองค์การการจัดการน้ำเสียตามรูปแบบการบริหารจัดการ ดังนั้น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงถือเป็นลูกค้าขององค์การการจัดการน้ำเสีย ซึ่งปัจจุบันองค์การการจัดการน้ำเสียมีลูกค้าดังกล่าวจำนวน 50 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

วัตถุประสงค์การจำแนกลูกค้า

1. เพื่อให้มีความชัดเจนในการกำหนดกลุ่มลูกค้าในบริบทของผลิตภัณฑ์ และการรับบริการ และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย
2. เพื่อให้จัดลำดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อองค์การการจัดการน้ำเสีย

4.3 เกณฑ์การจำแนกกลุ่มลูกค้า และตลาด

องค์การการจัดการน้ำเสียเข้าดำเนิน การปรับปรุง พื้นฟู และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย รวมทั้ง การก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจ่ายเงินสมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการให้กับองค์การการจัดการน้ำเสียเป็นการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย โดยแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ จำนวน 2 กลุ่ม และกลุ่มลูกค้าที่องค์การการจัดการน้ำเสียให้บริการเชิงสังคม ดังนี้

ลำดับ	กลุ่มลูกค้า	กลุ่มย่อย	ผลิตภัณฑ์	บริการ	ความต้องการ	ความคาดหวัง	ตัวชี้วัด
1	ลูกค้าเชิงพาณิชย์ ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสีย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ยังไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย	ลูกค้าที่มีระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่	ปรับปรุง/ฟื้นฟูระบบบำบัดน้ำเสีย	บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	- ระบบบำบัดน้ำเสียสามารถใช้งานได้ตามปกติ - การประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึง ครบถ้วน	- ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อการบริการ - คุณภาพน้ำในพื้นที่ดีขึ้นตามปกติ - น้ำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ประโยชน์	- คุณภาพน้ำผ่านเกณฑ์ - ปริมาณน้ำที่สามารถบริหารจัดการได้ - ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ
		ลูกค้าที่ยังไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย	ก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย	บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	- ระบบบำบัดน้ำเสียสามารถใช้งานได้ตามปกติ	- คุณภาพน้ำในพื้นที่ดีขึ้น - น้ำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ประโยชน์	
2	ลูกค้าเชิงสังคม ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ	-	ก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย	บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	- ระบบบำบัดน้ำเสีย	- คุณภาพน้ำในพื้นที่ดีขึ้น	

4.2.1 การให้บริการเชิงพาณิชย์

การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว และยังไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย โดยมีวัตถุประสงค์ในการร่วมกันแก้ไขปัญหามลภาวะน้ำเสีย รวมถึงการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนอย่างยั่งยืน และมีเจตนารมณ์ร่วมกันในการเสริมสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อประชาชนในการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีการบริการ 2 รูปแบบ ดังนี้

การบริการรูปแบบที่ 1 องค์กรจัดการน้ำเสีย จะจัดทำโครงการปรับปรุง พื้นฟูและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว โดยจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง (MOA) จำนวน 25 แห่ง

โดยองค์กรจัดการน้ำเสียจะจัดทำข้อตกลงการให้บริการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

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

2) จัดทำข้อตกลงการให้บริการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมอย่างเต็มรูปแบบ (MOA) โดยมีการลงนามข้อตกลงร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย โดยเทศบาลส่งมอบสิทธิ/ภารกิจในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนให้องค์กรจัดการน้ำเสียดำเนินการเป็นระยะเวลา 15 ปี

โดยสาระสำคัญของข้อตกลง มีดังนี้

1) ในปีแรกของการดำเนินการองค์กรจัดการน้ำเสียจะขอรับจัดสรรเงินงบประมาณจากรัฐบาล เพื่อดำเนินการซ่อมแซม ปรับปรุง พื้นฟูระบบบำบัดน้ำเสียให้กลับมาดำเนินการได้ ทั้งนี้ ไม่รวมค่าก่อสร้างขยายแนวท่อรวบรวมน้ำเสียเพิ่มเติม แต่องค์กรจัดการน้ำเสียจะให้คำปรึกษาและวางแผนการดำเนินงานให้กับเทศบาลได้

2) ในปีที่ 2 จนตลอดระยะเวลาของโครงการ องค์กรจัดการน้ำเสียจะขอรับจัดสรรเงินงบประมาณส่วนหนึ่งจากรัฐบาลเพื่อเข้าดำเนินการบริหารจัดการและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งได้แก่ ค่าเดินระบบและบำรุงรักษาระบบ ค่าซ่อมปรับปรุงเครื่องจักร และ/หรือเปลี่ยนทดแทนเครื่องจักรที่ชำรุดเสียหาย และเทศบาลจะต้องจ่ายเงินสมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง (MOA) ที่ได้จัดทำร่วมกัน

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

4) องค์กรจัดการน้ำเสียจะให้การสนับสนุนและเตรียมความพร้อมในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการบำบัดน้ำเสียร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น การจัดทำโครงสร้างอัตราค่าบริการบำบัดน้ำเสียตาม

ความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ รวมทั้ง การเสริมสร้างจิตสำนึก การตระหนักรู้เกี่ยวกับน้ำเสียการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้เรื่องการจัดการน้ำเสีย เพื่อวางรากฐานความรู้ ความเข้าใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสียของประชาชน เป็นต้น

5) องค์การจัดการน้ำเสียจะถ่ายทอดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้แก่เจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้สามารถบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียได้ด้วยตนเองเมื่อสิ้นสุดโครงการ

การบริการรูปแบบที่ 2 องค์การจัดการน้ำเสีย จะทำโครงการออกแบบก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย (ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ) ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ยังไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย โดยจะจ่ายเงินสมทบให้กับองค์การจัดการน้ำเสียตามข้อตกลงร่วม (MOA) จำนวน 33 แห่ง

องค์การจัดการน้ำเสีย ได้ดำเนินการตามแผนวิสาหกิจ เพื่อแก้ไขปัญหาของประเทศไทย และแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมทางน้ำของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งมีความรุนแรงอยู่ในขั้นวิกฤต จึงได้จัดทำโครงการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย (ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ) ที่ใช้งบประมาณและพื้นที่ในการก่อสร้างน้อย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

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

2) จัดทำข้อตกลงการจัดให้มีและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม (MOA) โดยมีการลงนามในข้อตกลงร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย เพื่อการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียอย่างเต็มรูปแบบ

4.2.2 การให้บริการเชิงสังคม

องค์การจัดการน้ำเสียได้สนองงานในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ซึ่งรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงาน เพื่อบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ต้องจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์การจัดการน้ำเสีย จำนวน ๗ แห่ง ได้แก่

4.2.2.1 ออกแบบ ก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียในโครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดนครศรีธรรมราช ในพื้นที่ ดังต่อไปนี้

- 1) เทศบาลเมืองปากพนัง จำนวน 2 แห่ง ได้แก่
 - บริเวณหลังเรือนจำ
 - บริเวณโรงเรียนเทศบาลวัดนาควารี
- 2) เทศบาลตำบลหัวไทร จำนวน 2 แห่ง ได้แก่
 - บริเวณถนนสุขาภิบาล 1
 - บริเวณตลาดสดถนนบางแค
- 3) เทศบาลตำบลชะอวด จำนวน 1 แห่ง
- 4) องค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง จำนวน 1 แห่ง

4.2.2.2 ออกแบบ ก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียแบบควบรวมบึงประดิษฐ์ อุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 1 แห่ง

4.2.2.3 พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ด้านการจัดการน้ำเสีย

4.2.2.4 จัดตั้งศูนย์ติดตามและรายงานสถานการณ์น้ำเสียประเทศไทย โดยมีการแสดงผลการรายงานคุณภาพน้ำแบบอัตโนมัติและควบคุมการทำงานของเครื่องจักร

4.2.2.5 โครงการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่

4.2.2.6 การส่งเสริม เผยแพร่ ให้ความรู้ด้านการจัดการน้ำเสียแก่ภาคีเครือข่าย และประชาชนทั่วไป

ลูกค้ากลุ่มที่ 1 การให้บริการเชิงพาณิชย์ แบ่งแยกตามเงื่อนไขข้อตกลง การให้บริการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียและการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสีย และการให้บริการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ อปท./เทศบาลจะจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบฯให้กับ อจน. ตามข้อตกลง รวมทั้ง อจน. สนับสนุนให้เทศบาลที่มีความพร้อมในการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสีย ฯลฯ			
ลูกค้าที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว ซึ่งเป็นระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่ จำนวน 25 แห่ง		ลูกค้าที่ออกแบบก่อสร้างและบริหารจัดการศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ จำนวน 33 แห่ง	
บริการรูปแบบที่ 1		บริการรูปแบบที่ 2	
1.เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์	2.เทศบาลนครสงขลา	1.เทศบาลตำบลบางปลา แห่งที่ 1	2.เทศบาลตำบลนครชัยศรี
3.เทศบาลตำบลบางเสา	4.เทศบาลเมืองพะเยา	3.เทศบาลตำบลบางหญ้าแพรก	4.เทศบาลตำบลท่าจีน
5.เทศบาลตำบลบ้านเพ	6.เทศบาลนครลำปาง	5.เทศบาลตำบลบางเลน	6.เทศบาลเมืองไทรซิง
7.เทศบาลเมืองกระบี่	8.เทศบาลเมืองศรีราชา	7.เทศบาลตำบลสามควายเผือก	8.เทศบาลตำบลวิชิต
9.เทศบาลเมืองมุกดาหาร	10.เทศบาลนครเชียงใหม่	9.เทศบาลตำบลไร่ขาว	10.เทศบาลเมืองใหม่บางบัวทอง
11.เทศบาลนครแม่สอด	12.เทศบาลนครอุดรธานี	11.เทศบาลตำบลพรหมโลก	12.เทศบาลตำบลปากน้ำปราณ
13.เทศบาลเมืองอำนาจเจริญ	14.เทศบาลเมืองบ้านโป่ง	13.เทศบาลตำบลบางพลี	14.เทศบาลนครระยอง
15.เทศบาลเมืองกำแพงเพชร	16.เทศบาลเมืองปากช่อง	15.องค์การบริหารส่วนตำบลกมลา	16.เทศบาลตำบลคลอง
17.เทศบาลเมืองสิงห์บุรี	18.เทศบาลเมืองมาบตาพุด	17.เทศบาลเมืองสามพราน	18.เทศบาลตำบลอ้อมใหญ่
19.เทศบาลเมืองกาญจนบุรี	20.เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์	19.เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย	20.เทศบาลตำบลบางปลา แห่ง 2
21.เทศบาลเมืองบุรีรัมย์	22.เทศบาลเมืองชะอำ	21.องค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน	22.เทศบาลเมืองแพรกษา
23.เทศบาลเมืองพิษณุโลก	24.ทม.ราชบุรี	23.องค์การบริหารส่วนตำบลลำโพ	24.เทศบาลตำบลเขาน้อย
25.เทศบาลนครตรัง		25.เทศบาลตำบลบ้านฉาง	26.เทศบาลเมืองปลายบาง
		27.เทศบาลเมืองบางคูรัด	28.เทศบาลเมืองเลย
		29.เทศบาลตำบลวัดสิงห์	30.เทศบาลเมืองบ้านบึง
		31.เทศบาลนครปากเกร็ด	32.เทศบาลเมืองอุทัยธานี
		33.องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	

**ลูกค้า กลุ่มที่ 2 การให้บริการเชิงสังคม เป็นกลุ่มที่รัฐบาลสนับสนุนงบประมาณสำหรับการบริหารจัดการระบบ
บำบัดน้ำเสีย**

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

4.3 พฤติกรรมลูกค้า

พฤติกรรมการลูกค้าขององค์กร จะจำแนกตามเงื่อนไขขั้นพื้นฐานที่ลูกค้าต้องจ่ายเงินสมทบ โดยแบ่งกลุ่มเป็น ดังนี้
ประเภทลูกค้ากลุ่มที่มีระบบบำบัดน้ำเสีย(ขนาดใหญ่)

ที่	เทศบาล	จ่ายรายปี		จ่ายรายไตรมาส	
		จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย	จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย
1	ทม.ประจวบคีรีขันธ์		-	✓	-
2	ทม.มาบตาพุด	✓	-	-	-
3	ทต.บ้านเพ	-	-	✓	-
4	ทน.สงขลา	-	✓	-	-
5	ทต.บางเสร่	-	✓	-	-
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	-	-	✓	-
23	ทน.พิษณุโลก	-	-	✓	-
24	ทม.ราชบุรี	-	-	✓	-
25	ทน.ตรัง	-	-	✓	-

ประเภทลูกค้ากลุ่มขนาดเล็ก (ออกแบบก่อสร้างและเข้ารับบริการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย)

ที่	เทศบาล	จ่ายรายปี		จ่ายรายไตรมาส	
		จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย	จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย
26	ทต.บางปลา	✓	-	-	-
27	ทต.ปากน้ำปราม	✓	-	-	-
28	ทน.ระยอง	-	✓	-	-
29	ทต.บางปลา 2	✓	-	-	-
30	ทม.ปู่เจ้าสมิงพราย	-	-	✓	-
31	ทม.ใหม่บางบัวทอง	-	-	✓	-
32	ทม.กำแพงแสน	-	-	-	✓
33	ทต.วิชัย	✓	-	-	-
34	ทต.ราไวย์	-	✓	-	-
35	ทต.ฉลอง	-	✓	-	-
36	อบต.ลำโพ	-	-	✓	-
37	ทต.แพรกษา	-	-	✓	-
38	ทต.ปลายบาง	-	-	✓	-
39	ทต.บ้านฉาง	-	-	✓	-
40	ทต.เขาน้อย	-	-	✓	-
41	ทม.บางคูรัด	-	-	✓	-
42	ทม.ไร่ชิง	✓	-	-	-
43	อบต.อ่าวนาง	-	-	✓	-
44	ทม.อุทัยธานี	-	-	✓	-
45	ทม.บ้านปึง	-	-	✓	-
46	ทม.วัดสิงห์	-	-	✓	-
47	ทม.เลย	-	-	✓	-
48	ทน.ปากเกร็ด	-	-	✓	-

4.4 แนวทางการจำแนกลูกค้า

องค์การจัดการน้ำเสีย ได้จัดแนวทางการจำแนกกลุ่มลูกค้า เป็นประเภทเงื่อนไขการจ่ายเงินสมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ที่มีการลงนามข้อตกลงฯ ระหว่าง องค์การจัดการน้ำเสีย กับ เทศบาลฯ

แนวทางการจำแนกกลุ่มลูกค้าและจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า

ลำดับ	ประเภท	การจัดกลุ่มตามเงื่อนไขของ										วิธีการประเมิน					คะแนน ในการ จัดอันดับ
		1 กลุ่มที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก					2 กลุ่มที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับรอง และจัดลำดับไป					ตามเงื่อนไข					
		พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย	พื้นที่ส่วนต่อเติมพื้นที่บำบัดน้ำเสีย		
1. ลูกค้าเชิงพาณิชย์ ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ กลุ่มระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่																	
1	เทศบาลเมือง																A
2	เทศบาล																B
3	เทศบาล																B
4	เทศบาล																B
5	เทศบาล																A
6	เทศบาล																B
7	เทศบาล																B
8	เทศบาล																A
9	เทศบาล																B
10	เทศบาล																B
11	เทศบาล																B
12	เทศบาล																B
13	เทศบาล																A
14	เทศบาล																B
15	เทศบาล																A
16	เทศบาล																B
17	เทศบาล																A
18	เทศบาล																B
19	เทศบาล																B
20	เทศบาล																A
21	เทศบาล																A
22	เทศบาล																A
23	เทศบาล																-
24	เทศบาล																-
25	เทศบาล																-
2. ลูกค้าเชิงพาณิชย์ ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ กลุ่มระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก																	
26	เทศบาล																A
27	เทศบาล																C
28	เทศบาล																C
29	เทศบาล																C
30	เทศบาล																C
31	เทศบาล																C
32	เทศบาล																C
33	เทศบาล																A
34	เทศบาล																C
35	เทศบาล																A
36	เทศบาล																C
37	เทศบาล																A
38	เทศบาล																C
39	เทศบาล																B
40	เทศบาล																C
41	เทศบาล																B
42	เทศบาล																C
43	เทศบาล																B
44	เทศบาล																A
45	เทศบาล																A
46	เทศบาล																A
47	เทศบาล																A
48	เทศบาล																A
49	เทศบาล																A
50	เทศบาล																A
51	เทศบาล																A
52	เทศบาล																A
53	เทศบาล																A
54	เทศบาล																A
55	เทศบาล																A
56	เทศบาล																A
57	เทศบาล																A
58	เทศบาล																A
59	เทศบาล																A
60	เทศบาล																A
61	เทศบาล																B

เกณฑ์การจัดลำดับความสำคัญของ คะแนน มาจาก

A: จ่ายตรงตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลง และจ่ายเงินสมทบตรงตาม รายปีรายได้รวม

B: จ่ายตรงตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลง แต่จ่ายเงินสมทบไม่ตรงตาม รายปีรายได้รวม

C: ไม่ดำเนินการตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลง

4.5 กลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน แบ่งตามภูมิศาสตร์

แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งพื้นที่ระบบบำบัดน้ำเสียที่ อจน. เข้าดำเนินการ



4.6 กลุ่มลูกค้าในอนาคต แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

4.6.1 กลุ่มลูกค้าที่ 1 แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 4.6.1 ปีงบประมาณ 2568 อจน. ได้รับงบประมาณจัดสรรในการก่อสร้างศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ เรียบร้อยแล้ว และเริ่มดำเนินการก่อสร้างในปีงบประมาณ 2568 ประกอบด้วย

ลำดับที่	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	จังหวัด	MOA
1	อบต.เจดีย์หัก	ราชบุรี	
2	ทต.หลักหก	ปทุมธานี	
3	ทน.ระยอง แห่งที่ 2	ระยอง	
4	ทต.ป่าโมก	อ่างทอง	
5	ทม.บ้านบึง	ชลบุรี	
6	ทม.แพร์	แพร์	
7	ทน.ปากเกร็ด	นนทบุรี	
8.	ทม.อุทัยธานี	อุทัยธานี	

ปีงบประมาณ 2569 อจน. ได้รับงบประมาณจัดสรรในการก่อสร้างศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ และเริ่มดำเนินการก่อสร้างในปีงบประมาณ 2569 ประกอบด้วย

ลำดับที่	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	จังหวัด	MOA
1	ทต.ท่าเสด็จ	สุพรรณบุรี	
2	อบต.ละหาร	นนทบุรี	
3	ทต.บางหลวง	นครปฐม	
4	ทม.บึงยี่โถ	ปทุมธานี	
5	ทต.เนินพระ	ระยอง	
6	ทต.หลักเมือง	ราชบุรี	
7	ทม.สนั่นรักษ์	ปทุมธานี	
8.	ทต.เด่นชัย	แพร่	
9.	อบต.สาคุ	ภูเก็ต	
10	ทม.ปู่เจ้าสมิงพราย แห่งที่ 2	สมุทรปราการ	
11	ทน.อุบลราชธานี	อุบลราชธานี	
12	ทม.สุรินทร์	สุรินทร์	
13	ทต.นาจอมเทียน	ชลบุรี	

กลุ่ม ที่4.6.2 อจน. ได้มีการจัดทำบันทึกขอความร่วมมือการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวม ระหว่างองค์การ
จัดการน้ำเสีย กับเทศบาลต่างๆ พร้อมทั้งมีข้อตกลงร่วมการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมและการบริหารจัดการระบบ
บำบัดน้ำเสียรวมของเทศบาลฯ ซึ่งทั้ง 18 เทศบาลฯ อยู่ระหว่างการดำเนินรับจัดสรรงบประมาณก่อสร้างฯ

ลำดับ	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	จังหวัด	ปีที่ทำข้อตกลง
1	เทศบาลเมืองบึงยี่โถ	จ.ปทุมธานี	2562
2	เทศบาลเมืองคูคต	จ.ปทุมธานี	2562
3	เทศบาลเมืองบางกรวย	จ.นนทบุรี	2562
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	องค์การบริหารส่วนตำบลแม่enang	จ.นนทบุรี	2563
15	เทศบาลเมืองแพรกษาใหม่	จ.สมุทรปราการ	2562
16	องค์การบริหารส่วนตำบลไทรน้อย	จ.นนทบุรี	2562
17	องค์การบริหารส่วนตำบลวังตะกู	จ.นครปฐม	2563
18	เทศบาลเมืองยโสธร (MOU)	จ.ยโสธร	2563

4.6.2 กลุ่มลูกค้ากลุ่มที่ 2 อยู่ในความรับผิดชอบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 107 แห่ง ซึ่งจะแบ่งเป็นกลุ่ม 2 กลุ่ม

- กลุ่มที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว จะเป็นลูกค้าในอนาคตซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังไม่มีการบันทึกขอความร่วมมือการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวม ระหว่างองค์การการจัดการน้ำเสีย กับเทศบาลต่างๆ
- กลุ่มที่จัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งจะเป็นลูกค้าในอนาคตโดยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมาย (จะใช้ข้อมูลมาจากการรวมควบคุมมลพิษ) ตั้งแต่ปี 2561-2580) จำนวน 464 อปท. มีการจัดทำแบบสำรวจความต้องการ และนำมาวิเคราะห์เพื่อจัดลำดับความสำคัญของพื้นที่เป้าหมาย ข้อมูลอ้างอิง อยู่ในภาคผนวก

หมายเหตุ กลุ่มเป้าหมายในอนาคต องค์การการจัดการน้ำเสีย จะดำเนินการขยายการดูแลระบบบำบัดน้ำเสียให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อตอบสนองการบริการด้านการจัดการน้ำเสีย และให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการจ่ายค่าบริการบำบัดน้ำเสีย

4.7 วงจรชีวิตลูกค้า (Customer Lifecycle)

เป็นการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เริ่มตั้งแต่เมื่อได้ลูกค้าแล้ว ต้องมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้จริง รวมถึงบริการหลังการขาย จัดเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อให้ทีมงานสามารถดึงข้อมูลและตอบสนองลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ

ปัจจัยที่ 1 การหาลูกค้าใหม่ (Acquisition New Customer)

1.1 จุดสัมผัสบริการ (Touch point) จะแบ่งเป็น 2 จุดสัมผัส ประกอบด้วย

- จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital touchpoint)
 - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทางออนไลน์
 - การส่งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทาง e-mail
 - การสนทนาแบบ real time เพื่อให้คำปรึกษา เช่น ทางโทรศัพท์ /ทาง chat
- จุดสัมผัสทางกายภาพ (Physical touchpoint)
 - จัดหมายแจ้งสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ส่วนลดจากสินค้าหรือบริการขององค์กร
 - ช่องทางการให้บริการใหม่ๆ

แนวทางการประเมินผล

- การตอบรับผลิตภัณฑ์ขององค์กร
- ความพึงพอใจและตอบรับสินค้าขององค์กร

ปัจจัยที่ 2. การเพิ่มคุณค่าให้ลูกค้า (Developing Customer Value) (คุณค่าทางคุณภาพ/ด้านราคา/ด้านภาพลักษณ์/ด้านความสะดวกสบาย/ด้านความรวดเร็ว/ด้านความแปลกใหม่)

2.1 จุดสัมผัสบริการ (Touch point) จะแบ่งเป็น 2 จุดสัมผัส ประกอบด้วย

- จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital touchpoint)

- การติดต่อซื้อขายสินค้าทางออนไลน์ เช่น การประชาสัมพันธ์การดำเนินงานและผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์การติดต่อประสานงานกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องบนออนไลน์
- จุดสัมผัสทางกายภาพ (Physical touchpoint)
 - การลงพื้นที่สอบถามความต้องการของลูกค้าโดยตรง เช่น ด้านนวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อม
 - ช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าและการบริการใหม่ๆ

ปัจจัยที่ 3 การรักษาลูกค้า (Customer Retention)

3.1 จุดสัมผัสบริการ (Touch point) จะแบ่งเป็น 2 จุดสัมผัส ประกอบด้วย

- จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital touchpoint)
 - การติดต่อประสานงานกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องบนออนไลน์
- จุดสัมผัสทางกายภาพ (Physical touchpoint)
 - ประสานงานทางโทรศัพท์
 - การลงพื้นที่พบลูกค้าโดยตรง
 - ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา

แนวทางการประเมินผล

- การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

4.8 กำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายในอนาคต ซึ่งตลาดขององค์การจัดการน้ำเสียจะเกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยจะต้องมีองค์ประกอบดังนี้

4.8.1 ยุทธศาสตร์และนโยบายและแผนงานที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย

เพื่อเชื่อมโยงกับการหากลุ่มตลาดเป้าหมายในอนาคต

- ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย หมายความว่าเกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย คือ
 - 1) หมายความว่า 5 ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค เป้าหมาย: การพัฒนาและขยายระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณสุขการเป็นไปตามแผน
 - 2) หมายความว่า 8 ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เดิโตได้อย่างยั่งยืน เป้าหมาย: การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านการประปาและระบบจัดการน้ำเสียเป็นไปตามแผน
 - 3) หมายความว่า 10 ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ เป้าหมาย: 1. ปริมาณน้ำเสียได้รับการบำบัดได้ตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบจัดการน้ำเสียชุมชนรวม 460 ล้านลูกบาศก์เมตร 2. น้ำเสียหลังการบำบัดได้คุณภาพตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบจัดการน้ำเสียชุมชนที่กำหนดไม่น้อยกว่าร้อยละ 99
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย
 - ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย คือ ประเด็นยุทธศาสตร์ 3 การพัฒนาภูมิภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจให้เติบโตอย่างสมดุล กลยุทธ์ที่ 3.3 ยกระดับการบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ

- แผนงานที่สำคัญ

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

หลักการและเหตุผล น้ำเสียชุมชนมีแหล่งกำเนิดจากบ้านเรือน ห้างสรรพสินค้า ตลาด โรงแรม สถานประกอบการ ฯลฯ ซึ่งน้ำเสียเกิดจากกิจกรรมต่าง ๆ เช่น น้ำเสียจากส้วม น้ำเสียจากการอาบน้ำ น้ำเสียจากการทำครัวประกอบอาหาร น้ำเสียจากการซักล้าง เป็นต้น ซึ่งหากไม่มีระบบการจัดการที่ดีและไม่มีการบำบัดน้ำเสียเบื้องต้นเพื่อลดความสกปรกก่อนระบายลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะแล้วจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำสิ่งแวดล้อมและสุขภาพอนามัยของประชาชน เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้น้ำในแหล่งน้ำลำคลองมีสภาพเน่าเสียและส่งกลิ่นรบกวน ปัจจุบัน มีปริมาณน้ำเสียชุมชนที่เกิดขึ้นทั่วประเทศ จำนวน 11 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน โดย (1) ปริมาณน้ำเสียจำนวน 6.60 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน (ร้อยละ 60) ได้รับการบำบัดขั้นต้นโดยระบบบำบัดน้ำเสียชนิดติดกับที่ตามกฎหมายควบคุมอาคารและแหล่งรองรับน้ำสามารถฟื้นฟูและบำบัดได้เองตามกระบวนการตามธรรมชาติ (Self – Purification) ซึ่งยังไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำ (2) ปริมาณน้ำเสีย จำนวน 4.40 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน (ร้อยละ 40) มีผลกระทบต่อแหล่งรองรับน้ำสาธารณะต่าง ๆ ส่งผลให้คุณภาพน้ำของแหล่งน้ำนั้นอยู่ในเกณฑ์เสื่อมโทรมและเกณฑ์พอใช้ (3) จากปริมาณน้ำเสีย จำนวน 4.40 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน จะได้รับการบำบัดจากระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน 118 แห่ง มีความสามารถในการบำบัดน้ำเสีย 2.70 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน (ร้อยละ 24.50) ดังนั้น (4) จะมีปริมาณน้ำเสียจำนวน 1.70 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน (ร้อยละ 15.50) ที่เกิดจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 464 แห่ง ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพแหล่งน้ำในบางช่วงของแม่น้ำหลายสาย มีผลทำให้คุณภาพน้ำของแหล่งน้ำอยู่ในเกณฑ์เสื่อมโทรม

วัตถุประสงค์ เพื่อให้ส่วนราชการได้รับทราบแนวคิดในการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนขององค์การการจัดการน้ำเสีย เพื่อนำไปเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินงานจัดการและแก้ไขปัญหาคุณภาพน้ำเสียชุมชนของประเทศให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนงานยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี(พ.ศ. 2561 – 2580) แผนปฏิรูปประเทศ นโยบายรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566 – 2570) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แผนแม่บทด้านการจัดการคุณภาพน้ำของประเทศ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจสาขาสาธารณูปการ แผนปฏิบัติราชการกระทรวงมหาดไทย (พ.ศ. 2566 – 2570) แนวทางการประเมินผลของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ และแผนงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เป้าหมาย

1. ก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียในพื้นที่ 464 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
2. สามารถบำบัดน้ำเสียได้ 1,700,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน
3. คุณภาพน้ำแม่น้ำสายหลัก 61 แม่น้ำ และแหล่งน้ำ 6 แห่ง ที่มีคุณภาพน้ำอยู่เสื่อมโทรมและพอใช้ จะมีคุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์ดีหรือดีมาก
4. จำนวนประชากรได้รับประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ ด้านการท่องเที่ยว ด้านสุขอนามัยจากคุณภาพน้ำที่ดีขึ้น จำนวน 10,000,000 คน

5. ลดภาระงบประมาณของภาครัฐจากการร่วมลงทุนของภาคเอกชนตามพระราชบัญญัติการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน พ.ศ. 2562

2) แผนการส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร)

หลักการและเหตุผล ในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลลงทุนก่อสร้างระบบรวบรวมและระบบบำบัดน้ำเสียรวมชุมชน จำนวน 118 แห่ง มีความสามารถในการรองรับปริมาณน้ำเสียได้ 2.70 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน ดำเนินงานโดยกรุงเทพมหานคร จำนวน 11 แห่ง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 107 แห่ง โดยมีองค์การจัดการน้ำเสียดำเนินงานบริหารจัดการ จำนวน 25 แห่ง จากทั้งหมด 107 แห่ง ทั้งนี้ระบบบำบัดน้ำเสียบางแห่งมีอายุการใช้งานมากกว่า 20 ปี วัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งเครื่องจักรต่าง ๆ เกิดการชำรุดเสียหายไม่สามารถใช้งานได้ ส่งผลให้ระบบบำบัดน้ำเสียไม่สามารถรวบรวมและบำบัดน้ำเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากไม่ได้รับการปรับปรุงซ่อมแซมและการดูแลอย่างต่อเนื่อง จะมีผลทำให้ระบบบำบัดน้ำเสียนั้น ๆ ไม่สามารถใช้งานได้อีกต่อไป

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชน และใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในการดำเนินงานจัดการและแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนงานยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) แผนปฏิรูปประเทศ นโยบายรัฐบาล ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แผนแม่บทด้านการจัดการคุณภาพน้ำของประเทศ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจสาขาสาธารณูปการ แผนปฏิบัติราชการกระทรวงมหาดไทย (พ.ศ. 2566 – 2570) แนวทางการประเมินผลของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ และแผนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เป้าหมาย

1. ปรับปรุงซ่อมแซมระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ใช้งานไม่ได้ให้กลับมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. บริหารจัดการและให้การสนับสนุนการดำเนินงานด้านการจัดการน้ำเสียร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3) แผนการขอรับงบประมาณจัดสรร (เฉพาะงบลงทุน)

หลักการและเหตุผล การบริหารจัดการน้ำเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องใช้งบประมาณในการเดินระบบและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสียสูงและเพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น รวมทั้งจำเป็นต้องมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ระบบบำบัดน้ำเสียสามารถใช้งานได้ตามระยะเวลาที่กำหนดและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ งบประมาณจึงมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการน้ำเสียโดยตรง

- สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ (Key Changes)

1. นโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชน

1) มติคณะรัฐมนตรี (ครม.) เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2563 เห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทยขององค์การบริหารจัดการน้ำเสีย ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจขององค์กรในการแก้ไขปัญหาลพิษทางน้ำของประเทศไทย ให้สามารถเข้าดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

2) ประกาศองค์การบริหารจัดการน้ำเสีย เรื่อง การกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย พ.ศ. 2563 ณ วันที่ 9 ตุลาคม 2563 โดยประกาศกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียเพิ่มเติมเป็นจำนวน 77 จังหวัด ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย เป็นเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียที่องค์การบริหารจัดการน้ำเสียรับผิดชอบ

2. นโยบายกระทรวงมหาดไทยด้านการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชน

1) นโยบายสำคัญของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย (8 Quick Wins : 3 ไรท์ซ 5 สร้างสุข) ดังนี้

1.1 การเร่งปฏิบัติการกวาดล้างยาเสพติดเชิงรุกทุกพื้นที่

1.2 การเร่งจัดระเบียบสังคมและปราบปรามผู้มีอิทธิพล

1.3 การสร้างพื้นที่ทั่วประเทศไทยให้ปลอดภัยสำหรับทุกคน

1.4 การเร่งแก้ปัญหาน้ำท่วมเรื้อรังอย่างเป็นระบบ คืบรอยยิ้มให้ครอบครัว

1.5 การเร่งสร้างเสริมสุขภาวะและการศึกษาชุมชน/หมู่บ้านเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี

1.6 การเร่งสร้างเมืองคึกคัก เน้น Soft Power รัชศิลป์วัฒนธรรม สร้างนวัตกรรมและยกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง

1.7 การเร่งปรับปรุงบริการภาครัฐ ให้สะดวก รวดเร็ว ตรงใจ ทันสมัย ทันโลก ภายใต้แนวคิด “การบริการภาครัฐ รวดเร็ว ตรงใจ ตอบสนองความต้องการประชาชน”

1.8 การเร่งปรับปรุงระบบรับเรื่องร้องทุกข์ ให้เข้าถึงและแก้ปัญหาเบ็ดเสร็จ เร็วขึ้น

2) นโยบายรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงมหาดไทย (นางสาวธีรรัตน์ สำเร็จวาณิชย์)

เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2568 รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงมหาดไทย (นางสาวธีรรัตน์ สำเร็จวาณิชย์) ได้ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมการดำเนินงานขององค์การบริหารจัดการน้ำเสีย (อจน.) พร้อมมอบนโยบายสำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจด้านการจัดการน้ำเสียของประเทศไทย โดยได้เน้นย้ำถึงความตั้งใจจริงของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะ “ปัญหาน้ำเสีย” ซึ่งเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชน จึงมอบหมายให้องค์การบริหารจัดการน้ำเสียดำเนินการอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทุกพื้นที่และมุ่งเน้นให้การบำบัดน้ำเสียมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยไม่เป็นภาระต่อชุมชน อีกทั้งสามารถนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้

ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ โดยภารกิจเร่งด่วนประจำปีนี้ รัฐบาลตั้งเป้าหมายโครงการบำบัดน้ำเสียสู่พื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ประสบปัญหารุนแรงจำนวน 464 แห่งทั่วประเทศโดยในระยะเริ่มต้นจะเร่งดำเนินการทันทีอย่างน้อย 50 แห่ง ที่มีความจำเป็นเร่งด่วนที่สุด โดยใช้ 4 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) การมีส่วนร่วมของชุมชน
- 2) สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ
- 3) สร้างความรู้และความยั่งยืน
- 4) มีแผนรับมือความเสี่ยงที่ชัดเจน

พร้อมทั้งบูรณาการความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุม และสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยจะมีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลความคืบหน้าในทุกไตรมาส

3) กระทรวงมหาดไทย ได้กำหนดให้การจัดการน้ำเสียชุมชนเป็นภารกิจสำคัญตามนโยบายของรัฐบาล และได้มอบหมายให้องค์การการจัดการน้ำเสียจัดทำแผนการดำเนินงานบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2461 – 2580) และแผนบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อแก้ไขปัญหาใน พื้นที่ที่มีคุณภาพน้ำเสื่อมโทรม ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนและสุขอนามัย ของประชาชน รวมทั้งการสร้างความร่วมมือให้ความรู้ความเข้าใจกับประชาชนเรื่องการจัดการน้ำเสียและเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการลดน้ำเสียจากแหล่งกำเนิดก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะต่อไป

4) กระทรวงมหาดไทยสนับสนุนให้มีการการบูรณาการร่วมกันระหว่างการประสานส่วนภูมิภาค การประสานครหลวง และองค์การการจัดการน้ำเสีย ที่มีภารกิจเกี่ยวข้องด้านการบริหารจัดการน้ำ ประกอบกับเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงมหาดไทย โดยองค์การการจัดการน้ำเสียขอความร่วมมือการประสานครหลวง และการประสานส่วนภูมิภาคในการดำเนินการศึกษาทบทวนแนวทางการส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการประปาและน้ำเสีย โดยรวมถึงการรวมการจัดเก็บค่าน้ำประปา และค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสียในบิลเดียวกัน ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองนโยบายการบูรณาการการทำงานการบริหารจัดการทั้งน้ำประปาและน้ำเสียอย่างเป็นระบบและเพื่อประโยชน์สูงสุดที่จะเกิดขึ้นกับประชาชน

5) กระทรวงมหาดไทยสนับสนุนให้มีการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (Public Private Partnership : PPP) ซึ่งเป็นรูปแบบการดำเนินงานที่ภาครัฐให้เอกชนเข้ามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการในการบริการสาธารณะ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานและบริการ โดยมุ่งเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพคุ้มค่ากับต้นทุนมากกว่าภาครัฐจะเป็นเจ้าของหรือดำเนินการโดยภาครัฐเอง ทั้งนี้ การร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน สามารถก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องโดยโครงการจะได้รับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่จากภาคเอกชน รวมทั้งมีการประหยัดต้นทุนของโครงการ ขณะที่ภาคเอกชนเองจะได้มีช่องทางในการดำเนินธุรกิจได้มากขึ้น นอกจากนี้ภาคประชาชนจะได้รับประโยชน์จากการบริการที่มีประสิทธิภาพด้วยราคาที่เหมาะสม

6) กระทรวงมหาดไทยได้ดำเนินนโยบายในเรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสีย โดยคำนึงถึงการลดการปล่อยน้ำทิ้งจากแหล่งกำเนิดและการควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งจากแหล่งกำเนิดให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ โดยได้กำหนดให้การจัดการน้ำเสียชุมชนเป็นภารกิจสำคัญตามนโยบายรัฐบาล (Agenda) มีเป้าหมายบำบัดน้ำเสียจากชุมชนให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานน้ำทิ้งชุมชนก่อนปล่อยระบายลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะโดยกระทรวงมหาดไทยได้แจ้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามหนังสือที่ มท 0820.3/ว1499 ลงวันที่ 12 มีนาคม 2563 มีรายละเอียด ดังนี้

6.1) กรณีที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่มีระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในพื้นที่ ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตรวจสอบการจัดการน้ำเสียว่ามีปัญหาน้ำเสียในพื้นที่หรือไม่ และมีแผนงานหรือการดำเนินการแก้ไขปัญหายังไร โดยให้ปรึกษาหรือทำข้อตกลงร่วมกับองค์การจัดการน้ำเสียในพื้นที่

6.2) กรณีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในพื้นที่ หากพบว่ามีปัญหาในการบริหารงานหรือเดินระบบ และไม่มีความพร้อมในด้านงบประมาณ บุคลากร หรือความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการ ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประสานงานกับองค์การจัดการน้ำเสียเพื่อทำข้อตกลงร่วมให้เข้ามาดำเนินการซ่อมแซม พร้อมทั้งบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียตามเงื่อนไขของข้อตกลงร่วมกัน

7. พระราชกฤษฎีกาการจัดตั้งองค์การน้ำเสีย พ.ศ. 2538 มาตรา 7 (2) สรรพวงแผนปฏิบัติการ ออกแบบ ก่อสร้างดำเนินการจัดการและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย ทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย และระบบบำบัดน้ำเสียรวมในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย

บทที่ 5

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566-2570 (ทบทวนปี 2569)

ผลการทบทวน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT ANALYSIS)

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร อย่างละเอียดถูกต้อง และครบถ้วน ทำให้สามารถระบุประเด็นต่าง ๆ ซึ่งเป็น “จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค” พร้อมทั้งมีการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็น เพื่อใช้เป็นปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ โดยเป็นการบูรณาการกับแผนวิสาหกิจองค์การการจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)

5.1 สรุป SWOT ด้านลูกค้าและตลาด

5.1-1 ประเด็นจุดแข็ง (Strengths : S) ประกอบด้วย 4 ประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 5.1-1 สรุปประเด็นจุดแข็ง (Strengths : S)

จุดแข็ง (Strength)	บูรณาการกับ ด้าน Strategic Planning: SP	7-S Model
S1 ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	S1 มีนวัตกรรมการบำบัดรูปแบบใหม่ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่ S8 มีการก่อสร้างหรือฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียอย่างต่อเนื่อง	Style
S2 ได้รับความร่วมมือจาก อปท. (ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและควบคุมและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย	S2 เป็นองค์กรภาครัฐที่มีประสบการณ์ด้านการจัดการน้ำเสียชุมชนเป็นระยะเวลามากกว่า 20 ปี S6 เป็นองค์กรภาครัฐเพียงแห่งเดียวที่มีอำนาจหน้าที่ด้านการจัดการน้ำเสียชุมชนที่กระจายไปทั่วประเทศ	System
S3 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐานและด้านบริการ	S4 มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญสูงในด้านการบริหารและจัดการน้ำเสียของประเทศไทย	Skill
S4 มีเครือข่ายและพันธมิตรที่ดีในการดำเนินงานขององค์การการจัดการน้ำเสีย เพื่อให้มีการดำเนินงานตามภารกิจให้ครอบคลุมทั่วประเทศ	S3 มีเครือข่ายความร่วมมือจากหลายหน่วยงานในการดำเนินงานและช่วยเหลือการปฏิบัติงานขององค์การการจัดการน้ำเสียกระจายครอบคลุมทั่วประเทศ	style

5.1-2 ประเด็นจุดอ่อน (Weakness : W) ประกอบด้วย 3 ประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 5.1-2 สรุปประเด็นจุดอ่อน (Weakness : W)

จุดอ่อน (Weakness)	บูรณาการกับ ด้าน Strategic Planning: SP	7-S Model
W1 ยังไม่มีโครงสร้างผู้รับผิดชอบงานด้านลูกค้าและตลาดโดยตรง	W1 การจัดการโครงสร้างการบริหารงาน การพัฒนาบุคลากร ยังไม่สอดคล้องกับภาระงาน	Staff
W2 ขาดพนักงานที่มีองค์ความรู้ด้านวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าและกลุ่มตลาดขององค์กร	W2 การบูรณาการข้อมูลองค์ความรู้ยังไม่ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร	System
W3 มีกรอบอัตรากำลังไม่เพียงพอต่อการให้บริการด้านลูกค้า	W1 การจัดการโครงสร้างการบริหารงาน การพัฒนาบุคลากร ยังไม่สอดคล้องกับภาระงาน	Staff

5.1-3 ประเด็นโอกาส (Opportunities : O) ประกอบด้วย 3 ประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 5.1-3 สรุปประเด็นโอกาส (Opportunities : O)

โอกาส (Opportunities)	บูรณาการกับด้าน Strategic Planning: SP	PESTEL Analysis
O1 มีการขยายเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ	O1 รัฐบาล มีนโยบายและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศไทย O2 รัฐบาลมีนโยบายและให้ความสำคัญในการนำน้ำเสียกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ O8 มีโอกาสขยายงานเพิ่มเติม เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความต้องการการสนับสนุนด้านการจัดการน้ำเสียผ่านองค์กรจัดการน้ำเสีย	Political Environment Economics
O2 อจน. สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่งเศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวได้เช่น เทศบาลนครแม่สอด และอบต.อ่าวนาง เกาะพีพี จ.กระบี่	O3 รัฐบาลมีนโยบายและให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามหลักเศรษฐกิจแบบองค์รวม	Political
O3 อจน.มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ ที่ อปท. สามารถนำไปใช้ในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย	O9 เทคโนโลยีสมัยใหม่มีการพัฒนาและก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และในหลายประเทศมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการบริหารจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ	Political

5.1-4 ประเด็นอุปสรรค (Threats : T) ประกอบด้วย 2 ประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 5.1-4 สรุปประเด็นภัยอุปสรรค (Threats : T)

ประเด็นอุปสรรค	บูรณาการกับ ด้าน Strategic Planning: SP ประเด็นภัยคุกคาม	PESTEL Analysis/ 5 Forces Model
T1 อปท.สามารถที่จะดำเนินงานด้านสาธารณูปโภคในพื้นที่เอง	T6 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจในการดำเนินงานด้านสาธารณูปโภคในพื้นที่เอง ตาม พรบ. กำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่ อปท.	Law
T2 แนวทอรวบรวมน้ำเสียไม่ครอบคลุมในเขต อปท.	T3 ทอรวบรวมน้ำเสียยังไม่ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการ	Law

หมายเหตุ : รายละเอียดปรากฏในภาคผนวกหัวข้อผลการเชื่อมโยงผลการทบทวน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และการบูรณาการแผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)

5.2 การจัดลำดับความสำคัญของ SWOT

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์การจําน้ำเสีย ทั้งที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ด้านลูกค้าในทุกประเด็น แล้วนำมาให้คะแนนและน้ำหนักความสำคัญ สามารถสรุป SWOT ของลูกค้า ได้ดังนี้

5.2.1 การจัดลำดับจุดแข็ง (Strengths : S)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นจุดแข็ง (Strengths : S)

ลำดับ	รหัส	จุดแข็ง (Strengths : S)	คะแนน
1	S2	ได้รับความร่วมมือจาก อปท. (ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและควบคุมและบำรุงรักษา ระบบบำบัดน้ำเสีย	9.25
2	S1	ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	8.11
3	S3	พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐานและด้านบริการ	7.57
4	S4	มีเครือข่ายและพันธมิตรที่ดีในการดำเนินงานขององค์การจําน้ำเสีย เพื่อให้มีการดำเนินงานตามภารกิจให้ครอบคลุมทั่วประเทศ	6.55

5.2-2 การจัดลำดับจุดอ่อน (Weakness: W)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นจุดอ่อน (Weakness: W)

ลำดับ	รหัส	จุดอ่อน (Weakness: W)	คะแนน
1	W3	มีกรอบอัตรากำลังไม่เพียงพอต่อการให้บริการด้านลูกค้า	9.32
2	W2	ขาดพนักงานที่มีองค์ความรู้ด้านการตลาด	7.95
3	W1	ยังไม่มีส่วนงานรับผิดชอบด้านการตลาดโดยตรง	5.48

5.2-3 การจัดลำดับโอกาส (Opportunities: O)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นโอกาส (Opportunities: O)

ลำดับ	รหัส	โอกาส (Opportunities: O)	คะแนน
1	O1	มีการขยายเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ	9.48
2	O3	อจน.มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ ที่ อปท. สามารถนำไปปรับใช้ในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย	7.75
3	O2	อจน. สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่งเศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวได้เช่น เทศบาลนครแม่สอด และอบต.อ่าวนางเกาะพีพี จ.กระบี่	6.92

5.2-4 การจัดลำดับอุปสรรค (Threats: T)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นอุปสรรค (Threats: T)

ลำดับ	รหัส	อุปสรรค (Threats: T)	คะแนน
1	T2	แนวท่อรวบรวมน้ำเสียไม่ครอบคลุมในเขต อปท.	6.47
2	T1	อปท.สามารถที่จะดำเนินงานด้านสาธารณสุขในพื้นที่ยัง	5.78

5.3 การวิเคราะห์ Fact Based ของ SWOT ลูกค้าและตลาด

จุดแข็ง

SWOT	Fact Based
S1 ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	อจน.มีอำนาจหน้าที่ จัดให้มี และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียกับ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรวมถึงการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่อยู่ใต้ดิน จำนวน 26 พื้นที่ ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์บนพื้นดินโดยการสร้างนวัตกรรมบนพื้นดิน เช่น สนามฟุตบอล จัดแสดงพันธุ์ปลาน้ำจืดในรูปแบบพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ (Aquarium) สนามไตรฟอล์ฟ
S2 ได้รับความร่วมมือจาก อปท. (ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและควบคุมและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย	อจน. ลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) และบันทึกข้อตกลงร่วม(MOA) ระหว่าง อปท.และ อจน. จำนวน 63 แห่ง
S3 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐานและด้านบริการ	พนักงานระดับผู้จัดการสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา มีประสบการณ์การทำงาน เฉลี่ย 5 ปีขึ้นไป
S4 มีเครือข่ายและพันธมิตรที่ดีในการดำเนินงานของ อจน. เพื่อให้มีการดำเนินงานตามภารกิจให้ครอบคลุมทั่วประเทศ	เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2563 มีมติเห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย ซึ่ง อปท. และหลายหน่วยงานผลักดันให้ อจน. ดำเนินการตามภารกิจ

จุดอ่อน

SWOT	Fact Based
W1 ยังไม่มีส่วนงานรับผิดชอบด้านการตลาดโดยตรง	ยังไม่มีโครงสร้างด้านลูกค้าและตลาด โดยตรง
W2 มีพนักงานที่มีองค์ความรู้ด้านการตลาด ไม่เพียงพอ	ไม่มีพนักงานที่จบด้านการตลาด โดยตรง อย่างไรก็ตาม พนักงานที่รับผิดชอบได้มีการฝึกอบรมด้านการตลาด จำนวน 5 คน
W3 มีบุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการด้านลูกค้า	ปัจจุบันพนักงานในส่วนที่รับผิดชอบด้านลูกค้ามีจำนวน จำกัด ประกอบกับมีพื้นที่ที่เข้าบริหารจัดการฯเพิ่มมากขึ้น ทำให้ไม่สามารถบริการลูกค้าได้ทั่วถึงและตรงตามความ คาดหวังของลูกค้า

โอกาส

SWOT	Fact Based
O1 มีการขยายเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถ ขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ	มติ ครม. วันที่ 22 ก.ย. 2563 เรื่องการกำหนดพื้นที่ จัดการน้ำเสียเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
O2 สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่งพื้นที่เศรษฐกิจ พิเศษ ได้เช่น ทน.แม่สอด จ.ตาก ทม.มุกดาหาร จ.มุกดาหาร ทม.กาญจนบุรี จ.กาญจนบุรี และแหล่งท่องเที่ยว อบต.อ่าวนาง เกาะพีพี จ.กระบี่	อจน. ได้เข้าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียในพื้นที่ทน. แม่สอด ทม.มุกดาหาร ทม.กาญจนบุรี และซึ่งรัฐบาลได้มี ประกาศนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่1/58และที่ 2/58
O3 อจน.มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ ที่ อปท. สามารถนำไปปรับใช้ในเขตพื้นที่จัดการ น้ำเสีย	อจน. มีการออกแบบและก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย และ นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ ที่เป็นระบบบำบัดน้ำเสียที่อยู่ ใต้ดิน โดย อปท. ที่มีระบบบำบัดน้ำเสียแบบฝังใต้ดิน สามารถใช้ประโยชน์ด้านบ่อบนได้

ภัยคุกคาม/อุปสรรค

SWOT	Fact Based
T1 อปท. ไม่มีโครงสร้างของแนวท่อรวบรวมน้ำเสียเพื่อสูบส่งเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสีย	1. พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535
T2 แนวท่อรวบรวมน้ำเสียไม่ครอบคลุมในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ทำให้น้ำเสียที่สูบส่งเข้าระบบไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ อจน. กำหนดไว้	อปท. ไม่มีแนวท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย

5.3 ปัจจัยนำเข้า

จุดแข็ง

1. อจน.มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียโดยตรง โดยอาศัยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารน้ำเสีย พ.ศ. 2538 ส่งผลให้สามารถติดต่อประสานกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงทำให้ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ
2. พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
3. คุณสมบัติของพนักงานตรงตามท้องที่การจัดการน้ำเสีย ระบุไว้ในข้อบังคับองค์การบริหารน้ำเสีย ที่ 57

จุดอ่อน

1. โครงสร้างอัตรากำลัง
2. ระเบียบข้อบังคับองค์การบริหารน้ำเสีย ที่ 57 ว่าด้วย การจัดแบ่งส่วนฯ พ.ศ. 2554

โอกาส

1. การจัดทำบันทึกทำข้อตกลงร่วม (MOA) ระหว่างองค์การบริหารน้ำเสียและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ภัยคุกคาม/อุปสรรค

1. งบประมาณที่ได้รับจัดสรร

5.4 สมรรถนะหลักด้านลูกค้า (Core Competency: CC)

5.4.1 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

5.4.2 ตาราง เกณฑ์การวิเคราะห์สมรรถนะหลักขององค์กร

หัวข้อ	ระดับต่ำ	ระดับปานกลาง	ระดับสูง
สร้างมูลค่า	สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กรในกลุ่มลูกค้าปัจจุบันทั้งในปัจจุบันและอนาคต	สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กรในกลุ่มลูกค้าใหม่ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต	สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กรในกลุ่มลูกค้าใหม่ ตลาดใหม่ และอุตสาหกรรมใหม่ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงสามารถสร้าง Brand ให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักในทุกกลุ่มลูกค้า
มีความซับซ้อน	คู่แข่งไม่มีทักษะความสามารถดังกล่าว หากมีการลอกเลียนแบบจำเป็นต้องใช้เวลามากกว่า 3 ปี	คู่แข่งไม่มีทักษะความสามารถดังกล่าว หากมีการลอกเลียนแบบจำเป็นต้องใช้เวลามากกว่า 5 ปี	คู่แข่งไม่มีทักษะความสามารถดังกล่าว หากมีการลอกเลียนแบบจำเป็นต้องใช้เวลามากกว่า 10 ปี

ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า สมรรถนะหลักขององค์กรจัดการน้ำเสียในปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ระดับสูงทั้ง 2 หัวข้อ จากเกณฑ์การวิเคราะห์สมรรถนะหลักขององค์กรที่จำเป็น โดยเปรียบเทียบกับบริษัทเอกชนภายในประเทศที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการจัดการน้ำเสีย ซึ่งถือเป็นคู่แข่งขององค์กรจัดการน้ำเสีย สามารถสรุปสมรรถนะหลักขององค์กรที่จำเป็น โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตาราง

5.4.3 ตาราง ผลสรุปสมรรถนะหลักขององค์กร

สมรรถนะหลักขององค์กร	สร้างมูลค่า	มีความซับซ้อน
CC : มีอำนาจการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนอย่างครบวงจร ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	ระดับสูง	ระดับสูง

5.5 ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantages: SA)

SWOT ด้านลูกค้า สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้

ตาราง ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์

ลำดับ	ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์
SA	S1 S2 S3 S4 x O1 O2 นวัตกรรมจัดการน้ำเสีย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยอาศัย พนักงานที่มีความรู้ความสามารถด้านการจัดการน้ำเสีย

5.6 ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges: SC)

ตาราง ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์

ลำดับ	ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์
SC	W1 W2 W3 x T1 T2 เพิ่มบุคลากรให้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าและการสำรวจแนวท่อรวบรวมน้ำเสียให้ ครอบคลุมทั้งหมดขององค์ปกครองส่วนท้องถิ่น

5.7 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective : SO)

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

5.7-1 การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

องค์ประกอบ	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SA x SC x CC	SO1 : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริการลูกค้า

บทที่ 6

ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566-2570

(ฉบับทบทวนปี2569)

ความเชื่อมโยงแผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)

กับแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด 2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) ดังนี้

แผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถการก่อสร้างและการลงทุน

กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาน้องความรู้และนวัตกรรมขององค์กร

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียและ

พัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าทั่วประเทศ

เป้าหมาย : เพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ

และให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ

ตัวชี้วัด : 1. จำนวนการจัดทำบันทึกข้อตกลงร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามเป้าหมาย

จำนวน 10 แผนงาน

2. จำนวนแผนงานการให้บริการและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 1 แผนงาน

3. จำนวนองค์ความรู้ นวัตกรรมที่สนับสนุน จำนวน 3 แผนงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 1.1.1 การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าเดิมและรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 1.1.2 การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาด และเพิ่มรายได้จากการจากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.1.1 การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.2.1 การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

กิจกรรมที่ 3.1.1 การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

กิจกรรมที่ 3.2.1 การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า

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



วิสัยทัศน์/Vision

บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



พันธกิจ/Mission

1. ออกแบบ ก่อสร้าง และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
2. ปรับปรุงฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
3. ให้บริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ
4. การพัฒนานวัตกรรมระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์/Strategic Objectives

SO1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 1

เพิ่มขีดความสามารถการก่อสร้างและการลงทุน

กลยุทธ์ 1.1

เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์ 1.2

ร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2

พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ 2.1

เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ 2.2

เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

SO2 ส่งเสริมและพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 3

พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ 3.1

พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร

กลยุทธ์ 3.2

พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ 4

วิจัยและพัฒนา

กลยุทธ์ 4.1

ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

กลยุทธ์ 4.2

พัฒนาระบบการบริหารจัดการน้ำเสียตามหลักเศรษฐกิจแบบองค์รวม (Bio-Circular-Green Economy: BCG)

SO3 พัฒนางองค์กรสู่ความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 5

พัฒนางองค์กรให้มีขนาดเหมาะสมและมีขีดสมรรถนะสูง

กลยุทธ์ 5.1

ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและอัตราค่าส่งให้มีความเหมาะสม

กลยุทธ์ 5.2

ส่งเสริมกระบวนการปฏิบัติงานการจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์ 5.3

พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

ยุทธศาสตร์ที่ 6

เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและพัฒนาเครือข่ายอย่างบูรณาการ

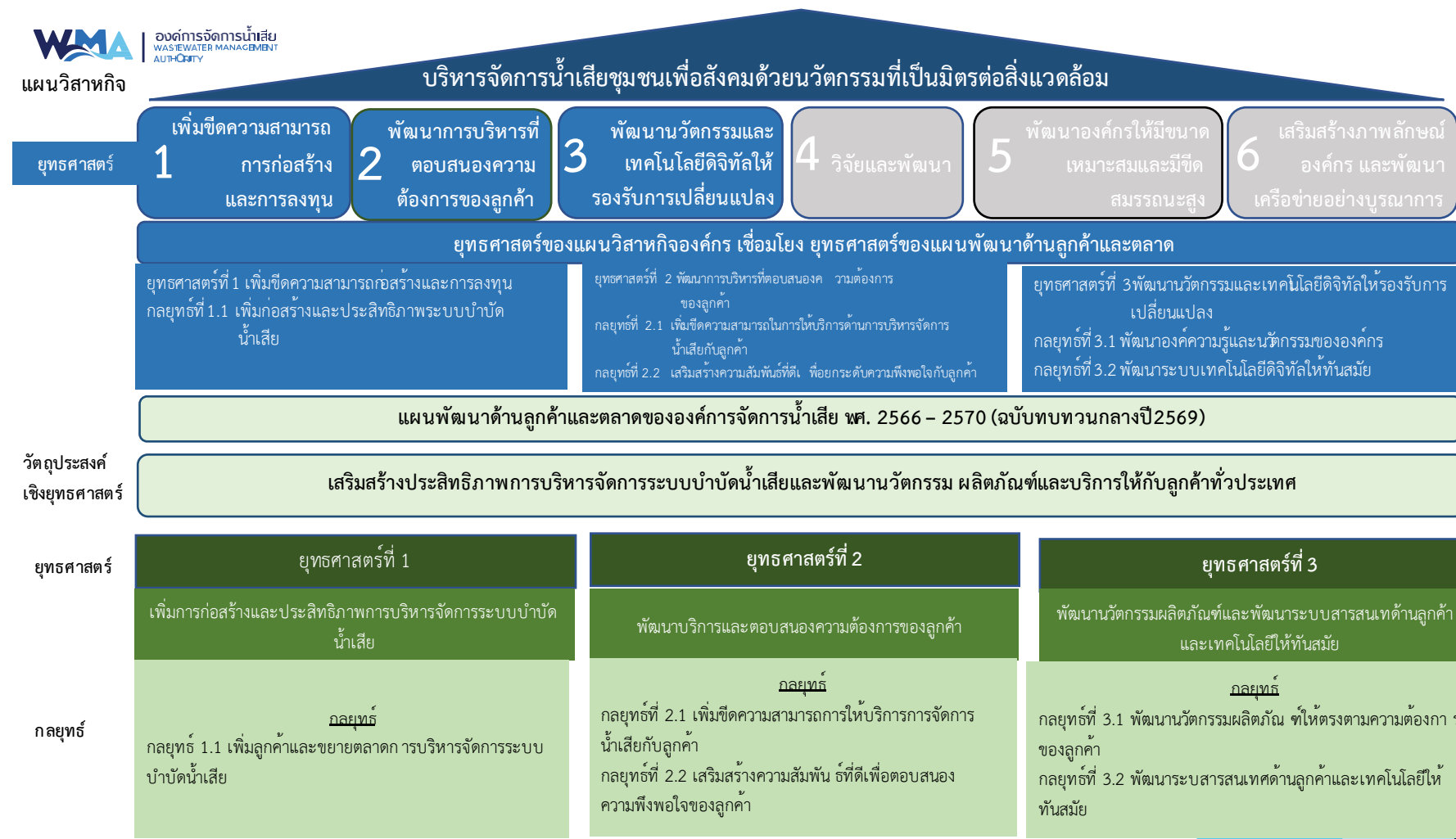
กลยุทธ์ 6.1

เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

กลยุทธ์ 6.2

พัฒนาเครือข่ายและ ดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

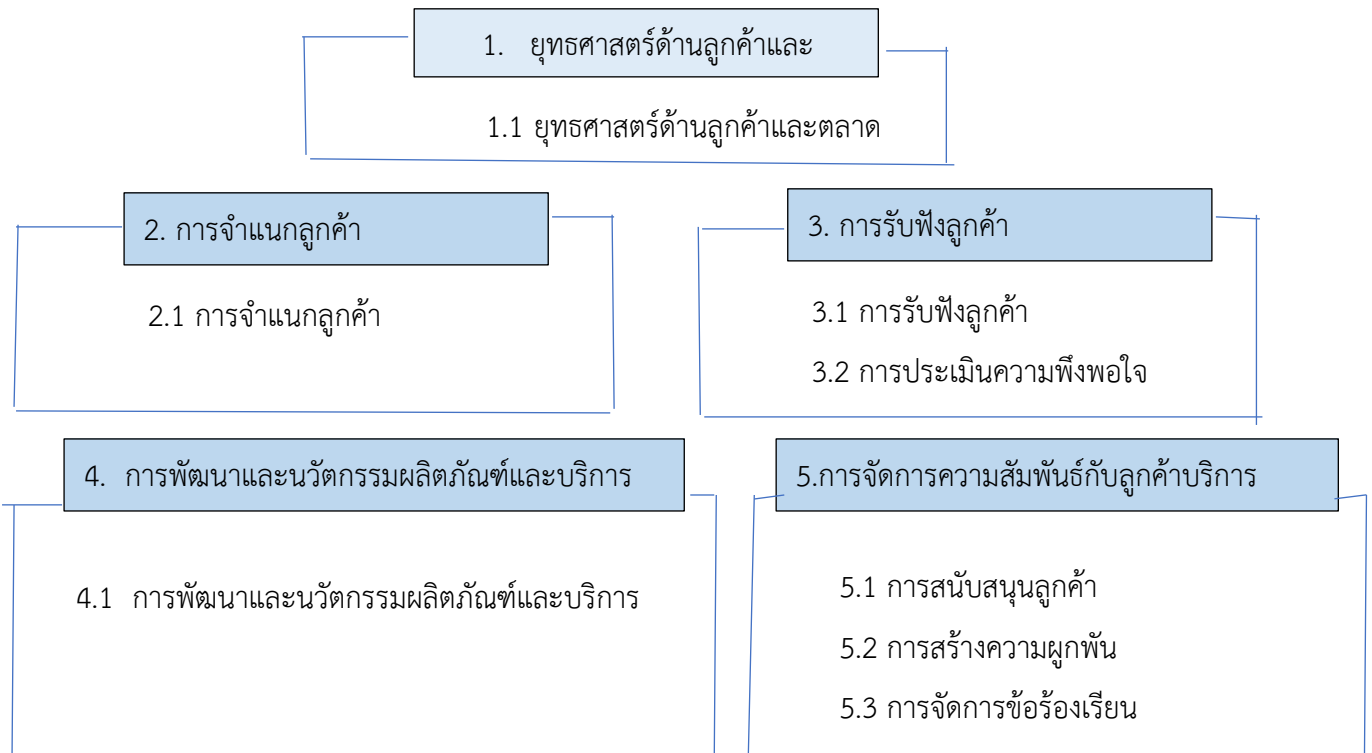
ตารางเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ของแผนวิสาหกิจขององค์การจัดการน้ำเสีย กับ แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ประจำปี พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2568)



กรอบแนวคิด

การจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด กำหนดกรอบแนวคิดในการจัดทำ โดยอ้างอิงให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และจัดการ Core Business Enablers ของรัฐวิสาหกิจ (ฉบับทบทวนปี 2567)

Module 2 : การมุ่งเน้นลูกค้า



ขั้นตอนและกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 – 2570

องค์การจ้การน้ำเสียมีการกำหนดกระบวนการวางแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด และจัดให้มีการประชุมเพื่อจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566 – 2570 โดยกระบวนการวางแผนพัฒนา มีรายละเอียดดังแสดง ในภาพที่ 2.1.1

ภาพที่ 2.1.1 กระบวนการวางแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด



ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดกระบวนการ

ดำเนินการทบทวนและจัดทำกระบวนการ ขั้นตอน การจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2567 (ฉบับทบทวนปี 2569) แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2569 โดยประกอบไปด้วย ความสำเร็จของปัจจัย 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 โดยจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดตามผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีอยู่ในปัจจุบัน และแยกตามภูมิศาสตร์ และประเภทหรือขนาดของธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้า

ดำเนินการกำหนดช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้า ให้ครบถ้วนทุกกลุ่มลูกค้า ให้ครอบคลุมทั้งลูกค้าปัจจุบัน อดีตลูกค้า ลูกค้าคู่แข่ง และลูกค้าในอนาคต เพื่อค้นหาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าตลอดจน 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 ขององค์การจัดการน้ำเสีย (ฉบับทบทวนปี 2569)
และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

1. คณะทำงาน Enable ด้าน 4 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าให้ความเห็นชอบในการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569
2. คณะอนุกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ความเห็นชอบแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569
3. คณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย รับทราบ แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569

บทที่ 7

การกำหนดช่องทางในการให้บริการลูกค้า

7.1 การรับฟังลูกค้า

องค์การจัดการน้ำเสีย ได้กำหนดให้มีนโยบายด้านการปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการของ องค์การจัดการน้ำเสีย เพื่อเป็นกรอบแนวทางระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน โดยมีระบบและช่องทางให้ลูกค้า ร้องเรียน เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่องค์กรจะสามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าได้ อย่างรวดเร็วและเหมาะสม โดยได้กำหนด 2 ช่องทาง

ช่องทางที่ 1 ตามเงื่อนไขข้อตกลงการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม โดยในข้อตกลง ข้อ 3. ทั้งสองฝ่ายต้องปฏิบัติหน้าที่ร่วมกัน ดังนี้ ให้มีคณะกรรมการกำกับดูแลบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ประกอบด้วย กรรมการไม่เกิน 7 คน ได้แก่ ผู้แทนเทศบาลฯ ผู้แทน อจน. ในสัดส่วนเท่าเทียมกันและผู้แทนกระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 1 คน โดยมีอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัด น้ำเสียฯ เช่น 1.กำกับดูแลกิจการโดยพิจารณาแผนดำเนินการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 2.พิจารณาวินิจฉัยประเด็น ปัญหา และข้อขัดแย้งจากการดำเนินกิจกรรม 3.พิจารณารายการทรัพย์สินที่เปลี่ยนแปลง 4.ประเมินผลการดำเนินการ ตามข้อตกลงทุก ระยะเวลา 3 เดือน

วิธีการและกระบวนการแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

1. อจน.จะดำเนินการจัดทำหนังสือเชิญเทศบาล เพื่อแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการ
 2. อจน.ได้ทำหนังสือเชิญผู้แทนกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยจะเป็นตัวแทน จากสำนักงานสิ่งแวดล้อม และสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
 3. อจน.แต่งตั้งคณะกรรมการหรือผู้แทน
- การดำเนินงานตามข้อตกลงการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม คณะกรรมการมีอำนาจ
- หน้าที่

- 1) กำกับดูแลกิจการโดยพิจารณาแผนดำเนินการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) พิจารณาวินิจฉัยประเด็นปัญหา และข้อขัดแย้งจากการดำเนินกิจกรรม
- 3) พิจารณารายการทรัพย์สินที่เปลี่ยนแปลง
- 4) ประเมินผลการดำเนินการตามข้อตกลงทุก

โดยในการประชุมคณะกรรมการคณะกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จะมีการ ประเมินผลการดำเนินกิจกรรมตามข้อตกลงฯ ที่ได้ระบุไว้ในข้อ 4

ช่องทางที่ 2 ได้มีการจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า) มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่แสดงถึงระดับความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการบำบัดน้ำเสียขององค์การ การจัดการน้ำเสียและสามารถกำหนดแนวทางในการจัดทำแผนงานการเข้าถึงบริการลูกค้า และการปรับปรุงแผนในปีถัดไป โดยได้กำหนดขั้นตอนของแต่ละประเด็นประกอบด้วย

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

วิธีการและกระบวนการการดำเนินการออกแบบสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- 1) องค์การจัดการน้ำเสียจัดทำบันทึกขออนุมัติหลักการโครงการสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการบำบัดน้ำเสียขององค์การจัดการน้ำเสีย ประจำปีบัญชี 2568
- 2) ออกแบบสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการบำบัดน้ำเสีย เสนอ ผู้บริหารองค์การจัดการน้ำเสีย ให้ความเห็นชอบแบบสำรวจฯ
- 3) จัดทำหนังสือนำเสนอแบบสำรวจความพึงพอใจกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- 4) สรุปการวิเคราะห์ผลสำรวจฯ จะสามารถใช้ประกอบการบริการรับฟังลูกค้า และเป็นแนวทางการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผล ความผูกพันของลูกค้า และแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานตามแผนขององค์กร

7.2 การจัดการข้อร้องเรียน

องค์การจัดการน้ำเสีย ได้กำหนดช่องทางรับข้อร้องเรียน 8 ช่องทาง ประกอบด้วย

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

7.2.1 กระบวนการการรับซื้อร้องเรียน บน Social Media

เขียนคำร้องหน้า website

WMA WASTEWATER MANAGEMENT AUTHORITY

แจ้งเรื่องร้องเรียนการทุจริตและประพฤติมิชอบ
ทุกการกระทำและเจตนาของทุกและเรื่องใดของการร้องเรียน

ข้อมูลผู้ร้องเรียน

ชื่อ-นามสกุล

หมายเลขโทรศัพท์มือถือ

หมายเลขอีเมล

อีเมล

ที่อยู่ปัจจุบัน

ข้อมูลผู้ถูกกล่าวหา

ชื่อ-นามสกุล

หมายเลขโทรศัพท์มือถือ (กรณีทราบชื่อผู้ร้องเรียน)

ตำแหน่ง

รายละเอียดการทุจริต

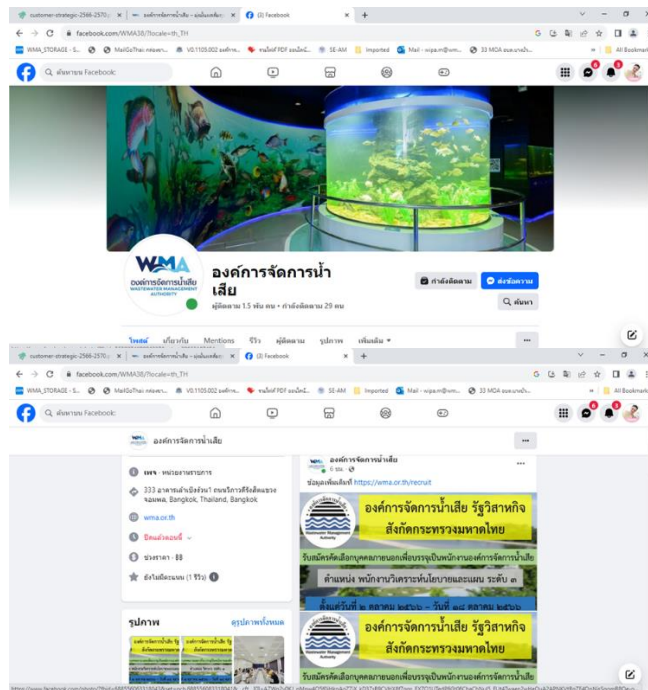
รายละเอียดการทุจริต (ขนาดไฟล์ไม่เกิน 20 MB)

Choose File No file chosen

รายละเอียด

ส่งข้อมูลร้องเรียน

1. Facebook : องค์การจัดการน้ำเสีย โดยการส่งข้อความ



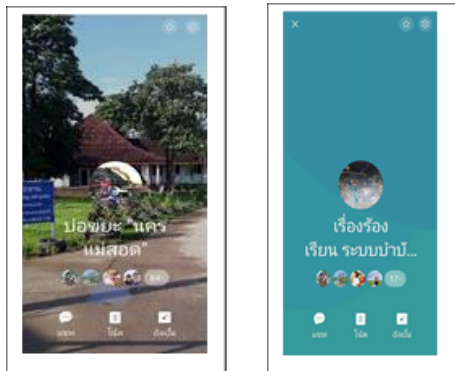
2. IG : องค์การจัดการน้ำเสีย



3.  : องค์การจัดการน้ำเสีย



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



5. หนังสือ/จดหมาย 

6. ทางโทรศัพท์หน่วยงาน  0 2273 8530-39

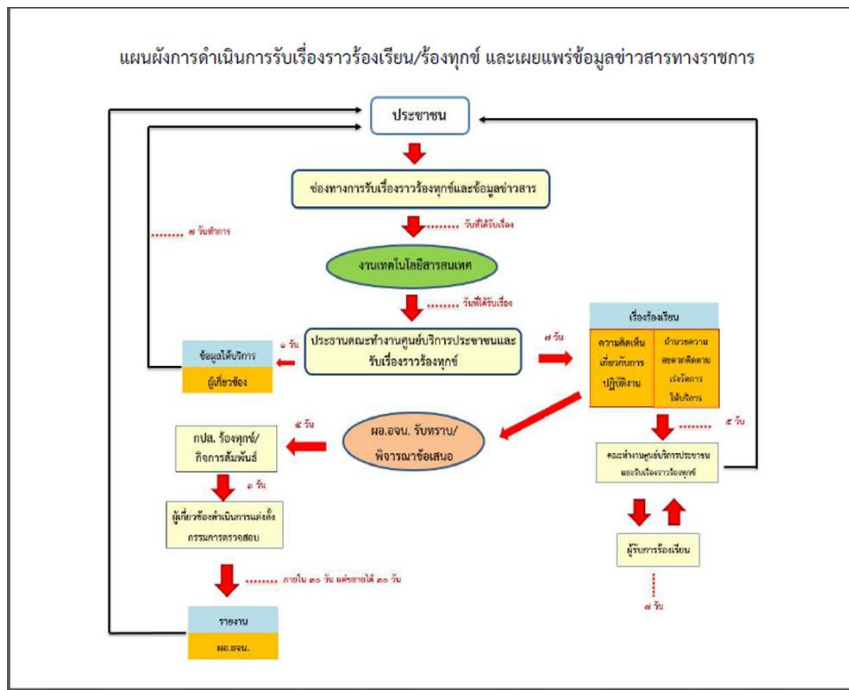


7. สำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา จำนวน 53 แห่ง

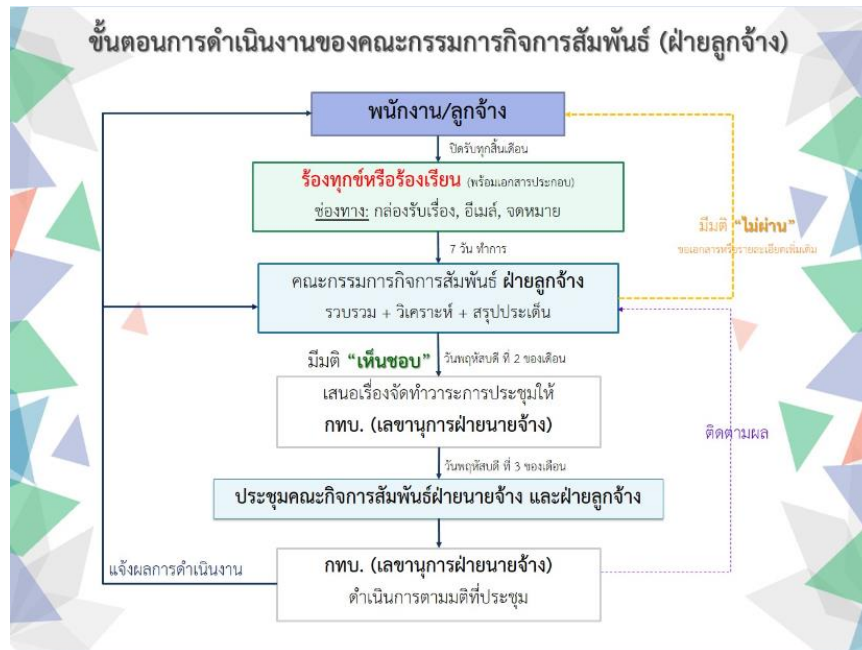


7.2.2 กระบวนการการรับข้อร้องเรียน

1) ช่องทางการรับข้อร้องเรียนบุคคลภายนอก



- 2) ช่องทางการรับร้องเรียนภายใน และร้องเรียนเรื่องการทุจริตของพนักงานและลูกจ้าง ประกอบด้วย ผังขั้นตอนร้องเรียน/ร้องทุกข์



แบบฟอร์มร้องเรียน

[illegible]

แบบฟอร์มคำร้องกิจการสัมพันธ์

แบบฟอร์มใบคำร้องถึงคณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ฝ่ายลูกจ้าง

วันที่ยื่นใบคำร้อง _____ วันที่ได้รับเรื่อง _____

ช่องทางการยื่นคำร้อง ☐ ถัดจากรับใบคำร้อง

☐ E-mail

☐ ไปรษณีย์

☐ ไม่ประสงค์ออกนาม

☐ ประสงค์ออกนาม ชื่อ - นามสกุล _____

ประเด็น/คำร้อง ที่ต้องการร้องต่อคณะกรรมการกิจการสัมพันธ์

☐ เกี่ยวกับสิทธิ/สวัสดิการด้านต่างๆ

☐ ขอความช่วยเหลือ

☐ ข้อเสนอแนะ

เรื่อง _____

รายละเอียด _____

เอกสารประกอบที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)

แนวทาง/ ข้อเสนอแนะ

หมายเหตุ : ปีที่รับใบคำร้องในวัสดุภายในเดือน เพื่อคณะกรรมการฝ่ายลูกจ้างจะได้รวบรวมเรื่องเสนอในที่ประชุมต่อไป

แบบฟอร์มการรับเรื่องร้องเรียน เกี่ยวกับการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียเทศบาล

[illegible]

7.3 ช่องทางของการสำรวจความคิดเห็น และการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความต้องการความหวัง

การดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์กร เป็นการสำรวจทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการดำเนินงานส่งแบบสำรวจที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การด้านการจัดการน้ำเสีย ในรูปแบบ Google Form ซึ่งการสำรวจแบ่งกลุ่มได้เป็น 3 กลุ่มกลุ่มที่สำรวจ

1. แบบสำรวจของหน่วยงานภาครัฐ
2. แบบสำรวจของห้างร้าน /บริษัท/ บุคคล
3. แบบสำรวจองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
4. แบบสำรวจผู้บริหารและพนักงานองค์การการจัดการน้ำเสีย

การวิเคราะห์แบบสำรวจ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

ภาครัฐ	มีความพึงพอใจต่อ อยจน.	คิดเป็น 98.19 %
บริษัท/ห้างร้าน/บุคคล	มีความพึงพอใจต่อ อยจน.	คิดเป็น 90.91 %
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	มีความพึงพอใจต่อ อยจน.	คิดเป็น 90.81 %
ผู้บริหารและพนักงานองค์การการจัดการน้ำเสีย มีความพึงพอใจต่อการเป็นพนักงานองค์กร คิดเป็น 95.32 %		
(โดยตารางแบบสำรวจ และผลการวิเคราะห์ จะอยู่ในภาคผนวก)		

7.4 ช่องทางการสนับสนุนลูกค้า

7.4.1 การสนับสนุนลูกค้า

7.4.1.1 องค์การการจัดการน้ำเสีย มีวิธีการสนับสนุนลูกค้าและกลไกสำคัญในการสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้า/ผู้รับบริการ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารและเข้าถึงผลิตภัณฑ์ขององค์การการจัดการน้ำเสีย โดยมีข้อกำหนดซึ่งได้มาจากการระดม ความคิดเห็นร่วมกันของบุคลากรองค์การการจัดการน้ำเสีย และสื่อสารและถ่ายทอดให้ทุกคนได้รับทราบและนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน

7.4.1.2 องค์การการจัดการน้ำเสีย มีวิธีการสนับสนุนให้ลูกค้าใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์การการจัดการน้ำเสีย ผ่านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยอาศัย ช่องทางต่างๆ ได้แก่ หนังสือราชการ ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ (e-document) โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล บ้าย ประชาสัมพันธ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ การสนับสนุนลูกค้า เช่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักเรียน เยาวชน ได้มีโอกาสเข้าชมแหล่งเรียนรู้และร่วมกิจกรรมองค์การการจัดการน้ำเสีย โดยองค์การการจัดการน้ำเสียรับผิดชอบดูแลเรื่องการเดินทาง มายังองค์การการจัดการน้ำเสียรวมถึงการเพิ่มช่องทางให้ลูกค้า/ผู้รับบริการ เข้าถึงกิจกรรม/โครงการขององค์การการจัดการน้ำเสียมากขึ้นผ่านทาง Website องค์การการจัดการน้ำเสียสำหรับบุคลากร องค์การการจัดการน้ำเสียซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนลูกค้าจะมีการประชุม ระดมความคิดเห็นเพื่อรับฟัง

ข้อเสนอแนะ กำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติและแต่งตั้งผู้รับผิดชอบ เช่นผู้รับผิดชอบงานด้าน การสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทาง Internet สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อจัดทำแผนพัฒนาและออกแบบข้อมูลให้ทันสมัย และสื่อสารไปยังลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และสร้างความมั่นใจในการสื่อสารกับลูกค้า

7.4.2 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

องค์การจัดการน้ำเสีย ได้มีแผนงานการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนี้

7.4.2-1 แผนการเข้าพบลูกค้า รายเดือน จะมีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า)

7.4.2-2 แผนการเข้าพบลูกค้า แบบรายไตรมาส จะมีจัดประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า)

7.4.2-3 การให้บริการที่ดี รวดเร็ว ทันท่วงที ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า) เป็นอย่างดี โดยกำหนดแผนงานเข้าพบกับลูกค้า

บทที่ 8

การวิเคราะห์สารสนเทศลูกค้าเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาด
และปรับปรุงกระบวนการทำงาน

สรุปการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าและตลาด

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นด้านลูกค้าและตลาด (CM) ที่สำคัญ (จากแบบสำรวจประจำปี 2568)	
1. บริหารจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ	ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 1.การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าและรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 2.การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย
2. ก่อสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย	ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 1.การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าและรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 2.การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย
3. พัฒนาการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสีย	ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 1.การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าและรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 2.การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นด้านลูกค้าและตลาด (CM) ที่สำคัญ (จากแบบสำรวจประจำปี 2568)	
1. มีเครือข่ายพันธมิตร เพื่อขยายขอบเขตการ ดำเนินการอย่างบูรณาการ	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพและตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการ น้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
2. เป็นหน่วยงานหลักที่ดำเนินการด้านการ จัดการน้ำเสียของประเทศ	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพและตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการ น้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
3. เพิ่มการรับรู้ด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพและตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการ น้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
4. การบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.1</u> เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.2</u> เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
5. การพัฒนาการฝึกอบรม	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.1</u> เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.2</u> เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
6. ส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.1</u> เพิ่มขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า <u>กลยุทธ์ที่ 2.2</u> เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
7. เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1 การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

-

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นด้านลูกค้าและตลาด (CM) ที่สำคัญ (จากแบบสำรวจประจำปี 2568)	
1. มีส่วนสาธารณะเพื่อใช้ประโยชน์ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสีย	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า 1. การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย 1. การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า
2. ดำเนินการด้านนวัตกรรมเกี่ยวกับระบบบำบัดน้ำเสียตรงตามความต้องการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและได้มาตรฐาน	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า 1. การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย 1. การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
3. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า 1. การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย 1. การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า

จากการสำรวจประจำปี 2568 มีการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ภาครัฐ
2. บริษัท/ห้างร้าน/บุคคล
3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
4. พนักงานองค์การจํานัดการน้ำเสีย มีความพึงพอใจต่อการเป็นพนักงานองค์กร

การวิเคราะห์แบบสำรวจ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

ภาครัฐ	มีความพึงพอใจต่อ อดน.	คิดเป็น 98.19 %
บริษัท/ห้างร้าน/บุคคล	มีความพึงพอใจต่อ อดน.	คิดเป็น 90.91 %
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	มีความพึงพอใจต่อ อดน.	คิดเป็น 90.81 %
ผู้บริหารและพนักงานองค์การจํานัดการน้ำเสีย	มีความพึงพอใจต่อการเป็นพนักงานองค์กร	คิดเป็น 95.32 %

จากผลการสำรวจความต้องการ ความคาดหวัง ของทั้ง 4 กลุ่ม ในแต่ละด้าน **วิเคราะห์ได้ว่า** มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ อดน. อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด แต่ยังคงต้องการให้ อดน. ดำเนินการเกี่ยวกับการควบคุมและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นภารกิจหลักของ อดน. ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ถึงแม้้องค์การจํานัดการน้ำเสียจะดำเนินงานได้ดีอยู่แล้ว โดยนำผลจากการสำรวจไปปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุด

ในส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้ารายใหม่) การดำเนินงานทุกปีขององค์การจัดการน้ำเสียจะมีการจัดทำ MOU และ MOA เพื่อให้ลูกค้าใหม่ได้ร่วมดำเนินการระบบบำบัดน้ำเสียรวม ร่วมกับองค์การจัดการน้ำเสีย โดยมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า จัดให้มีเวทีการประชุมเพื่อรับฟังความต้องการในผลิตภัณฑ์และการบริการของลูกค้า และการสนทนาเพื่อให้คำปรึกษา ทางโทรศัพท์ และมุ่งเน้นเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ Website เพื่อให้ทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ยิ่งขึ้น

ด้านการรักษาลูกค้าองค์การจัดการน้ำเสีย ได้มีการจัดประชุมคณะกรรมการฯ และประชุมการดำเนินงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย โดยเป็นการประชุมแบบรายเดือน และรายไตรมาส ติดต่อประสานงานกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และให้สำนักงานจัดการน้ำเสียสาขาเป็นผู้ประสานงานกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด เมื่อเกิดปัญหาที่ต้องการแก้ไขสามารถดำเนินการได้ทันเวลา ดังนั้น เพื่อเพิ่มทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า องค์การจัดการน้ำเสีย ต้องประชาสัมพันธ์การดำเนินงานขององค์กรให้มากยิ่งขึ้น และให้บริการต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและรวดเร็ว พร้อมทั้งต้องมีทุนสำรองในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงที

ดังนั้น ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ที่สำคัญ คือ การให้บริการที่ดีต่อลูกค้า และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อเป็นการยกระดับผลประกอบการขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น โดยต้องคำนึงถึงเส้นทางของลูกค้า จุดสัมผัสบริการ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ของ องค์การจัดการน้ำเสีย โดยมีการนำผลสำรวจมาวิเคราะห์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงจุดเป็นประจำทุกปี

การวิเคราะห์สารสนเทศลูกค้า

ซึ่งผลสำรวจ ปี 2568 ได้การนำข้อมูลมาวิเคราะห์บทสรุปของแบบสำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง

ข้อเสนอแนะการให้บริการ

- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า) เสนอให้องค์การจัดการน้ำเสียมีการประชาสัมพันธ์ให้อย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะทางใดก็ตาม เพื่อองค์การจัดการ น้ำเสียจะได้มีการขยายขอบเขตและมีพื้นที่การดำเนินงานได้ทั่วประเทศ
- ต้องการให้องค์การจัดการน้ำเสียรับผิดชอบเรื่องการบำบัดน้ำเสียทั่วประเทศ ข้อเสนอแนะความต้องการและความคาดหวัง
 - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า) ต้องการและคาดหวังให้องค์การจัดการน้ำเสีย เป็นองค์กรที่มีความยั่งยืนด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั่วประเทศ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นองค์กรหลักที่ให้ความรู้เรื่องการจัดการระบบบำบัดน้ำเสียและเพื่อนำค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียมาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ร่วมกับงบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากรัฐ เพื่อบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะความพึงพอใจและความผูกพัน

อยากเห็นองค์การจัดการน้ำเสียเป็นองค์กรใหญ่ระดับประเทศที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสีย องค์การจัดการน้ำเสียเป็นองค์กรที่มีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง ความสามัคคีในองค์กร เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านการจัดการน้ำเสีย

ในปีงบประมาณ 2568 องค์การจัดการน้ำเสีย ได้มีการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ดังนี้

1. จัดทำแผนการประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลฯ เพื่อให้การรับรู้การดำเนินงานและกิจการในบริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดทำแผนแบบรายไตรมาส ซึ่งเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่บันทึกข้อตกลงร่วมกันระหว่าง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกับองค์การจัดการน้ำเสียไว้แล้ว

2. จัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2569 โดยนำผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ประจำปีงบประมาณ 2568 และแผนปฏิบัติการวิสาหกิจขององค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ.2569 มาปรับโครงการ/กิจกรรม ให้มีความสอดคล้องและเป็นไปในกรอบทิศทางการทำงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ขององค์การจัดการน้ำเสีย

3. จัดทำแนวทางการถ่ายทอดแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดสู่การปฏิบัติ เป็นการถ่ายทอดแผนปฏิบัติการ ติดตาม ประเมินผลของแผนปฏิบัติการลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 สู่แผนปฏิบัติการระยะยาวและแผนปฏิบัติการประจำปีที่มีองค์ประกอบครบถ้วน รวมทั้งการสื่อสารแผนปฏิบัติการและถ่ายทอดตัวชี้วัด เป้าหมายทั้งหมดในระดับยุทธศาสตร์ และระดับแผนงาน/โครงการ ไปยังหน่วยงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง รวมถึงหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ พันธมิตร เป็นต้น อย่างครบถ้วน โดยที่คณะทำงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าเป็นผู้ประสาน รวบรวมวิเคราะห์ และสรุปในภาพรวมของแผนเสนอต่อผู้บริหาร คณะอนุกรรมการ/คณะทำงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อคิดเห็นและกำหนดแนวทางและกลไกการติดตามและรายงานผลการดำเนินงานทั้งในระดับยุทธศาสตร์ในระดับปฏิบัติการ และแสดงให้เห็นถึงการดำเนินการตามแนวทางดังกล่าว เพื่อติดตามวิเคราะห์และคาดการณ์ผลสำเร็จของแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ดังนี้

- การถ่ายทอด โดยกำหนดให้มีการถ่ายทอดแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด ปี พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) แก่ลูกค้าและตลาดทั้งภายในและภายนอกองค์กรให้รับรู้และเข้าใจ เพื่อให้สามารถผลักดันผลการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีการสำรวจการรับรู้ และเข้าใจแผนฯ อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

- การติดตาม เป็นกระบวนการและวิธีการในการกำกับการปฏิบัติงานโครงการ/แผนงาน ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านลูกค้า ของ อจน. ให้เป็นไปตามเป้าหมายทั้งในเชิงปริมาณคุณภาพ เวลา และงบประมาณโดยมีกระบวนการติดตามผลอย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่องเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานของแต่ละแผนงานโครงการให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด ปี พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) ที่กำหนดไว้

- การประเมินผล เป็นกระบวนการในการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับแผนที่กำหนด การกำกับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน การศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้น ในทางปฏิบัติเพื่อแก้ไข/ปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดผลผลิต ผลลัพธ์ที่ต้องการ และเป็นการประเมินผลกระทบทั้งทางตรง/ทางอ้อม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการปรับปรุงแผนงาน/โครงการให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ จะได้มีการทบทวนกระบวนการถ่ายทอด ติดตาม และการประเมินผลแผนยุทธศาสตร์ นวัตกรรมเป็นประจำทุกปี เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

รอบเวลาการติดตามและประเมินผล สำหรับระยะเวลาที่จะใช้ในการติดตามผล ดังต่อไปนี้

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

บทที่ 9

การพัฒนาและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ

1. นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์

ความเป็นมา

องค์การการจัดการน้ำเสีย (อจน.) จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การการจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2538 และปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม ในปี พ.ศ. 2540 และปี พ.ศ.2548 ปรากฏในมาตรา 6 (หน้า 7) คือ “การจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมสำหรับการบำบัดน้ำเสียภายในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย และการให้บริการรับบริหารหรือจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย รวมทั้งบริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ” โดยวัตถุประสงค์เพิ่มขึ้นจากเดิม คือ มีการให้บริการหรือจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียเพื่อให้ อจน. มีอำนาจครอบคลุมในการจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีระบบอยู่แล้ว สามารถเดินระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง “เขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย” หมายความว่า พื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร และพื้นที่อื่น ตามที่คณะรัฐมนตรีกำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตามมาตรา 3

เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2563 กระทรวงมหาดไทย ได้กำหนดให้การจัดการน้ำเสียชุมชนเป็นภารกิจสำคัญตามนโยบายรัฐบาล (Agenda) โดยมีเป้าหมายบำบัดน้ำเสียจากชุมชนให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานน้ำทิ้งชุมชนก่อนปล่อยสู่แหล่งสาธารณะ และได้มอบหมายให้องค์การการจัดการน้ำเสีย มีอำนาจหน้าที่ในการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 105 แห่ง และแผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชนระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) เพื่อปรับปรุง พื้นฟู และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนให้มีประสิทธิภาพและมาตรฐาน

เมื่อวันที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2563 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียขององค์การการจัดการน้ำเสียให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจขององค์กรในการแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำของประเทศ ให้สามารถเข้าดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ มีส่วนสำคัญในการเร่งรัดการพัฒนาระบบบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศให้ดำเนินไปอย่างมีมาตรฐานมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการป้องกันแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตของประชาชน เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมของประเทศได้อย่างทันสถานการณ์

พันธกิจ

1. ออกแบบ ก่อสร้าง และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
2. ปรับปรุงฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
3. ให้บริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ
4. การพัฒนานวัตกรรมระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

นโยบายด้านการปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ ขององค์การจํานวนน้ำเสีย

องค์การจํานวนน้ำเสีย มุ่งเน้นในการสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า โดยยึดมั่นในการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความยุติธรรม ซื่อสัตย์ และมีคุณธรรม โดยจะส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า และพึงปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค และเป็นธรรม โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมของทั้งสองฝ่าย และส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในราคาที่เป็นธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มุ่งมั่นในการจัดหา พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการที่มีคุณภาพการพัฒนาตลาด การออกแบบและปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมืออาชีพความเชี่ยวชาญเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าพื้นที่ และชุมชนที่เกี่ยวข้อง
2. มีการศึกษา ประเมิน และปรับปรุงผลกระทบของสินค้าและการให้บริการที่อาจเกิดขึ้นกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ตลอดจนควบคุมดูแลสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ตรงตามมาตรฐาน ข้อกำหนด กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
3. ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เพียงพอ และเป็นประโยชน์สำหรับการตัดสินใจของลูกค้า โดยไม่มีการกล่าวเกินความจริง หรือไม่ตั้งใจปกปิดเนื้อหา หรือให้ข้อมูลเท็จ หรือจงใจให้ลูกค้าเข้าใจผิดอันเป็นเหตุให้ลูกค้าเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพ หรือเงื่อนไขใด ๆ ของสินค้าและการให้บริการ
4. ให้ความสำคัญ เคารพสิทธิ และคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า โดยไม่นำข้อมูลของลูกค้ามาเปิดเผยต่อบุคคลภายนอก โดยมีการดำเนินงานที่สอดคล้องตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
5. สัญญาระหว่างองค์การจํานวนน้ำเสียกับลูกค้า เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยมีข้อมูลข้อตกลงที่ถูกต้องและเพียงพอ ไม่กำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม หรือเป็นการละเมิดสิทธิของลูกค้า รวมทั้งมีการปฏิบัติตามสัญญา หรือเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด และในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใด ข้อหนึ่งได้ องค์การจํานวนน้ำเสียจะดำเนินการแจ้งให้ลูกค้าทราบโดยเร็ว เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไข โดยใช้หลักความสมเหตุสมผล ความถูกต้อง เป็นธรรมเป็นหลักเกณฑ์การพิจารณา
6. จัดให้มีบริการหลังการขาย การให้คำปรึกษา การบริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พอใจ ความผูกพัน นำมาวิเคราะห์ผลถึงต้นเหตุของปัญหา และดำเนินการแก้ไขปัญหาย่อยอย่างเป็นระบบ เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่พอใจ

7. จัดให้มีระบบและช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียน เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อต้องการจัดการน้ำเสียจะสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม รวมทั้งนำข้อมูลดังกล่าวไปปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้า และการให้บริการดังกล่าวต่อไป

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

9. จัดให้มี CRM (Customer Relation Management) และติดตามผลอย่างเป็นระบบ

2. การแบ่งกลุ่มลูกค้า ผลิตภัณฑ์และบริการ

ลำดับ	กลุ่มลูกค้า	กลุ่มย่อย	ผลิตภัณฑ์	บริการ	ความต้องการ	ความคาดหวัง	ตัวชี้วัด
1	ลูกค้าเชิงพาณิชย์ ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสีย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ยังไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย	ลูกค้าที่มีระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่	ปรับปรุง/ฟื้นฟูระบบบำบัดน้ำเสีย	บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	- ระบบบำบัดน้ำเสียสามารถใช้งานได้ตามปกติ - การประชาสัมพันธ์ทั่วถึง ครบถ้วน	- ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อการบริการ - คุณภาพน้ำในพื้นที่ดีขึ้นตามปกติ - น้ำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ประโยชน์	- คุณภาพน้ำผ่านเกณฑ์ - ปริมาณน้ำที่สามารถบริหารจัดการได้ - ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ
		ลูกค้าที่ยังไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย	ก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย	บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	- ระบบบำบัดน้ำเสียสามารถใช้งานได้ตามปกติ	- คุณภาพน้ำในพื้นที่ดีขึ้น - น้ำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ประโยชน์	
2	ลูกค้าเชิงสังคม ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ	-	ก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย	บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	- ระบบบำบัดน้ำเสีย	- คุณภาพน้ำในพื้นที่ดีขึ้น	

3. ข้อมูลลูกค้าที่รับบริการและบริหารระบบบำบัดน้ำเสีย (อปท.) ที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

ที่	เทศบาล	การเข้ารับบริการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	ความต้องการ	ความคาดหวัง
1	ทม.ประจวบคีรีขันธ์	✓	อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มียุทธศาสตร์รวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
			อยากให้เก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	
2	ทม.มาบตาพุด	✓	อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	ให้นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ประโยชน์
3	ทต.บ้านเพ	✓	อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มียุทธศาสตร์รวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
			อยากให้เก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	
4	ทน.สงขลา	✓	อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มียุทธศาสตร์รวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
			อยากให้เก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	
5	ทต.บางเสร่	✓	อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มียุทธศาสตร์รวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
			อยากให้เก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	
6	ทม.กระบี่	✓	อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มียุทธศาสตร์รวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
			อยากให้เก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	
7	ทม.ศรีราชา	✓	อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มียุทธศาสตร์รวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
			อยากให้เก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	
8	ทน.อุดรธานี	✓	อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มียุทธศาสตร์รวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
			อยากให้เก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	
9	ทน.แม่สอด	✓	อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มียุทธศาสตร์รวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
			อยากให้เก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	
10	ทม.มุกดาหาร	✓	อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มียุทธศาสตร์รวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
			อยากให้เก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	

[illegible]

4. ข้อมูลลูกค้าที่มีผลิตภัณฑ์และบริการ (ออกแบบก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย) (อปท.) ที่มีต่อการจัดการน้ำเสีย

ที่	เทศบาล	กลุ่มที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ		ความต้องการใน ผลิตภัณฑ์ของลูกค้า	ความคาดหวัง ของลูกค้า
		ผลิตภัณฑ์	บริการ		
26	ทต.บางปลา	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
27	ทต.ปากน้ำปราม	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
28	ทต.ระยอง	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
29	ทต.บางปลา 2	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
30	ทต.ปู้เจ้าสมิงพราย	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
31	ทต.ใหม่บางบัวทอง	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
32	ทต.กำแพงแสน	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
33	ทต.วิจิตร	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
34	ทต.ราไวย์	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
35	ทต.ฉลอง	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
36	อบต.ลำโพ	✓	✓	ด้านล่างเป็น Aquariam	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
37	ทต.แพรกษา	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามฟุตบอล	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
38	ทต.ปลายบาง	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามฟุตบอล	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
39	ทต.บ้านฉาง	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
40	ทต.เขาน้อย	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามฟุตบอล	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
41	อบต.อ่าวนาง	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสนามฟุตบอลและ สนามป็นผา หอดูดาว	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
42	ทต.บางคูรัด	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
43	ทต.บางแม่นาง	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	อยู่ระหว่างการก่อสร้าง
44	ทต.วัดสิงห์	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	อยู่ระหว่างการก่อสร้าง
45	ทต.บ้านปึง	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	อยู่ระหว่างการก่อสร้าง
46	ทต.อุทัยธานี	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	อยู่ระหว่างการก่อสร้าง

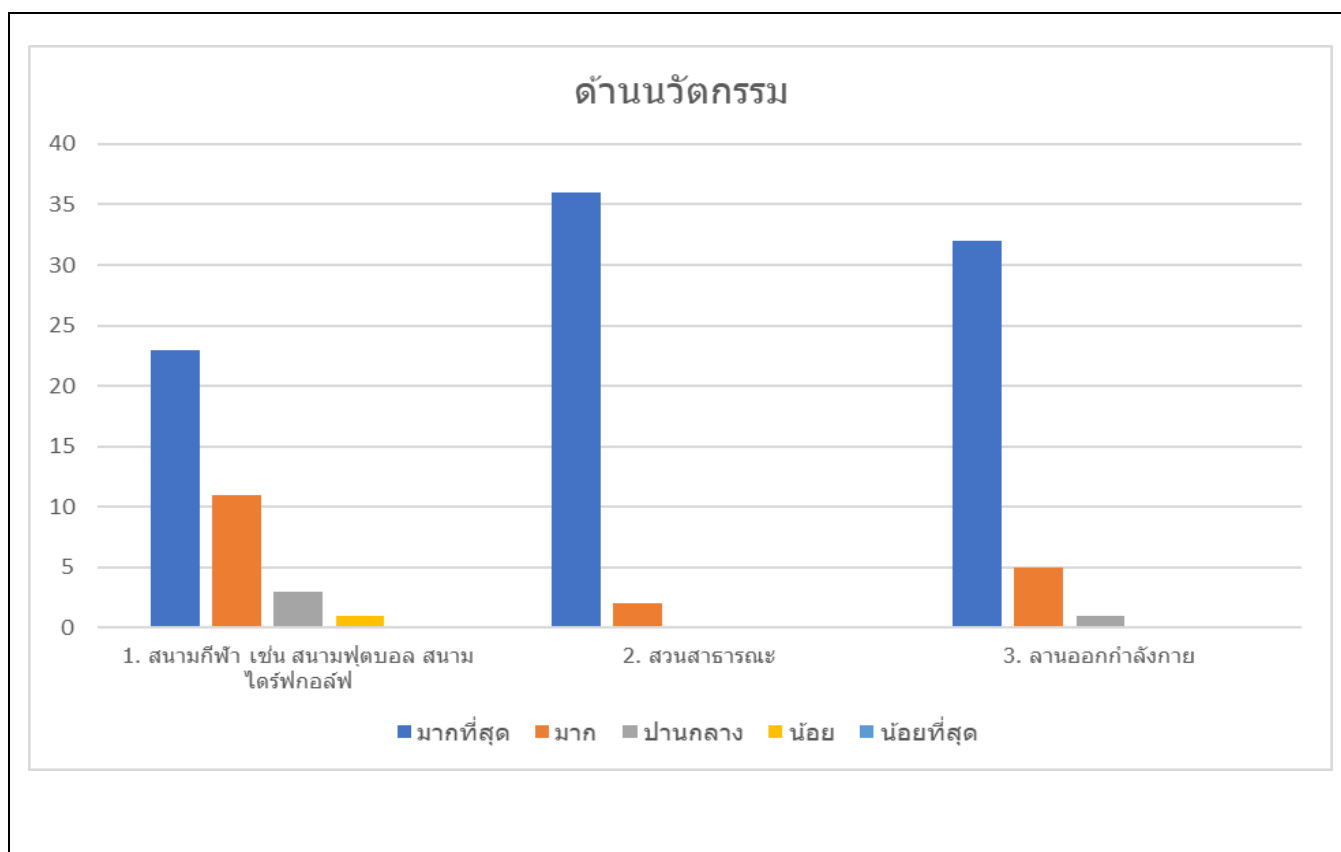
5. ข้อมูลลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ (ออกแบบก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย) (อปท.) ที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

ที่	เทศบาล	กลุ่มที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ		ความต้องการในผลิตภัณฑ์ของลูกค้า	ความคาดหวังของลูกค้า
		ผลิตภัณฑ์	บริการ		
41	เทศบาลเมืองปากพอง บริเวณหลังเรือนจำ	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้
42	เทศบาลเมืองปากพอง วัดนาควารี่	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้
43	เทศบาลตำบลหัวไทร ถนนสุขาภิบาล 1	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้
44	เทศบาลตำบลชะอวด วัดศรีมาประสิทธิ์	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้
45	องค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้
46	อุทยานนานาชาติสิ่งแวดล้อมสิรินธร	✓	✓	ด้านบ่นเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้

6. สรุปผลสำรวจความพึงพอใจ สอบถามความต้องการ และความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์กร ในปี พ.ศ. 2568

ในปี พ.ศ. 2568 องค์การจัดการน้ำเสีย ได้จัดส่งแบบสำรวจความพึงพอใจ สอบถามความต้องการ และความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์กร เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์หาความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรในส่วนที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ได้ยกสรุปผลสำรวจด้านนวัตกรรม ในปีพ.ศ. 2568 ความต้องการด้านนวัตกรรม

ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านนวัตกรรม (การใช้ประโยชน์ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสีย)						
1. สนามกีฬา เช่น สนามฟุตบอล สนามไตร์ฟกอล์ฟ	23	11	3	1	-	89.47
2. สวนสาธารณะ	36	2	-	-	-	100
3. ลานออกกำลังกาย	32	5	1	-	-	97.37



ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการให้บริการขององค์การจําน้ำเสีย

- ต้องการให้้องค์การจําน้ำเสียรับผิดชอบเรื่องการบำบัดน้ำเสียทั่วประเทศ เพื่อนำค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียมาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งงบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากรัฐ

7. ด้านการบริการที่้องค์การจําน้ำเสีย อำนวนความสะดวกให้กับลูกค้า

ความเป็นมา

้องค์การจําน้ำเสียได้ พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการจําน้ำค่าบริการบำบัดน้ำเสีย ด้วยเห็นความสำคัญ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและเป็นการปรับองค์กรให้เหมาะสม เข้าถึงปัญหาได้ตรงจุด เพื่อสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นเครื่องมือที่อำนวนความสะดวกในการชำระค่าบริการบำบัดน้ำเสียให้กับลูกค้า
รูปแบบที่ใช้งาน

- 1 การชำระค่าบริการบำบัดน้ำเสีย ผ่านกรุงไทย Next

ตัวอย่างสติ๊กเกอร์



สติ๊กเกอร์ ขนาด ๓๐*๔๕ ซม จำนวน ๒ แผ่น
แนบคู่มือการติดตั้ง การชำระค่าบริการบำบัดน้ำเสีย พร้อมเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ

ตัวอย่างสติ๊กเกอร์ สำหรับใส่ L-stand

ช่องทางการชำระเงินที่ 1



L-stand

ช่องทางการชำระเงินที่ 1 ขั้นตอนการจ่ายชำระผ่านธนาคารกรุงไทยในกรณี
ชำระเต็มจำนวน

2 การชำระค่าบริการบำบัดน้ำเสีย ด้วยการสแกนคิวอาร์โค้ด และ บาร์โค้ด

8. ปัจจัยนำเข้า

องค์การจจัดการน้ำเสียมีการนำปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ เช่น ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และข้อมูลจากการประชุมการจัดทำ MOU และ MOA ร่วมกับผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น มารับรู้คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการที่ต้องได้รับการพัฒนา เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งองค์การจจัดการน้ำเสียได้กำหนดกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นระบบ ไว้ดังนี้

การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	
กระบวนการ : กระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	หน่วยงาน : คณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์การจจัดการน้ำเสีย
ข้อกำหนดของกระบวนการ : องค์กรมีกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	ตัวชี้วัดประสิทธิผล : - การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ มีความครบถ้วนตามกระบวนการ ผลผลิต และดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด

SIPOC Model

Supplier	Input	Process	Time	Output	Customer
- ผู้บริหาร - คณะทำงานฯ (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า	ข้อมูลความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าจากแบบสำรวจ	1. รวบรวมข้อมูลความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	ธ.ค. - พ.ค.	ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	- คณะทำงานฯ (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า
- ผู้บริหาร - พนักงาน กพค. และพนักงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า	ข้อมูลจากการประชุมการจัดทำ MOU และ MOA ร่วมกับผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	2. รวบรวมข้อมูลจากการประชุมการจัดทำ MOU และ MOA ร่วมกับลูกค้า	ธ.ค. - พ.ค.	นวัตกรรมที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องการจาก อจน.	- คณะทำงานฯ (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า
- ผู้บริหาร - พนักงาน กพค. และพนักงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า	ข้อมูลสรุปนวัตกรรมที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องการจาก อจน.	3. ออกแบบและพัฒนานวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	ก.พ. - มิ.ย.	แบบของนวัตกรรมตามความต้องการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	- คณะทำงานฯ (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า
- ผู้บริหาร - พนักงาน กพค. และพนักงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า	ข้อมูลสรุปนวัตกรรมที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องการจาก อจน.	4. ก่อสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	ปีงบประมาณถัดไป	นวัตกรรมตามความต้องการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการก่อสร้าง	- คณะทำงานฯ (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า
- ผู้บริหาร - พนักงาน กพค. และพนักงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า	การก่อสร้างนวัตกรรมตามความต้องการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	5. ติดตามและประเมินผล	รายไตรมาส	สรุปผลการประเมินประสิทธิภาพ	- ผู้บริหาร - คณะทำงานฯ (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า
- ผู้บริหาร - คณะทำงานฯ (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า	สรุปผลการประเมินประสิทธิภาพ	6. เรียนรู้และปรับปรุง	ปรับปรุงในปีงบประมาณถัดไป	สรุปการเรียนรู้และปรับปรุง	คณะทำงานฯ (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง

ภาคผนวก

๓. ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจรรยาบรรณในการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย
แนวปฏิบัติของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานองค์การจัดการน้ำเสีย

๔. พิจารณาให้ความเห็นกับคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย กรณีที่มีความขัดแย้ง
ทางผลประโยชน์เกิดขึ้นในองค์การจัดการน้ำเสีย

๕. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานองค์การจัดการน้ำเสีย
รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

๖. ทบทวน สอบทานความเหมาะสมของกฎบัตรคณะกรรมการธรรมาภิบาล ความรับผิดชอบต่อ
ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี หากมีการปรับปรุงแก้ไขให้นำเสนอคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย
พิจารณาให้ความเห็นชอบและประกาศใช้

๗. การประชุมอาจเชิญพนักงานผู้เกี่ยวข้องในวาระการประชุม หรือบุคคลภายนอกให้มาชี้แจง
หรือให้ข้อมูลตามความจำเป็นและเหมาะสม

๘. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสียมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๘



(นายเชษฐา โมสิกรัตน์)

ประธานกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย

สำนักผู้อำนวยการ
กองกฎหมาย

สำเนาเรียน ผอ.อจน.

รผอ.อจน.(พร.) รผอ.อจน.(วผ.) รผอ.อจน.(ปก.)

- เพื่อโปรดทราบ

ผชช. สผอ. สตน. ผอก. ผบง. ผพอ. ผวศ. ผบจ. ผจส.๑ ผจส.๒

กกม. กคพ. กทบ. กปส. กบช. กกง. กงป. กนผ. กบค.

กสป. กมว. กพค. กปง.๑ กปง.๒ สจส. กจร. กวพ.

- เพื่อทราบ



(นางดวงแข ชงสุวรรณ)

ผอ.สผอ.

๘ เม.ย.๖๘



องค์การจัดการน้ำเสีย

WASTEWATER MANAGEMENT AUTHORITY
MINISTRY OF INTERIOR, THAILAND

คำสั่งองค์การจัดการน้ำเสีย

ที่ ๒๒ /๒๕๖๖

เรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์การจัดการน้ำเสีย

ด้วยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ได้กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) ของรัฐวิสาหกิจเพื่อเป็นเครื่องมือในการกำกับ ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจให้สามารถสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ได้อย่างแท้จริง ตอบสนองกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ/ธุรกิจ การแข่งขันความต้องการของผู้ใช้บริการและบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป นั้น

เพื่อให้การดำเนินการประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management: SCM) ขององค์การจัดการน้ำเสีย เป็นไปตามเกณฑ์การประเมินที่กำหนด อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๓ แห่งพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๓๘ และที่แก้ไขเพิ่มเติม จึงให้ยกเลิกคำสั่งองค์การจัดการน้ำเสีย ที่ ๑/๒๕๖๕ ลงวันที่ ๗ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๕ เสียทั้งสิ้น และให้แต่งตั้งคณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์การจัดการน้ำเสีย ประกอบด้วย

- | | |
|---|---------------------------------|
| ๑. รองผู้อำนวยการปฏิบัติการ | เป็นประธานคณะทำงาน |
| ๒. ผู้อำนวยการฝ่ายจัดการน้ำเสีย ๑ | เป็นคณะทำงาน |
| ๓. ผู้อำนวยการฝ่ายจัดการน้ำเสีย ๒ | เป็นคณะทำงาน |
| ๔. หัวหน้ากองประสานงานกลาง ๑ | เป็นคณะทำงาน |
| ๕. หัวหน้ากองพัฒนาและบริหารโครงการ | เป็นคณะทำงาน |
| ๖. หัวหน้ากองพัสดุและบริการ | เป็นคณะทำงาน |
| ๗. หัวหน้ากองการจัดเก็บรายได้ | เป็นคณะทำงาน |
| ๘. นางสาวนัตยา ขำเขียว | เป็นคณะทำงาน |
| ๙. นายดนุพล วัฒนา | เป็นคณะทำงาน |
| ๑๐. ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้ | เป็นคณะทำงานและเลขานุการ |
| ๑๑. หัวหน้ากองประสานงานกลาง ๒ | เป็นคณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ |
| ๑๒. หัวหน้ากองวิเคราะห์และพัฒนาระบบการจัดเก็บรายได้ | เป็นคณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ |

โดยให้คณะทำงานฯ มีหน้าที่ ดังนี้

๑. จัดทำ/ทบทวน แผนแม่บท แผนระยะยาว แผนปฏิบัติการประจำปี นโยบายและแนวปฏิบัติ ในด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์การจัดการน้ำเสีย และที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ให้ครบถ้วน ตามหลักเกณฑ์การประเมินผลฯ

/๒. ดำเนินการ ...

๒. ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินย่อยที่กำหนด

๓. รายงานผลการปฏิบัติงานตามนโยบายและแนวปฏิบัติ ตามหลักเกณฑ์การประเมินผล กระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers) ต่อผู้อำนวยการองค์การการนํ้าเสีย เป็นรายไตรมาส ก่อนนำเสนอคณะกรรมการที่คณะกรรมการองค์การการนํ้าเสียมอบหมาย หรือคณะทำงาน อื่นที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖



(นายธีระ วงศบุรณะ)

ผู้อำนวยการองค์การการนํ้าเสีย

ฝ่ายพัฒนาองค์กร

กองสารสนเทศและประเมินผล

สำเนาเรียน ผอ.อจน.

รผอ.อจน.(บร.) รผอ.อจน.(วผ.) รผอ.อจน.(ปก.)

- เพื่อโปรดทราบ

ผชช. สผอ. สตน. ผอก. ผบง. ผพอ. ผวศ. ผบจ. ผจส.๑ ผจส.๒

กกม: กคพ. กพบ. กทบ. กปส. กบช. กกง. กงป. กนผ. กบค.

กสป. กมว. กพค. กปง.๑ กปง.๒ สจส. กจร. กวพ.

- เพื่อทราบ



(นางดวงแข ยงสุรรณ)

ผอ.สผอ.

๖ ม.ค. ๖๖



องค์การจัดการน้ำเสีย

WASTEWATER MANAGEMENT AUTHORITY
MINISTRY OF INTERIOR, THAILAND

คำสั่งองค์การจัดการน้ำเสีย

ที่ ๔๔ / ๒๕๖๗

เรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงาน
และการจัดการ (Core Business Enablers) ขององค์การจัดการน้ำเสีย

ด้วยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ได้กำหนดหลักเกณฑ์การประเมิน
กระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ เพื่อเป็นเครื่องมือ ในการกำกับ ติดตาม
ประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจให้สามารถสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้อย่างแท้จริง
ตอบสนองกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ/ธุรกิจ การแข่งขัน ความต้องการของผู้ใช้บริการและบริบท
ที่เปลี่ยนแปลงไป นั้น

เพื่อให้การดำเนินการประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business
Enablers) ขององค์การจัดการน้ำเสีย เป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินที่กำหนด อาศัยอำนาจตามความใน
มาตรา ๒๓ แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๓๘ จึงให้ยกเลิกคำสั่ง
องค์การจัดการน้ำเสีย ที่ ๑๔๘/๒๕๖๖ ลงวันที่ ๒๔ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ เสียทั้งสิ้น และให้แต่งตั้งคณะทำงาน
ดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers)
ขององค์การจัดการน้ำเสียในด้านต่างๆ ประกอบด้วย

๑. ด้านการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร (Corporate Governance & Leadership:
CG & Leadership)

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| ๑. นางสาวอรทัย อินประสิทธิ์ | หัวหน้ากองธรรมาภิบาลและโครงการพิเศษ |
| ๒. นางสาวนัตยา ขำเขียว | พนักงานประชาสัมพันธ์ ๖ |
| ๓. นายดุขฎิ นัยจิตต์ | พนักงานบริหารทั่วไป ๖ |
| ๔. นางสาวอัญญา ยาวะโนภาส | พนักงานบุคคล ๕ |

๒. ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning: SP)

- | | |
|------------------------------|--------------------------------|
| ๑. นางสาววรรณนิสา วงษ์พยัคฆ์ | หัวหน้ากองนโยบายและแผน |
| ๒. นายพิชญุตม์ ประสีระเตสัง | วิศวกร ๖ |
| ๓. นางสาววรรณณา วิเศษ | พนักงานวิเคราะห์นโยบายและแผน ๕ |

/๓. ด้านการบริหาร ...

๓. ด้านการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน (Risk Management & Internal Control:

RM & IC)

- | | |
|------------------------------|--------------------------------|
| ๑. นางสาววรรณนิสา วงษ์พยัคฆ์ | หัวหน้ากองนโยบายและแผน |
| ๒. นายรัฐพลช. ละเอียด | พนักงานวิเคราะห์นโยบายและแผน ๖ |
| ๓. นายสันติ พุกท่าไม้ | วิศวกร ๕ |

๔. ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management: SCM)

- | | |
|--------------------------------|--|
| ๑. นายอนุพันธ์ เตียไพรัชกุลกิจ | รักษาการผู้อำนวยการฝ่ายจัดการน้ำเสีย ๒ |
| ๒. นายรัฐวุฒิ ทับทอง | หัวหน้ากองประสานงานกลาง ๑ |
| ๓. นายธงชัย มหัจฉริยวงศ์ | วิศวกร ๖ |

๕. ด้านลูกค้า (Customer Management: CM)

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|
| ๑. ว่าที่ ร.ต.พัฒนภูมิ อังศุสิงห์ | ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้ |
| ๒. นางสาววิภา เมตตาหุ่ | พนักงานบริหารทั่วไป ๖ |
| ๓. นางสาวอารดา ชาญเขียว | พนักงานบริหารทั่วไป ๕ |

๖. ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology : DT)

- | | |
|------------------------------|--------------------------------|
| ๑. นางบุณทริกา สุดใจนาค | หัวหน้ากองสารสนเทศและประเมินผล |
| ๒. นางสาวลลย์ลักษณ์ โกมลฤทธิ | พนักงานวิเคราะห์นโยบายและแผน ๖ |
| ๓. นายณัฐพล ธัญญาพิทักษ์ | พนักงานวิเคราะห์นโยบายและแผน ๕ |

๗. ด้านการบริหารทุนมนุษย์ (Human Capital Management : HCM)

- | | |
|--------------------------------------|---------------------------------|
| ๑. นายสมเกียรติ แสงชัยสุนทรกิจ | รักษาการหัวหน้ากองทรัพยากรบุคคล |
| ๒. นางสาวอักษรารักษ์ สุขสดใสจรรวัฒน์ | พนักงานบุคคล ๕ |
| ๓. นางสาวหทัยทิพย์ เครือวิชฌยาจารย์ | พนักงานบุคคล ๕ |

๘. ด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม (Knowledge Management & Innovation

Management: KM & INNO)

- | | |
|--------------------------------|---|
| ๑. นางบุณทริกา สุดใจนาค | หัวหน้ากองสารสนเทศและประเมินผล |
| ๒. นายสมเกียรติ แสงชัยสุนทรกิจ | ผู้จัดการสำนักงานจัดการน้ำเสีย
สาขาสมุทรปราการ |
| ๓. นายณัฐพล ธัญญาพิทักษ์ | พนักงานวิเคราะห์นโยบายและแผน ๕ |

/โดยให้คณะทำงาน ...

โดยให้คณะทำงานฯ มีหน้าที่ ดังนี้

๑. จัดทำ/ทบทวน แผนระยะยาว แผนปฏิบัติการประจำปี นโยบายและแนวปฏิบัติ ในแต่ละด้าน และที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ให้ครบถ้วน ตามหลักเกณฑ์การประเมินผลฯ

๒. ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ประเมินย่อยที่กำหนดในแต่ละด้าน

๓. รายงานผลการปฏิบัติงานตามนโยบายและแนวปฏิบัติในแต่ละด้าน ตามหลักเกณฑ์ การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers) ต่อผู้อำนวยการ องค์การจัดการน้ำเสีย เป็นรายไตรมาส ก่อนนำเสนอคณะกรรมการที่คณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย มอบหมาย หรือคณะทำงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๗



(นายชีระ วงศบูรณะ)

ผู้อำนวยการองค์การจัดการน้ำเสีย

ฝ่ายพัฒนาองค์กร

กองสารสนเทศและประเมินผล

สำเนาเรียน ผอ.อจน.

รผอ.อจน.(พร.) รผอ.อจน.(วผ.) รผอ.อจน.(ปก.)

- เพื่อโปรดทราบ

ผชช. สผอ. สตน. ผอก. ผบง. ผพอ. ผวศ. ผบจ. ผจส.๑ ผจส.๒

กกม. กคพ. กทบ. กทบ. กปส. กบช. กกง. กงป. กนผ. กบค.

กสป. กมว. กพค. กปง.๑ กปง.๒ สจส. กจร. กวพ.

- เพื่อทราบ



(นางดวงแข ยงสุวรรณ์)

ผอ.สผอ.

๑ ก.พ.๖๗



องค์การจัดการน้ำเสีย

WASTEWATER MANAGEMENT AUTHORITY
MINISTRY OF INTERIOR, THAILAND

ประกาศคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย

เรื่อง นโยบายด้านการปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ ขององค์การจัดการน้ำเสีย

องค์การจัดการน้ำเสีย มุ่งเน้นในการสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า โดยยึดมั่นในการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความยุติธรรม ซื่อสัตย์ และมีคุณธรรม โดยจะส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า และพึงปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมของทั้งสองฝ่าย และส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในราคาที่เป็นธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. มุ่งมั่นในการจัดหา พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการที่มีคุณภาพการพัฒนาตลาด การออกแบบและปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมืออาชีพความเชี่ยวชาญ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า พื้นที่ และชุมชนที่เกี่ยวข้อง

๒. มีการศึกษา ประเมิน และปรับปรุงผลกระทบของสินค้าและการให้บริการที่อาจจะเกิดขึ้นกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ตลอดจนควบคุมดูแลสินค้าและบริการให้มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน ข้อกำหนด กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค 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 หรือเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด และในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใด ข้อหนึ่งได้ องค์การจัดการน้ำเสียจะดำเนินการแจ้งให้ลูกค้าทราบโดยเร็ว เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไข โดยใช้หลักความสมเหตุสมผล ความถูกต้อง เป็นธรรมเป็นหลักเกณฑ์การพิจารณา

๖. จัดให้มีบริการหลังการขาย การให้คำปรึกษา การบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พอใจ ความผูกพัน นำมาวิเคราะห์ผลถึงต้นเหตุของปัญหา และดำเนินการแก้ไขปัญหาย่างเป็นระบบเพื่อหลีกเลี่ยงความไม่พอใจ

/๗. จัดให้มี ...

๗. จัดให้มีระบบและช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียน เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่องค์กรจัดการน้ำเสียจะสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม รวมทั้งนำข้อมูลดังกล่าวไปปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้า และการให้บริการดังกล่าวต่อไป

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

๙. จัดให้มี CRM (Customer Relationship Management) และติดตามผลอย่างเป็นระบบโดยให้สายงานปฏิบัติการ ทำหน้าที่ในการบริหารแนวทางการปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้อำนวยการองค์การจัดการน้ำเสีย คณะอนุกรรมการ และคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสียเพื่อรับทราบรายไตรมาส

จึงประกาศให้ทราบและถือปฏิบัติโดยทั่วกัน

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๔



(นายพรพจน์ เพ็ญพาส)

ประธานกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย



องค์การจัดการน้ำเสีย

WASTEWATER MANAGEMENT AUTHORITY
MINISTRY OF INTERIOR, THAILAND

ประกาศคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย

เรื่อง นโยบายการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสีย

เพื่อให้การดำเนินธุรกิจขององค์การจัดการน้ำเสียเป็นไปอย่างเป็นธรรมต่อผู้เกี่ยวข้องในระบบนิเวศ (Ecosystem) มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั่วทั้งองค์กร สอดคล้องกับหลักการและแนวทางการกำกับดูแลที่ดีในรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๒ ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ องค์การจัดการน้ำเสียมีการกำหนดแนวคิดการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social & Environment Marketing Concept) คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า จึงได้กำหนดนโยบายการตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสีย เพื่อเป็นหลักการและแนวทางปฏิบัติในการสร้างความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยกำหนดนโยบายและแข่งขันทางการตลาดที่เป็นธรรม ดังนี้

ด้านการตลาด : ดำเนินการเปิดตลาดให้ผู้ผลิตได้เข้าถึงโอกาสทางการตลาดขององค์การจัดการน้ำเสียอย่างเปิดเผย และเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม การต่อต้านการผูกขาดและการเลือกปฏิบัติทางการค้า รวมทั้งรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของคู่ค้า

ด้านราคา : ดำเนินธุรกิจด้วยราคาที่เป็นธรรม การค้าที่เป็นธรรม ซึ่งครอบคลุมถึงการมีเงื่อนไขทางการค้าอย่างเป็นธรรม

ด้านธรรมาภิบาล : มีความโปร่งใสและสามารถอธิบายได้ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าเป็นไปอย่างโปร่งใสในการทำธุรกิจร่วมกัน ให้ความเคารพและความยุติธรรมต่อคู่ค้า

ด้านความสัมพันธ์ทางการค้า : องค์การจัดการน้ำเสียจะไม่คำนึงถึงเพียงแค่ผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นสำคัญ แต่จะตระหนักถึงความเป็นอยู่ที่ดีทางสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และผลกระทบต่อลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คู่ค้า โดยจะรักษาความสัมพันธ์การค้าระยะยาวที่ตั้งอยู่บนฐานของความเป็นพันธมิตร ความเชื่อมั่นและการเคารพซึ่งกันและกัน รวมถึงรณรงค์เผยแพร่แนวทางการค้าที่เป็นธรรม

ด้านการพัฒนาผู้ผลิต : องค์การจัดการน้ำเสียมีความรับผิดชอบต่อช่วยเหลือผู้ผลิตให้ได้พัฒนาความสามารถและศักยภาพในด้านต่างๆ ทั้งด้านการผลิต การบริหาร เช่น มีการเข้าร่วมงานขายระดับนานาชาติ การหาช่องทางทางการตลาดเพิ่ม เป็นต้น

ด้านสิ่งแวดล้อม : องค์การจัดการน้ำเสียคำนึงถึงการมีส่วนร่วมและร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่อุปกรณ์ เครื่องจักรที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า กระบวนการผลิตสินค้า การจัดการขยะที่เกิดจากการผลิต ตลอดจนมีการวางแผนการใช้พลังงานและทรัพยากรต่างๆ อย่างประหยัด และมีประสิทธิภาพ

/๑. แนวปฏิบัติ ...

๑. แนวปฏิบัติที่ดีต่อคู่แข่งและเจ้าหนี้

๑.๑) แนวปฏิบัติที่ดีต่อคู่แข่ง

๑.๑.๑) องค์การจัดการน้ำเสียต้องปฏิบัติต่อคู่แข่ง ให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า ยึดถือกติกาการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

๑.๑.๒) องค์การจัดการน้ำเสียไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม และไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาให้ร้ายป้ายสี และโจมตีคู่แข่งโดยปราศจากมูลความจริง

๑.๒) แนวปฏิบัติที่ดีต่อเจ้าหนี้

๑.๒.๑) องค์การจัดการน้ำเสียจะรักษาและปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหนี้โดยเคร่งครัด ทั้งในแง่การชำระคืน การดูแลหลักทรัพย์ค้ำประกัน และปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญาอย่างถูกต้อง ครบถ้วนและเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้ากรณีหน่วยงานไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขได้ เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

๑.๒.๒) องค์การจัดการน้ำเสียจะไม่เรียกไม่รับหรือจ่ายผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตในการค้ากับเจ้าหนี้ และจะให้ความร่วมมืออย่างจริงจังในการแก้ปัญหาการเรียก รับ หรือจ่ายผลประโยชน์ที่ไม่สุจริตในการค้ากับเจ้าหนี้

๒. การส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม โดยต่อต้านการผูกขาด และการเลือกปฏิบัติทางการค้า

องค์การจัดการน้ำเสียจะปฏิบัติต่อคู่แข่ง ภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันอย่างเสรี และเป็นธรรมสอดคล้องกับหลักสากล รวมถึงการต่อต้านการผูกขาดและการเลือกปฏิบัติทางการค้า

๓. การบริหารจัดการทางการเงินตามเงื่อนไขตลาดที่ครอบคลุม

๓.๑) แนวทางการเข้าถึงและจัดหาเงินทุนอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม องค์การจัดการน้ำเสียต้องกำกับดูแลการบริหารการเงิน และการจัดหาเงินทุน ตามแนวทางที่กำหนดในนโยบายการบริหารการเงินของ องค์การจัดการน้ำเสีย อย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรม

๓.๒) การจัดทำบัญชีการเงินตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ องค์การจัดการน้ำเสียได้จัดทำบัญชี งบการเงิน และรายงานทางการเงินตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป ภายใต้พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. ๒๕๔๓ และตามมาตรฐานการบัญชีตามนโยบายการบัญชีภาครัฐของ รัฐวิสาหกิจ โดยปฏิบัติตามพระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. ๒๕๖๑ อย่างเคร่งครัด

๓.๓) แนวทางการแยกบัญชีการเงินเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม องค์การจัดการน้ำเสียได้จัดทำบัญชีโดยแยกบัญชีเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์ โดยมีกระบวนการจัดทำงบประมาณและการบริหารงบประมาณเป็นแบบมุ่งเน้นผลผลิตทั้งบัญชีเชิงสังคม และบัญชีเชิงพาณิชย์

/๔. การกำหนด ...

๔. การกำหนดช่องทางการรับซื้อร้องเรียนและการชดเชย กรณีคู่แข่งและเจ้าหน้าที่ถูกละเมิดตามกฎหมายองค์การการกีดกันน้ำเสียมีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงคู่แข่งเจ้าหน้าที่ อย่างเพียงพอ เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ตามนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการซื้อร้องเรียนขององค์การการกีดกันน้ำเสีย

๕. การต่อต้านทุจริตและรับสินบนที่จะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด องค์การการกีดกันน้ำเสีย ต่อด้านการทุจริตทุกรูปแบบ และถือปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านทุจริต รวมทั้งนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านทุจริต และการให้หรือรับสินบนของ องค์การการกีดกันน้ำเสีย

๖. การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติกับกลุ่มลูกค้าและผู้ส่งมอบ องค์การการกีดกันน้ำเสียปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ โดยยึดหลักความคุ้มค่า โปร่งใส มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตรวจสอบได้ ตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยต้องทำให้มั่นใจได้ว่าได้รับพัสดุที่มีคุณภาพหรือคุณลักษณะที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ในราคาและระยะเวลาที่เหมาะสม ภายใต้เงื่อนไขที่ดีที่สุด

จึงประกาศให้ทราบและถือปฏิบัติโดยทั่วกัน

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๔



(นายพรพจน์ เพ็ญพาส)

ประธานกรรมการองค์การการกีดกันน้ำเสีย

(ร่าง)

ประกาศคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย

เรื่อง นโยบายการบริหารจัดการข้อร้องเรียนขององค์การจัดการน้ำเสีย

(Complaint Management Policy of Wastewater Management Authority)

องค์การจัดการน้ำเสีย (อจน.) มุ่งเน้นในการสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า โดยยึดมั่นในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าด้วยความยุติธรรม ซื่อสัตย์ และมีคุณธรรม มีธรรมาภิบาล ดำเนินการด้วยความโปร่งใส มีมาตรฐานทางจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินงาน สามารถตรวจสอบได้ และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทุกกลุ่ม จึงได้กำหนดนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการข้อร้องเรียน รวมถึงการแจ้งเบาะแสการทุจริต การประพฤติมิชอบ และการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบขององค์กร ให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้าง ถือปฏิบัติดังต่อไปนี้

๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อให้มีแนวทางการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ทั้งในด้านบริการ และทุจริตประพฤติมิชอบ สนับสนุนให้การดำเนินงานของ อจน. เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีธรรมาภิบาล ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส มีมาตรฐานทางจริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ

๑.๒ เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญในการรับฟัง การรับเรื่องร้องเรียน รวมถึงการแจ้งเบาะแสจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทุกกลุ่ม ทั้งบุคลากรภายในองค์กร และบุคลากรภายนอก หรือหน่วยงานต่างๆ ซึ่งเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ช่วยในการเฝ้าระวัง หรือตรวจสอบการดำเนินงานของ อจน.

๒. คำนิยามและคำจำกัดความ

“อจน.”	หมายถึง	องค์การจัดการน้ำเสีย
“คณะกรรมการ”	หมายถึง	คณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย
“ผู้อำนวยการ”	หมายถึง	ผู้อำนวยการองค์การจัดการน้ำเสีย
“ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย”	หมายถึง	บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงาน ที่มีความเกี่ยวข้อง หรือได้รับผลจากการดำเนินงานของ อจน.

“เรื่องร้องเรียน”	หมายถึง	เรื่องที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแสต่อ อจน. เกี่ยวกับการดำเนินการด้านบริการ การกระทำหรือละเว้นการกระทำใดๆ ที่ฝ่าฝืนต่อกฎหมาย กฎระเบียบ หลักเกณฑ์ การกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร ตลอดจนมาตรฐานทางจริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
-------------------	---------	---

“ผู้ร้องเรียน”	หมายถึง	บุคคล หรือกลุ่มบุคคล ทั้งบุคคลภายในองค์กร และบุคคลภายนอก หรือหน่วยงานต่างๆ ซึ่งได้รับผลกระทบจากการกระทำ หรือละเว้นการกระทำ หรือพบเห็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และแจ้งประเด็นเรื่องดังกล่าวมายัง อจน. ผ่านช่องทางที่องค์กรกำหนด
----------------	---------	---

๓. ขอบเขตเรื่องร้องเรียน

นโยบาย ฯ ฉบับนี้ ครอบคลุมการร้องเรียน หรือการแจ้งเบาะแสกระทำผิด การกระทำที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ไม่สุจริต หรือไม่โปร่งใส หรือฝ่าฝืนหลักการปฏิบัติที่ดีขององค์กร โดยกำหนดบทบาทหน้าที่สำหรับกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้างของ อจน. ในการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน ทั้งนี้ ไม่ครอบคลุมกรณีดังต่อไปนี้

- ๑) ประเด็นที่ประธานกรรมการฯ หรือคณะกรรมการฯ หรือคณะอนุกรรมการที่ได้รับมอบหมาย มีมติถึงที่สุดแล้ว
- ๒) ประเด็นที่อยู่ระหว่างการฟ้องร้องดำเนินคดี หรือศาลมีคำพิพากษาแล้ว
- ๓) ข้อร้องเรียนที่ไม่ระบุชื่อและช่องทางการติดต่อที่แท้จริงของผู้ร้องเรียน ยกเว้นกรณีผู้ร้องเรียนไม่ประสงค์จะเปิดเผยตัวตน แต่ประเด็นการร้องเรียนนั้นมีข้อเท็จจริง หรือพฤติการณ์ หรือเอกสารหลักฐานเพียงพอที่จะพิจารณาดำเนินการต่อไปได้อย่างชัดเจน

๔. ข้อกำหนดที่สำคัญและมาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียน

๔.๑ ช่องทางและการรับข้อร้องเรียน

กำหนดให้มีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียน ดังนี้

๑) Digital Touch Point

- เว็บไซต์ อจน. www.wma.or.th
- สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram เป็นต้น
- E-mail : westewetr@wma.or.th

๒) Physical Touch Point

- โทรศัพท์ ได้แก่ โทรศัพท์สำนักงานใหญ่ ๐๒-๒๗๓-๘๕๓๐-๙ และโทรศัพท์สำนักงานสาขา
- ช่องทางไปรษณีย์ ถึง องค์การจัดการน้ำเสีย สำนักงานใหญ่ เลขที่ ๓๓๓ อาคารเล่าเป้งจวน ๑ ชั้น ๒๓ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐

๔.๒ ระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน : ผู้อำนวยการองค์การจัดการน้ำเสีย กำหนดหน่วยงานรับผิดชอบหลักและจัดทำขั้นตอนปฏิบัติงานการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ครอบคลุมการรับฟัง การตอบกลับ การตรวจสอบ การแก้ไข การปิด และการสอบสวน/ติดตามข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเป็นมาตรฐาน ตลอดจนกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายทั้งในระดับองค์กร ระดับหน่วยงาน และระดับบุคคลที่เกี่ยวข้อง

๔.๓ นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนาช่องทางการรับฟัง และการบริหารจัดการ
ข้อร้องเรียน ตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เพื่อเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการติดตามและยกระดับการเพิ่ม
ประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างต่อเนื่อง

๕. การรักษาข้อมูลเป็นความลับ

การตรวจสอบข้อเท็จจริง และการตอบสนองต่อข้อร้องเรียน ต้องคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว
ของผู้ร้องเรียน และผู้ถูกกล่าวหาตามข้อร้องเรียน รวมถึงผู้ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล ดังนี้

๑) ผู้รับผิดชอบข้อร้องเรียนต้องเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับมาเป็นความลับ ไม่เปิดเผยแก่
บุคคลหนึ่งบุคคลใด เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามความจำเป็นในการปฏิบัติงานเท่านั้น หรือเป็นการปฏิบัติ
ตามที่กฎหมายกำหนด

๒) กรณีที่ข้อร้องเรียนมีการระบุตัวตนหรือข้อมูลส่วนบุคคลผู้ร้องเรียน หรือผู้ถูก
ร้องเรียนไว้อย่างชัดเจน ผู้รับผิดชอบข้อร้องเรียนจะต้องบริหารจัดการข้อมูลดังกล่าวด้วยความระมัดระวัง
เพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบข้อเท็จจริง และการแก้ไขข้อร้องเรียน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่องาน
ผู้ร้องเรียน ผู้ถูกกล่าวหาตามข้อร้องเรียน รวมถึงผู้ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเป็นสำคัญ

๓) กรณีที่ผู้ร้องเรียนระบุให้ปกปิดหรือไม่ประสงค์จะเปิดเผยชื่อหรือข้อมูลส่วนบุคคล
ผู้รับผิดชอบข้อร้องเรียนจะต้องให้ความสำคัญกับการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ร้องเรียน เนื่องจาก
ผู้ร้องเรียนอาจจะได้รับความเดือดร้อนเสียหายได้

๖. การคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียน และผู้ให้ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ผู้ร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแส รวมถึงผู้ที่ให้ความร่วมมือในการ
ให้ข้อมูล เกี่ยวกับประเด็นข้อร้องเรียน ไม่ให้ได้รับอันตรายหรือความไม่เป็นธรรม อันเนื่องมาจากการแจ้ง
เรื่องร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแส หรือให้ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยเจตนาสุจริต กำหนดให้มีมาตรการ
คุ้มครอง ดังนี้

๑) ผู้ร้องเรียน ผู้แจ้งเบาะแส หรือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล ไม่จำเป็นต้อง
เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล หากเห็นว่าการเปิดเผยนั้นอาจส่งผลให้เกิดความไม่ปลอดภัย หรือเกิดผลกระทบ
ใดๆ กับตนเองหรือบุคคลใกล้ชิด

๒) ผู้ร้องเรียน ผู้แจ้งเบาะแส และผู้ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลโดยสุจริต จะ
ได้รับการคุ้มครองจากการกระทำที่ทำให้ได้รับผลกระทบหรือไม่ปลอดภัย หรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็น
ธรรม ทั้งนี้ หากผู้ร้องเรียน ผู้แจ้งเบาะแส หรือผู้ให้ร่วมมือในการให้ข้อมูล เชื่อว่าตนตกในสถานะที่ไม่
ปลอดภัย หรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม ให้รายงานต่อผู้อำนวยการ หรือผู้บังคับบัญชาโดยตรง

๗. การร้องเรียนอันเป็นเท็จ

ผู้ร้องเรียน หรือผู้แจ้งเบาะแส ย่อมตระหนักและเข้าใจเป็นอย่างดีว่าการร้องเรียนจะต้องกระทำโดยสุจริต ไม่มีเจตนากลั่นแกล้งองค์กร หรือบุคคล หรือกลุ่มบุคคล หากผู้ร้องเรียนได้ร้องเรียนเรื่องอันเป็นเท็จ ไม่มีมูลความจริง หรือเจตนากลั่นแกล้งองค์กร หรือบุคคล หรือกลุ่มบุคคล อจน. จะดำเนินการตามขั้นตอนของกฎระเบียบหลักเกณฑ์ขององค์กร หรือตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ร้องเรียนตามความเหมาะสมแล้วแต่กรณีต่อไป

จึงประกาศให้ทราบและถือปฏิบัติโดยทั่วกัน

ประกาศ ณ วันที่

พ.ศ. ๒๕๖๗

(.....)

ประธานกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย



กฎบัตรด้านบริการขององค์การจัดการน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ วรรคแรก (๕) แห่งพระราชบัญญัติจัดตั้งองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๓๘ ประกอบมติที่ประชุมคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย ครั้งที่ ๑๐/๒๕๖๕ เมื่อวันที่ ๒๙ กันยายน ๒๕๖๕ จึงให้ใช้กฎบัตรด้านบริการขององค์การจัดการน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ดังนี้

๑. หลักการและเหตุผล

องค์การจัดการน้ำเสีย (อจน.) เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงมหาดไทย จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติจัดตั้งองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๓๘ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นองค์กรที่ดำเนินการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมสำหรับการบำบัดน้ำเสียในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย (ปัจจุบันครอบคลุมทุกจังหวัด) รวมทั้งให้บริการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย รวมทั้งบริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงพาณิชย์ ตามสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจของประเทศ จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาระบบกลไกรองรับการดำเนินงาน ให้ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนที่สอดคล้องกับนโยบายหลักของประเทศ

อจน. ได้จัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ เพื่อแสดงเจตนารมณ์ในการให้บริการที่เป็นเลิศ พร้อมทั้งพัฒนาบุคลากรและระบบงานอย่างต่อเนื่อง ในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ โดยมุ่งมั่นให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และให้การปฏิบัติต่อลูกค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการ ครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ

๒. คำนิยาม

๒.๑ กฎบัตรด้านบริการ หมายถึง นโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษรที่สื่อสารถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการให้บริการ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตและมาตรฐานของความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้า เพื่อใช้ในการสื่อสารให้พนักงานและลูกค้าทราบ

๒.๒ มาตรฐานการให้บริการลูกค้า หมายถึง ชุดนโยบายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อให้ออกแบบระบบงานและให้พนักงานเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กร ครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ ที่มีองค์ประกอบ ได้แก่ แผนผังกระบวนการที่ระบุถึงขั้นตอนของการทำงาน ที่จัดให้มีการติดต่อกับลูกค้า และกระบวนการสนับสนุนภายใน พฤติกรรมการให้บริการ และกำหนดแนวทางการวัดและติดตามผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการ

๓. วัตถุประสงค์

๓.๑ เพื่อแสดงเจตนารมณ์บริการที่เป็นเลิศ ในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

๓.๒ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการให้เป็นที่น่าเชื่อถือและได้มาตรฐาน รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการและข้อร้องเรียนของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

๔. กฎบัตรและมาตรฐานการบริการ (Customer Service Charter และ Service Standard)

การกำหนดกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการขององค์กร ต้องคำนึงถึงเส้นทางของลูกค้า และจุดสัมผัสบริการของลูกค้า ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า เพื่อให้องค์กรสามารถให้บริการและตอบสนองความต้องการลูกค้า ตลอดจนการกำหนดแนวทางประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอน

๔.๑ เส้นทางลูกค้า (Customer Journey) คือ เส้นทางของผู้บริโภคตั้งแต่ก่อนจะเป็นลูกค้าจนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ รวมถึงกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้นซ้ำ โดยเป็นแนวทางสำหรับคนทำธุรกิจที่ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าและวางแผนการตลาดได้ดีขึ้น

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

๔.๓ วงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Lifecycle) เมื่อได้ลูกค้าแล้ว ต้องมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง และสามารถรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรได้ในระยะยาว

ตาราง เส้นทางลูกค้า จุดสัมผัส และแนวทางการประเมินผล

เส้นทางลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Touch point)		แนวทางการ ประเมินผล
	จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital touchpoint)	จุดสัมผัสทางกายภาพ (Physical touchpoint)	
๑ การรับรู้ (Awareness) สร้างการรับรู้ด้านการกิจและ ภาพลักษณ์ ผลงาน และการดำเนินงาน ขององค์กร โดยใช้การประชาสัมพันธ์ เชิงรุกเพื่อสร้างความจำและสร้างความ เข้าใจต่อการกิจขององค์กร	- สื่อออนไลน์ของ องค์กร - Website - Facebook - Instagram - twitter - E-mail - Line	- การประชาสัมพันธ์ ผ่านสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับองค์กร - การประชาสัมพันธ์ แบบ knock door - การสัมมนา อบรม ที่องค์กรจัดให้มี และ การร่วมสัมมนากับ องค์กรอื่น	- การสำรวจการ รับรู้ทางสื่อ ออนไลน์ของ องค์กรทุกปี - การสำรวจผ่าน แบบสำรวจของ องค์กรที่จัดทำขึ้น โดย Third party
๒ การตัดสินใจ (Decision) การตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการ ต่างๆ ๒.๑ การรับบริหารระบบบำบัด น้ำเสียที่มีอยู่แล้ว ๒.๒ การให้บริการออกแบบ/ ก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย ขนาดเล็ก/ส่งเสริมธุรกิจ บริการหรือกิจการต่อเนื่องที่ เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสีย เชิงเศรษฐกิจในพื้นที่ศูนย์ บริหารการจัดการคุณภาพ น้ำหรือระบบบำบัดน้ำเสียที่ อจน. บริหารจัดการ	- คำแนะนำที่แสดง ถึงความพอใจ รวมถึงการยืนยัน ถึงประสิทธิภาพ คุณภาพและคุณค่า ของการดำเนินงาน ที่มีอยู่จริง ทางสื่อ ออนไลน์ขององค์กร เช่น - Website - Facebook - Instagram	- การบอกต่อจาก ผู้ที่เคยใช้บริการ - การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ - เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ได้ครบถ้วนชัดเจน และมีความเชี่ยวชาญ ในด้านนั้นๆ - สถานที่ให้บริการ มีความสะดวก	- การสำรวจความ พึงพอใจผ่าน ทางออนไลน์ - การสัมภาษณ์ จากผู้ใช้บริการ หรือผู้เกี่ยวข้อง

เส้นทางลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสบริการ (Touch point)		แนวทางการ ประเมินผล
	จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital touchpoint)	จุดสัมผัสทางกายภาพ (Physical touchpoint)	
๒.๓ การรับบริการจัดเก็บ ค่าบริการบำบัดน้ำเสียที่ องค์กรดำเนินงานอยู่	- twitter - E-mail - Line		
๓. การให้บริการ (Service) - การให้บริการตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ และให้ลูกค้าพึงพอใจในการให้บริการ จนมีการซื้อหรือให้บริการซ้ำ และนำไปสู่การบอกต่อจนส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอนาคต - การมีช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียนในผลิตภัณฑ์ และจัดการข้อร้องเรียนได้ตามกำหนด	- สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่สะดวกต่อการใช้งาน เช่น - Website - Facebook - Instagram - twitter - E-mail - Line	- Operator บริการลูกค้า กล้องรับฟังข้อร้องเรียน การแก้ไขอย่างสม่ำเสมอและรวดเร็ว - ผู้ประสานงานหรือการให้คำตอบและดำเนินการอย่างทันท่วงที	- การรับฟังเสียงของลูกค้า - การประเมินความพึงพอใจ - การรับฟังข้อร้องเรียน
๔. การซื้อซ้ำ (Repurchase) เป็นการเก็บข้อมูลของลูกค้าเพื่อใช้ในการติดต่อกับลูกค้า และเพื่อให้ทราบพฤติกรรมของลูกค้า และสามารถส่งมอบสินค้าที่ลูกค้าพึงพอใจ เช่น อปท. อาจมีการขยายระยะเวลาข้อตกลงการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรเพิ่มเติม	- การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทางสื่อออนไลน์ขององค์กร - การส่งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทาง E-mail - การสนทนาแบบ real time เพื่อให้คำปรึกษา เช่น ทางโทรศัพท์ ทาง chat	- จัดหมายแจ้งสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ส่วนลดจากสินค้าหรือบริการขององค์กร - ช่องทางการให้บริการใหม่ๆ	- การประเมินการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

ตารางวงจรชีวิตลูกค้า (Customer Lifecycle)

วงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle)	จุดสัมผัสบริการ (Touch point)		แนวทางการ ประเมินผล
	จุดสัมผัสทางดิจิทัล (Digital touchpoint)	จุดสัมผัสทางกายภาพ (Physical touchpoint)	
เป็นการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เริ่มตั้งแต่เมื่อได้ลูกค้าแล้ว ต้องมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้จริง รวมถึงบริการหลังการขาย จัดเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อให้ทีมงานสามารถดึงข้อมูลและตอบสนองลูกค้าได้สะดวก รวดเร็ว ประกอบด้วย ๓ ปัจจัย คือ ๑. การหาลูกค้าใหม่ (Acquisition New Customer) ๒. การเพิ่มคุณค่าให้ลูกค้า (Developing Customer Value) (คุณค่าทางคุณภาพ/ด้านราคา/ด้านภาพลักษณ์/ด้านความสะดวกสบาย/ด้านความรวดเร็ว/ด้านความแปลกใหม่) ๓ การรักษาลูกค้า (Customer Retention)	- การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทางออนไลน์ - การส่งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทาง e-mail - การสนทนาแบบ real time เพื่อให้คำปรึกษา เช่น ทางโทรศัพท์ / ทาง chat - การติดต่อซื้อขายสินค้าทางออนไลน์ เช่น การประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานและผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์ - การติดต่อประสานงานกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องบนออนไลน์	- จัดหมายแจ้งสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าหรือบริการขององค์กร - ช่องทางการให้บริการใหม่ๆ - ช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าและการบริการใหม่ๆ - ประสานงานทางโทรศัพท์ - การลงพื้นที่พบลูกค้าโดยตรง	- การตอบรับผลิตภัณฑ์ขององค์กร - ความพึงพอใจและตอบรับสินค้าขององค์กร - การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

๕. วันที่มีผลใช้บังคับ

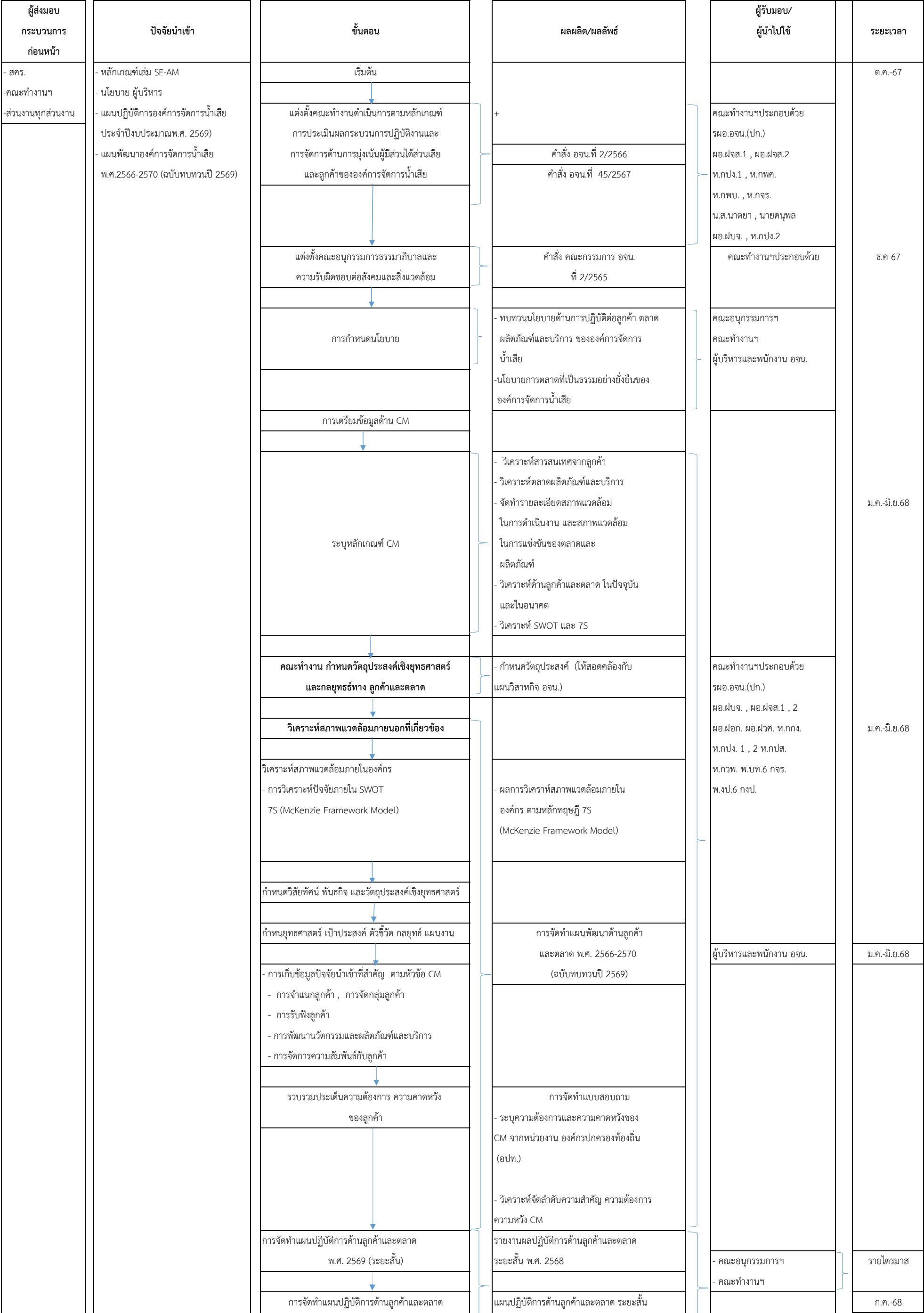
กฎบัตรด้านบริการขององค์การจัดการน้ำเสีย ประจําปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ มีผลใช้บังคับนับแต่วันที่ประกาศเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕



(นายพรพจน์ เพ็ญพาส)

ประธานกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย



ผู้ส่งมอบ กระบวนการ ก่อนหน้า	ปัจจัยนำเข้า	ขั้นตอน	ผลผลิต/ผลลัพธ์	ผู้รับมอบ/ ผู้นำไปใช้	ระยะเวลา	
		พ.ศ. 2566 - พ.ศ.2570 (ระยะยาว)	พ.ศ. 2569			
		การจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 - พ.ศ.2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)	แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 พ.ศ.2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) และ แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569			
		↑ ไม่ผ่าน ↓ คณะทำงานดำเนินการตาม หลักเกณฑ์การประเมินผล กระบวนการปฏิบัติงานและการ จัดการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนและ ลูกค้าขององค์การน้ำเสีย ให้ความเห็นชอบแผนฯ ↑ ไม่ผ่าน ↓ ผ่าน				
		↑ ไม่ผ่าน ↓ คณะอนุกรรมการธรรมาภิบาลและ ความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม ให้ความเห็นชอบแผนฯ ↑ ไม่ผ่าน ↓ ผ่าน				
		↑ ไม่ผ่าน ↓ คณะกรรมการองค์การ น้ำเสีย เพื่อทราบ ↑ ไม่ผ่าน ↓ ผ่าน				
		เผยแพร่แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)	แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570(ฉบับทบทวนปี 2568) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีบัญชี 2568	-คณะทำงานฯ -ผู้บริหารและพนักงาน อจน - กลุ่มลูกค้า เช่น อปท. จำนวน 50 แห่ง		
		ดำเนินการตามแผนที่กำหนดไว้				
		ติดตาม กำกับ รายงานผล	ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ ด้านลูกค้าและตลาด และแผนปฏิบัติการ ด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีบัญชี 2568			
		รายงานผลต่อคณะอนุกรรมการธรรมาภิบาล ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อทราบและให้ข้อเสนอแนะ				
		รายงานผลต่อคณะกรรมการ อจน. เพื่อทราบและให้ ข้อเสนอแนะ				
		ประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	ผลการประเมินประสิทธิภาพ เพื่อหาแนวทางปรับปรุงการดำเนินงาน		- คณะกรรมการ อจน. - คณะอนุกรรมการฯ - คณะทำงานฯ - ผู้บริหาร	

การจำแนกลูกค้า และส่วนตลาด

กระบวนการ : กระบวนการจำแนกลูกค้า	หน่วยงาน : ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้และคณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดขององค์การการนําน้ำเสีย
ข้อกำหนดของกระบวนการ : ได้มีการจำแนกลูกค้า ตามเงื่อนไขข้อตกลงฯ และตามผลิตภัณฑ์และบริการ	ตัวชี้วัดประสิทธิผล : การจำแนกลูกค้ามีความครบถ้วนตามกระบวนการ ผลผลิต และดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด

SIPOC Model

Supplier	Input	Process	Time	Output	Customer
- กองการจัดเก็บรายได้ - ผู้บริหาร - คณะทำงาน(SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า	- ข้อตกลงการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม - ข้อตกลงร่วมการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมและการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม	1.ประชุมคณะทำงานกลุ่มย่อยในการทบทวนการจำแนกลูกค้า ตามข้อตกลงฯโดยมีเงื่อนไข MOA 2.รวบรวมข้อมูลตามข้อตกลงฯ โดยมีเงื่อนไข เพื่อจัดกลุ่มลูกค้า ตามการให้บริการ และผลิตภัณฑ์ 3.จัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม 1.กลุ่มเชิงพาณิชย์ 2.กลุ่มเชิงสังคม 3.แบ่งกลุ่มลูกค้าตามเงื่อนไขข้อตกลงฯกลุ่มเชิงพาณิชย์ กลุ่มที่ 1 การให้บริการรับบริหารระบบบำบัดน้ำเสีย กลุ่มที่ 2 จัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมและการให้บริการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย กลุ่มเชิงสังคมที่รัฐบาลให้การสนับสนุน 100% -ติดตามและประเมินประสิทธิผล	ต.ค.67-ก.ย.68 รายปี	แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)	- คณะทำงาน (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง - กองการจัดเก็บรายได้ - ผู้บริหาร อจน. - ลูกค้า
- ฝ่ายจัดการน้ำเสีย/ฝ่ายวิศวกรรม - ผู้บริหาร - คณะทำงาน(SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า	1.แผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ20ปี (พ.ศ.2561-2580) 2.บันทึกขอความร่วมมือการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสีย	<u>การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายและตลาดในอนาคตโดยกลุ่มนี้จะเป็นลูกค้าในอนาคต</u> 1.'รวบรวมข้อมูลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสีย 2.'รวบรวมข้อมูลกลุ่มลูกค้าที่จัดทำบันทึกขอความร่วมมือการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสีย ระหว่าง อจน.กับ อบท.แล้ว 3.จัดทำคำขอประมาณ เพื่อดำเนินการให้ลูกค้าที่มีความประสงค์จะให้มีระบบบำบัดน้ำเสียในพื้นที่กลุ่มนี้จะเป็นลูกค้าในอนาคต 4.ติดตามประเมินผล	ต.ค.67-ธ.ค.67 ม.ค.-ก.พ.68 รายปี	แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569) บันทึกข้อตกลง	- คณะทำงาน (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง - ฝ่ายวิศวกรรม/ฝ่ายจัดการน้ำเสีย - ผู้บริหาร อจน. - ลูกค้า

SIPOC Model

ชื่อกระบวนการ : 3.1 การรับฟังลูกค้า			หน่วยงานหลัก : ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้	
Stakeholder	Input	Process (PDCA)	Output	Customer
1. ผู้บริหาร 2. ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้ 3. ลูกค้า	1. นโยบายผู้บริหาร 2. ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ 3. ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า 4. ผลการประเมินประสิทธิภาพในการรับฟังลูกค้าของแต่ละช่องทาง	1 ผู้บริหาร ประชุมกำหนดช่องทางการรับฟังลูกค้า - กำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณา - พิจารณากลุ่มลูกค้าที่แบ่งไว้ในบริบทองค์กร - พิจารณาพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า 2 ผู้บริหารฝ่ายจัดการน้ำเสีย 1 และ ผู้บริหารฝ่ายจัดการน้ำเสีย 2 และผู้บริหารฝ่ายจัดเก็บรายได้ มอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณารายละเอียดการดำเนินงาน แต่ละช่องทาง 3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาขั้นตอน รายละเอียด และผู้รับผิดชอบในแต่ละช่องทาง 4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมอบหมายผู้รับผิดชอบ ฝึกอบรม และนำไปปฏิบัติ 5 ผู้นำไปปฏิบัติ เก็บข้อมูลและนำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 6 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสรุปข้อมูลที่ได้จากการรับฟัง และส่งให้หน่วยงานที่นำไปใช้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	1. ข้อมูลที่ได้จากการรับฟังความต้องการและความคาดหวัง 2. รายงานสรุป	- ผู้บริหาร - หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - ลูกค้า
ความต้องการหลักของ Stakeholder :	ความต้องการหลักของกระบวนการที่มีต่อ Input :		ความต้องการหลักของ Customer :	
1. ดำเนินการรวดเร็ว และเป็นปัจจุบัน 2. งบประมาณเพียงพอ 3. ความสามารถ / ความสะดวกในการเข้าถึงช่องทาง	1. นโยบายที่ชัดเจน 2. ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง		1. ข้อมูลถูกต้อง 2. รายงานสรุปที่เป็นปัจจุบัน KPI: 1 ร้อยละความพึงพอใจในการเข้าถึงช่องทางการรับฟังความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	

SIPOC Model

ชื่อกระบวนการ : การสนับสนุนลูกค้า			หน่วยงานหลัก : ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้	
Stakeholder	Input	Process (PDCA)	Output	Customer
1. ผู้บริหาร อจน. 2. ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้ 3. หน่วยงานที่รับฟังลูกค้า 4. ฝ่ายจัดการน้ำเสีย 5. สำนักผู้อำนวยการ 7. หน่วยงานภายนอกผู้รับจ้าง	1.นโยบายของผู้บริหาร 2.ข้อมูลความต้องการของลูกค้า 3.สินทรัพย์ และเทคโนโลยี 4.ข้อมูลจากการรับฟังเสียงของลูกค้า 5.ความรู้ความสามารถในการดำเนินกิจกรรม 6.งบประมาณ 7.ช่องทางการสื่อสาร	1. ฝ่ายวิศวกรรม รวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้าที่ได้จากการรับฟังลูกค้า 2. จำแนกข้อมูลความต้องการของลูกค้าเป็น 2 ประเภท คือ ความต้องการ ความคาดหวัง 3. จัดลำดับความสำคัญของความต้องการในแต่ละด้าน เพื่อหาแนวทางในการ ดำเนินการตอบสนองตามความต้องการที่สำคัญก่อน 4. กำหนดแนวทางการสนับสนุนลูกค้า 2 ด้าน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์/ของผู้รับบริการ และด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ 5. กำหนดแผน โครงการหรือกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุก และอำนวยความสะดวกให้การดำเนินธุรกิจ และการเข้าถึงสารสนเทศ 6. นำเสนอผู้บริหารเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ 7. ดำเนินการตามแผน/แนวทาง/กิจกรรม 8. ติดตาม สํารวจความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการสนับสนุน/การเข้าถึงสารสนเทศ เพื่อประเมินผล ว่าสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามที่ลูกค้าคาดหวังหรือไม่ 9. ทบทวน/ปรับปรุงแนวทางการสนับสนุนและการสื่อสารกับลูกค้า	ช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า กิจกรรม/โครงการสนับสนุนลูกค้า	- กลุ่มลูกค้า (อปท.) - กลุ่มลูกค้า (ประชาชน) ในพื้นที่ที่ อจน. เข้าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 58 แห่ง
ความต้องการหลักของ Stakeholder :	ความต้องการหลักของ กระบวนการที่มีต่อ Input :		ความต้องการหลักของ Customer :	
1. นำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 2. ปฏิบัติตามนโยบายได้อย่างถูกต้อง	1.ความชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติได้ 2.ข้อมูลถูกต้อง แม่นยำ ครบถ้วน 3.ความรู้ความเชี่ยวชาญในการดำเนินกิจกรรม 4.ความทันสมัย รวดเร็ว ของช่องทางการสื่อสาร		1. ตอบสนองได้ตรงตามความต้องการ KPI's: ร้อยละความพึงพอใจของการเข้าถึงสารสนเทศของลูกค้า ร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการสนับสนุน	

๔. การจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า (อปท.)

การจัดลำดับความสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า)					การจัดลำดับความสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า)	
เกรด คะแนน อปท. (ลูกค้า)	อปท. (ลูกค้า)	ผลกระทบ (I)	อิทธิพล (L)	ผลการจัดลำดับ	เกรดคะแนน อปท.(ลูกค้า)	จัดกลุ่ม อปท.(ลูกค้า)
3	เทศบาลเมืองประจวบ	3	4	12	1	เทศบาลเมืองพะเยา
3	เทศบาลเมืองมาตาทุต	2	4	8	1	เทศบาลนครลำปาง
3	เทศบาลตำบลบ้านเพ	3	4	12	1	เทศบาลเมืองอำนาจเจริญ
3	เทศบาลนครสงขลา	3	4	12	1	เทศบาลเมืองกำแพงเพชร
3	เทศบาลตำบลบางเสร่	3	3	9	1	เทศบาลเมืองสิงห์บุรี
3	เทศบาลเมืองกระบี่	3	3	9	1	เทศบาลนครหาดใหญ่
3	เทศบาลเมืองศรีราชา	3	4	12	1	เทศบาลตำบลบางปลา
3	เทศบาลนครอุดรธานี	3	4	12	2	เทศบาลเมืองบ้านโป่ง
3	เทศบาลนครแม่สอด	3	4	12	2	เทศบาลเมืองปากช่อง
3	เทศบาลเมืองมุกดาหาร	3	3	9	2	เทศบาลเมืองแสนสุข
1	เทศบาลเมืองพะเยา	1	3	3	2	เทศบาลนครอุบลราชธานี
1	เทศบาลนครลำปาง	1	3	3	2	เทศบาลเมืองบุรีรัมย์
1	เทศบาลเมืองอำนาจเจริญ	1	3	3	2	เทศบาลเมืองชะอำ
2	เทศบาลเมืองบ้านโป่ง	1	4	4	2	เทศบาลตำบลปากน้ำปราณ
1	เทศบาลเมืองกำแพงเพชร	1	1	1	2	เทศบาลนครระยอง
2	เทศบาลเมืองปากช่อง	1	4	4	2	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย
1	เทศบาลเมืองสิงห์บุรี	1	1	1	3	เทศบาลเมืองประจวบ
1	เทศบาลนครหาดใหญ่	1	1	1	3	เทศบาลเมืองมาตาทุต
2	เทศบาลเมืองแสนสุข	1	4	4	3	เทศบาลตำบลบ้านเพ
2	เทศบาลนครอุบลราชธานี	2	3	6	3	เทศบาลนครสงขลา
2	เทศบาลเมืองบุรีรัมย์	2	2	4	3	เทศบาลตำบลบางเสร่
3	เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์	2	4	8	3	เทศบาลเมืองกระบี่
3	เทศบาลเมืองกาญจนบุรี	2	4	8	3	เทศบาลเมืองศรีราชา
2	เทศบาลเมืองชะอำ	2	3	6	3	เทศบาลนครอุดรธานี
1	เทศบาลตำบลบางปลา	1	1	1	3	เทศบาลนครแม่สอด
2	เทศบาลตำบลปากน้ำปราณ	1	4	4	3	เทศบาลเมืองมุกดาหาร
4	เทศบาลตำบลนครชัยศรี	5	5	25	3	เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์
4	เทศบาลตำบลบางหญ้าแพรก	5	5	25	3	เทศบาลเมืองกาญจนบุรี
4	เทศบาลตำบลท่าจีน	5	5	25	4	เทศบาลตำบลนครชัยศรี
4	เทศบาลตำบลบางเลน	5	5	25	4	เทศบาลตำบลบางหญ้าแพรก
4	เทศบาลเมืองไร่ขิง	5	5	25	4	เทศบาลตำบลท่าจีน
4	องค์การบริหารส่วนตำบลสามควายเผือก	5	5	25	4	เทศบาลตำบลบางเลน
4	เทศบาลตำบลลิขิต	5	5	25	4	เทศบาลเมืองไร่ขิง
4	เทศบาลตำบลราไวย์	5	5	25	4	องค์การบริหารส่วนตำบลสามควายเผือก
4	เทศบาลตำบลพรหมโลก	5	5	25	4	เทศบาลตำบลลิขิต
4	เทศบาลเมืองใหม่บางบัวทอง	5	5	25	4	เทศบาลตำบลราไวย์
4	องค์การบริหารส่วนตำบลกมลา	5	5	25	4	เทศบาลตำบลพรหมโลก
4	เทศบาลตำบลคลอง	5	5	25	4	เทศบาลเมืองใหม่บางบัวทอง
2	เทศบาลนครระยอง	1	4	4	4	องค์การบริหารส่วนตำบลกมลา
4	เทศบาลเมืองสามพราน	5	5	25	4	เทศบาลตำบลคลอง
4	เทศบาลเมืองบางพลี	5	5	25	4	เทศบาลเมืองสามพราน
2	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย	1	4	4	4	เทศบาลเมืองบางพลี
4	เทศบาลตำบลบางปลา2	5	5	25	4	เทศบาลตำบลบางปลา2
4	เทศบาลตำบลอ้อมใหญ่	5	5	25	4	เทศบาลตำบลอ้อมใหญ่
4	องค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน	5	5	25	4	องค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน
4	เทศบาลเมืองใหม่แพททศา	5	5	25	4	เทศบาลเมืองใหม่แพททศา
4	องค์การบริหารส่วนตำบลลำโพ	5	5	25	4	องค์การบริหารส่วนตำบลลำโพ
เกรด 1	ลูกค้าชั้นดีมาก				เกรด 1	ลูกค้าชั้นดีมาก
เกรด 2	ลูกค้าชั้นดี				เกรด 2	ลูกค้าชั้นดี
เกรด 3	ลูกค้าระดับปานกลาง				เกรด 3	ลูกค้าระดับปานกลาง
เกรด 4	ลูกค้าระดับไม่ดี				เกรด 4	ลูกค้าระดับไม่ดี

คำนิยาม

เกณฑ์การจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า		
	ระดับผลกระทบ	รายละเอียด
	สูง (4)	- การดำเนินการทั้งในแง่กายภาพและการจัดการตามแนวทางนโยบายขององค์กร ส่งผลกระทบต่อลูกค้าอย่างรุนแรง ทั้งในแง่ผลกระทบทางการบริหารงาน เช่น ไม่ให้ความร่วมมือกับองค์กรทุกกรณี - ในแง่ของการดำเนินการตามนโยบาย ส่งผลกระทบรุนแรงต่อผลประโยชน์ของลูกค้าในพื่นที่นั้นๆ โดยยากที่จะแก้ไขหรือประนีประนอมได้ - การดำเนินการขององค์กร ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อลูกค้า หรือดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ - องค์กรไม่สามารถควบคุม หรือบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับลูกค้าส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและ ภาพลักษณ์ขององค์กรทำให้สูญเสียการยอมรับ หรือได้รับการลงโทษ รวมทั้งการฟ้องร้องเพื่อให้มีการจ่ายค่าชดเชย
	ปานกลาง (3)	- การดำเนินการทั้งในแง่กายภาพและการจัดการตามแนวทางนโยบายขององค์กร ส่งผลกระทบต่อลูกค้าระดับปานกลาง โดยในแง่ผลกระทบทางการบริหาร เช่น ให้ความร่วมมือกับองค์กรในบางกรณี - อาจมีการเสียหายของทรัพย์สินในบางส่วน ในแง่ของการดำเนินการตามนโยบาย ส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของ ผู้มีส่วนได้เสียในพื่นที่นั้นๆ แต่อยู่ในระดับที่สามารถจัดการแก้ไข ประนีประนอมได้ - การดำเนินการขององค์กร ส่งผลกระทบต่อชุมชนหรือบริเวณที่ผู้มีส่วนได้เสียอาศัยอยู่ หรือดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ - องค์กรสามารถควบคุมผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียได้ แต่ผลกระทบดังกล่าวส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและ ภาพลักษณ์ขององค์กร ทำให้เกิดความไม่พอใจของผู้มีส่วนได้เสีย
	น้อย (2)	- การดำเนินการทั้งในแง่กายภาพและการจัดการตามแนวทางนโยบายขององค์กร ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียระดับเพียงเล็กน้อย โดยในแง่ผลกระทบทาง กายภาพ ทำให้เกิดผลกระทบต่อร่างกาย แต่ไม่ถึงบาดเจ็บ - อาจมีการเสียหายของทรัพย์สินเพียงเล็กน้อย ในแง่ของการดำเนินการตามนโยบาย ส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของลูกค้าในพื่นที่นั้น ๆ เพียงเล็กน้อย และ องค์กรสามารถบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม - องค์กรสามารถควบคุมผลกระทบที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ ผลกระทบดังกล่าวส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรเพียงเล็กน้อย ไม่มีผลต่อการรับรู้ ของลูกค้า
	เล็กน้อย (1)	- การดำเนินการทั้งในแง่กายภาพและการจัดการตามแนวทางนโยบายขององค์กรนั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้าเลย หรืออาจมีผลกระทบเพียงเล็กน้อย ทั้งในแง่ ระดับการรับรู้ผลกระทบและผลกระทบที่แท้จริงที่เกิดขึ้น - องค์กรสามารถสื่อสารในแง่การดำเนินการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถรักษาสื่อเสียงและภาพลักษณ์ได้ ผ่านการสื่อสารองค์กรและกิจกรรมใน การมีส่วนร่วมกับลูกค้า
	ระดับอิทธิพล	รายละเอียด
	สูง (4)	- ลูกค้ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการยอมรับการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งอาจส่งผลการหยุดดำเนินงานขององค์กร - ลูกค้าที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย ทิศทาง หรือกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในความสำเร็จของการดำเนินงานของ องค์กร - ข้อยกเว้น/ ข้อร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้าต้องได้รับการพิจารณาและดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดข้อกังวล/ ข้อ ร้องเรียนดังกล่าวซ้ำ
	ปานกลาง (3)	- ลูกค้าที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการยอมรับการดำเนินงานขององค์กร แต่ไม่ส่งผลให้เกิดการหยุดดำเนินงานขององค์กร - ลูกค้ามีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร มีสิทธิเรียกร้องหรือป้องกันสิทธิได้ตามกฎหมาย เช่น สิทธิในการได้รับค่าตอบแทนจาก ลูกค้าจ้าง - ข้อยกเว้น/ ข้อร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้าได้รับการพิจารณาและดำเนินการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด ตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดข้อ กังวล/ ข้อร้องเรียนดังกล่าวซ้ำ
	น้อย (2)	- ลูกค้าที่มีส่วนสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่นขององค์กรต่อสาธารณชน - ลูกค้าไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร แต่มีสิทธิเรียกร้องหรือป้องกันสิทธิได้ตามกฎหมาย - ข้อยกเว้น/ ข้อร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้าได้รับการพิจารณาและดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสม
	เล็กน้อย (1)	- ข้อยกเว้น/ ข้อร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้าจากทั้งภายในหรือภายนอกองค์กร ได้รับการแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ

สัญลักษณ์ของสี

ระดับความสำคัญของลูกค้า		
สี	รายละเอียดของโอกาส	
เขียว	ดีมาก	ลูกค้ามีความสามารถในการจ่ายเงินสมทบในการจ่ายเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียภายในไตรมาสที่ 1-2
เหลือง	ดี	ลูกค้ามีความสามารถในการจ่ายเงินสมทบในการจ่ายเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียภายในไตรมาสที่ 3
ส้ม	ปานกลาง	ลูกค้ามีความสามารถในการจ่ายเงินสมทบในการจ่ายเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียภายในไตรมาสที่ 4
แดง	ไม่ดี	ลูกค้าที่ไม่สามารถจ่ายเงินสมทบในการจ่ายเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียภายในปี

ระดับความสำคัญของลูกค้า		
สี	รายละเอียดของผลกระทบ	
แดง	ไม่ดี	ลูกค้าระดับไม่ดี มีงบประมาณที่ชัดเจน แต่ไม่ยอมจ่ายเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย
ส้ม	ปานกลาง	ลูกค้าระดับปานกลาง มีงบประมาณที่ชัดเจนและความสามารถในการจ่ายเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จ่ายเงินสมทบ 30%
เหลือง	ดี	ลูกค้าระดับดี มีงบประมาณที่ชัดเจนและความสามารถในการจ่ายเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จ่ายเงินสมทบ 50%
เขียว	ดีมาก	ลูกค้าระดับดีมาก มีงบประมาณที่ชัดเจนและความสามารถในการจ่ายเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จ่ายเงินสมทบ 70%-100%

หลักเกณฑ์การให้ความสำคัญลูกค้าที่มีผลต่อ อจน.

เกณฑ์	4	3	2	1
ความสามารถในการจ่ายเงิน (ต่อ อจน.)	- ลูกค้ามีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรมาก 100% (สมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการฯ) - ข้อเสนอแนะ ข้อกังวลจากมีผลต่อความสำเร็จและต้องตอบสนองอย่างเร่งด่วน	- ลูกค้าสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรปานกลาง 70% (สมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการฯ) - ข้อเสนอแนะ ข้อกังวลจากลูกค้ามีผลต่อความสำเร็จและต้องตอบสนองอย่างปานกลาง	- ลูกค้ามีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรน้อย 50 - 20% (สมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการฯ) - ข้อเสนอแนะ ข้อกังวลจากลูกค้ามีผลต่อความสำเร็จและต้องตอบสนองอย่างน้อย	- ลูกค้ามีส่วนสำคัญกับความสำเร็จขององค์กรน้อยมาก 0% (สมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการฯ) - ข้อเสนอแนะ ข้อกังวลจากลูกค้ามีผลต่อความสำเร็จและต้องตอบสนองอย่างน้อยมาก
ผลกระทบ (ต่อลูกค้า)	- ลูกค้าไม่ดำเนินการตามเงื่อนไขข้อตกลงฯ ส่งผลกระทบอย่างรุนแรง 100%ต่อ อจน. รวมถึงการดำเนินการบริหารจัดการระบบของลูกค้าและผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลเป็นอย่างมากต่อภาพลักษณ์ และความเสียหายของ อจน.	- ลูกค้าดำเนินการตามเงื่อนไขข้อตกลงฯ ส่งผลกระทบอย่างปานกลาง 50-20% ต่อ อจน. รวมถึงการดำเนินการบริหารจัดการระบบของลูกค้า และผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลเป็นอย่างปานกลางต่อภาพลักษณ์ และความเสียหายของ อจน.	- ลูกค้าดำเนินการตามเงื่อนไขข้อตกลงฯ อจน. ส่งผลกระทบอย่างน้อย 20% ต่อ อจน. รวมถึงการดำเนินงานบริหารจัดการระบบฯ ของ อจน. และผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลเป็นอย่างน้อยต่อภาพลักษณ์ และความเสียหายของ อจน.	- ลูกค้าดำเนินการของ อจน. ส่งผลกระทบอย่างน้อยมาก 0% ต่อ อจน. รวมถึงการดำเนินการบริหารจัดการระบบของลูกค้าและผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลเป็นอย่างน้อยมากต่อภาพลักษณ์ และความเสียหายของ อจน.

แนวทางการจำแนกกลุ่มลูกค้าและจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า																			
ลำดับ	เทศบาล	การจัดกลุ่มตามเงื่อนไขข้อตกลง									สถิติการจ่ายเงิน						ไม่ดำเนินการตามเงื่อนไขผลิตภัณฑ์	คะแนนในการจัดลำดับ	
		1.กลุ่มที่ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นในงบประมาณ จ่ายตรงปีงบประมาณ							2.กลุ่มที่ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นในงบประมาณ และจ่ายปีถัดไป		จ่ายรายปี		จ่ายรายไตรมาส		ไม่จ่ายตามเงื่อนไขข้อตกลง	ไม่จ่ายเงินสมทบ แต่จ่ายค่าสาธารณูปโภคแทน อจน.			
		คิดสัดส่วนเท่าเทียมกันเรียกเก็บรายปี	อัตราก้าวหน้าเรียกเก็บรายปี	อัตราก้าวหน้าเรียกเก็บรายไตรมาส	คิดสัดส่วนเท่าเทียมกันเรียกเก็บรายไตรมาส	คิด 70 %เรียกเก็บรายไตรมาส	คิด 70 %เรียกเก็บรายปี	ค่าใช้จ่ายตามจริงเรียกเก็บรายปี	เรียกเก็บรายปี	เรียกเก็บรายปี	ดำเนินการก่อนเรียกเก็บปีถัดไป	ดำเนินการเรียกเก็บรายปีถัดไป	จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย					จ่ายตรงปี
1. ลูกค้าเชิงพาณิชย์ ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ กลุ่มระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่																			
1	ทม.ประจวบคีรีขันธ์				✓									✓					A
2	ทน.สงขลา								✓				✓						B
3	ทต.บางเสา								✓				✓						B
4	ทม.พะเยา									✓			✓						B
5	ทต.บ้านแพ				✓									✓					A
6	ทน.ลำปาง										✓		✓						B
7	ทม.กระบี่				✓				✓				✓						B
8	ทม.ศรีราชา								✓				✓						A
9	ทม.มุกดาหาร								✓				✓						B
10	ทน.เชียงใหม่															✓			B
11	ทน.แม่สอด								✓				✓						B
12	ทน.อุดรธานี								✓				✓						B
13	ทม.อำนาจเจริญ				✓									✓					A
14	ทม.บ้านโป่ง				✓										✓				B
15	ทม.กำแพงเพชร				✓									✓					A
16	ทม.ปากช่อง				✓										✓				B
17	ทม.สิงห์บุรี				✓									✓					A
18	ทม.มหาสารคาม						✓									✓			B
19	ทม.กาญจนบุรี						✓									✓			B
20	ทม.กาฬสินธุ์						✓									✓			A
21	ทม.บุรีรัมย์						✓									✓			A
22	ทม.ยะลา						✓									✓			A
23	ทม.พิษณุโลก				✓									✓					-
24	ทม.ราชบุรี				✓									✓					-
25	อบต.อ่าวม่วง						✓							✓					-
2. ลูกค้าเชิงพาณิชย์ ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ กลุ่มระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก																			
26	ทต.บางปลา		✓										✓						A
27	ทต.นครชัยศรี																	✓	C
28	ทต.บางหญ้าแพรก																	✓	C
29	ทต.ท่าจีน																	✓	C
30	ทต.บางเลน																	✓	C
31	ทม.ไธสง																	✓	C
32	ทต.สามชัย																	✓	C
33	ทต.วิจิตร		✓									✓							A
34	ทต.ราไวย์																	✓	C
35	ทม.ใหม่บางบัวทอง		✓											✓					A
36	ทต.พรหมโลก																	✓	C
37	ทต.ปากน้ำปราม		✓										✓						A
38	ทต.บางพลี																	✓	C
39	ทน.ระยอง								✓						✓				B
40	อบต.กมลา																	✓	C
41	ทต.ฉลอง								✓				✓						B
42	ทม.สามพราน																	✓	C
43	ทต.อ้อมใหญ่															✓			B
44	ทม.ปู้เจ้าเมืองพราย		✓											✓					A
45	ทต.บางปลา 2		✓									✓							A
46	อบต.กำแพงแสน				✓							✓							A
47	ทต.แพรงษา				✓							✓							A
48	อบต.ลำโพ				✓							✓							A
50	อบต.ฉลอง								✓										A
51	ทม.ปลายบาง				✓							✓							A
52	ทต.บ้านฉาง				✓							✓							A
53	ทต.เขาน้อย				✓							✓							A
54	ทม.บางคูวัด				✓							✓							A
55	ทม.วัดสิงห์				✓							✓							A
56	ทม.บ้านบึง				✓							✓							A
57	อบต.เจดีย์หัก				✓							✓							A
58	ทม.แพร่				✓							✓							A
59	ทม.อุทัยธานี				✓							✓							A
60	ทน.ปากเกร็ด				✓							✓							A
61	ทน.ระยอง แห่งที่ 2								✓						✓				B

เกณฑ์การจัดลำดับความสำคัญของ คะแนน มาจาก

A: จ่ายตรงตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลง และจ่ายเงินสมทบตรงตาม รายปี/รายไตรมาส

B: จ่ายตรงตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลง แต่จ่ายเงินสมทบไม่ตรงตาม รายปี/รายไตรมาส

C: ไม่ดำเนินการกิจกรรมตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลงฯ

แผนการดำเนินการตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (SCM) ส่วน Module 2 การมุ่งเน้นลูกค้า

ลำดับ	กิจกรรม และขั้นตอนที่สำคัญ	ปี 2567			ปี 2568								ผู้รับผิดชอบ
		ค.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	
	Module 2 การมุ่งเน้นลูกค้า												
1	ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด 1.1 ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด 1.1.1 รวบรวมและวิเคราะห์สารสนเทศ เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ที่มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของรัฐบาลฯ โดยครอบคลุมสารสนเทศที่สำคัญ ได้แก่ 1) สารสนเทศจากลูกค้า เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า 2) สารสนเทศจากตลาด ประกอบด้วย การแบ่งส่วนตลาด ขนาดของตลาด การเติบโตของตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มตลาด 3) สารสนเทศจากผลิตภัณฑ์และบริการ คือ ผลการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์และบริการของรัฐบาลฯ ในมิติต่างๆ 4) สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ทั้งภายในและภายนอกองค์กร 5) สภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดและผลิตภัณฑ์ 6) ข้อมูลจากแผนวิสาหกิจ และแผนปฏิบัติการต่างๆขององค์กร												คณะทำงานฯ/ผบจ./หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คณะทำงานฯ คณะทำงานฯ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คณะทำงานฯ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คณะทำงานฯ คณะทำงานฯ/กนผ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	1.1.2 วิเคราะห์ SWOT - จัดประชุมเพื่อร่วมกันวิเคราะห์ SWOT ภายในองค์กร - อธิบายข้อมูลประกอบ (Fact Based) ในแต่ละ S-W-O-T ขององค์กร												คณะทำงานฯ/กนผ. และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	1.1.3 วิเคราะห์ความท้าทาย/ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ และความสามารถพิเศษองค์กร - จัดประชุมเพื่อร่วมกันวิเคราะห์ 1) การวิเคราะห์ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ 2) การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ 3) การวิเคราะห์ความสามารถพิเศษองค์กร												คณะทำงานฯ/กนผ. และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	1.1.4 การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์/เป้าประสงค์ - การประชุมเพื่อร่วมกันกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์												คณะทำงานฯ/กนผ. และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	1.1.5 กำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน/โครงการ และเป้าหมาย - ประชุมเพื่อร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน/โครงการ และเป้าหมาย												คณะทำงานฯ/กนผ. และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	1.1.6 รวบรวมและจัดทำเล่มแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาดขององค์การฯจัดการน้ำเสีย พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)												คณะทำงานฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	1.1.7 ขอความเห็นชอบแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาดขององค์การฯจัดการน้ำเสีย พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)												คณะทำงานฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	1.1.8 รวบรวมและจัดทำเล่มแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569												คณะทำงานฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

[illegible]

ลำดับ	กิจกรรม และขั้นตอนที่สำคัญ	ปี 2567			ปี 2568								ผู้รับผิดชอบ		
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.	
	4.1.2 สื่อสารคุณลักษณะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการให้ลูกค้าทราบ														
	4.1.3 กำหนดกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นระบบ โดยระบุกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ การทวนสอบ และรับรองผล พร้อมทั้งระบุผลผลิตและผลลัพธ์ที่ต้องการบรรลุของแต่ละแผนงานหรือโครงการ													คณะทำงานฯ	
5	การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า														
	5.1 การสนับสนุนลูกค้า														
	5.1.1 กำหนดช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าอย่างเป็นระบบ													คณะทำงานฯ	
	5.1.2 วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ได้แก่														
	1) ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า													คณะทำงานฯ/ผบจ./กvp./หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
	2) พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ														คณะทำงานฯ
	3) ข้อมูลคู่แข่ง/คู่เทียบ														คณะทำงานฯ
	5.1.3 กำหนดความต้องการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า													คณะทำงานฯ	
	5.1.4 กำหนดจุดสัมผัสบริการ (Touch Points) ที่สำคัญ ตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า													คณะทำงานฯ	
	5.1.5 จัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ													คณะทำงานฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
	5.2 การสร้างความผูกพัน														
	5.2.1 กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า													คณะทำงานฯ	
	5.2.2 วิเคราะห์เพื่อคัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย													คณะทำงานฯ	
	5.2.3 วิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายที่จะสร้างความสัมพันธ์													คณะทำงานฯ	
	5.2.4 วิเคราะห์คู่แข่งหรือคู่เทียบ เพื่อกำหนดแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า													คณะทำงานฯ	
	5.2.5 สื่อสารให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ													คณะทำงานฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
	5.3 การจัดการข้อร้องเรียน														
	5.3.1 กำหนดช่องทางในการรับข้อร้องเรียน													คณะทำงานฯ	
	5.3.2 กำหนดนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร													คณะทำงานฯ	
	5.3.3 ขอความเห็นชอบนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนจากคณะกรรมการ อจน.													คณะทำงานฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	

ยุทธศาสตร์องค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถการก่อสร้างและการลงทุน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

SO วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าทั่วประเทศ					
ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย กลยุทธ์ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย		ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า		ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย	
แผนงาน/กิจกรรม	ช่วงเวลา	ค่าเป้าหมาย		ตัวชี้วัด	งบประมาณ หน่วย:บาท
		ผลผลิต	ผลลัพธ์		
1. การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียเดิมและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	2569-2570	1.จำนวนแผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียแบบครบวงจร 2.จำนวนแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบ	มีแผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียแบบครบวงจร และมีแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบเป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนด	จำนวน 2 แผนงาน/ปี	-
2. การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	2569-2570	จำนวนลูกค้าใหม่และมีรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบที่เพิ่มมากขึ้น	มีบันทึกข้อตกลงและมีรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบที่เพิ่มขึ้นตรงตามเป้าหมายที่กำหนด	จำนวน 1 แผนงาน/ปี	-
3. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า	2569-2570	พนักงานสำนักงานจัดการน้ำเสีย สามารถนำความรู้ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสีย	พนักงานสำนักงานจัดการน้ำเสีย ได้รับ ความเชื่อมั่น และสามารถนำความรู้ด้านการจัดการน้ำเสียไปถ่ายทอดให้กับ (อปท.) ลูกค้า	จำนวน 20 คน/ปี	500,000
4. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	2566-2570	และได้ทราบผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า	อปท.(ลูกค้า) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการในการดำเนินงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กร	จำนวน 10 พื้นที่/ปี	500,000
5. การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า	2566-2570	จำนวน อปท. ที่มีการร่วมลงนามจัดทำบันทึกข้อตกลงกับ อจน. กลุ่มลูกค้าใหม่ เพื่อจัดประชุมรับฟังความต้องการของผลิตภัณฑ์	จำนวน อปท. ที่ลงนามบันทึกข้อตกลงกับ อจน. กลุ่มลูกค้าใหม่	จำนวน 10 พื้นที่/ปี	500,000
6. การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย	2566-2570	มีการพัฒนาองค์ความรู้ของระบบการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับการจ่ายเงินสมทบให้กับ อจน. (อปท.) และพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำฐานข้อมูลรายละเอียดลูกค้าที่จ่ายเงินค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสีย (ประชาชน)	พนักงานฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้จะมีการพัฒนาองค์ความรู้ในการจัดทำระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับฐานข้อมูลด้านการคิดคำนวณค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บรายได้ และคิดคำนวณเกี่ยวกับการเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสียเพื่อให้ อปท.(ลูกค้า) มีความเชื่อมั่น และมีความถูกต้อง	จำนวน 2 แผนงาน	-

6. รายละเอียดแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดองค์การจัดการน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

ยุทธศาสตร์ 1 : เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

วัตถุประสงค์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย และเพิ่มงานก่อสร้างเพื่อเพิ่มลูกค้าและขยายตลาด

กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

แผน/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลา ดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงาน รับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
1. การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียลูกค้าเดิมและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 1.1 จัดทำแผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียลูกค้าเดิมแบบครบวงจร ตามเงื่อนไขและระยะเวลาเริ่มและสิ้นสุดโครงการ พร้อมทั้งเงื่อนไขการจัดเก็บเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับ 1.2 เสนอแผนต่อผู้บริหารตามสายงาน 1.3 เสนอผู้บริหาร อจน.เห็นชอบ ทั้ง 2 แผน	1.เพื่อให้แผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าสามารถใช้ในการดำเนินงานบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม 2.เพื่อให้แผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด	ต.ค.68-ก.ย.69	มีแผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย แบบที่เป็นรูปธรรมสามารถใช้งานได้จริง แผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯ ประจำปีงบประมาณ เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด	มีแผนการบริหารจัดการฯ สำหรับลูกค้าเดิม มีแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯ ประจำปีงบประมาณ เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด	มีรายได้จากการจัดเก็บฯ ร้อยละ 90	-	ฝบจ.

-ต่อ-

แผน/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลา ดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงาน รับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
2. การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและแผนเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 2.1. ทบทวนพื้นที่เป้าหมาย 2.2 จัดส่งแบบสอบถามความต้องการก่อสร้าง ฟันฟุ และบริหารจัดการระบบบำบัด น้ำเสีย ร่วมกับองค์กรจัดการน้ำเสีย 2.3 ประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อจัดทำบันทึกความเข้าใจ และบันทึกข้อตกลงร่วม 2.4 จัดทำแผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียลูกค้าใหม่แบบครบวงจรตามเงื่อนไขและระยะเวลาเริ่มและสิ้นสุดโครงการ พร้อมทั้งเงื่อนไขการจ่ายเงินสมทบฯให้กับ อจน. 2.5 เสนอแผนต่อผู้บริหารตามสายงาน 2.6 เสนอผู้บริหาร อจน. เห็นชอบทั้ง 2 แผน	1.เพื่อให้แผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าใหม่ดำเนินการได้อย่างเหมาะสมตามความต้องการลูกค้า 2.เพื่อให้แผนเพิ่มรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯ	ต.ค.68-ก.ย.69	มีแผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียที่สามารถดำเนินการได้จริง และสามารถเพิ่มแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯประจำปีงบประมาณ	จำนวนมีแผนการบริหารจัดการฯสำหรับลูกค้าใหม่ ครบตามวงจร และจำนวนมีแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯประจำปีงบประมาณ	มีลูกค้าใหม่ เพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 70 และมีรายได้จากการจัดเก็บสำหรับลูกค้าใหม่ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 50	-	ฟวต./ผบจ.

ยุทธศาสตร์ 2 : พัฒนบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

วัตถุประสงค์ เพื่อให้มีการพัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการ และให้ อปท. เกิดความพึงพอใจและผูกพันต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพื่อขีดความสามารถให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลา ดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงาน รับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
2. การฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า 2.1 จัดทำโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตรการเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการ และบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน 2.2 เสนอแผนต่อผู้บริหาร ตามสายงาน 2.3 เสนอผู้บริหาร อจน. อนุมัติ	1.เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสีย 2.เพื่อพัฒนาทักษะในการบริหารจัดการและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสียให้มีความเชี่ยวชาญ และเป็นที่น่าเชื่อถือต่อลูกค้า 3.เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการจัดการน้ำเสียชุมชน 4.เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการน้ำเสียชุมชน	ต.ค.68-ก.ย.69	พนักงานสำนักงานจัดการน้ำเสีย มีทักษะและพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการกับลูกค้า ส่งผลถึงการขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น	จัดอบรม พนักงานสำนักงานจัดการน้ำเสีย สาขา จำนวน 20 คน/ปี	ความพึงพอใจของลูกค้า ร้อยละ 90	500,000	ฝจส.1,2/ สจส.1,2

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลา ดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงาน รับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
1.การประชุม เพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 1.1 สจส.1 และ สจส.2 ฝบจ. ร่วมวางแผนการประชุม คณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียของ อปท. ประจำปีงบประมาณ 1.2 นำเสนอแผนการประชุม คณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียของ อปท.ประจำปีงบประมาณ ต่อผู้บริหารตามสายงาน 1.3 จัดประชุม คณะกรรมการกำกับตามแผนที่กำหนดให้เป็นไปตามเงื่อนไขข้อตกลงฯ 1.4 จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้า ประจำปี	1.เพื่อให้ อปท.และ อจน. ดำเนินกิจการงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียตรงตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงฯร่วมกัน ในการพิจารณาและกำกับกิจการพนักงานได้รับรู้และความเข้าใจกระบวนการวิเคราะห์ลูกค้าและการวิเคราะห์กลุ่มตลาดขององค์กร 2. เพื่อนำผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความต้องการ ความคาดหวัง มาวิเคราะห์ความต้องการ และตอบสนองลูกค้าได้ตรงจุด	ต.ค.68-ก.ย.69	อปท.(ลูกค้า) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการในการดำเนินกิจการงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กร	มีการประชุมคณะกรรมการกำกับฯ จำนวน 10 พื้นที่	ลูกค้ามีความพึงพอใจ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	500,000	ฝจส.1,2/ ฝบจ.

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

วัตถุประสงค์ เพื่อให้มีการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และพัฒนาระบบสารสนเทศที่ทันสมัย และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

แผน/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลา ดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงาน รับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
1. การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า 1.1 มีแผนเตรียมการเกี่ยวกับ อปท. ที่มีความพร้อมในการให้ อจน. เข้าดำเนินการจัดให้มีระบบบำบัด น้ำเสียและเข้าบริหารจัดการระบบ บำบัดน้ำเสีย 1.2 จัดทำแผนเข้ารับฟังความ ต้องการต่อผลิตภัณฑ์ที่จะให้ อจน. ดำเนินการตามความต้องการ 1.3 จัดทำแบบสำรวจความ ต้องการของผลิตภัณฑ์ของลูกค้า 1.4 เสนอตามสายงาน 1.5 เสนอแผนเข้ารับฟังความ ต้องการ และเสนอแบบสำรวจความ ต้องการของผลิตภัณฑ์ ให้กับ ผู้บริหารเห็นชอบและอนุมัติ 1.6 ดำเนินงานตามภารกิจของ องค์กร	1. เพื่อให้บรรลุข้อตกลงร่วม เรื่องการ จัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมและการ บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ระหว่าง อจน. และลูกค้าใหม่ 2. เพื่อตอบสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ของลูกค้าใหม่ ได้อย่างตรง จุด	ต.ค.68-ก.ย.69	ผลสำเร็จเป็นไปตามที่รัฐบาล ได้กำหนดให้ อจน. เข้า บริหารจัดการทั่วประเทศ ร้อยละ 100	มี อปท. เข้าร่วมจัดทำ บันทึกข้อตกลงร่วมฯ เพิ่มมากขึ้น และเป็นไป ตามเป้าหมายที่ อจน. กำหนด จำนวน 10 พื้นที่/ปี	มีบันทึกข้อตกลงร่วม การจัดให้มีระบบบำบัด น้ำเสียรวมและการ บริหารจัดการระบบ บำบัดน้ำเสีย ที่เพิ่มมา ขึ้น จำนวน 10 พื้นที่/ปี	500,000	ฟวศ.

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

แผน/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลา ดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงาน รับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
1. การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีรองรับความต้องการของลูกค้า 1. การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดทำระบบฐานข้อมูลลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่ แบบครบวงจร และมีการปรับปรุงพัฒนาระบบจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า (ประชาชน) โดยเป็นระบบการจ่ายเงินค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสีย	1. เพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับการบริหารจัดการลูกค้า ให้ครบวงจร 2. เพื่อรวบรวมเป็นสถิติและเป็นฐานข้อมูลลูกค้าขององค์กรให้ทันสมัยใหม่และรองรับโปรแกรมสำเร็จรูปที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	ต.ค.68-ก.ย.69	เป็นฐานข้อมูลลูกค้าที่ทุกหน่วยงานในองค์กรสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	เป็นฐานข้อมูลที่ครอบคลุมทุกขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มต้นสัญญาจนถึงสิ้นสุดโครงการ และมีกระบวนการคิดคำนวณค่าใช้จ่ายในการเรียกเก็บเงินสมทบฯ เพื่อเป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติงาน ร้อยละความสำเร็จของการจัดทำกิจกรรมตามแผน จำนวน 1 แผนงาน/ปี	ลูกค้าพึงพอใจ นวัตกรรม ร้อยละ 90	-	ผบจ.

-ต่อ-

แผน/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลา ดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงาน รับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
2. การให้ความรู้เกี่ยวกับ การดำเนินงานของระบบ สารสนเทศเกี่ยวกับการคิด คำนวณค่าใช้จ่ายในการ จัดเก็บเงินสมทบ และให้ ความรู้เกี่ยวกับการคิดอัตรา ค่าบริการบำบัดน้ำเสีย 3. เผยแพร่องค์ความรู้ให้กับ หน่วยงานในองค์กรสามารถ นำไปใช้ประโยชน์							

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

การพัฒนาองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้า จำเป็นต้องมีความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์กร เป็นองค์ประกอบในการพัฒนาให้องค์กรเจริญยิ่งขึ้น การจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวัง จึงต้องจัดทำให้ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์กร ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่จะนำมาซึ่งการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนตรงตามความต้องการและความคาดหวัง และเพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินผลกระบวนการดำเนินการปฏิบัติงานและการจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและด้านลูกค้า ที่สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจเป็นผู้กำหนด

วัตถุประสงค์

เพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์กร เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์หาความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการวางแผนการดำเนินงานขององค์กรในส่วนที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บทที่ 2

หลักเกณฑ์การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวัง

การดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้าขององค์กร เป็นการสำรวจทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการดำเนินงาน ส่งแบบสำรวจที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การด้านการจัดการน้ำเสีย ในรูปแบบ Google Form ซึ่งการสำรวจแบ่งกลุ่มได้ เป็น 4 กลุ่ม

1. กลุ่มที่สำรวจ ประกอบด้วย 4 แบบสำรวจ

1. แบบสำรวจของหน่วยงานภาครัฐ
2. แบบสำรวจของห้างร้าน /บริษัท/ บุคคล
3. แบบสำรวจองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
4. แบบสำรวจพนักงานองค์การการจัดการน้ำเสีย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ

แบบสำรวจผ่าน Google form

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผ่านแบบสำรวจบน Google form

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. คำนวณหาค่าร้อยละของคำตอบจากแบบสำรวจ
2. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสำรวจ
 - 2.1 การแจกแจงระดับคะแนนที่กำหนด มีรายละเอียดดังนี้

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

2.2 ค่าร้อยละ จากแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

80-100 %	หมายถึง	มากที่สุด
61-80 %	หมายถึง	มาก
41-60 %	หมายถึง	ปานกลาง
21-40 %	หมายถึง	น้อย
1-20%	หมายถึง	น้อยที่สุด

2.3 เกณฑ์การพิจารณาความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจ คิดโดย

$$\text{ร้อยละความพึงพอใจ} = \frac{\text{จำนวนแบบสำรวจที่มีความพึงพอใจ}}{\text{จำนวนแบบสำรวจทั้งหมด}} * 100$$

> 60% คิดเป็น ความพึงพอใจ

≤ 40% คิดเป็น ความไม่พึงพอใจ

2.4 เกณฑ์การพิจารณาความต้องการ ความคาดหวัง คิดโดย

$$\text{ร้อยละความต้องการ ความคาดหวัง} = \frac{\text{จำนวนแบบสำรวจที่มีความต้องการ ความคาดหวัง}}{\text{จำนวนแบบสำรวจทั้งหมด}} * 100$$

> 60% คิดเป็น ความต้องการ ความคาดหวัง

บทที่ 3

การวิเคราะห์แบบสำรวจของหน่วยงานภาครัฐ

1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ มีจำนวน 6 หน่วยงาน 18 แบบสำรวจ

2. รูปแบบ

2.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

2.2 ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การจํานวณน้ำเสีย

การวิเคราะห์แบบสำรวจ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

1. มี 6 หน่วยงานภาครัฐ 18 แบบสำรวจ คิดเป็นร้อยละ การตอบแบบสำรวจของหน่วยงานภาครัฐ ดังนี้

1.1 กระทรวงมหาดไทย (มท.)

1.2 กรมควบคุมมลพิษ (คพ.)

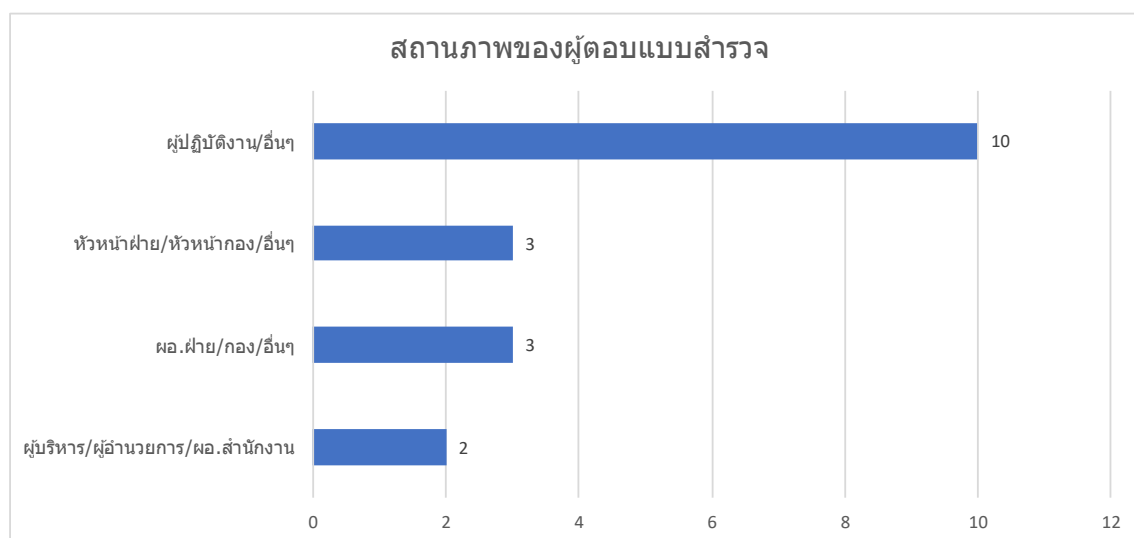
1.3 การประปานครหลวง (กปน.)

1.4 การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.)

1.5 กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (สถ.)

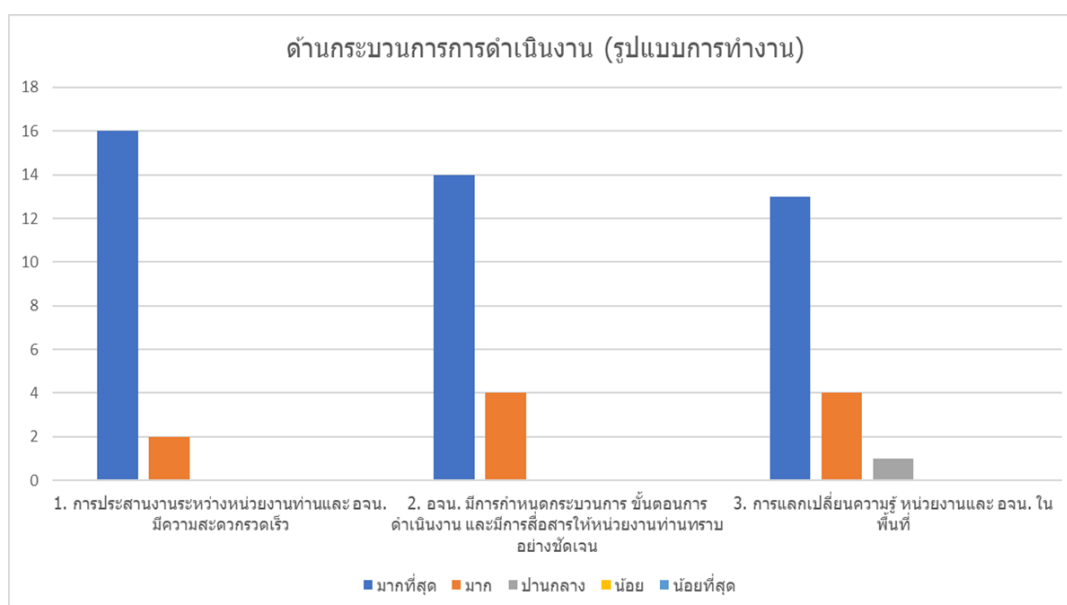
1.6 กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ทส.)

2. สถานภาพผู้ตอบแบบสำรวจ

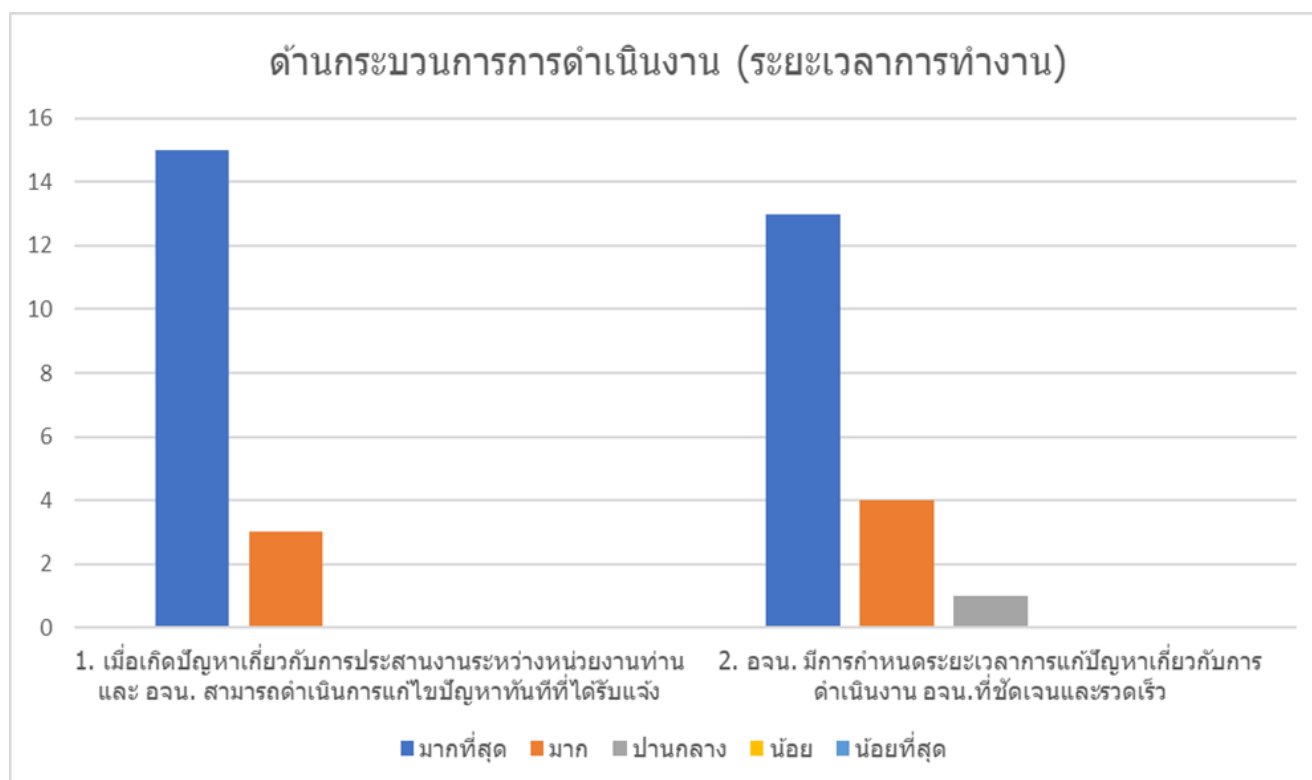


ส่วนที่ 2 ท่านมีความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจักษุการน้าเสีย มากน้อยเพียงใด

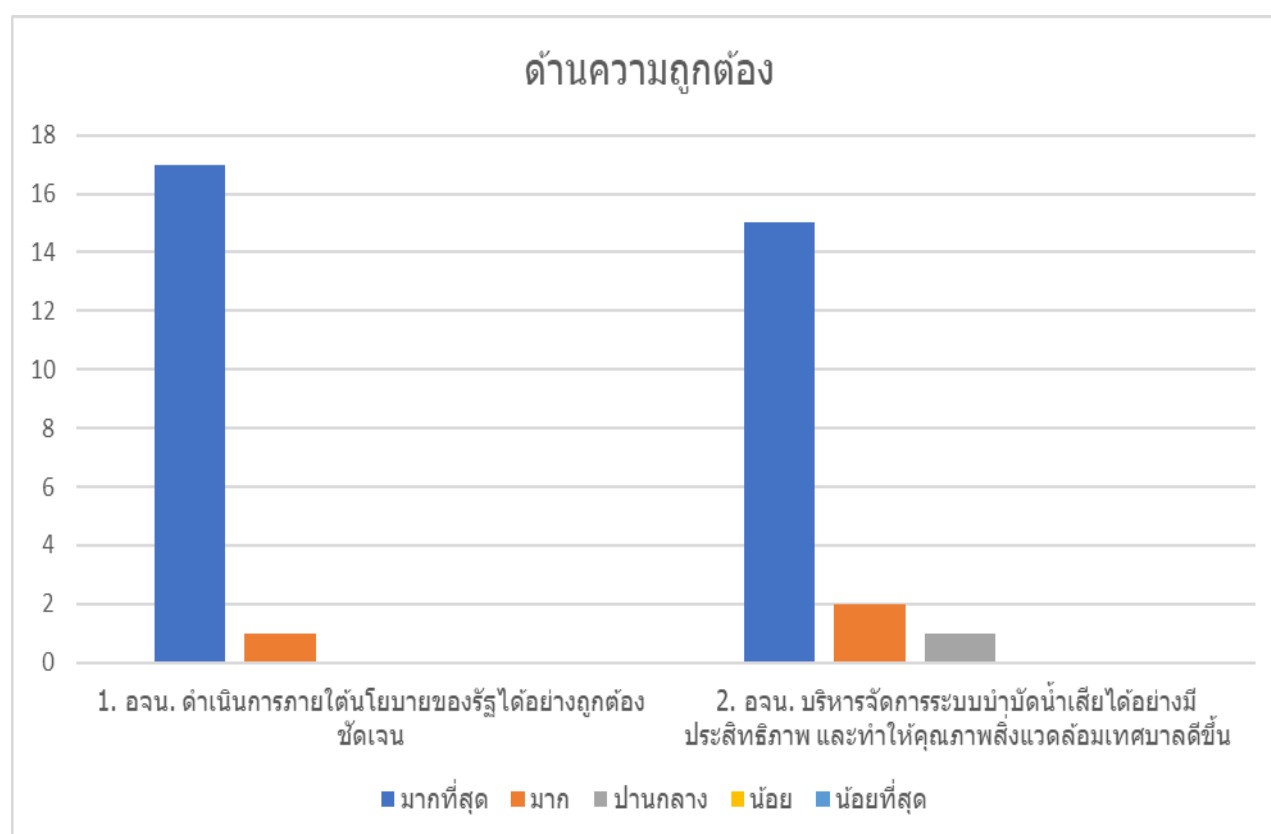
ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านกระบวนการดำเนินงาน ได้แก่ รูปแบบ ระยะเวลาการทำงาน และความถูกต้องในการให้บริการขององค์การจักษุการน้าเสีย						
● รูปแบบการทำงาน						
1 การประสานงานระหว่างหน่วยงานท่าน กับ อจน. มีความสะดวก รวดเร็ว	16	2	-	-	-	100
2 อจน. มีการกำหนดกระบวนการขั้นตอนการดำเนินงานและมีการสื่อสารให้หน่วยงานท่านทราบอย่างชัดเจน	14	4	-	-	-	100
3 การแลกเปลี่ยนความรู้ หน่วยงานท่านและ อจน. ในพื้นที่	13	4	1	-	-	94.44



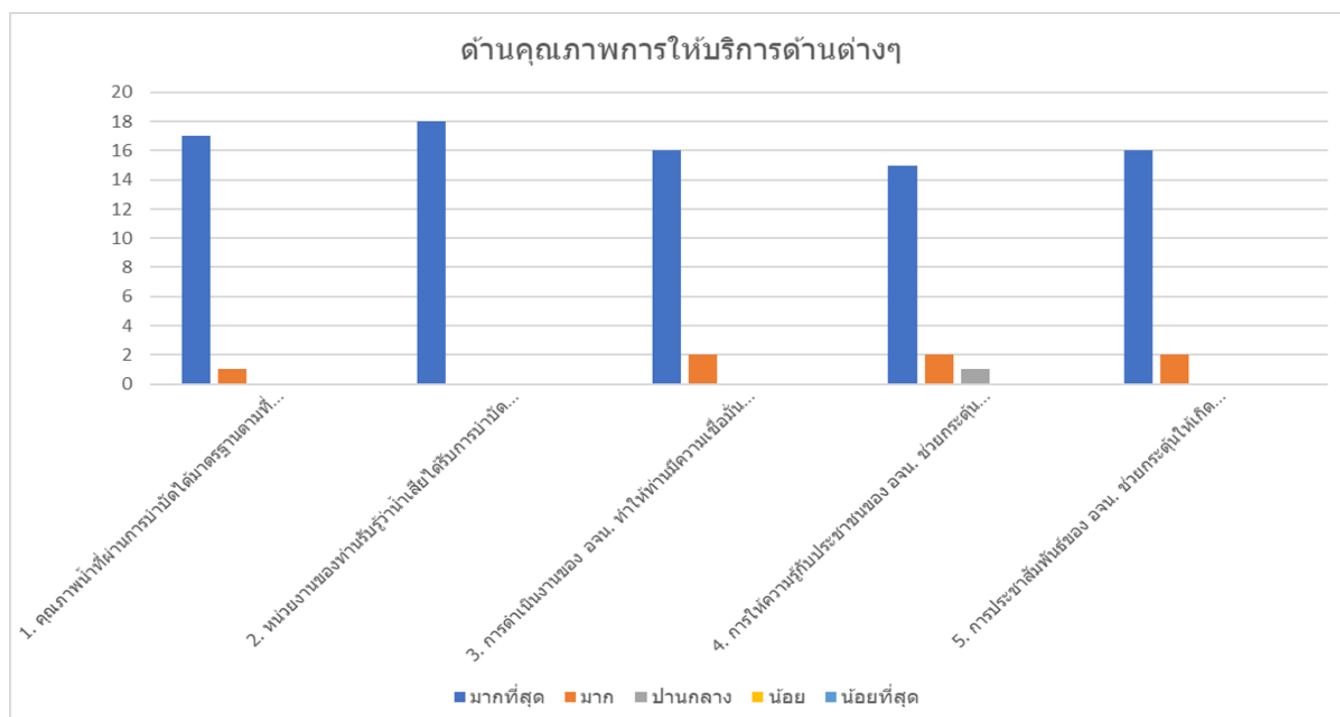
ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ %
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ระยะเวลาการทำงาน						
4 เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับการประสานงานระหว่างหน่วยงานท่าน และ อจน. ซึ่ง อจน. สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาทันทีที่ได้รับแจ้ง	15	3	-	-	-	100
5 อจน. มีการกำหนดระยะเวลาการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของ อจน. ที่ชัดเจนและรวดเร็ว	13	4	1	-	-	94.44



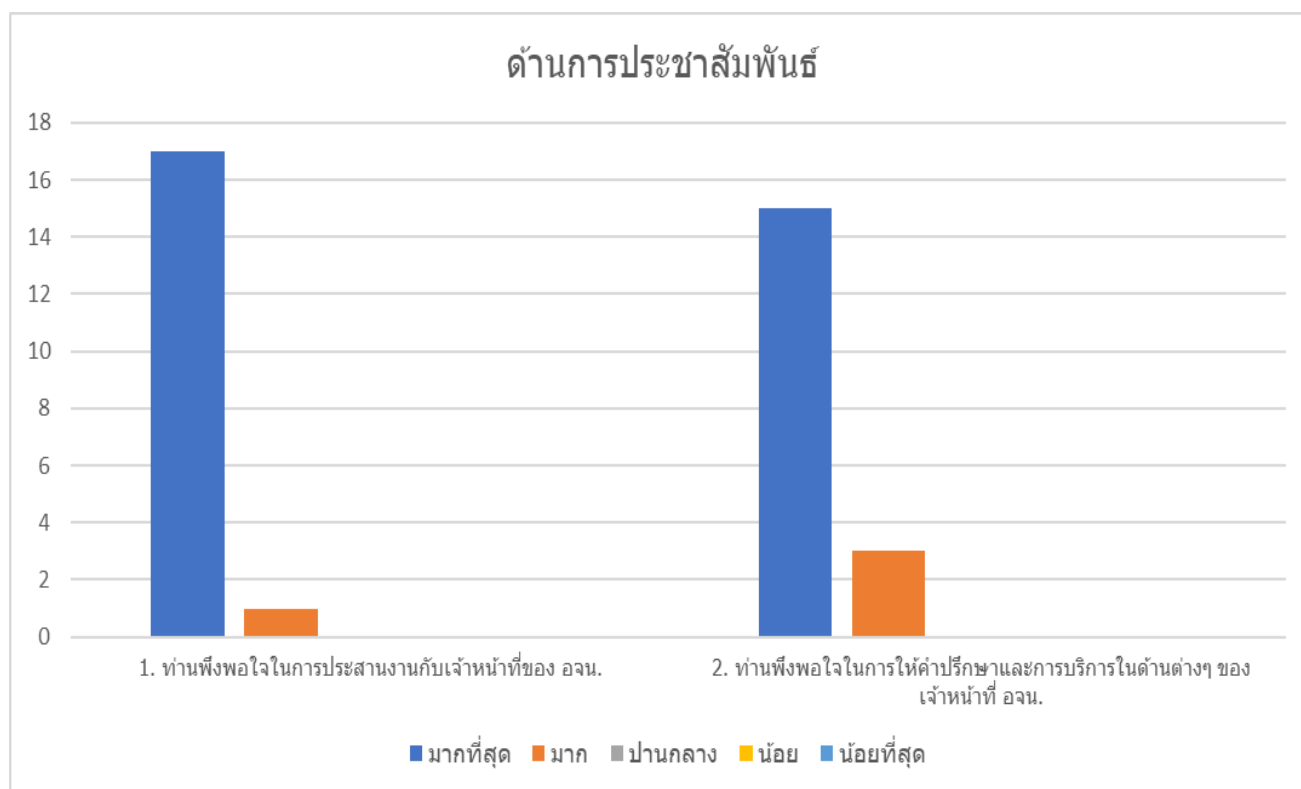
ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ %
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ความถูกต้อง						
6 อจน. ดำเนินการภายใต้นโยบายของรัฐได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	17	1	-	-	-	100
7 อจน. บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำให้คุณภาพสิ่งแวดล้อมเทศบาลดีขึ้น	15	2	1	-	-	94.44



ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านคุณภาพการให้บริการต่างๆ เช่น คุณภาพน้ำหลังผ่านการบำบัด การให้ความรู้ด้านการจัดการน้ำเสีย						
8 คุณภาพน้ำที่ผ่านการบำบัด ได้มาตรฐานตามที่กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกำหนด	17	1	-	-	-	100
9 หน่วยงานของท่านรับรู้ว่ามีน้ำเสียได้รับการบำบัด และสามารถลดปัญหาน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้	18	-	-	-	-	100
10 การดำเนินงานของ อจน. ทำให้ท่านมีความเชื่อมั่นต่อการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	16	2	-	-	-	100
11 การให้ความรู้กับประชาชนของ อจน. ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมทางน้ำ	15	2	1	-	-	94.44
12 การประชาสัมพันธ์ของ อจน. ช่วยกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมทางน้ำ	16	2	-	-	-	100

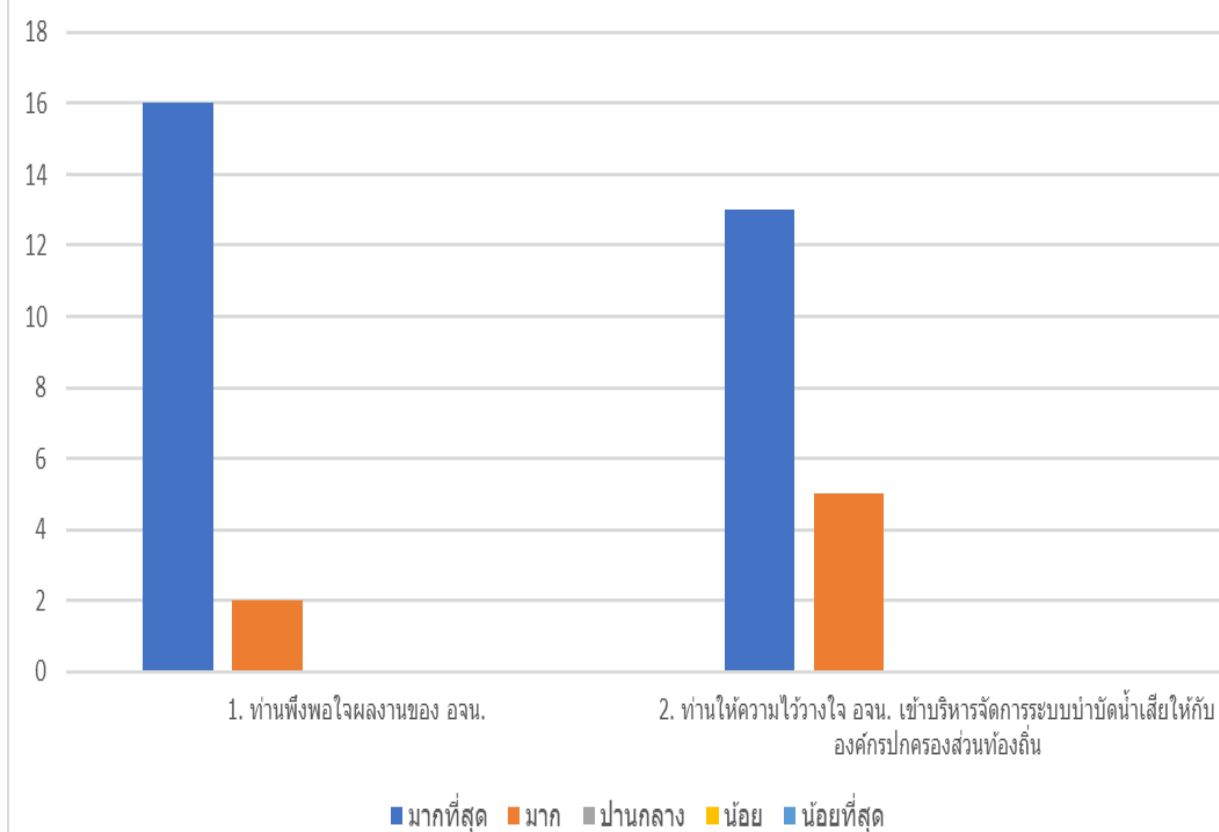


ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ %
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านการประชาสัมพันธ์						
13 ท่านพึงพอใจในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของ อจน.	17	1	-	-	-	100
14 ท่านพึงพอใจในการให้คำปรึกษาและการบริการในด้านต่างๆ ของเจ้าหน้าที่ อจน.	15	3	-	-	-	100

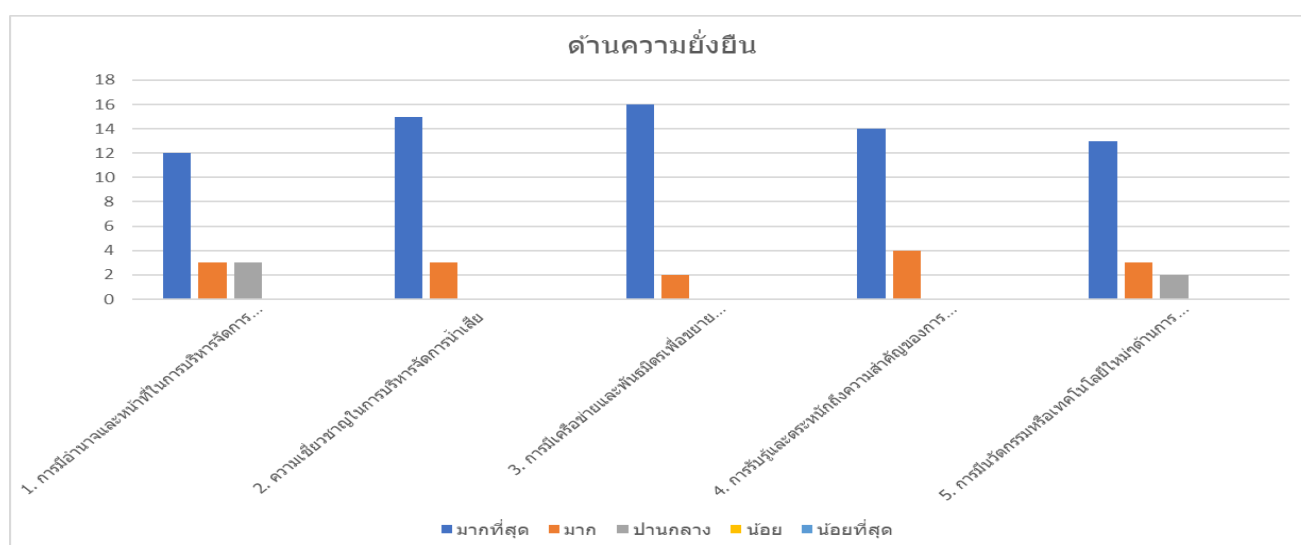


ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ %
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านภาพลักษณ์องค์การจัดการน้ำเสีย						
15 ท่านพึงพอใจผลงานของ อจน.	16	2	-	-	-	100
16 ท่านให้ความไว้วางใจให้ อจน. เข้าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	13	5	-	-	-	100

ด้านภาพลักษณ์ อจน.



ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านความยั่งยืน						
17 การมีอำนาจและหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียในประเทศไทย	12	3	3	-	-	83.33
18 ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการน้ำเสีย	15	3	-	-	-	100
19 การมีเครือข่ายและพันธมิตรเพื่อขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่างบูรณาการ	16	2	-	-	-	100
20 การรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการน้ำเสียในประเทศไทย	14	4	-	-	-	100
21 การมีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ๆด้านการพัฒนาและจัดการน้ำเสีย	13	3	2	-	-	88.89



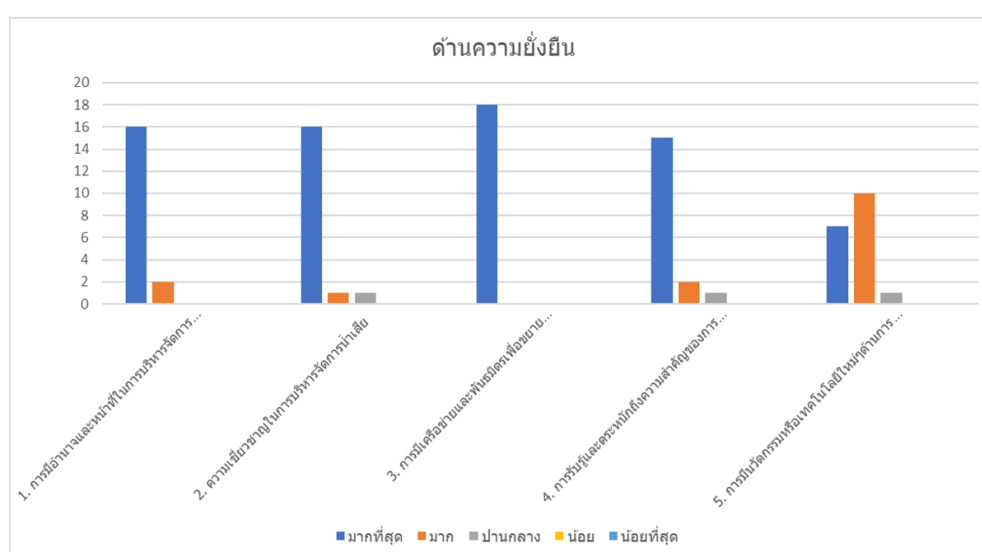
สรุป : ความพึงพอใจหน่วยงานภาครัฐ ที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

ภาครัฐมีความพึงพอใจด้านกระบวนการการดำเนินงาน ได้แก่ รูปแบบ ระยะเวลาการทำงาน ความถูกต้องของการให้บริการ และด้านคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ เช่น คุณภาพน้ำหลังการบำบัด การให้ความรู้ด้านการจัดการน้ำเสียขององค์การจัดการน้ำเสียเฉลี่ย **เฉลี่ยโดยรวมที่ 98.19 % อยู่ในระดับ มากที่สุด** รายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

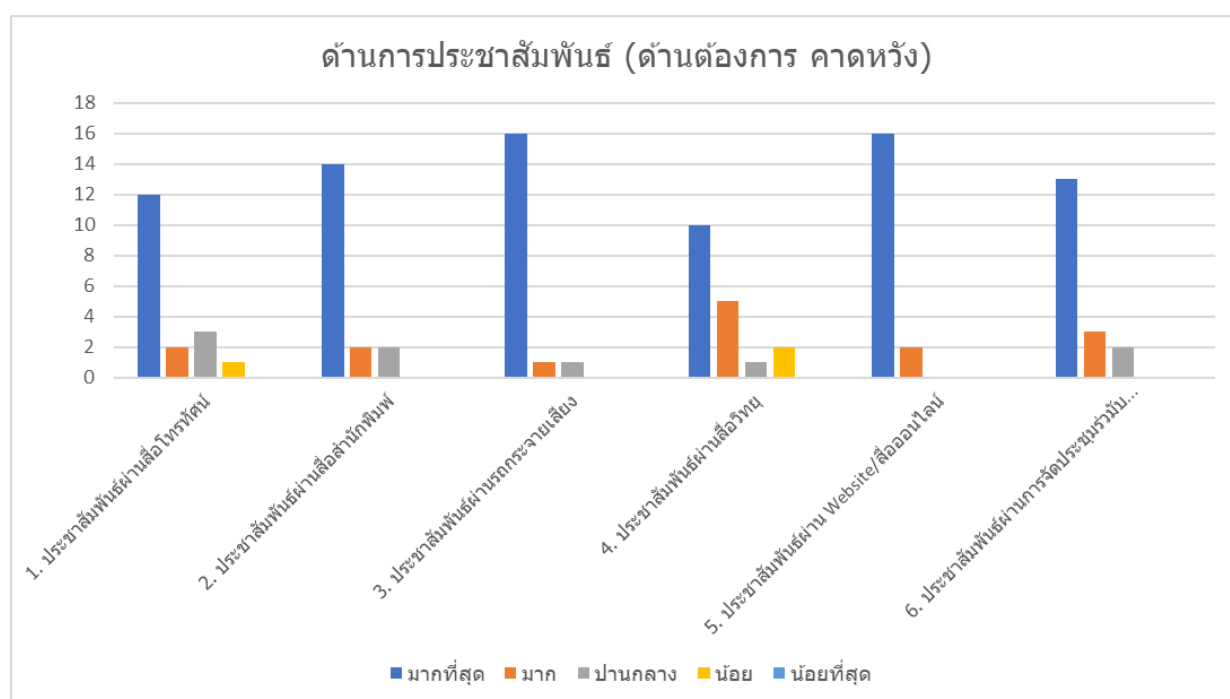
1 ด้านกระบวนการการดำเนินงาน	97.62 %
2 ด้านคุณภาพการให้บริการต่างๆ	98.89 %
3 ด้านประชาสัมพันธ์	100 %
4 ด้านภาพลักษณ์องค์การจัดการน้ำเสีย	100 %
5 ด้านความยั่งยืน	94.44 %

ส่วนที่ 3 โปรดให้คะแนนความต้องการ ความคาดหวัง ของหน่วยงานท่านที่มีต่อองค์การจําน้ำเสีย

ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านความยั่งยืน						
1. การมีอำนาจหน้าที่การบริหารจัดการน้ำเสียในประเทศไทย	16	2	-	-	-	100
2 มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการน้ำเสีย	16	1	1	-	-	94.44
3 การมีเครือข่ายและพันธมิตรเพื่อขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่างบูรณาการ	18	-	-	-	-	100
4 การรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการน้ำเสียในประเทศไทย	15	2	1	-	-	94.44
5 การมีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ด้านการพัฒนาและจัดการน้ำเสีย	7	10	1	-	-	94.44



ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านการประชาสัมพันธ์						
7 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์	12	2	3	1	-	77.78
8 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์	14	2	2	-	-	88.89
9 ประชาสัมพันธ์ผ่านรถกระจายเสียง	16	1	1	-	-	94.44
10 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ	10	5	1	2	-	83.33
11 ประชาสัมพันธ์ผ่าน Website/สื่อออนไลน์	16	2	-	-	-	100
12 ประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดการประชุมร่วมกับประชาชน	13	3	2	-	-	88.89



สรุป ความต้องการ ความคาดหวัง ของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

ภาครัฐมีความต้องการ ความคาดหวัง ด้านความยั่งยืน และด้านประชาสัมพันธ์ ต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

เฉลี่ยโดยรวมที่ 96.66 % อยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1 ด้านความยั่งยืน ต้องการและคาดหวัง มากที่สุดคือ ให้องค์การจัดการน้ำเสีย มีเครือข่ายพันธมิตรเพื่อขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่างบูรณาการ

2 ด้านการประชาสัมพันธ์ ต้องการและคาดหวัง มากที่สุด คือ ให้ องค์การจัดการน้ำเสีย มีการประชาสัมพันธ์ผ่าน website/สื่อออนไลน์

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการให้บริการต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

- ต้องการให้องค์การจัดการน้ำเสียมีการประชาสัมพันธ์ให้อย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะทางใดก็ตาม เพื่อองค์การจัดการน้ำเสียจะได้มีการขยายขอบเขตและมีพื้นที่การดำเนินงานได้ทั่วประเทศ

บทที่ 4

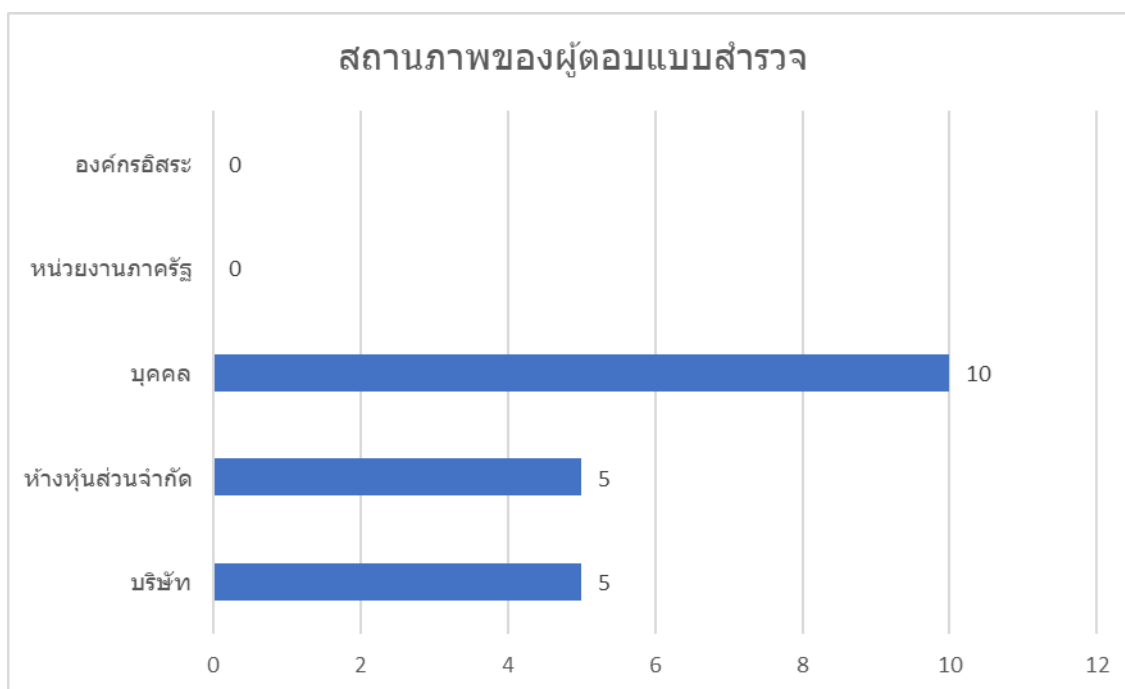
การวิเคราะห์แบบสำรวจของบริษัท/ห้างร้าน/บุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

- เพศชาย
- เพศหญิง
- จำนวน 20 แบบสำรวจ

สถานภาพของผู้ตอบ

- บริษัท
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด
- บุคคล
- หน่วยงานภาครัฐ
- องค์กรอิสระ

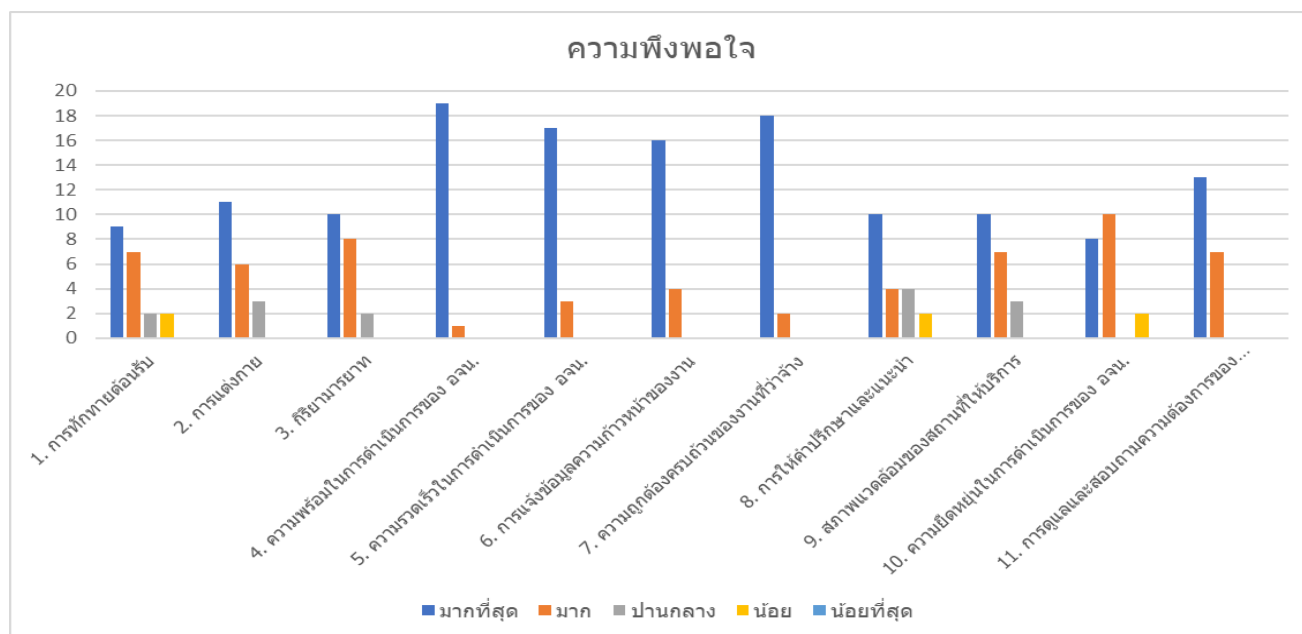


ส่วนที่ 2 ท่านได้มีการติดต่อกับ องค์การจัดการน้ำเสีย ในการบริการเรื่องใด

- 1 ซ่อมเครื่องจักร
- 2 จ้างเหมาบริการรักษาความปลอดภัย
- 3 งานจัดซื้อจัดจ้าง-รับจ้าง
- 4 งานบริการข้อมูลข่าวสาร
- 5 การให้บริการอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

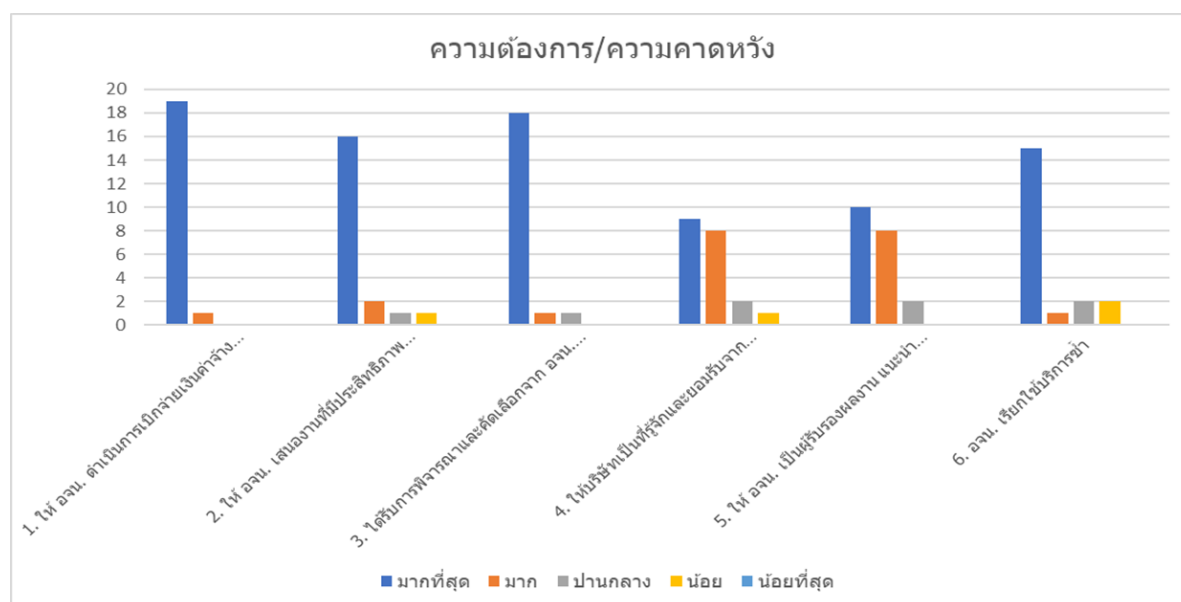
ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1. การพักทนายต้อนรับ	9	7	2	2	-	80
2. การแต่งกาย	11	6	3	-	-	85
3. กิริยามารยาท	10	8	2	-	-	90
4. ความพร้อมในการดำเนินการของ อจน.	19	1	-	-	-	100
5. ความรวดเร็วในการดำเนินการของ อจน.	17	3	-	-	-	100
6. การแจ้งข้อมูลความก้าวหน้าของงาน	16	4	-	-	-	100
7. ความถูกต้องครบถ้วนของงานที่รับจ้าง	18	2	-	-	-	100
8. การให้คำปรึกษาและแนะนำ	10	4	4	2	-	70
9. สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ	10	7	3	-	-	85
10. ความยืดหยุ่นในการดำเนินการของ อจน.	8	10	-	2	-	90
11. การดูแลและสอบถามความต้องการของผู้รับบริการ	13	7	-	-	-	100



สรุป ความพึงพอใจของบริษัท/ห้างร้าน/บุคคล ที่มีต่อการดำเนินการขององค์การจากร้าเสีย เฉลี่ยโดยรวมที่ 90.91 % อยู่ในระดับ มากที่สุด

ส่วนที่ 4 ความต้องการ ความคาดหวังของบริษัท/ห้างร้าน/บุคคล ที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การจําน้ำเสีย

ความต้องการ ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ /ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1. ให้ อจน. ดำเนินการเบิกจ่ายเงินค่าจ้างอย่างสะดวกรวดเร็ว	19	1	-	-	-	100
2 ให้ อจน. เสนองานที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และคุ้มค่าต่อการประมูล	16	2	1	1	-	90
3 ได้รับการพิจารณาและคัดเลือกจาก อจน. เพื่อเข้าดำเนินงานทุกปี	18	1	1	-	-	95
4 ให้บริษัทเป็นที่รู้จักและยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐอื่น	9	8	2	1	-	85
5 ให้ อจน. เป็นผู้รับรองผลงาน แนะนำบริษัทให้กับหน่วยงานอื่น	10	8	2	-	-	90
6 องค์การจําน้ำเสียใช้บริการซ้ำ	15	1	2	2	-	80



สรุป ความต้องการ ความคาดหวัง ของบริษัท/ห้างร้าน/บุคคล ที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การจําน้ำเสีย

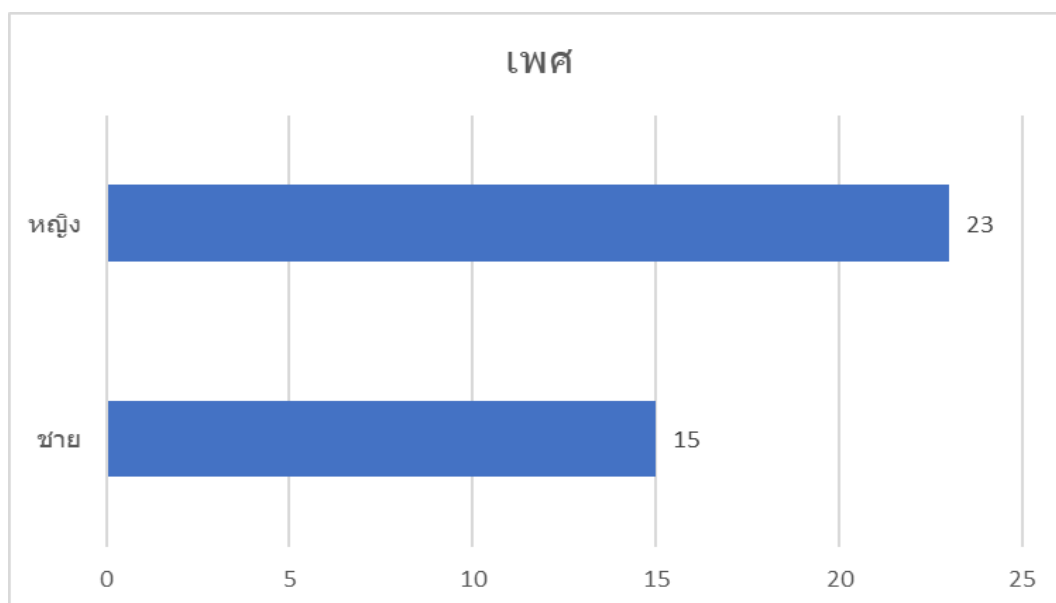
เฉลี่ยโดยรวมที่ 90 % อยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ความต้องการ ความคาดหวัง ที่มีต่อองค์การจําน้ำเสีย มากที่สุด คือ ให้องค์การจําน้ำเสียดำเนินการเบิกจ่ายเงินค่าจ้างอย่างสะดวกและรวดเร็ว

บทที่ 5

การวิเคราะห์แบบสำรวจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

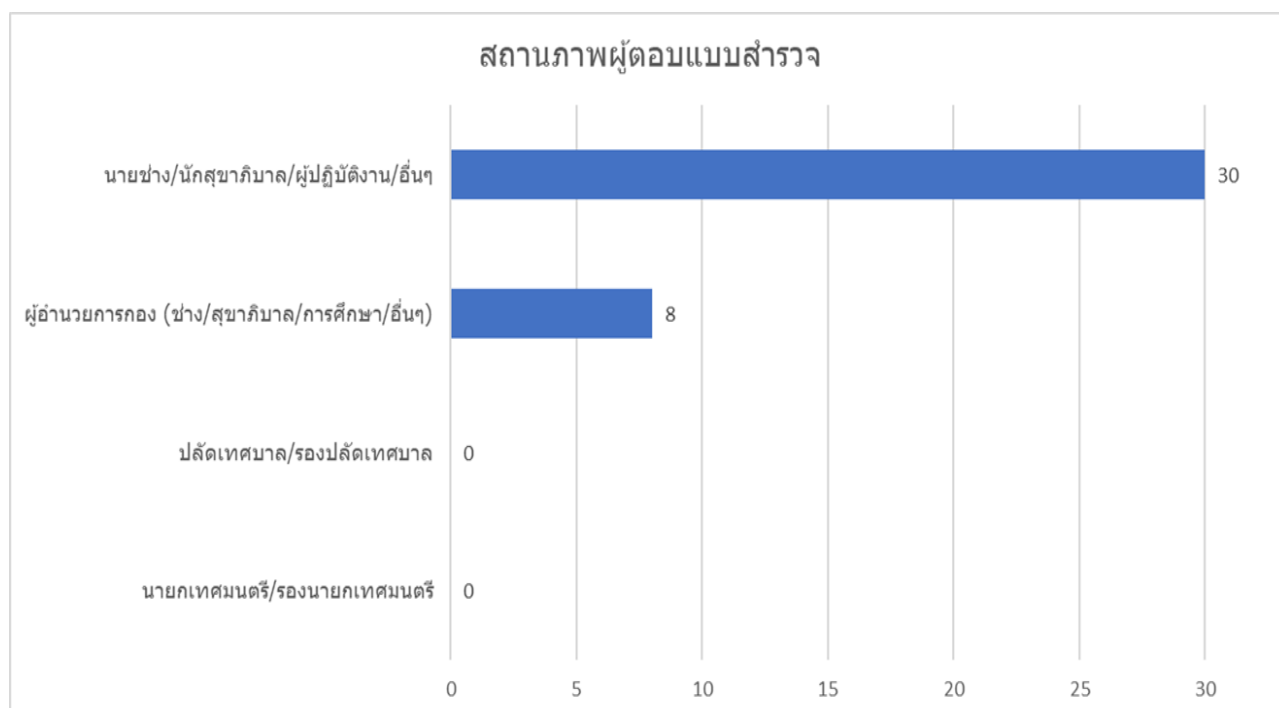
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

- เพศชาย
- เพศหญิง
- จำนวน 38 แบบสำรวจ



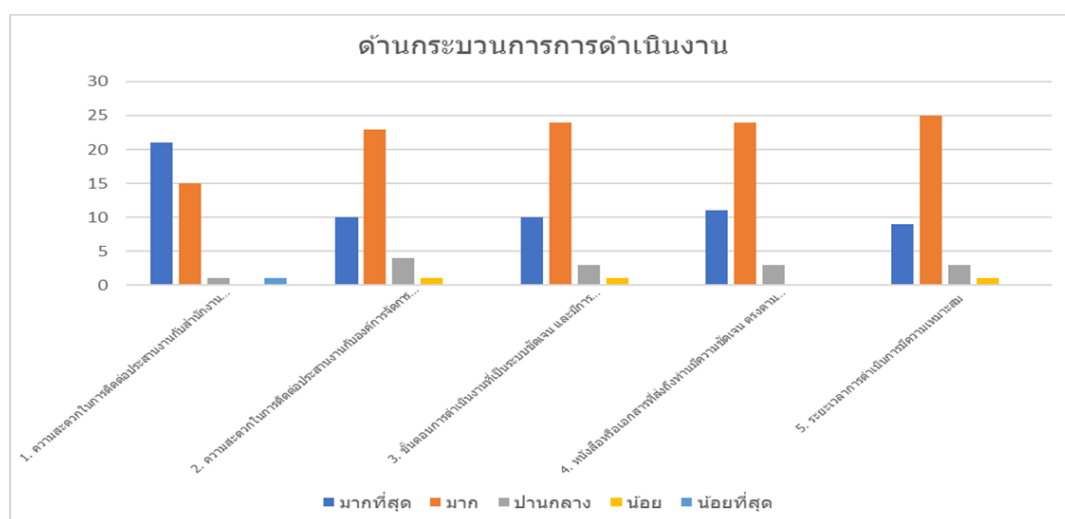
สถานภาพของผู้ตอบ

- นายกเทศมนตรี/รองนายกเทศมนตรี
- ปลัดเทศบาล/รองปลัดเทศบาล
- ผู้อำนวยการกองช่าง/สุขาภิบาล
- หัวหน้างาน
- นายช่าง/นักสุขาภิบาล/ผู้ปฏิบัติงาน/อื่นๆ

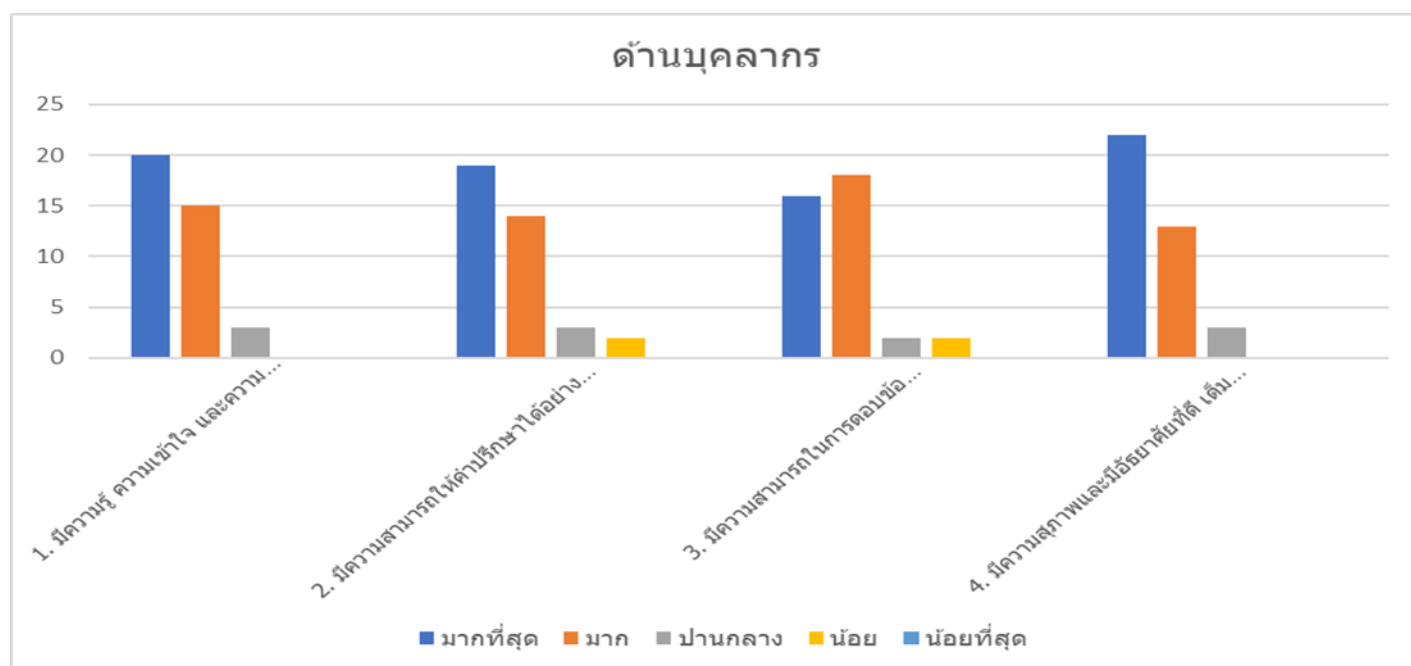


ส่วนที่ 2 ท่านมีความพึงพอใจในการดำเนินงานของ อจน. มากน้อยเพียงใด

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านกระบวนการการดำเนินงาน						
1. ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา	21	15	1	-	1	94.73
2. ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับองค์การจัดการน้ำเสีย (สำนักงานใหญ่)	10	23	4	1	-	86.84
3. ขั้นตอนการดำเนินงานที่เป็นระบบชัดเจน และมีการสื่อสารให้ อปท. รับทราบ	10	24	3	1	-	89.47
4. หนังสือหรือเอกสารที่ส่งถึงท่านมีความชัดเจน ตรงตามกำหนดเวลา	11	24	3	-	-	92.11
5. ระยะเวลาการดำเนินการมีความเหมาะสม	9	25	3	1	-	89.47



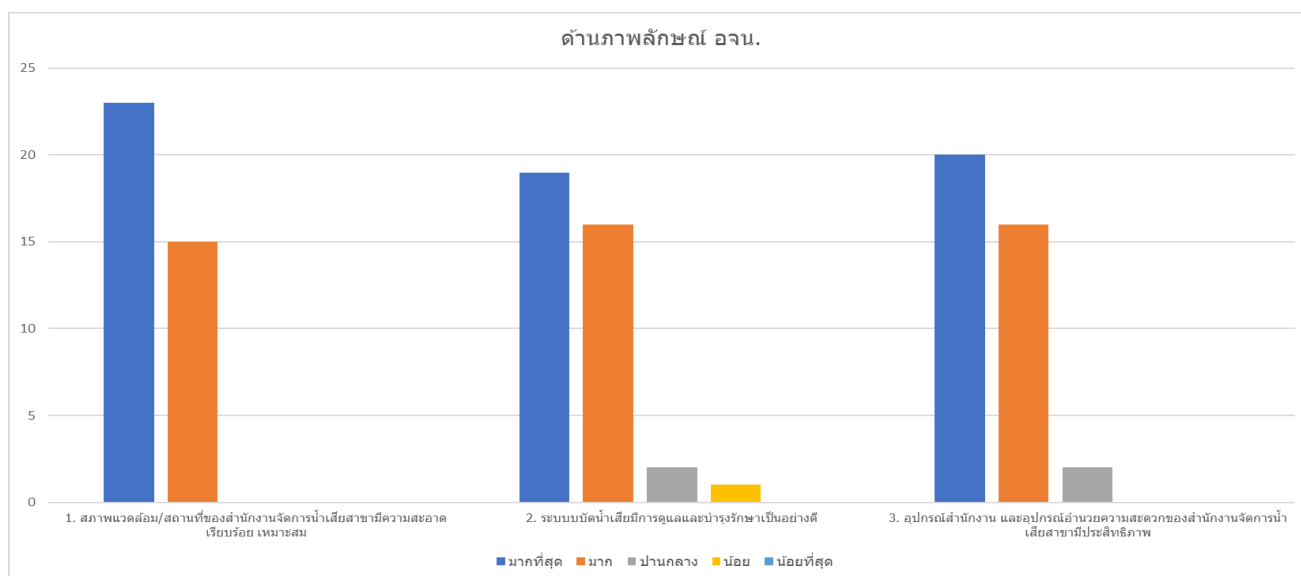
ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด(5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านบุคลากร						
6. มีความรู้ ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	20	15	3	-	-	92.11
7. มีความสามารถให้คำปรึกษาได้อย่างชัดเจน	19	14	3	2	-	86.84
8. มีความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ไขปัญหาได้อย่างชัดเจน	16	18	2	2	-	89.47
9. มีความสุภาพและมีอัธยาศัยที่ดี เต็มใจให้บริการ มีการประสานงานอย่างรวดเร็ว	22	13	3	-	-	92.11



ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านภาพลักษณ์						
1. สภาพแวดล้อม/สถานที่ของสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขามีความสะอาดเรียบร้อย เหมาะสม	23	15	-	-	-	100
2. ระบบบำบัดน้ำเสียมีการดูแลและบำรุงรักษาเป็นอย่างดี	19	16	2	1	-	92.11
3. อุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกของสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขามีประสิทธิภาพ	20	16	2	-	-	94.74

ด้านภาพลักษณ์ อจน.

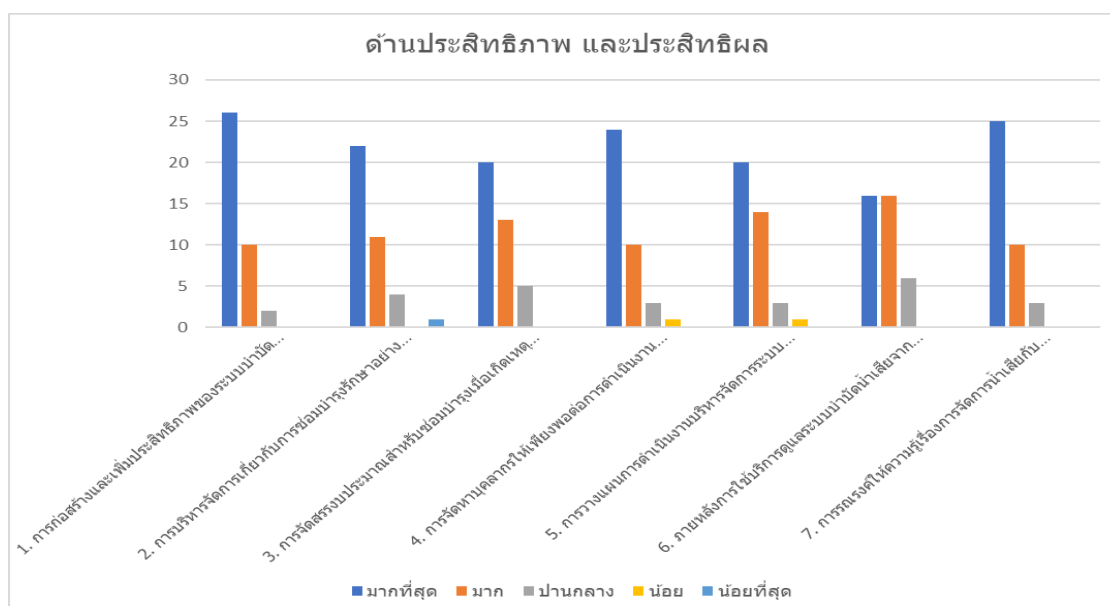
Category	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. สภาพแวดล้อม/สถานที่ของสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขามีความสะอาดเรียบร้อย เหมาะสม	23	15	0	0	0
2. ระบบบำบัดน้ำเสียมีการดูแลและบำรุงรักษาเป็นอย่างดี	19	16	2	1	0
3. อุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกของสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขามีประสิทธิภาพ	20	16	2	0	0



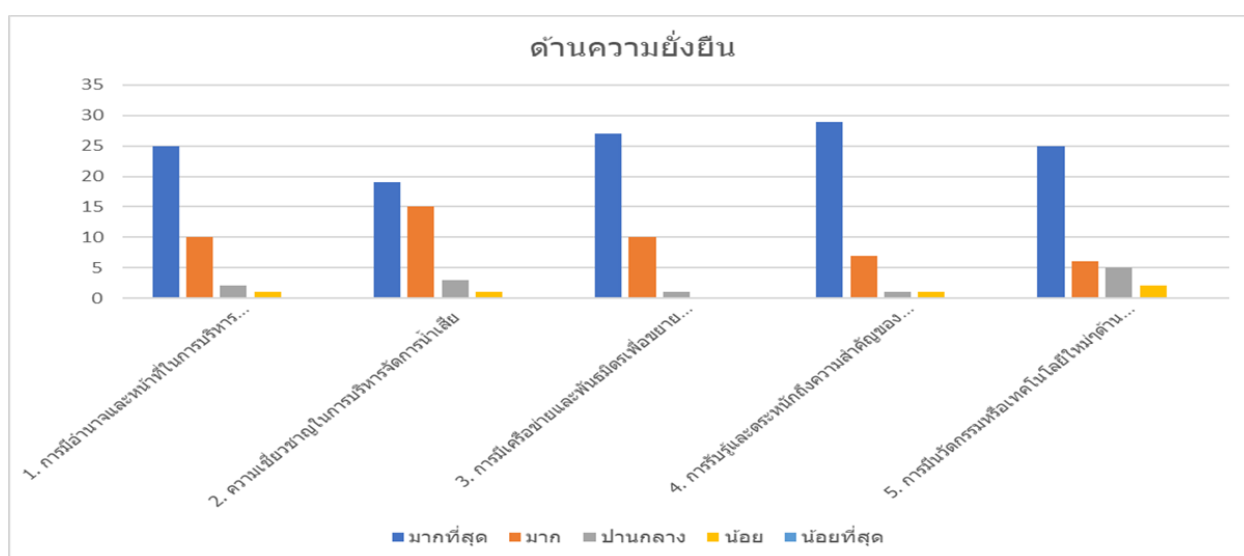
สรุป องค์ประกอบส่วนท้องถิ่นมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานขององค์การจํการน้ำเสีย เฉลี่ยโดยรวม 92.09 %
อยู่ระดับ มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์องค์การจํการน้ำเสียมากที่สุดที่ 95.62 %

ส่วนที่ 3 ท่านมีความต้องการ / ความคาดหวังให้องค์การจัดการน้ำเสีย ดำเนินการด้านใดมากที่สุด

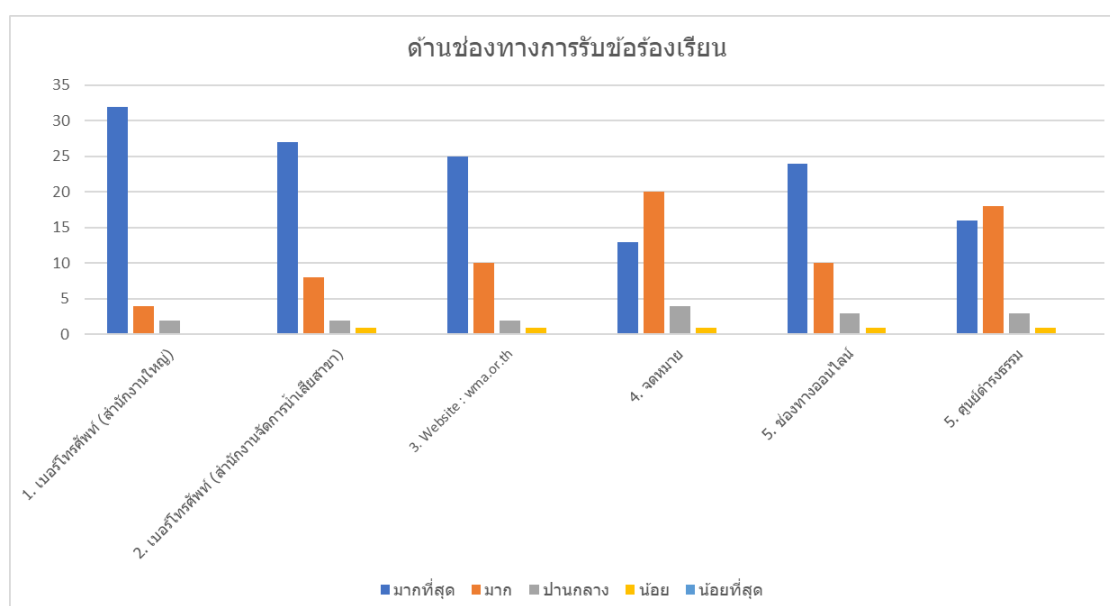
ความต้องการ/คาดหวัง	ระดับความต้อง/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านประสิทธิภาพ และประสิทธิผล						
1. การก่อสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย	26	10	2	-	-	94.74
2. การบริหารจัดการเกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ	22	11	4	-	1	86.84
3. การจัดสรรงบประมาณสำหรับงบซ่อมแซมฉุกเฉิน	20	13	5	-	-	86.84
4. การจัดหาบุคลากรให้เพียงพอต่อการดำเนินงานดูแลระบบบำบัดน้ำเสียในพื้นที่	24	10	3	1	-	89.47
5. การวางแผนการดำเนินงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียในอนาคต	20	14	3	1	-	89.47
6. ภายหลังการใช้บริการดูแลระบบบำบัดน้ำเสียจาก อจน. จะช่วยประชาสัมพันธ์หน่วยงานอื่นให้ใช้บริการ กับ อจน.	16	16	6	-	-	84.21
7. การรณรงค์ให้ความรู้เรื่องการจัดการน้ำเสียกับประชาชนและผู้ประกอบการในพื้นที่	25	10	3	-	-	92.11



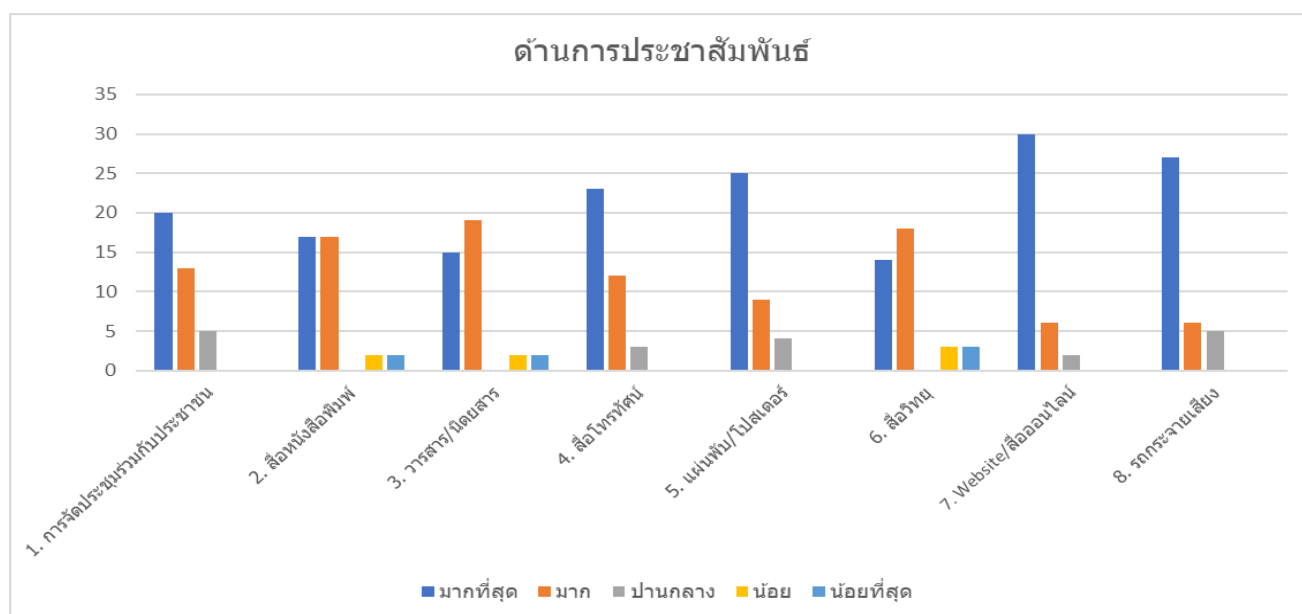
ความต้องการ/คาดหวัง	ระดับความต้อง/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านความยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสีย						
8. การมีอำนาจและหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียในประเทศ	25	10	2	1	-	94.74
9. ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการน้ำเสีย	19	15	3	1	-	89.47
10 .การมีเครือข่ายและพันธมิตรเพื่อขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่างบูรณาการ	27	10	1	-	-	97.37
11. การรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการน้ำเสียในประเทศไทย	29	7	1	1	-	94.74
12. การมีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ด้านการพัฒนาและการจัดการน้ำเสีย	25	6	5	2	-	81.58



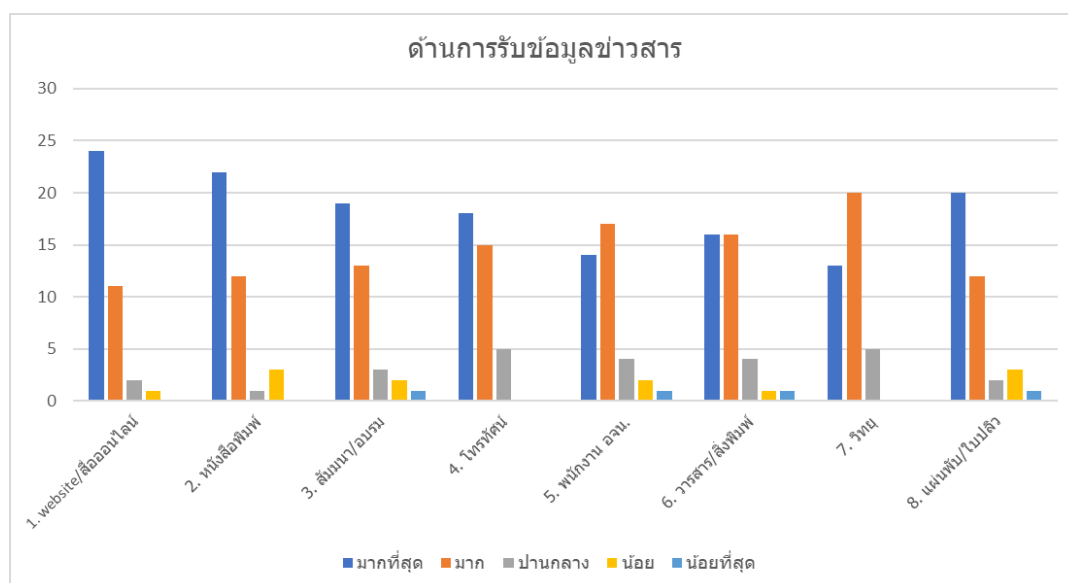
ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านช่องทางการรับข้อร้องเรียน						
13. เบอร์โทรศัพท์ (สำนักงานใหญ่)	32	4	2	-	-	94.74
14. เบอร์โทรศัพท์ (สำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา)	27	8	2	1	-	92.11
15. Website : wma.or.th	25	10	2	1	-	92.11
16. จดหมาย	13	20	4	1	-	86.84
17. ช่องทางออนไลน์	24	10	3	1	-	89.47
18. ศูนย์ดำรงธรรม	16	18	3	1	-	89.47



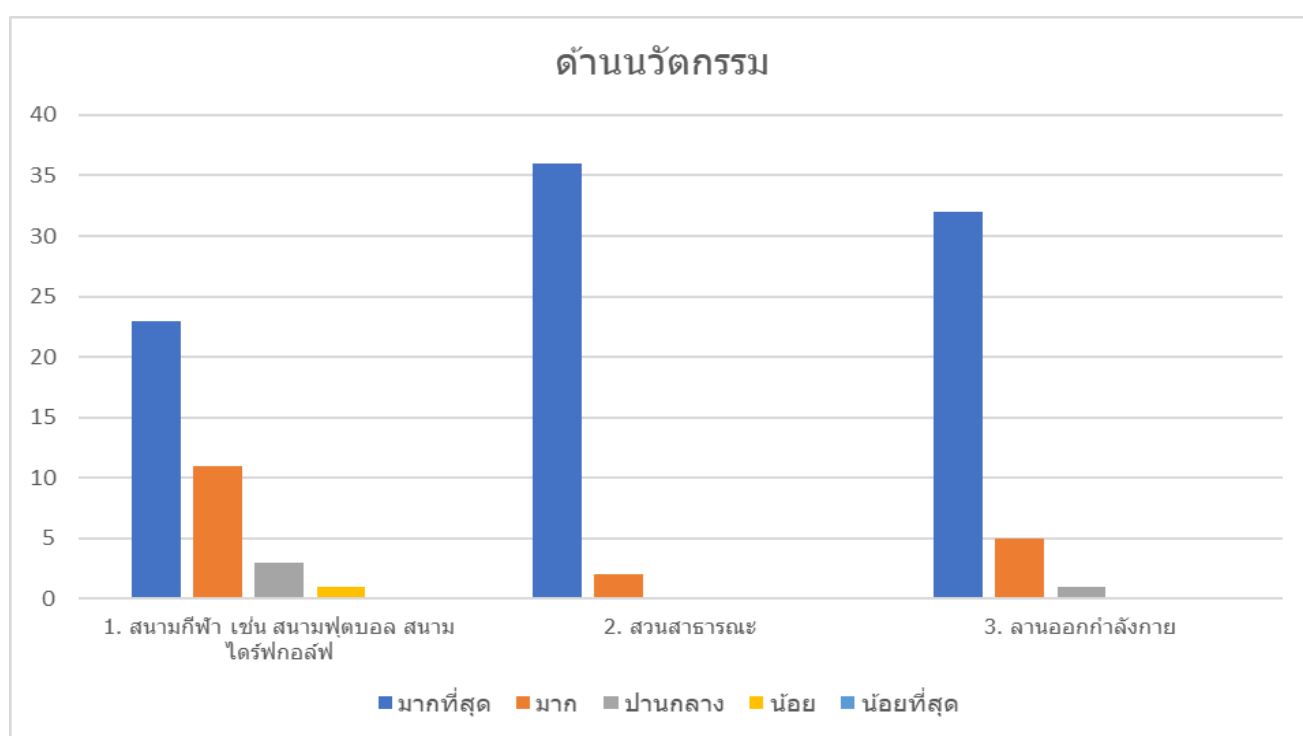
ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านการประชาสัมพันธ์						
19. การจัดการประชุมร่วมกับประชาชน	20	13	5	-	-	86.84
20. สื่อหนังสือพิมพ์	17	17	-	2	2	89.47
21. วารสาร/นิตยสาร	15	19	-	2	2	89.47
22. สื่อโทรทัศน์	23	12	3	-	-	92.11
23. แผ่นพับ/โปสเตอร์	25	9	4	-	-	89.47
24. สื่อวิทยุ	14	18	-	3	3	84.21
25. Website/สื่อออนไลน์	30	6	2	-	-	94.74
26. รถกระจายเสียง	27	6	5	-	-	86.84



ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านการรับข้อมูลข่าวสารองค์การจัดการน้ำเสีย						
27. Website/สื่อออนไลน์	24	11	2	1	-	92.11
28. หนังสือพิมพ์	22	12	1	3	-	89.47
29. สัมมนา/อบรม	19	13	3	2	1	84.21
30. โทรทัศน์	18	15	5	-	-	86.84
31. พนักงานองค์การจัดการน้ำเสีย	14	17	4	2	1	81.58
32. วารสาร/สิ่งพิมพ์	16	16	4	1	1	84.21
33. วิทู	13	20	5	-	-	86.84
34. แผ่นพับ/ใบปลิว	20	12	2	3	1	84.21



ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านนวัตกรรม (การใช้ประโยชน์ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสีย)						
36. สนามกีฬา เช่น สนามฟุตบอล สนามไตรฟกอล์ฟ	23	11	3	1	-	89.47
37. สวนสาธารณะ	36	2	-	-	-	100
38. ลานออกกำลังกาย	32	5	1	-	-	97.37



ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการให้บริการขององค์การจํานัดน้ำเสีย

- ต้องการให้องค์การจํานัดน้ำเสียรับผิดชอบเรื่องการบำบัดน้ำเสียทั่วประเทศ เพื่อนำค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียมาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งงบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากรัฐ

สรุป ความต้อง ความคาดหวัง ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีต่อการจัดการน้ำเสีย **เฉลี่ยโดยรวมที่ 90.81 % อยู่ระดับ มากที่สุด** โดยแยกแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านนวัตกรรม : มีความต้องการ ความคาดหวังมากที่สุด คือ การมีส่วนร่วมใช้ประโยชน์ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสีย 98.61 %
2. ด้านความยั่งยืนขององค์กรจัดการน้ำเสีย : มีความต้องการ ความคาดหวังมากที่สุด คือ การมีเครือข่ายและพันธมิตรเพื่อขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่างบูรณาการ 91.05 %
3. ด้านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน : มีความต้องการ ความคาดหวัง รับข้อร้องเรียนผ่านช่องทางโทรศัพท์มากที่สุด 90.79 %
4. ด้านการประชาสัมพันธ์ : มีความต้องการ ความคาดหวังมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ ผ่าน Website/สื่อออนไลน์ 89.14 %
5. ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล : มีความต้องการ ความคาดหวังมากที่สุด คือ การก่อสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย 89.10 %
6. ด้านข้อมูลข่าวสาร : มีความต้องการ ความคาดหวัง มากที่สุด คือ สื่อสารทาง Website/สื่อออนไลน์ 86.18 %

บทที่ 6

การวิเคราะห์แบบสำรวจการรับรู้ของพนักงาน องค์การจัดการน้ำเสีย ในด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

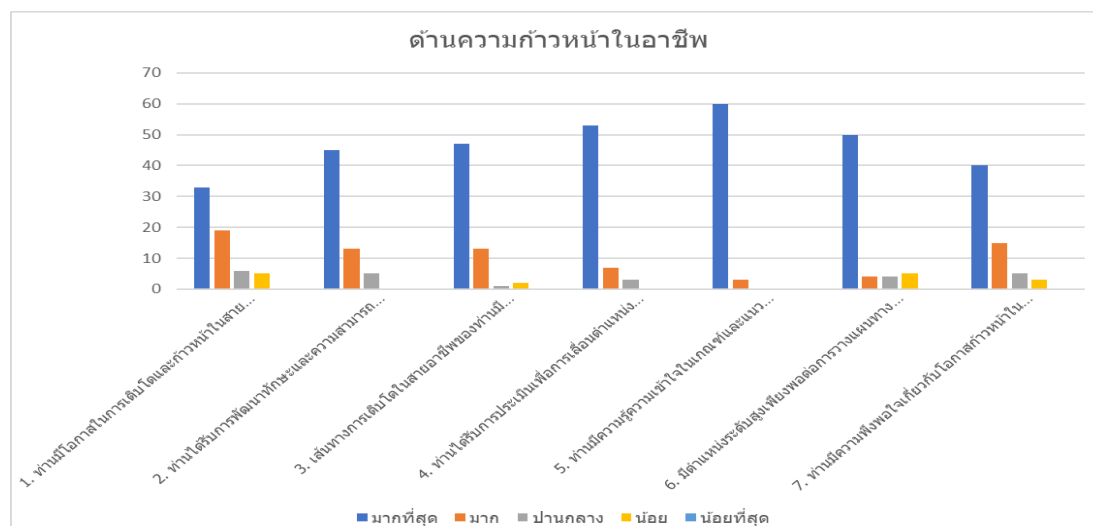
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- ชื่อสกุล
- อายุ
- การศึกษา
- ตำแหน่ง
- ฝ่าย/กอง
- ระยะเวลาการทำงาน
- เบอร์โทรศัพท์
- จำนวน 63 แบบสำรวจ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจและความผู้พันต้องค์กร

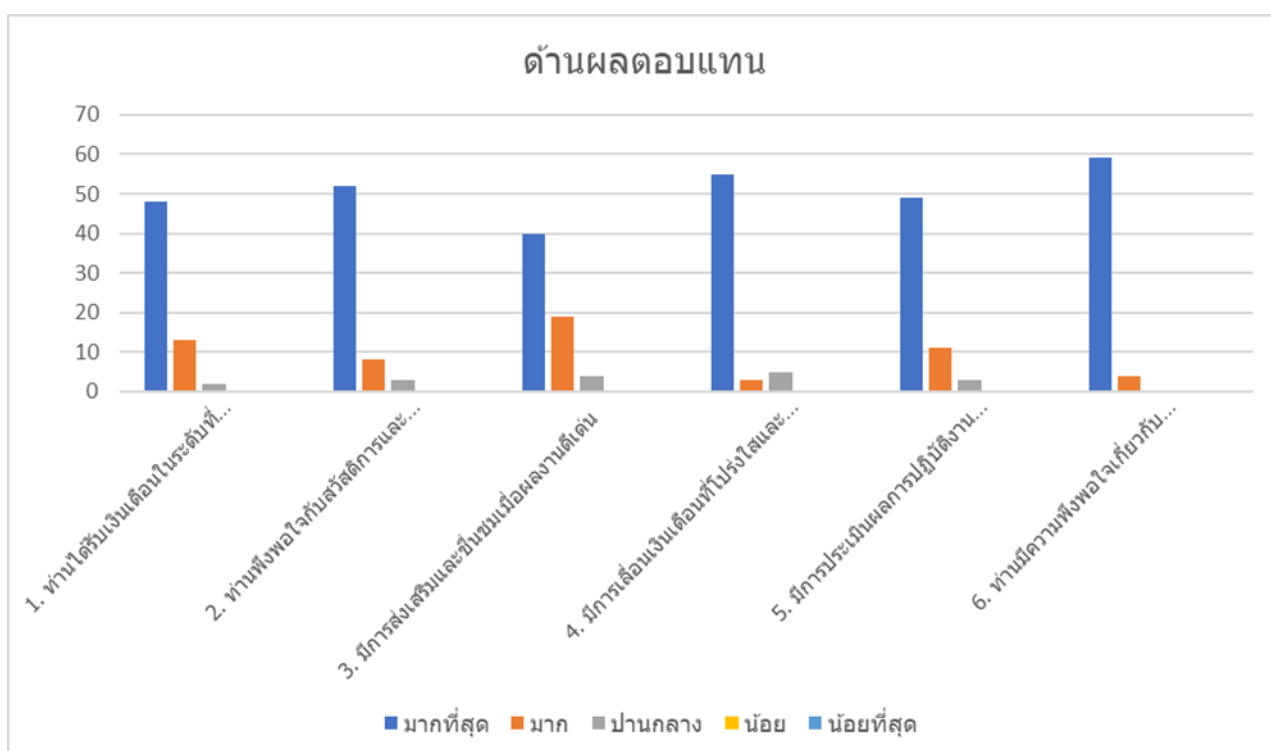
2.1 ประเมินความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับความก้าวหน้าในสายอาชีพ

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ						
1 ท่านมีโอกาสในการเติบโตและก้าวหน้าในสายอาชีพของท่าน	33	19	6	5	-	82.54
2 ท่านได้รับการพัฒนาทักษะและความสามารถเพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นอยู่เสมอ	45	13	5	-	-	92.06
3 เส้นทางในการเติบโตในสายอาชีพของท่านมีความชัดเจน	47	13	1	2	-	95.24
4 ท่านได้รับการประเมินเพื่อการเลื่อนตำแหน่งอย่างเหมาะสม	53	7	3	-	-	95.24
5 ท่านมีความรู้ความเข้าใจในเกณฑ์และแนวทางการประเมินเพื่อเลื่อนตำแหน่งหรือสร้างความก้าวหน้าของท่านอย่างชัดเจน	60	3	-	-	-	100
6 มีตำแหน่งระดับสูงเพียงพอต่อการวางแผนทางเดินสายอาชีพที่เป็นระบบ	50	4	4	5	-	85.71
7 ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับโอกาสก้าวหน้าในการทำงานมากน้อยเพียงใด	40	15	5	3	-	87.30



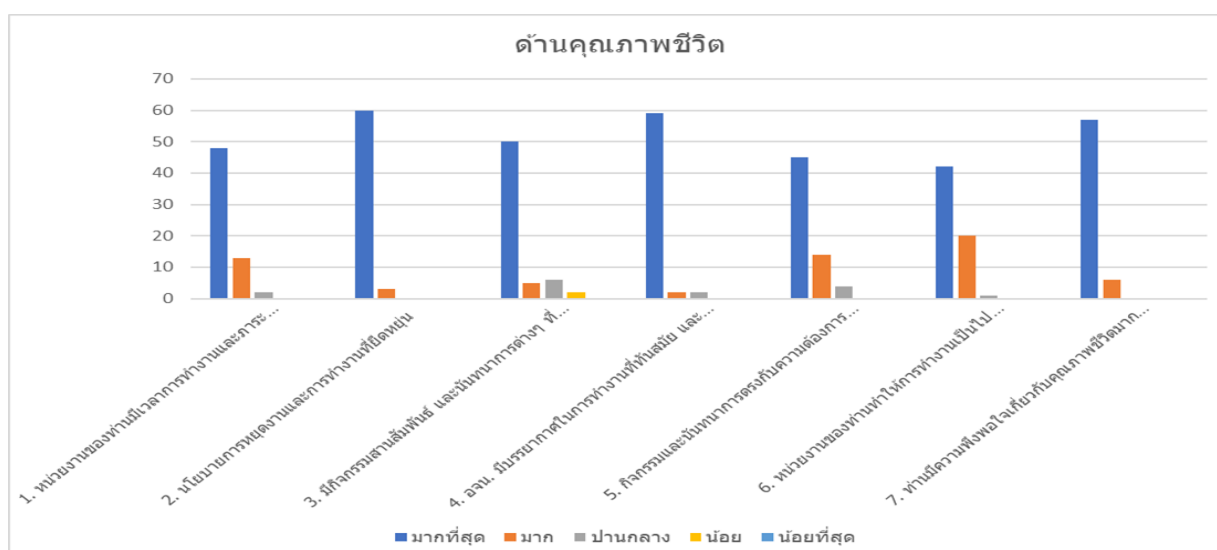
2.2 ประเมินความคิดเห็นพนักงานเกี่ยวกับผลตอบแทน

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านผลตอบแทน						
1 ท่านได้รับเงินเดือนในระดับที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับองค์กรอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกันในตลาดเอกชน/ภาครัฐวิสาหกิจ	48	13	2	-	-	96.83
2 ท่านพึงพอใจกับสวัสดิการและผลประโยชน์อื่นๆ	52	8	3	-	-	95.24
3 มีการส่งเสริมและชื่นชมเมื่อผลงานดีเด่น	40	19	4	-	-	93.65
4 มีการเลื่อนเงินเดือนที่โปร่งใสและยุติธรรม	55	3	5	-	-	92.06
5 มีการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีที่ยุติธรรม	49	11	3	-	-	95.24
6 ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสวัสดิการและสิทธิประโยชน์	59	4	-	-	-	100



2.3 แบบประเมินความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านคุณภาพชีวิต						
1 หน่วยงานของท่านมีเวลาการทำงานและภาระงานอย่างเหมาะสม	48	13	2	-	-	96.83
2 มีนโยบายการหยุดงานและการทำงานที่ยืดหยุ่น	60	3	-	-	-	100
3 มีกิจกรรมสานสัมพันธ์ และนันทนาการต่างๆ ที่สร้างให้เกิดสมดุลระหว่างชีวิตทำงานและชีวิตส่วนตัว	50	5	6	2	-	87.30
4 อจน. มีบรรยากาศในการทำงานที่ทันสมัย และตรงกับความต้องการของท่าน	59	2	2	-	-	96.83
5 กิจกรรมและนันทนาการตรงกับความต้องการของท่าน	45	14	4	-	-	93.65
6 หน่วยงานของท่านทำให้การทำงานเป็นไปอย่างมีความสุข	42	20	1	-	-	98.41
7 ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตมากน้อยเพียงใด	57	6	-	-	-	100

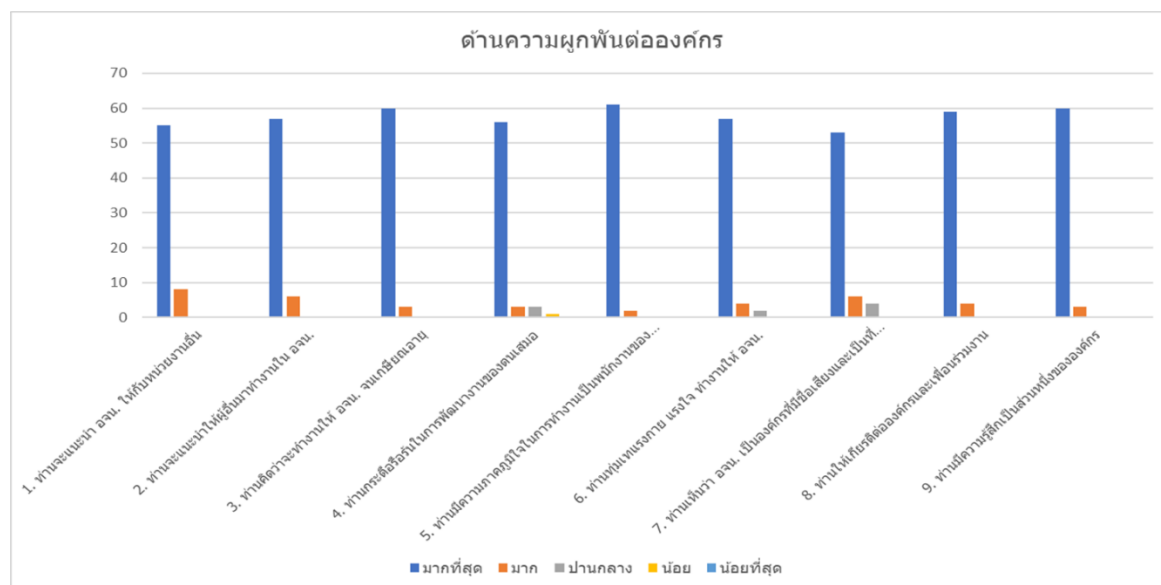


2.4 แบบประเมินความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านสภาพแวดล้อมของที่ทำงาน						
1 สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีความปลอดภัย	60	3	-	-	-	100
2 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถรองรับการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	57	6	-	-	-	100
3 มีกระบวนการสื่อสารที่ทั่วถึงและครอบคลุม	55	8	-	-	-	100
4 มีระบบงานและกระบวนการงานที่เหมาะสม	54	6	3	-	-	95.24
5 มีอุปกรณ์สำนักงานที่จำเป็นเพียงพอต่อการทำงาน	53	5	5	-	-	92.06
6 กระบวนการในการทำงานมีความยืดหยุ่นและรวดเร็ว	48	13	2	-	-	96.83
7 สภาพแวดล้อมทางกายภาพในหน่วยงาน เช่น ห้องทำงาน แสง และเสียง เอื้ออำนวยต่อการทำงาน	52	11	-	-	-	100
8 ได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงานในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	42	11	10	-	-	84.13
9 มีพนักงานในกอง/ฝ่าย เพียงพอต่อปริมาณงาน	47	8	8	-	-	87.30
10 เมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงานได้รับทราบข้อมูลและมีการประชุมร่วมกันเพื่อหาแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสม	53	7	3	-	-	95.24
11 ท่านที่ความพึงพอใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานมากน้อยเพียงใด	61	2	-	-	-	100

2.5 แบบประเมินความผูกพันของพนักงานองค์การจัดการน้ำเสียที่มีต่อองค์กร

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านความผูกพันต่อองค์กร						
1 ท่านจะแนะนำองค์การจัดการน้ำเสียให้กับหน่วยงานอื่น	55	8	-	-	-	100
2 ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาทำงานในองค์การจัดการน้ำเสีย	57	6	-	-	-	100
3 ท่านคิดว่าจะทำงานให้องค์การจัดการน้ำเสียจนเกษียณอายุ	60	3	-	-	-	100
4 ท่านกระตือรือร้นในการพัฒนางานของตนเสมอ	56	3	3	1	-	93.63
5 ท่านมีความภาคภูมิใจในการทำงานเป็นพนักงานองค์การจัดการน้ำเสีย	61	2	-	-	-	100
6 ท่านทุ่มเทแรงกาย แรงใจ ทำงานให้องค์การจัดการน้ำเสีย	57	4	2	-	-	96.83
7 ท่านเห็นว่าองค์การจัดการน้ำเสียเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในสังคม	53	6	4	-	-	93.65
8 ท่านให้เกียรติต่อองค์กรและเพื่อร่วมงาน	59	4	-	-	-	100
9 ท่านมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	60	3	-	-	-	100



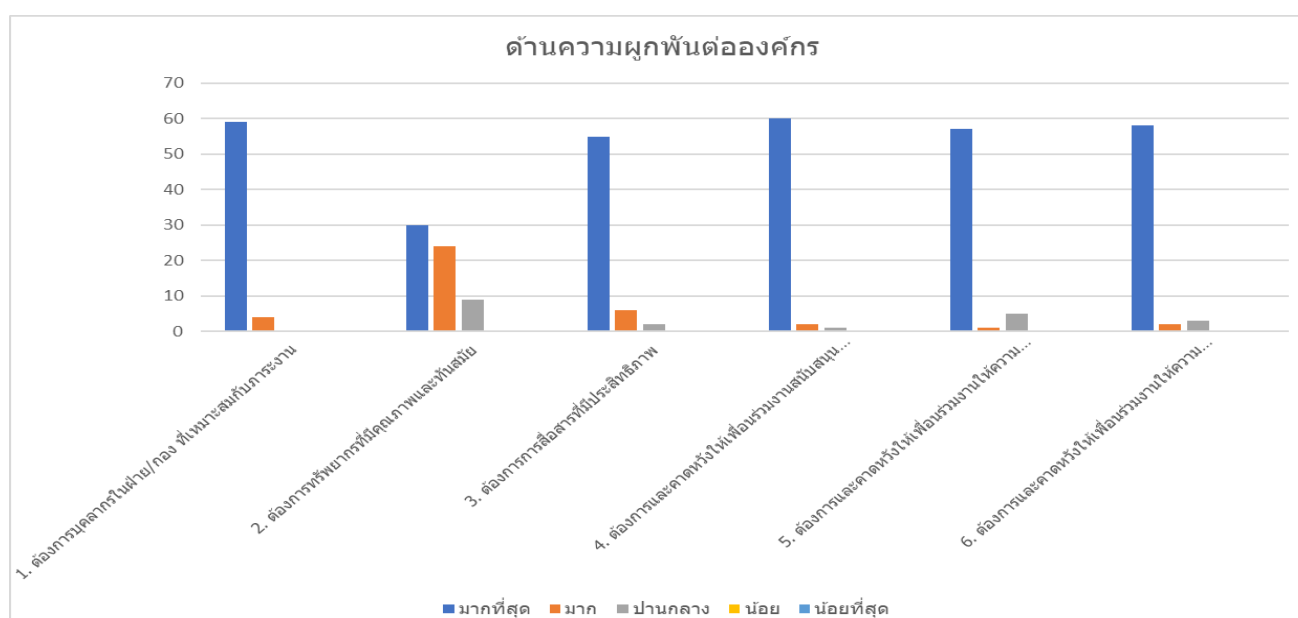
สรุป พนักงานองค์การการจัดการน้ำเสียมีความพึงพอใจ เฉลี่ยโดยรวมที่ 95.32 % อยู่ระดับ มากที่สุด โดยแยกแต่ละด้านดังนี้

1 ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ	91.16 %
2 ด้านผลตอบแทน	95.50 %
3 ด้านคุณภาพชีวิต	96.15 %
4 ด้านสภาพแวดล้อมของทำงาน	95.53 %
5 ด้านความผูกพันต่อองค์กร	98.24 %

ส่วนที่ 3 ให้คะแนนความต้องการ ความคาดหวัง ที่มีต่อองค์กร

1 ฝ่าย/กอง ของท่านมีความต้องการ คาดหวัง

ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านความผูกพันต่อองค์กร						
1 ต้องการบุคลากรใน ฝ่าย/กอง ที่เหมาะสมกับภาระงาน	59	4	-	-	-	100
2 ต้องการทรัพยากรที่มีคุณภาพและทันสมัย	30	24	9	-	-	85.71
3 ต้องการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ	55	6	2	-	-	96.83
4 ต้องการและคาดหวังให้เพื่อนร่วมงานสนับสนุนข้อมูล การดำเนินงานต่างๆ	60	2	1	-	-	98.41
5 ต้องการและคาดหวังให้เพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือและสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เป็นมิตร	57	1	5	-	-	92.06
6 ต้องการและคาดหวังให้เพื่อนร่วมงานให้ความสนับสนุนในการปฏิบัติงาน	58	2	3	-	-	95.24



สรุป ความต้องการ ความคาดหวัง ของพนักงานองค์การจัดการน้ำเสียที่ต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย มากที่สุด คือ ความต้องการบุคลากรใน ฝ่าย/กอง ที่เหมาะสมกับงาน คิดเป็น 100%

2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ลูกค้า ที่เกี่ยวข้องกับ ฝ่าย/กอง ขององค์การจัดการน้ำเสีย มีดังนี้

2.1 กระทรวงมหาดไทย

2.2 กระทรวงการคลัง

2.3 กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.4 คณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย

2.5 การประปานครหลวง

2.6 การประปาส่วนภูมิภาค

2.7 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

2.8 สหกรณ์ ธนาคารภาครัฐ สถาบันอบรม

2.9 บริษัท นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วน บุคคล

2.10 หน่วยงานเชิงสังคม โครงการพระราชดำริ อุทยานแห่งชาติสิรินธร สำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา

2.11 ผู้บริหารองค์การจัดการน้ำเสีย

2.12 สื่อต่างๆ ทีวี วิทยู สื่อสิ่งพิมพ์ NGO มูลนิธิ นักวิชาการสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความผูกพัน

- อยากเห็นองค์การจัดการน้ำเสียเป็นองค์กรใหญ่ระดับประเทศที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสีย
- อยากเห็นองค์การจัดการน้ำเสียเป็นองค์กรที่มีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง
- อยากเห็นความรัก ความสามัคคีในองค์กร

การเชื่อมโยงผลการทบทวน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค
และการบูรณาการแผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนปี 2569)

ผลการทบทวน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างละเอียดถูกต้องและครบถ้วน ทำให้สามารถระบุประเด็นต่าง ๆ ซึ่งเป็น “จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค” พร้อมทั้งมีการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็น เพื่อใช้เป็นปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ โดยอ้างอิงจากเกณฑ์ค่ากลาง (Median) ของข้อมูลทั้งหมด พบว่า มีประเด็นสำคัญที่ผ่านเกณฑ์ค่ากลางรวมทั้งสิ้น จำนวน 32 ประเด็น ประกอบด้วย จุดแข็ง 8 ประเด็น จุดอ่อน 7 ประเด็น โอกาส 9 ประเด็น และอุปสรรค 8 ประเด็น ดังนี้

- จุดแข็ง (Strengths)

(คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

S	ประเด็นจุดแข็ง	คะแนน
S1	มีนวัตกรรมการบำบัดรูปแบบใหม่ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่	9.60
S2	เป็นองค์กรภาครัฐที่มีประสบการณ์ด้านการจัดการน้ำเสียชุมชนเป็นระยะเวลามากกว่า 20 ปี	9.12
S3	มีเครือข่ายความร่วมมือจากหลายหน่วยงาน ในการดำเนินงานและช่วยเหลือการปฏิบัติงานขององค์การจัดการน้ำเสียกระจายครอบคลุมทั่วประเทศ	8.64
S4	มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญสูงในด้านการบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศไทย	8.22
S5	มีการดำเนินงานสอดคล้องตามหลักเศรษฐกิจแบบองค์รวม	7.44
S6	เป็นองค์กรภาครัฐเพียงแห่งเดียวที่มีอำนาจหน้าที่ด้านการจัดการน้ำเสียชุมชนที่กระจายไปทั่วประเทศ	7.08
S7	สามารถจัดตั้งสำนักงานสาขา และขยายกิจการการให้บริการได้ทั่วประเทศ	6.76
S8	มีการก่อสร้างหรือฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียอย่างต่อเนื่อง	5.44

- จุดอ่อน (Weaknesses)

(คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

W	ประเด็นจุดอ่อน	คะแนน
W1	การจัดการโครงสร้างการบริหารงาน การพัฒนาบุคลากรยังไม่สอดคล้องกับภาระงาน	9.52
W2	การบูรณาการข้อมูลองค์ความรู้ยังไม่ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร	8.88
W3	การสื่อสารแบรนด์ WMA ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างยังไม่กว้างขวาง	8.46
W4	ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียไม่สอดคล้องกับผลตอบแทนที่ได้รับ	8.20
W5	วัฒนธรรมขององค์กรยังไม่มุ่งเน้นเรื่องการจัดการความรู้ และการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์	7.56
W6	ยังขาดทีมวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการจัดการน้ำเสียที่มีศักยภาพโดยเฉพาะ	6.88
W7	การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับปรุงการทำงาน ยังไม่ครอบคลุมทุกส่วนงาน	7.16

- โอกาส (Opportunities)

(คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

ลำดับ	ประเด็นโอกาส	คะแนน
O1	รัฐบาล มีนโยบายและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศไทย (นโยบายรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงมหาดไทย มอบนโยบายแก้ไขปัญหาน้ำเสียเร่งด่วนหน้าโครงการทั่วประเทศ มุ่งคืนคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชน)	9.54
O2	รัฐบาลมีนโยบายและให้ความสำคัญในการนำน้ำเสียกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่	9.08
O3	รัฐบาล มีนโยบายและให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามหลักเศรษฐกิจแบบองค์รวม	8.38
O4	รัฐบาล มีนโยบายและให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	8.22
O5	ระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนยังไม่เพียงพอกับปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้น	7.46
O6	ปัญหาภัยแล้งมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ทำให้มีการศึกษาความเหมาะสมในการที่จะใช้น้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดแล้วมาใช้ประโยชน์	7.04
O7	ชุมชนและสังคมยังไม่ตระหนักรู้ถึงการบำบัดน้ำเสีย จึงเป็นโอกาสในการสร้างเครือข่ายอย่างบูรณาการ	7.00
O8	มีโอกาขยายงานเพิ่มเติม เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความต้องการการสนับสนุนด้านการจัดการน้ำเสียผ่านองค์การจัดการน้ำเสีย	5.54
O9	เทคโนโลยีสมัยใหม่มีการพัฒนาและก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และในหลายประเทศมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการบริหารจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ	5.48

- ภัยคุกคาม (Threats)

(คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

T	ประเด็นภัยคุกคาม	คะแนน
T1	งบประมาณที่ได้รับไม่สามารถขยายงาน หรือสร้างภาคีเครือข่ายให้ครอบคลุม	9.46
T2	งบประมาณในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียไม่เพียงพอ	9.04
T3	ท่อรวบรวมน้ำเสียยังไม่ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการ	8.50
T4	ขาดการกวดขันและตรวจสอบการใช้กฎหมายในเรื่องการจัดการน้ำเสีย ก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ	8.02
T5	ประเทศไทยยังไม่มีมาตรการจูงใจ และมาตรการบังคับใช้ตามกฎหมาย ในด้านการบำบัดน้ำเสียอย่างจริงจัง	7.50
T6	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจในการดำเนินงานด้านสาธารณูปโภคในพื้นที่เอง ตาม พรบ. กำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่ อบต.	7.08
T7	องค์การจัดการน้ำเสียมีคู่แข่งจากบริษัทเอกชนหลายราย	6.88
T8	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถของบประมาณหรือขอทุน จากกองทุนสิ่งแวดล้อมในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียได้เอง	5.58

