องค์การจัดการน้ำเสีย
WASTEWATER MANAGEMENT AUTHORITY

แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 ขององค์การจัดการน้ำเสีย (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)







จัดทำโดย คณะทำงานฯ 291/2569

คำนำ

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

เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2563 กระทรวงมหาดไทย ได้กำหนดให้การจัดการน้ำเสียชุมชนเป็นภารกิจสำคัญตามนโยบายรัฐบาล (Agenda) โดยมีเป้าหมายบำบัดน้ำเสียจากชุมชนให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานน้ำทิ้งชุมชนก่อนปล่อยสู่แหล่งสาธารณะ และได้มอบหมายให้องค์การจัดการน้ำเสีย มีอำนาจหน้าที่ในการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 105 แห่ง และแผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชนระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ส่วนราชการได้รับทราบแนวคิดในการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนขององค์การจัดการน้ำเสี เพื่อนำไปเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินงานจัดการและแก้ไขปัญหาน้ำเสียชุมชนของประเทศไทยให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนงานยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20ปี (พ.ศ. 2561-2580)

เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2563 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียขององค์การจัดการน้ำเสียให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจขององค์กรในการแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำของประเทศ ให้สามารถเข้าดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ มีส่วนสำคัญในการเร่งรัดการพัฒนาระบบบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศให้ดำเนินไปอย่างมีมาตรฐานมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการป้องกันแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตชองประชาชน เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของประเทศได้อย่างทันสถานการณ์

องค์การจัดการน้ำเสีย ได้พิจารณาเกี่ยวกับภารกิจบทบาทและหน้าที่ และนโยบายของรัฐบาล จึงได้จัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 -2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) โดยครอบคลุมทุกส่วนลูกค้าและตลาดในปัจจุบันและตลาดในอนาคต เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ผ่านกระบวนการจำแนกลูกค้า การรับฟังความคิด ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า เพื่อนำสารสนเทศมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนนวัตกรรมต่างๆ สำหรับสนับสนุนลูกค้าการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และการบริหารจัดการข้อร้องเรียนขององค์การจัดการน้ำเสีย

องค์การจัดการน้ำเสีย
สิงหาคม 2569

บทสรุปผู้บริหาร

องค์การจัดการน้ำเสีย (Wastewater Management Authority : WMA) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงมหาดไทย จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การจัดการน้ำเสีย เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 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 องค์การจัดการน้ำเสียจึงได้จัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 – 2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ครอบคลุมข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ เช่น ข้อมูลองค์กร ข้อมูลลูกค้าและตลาด ความต้องการ ความคาดหวังของมีลูกค้าและตลาดที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมกำหนดเป็นยุทธศาสตร์กลยุทธ์ โครงการและกิจกรรมในการดำเนินการ

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ เชื่อมโยง แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาดขององค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) ดังนี้

<u>วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1</u> **เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน**

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 1</u> เพิ่มขีดความสามารถการก่อสร้างและการลงทุน

กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 2</u> พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 3</u> พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

<u>แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด</u>

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียและ
พัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าทั่วประเทศ

เป้าหมาย : เพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ และให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการได้ตรงเป้าหมาย

ตัวชี้วัด : 1. จำนวนการจัดทำบันทึกข้อตกลงร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามเป้าหมาย จำนวน 10 แผนงาน

2. จำนวนแผนงานการให้บริการและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 1 แผนงาน

3. จำนวนองค์ความรู้ นวัตกรรมที่สนับสนุน จำนวน 3 แผนงาน

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 1</u> เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 1.1.1 การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าเดิมและรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 1.1.2 การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาด และเพิ่มรายได้จากการจากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

<u>ยุทธศาสตร์ที่</u> 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.1.1 การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.2.1 การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

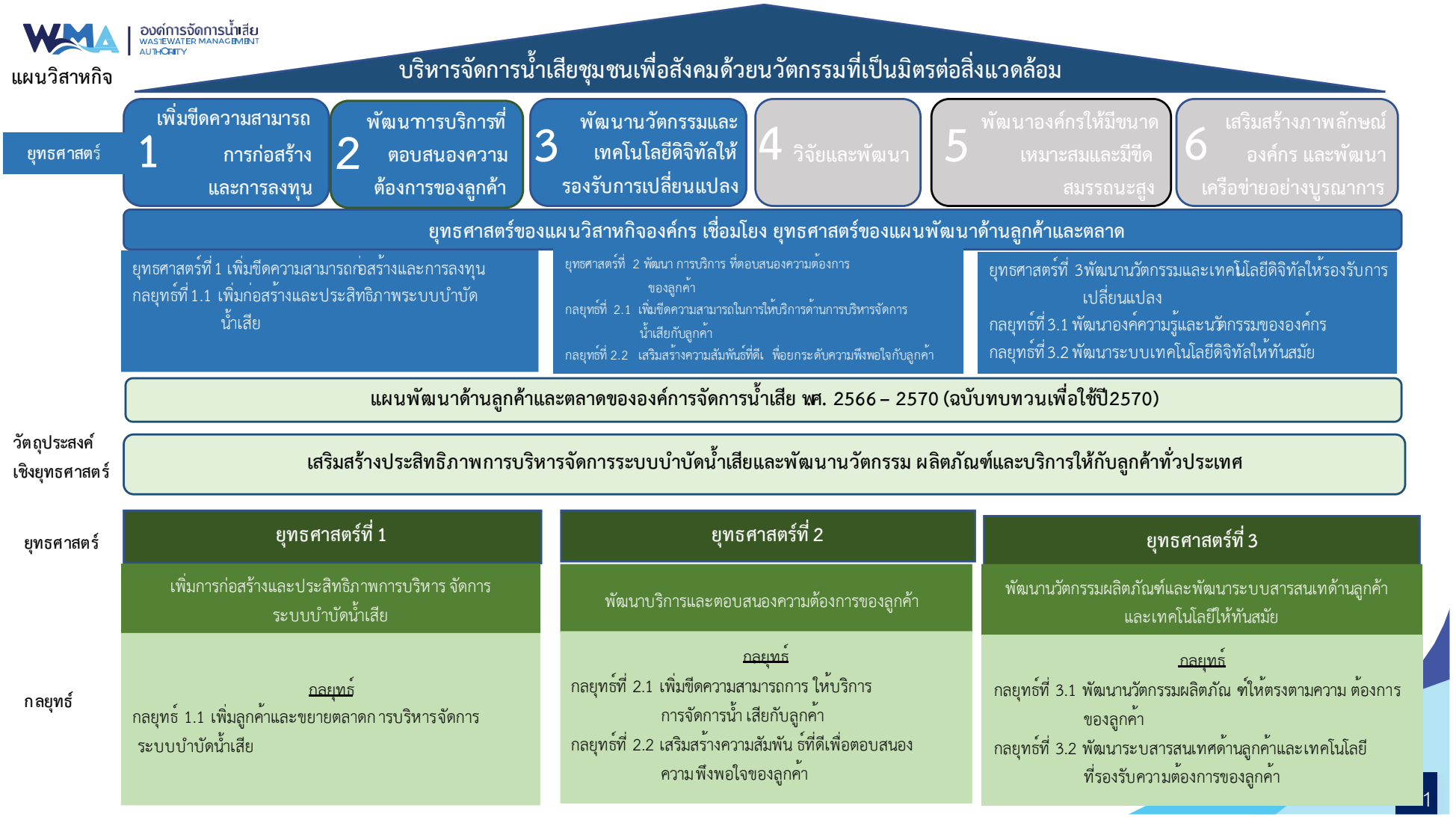
<u>ยุทธศาสตร์ที่ 3</u> พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

กิจกรรมที่ 3.1.1 การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

กิจกรรมที่ 3.2.1 การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า


องค์การจัดการน้ำเสีย
WASTEWATER MANAGEMENT AUTHORITY
แผนวิสาหกิจ
บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ยุทธศาสตร์
1 เพิ่มขีดความสามารถการก่อสร้างและการลงทุน
2 พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
3 พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง
4 วิจัยและพัฒนา
5 พัฒนาองค์กรให้มีขนาดเหมาะสมและมีขีดสมรรถนะสูง
6 เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร และพัฒนาเครือข่ายอย่างบูรณาการ
ยุทธศาสตร์ของแผนวิสาหกิจองค์กร เชื่อมโยง ยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด
ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถก่อสร้างและการลงทุน
กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย
ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนา การบริการ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า
กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเ พื่อยกระดับความพึงพอใจกับลูกค้า
ยุทธศาสตร์ที่ 3พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง
กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร
กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย
แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาดขององค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี2570)
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าทั่วประเทศ
ยุทธศาสตร์
ยุทธศาสตร์ที่ 1
เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหาร จัดการระบบบำบัดน้ำเสีย
ยุทธศาสตร์ที่ 2
พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า
ยุทธศาสตร์ที่ 3
พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย
กลยุทธ์
กลยุทธ์
กลยุทธ์ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดก ารบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย
กลยุทธ์
กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการ ให้บริการการจัดการน้ำ เสียกับลูกค้า
กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพัน ธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า
กลยุทธ์
กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณ ฑ์ให้ตรงตามความ ต้องการของลูกค้า
กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า

องค์การจัดการน้ำเสีย WASTEWATER MANAGEMENT AUTHORITY

ความเชื่อมโยงกับแผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)

แผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)

SO1 เสริมสร้างประสิทธิภารพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

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

แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาดขององค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)

SO เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าทั่วประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศเทคโนโลยีด้านลูกค้าให้ทันสมัย

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ 1
เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กิจกรรม

1.1 การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าเดิม และเพิ่มรายได้จาก

1.2 การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหาร จัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ 2
พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กิจกรรม

1. การฝึกอบรมเพิ่มทักษะ ความรู้ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำ เสียให้กับ ลูกค้า

กลยุทธ์ที่2.2เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

กิจกรรม

1. การประชุมฯเพื่อบริหาร ความสัมพันธ์กับลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3
พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

กลยุทธ์ที่3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

กิจกรรม

1. การเข้ารับฟังความต้องกา ผลิตภัณฑ์ ของลูกค้า

กลยุทธ์ที่3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

กิจกรรม

1. การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบ สารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความ ต้องการของ ลูกค้า

1

การจัดลำดับความสำคัญของ SWOT

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย ทั้งที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ด้านลูกค้าในทุกประเด็น แล้วนำมาให้คะแนนและน้ำหนักความสำคัญ สามารถสรุป SWOT ของลูกค้า ได้ดังนี้

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นจุดแข็ง (Strengths : S)

ลำดับ	รหัส	จุดแข็ง (Strengths : S)
1	S2	ได้รับความร่วมมือจาก องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและควบคุมและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย
2	S1	ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
3	S3	พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐานและด้านบริการ
4	S4	มีเครือข่ายและพันธมิตรที่ดีในการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย 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	มีการขยายเขตพื้นจัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ
2	O3	องค์การจัดการน้ำเสียมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ ที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำไปปรับใช้ในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย
3	O2	องค์การจัดการน้ำเสีย สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่งเศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวได้เช่น เทศบาลนครแม่สอด และอบต.อ่าวนางเกาะพีพี จ.กระบี่

การจัดลำดับอุปสรรค (Threats: T)

ตาราง สรุปการจัดลำดับความสำคัญประเด็นอุปสรรค (Threats: T)

ลำดับ	รหัส	อุปสรรค (Threats: T)
1	T2	แนวท่อรวบรวมน้ำเสียไม่ครอบคลุมในเขต องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
2	T1	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถที่จะดำเนินงานด้านสาธารณูปโภคในพื้นที่เอง

<u>ปัจจัยนำเข้า</u>

จุดแข็ง

1.องค์การจัดการน้ำเสียมีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียโดยตรงส่งผลให้สามารถติดต่อประสานกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงทำให้ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

2.พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3.คุณสมบัติของพนักงานตรงตามที่ องค์การจัดการน้ำเสีย ระบุไว้ในข้อบังคับ องค์การจัดการน้ำเสีย ที่ 57

จุดอ่อน

1.โครงสร้างอัตรากำลัง

2.ระเบียบข้อบังคับ องค์การจัดการน้ำเสียที่ 57 ว่าด้วย การจัดแบ่งส่วนฯ พ.ศ. 2554

โอกาส

1.การจัดทำบันทึกทำข้อตกลงร่วม (MOA) ระหว่าง องค์การจัดการน้ำเสีย และ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ภัยคุกคาม/อุปสรรค

1. งบประมาณที่ได้รับจัดสรร

สรุปการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าและตลาด

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	**การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด**
ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นด้านลูกค้าและตลาด (CM) ที่สำคัญ (จากแบบสำรวจประจำปี 2569)	
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 2569)	
1. มีเครือข่ายพันธมิตร เพื่อขยายขอบเขตการดำเนินการอย่างบูรณาการ	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1 การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
2. เป็นหน่วยงานหลักที่ดำเนินการด้านการจัดการน้ำเสียของประเทศ	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1.การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
3. เพิ่มการรับรู้ด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
4. การบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
5. การพัฒนาการฝึกอบรม	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
6. ส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
7. เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1 การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าการประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นด้านลูกค้าและตลาด (CM) ที่สำคัญ (จากแบบสำรวจประจำปี 2569)	
1. มีสวนสาธารณะเพื่อใช้ประโยชน์ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสีย	**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
3. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	**ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย** กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า 1. การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย 1. การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	1
บทสรุปผู้บริหาร	2-11
บทที่ 1 บทนำ	12-22
- วิสัยทัศน์	
- พันธกิจ	
- ค่านิยมองค์กร	
- วัฒนธรรมองค์กร	
- แผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย	
- กรอบหรือแนวทางการกำกับดูแล	
- โครงสร้างการบริหารงาน	
- กระบวนการหลักและกระบวนการสนับสนุน	
- กระบวนการดำเนินงานครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของ องค์การจัดการน้ำเสีย	
- กระบวนการสนับสนุนขององค์กร	
- ความเป็นมาของการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด	
- และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด	
บทที่ 2 สารสนเทศตลาดและลูกค้า	23-35
- สารสนเทศการตลาด	
- น้ำเสียชุมชนในประเทศไทย	
- ระบบบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนในประเทศไทย	
- แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในประเทศไทย	
- สารสนเทศลูกค้าขององค์การจัดการน้ำเสีย	
- พื้นที่องค์การจัดการน้ำเสียให้บริการตามภูมิศาสตร์ประเทศไทย	
- พื้นที่การดำเนินงานของ องค์การจัดการน้ำเสีย แบ่งกลุ่มลูกค้าเป็น 2 แบบ	
- รูปแบบที่ 1 ลูกค้าเชิงพาณิชย์	
- รูปแบบที่ 2 ลูกค้าเชิงสังคม	
- สารสนเทศสื่อออนไลน์	
บทที่ 3 สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน	36-46
- การวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า (7s McKenzie Framework Model , PESTEL Analysis , 5 Forces Model)	
- คู่แข่งขันทางธุรกิจขององค์การจัดการน้ำเสีย	
- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของการตลาดการจัดการน้ำเสีย	

บทที่ 4 การจำแนกลูกค้า และการกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย 47-65
- กลไกลสำคัญที่ใช้ในการจำแนกกลุ่มลูกค้าและตลาด ทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
- การจำแนกลูกค้า
- เกณฑ์การจำแนกกลุ่มลูกค้าและตลาด
- พฤติกรรมลูกค้า
- แนวทางการจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า
- กลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน แบ่งตามภูมิศาสตร์
- กลุ่มลูกค้าในอนาคต
- วงจรชีวิตลูกค้า
- กำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายในอนาคต
บทที่ 5 การวิเคราะห์ SWOT ด้านลูกค้าและตลาด 66-74
- การวิคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ด้านลูกค้าและตลาด
- การจัดลำดับความสำคัญของ SWOT
- การวิเคราะห์ Fact Based ของ SWOT ลูกค้าและตลาด
- สมรรถนะหลักด้านลูกค้า
- ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantages : SA)
- ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges : SC)
- วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective : SO)
บทที่ 6 ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) 75-82
- ความเชื่อมโยงแผนวิสาหากิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) กับแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)
บทที่ 7 การกำหนดช่องทางในการให้บริการลูกค้า 83-92
- การรับฟังลูกค้า
- การจัดการข้อร้องเรียน
- ช่องทางการสนับสนุนลูกค้า
- ช่องทางของการสำรวจความคิดเห็น และการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความต้องการ ความคาดหวัง
- การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

บทที่ 8 การวิเคราะห์สารสนเทศลูกค้า เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ลูกค้าและตาด 93-99
และปรับปรุงกระบวนการทำงาน
บทที่ 10 การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ 100-111
- นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์
- นโยบายด้านการปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการขององค์การจัดการน้ำเสีย
- การแบ่งกลุ่มลูกค้า ผลิตภัณฑ์และบริการ
- ข้อมูลลูกค้าที่รับบริการและบริหารระบบบำบัดน้ำเสีย (อปท.)ที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย
- ข้อมูลลูกค้าที่มีผลิตภัณฑ์และบริการ(ออกแบบก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย (อปท.)ที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย
- สรุปผลสำรวจด้านนวัตกรรมในปีพ.ศ.2569 ความต้องการด้านนวัตกรรม
- ด้านการบริการที่องค์การจัดการน้ำเสีย อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า
- SIPOC ด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม แลบริการ

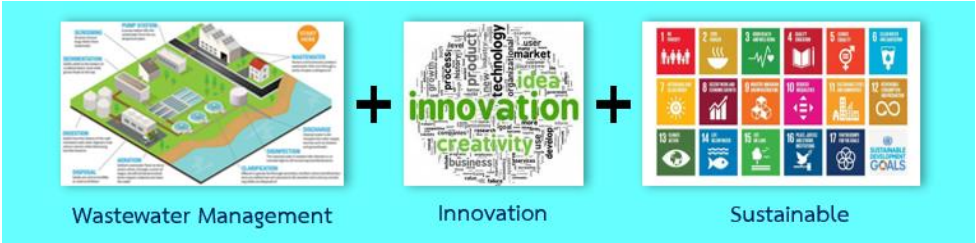
ภาคผนวก

- ประกาศคณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย เรื่องนโยบายด้านปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการขององค์การจัดการน้ำเสีย
- ประกาศคณะกรรมการองค์การน้ำเสีย เรื่องนโยบายตลาดที่เป็นธรรมอย่างยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสีย
- SIPOC ทบทวนกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดขององค์การจัดการน้ำเสีย
- SIPOC การจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด
- SIPOC การรับฟังลูกค้า
- SIPOC การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
- SIPOC การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า (อปท.)
- แนวทางการจำแนกกลุ่มลูกค้าและจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า
- แผนยาวและแผนสั้นแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 และ พ.ศ.2570
- แบบสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าองค์กร ประจำปีงบประมาณ 2569

บทที่ 1
บทนำ

1.วิสัยทัศน์ (Vision)

บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ตารางที่ 1–1 รายละเอียดวิสัยทัศน์ขององค์กร

วิสัยทัศน์	วัตถุประสงค์	ผลการดำเนินงาน	เป้าหมายปี พ.ศ. 2566 - 2570
1. บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคม*	เพื่อบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมให้ได้ตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน	(ดูตารางย่อยด้านล่าง)	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
2. ด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	เพื่อนำนวัตกรรมที่มิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียในทุกพื้นที่ที่องค์การจัดการน้ำเสียดำเนินการ	(ดูตารางย่อยด้านล่าง)	3. ก่อสร้างศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพิ่มขึ้น 10 ระบบต่อปี

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			

ปีงบประมาณ	จำนวนนวัตกรรม
2566	-
2567	-
2568	10
2569	10
2570	10

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

หมายเหตุ: ** การคำนวณปริมาณน้ำเสียที่บำบัดได้ เกิดจากปริมาณน้ำเสีย 2 ส่วนรวมกัน คือ 1) องค์การจัดการน้ำเสียเป็นผู้ดำเนินการ 2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการฝึกอบรมเทคนิคการเดินระบบบำบัดน้ำเสียจากองค์การจัดการน้ำเสียเป็นผู้ดำเนินการ

2.พันธกิจ

1) ออกแบบ ก่อสร้าง และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
2) ปรับปรุงฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
3) การให้บริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ
4) การพัฒนานวัตกรรมระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

3. ค่านิยมองค์กร

มุ่งมั่นผลสัมฤทธิ์ จิตบริการ เชี่ยวชาญในหน้าที่

ตารางที่ 3-1 คำนิยาม/คำจำกัดความของค่านิยมองค์กร

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

4. วัฒนธรรมองค์กร

องค์การจัดการน้ำเสีย ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสาธารณะ สร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมทั้งเน้นให้บุคลากรขององค์กรเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุด

แผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)

วิสัยทัศน์/Vision

บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



พันธกิจ/Mission

1. การออกแบบ ก่อสร้าง และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
2. การปรับปรุงฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
3. การให้บริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพใน เชิงเศรษฐกิจ
4. การพัฒนานวัตกรรมระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์/Strategic Objectives

SO1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

SO2 ส่งเสริมและพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กร

SO3 พัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4	ยุทธศาสตร์ที่ 5	ยุทธศาสตร์ที่ 6
เพิ่มขีดความสามารถการก่อสร้างและการลงทุน	พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง	วิจัยและพัฒนา	พัฒนาองค์กรให้มีขนาดเหมาะสมและมีขีดสมรรถนะสูง	เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและพัฒนาเครือข่ายอย่างบูรณาการ
กลยุทธ์ 1: เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย	กลยุทธ์ 3: เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า	กลยุทธ์ 5: พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร	กลยุทธ์ 7: ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร	กลยุทธ์ 9: ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและอัตรากำลังให้มีความเหมาะสม	กลยุทธ์ 12: เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง
กลยุทธ์ 2: ร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน	กลยุทธ์ 4: เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า	กลยุทธ์ 6: พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย	กลยุทธ์ 8: พัฒนากระบวนการบริหารจัดการน้ำเสียตามหลักเศรษฐกิจแบบองค์รวม (Bio-Circular-Green Economy: BCG)	กลยุทธ์ 10: ส่งเสริมกระบวนการปฏิบัติงานการจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบ	กลยุทธ์ 13: พัฒนาเครือข่าย และการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)
				กลยุทธ์ 11: พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	

5. กรอบหรือแนวทางการกำกับดูแล (Governance)

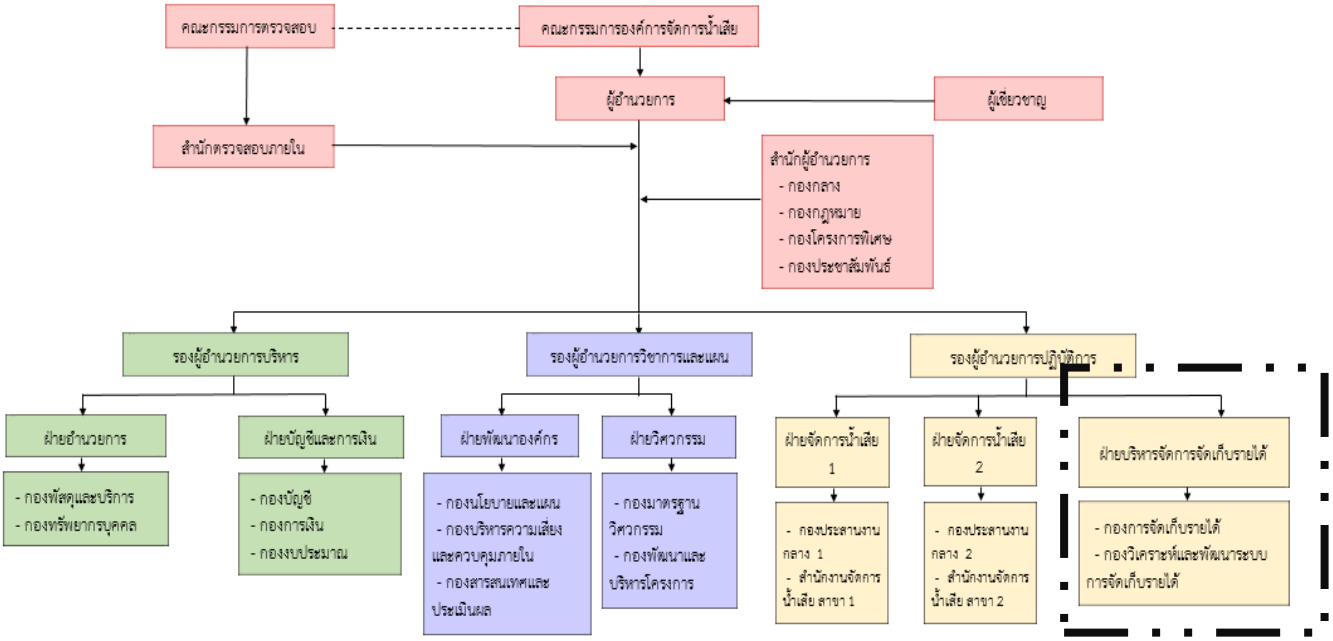
5.1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี

องค์การจัดการน้ำเสีย ยึดมั่นการบริการจัดการตามหลักการกำกับดูแลที่ดี มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทุกกลุ่ม การกำกับดูแลองค์การจัดการน้ำเสีย (องค์การจัดการน้ำเสีย) เป็นรัฐวิสาหกิจด้านสาธารณูปการที่มุ่งเน้นด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมทางน้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ภายใต้การบริหารจัดการองค์กรด้านนโยบายการกำกับดูแลที่ดีตามหลักธรรมาภิบาลด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม อันเป็นการเสริมสร้างการมีศักดิ์ศรีของการเป็นหน่วยงานภาครัฐ พร้อมทั้งสร้างความไว้วางใจและศรัทธาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ องค์การจัดการน้ำเสีย ได้มุ่งเน้นหลักสำคัญเรื่องการรับผิดชอบและความสำนึกในหน้าที่การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความโปร่งใส การสร้างมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมพัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ดีรวมทั้งการมีส่วนร่วม โดยมีแนวทางปฏิบัติที่ดีครอบคลุมการบริหารงานสำคัญในทุกด้านขององค์กรเพื่อให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล องค์การจัดการน้ำเสีย จึงได้ประกาศเจตนารมณ์และความมุ่งมั่น ในการให้คณะผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานทุกคนในองค์กรพึงยึดถือนโยบายการกำกับดูแลที่ดีเป็นจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร อันจะเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรสืบต่อไป หลักสำคัญของการกำกับดูแลที่ดีอันเป็นมาตรฐานสากล 7 ประการที่องค์การจัดการน้ำเสีย ยึดถือเป็นหลักสำคัญในการดำเนินนโยบายการกำกับดูแลที่ดี ได้แก่

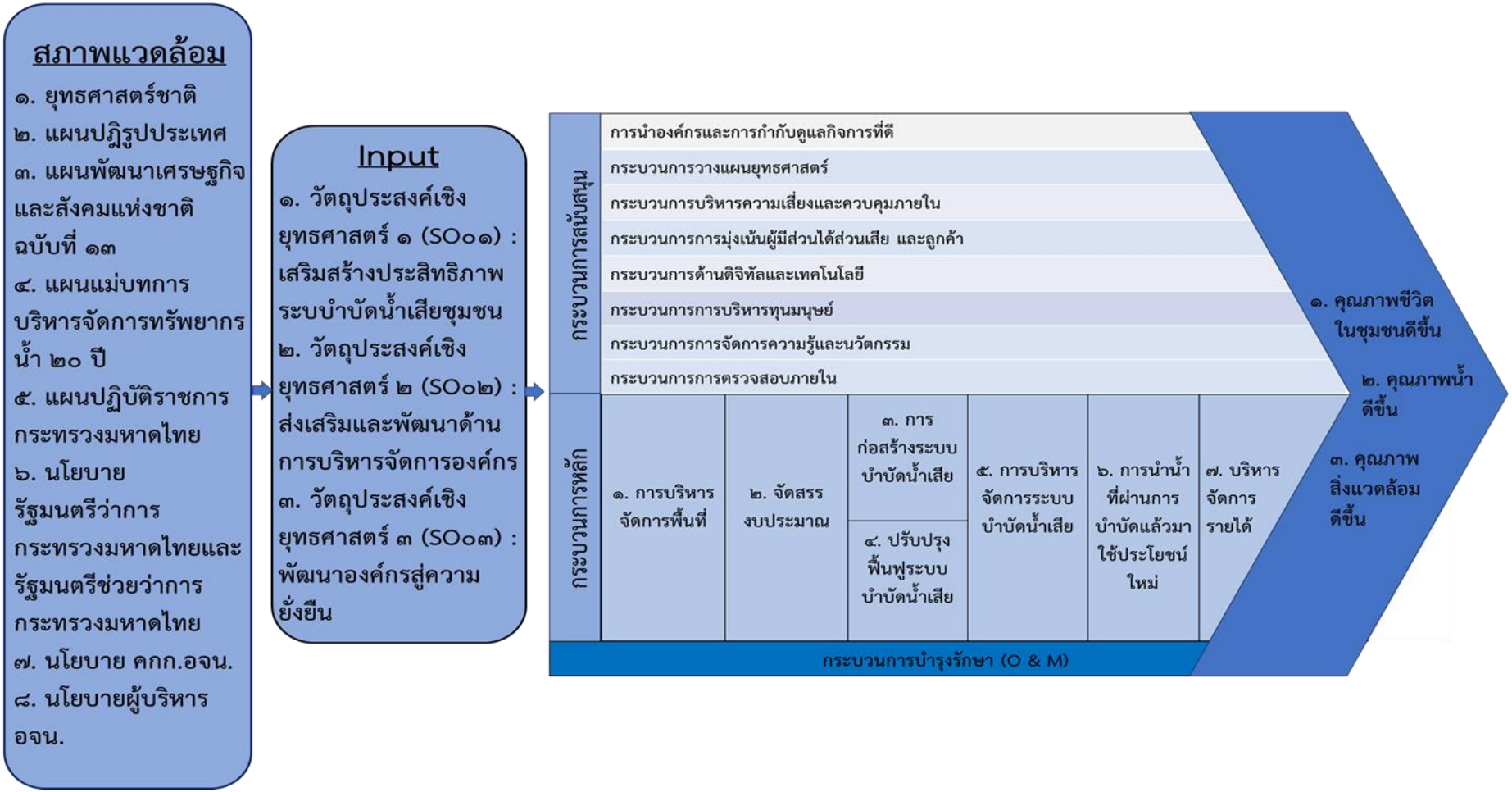
1. การรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ Accountability
2. ความสำนึกในหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ Responsibility
3. การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยสุจริต Equitable Treatment
4. ความโปร่งใส Transparency
5. การสร้างมูลค่าเพิ่มก่องค์กร Value Creation
6. การส่งเสริมและพัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ดี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

6. โครงสร้างการบริหารงาน

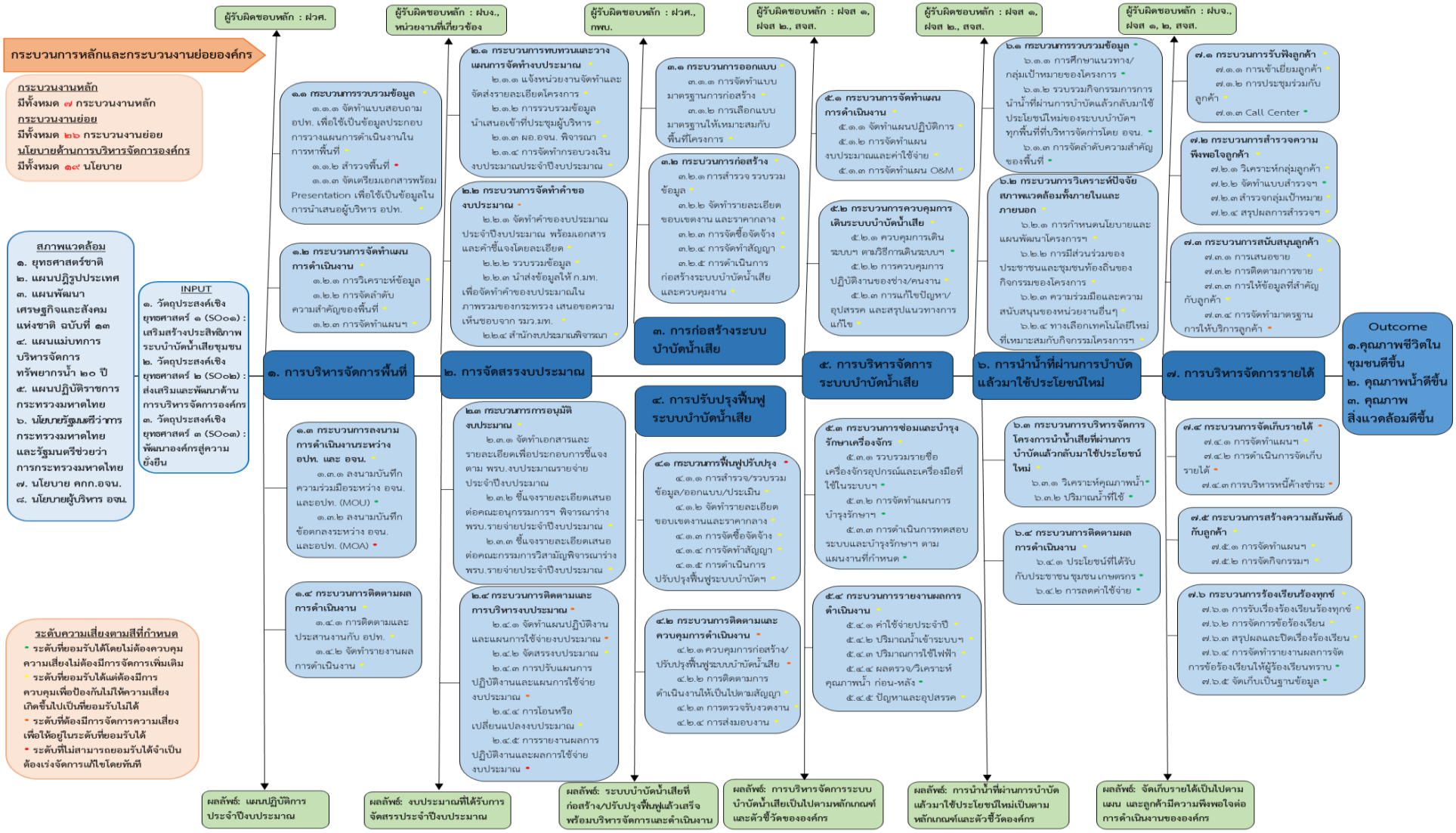
องค์การจัดการน้ำเสีย แบ่งส่วนงานและกำหนดอำนาจหน้าที่ตามโครงสร้างการบริหารงาน ของ องค์การจัดการน้ำเสีย ซึ่งประกอบด้วย สายงานระดับ ผอ.องค์การจัดการน้ำเสีย รอง ผอ.องค์การจัดการน้ำเสีย 3 สายงาน คือ รผอ.องค์การจัดการน้ำเสีย (บร.) รผอ.องค์การจัดการน้ำเสีย (วผ.) รผอ.องค์การจัดการน้ำเสีย (ปก.)



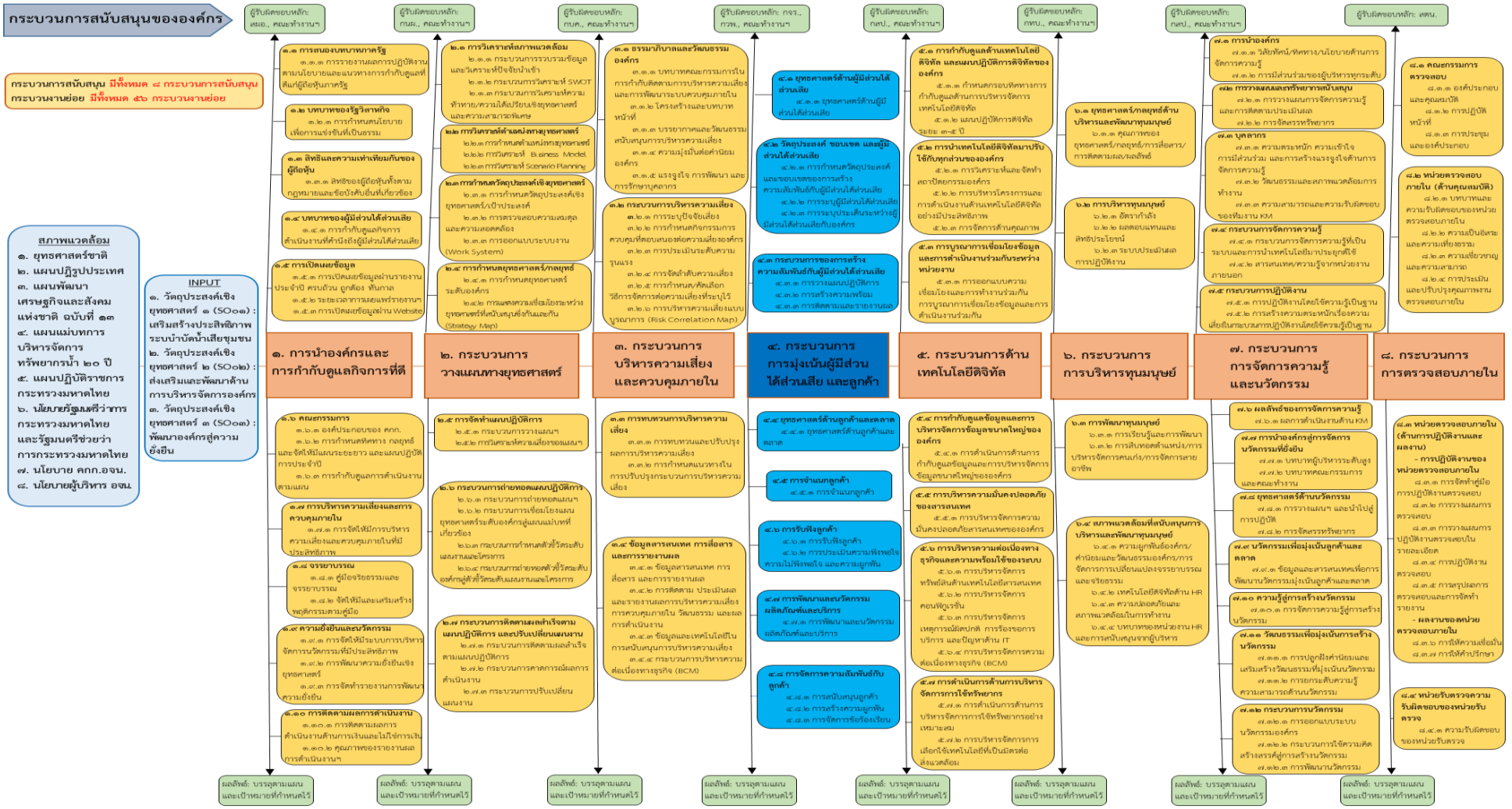
กระบวนการหลักและกระบวนการสนับสนุน



7. กระบวนการดำเนินงานครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของ องค์การจัดการน้ำเสีย



8. กระบวนการสนับสนุนขององค์กร



9. ความเป็นมาของการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด

องค์การจัดการน้ำเสีย (Wastewater Management Authority : WMA) เป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การจัดการน้ำเสีย เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2538 มีภารกิจ **"การจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมสำหรับการจัดการน้ำเสียภายในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย การให้บริการรับบริหารหรือจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย และบริการรับบริหารหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ"**

แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด ขององค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) จัดทำขึ้นเพื่อให้เป็นกรอบทิศทางการดำเนินงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ขององค์การจัดการน้ำเสีย สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบัน ซึ่งครอบคลุมข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ เช่น ข้อมูลองค์กร แผนวิสาหกิจขององค์กร รายละเอียดด้านลูกค้าและตลาด (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ขององค์กรที่ผ่านมา ความต้องการและความคาดหวังทั้งเชิงบวกและเชิงลบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อองค์กร ผลการดำเนินงานขององค์กรที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงของนโยบาย กฎหมาย/กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SGGs) สมรรถนะหลักขององค์กร กรอบหรือแนวทางการกำกับดูแล ระบบงานและกระบวนการที่สำคัญ เป็นต้น โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ แล้วกำหนดเป็น จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส ภัยคุกคาม เพื่อเข้าสู่การระบุความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบ เชิงยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการและกิจกรรมในการดำเนินการ

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของด้านลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงองค์การจัดการน้ำเสีย จึงได้จัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด โดยมุ่งหวังให้เป็นแนวทางดำเนินงานอย่างเป็นระบบในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศอันนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงความยั่งยืนขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ

องค์การจัดการน้ำเสียจึงต้องทราบความสัมพันธ์ระหว่างภารกิจองค์กรและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า) ในเชิงผลกระทบและประเด็นที่เกี่ยวโยงระหว่างกันทั้งด้านบวกและลบ เพื่อนำไปใช้และปรับปรุงระบบการจัดการภารกิจองค์กรซึ่งจำต้องมีที่มาของกรอบการดำเนินงานขององค์กร โดยต้องมีการบริหารจัดการที่เรียกว่าการเชื่อมโยงลูกค้าอย่างเป็นกระบวนการ เพื่อนำไปสู่การลดผลกระทบเชิงลบและสร้างผลกระทบเชิงบวกระหว่างองค์กรและลูกค้า อันจะนำไปสู่ความร่วมมือและการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างองค์กรกับลูกค้า เช่น ลูกค้าที่ต้องการความพอใจในสินค้าที่ซื้อ คู่ค้ายินดีร่วมในการประกอบธุรกิจ พนักงานยินดีปฏิบัติงานกับองค์การจัดการน้ำเสีย การได้รับการยอมรับจากสังคมและชุมชน

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินภารกิจองค์การจัดการน้ำเสีย ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าจึงเป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ทิศทาง แผนการดำเนินงาน และแนวทางในการพัฒนาองค์การจัดการน้ำเสีย เพื่อให้ผลการดำเนินงานสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและตลาดได้อย่างครบถ้วน

9.1 วัตถุประสงค์การจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 ขององค์การจัดการน้ำเสีย (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2570

1. เพื่อเป็นกรอบและแนวทางการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาดขององค์การจัดการน้ำเสีย

2. เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพการบริการให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น)

3. เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ ความต้องการ และความมุ่งหวังของลูกค้า รวมถึงทัศนคติที่มีต่อการบริการของ องค์การจัดการน้ำเสียดำเนินการอยู่ในปัจจุบันและในอนาคต

4. เพื่อทบทวนและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาด เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

9.2 ขั้นตอนและกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 – 2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2570

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

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

1. คณะทำงาน Enable ด้าน 4 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าให้ความเห็นชอบในการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2570

2. คณะอนุกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ความเห็นชอบแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2570

3. คณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย รับทราบ แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2570

9.4 การติดตาม และการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด เพื่อทบทวนและปรับปรุงกระบวนการ

องค์การจัดการน้ำเสีย มีกระบวนการติดตามผลอย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่องเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานของแต่ละแผนงานโครงการให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด 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 แหล่งรองรับน้ำสามารถฟื้นฟูได้เองตามกระบวนการธรรมชาติและยังไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพแหล่งน้ำ และมีปริมาณน้ำเสีย 2.70 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.50 จะถูกบำบัดโดยระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนรวมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 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

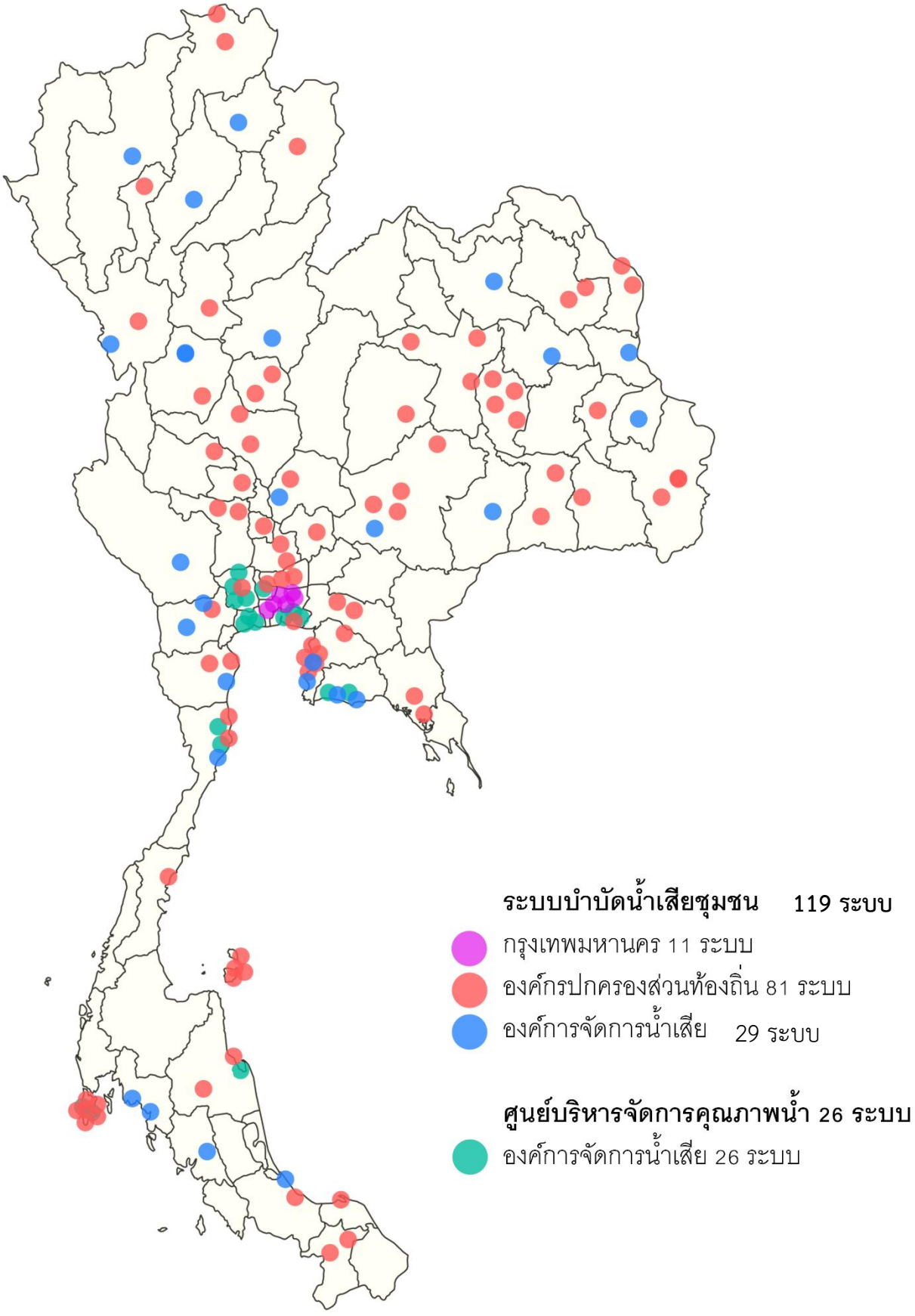
ตารางแสดงจำนวนระบบบำบัดน้ำเสียรวมชุมชนแยกตามขนาด

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 สารสนเทศของลูกค้าขององค์การจัดการน้ำเสีย

2.2.1 พื้นที่ที่องค์การจัดการน้ำเสียให้บริการตามภูมิศาสตร์ประเทศไทย

องค์การจัดการน้ำเสีย ได้ทำข้อตกลงการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมระยะเวลา 15 ปี ร่วมกับ อปท.ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2554 ถึง 2570 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	เทศบาลเมืองไร่ขิง
6	เทศบาลตำบลสามควายเผือก	19	เทศบาลเมืองใหม่บางบัวทอง
7	เทศบาลเมืองสามพราน	20	เทศบาลตำบลบางพลี
8	เทศบาลตำบลอ้อมใหญ่	21	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย
9	องค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน	22	เทศบาลเมืองแพรกษา
10	องค์การบริหารส่วนตำบลลำโพ	23	เทศบาลตำบลปลายบาง
11	เทศบาลเมืองบางคูรัด	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

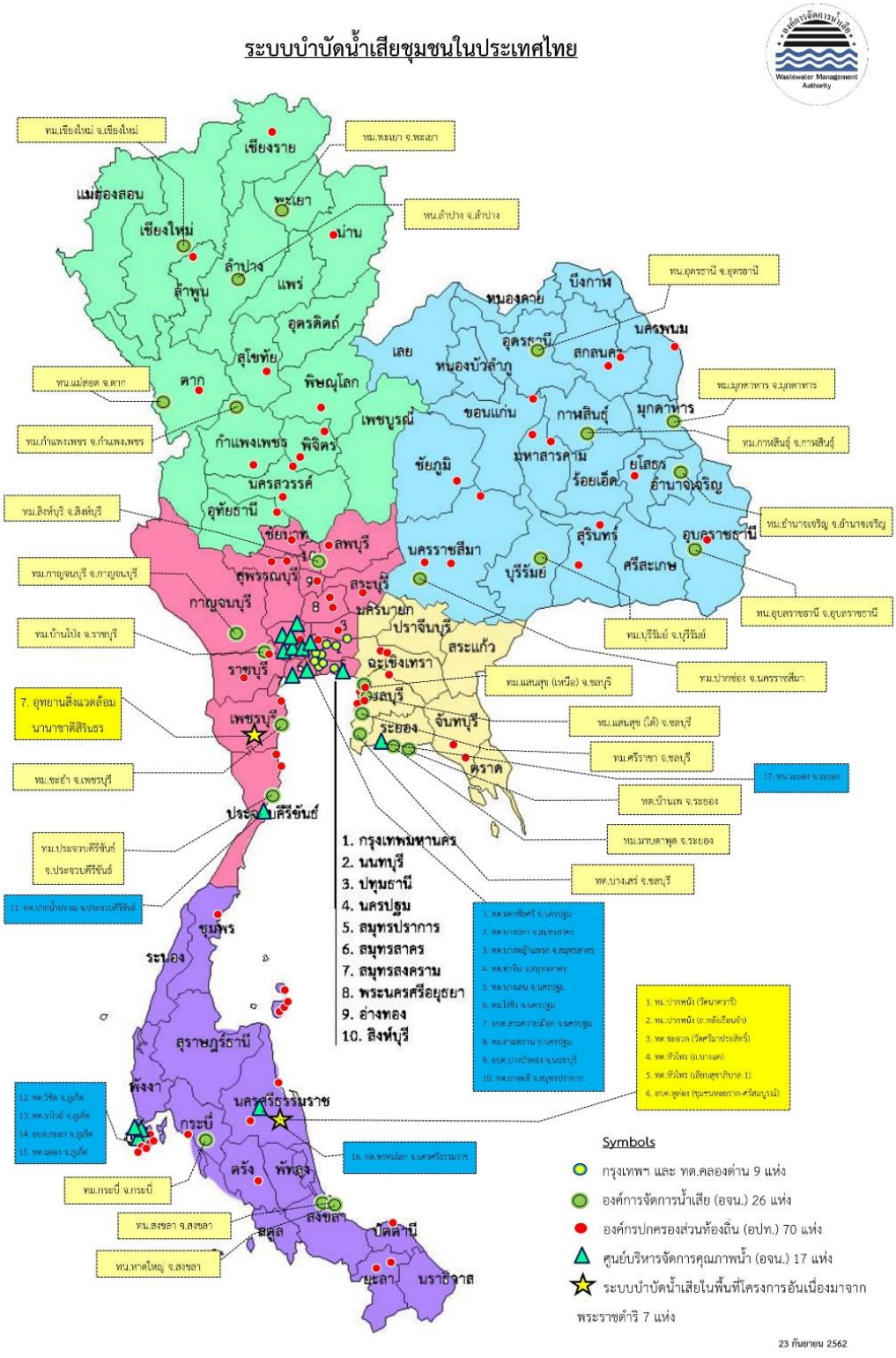
ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล	ลำดับที่	พื้นที่เทศบาล
1	เทศบาลเมืองศรีราชา	6	เทศบาลตำบลบ้านฉาง
2	เทศบาลตำบลบ้านเพ	7	เทศบาลตำบลนาจอมเทียน
3	เทศบาลตำบลบางเสร่	8	เทศบาลนครอุบลราชธานี
4	เทศบาลเมืองมาบตาพุด	9	เทศบาลเมืองสุรินทร์
5	เทศบาลนครระยอง	10	เทศบาลตำบลบ้านบึง

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	เทศบาลเมืองปากพนัง (บริเวณหลังเรือนจำ)
3	องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง จ.กระบี่	12	เทศบาลเมืองปากพนัง (บริเวณโรงเรียนเทศบาลวัดนาควารี)
4	เทศบาลตำบลราไวย์	13	เทศบาลตำบลหัวไทร (บริเวณถนนสุขาภิบาล 1)
5	เทศบาลตำบลวิชิต	14	เทศบาลตำบลหัวไทร (บริเวณหลังตลาดสดถนนบางแค)
6	องค์การบริหารส่วนตำบลกมลา	15	เทศบาลตำบลหัวไทร(บริเวณหลังตลาดสดถนนบางแค)
7	เทศบาลตำบลฉลอง	16	องค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง (บริเวณชุมชนหอยราก-ศรีสมบูรณ์)
8	เทศบาลตำบลปากน้ำปราณ	17	มูลนิธิอุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร
9	เทศบาลนครตรัง		


ระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในประเทศไทย
Wastewater Management Authority
ทม.เชียงใหม่ จ.เชียงใหม่
ทม.พะเยา จ.พะเยา
ทน.ลำปาง จ.ลำปาง
ทน.อุดรธานี จ.อุดรธานี
ทน.แม่สอด จ.ตาก
ทม.มุกดาหาร จ.มุกดาหาร
ทม.กำแพงเพชร จ.กำแพงเพชร
ทม.กาฬสินธุ์ จ.กาฬสินธุ์
ทม.สิงห์บุรี จ.สิงห์บุรี
ทม.อำนาจเจริญ จ.อำนาจเจริญ
ทม.กาญจนบุรี จ.กาญจนบุรี
ทน.อุบลราชธานี จ.อุบลราชธานี
ทม.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี
ทม.บุรีรัมย์ จ.บุรีรัมย์
ทม.แสนสุข (เหนือ) จ.ชลบุรี
ทม.ปากช่อง จ.นครราชสีมา
ทม.แสนสุข (ใต้) จ.ชลบุรี
ทม.ศรีราชา จ.ชลบุรี
ทม.ชะอำ จ.เพชรบุรี
ทต.บ้านเพ จ.ระยอง
ทม.มาบตาพุด จ.ระยอง
ทม.ประจวบคีรีขันธ์ จ.ประจวบคีรีขันธ์
ทต.บางแสร์ จ.ชลบุรี
ทม.กระบี่ จ.กระบี่
ทน.สงขลา จ.สงขลา
ทน.หาดใหญ่ จ.สงขลา
7. อุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร
1. กรุงเทพมหานคร
2. นนทบุรี
3. ปทุมธานี
4. นครปฐม
5. สมุทรปราการ
6. สมุทรสาคร
7. สมุทรสงคราม
8. พระนครศรีอยุธยา
9. อ่างทอง
10. สิงห์บุรี
Symbols
กรุงเทพฯ และ ทต.คลองด่าน 9 แห่ง
องค์การจัดการน้ำเสีย (อจน.) 26 แห่ง
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) 70 แห่ง
ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ (อจน.) 17 แห่ง
ระบบบำบัดน้ำเสียในพื้นที่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ 7 แห่ง
23 กันยายน 2562

2.2.2 พื้นที่การดำเนินงานของ องค์การจัดการน้ำเสีย จะแบ่งกลุ่มลูกค้า เป็น 2 รูปแบบ

รูปแบบที่ 1 ลูกค้าเชิงพาณิชย์ หมายถึง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/เทศบาลจะจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบฯ ให้กับองค์การจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง รวมทั้งองค์การจัดการน้ำเสียสนับสนุนให้เทศบาลที่มีความพร้อมในการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสียประกาศเทศบัญญัติจัดเก็บค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสีย เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบฯ ของเทศบาล โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าที่ องค์การจัดการน้ำเสียบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

องค์การจัดการน้ำเสียจึงได้จัดทำแผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างเต็มรูปแบบ ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียแต่ไม่สามารถบริหารจัดการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นรูปแบบการบริหารจัดการแบบใหม่มีระยะเวลา 15 ปี เพื่อให้ระบบบำบัดน้ำเสียสามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน โดยการจัดทำข้อตกลงการให้บริการและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมอย่างเต็มรูปแบบระยะเวลา 15 ปีร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

โดยในปีแรก องค์การจัดการน้ำเสียจะขอจัดสรรงบประมาณเพื่อปรับปรุงฟื้นฟูระบบให้สามารถกลับมาใช้งานได้ตามปกติ

ในปีที่สอง จนครบ 15 ปี องค์การจัดการน้ำเสียจะเข้าดำเนินงานบริหารจัดการระบบฯ ให้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/เทศบาลจะจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระ บบฯ ให้กับองค์การจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง รวมทั้งองค์การจัดการน้ำเสียสนับสนุนให้เทศบาลที่มีความพร้อมในการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียตามประกาศเทศบัญญัติของเทศบาล เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบฯ ของเทศบาล และองค์การจัดการน้ำเสียได้สร้างองค์ความรู้ต่างๆ เรื่องการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อให้สามารถดำเนินงานต่อไปอย่ างมีประสิทธิภาพได้เมื่อสิ้นสุดโครงการ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จัดทำข้อตกลงการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมระยะเวลา 15ปี ร่วมกับองค์การจัดการน้ำเสียตั้งแต่ปีงบประมาณ 2554 ถึง 2569 รวมทั้งสิ้นจำนวน 79 พื้นที่

ลูกค้าที่มีระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์และการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 25 พื้นที่

ลำดับ	ปกครองส่วนท้องถิ่น	จังหวัด	ปีที่ทำข้อตกลง
1	เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์	ประจวบคีรีขันธ์	2554
2	เทศบาลนครสงขลา	สงขลา	2554
3	เทศบาลตำบลบางเสร่	ชลบุรี	2554
4	เทศบาลเมืองพะเยา	พะเยา	2554
5	เทศบาลตำบลบ้านเพ	ระยอง	2554
6	เทศบาลนครลำปาง	ลำปาง	2555
7	เทศบาลเมืองกระบี่	กระบี่	2555
8	เทศบาลเมืองศรีราชา	ชลบุรี	2555
9	เทศบาลเมืองมุกดาหาร	มุกดาหาร	2556

ลำดับ	ปกครองส่วนท้องถิ่น	จังหวัด	ปีที่ทำข้อตกลง
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 องค์การจัดการน้ำเสีย ดำเนินการโครงการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำในเขตปริมณฑล

จากปัญหามลพิษทางน้ำพื้นที่ลุ่มน้ำท่าจีนในจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม และพื้นที่ที่มีปัญหาน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ ที่มีความรุนแรงและอยู่ในขั้นวิกฤติ ซึ่งมีสาเหตุมาจากบริเวณดังกล่าวมีการขยายตัวของแหล่งชุมชนที่พักอาศัยอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาพื้นที่บางส่วนเป็นเขตอุตสาหกรรม ชุมชนส่วนใหญ่มีการระบายน้ำเสียจากการประกอบการต่าง ๆ ที่ยังไม่ผ่านการบำบัดออกสู่สิ่งแวดล้อมและไหลลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ ประกอบกับการแก้ไขปัญหายังขาดการบริหารจัดการที่เหมาะสมและ ไม่เป็นระบบ ทำให้ปัญหาน้ำเสียมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น

ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2554-2570 องค์การจัดการน้ำเสียจึงได้คัดเลือกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตปริมณฑลที่ประสบปัญหาน้ำเสียในขั้นวิกฤต โดยคำนึงถึงความพร้อมด้านต่างๆ ของพื้นที่และสภาพปัญหาในพื้นที่ลุ่มน้ำท่าจีนตอนล่าง และลุ่มน้ำเจ้าพระยา ลุ่มน้ำปากพนัง ซึ่งประกอบด้วย (จังหวัดนครปฐม จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดนครศรีธรรมราช และบริเวณโดยรอบของพื้นที่จังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ และได้จัดทำข้อตกลงการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยได้ก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก ความสามารถในการบำบัด 600-2,000 ลบ.ม.ต่อวัน เป็นระบบที่ใช้งบประมาณและพื้นที่ในการก่อสร้างน้อย และต่อมาได้ขยายไปในพื้นที่อื่นๆ และจัดตั้งเป็นศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำและจัดตั้งเป็นศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำรวมจำนวน 46 แห่ง

<u>ลูกค้าระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก</u> ซึ่งเป็นลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์และการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 46 พื้นที่

ลำดับ	องค์กรปกครองท้องถิ่น	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	เทศบาลเมืองสามพราน	นครปฐม	2561
18	เทศบาลตำบลอ้อมใหญ่	นครปฐม	2561
19	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย	สมุทรปราการ	2561
20	เทศบาลตำบลบางปลา แห่งที่ 2	สมุทรสาคร	2562
21	เทศบาลตำบลเกษตรกำแพงแสน	นครปฐม	2562
22	เทศบาลเมืองแพรกษา	สมุทรปราการ	2562
23	เทศบาลเมืองลำโพ	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

ลำดับ	องค์กรปกครองท้องถิ่น	จังหวัด	ปีที่ทำข้อตกลง
31	เทศบาลเมืองอุทัยธานี	อุทัยธานี	2564
32	เทศบาลเมืองปากเกร็ด	นนทบุรี	2564
33	องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	กระบี่	2561
34	เทศบาลเมืองบางแม่นาง	นนทบุรี	2563
35	องค์การบริหารส่วนตำบลเจดีย์หัก	ราชบุรี	2568
36	เทศบาลเมืองแพร่	แพร่	2567
37	เทศบาลเมืองลำโพ แห่งที่ 2	นนทบุรี	2568
38	เทศบาลตำบลหลักหก	ปทุมธานี	2564
39	เทศบาลนครระยอง แห่งที่ 2	ระยอง	2567
40	เทศบาลเมืองบึงยี่โถ	ปทุมธานี	2563
41	เทศบาลตำบลท่าเสด็จ	สุพรรณบุรี	2566
42	องค์การบริหารส่วนตำบลละหาร	นนทบุรี	2565
43	เทศบาลตำบลบางหลวง	นครปฐม	2566
44	เทศบาลตำบลนากลาง	หนองบัวลำภู	2568
45	เทศบาลนครอุบลราชธานี	อุบลราชธานี	2566
46	เทศบาลนครสนั่นรักษ์	ปทุมธานี	2563

รูปแบบที่ 2 ลูกค้าเชิงสังคม หมายถึง ลูกค้าที่องค์การจัดการน้ำเสียได้รับเงินงบประมาณจากรัฐบาลเพื่อบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้ง 100% ทุกพื้นที่ โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ต้องจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลุ่มที่ให้บริการเชิงสังคม

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

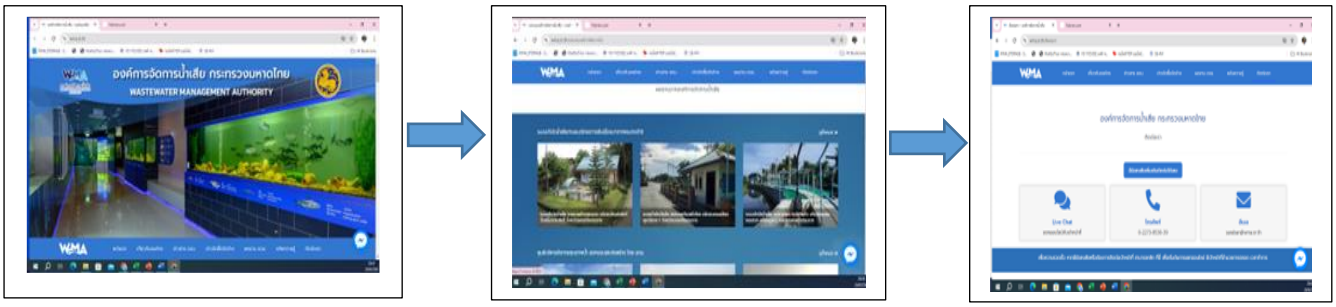
ลูกค้าองค์กรปกครองท้องถิ่นในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ จำนวน 7 พื้นที่

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

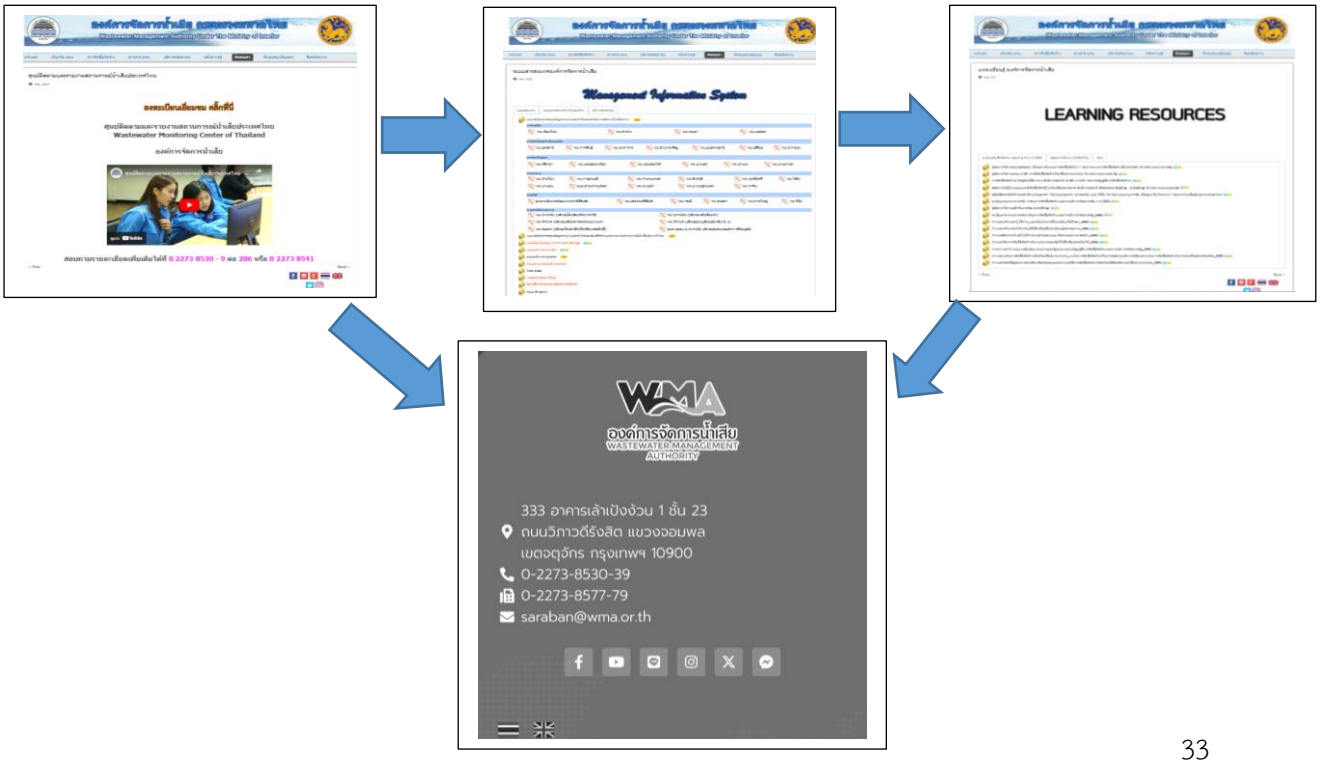
2.3 สารสนเทศสื่อออนไลน์ขององค์การจัดการน้ำเสีย

องค์การจัดการน้ำเสีย มี Website องค์การจัดการน้ำเสีย (WMA) ศูนย์ติดตามรายงานสถานการณ์น้ำเสียประเทศไทย(Warroom) เพื่อให้ลูกค้าและตลาดเข้าถึงง่าย และจัดให้ลูกค้าเข้าถึงสื่อออนไลน์ Application Facebook Youtube Instragram (X)องค์การจัดการน้ำเสีย และ TIKTOK WMA องค์การจัดการน้ำเสีย

- **หน้า** Website **องค์การจัดการน้ำเสีย**

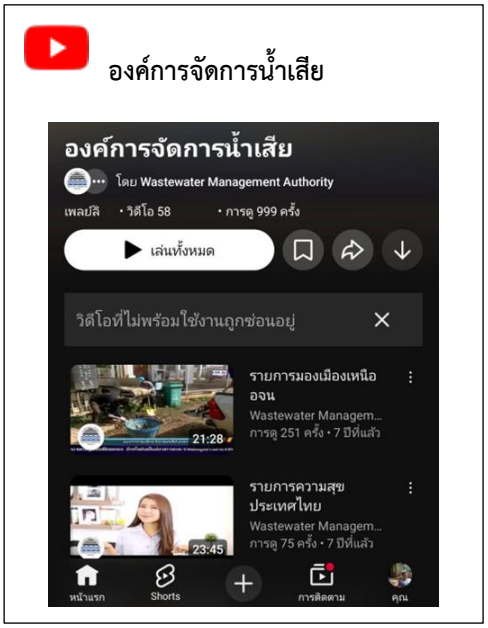


- **ศูนย์ติดตามรายงานสถานการณ์น้ำเสียประเทศไทย(Warroom)**



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



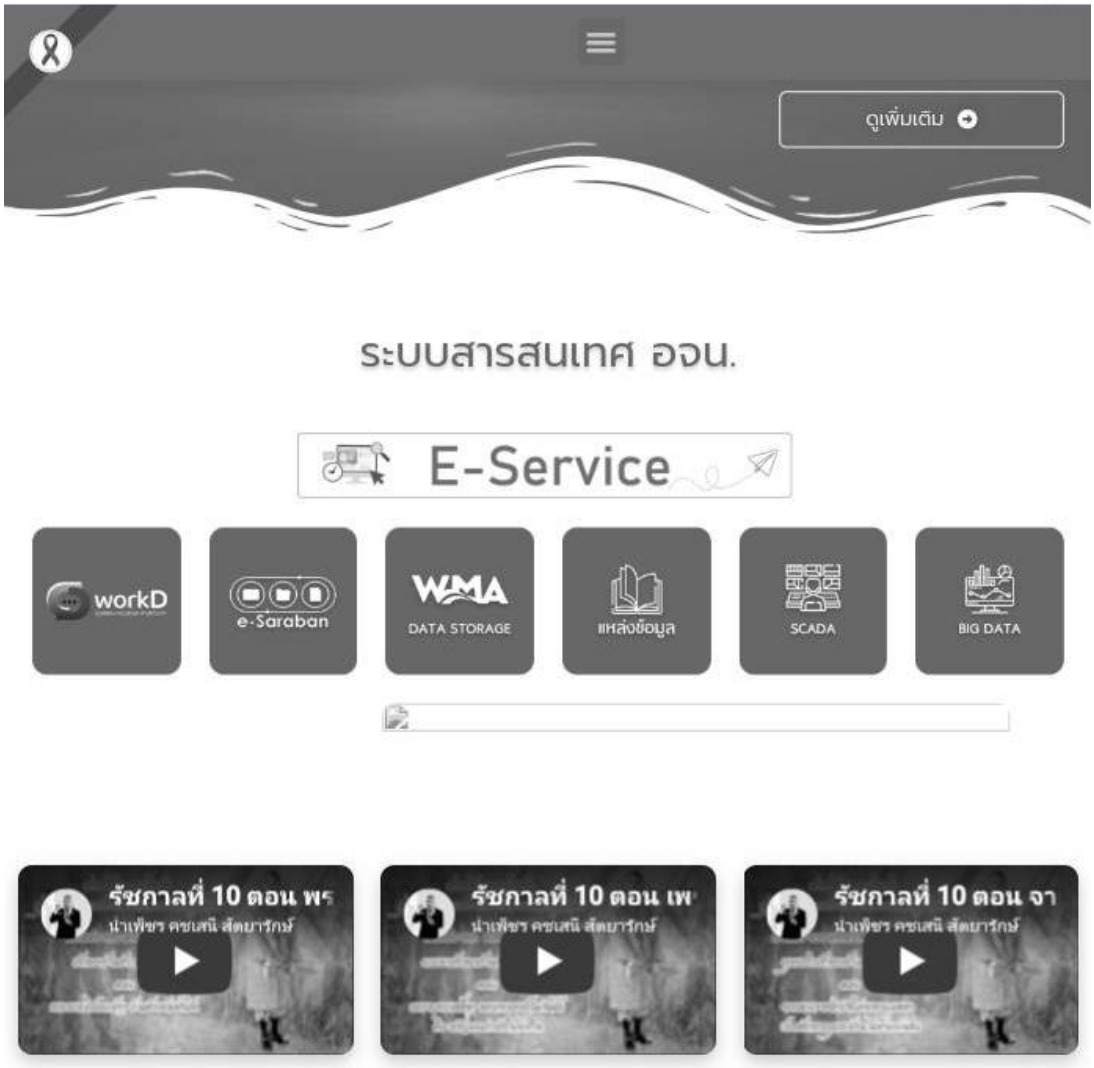








ระบบสารสนเทศ องค์การจัดการน้ำเสีย E-Service



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 เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มของการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย
- E-Environment เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีผลต่อองค์การจัดการน้ำเสีย
- L-Law เป็นการวิเคราะห์ด้านกฎหมายที่มีผลต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

3) 5 Forces Model

- Bargaining Power of Customers (อำนาจต่อรองจากลูกค้า)
- Power of Suppliers (อำนาจต่อรองจากซัพพลายเอ่อร์)
- 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
ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย		
1. แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580)	องค์การจัดการน้ำเสีย จะดำเนินการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย ในพื้นที่ที่มีแหล่งน้ำเสื่อมโทรม เพื่อให้สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมได้รับการฟื้นฟู	PESTEL (Political/Environmental)
2. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	องค์การจัดการน้ำเสีย จะดำเนินการจัดการมลพิษที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสารเคมีในภาคเกษตรทั้งระบบให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และจะพัฒนาการจัดการน้ำเสียเชิงลุ่มน้ำทั้งระบบเพื่อเพิ่มความมั่นคงด้านน้ำของประเทศ	PESTEL (Political/Environmental)
3. แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง) (ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม)	องค์การจัดการน้ำเสีย จะดำเนินกิจกรรมปฏิรูประบบการบริหารจัดการเขตควบคุมมลพิษ กรณีเขตควบคุมมลพิษมาบตาพุด	PESTEL (Political/Environmental)
4.แผนปฏิบัติราชการกระทรวงมหาดไทย (พ.ศ. 2566 – 2570)	องค์การจัดการน้ำเสีย จะดำเนินการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อยกระดับ การบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามมาตรฐาน	PESTEL (Political/Environmental)
5. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)	องค์การจัดการน้ำเสีย อยู่ในหมุดหมายที่ 5 ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางLogistic ที่สำคัญของภูมิภาค หมุดหมายที่ 8 ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน และหมุดหมายที่ 10 ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ	PESTEL (Political/Environmental)

ปัจจัยนำเข้า	การดำเนินการขององค์กร	อ้างอิงหลักการ
แผนงานที่สำคัญขององค์การจัดการน้ำเสีย		
6. แผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี	องค์การจัดการน้ำเสีย จะเร่งดำเนินการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพระบบรวบรวมน้ำเสียรวมของชุมชนเมือง ผลักดันให้เก็บค่าบำบัดน้ำเสียชุมชน	PESTEL (Political/Environmental)
7. แผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)	องค์การจัดการน้ำเสีย จะเร่งดำเนินการจัดทำข้อตกลงร่วมในการก่อสร้าง และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย	PESTEL (Political/Environmental)
8. แผนการส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(ไม่รวมกทม.)	องค์การจัดการน้ำเสีย ได้ดำเนินการจัดทำการส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางปฏิบัติและติดตามการดำเนินงานด้านการจัดการน้ำเสียร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางน้ำให้กับประชาชน โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ คือ การจัดทำหลักสูตรการเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชน จัดการประกวดระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนดีเด่นด้านการมีส่วนร่วมในกระบวนการส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน ส่งเสริมหรือกำหนดข้อบัญญัติท้องถิ่นให้อาคารทุกประเภทหรือแหล่งกำเนิดมลพิษในพื้นที่มีให้การจัดการน้ำเสียเบื้องต้น ออกข้อบัญญัติท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย พร้อมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาชุดองค์ความรู้ ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชน	PESTEL (Political/Environmental)
9. แผนการขอรับการจัดสรรงบประมาณขององค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 - 2570	องค์การจัดการน้ำเสีย ได้จัดทำแผนการขอรับการจัดสรรงบประมาณขององค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) และแผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ทบทวนครั้งที่ 1) โดยมีจำนวนระบบบำบัดน้ำเสียที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของแผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) เพื่อประมาณการกรอบวงเงินเบื้องต้นที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายการให้บริการของหน่วยงาน	PESTEL (Political/Environmental)

ปัจจัยนำเข้า	การดำเนินการขององค์กร	อ้างอิงหลักการ
10. แผนการดำเนินงานโครงการเอกชนร่วมลงทุนขององค์การจัดการน้ำเสีย	องค์การจัดการน้ำเสีย ได้จัดทำแผนการดำเนินงานโครงการเอกชนร่วมลงทุน เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานฯ เพื่อยกระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางน้ำในพื้นที่ให้ดีขึ้น โดยองค์การจัดการน้ำเสีย ได้ดำเนินการคัดเลือกพื้นที่สำหรับการดำเนินโครงการเอกชนร่วมลงทุนจากพื้นที่เป้าหมาย ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ซึ่งมีเป้าหมายก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 780 แห่ง ในพื้นที่เป้าหมาย 464 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยใช้ปัจจัยในการคัดเลือกพื้นที่เป็นเกณฑ์การให้คะแนน และสามารถสรุปผลการคัดเลือกพื้นที่ โดยจัดเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุด ไปน้อยที่สุด จำนวน 11 พื้นที่	PESTEL (Political/Environmental)
สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ (Key Changes)		
11. มติ ครม. เห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย	องค์การจัดการน้ำเสีย ได้ดำเนินจัดทำข้อตกลงร่วมในการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย รวมถึงการให้ความรู้กับ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ครอบคลุมทั่วประเทศไทย	PESTEL (Political/Environmental)
12. นโยบาย มท. “10 Plus” ขับเคลื่อนประเทศไทยให้ “มั่นคงจากภายในคนไทยตั้งตัวได้ เศรษฐกิจแข่งขันได้ โลกเชื่อมั่น โดยกำหนดนโยบายหลัก 5 ด้าน	องค์การจัดการน้ำเสีย จะเร่งดำเนินการภายใต้กรอบนโยบาย Thailand 10 Plus ของรัฐบาล การบริหารจัดการน้ำเสียเกี่ยวข้องโดยตรงกับ (1.4) นโยบายด้านภัยพิบัติและสิ่งแวดล้อม ในประเด็น “บริหารจัดการน้ำและป้องกันภัยพิบัติอย่างเป็นระบบ” โดยครอบคลุมการจัดการน้ำทั้งระบบ ทั้งการพัฒนาคุณภาพน้ำและการบูรณาการข้อมูล	PESTEL (Political/Environmental)
13. นโยบายเร่งด่วนของ มท	การบริหารจัดการน้ำเสีย ถูกบรรจุอยู่ใน มิติที่ 4 ป้องกันภัยพิบัติและพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ภายใต้นโยบายเร่งด่วน "มหาดไทย ทำ ทันที Action 5 PLUS" โดยกระทรวงมหาดไทยได้สั่งการให้ผู้ว่าราชการจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการขับเคลื่อนประเด็นสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน มาตรฐานการระบายน้ำ การบริหารจัดการขยะและน้ำเสีย เป็นต้น	PESTEL (Political/Environmental)
ข้อมูลอื่นๆ		
14. งบประมาณที่ได้รับในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	องค์การจัดการน้ำเสีย จะบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียด้วยงบประมาณที่ได้รับให้มีประสิทธิภาพสูงสุด	PESTEL (Economics)
15. การสำรวจความพึงพอใจ (ปีงบประมาณ 2569)	องค์การจัดการน้ำเสีย มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียในประเทศให้มากที่สุด ประกอบกับ องค์กรปกครองส่วน	PESTEL (Social)

ปัจจัยนำเข้า	การดำเนินการขององค์กร	อ้างอิงหลักการ
	ท้องถิ่น ต้องการ และคาดหวัง ให้องค์การจัดการน้ำเสีย ดำเนินการในแต่ละด้าน ดังนี้ 1 ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล ให้องค์การจัดการน้ำเสียมีการก่อสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย ถึงแม้องค์การจัดการน้ำเสียจะดำเนินการดีอยู่แล้วก็ตาม 2 ด้านความยั่งยืนขององค์การจัดการน้ำเสียให้องค์การจัดการน้ำเสียมีอำนาจและหน้าที่ในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในประเทศได้มากที่สุด 3 ด้านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ให้องค์การจัดการน้ำเสียรับเรื่องร้องเรียน เรื่องราวต่างๆ จากโทรศัพท์ในสำนักงานใหญ่ให้มากที่สุด เพื่อการตอบข้อซักถามและข้อมูลได้อย่างชัดเจน รวดเร็ว และสามารถที่จะแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที 4 ด้านประชาสัมพันธ์ และช่องทางการสื่อสาร ให้องค์การจัดการน้ำเสีย ดำเนินการผ่าน Web site/สื่อออนไลน์ ให้มากที่สุด เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์องค์ของตนในยุค IT 5 ด้านนวัตกรรม การใช้ประโยชน์บนพื้นที่ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสียฯ ให้องค์การจัดการน้ำเสียนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด เช่น การนำน้ำไปปลูกข้าว ล้างตลาด ล้างถนน อื่นๆ	
16. ปริมาณน้ำเสียชุมชน	องค์การจัดการน้ำเสีย ได้ดำเนินบำบัดน้ำเสีย **<u>เชิงปริมาณ</u>** น้ำเสียได้รับการบำบัดได้คุณภาพตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน 1. พ.ศ. 2566 จำนวน 62.41 ล้านลูกบาศก์เมตร (ร้อยละ 70.92) 2. พ.ศ. 2567 จำนวน 66.65 ล้านลูกบาศก์เมตร (ร้อยละ 82.22) 3. พ.ศ. 2568 จำนวน 01.73 ล้านลูกบาศก์เมตร (ร้อยละ 110.54) 4. พ.ศ. 2569 (อยู่ระหว่างดำเนินการ) **<u>เชิงคุณภาพ</u>** น้ำเสียหลังการบำบัดได้คุณภาพตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนที่กำหนด ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99 คิดเป็นร้อยละ 100 ของเป้าหมาย	PESTEL (Environmental)
17. พรบ. กำหนดแผนและขั้นตอนกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	องค์การจัดการน้ำเสีย จะจัดทำแผนร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อบริหารจัดการน้ำเสียตาม พรบ.	PESTEL (Law)
18. การบังคับใช้กฎหมายตาม พรบ. ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ	องค์การจัดการน้ำเสีย จะขอปรับปรุงแก้ไขกฎหมายจัดตั้งให้สามารถบริหารจัดการน้ำเสียได้อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากขึ้น	5 Forces (Bargaining Power of Customers)
19. พรบ. กำหนดแผนและขั้นตอนกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	องค์การจัดการน้ำเสีย จะร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อขอปรับปรุงข้อตกลงร่วม (MOA) และพัฒนาการบริหารจัดการน้ำเสียให้เกิดประโยชน์สูงสุด	5 Forces (Power of Suppliers)

ปัจจัยนำเข้า	การดำเนินการขององค์กร	อ้างอิงหลักการ
20. เทคโนโลยีของผู้ประกอบการรายใหม่	องค์การจัดการน้ำเสีย จะพัฒนาเทคโนโลยีการบริหารจัดการน้ำเสียให้ทันสมัย	5 Forces (Threat of New Entrants)
21. แหล่งเงินสนับสนุนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	องค์การจัดการน้ำเสีย จะปรับปรุงข้อตกลงร่วม (MOA) และพัฒนาการบริหารจัดการน้ำเสีย	5 Forces (Threat of Substitutes)
22. ความสามารถของคู่แข่ง	องค์การจัดการน้ำเสีย จะพัฒนาและปรับปรุงเทคโนโลยีการบริหารจัดการน้ำเสียให้ทันสมัยทัดเทียมกับบริษัทเอกชน	5 Forces (Industry Rivalry)
ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า		
23. งบประมาณและรายได้ (ปัจจัยทางด้านการเงิน)	องค์การจัดการน้ำเสีย จะพัฒนาการจัดเก็บรายได้ และเงินสมทบให้ได้มากขึ้น	7S Model (System)
ปัจจัยยั่งยืน		
24. การมีอำนาจหน้าที่ในการจัดการน้ำเสีย	องค์การจัดการน้ำเสีย จะดำเนินการก่อสร้าง/ฟื้นฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียอย่างต่อเนื่อง	7S Model (Strategy)
25. ความเชี่ยวชาญในการจัดการน้ำเสีย	องค์การจัดการน้ำเสีย จะพัฒนาความรู้ ความสามารถและทักษะของบุคลากร ให้มีความเชี่ยวชาญในการจัดการน้ำเสีย	7S Model (Skill/Staff)
26. การมีเครือข่ายและพันธมิตร	องค์การจัดการน้ำเสีย จะเสริมสร้างความสัมพันธ์เครือข่ายและพันธมิตรเพื่อขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่างบูรณาการ	7S Model (Structure)
27. การรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการน้ำเสีย	องค์การจัดการน้ำเสีย จะยกระดับการประชาสัมพันธ์การจัดการน้ำเสีย การให้ความรู้ และการฝึกอบรม ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	7S Model (Strategy)
28. การมีนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ด้านการพัฒนาและจัดการน้ำเสีย	องค์การจัดการน้ำเสีย จะพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีพร้อมทั้งนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการน้ำเสีย	7S Model (Strategy)
ความสามารถในการนำแผนไปดำเนินการให้สำเร็จ		
29. ผลการดำเนินงานและการใช้จ่ายเงิน	องค์การจัดการน้ำเสีย จะเร่งรัดการเบิกจ่ายให้เป็นไปตามเป้าหมาย รวมถึงควบคุมค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด	7S Model (System)
เปรียบเทียบกับคู่แข่ง		
30. ราคาการบริหารจัดการน้ำเสีย	องค์การจัดการน้ำเสีย จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อเข้าบริหารจัดการน้ำเสีย เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการน้ำเสียขององค์การจัดการน้ำเสีย อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และคุณภาพการบำบัดเป็นไปตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน	7S Model (Strategy)

ปัจจัยนำเข้า	การดำเนินการขององค์กร	อ้างอิงหลักการ
31. การบริหารจัดการน้ำเสียอย่างครบวงจร	องค์การจัดการน้ำเสีย จะขยายพื้นที่การบริการได้เป็นไปตามเป้าหมาย เนื่องจาก องค์การจัดการน้ำเสีย มีความสามารถในการบริหารจัดการได้อย่างครบวงจร	7S Model (System)
ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ		
32. การนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินงาน	องค์การจัดการน้ำเสีย ได้ดำเนินงานด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียของสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา จำนวนกว่า 60 ระบบโดยการรวบรวมข้อมูล การรายงานผล การบริหารจัดการ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อนำมาใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ดังนั้นองค์การจัดการน้ำเสียจึงได้จัดตั้งศูนย์ติดตามและรายงานสถานการณ์น้ำเสียของประเทศไทยขึ้น เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานและพัฒนาองค์กรให้ทันต่อการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล พร้อมนี้ ได้มีศูนย์ติดตามและรายงานสถานการณ์น้ำเสียของประเทศไทย สามารถดำเนินการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ แล้วนำมาแสดงผลของปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้นจากระบบบำบัดน้ำเสียซึ่งกระจายอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ ในประเทศไทยได้แบบ real time รวมถึงมีการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำอัตโนมัติ การใช้กล้อง CCTV การใช้โดรนสำรวจสภาพพื้นที่ซึ่งสามารถส่งข้อมูลกลับมายังศูนย์ฯ ทำให้การรวบรวมข้อมูลมีความรวดเร็ว เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริหาร และสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และทำให้พนักงานมีความตื่นตัวในเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย	7S Model (Strategy)
33. การบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	องค์การจัดการน้ำเสีย ได้บูรณาการร่วมกับหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ประกอบด้วย การประปานครหลวง การประปาส่วนภูมิภาค	7S Model (Structure)
34. การร่วมลงทุนกับเอกชน (PPP)	องค์การจัดการน้ำเสีย จะศึกษาการร่วมลงทุนกับเอกชน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การจัดการน้ำเสียและประเทศชาติ	7S Model (Strategy)
35. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	องค์การจัดการน้ำเสีย จะประชาสัมพันธ์องค์กร รวมถึงเสริมสร้างการรับรู้และความตระหนักในการจัดการน้ำเสีย	7S Model (Style)
36. การพัฒนาศูนย์ฝึกอบรม	องค์การจัดการน้ำเสีย จะพัฒนาศูนย์ฝึกอบรมด้านการจัดการน้ำเสีย ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน	7S Model (Strategy)

ปัจจัยนำเข้า	การดำเนินการขององค์กร	อ้างอิงหลักการ
37. การทบทวนอัตราบุคลากร	องค์การจัดการน้ำเสีย จะทบทวนโครงสร้างและอัตรา บุคลากร ให้รองรับกับภารกิจด้านการจัดการน้ำเสียที่เพิ่มมากขึ้น	7S Model (Structure)
38. การพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม	องค์การจัดการน้ำเสีย จะจัดการน้ำเสียตามหลักเศรษฐกิจแบบองค์รวม	7S Model (Strategy)
39. การจัดทำ Big Data	องค์การจัดการน้ำเสีย จะพัฒนา Big Data ขององค์กร	7S Model (System)
40. พัฒนาแบบมาตรฐาน	องค์การจัดการน้ำเสีย จะพัฒนาแบบมาตรฐานของระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อดำเนินการเชิงธุรกิจ	7S Model (Strategy)
41. พัฒนาการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสีย	องค์การจัดการน้ำเสีย จะพัฒนาการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสียและเงินสมทบจาก องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้คุ้มค่ากับทุกฝ่าย	7S Model (System)
42. ปรับปรุงวิสัยทัศน์ขององค์กร	องค์การจัดการน้ำเสีย จะปรับปรุงวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม ให้มีความสอดคล้องกัน	7S Model (Shared Value)

3.2 จากคู่แข่งขันทางธุรกิจข้างต้นองค์การจัดการน้ำเสียจึงได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน

3.2.1 ทางธุรกิจของตลาดการจัดการน้ำเสีย ตามหลักทฤษฎี The 5 forces Model for Competition

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของตลาดการจัดการน้ำเสีย จะเห็นได้ว่าองค์การจัดการน้ำเสียเป็นหน่วยงานของรัฐและเป็นหน่วยงานหลักของประเทศที่มีศักยภาพ ความได้เปรียบ และความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ที่จะสามารถดำเนินการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียของประเทศไทยให้ยั่งยืนต่อไปในอนาคต ดังนี้

1) อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Power of Customers)

ข้อได้เปรียบ

1.1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญด้านการเดินระบบและควบคุมดูแลรักษา นอกจากนี้ บุคลากรที่มารับหน้าที่บางแห่งมักจะไม่มีความรู้และทักษะด้านการจัดการน้ำเสียโดยตรง

1.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งไม่มีงบประมาณเพียงพอสำหรับเป็นค่าปรับปรุง ฟื้นฟูระบบบำบัดน้ำเสียให้กลับมาใช้งานได้ และยังไม่มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการ จึงเป็นโอกาสให้องค์การจัดการน้ำเสียซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านนี้โดยตรงสามารถเข้าดำเนินงานบริหารจัดการระบบให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างจริงจัง ทั้งกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมและกฎหมายด้านการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย ที่ควรเป็นนโยบายที่ชัดเจนจากรัฐบาลกลาง เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำหลักการ “ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย” ไปปฏิบัติอย่างจริงจัง

1.4 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการประชาสัมพันธ์แต่อาจจะยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ข้อเท็จจริงแก่ชุมชนและประชาชน รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน และร่วมตัดสินใจดำเนินการจัดการน้ำเสีย ตลอดจนการสร้างการมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาชน ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่

ข้อจำกัด

1.5 การจัดการน้ำเสียเป็นภารกิจตามอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตาม พรบ.กระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเป็นผู้ตัดสินใจให้องค์การจัดการน้ำเสียเข้าดำเนินการแทน องค์การจัดการน้ำเสียไม่มีอำนาจเข้าดำเนินการเองได้หากไม่ได้รับการยินยอม

2) การต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Power of Suppliers)

มีผู้ประกอบการหลายรายที่สามารถก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียตามรูปแบบที่องค์การจัดการน้ำเสียกำหนดไว้ จึงไม่เป็นปัญหาในการต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ

3) การต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Power of Suppliers)

มีผู้ประกอบการหลายรายที่สามารถก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียตามรูปแบบที่องค์การจัดการน้ำเสียกำหนดไว้ จึงไม่เป็นปัญหาในการต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ

4) ภัยคุกคาม/อุปสรรคจากสินค้าทดแทนทางธุรกิจ (Threats of Substitutes)

ข้อได้เปรียบ

1. ระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีอยู่แล้วเป็นระบบแบบเก่าไม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ซึ่งองค์การจัดการน้ำเสียมีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการอยู่แล้ว

จุดอ่อน

2. อาจมีเทคโนโลยีการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็กที่เข้ามาใหม่ ทำให้องค์การจัดการน้ำเสียต้องเร่งพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการจัดการน้ำเสียให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

5) ภัยคุกคาม/อุปสรรคการแข่งขันจากผู้ค้ารายใหม่ (Threats of New Entrants)

ข้อได้เปรียบ

1. เนื่องจากเป็นงานด้านสาธารณูปการที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง รัฐจึงต้องให้การสนับสนุนงบประมาณในการลงทุน

2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งไม่มีเงินงบประมาณเพียงพอที่จะจ้างภาคธุรกิจเอกชนเข้าดำเนินงานระบบบำบัดน้ำเสียได้

3. ภาคธุรกิจไม่สามารถดำเนินงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียเพียงอย่างเดียวให้มีกำไรได้ ปัจจุบันจึงมีภาคเอกชนรายเดียวเข้าดำเนินงานในธุรกิจนี้แต่มีการทำธุรกิจต่อเนื่องเพื่อทำกำไรให้ธุรกิจ

6) สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)

ข้อได้เปรียบ

1. ไม่มีภาคเอกชนเข้าดำเนินงานปรับปรุง ฟื้นฟูระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีอยู่แล้ว เนื่องจากเงินลงทุนในการปรับปรุงฟื้นฟูเครื่องจักร อุปกรณ์ต่างๆ ที่มีความเสียหาย เป็นจำนวนเงินค่อนข้างสูง

2. องค์การจัดการน้ำเสียเป็นหน่วยงานของรัฐสามารถเสนอขอรับจัดสรรเงินงบประมาณมาลงทุนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้

3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาจไม่มีเงินงบประมาณเพียงพอในการจ้างเอกชนเข้าดำเนินการปรับปรุง ฟื้นฟูระบบฯ

จุดอ่อน

1. องค์การจัดการน้ำเสียมีเงินทุนสำรองสำหรับการลงทุนในกิจการไม่มาก ต้องอาศัยเงินงบประมาณจากรัฐบาล เพื่อสนับสนุนการลงทุน การได้รับเงินงบประมาณประจำปีไม่สอดคล้องกับแผนงานที่กำหนดไว้ ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผน

3.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของตลาดการจัดการน้ำเสีย

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

องค์การจัดการน้ำเสียเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งเดียวของประเทศไทยที่ได้รับมอบหมายภารกิจในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนของประเทศให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้น คู่แข่งในทางธุรกิจจึงเป็นบริษัทธุรกิจเอกชนที่ดำเนินธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน เช่น บริษัทที่ดำเนินการรับออกแบบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย และให้บริการบำบัดน้ำเสีย อย่างไรก็ตาม บริษัทส่วนใหญ่มุ่งเน้นในเรื่องการบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม โดยในระดับชุมชนและเชิงพาณิชย์ยังมีจำนวนไม่มากนัก ดังนี้

รายชื่อบริษัทตัวอย่างที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับการบำบัดน้ำเสียในประเทศไทย

บริษัท	บริการ
1. บมจ.จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียทั้งภาคอุตสาหกรรม พาณิชยกรรมและชุมชน - บริการบำบัดน้ำเสียทั้งภาคอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม และชุมชน
2. บมจ.เบตเตอร์ เวิลด์กรีน จำกัด	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสีย - บริการให้คำปรึกษาด้านการจัดการของเสีย
3. บมจ.บริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม - บริการบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม
4. บริษัท โกรว์ กรีน เอไวรอนเมนท์ จำกัด	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม - บริการบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม
5. บมจ.ไรท์ โซลูชั่น	- ผลิต ตัวแทนจำหน่าย นำเข้า และให้บริการผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์ระบบบำบัดน้ำ และปิโตรเคมี การจัดการของเสียอุตสาหกรรม
6. บริษัท ดูแอนด์บี จำกัด (กรีนแอนด์คลีนโซลูชั่น)	- จำหน่ายสารประกอบทางชีวภาพ เอไซม์ และจุลินทรีย์
7. บริษัท พราวเอเชีย จำกัด	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนและภาคอุตสาหกรรม - บริการบำบัดน้ำเสียชุมชนและภาคอุตสาหกรรม
8. บริษัท ฟีนิกซ์สยาม จำกัด	- ผลิตและติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย - ซ่อมแซมระบบบำบัดน้ำเสีย
9. บริษัท วันมอร์ลิงค์ จำกัด	- รับกำจัดของเสียอุตสาหกรรม
10. บริษัท เอส เอส พี อาร์ (ประเทศไทย) จำกัด	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม - บริการบำบัดน้ำเสียภาคอุตสาหกรรม
11. ห้างหุ้นส่วนจำกัด นพเลิศ	- ผลิต ออกแบบ และจัดจำหน่ายระบบบำบัดน้ำเสียต่างๆ

บริษัท	บริการ
12. บริษัท เอ็นไวเกียร์ จำกัด Envigear	- ออกแบบระบบบำบัดน้ำเสีย - รับเดิน/ซ่อมแซมระบบบำบัดน้ำเสีย - จำหน่ายถังบำบัดน้ำเสีย - จำหน่ายจุลินทรีย์บำบัดน้ำเสีย
13. Glass Filter	- จำหน่ายสารกรองน้ำ
14. Prominent	- ผลิตและพัฒนาอุปกรณ์และระบบสำหรับการสูบจ่ายของเหลว รวมทั้งการแก้ไขปัญหาการบำบัดน้ำและการฆ่าเชื้อ
15. Water Specialist Supply	- จำหน่ายสารฆ่าเชื้อคลอรีนไดออกไซด์
16. UBA	- บริการผลิตน้ำ บริการด้านระบบบำบัดน้ำเสีย
17. กทม.	- ดูแลระบบบำบัดน้ำเสียในเขตกทม.

การวิเคราะห์คู่แข่งขัน (Competitor Analysis)

เป็นกระบวนการสำคัญในการทำธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจสถานะ จุดแข็ง จุดอ่อน และกลยุทธ์ของคู่แข่งในตลาดเดียวกัน เพื่อสร้างแผนกลยุทธ์ที่ได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีกระบวนการ ดังนี้

1. ระบุคู่แข่ง (Identify Competitors)

- คู่แข่งทางตรง (Direct Competitors) ที่นำเสนอสินค้าหรือบริการแบบเดียวกันและ คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitors) ที่เสนอสินค้าหรือบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการคล้ายคลึงกัน
- ใช้เครื่องมือค้นหาออนไลน์, การสำรวจตลาด หรือข้อมูลในอุตสาหกรรม

2. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่ง (Gather Competitor Information)

- ผลิตภัณฑ์และบริการ: คู่แข่งเสนออะไร? มีจุดเด่นอะไรบ้าง?
- ราคา: โครงสร้างราคาเป็นอย่างไร?
- กลยุทธ์การตลาด: ใช้ช่องทางใด? มีโปรโมชั่นอย่างไร?
- ลูกค้าเป้าหมาย: กลุ่มเป้าหมายคือใคร?
- การรับรู้ในตลาด: คู่แข่งมีภาพลักษณ์อย่างไรในสายตาผู้บริโภค?

3. วิเคราะห์ข้อมูล (Analyze the Data) จาก SWOT Analysis

4. เปรียบเทียบกับธุรกิจของคุณ (Benchmarking) เพื่อระบุความได้เปรียบ (Competitive Advantage) ของธุรกิจคุณเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และหาโอกาสปรับปรุงด้านที่ยังตามคู่แข่ง

5. การพัฒนาแผนกลยุทธ์ (Develop Strategies) โดยการใช้ข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การตลาด และการให้บริการ และการสร้างคุณค่าเพิ่มที่คู่แข่งไม่มี

บทที่ 4
การจำแนกลูกค้า และการกำหนดส่วนตลาดเป้าหมาย

4.1 กลไกลสำคัญที่ใช้ในการจำแนกลูกค้า

ระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ก่อสร้างไว้แล้วแต่ยังไม่มีการบริหารจัดการระบบฯ ในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลลงทุนก่อสร้างระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2567) เป็นเงินประมาณ 87,000 ล้านบาท จากระบบบำบัดน้ำเสียรวมทั้งหมด ณ ปี พ.ศ. 2569 จำนวน 119 แห่ง รองรับปริมาณน้ำเสียได้ 3.20 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน ดำเนินงานโดยกรุงเทพมหานคร จำนวน 119 แห่ง และองค์การจัดการน้ำเสียเข้าดำเนินงานบริหารจัดการ 28 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 46 แห่ง รองลงมาเป็นคลองวนเวียน (Oxidation Ditch; OD) จำนวน 38 แห่ง เป็นระบบสระเติมอากาศ (Aerated Lagoon; AL) จำนวน 18 แห่ง เป็นระบบบึงประดิษฐ์ (Constructed Wetland ; CW) จำนวน 2 แห่ง และเป็นระบบแผ่นหมุนชีวภาพ (Rotating Biological Contactor; RBC) จำนวน 1 แห่ง รายละเอียด ดังแสดงในตารางที่ 4.1 และ 4.-2

ตารางที่ 4.1 จำนวนระบบบำบัดน้ำเสียรวมชุมชนแยกตามขนาด

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**

ตารางที่ 4.2 ประเภทของระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในประเทศไทย

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**

4.2 การจำแนกลูกค้า

ความเป็นมา

องค์การจัดการน้ำเสียได้มีเข้าดำเนินการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามข้อตกลง (MOA) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบฯ ให้กับองค์การจัดการน้ำเสียตามรูปแบบการบริหารจัดการ ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงถือเป็นลูกค้าขององค์การจัดการน้ำเสีย ซึ่งปัจจุบัน องค์การจัดการน้ำเสียมีลูกค้าดังกล่าว จำนวน 82 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

วัตถุประสงค์การจำแนกลูกค้า

1. เพื่อให้มีความชัดเจนในการกำหนดกลุ่มลูกค้าในบริบทของผลิตภัณฑ์ และการรับบริการและรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย
2. เพื่อให้จัดลำดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

4.3 เกณฑ์การจำแนกกลุ่มลูกค้า และตลาด

องค์การจัดการน้ำเสียเข้าดำเนิน การปรับปรุง ฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย รวมทั้งการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจ่ายเงินสมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการให้กับองค์การจัดการน้ำเสียเป็นการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย โดยแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ จำนวน 2 กลุ่ม และกลุ่มลูกค้าที่องค์การจัดการน้ำเสียให้บริการเชิงสังคม ดังนี้

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

4.2.1 การให้บริการเชิงพาณิชย์

การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว และยังไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย โดยมีวัตถุประสงค์ในการร่วมกันแก้ไขปัญหามลภาวะน้ำเสีย รวมถึงการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนอย่างยั่งยืน และมีเจตนารมณ์ร่วมกันในการเสริมสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบของประชาชนในการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีการบริการ 2 รูปแบบ ดังนี้

การบริการรูปแบบที่ 1 องค์การจัดการน้ำเสีย จะจัดทำโครงการปรับปรุง ฟื้นฟูและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว โดยจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์การจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง (MOA) จำนวน 25 แห่ง

โดยองค์การจัดการน้ำเสียจะจัดทำข้อตกลงการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมร่วมกับองค์กรปกครองท้องถิ่นที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1) ศึกษา วิเคราะห์สภาพปัญหาของระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประเมินศักยภาพความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการ พร้อมเข้าประสานงาน เจรจา จัดทำบันทึกความร่วมมือ (MOU) เพื่อแสดงเจตนารมณ์ในการจะพัฒนารูปแบบการดำเนินงานเป็นข้อตกลง (MOA) การรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม ระยะเวลา 15 ปี

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

โดยสาระสำคัญของข้อตกลง มีดังนี้

1) ในปีแรกของการดำเนินการองค์การจัดการน้ำเสียจะขอรับจัดสรรเงินงบประมาณจากรัฐบาลเพื่อดำเนินการซ่อมแซม ปรับปรุง ฟื้นฟูระบบบำบัดน้ำเสียให้กลับมาดำเนินการได้ ทั้งนี้ ไม่รวมค่าก่อสร้างขยายแนวท่อรวบรวมน้ำเสียเพิ่มเติม แต่องค์การจัดการน้ำเสียจะให้คำปรึกษาและวางแผนการดำเนินงานให้กับเทศบาลได้

2) ในปีที่ 2 จนตลอดระยะเวลาของโครงการ องค์การจัดการน้ำเสียจะขอรับจัดสรรเงินงบประมาณส่วนหนึ่งจากรัฐบาลเพื่อเข้าดำเนินการบริหารจัดการและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งได้แก่ ค่าเดินระบบและบำรุงรักษาระบบ ค่าซ่อมปรับปรุงเครื่องจักร และ/หรือเปลี่ยนทดแทนเครื่องจักรที่ชำรุดเสียหาย และเทศบาลจะต้องจ่าย <u>เงินสมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย</u>ให้กับองค์การจัดการน้ำเสียตามข้อตกลง (MOA) ที่ได้จัดทำร่วมกัน

3) องค์การจัดการน้ำเสียและเทศบาลมีเจตนารมณ์ร่วมกันที่จะแก้ไขปัญหาสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำและประกาศเทศบัญญัติการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียและค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสียในท้องถิ่นที่มีความพร้อม เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียตามหลักการ “ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย” “Polluters Pay Principal : PPP”

4) องค์การจัดการน้ำเสียจะให้การสนับสนุนและเตรียมความพร้อมในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการบำบัดน้ำเสียร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น การจัดทำโครงสร้างอัตราค่าบริการบำบัดน้ำเสียตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ รวมทั้ง การเสริมสร้างจิตสำนึก การตระหนักรู้เกี่ยวกับน้ำเสียการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้เรื่องการจัดการน้ำเสีย เพื่อวางรากฐานความรู้ ความเข้าใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสียของประชาชน เป็นต้น

5) องค์การจัดการน้ำเสียจะถ่ายทอดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้แก่เจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้สามารถบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียได้ด้วยตนเองเมื่อสิ้นสุดโครงการ

การบริการรูปแบบที่ 2 องค์การจัดการน้ำเสีย จะทำโครงการออกแบบก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย (ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ) ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ยังไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย โดยจะจ่ายเงินสมทบให้กับองค์การจัดการน้ำเสียตามข้อตกลงการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมและการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม จำนวน 52 แห่ง

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

1) ศึกษา วิเคราะห์สภาพปัญหาแหล่งน้ำเสื่อมโทรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศที่อยู่ขั้นวิกฤต และประเมินศักยภาพ ความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการ พร้อมเข้าประสานงาน เจรจา จัดทำบันทึกความร่วมมือ (MOU) เพื่อแสดงเจตนารมณ์ในการจะพัฒนารูปแบบการดำเนินงานเป็นข้อตกลง (MOA) การรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม ระยะเวลา 15 ปี

2) จัดทำข้อตกลงการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวม และการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม โดยมีการลงนามในข้อตกลงร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย เพื่อการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียอย่างเต็มรูปแบบ

4.2.2 การให้บริการเชิงสังคม

องค์การจัดการน้ำเสียได้สนองงานในโครงการอันเนื่องจากพระราชดำริ ซึ่งรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงาน เพื่อบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ต้องจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับองค์การจัดการน้ำเสีย จำนวน 7 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 การให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม และการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวม และการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม

<table>
<tr><th colspan="2">กลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/เทศบาลจะจ่ายเงินสมทบค่าบริหารจัดการระบบฯให้กับ องค์การจัดการน้ำเสีย ตามข้อตกลง
รวมทั้ง องค์การจัดการน้ำเสีย สนับสนุนให้เทศบาลที่มีความพร้อมในการจัดเก็บค่าบำบัดน้ำเสีย ฯลฯ</th></tr>
<tr><th>ลูกค้าที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว ซึ่งเป็นกลุ่มที่องค์การจัดการน้ำเสีย ให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม จำนวน 25 แห่ง</th><th>ลูกค้าที่องค์การจัดการน้ำเสีย จัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวม และการบริหารจัดการศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ จำนวน 52 แห่ง</th></tr>
<tr><td>บริการรูปแบบที่ 1</td><td>บริการรูปแบบที่ 2</td></tr>
<tr><td>1.เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์
2.เทศบาลนครสงขลา
3.เทศบาลตำบลบางเสร่
4.เทศบาลเมืองพะเยา
5.เทศบาลตำบลบ้านเพ
6.เทศบาลนครลำปาง
7.เทศบาลเมืองกระบี่
8.เทศบาลเมืองศรีราชา
9.เทศบาลเมืองมุกดาหาร
10.เทศบาลนครเชียงใหม่
11.เทศบาลนครแม่สอด
12.เทศบาลนครอุดรธานี
13.เทศบาลเมืองอำนาจเจริญ
14.เทศบาลเมืองบ้านโป่ง
15.เทศบาลเมืองกำแพงเพชร
16.เทศบาลเมืองปากช่อง
17.เทศบาลเมืองสิงห์บุรี
18.เทศบาลเมืองมาบตาพุด
19.เทศบาลเมืองกาญจนบุรี
20.เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์
21.เทศบาลเมืองบุรีรัมย์
22.เทศบาลเมืองชะอำ
23.เทศบาลเมืองพิษณุโลก
24.เทศบาลเมืองราชบุรี
25.เทศบาลนครตรัง</td><td>1.เทศบาลตำบลบางปลา แห่งที่ 1
2.เทศบาลตำบลนครชัยศรี
3.เทศบาลตำบลบางหญ้าแพรก
4.เทศบาลตำบลท่าจีน
5.เทศบาลตำบลบางเลน
6.เทศบาลเมืองไร่ขิง
7.เทศบาลตำบลสามควายเผือก
8.เทศบาลตำบลวิชิต
9.เทศบาลตำบลราไวย์
10.เทศบาลเมืองใหม่บางบัวทอง
11.เทศบาลตำบลพรหมโลก
12.เทศบาลตำบลปากน้ำปราณ
13.เทศบาลตำบลบางพลี
14.เทศบาลนครระยอง
15.องค์การบริหารส่วนตำบลกมลา
16.เทศบาลตำบลฉลอง
17.เทศบาลเมืองสามพราน
18.เทศบาลตำบลอ้อมใหญ่
19.เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย
20.เทศบาลตำบลบางปลา แห่ง 2
21.เทศบาลตำบลเกษตรกำแพงแสน
22.เทศบาลเมืองแพรกษา
23.เทศบาลเมืองลำโพ
24.เทศบาลตำบลเขาน้อย
25.เทศบาลตำบลบ้านฉาง
26.เทศบาลเมืองปลายบาง
27.เทศบาลเมืองบางคูรัด
28.เทศบาลเมืองเลย
29.เทศบาลตำบลวัดสิงห์
30.เทศบาลเมืองบ้านบึง
31.เทศบาลนครปากเกร็ด
32.เทศบาลเมืองอุทัยธานี
33.องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง
34.เทศบาลเมืองบางแม่นาง
35.องค์การบริหารส่วนตำบลเจดีย์หัก
36.เทศบาลเมืองแพร่
37.เทศบาลเมืองลำโพ แห่งที่ 2
38.เทศบาลตำบลหลักหก
39.เทศบาลนครระยอง แห่งที่ 2
40.เทศบาลเมืองบางยี่โถ
41.เทศบาลตำบลท่าเสด็จ
42.องค์การบริหารส่วนตำบลละหาร
43.เทศบาลตำบลบางหลวง
44.เทศบาลตำบลนากลาง
45.เทศบาลนครอุบลราชธานี
46.เทศบาลนครสนั่นรักษ์
47.เทศบาลตำบลนาจอมเทียน
48.เทศบาลตำบลหลักเมือง
49.เทศบาลเมืองสุรินทร์
50.องค์การบริหารส่วนตำบลสาคู
51.เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย แห่งที่ 2
52.เทศบาลตำบลกุมภวาปี</td></tr>
</table>

ลูกค้า กลุ่มที่ 2 การให้บริการเชิงสังคม เป็นกลุ่มที่รัฐบาลสนับสนุนงบประมาณสำหรับการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

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

4.3 พฤติกรรมลูกค้า

พฤติกรรมการลูกค้าขององค์กร จะจำแนกตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลงฯเงินสมทบ โดยแบ่งกลุ่มเป็น ดังนี้

ประเภทลูกค้ากลุ่มที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว และองค์การจัดการน้ำเสีย ให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม

ที่	เทศบาล	จ่ายรายปี		จ่ายรายไตรมาส	
		จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย	จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย
1	เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์		-	✓	-
2	เทศบาลเมืองมาบตาพุด	✓	-	-	-
3	เทศบาลตำบลบ้านเพ	-	-	✓	-
4	เทศบาลนครสงขลา	-	✓	-	-
5	เทศบาลตำบลบางเสร่	-	✓	-	-
6	เทศบาลเมืองกระบี่	-		✓	-
7	เทศบาลเมืองศรีราชา	-	✓	-	-
8	เทศบาลนครอุดรธานี	-	✓	-	-
9	เทศบาลนครแม่สอด	-	✓	-	-
10	เทศบาลเมืองมุกดาหาร	-	✓	-	-
11	เทศบาลเมืองพะเยา	-	✓	-	-
12	เทศบาลนครลำปาง	-	✓	-	-
13	เทศบาลนครเชียงใหม่	-	✓	-	-
14	เทศบาลเมืองอำนาจเจริญ	-	-	✓	-
15	เทศบาลเมืองบ้านโป่ง	-	-	✓	-
16	เทศบาลเมืองกำแพงเพชร	-	-	✓	-
17	เทศบาลเมืองปากช่อง	-	-	✓	-

ประเภทลูกค้ากลุ่มที่มีระบบบำบัดน้ำเสียอยู่แล้ว และองค์การจัดการน้ำเสีย ให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม

ที่	เทศบาล	จ่ายรายปี		จ่ายรายไตรมาส	
		จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย	จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย
18	เทศบาลเมืองสิงห์บุรี	-	-	✓	-
19	เทศบาลเมืองบุรีรัมย์	-	-	✓	-
20	เทศบาลเมืองกาญจนบุรี	-	-	✓	-
21	เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์	-	-	✓	-
22	เทศบาลเมืองชะอำ	-	-	✓	-
23	เทศบาลนครพิษณุโลก	-	-	✓	-
24	เทศบาลเมืองราชบุรี	-	-	✓	-
25	เทศบาลนครตรัง	-	-	✓	-

ประเภทลูกค้ากลุ่มที่องค์การจัดการน้ำเสียจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียและการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม

ที่	เทศบาล	จ่ายรายปี		จ่ายรายไตรมาส	
		จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย	จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย
26	เทศบาลตำบลบางปลา	✓	-	-	-
27	เทศบาลตำบลปากน้ำปราณ	✓	-	-	-
28	เทศบาลนครระยอง	-	✓	-	-
29	เทศบาลตำบลบางปลา 2	✓	-	-	-
30	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย แห่งที่ 1	✓	-	-	-
31	เทศบาลเมืองใหม่บางบัวทอง	-	-	✓	-
32	เทศบาลตำบลเกษตรกำแพงแสน	-	-	-	✓
33	เทศบาลตำบลวิชิต	✓	-	-	-
34	เทศบาลตำบลราไวย์	✓		-	-
35	เทศบาลตำบลฉลอง	-	✓	-	-
36	องค์การบริหารส่วนตำบลกมลา	-	-	✓	-
37	เทศบาลตำบลพรหมโลก	-	-	✓	-
38	เทศบาลเมืองลำโพ	-	-	✓	-
39	เทศบาลตำบลแพรกษา	-	-	✓	-
40	เทศบาลตำบลปลายบาง	-	-	✓	-
41	เทศบาลตำบลบ้านฉาง	-	-	✓	-
42	เทศบาลตำบลเขาน้อย	-	-	✓	-

ที่	เทศบาล	จ่ายรายปี		จ่ายรายไตรมาส	
		จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย	จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย
43	เทศบาลเมืองบางคูรัด	-	-	✓	-
44	เทศบาลเมืองไร่ขิง	✓	-	-	-
45	องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	-	-	✓	-
46	เทศบาลเมืองอุทัยธานี	-	-	✓	-
47	เทศบาลเมืองบ้านบึง	-	-	✓	-
48	เทศบาลเมืองวัดสิงห์	-	-	✓	-
49	เทศบาลเมืองเลย	-	-	✓	-
50	เทศบาลนครปากเกร็ด	-	-	✓	-
51	เทศบาลเมืองเลย	-	-	✓	-
52	เทศบาลเมืองบางแม่นาง	-	-	✓	-
53	เทศบาลเมืองแพร่	-	-	✓	-
54	เทศบาลเมืองลำโพ แห่งที่ 2	-	-	✓	-
55	เทศบาลตำบลหลักหก	-	-	✓	-
56	เทศบาลเมืองอุทัยธานี	-	-	✓	-
57	เทศบาลนครระยอง แห่งที่	-	-	✓	-
58	เทศบาลเมืองบึงยี่โถ	-	-	✓	-
59	เทศบาลตำบลท่าสเด็จ	-	-	✓	-
60	องค์การบริหารส่วนตำบลละหาร	-	-	✓	-
61	เทศบาลตำบลบางหลวง	-	-	✓	-
62	เทศบาลนครอุบลราชธานี	-	-	✓	-
63	เทศบาลตำบลสนั่นรักษ์	-	-	✓	-
64	เทศบาลตำบลนาจอมเทียน	-	-	✓	-
65	เทศบาลตำบลหลักเมือง	-	-	✓	-
66	เทศบาลเมืองสุรินทร์	-	-	✓	-
67	องค์การบริหารส่วนตำบลสาคู	-	-	✓	-
68	เทศบาลนครระยอง แห่งที่ 2	-	-	✓	-
69	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย แห่งที่ 2	-	-	✓	-
70	เทศบาลตำบลกุมภาวาปี	-	-	✓	-

4.4 แนวทางการจำแนกลูกค้า

องค์การจัดการน้ำเสีย ได้จัดแนวทางการจำแนกกลุ่มลูกค้า เป็นประเภทเงื่อนไขการจ่ายเงินสมทบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ที่มีการลงนามข้อตกลงฯ ระหว่าง องค์การจัดการน้ำเสีย กับ เทศบาลฯ

การแบ่งกลุ่มแบ่งตามเงื่อนไข MOA

<u>กลุ่มที่ 1</u> พื้นที่ที่จ่ายค่าใช้จ่ายตามจริง คิด 50:50 จ่ายรายไตรมาส ตรงปีงบประมาณ ลำดับที่ 1 - 3

<u>กลุ่มที่ 2</u> พื้นที่ที่จ่ายเงินคงที่ จ่ายรายไตรมาส จ่ายตรงปีงบประมาณ ลำดับที่ 4-6

<u>กลุ่มที่ 3</u> พื้นที่ที่จ่ายค่าใช้จ่ายตามจริง คิด 70 : 30 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทุก 3 ปี จ่ายรายไตรมาส จ่ายตรงปีงบประมาณ โดยจะต้องรอค่าใช้จ่ายที่ กบช. ปิดบัญชี 45 วัน จึงจะนำมาคำนวณค่าใช้จ่ายได้ ทำให้ไตรมาสที่ 1 ของทุกปี จะไม่มียอดเรียกเก็บเงินสมทบฯ ลำดับที่ 4-10

<u>กลุ่มที่ 4</u> พื้นที่ที่จ่ายค่าใช้จ่ายตามจริง คิด 70 : 30 ไม่มีอัตราก้าวหน้า มีเงื่อนไขการจ่ายไม่เกินปีละ จ่ายรายไตรมาส จ่ายตรงปีงบประมาณ โดยจะต้องรอค่าใช้จ่ายที่ กบช. ปิดบัญชี 45 วัน จึงจะนำมาคำนวณค่าใช้จ่ายได้ ทำให้ไตรมาสที่ 1 ของทุกปี จะไม่มียอดเรียกเก็บเงินสมทบฯ ลำดับที่ 11-12

<u>กลุ่มที่ 5</u> พื้นที่ที่จ่ายคงที่ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทุก 3 ปี จ่ายรายไตรมาส จ่ายตรงปีงบประมาณ ลำดับที่ 13-16

<u>กลุ่มที่ 6</u> พื้นที่ที่จ่ายคงที่จนสิ้นสุดโครงการ จ่ายปีถัดไป รอ สตง.รับรองงบการเงิน ลำดับที่ 16-17

<u>กลุ่มที่ 7</u> พื้นที่ที่จ่ายค่าใช้จ่ายตามจริง คิด 50:50 จ่ายรายปี จ่ายปีถัดไป และ รอ สตง.รับรองงบการเงิน และแนบเอกสารรับรองงบการเงิน เพื่อเป็นหลักฐานในการจ่ายเงินสมทบฯ ลำดับที่ 18-23

กลุ่มที่ 8 พื้นที่ที่มีเงื่อนไขการจ่ายเงินแบบคงที่ มีอัตรก้าวหน้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทุกๆ 3 ปี จ่ายรายปี จ่ายตรงปีงบประมาณ ลำดับที่ 24

กลุ่มที่ 9 พื้นที่ที่มีเงื่อนไขการจ่ายเงินแบบคงที่ มีอัตรก้าวหน้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทุกๆ 3 ปี จ่ายรายไตรมาส จ่ายตรงปีงบประมาณ ลำดับที่ 25-39

กลุ่มที่ 10 พื้นที่ที่มีเงื่อนไขการจ่ายเงินแบบคงที่ มีอัตรก้าวหน้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทุกๆ 3 ปี จ่ายรายปี จ่ายตรงปีงบประมาณ ลำดับที่ 40-48

กลุ่มที่ 11 พื้นที่ที่มีเงื่อนไขการจ่ายเงินแบบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตามจริง ไม่มีการแก้ไขบันทึกแนบท้าย เรียกเก็บแบบระบบ 600 ลูกบาศ์กเมตร ราคา 1,200,000 บาท เทศบาลจะอุดหนุนแบบรายปี ต้องทำบันทึกขอรับเงินอุดหุนุนลำดับที่ 49-52

(รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก)

4.5 กลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน แบ่งตามภูมิศาสตร์

แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งพื้นที่ระบบบำบัดน้ำเสียที่ องค์การจัดการน้ำเสีย เข้าดำเนินการ



4.6 กลุ่มลูกค้าในอนาคต แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

4.6.1 กลุ่มลูกค้าที่ 1 แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 4.6.1 ปีงบประมาณ 2568 องค์การจัดการน้ำเสีย ได้รับงบประมาณจัดสรรในการก่อสร้างศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ เรียบร้อยแล้ว และเริ่มดำเนินการก่อสร้างในปีงบประมาณ 2569 ประกอบด้วย

ลำดับที่	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	จังหวัด
1	องค์การบริหารส่วนตำบลเจดีย์หัก	ราชบุรี
2	เทศบาลตำบลหลักหก	ปทุมธานี
3	เทศบาลนครระยอง แห่งที่ 2	ระยอง
4	เทศบาลตำบลป่าโมก	อ่างทอง
5	เทศบาลเมืองบ้านบึง	ชลบุรี
6	เทศบาลเมืองแพร่	แพร่
7	เทศบาลนครปากเกร็ด	นนทบุรี
8.	เทศบาลเมืองอุทัยธานี	อุทัยธานี

ปีงบประมาณ 2569 องค์การจัดการน้ำเสีย ได้รับงบประมาณจัดสรรในการก่อสร้างศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ และเริ่มดำเนินการก่อสร้างในปีงบประมาณ 2570 ประกอบด้วย

ลำดับที่	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	จังหวัด
1	เทศบาลตำบลท่าเสด็จ	สุพรรณบุรี
2	องค์การบริหารส่วนตำบลละหาร	นนทบุรี
3	เทศบาลตำบลบางหลวง	นครปฐม
4	เทศบาลเมืองบึงยี่โถ	ปทุมธานี
5	เทศบาลตำบลเนินพระ	ระยอง
6	เทศบาลตำบลหลักเมือง	ราชบุรี
7	เทศบาลเมืองสนั่นรักษ์	ปทุมธานี
8.	เทศบาลตำบลเด่นชัย	แพร่
9.	องค์การบริหารส่วนตำบลสาคู	ภูเก็ต
10	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย แห่งที่ 2	สมุทรปราการ
11	เทศบาลนครอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
12	เทศบาลเมืองสุรินทร์	สุรินทร์
13	เทศบาลตำบลนาจอมเทียน	ชลบุรี

กลุ่มที่ 4.6.2 องค์การจัดการน้ำเสีย ได้มีการจัดทำบันทึกขอความร่วมมือการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวม ระหว่างองค์การจัดการน้ำเสีย กับเทศบาลฯต่างๆ พร้อมทั้งมีข้อตกลงร่วมการจัดให้ระบบบำบัดน้ำเสียรวมและการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมของเทศบาลฯ ซึ่งทั้ง 15 เทศบาลฯ อยู่ระหว่างการดำเนินรับจัดสรรงบประมาณก่อสร้างฯ

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

4.6.2 กลุ่มลูกค้ากลุ่มที่ 2 อยู่ในความรับผิดชอบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 105 แห่ง ซึ่งจะแบ่งเป็นกลุ่ม 2 กลุ่ม

- กลุ่มที่มีระบบบัดน้ำเสียอยู่แล้ว จะเป็นลูกค้าในอนาคตซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังไม่มีการบันทึกขอความร่วมมือการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวม ระหว่างองค์การจัดการน้ำเสีย กับเทศบาลฯต่างๆ

- กลุ่มที่จัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งจะเป็นลูกค้าในอนาคตโดยได้การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (จะใช้ข้อมูลมาจากกรมควบคุมมลพิษ) ตั้งแต่ปี 2561-2580) จำนวน 464 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีการจัดทำแบบสำรวจความต้องการ และนำมาวิเคราะห์เพื่อจัดลำดับความสำคัญของพื้นที่เป้าหมาย

หมายเหตุ กลุ่มเป้าหมายในอนาคต องค์การจัดการน้ำเสีย จะดำเนินการขยายการดูแลระบบบำบัดน้ำเสียให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อตอบสนองการบริการด้านการจัดการน้ำเสีย และให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการจ่ายค่าบริการบำบัดน้ำเสีย

4.7 วงจรชีวิตลูกค้า (Customer Lifecycle)

เป็นการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เริ่มตั้งแต่เมื่อได้ลูกค้าแล้ว ต้องมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้จริง รวมถึงบริการหลังการขาย จัดเก็บข้อมูลลูกค้า เพื่อให้ทีมงานสามารถดึงข้อมูลและตอบสนองลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว 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)

- จดหมายแจ้งสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ 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 ที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสียเพื่อเชื่อมโยงกับการหากลุ่มตลาดเป้าหมายในอนาคต

- ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย หมุดหมายที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย คือ

1) หมุดหมายที่ 5 ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค เป้าหมาย: การพัฒนาและขยายระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปการเป็นไปตามแผน

2) หมุดหมายที่ 8 ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน เป้าหมาย: การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านการประปาและระบบจัดการน้ำเสียเป็นไปตามแผน

3) หมุดหมายที่ 10 ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ เป้าหมาย: 1. ปริมาณน้ำเสียได้รับการบำบัดได้ตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบจัดการน้ำเสียชุมชนรวม 460 ล้านลูกบาศก์เมตร 2. น้ำเสียหลังการบำบัดได้คุณภาพตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากระบบจัดการน้ำเสียชุมชนที่กำหนดไม่น้อยกว่าร้อยละ 99

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย คือ ประเด็นยุทธศาสตร์ 3 การพัฒนาภูมิภาคเมือง 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 น้ำเสียจากการทำครัวประกอบอาหารน้ำเสียจากการซักล้าง เป็นต้น ซึ่งหากไม่มีระบบการจัดการที่ดีและไม่มีการบำบัดน้ำเสียเบื้องต้นเพื่อลดความสกปรกก่อนระบายลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะแล้วจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำ สิ่งแวดล้อมและสุขภาพอนามัยของประชาชน 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 เพื่อให้ส่วนราชการได้รับทราบแนวคิดในการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนขององค์การจัดการน้ำเสีย เพื่อนำไปเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินงานจัดการและแก้ไขปัญหาน้ำเสียชุมชนของประเทศให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 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

<u>เป้าหมาย</u>

1. ก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียในพื้นที่ 464 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
2. สามารถบำบัดน้ำเสียได้ 1,700,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน
3. คุณภาพน้ำแม่น้ำสายหลัก 61 แม่น้ำ และแหล่งน้ำ 6 แห่ง ที่มีคุณภาพน้ำอยู่เสื่อมโทรมและพอใช้จะมีคุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์ดีหรือดีมาก
4. จำนวนประชากรได้รับประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ ด้านการท่องเที่ยว ด้านสุขอนามัยจากคุณภาพน้ำที่ดีขึ้น จำนวน 10,000,000 คน
5. ลดภาระงบประมาณของภาครัฐจากการร่วมลงทุนของภาคเอกชนตามพระราชบัญญัติการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน พ.ศ. 2562

<u>2) แผนการส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร)</u>

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 ส่งผลให้ระบบบำบัดน้ำเสียไม่สามารถรวบรวมและบำบัดน้ำเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพหากไม่ได้รับการปรับปรุงซ่อมแซมและการดูแลอย่างต่อเนื่อง 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

วัตถุประสงค์ เพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินงานและการยื่นขอรับการจัดสรรงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 – 2570

เป้าหมาย สามารถจัดสรรงบประมาณได้เพียงพอกับการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในภาพรวม

4) แผนการดำเนินงานโครงการเอกชนร่วมลงทุนขององค์การจัดการน้ำเสีย

หลักการและเหตุผล

องค์การจัดการน้ำเสียได้จัดทำแผนการดำเนินงานโครงการเอกชนร่วมลงทุน เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานฯ เพื่อยกระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางน้ำในพื้นที่ให้ดีขึ้น โดยองค์การจัดการน้ำเสีย ได้ดำเนินการคัดเลือกพื้นที่สำหรับการดำเนินโครงการเอกชนร่วมลงทุนจากพื้นที่เป้าหมาย ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการจัดการน้ำเสียชุมชน ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ซึ่งมีเป้าหมายก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 780 แห่ง ในพื้นที่เป้าหมาย 464 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยใช้ปัจจัยในการคัดเลือกพื้นที่เป็นเกณฑ์การให้คะแนน และสามารถสรุปผลการคัดเลือกพื้นที่โดยจัดเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด จำนวน 11 พื้นที่ คือ

1. เทศบาลนครปากเกร็ด จ.นนทบุรี
2. เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย จ.สมุทรปราการ
3. เทศบาลนครรังสิต จ.ปทุมธานี
4. เทศบาลเมืองเขารูปช้าง จ.สงขลา
5. เทศบาลนครเจ้าพระยาสุรศักดิ์ จ.ชลบุรี
6. เทศบาลนครนครศรีธรรมราช จ.นครศรีธรรมราช
7. เทศบาลเมืองเขลางค์นคร จ.ลำปาง
8. เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี
9. เทศบาลเมืองนราธิวาส จ.นราธิวาส
10. เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด
11. เทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ จ.เพชรบูรณ์

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

วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการให้เอกชนร่วมลงทุนและดำเนินโครงการก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

2) เพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายและการลงทุนของรัฐบาล

เป้าหมาย สามารถดำเนินโครงการก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในรูปแบบการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน (PPP) ได้

- สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ (Key Changes)

1. นโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชน

1) มติคณะรัฐมนตรี (ครม.) เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2563 เห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทยขององค์การจัดการน้ำเสีย ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจขององค์กรในการแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำของประเทศ ให้สามารถเข้าดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

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

2) นโยบายเร่งด่วนของกระทรวงมหาดไทย

กระทรวงมหาดไทยเร่งขับเคลื่อนนโยบาย “มหาดไทย ทำ ทัน ที Action 5 PLUS” บูรณาการทุกหน่วยงานเดินหน้ามาตรการเร่งด่วน 5 ด้าน ทั้งเศรษฐกิจ ความมั่นคง คุณภาพชีวิต การจัดการภัยพิบัติ และการปฏิรูประบบราชการ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนทั่วประเทศ

ประเด็นสำคัญ กระทรวงมหาดไทยเดินหน้าขับเคลื่อนนโยบายเร่งด่วน “มหาดไทย ทำ ทัน ที Action 5 PLUS” ตามข้อสั่งการของ อนุทิน ชาญวีรกูล โดยมุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนผ่านการบูรณาการการทำงานของทุกหน่วยงานในสังกัด ทั้งกรม รัฐวิสาหกิจ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ

เป้าหมายของนโยบาย

- ยกระดับการทำงานภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ
- แก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนอย่างรวดเร็ว
- ส่งเสริมเศรษฐกิจ ความมั่นคง และคุณภาพชีวิต

1. ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้
2. แก้ปัญหาความมั่นคง ยาเสพติดและชายแดน
3. ยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน
4. ป้องกันภัยพิบัติและพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน
5. ราชการทันสมัย โปร่งใส และเป็นธรรม

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับองค์การจัดการน้ำเสีย

การบริหารจัดการน้ำเสีย ถูกบรรจุอยู่ใน มิติที่ 4 ป้องกันภัยพิบัติและพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ภายใต้นโยบายเร่งด่วน "มหาดไทย ทำ ทันที Action 5 PLUS" โดยกระทรวงมหาดไทยได้สั่งการให้ผู้ว่าราชการจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการขับเคลื่อนประเด็นสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน มาตรฐานการระบายน้ำ การบริหารจัดการขยะและน้ำเสีย เป็นต้น

4. ป้องกันภัยพิบัติและพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน พร้อมรับมือทุกสถานการณ์และพัฒนาเมืองอย่างสมดุล

เป้าหมาย: ลดความสูญเสียจากภัยพิบัติ สิ่งแวดล้อมดีขึ้น ชุมชนปลอดภัยและยั่งยืน

แนวทางดำเนินการ

- พัฒนาระบบแจ้งเตือนภัยล่วงหน้า (Cell Broadcast)
- ลดความสูญเสียจากภัยธรรมชาติ
- การบริหารจัดการน้ำเพื่ออุปโภคบริโภคและน้ำดื่มสะอาดบริการประชาชน
- ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด
- ผลักดันเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593

ผลที่คาดหวัง ประเทศมีความพร้อมรับมือภัยพิบัติและเติบโตอย่างยั่งยืน

3) กระทรวงมหาดไทย ได้กำหนดให้การจัดการน้ำเสียชุมชนเป็นภารกิจสำคัญตามนโยบายของรัฐบาล และได้มอบหมายให้องค์การจัดการน้ำเสียจัดทำแผนการดำเนินงานบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) และแผนบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อแก้ไขปัญหาน้ำเสียในพื้นที่ที่มีคุณภาพน้ำเสื่อมโทรม ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนและสุขอนามัย ของประชาชน รวมทั้งการสร้างความร่วมมือให้ความรู้ความเข้าใจกับประชาชนเรื่องการจัดการน้ำเสียและเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการลดน้ำเสียจากแหล่งกำเนิดก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะต่อไป

4) กระทรวงมหาดไทยสนับสนุนให้มีการการบูรณาการร่วมกันระหว่างการประปาส่วนภูมิภาค การประปานครหลวง และองค์การจัดการน้ำเสีย ที่มีภารกิจเกี่ยวข้องด้านการบริหารจัดการน้ำ ประกอบกับเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงมหาดไทย โดยองค์การจัดการน้ำเสียขอความร่วมมือการประปานครหลวง และการประปาส่วนภูมิภาคในการดำเนินการศึกษาทบทวนแนวทางการส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการประปาและน้ำเสีย 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 และมีแผนงานหรือการดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างไร โดยให้ปรึกษาหารือทำข้อตกลงร่วมกับองค์การจัดการน้ำเสียในพื้นที่

6.2) กรณีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนในพื้นที่ หากพบว่ามีปัญหาในการบริหารงานหรือเดินระบบ และไม่มีความพร้อมในด้านงบประมาณ บุคลากร หรือความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประสานงานกับองค์การจัดการน้ำเสียเพื่อทำข้อตกลงร่วมให้เข้ามาดำเนินการซ่อมแซมพร้อมทั้งบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียตามเงื่อนไขของข้อตกลงร่วมกัน

7. พระราชกฤษฎีกาการจัดตั้งองค์การน้ำเสย พ.ศ. 2538 มาตรา 7 (2) สำรวจวางแผนปฏิบัติการออกแบบ ก่อสร้างดำเนินการจัดการและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย ทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย และระบบบำบัดน้ำเสียรวมในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย

บทที่ 5
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก
เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อปี 2570)

ผลการทบทวน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT ANALYSIS)

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร อย่างละเอียดถูกต้อง และครบถ้วน ทำให้สามารถระบุประเด็นต่าง ๆซึ่งเป็น “จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค” พร้อมทั้งมีการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็น เพื่อใช้เป็นปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ โดยเป็นการบูรณาการกับแผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย 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 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและควบคุมและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย	S2 เป็นองค์กรภาครัฐที่มีประสบการณ์ด้านการจัดการน้ำเสียชุมชนเป็นระยะเวลามากกว่า 20 ปี S6เป็นองค์กรภาครัฐเพียงแห่งเดียวที่มีอำนาจหน้าที่ด้านการจัดการน้ำเสียชุมชนที่กระจายไปทั่วประเทศ	System
S3 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐานและด้านบริการ	S4 มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญสูงในด้านการบริหารและจัดการน้ำเสียของประเทศไทย	Skill
S4 มีเครือข่ายและพันธมิตรที่ดีในการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย เพื่อให้มีการดำเนินงานตามภารกิจให้ครอบคลุมทั่วประเทศ	S3 มีเครือข่ายความร่วมมือจากหลายหน่วยงานในการดำเนินงานและช่วยเหลือการปฏิบัติงานขององค์การจัดการน้ำเสียกระจายครอบคลุมทั่วประเทศ	stye

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 ยังไม่สมดุลกับภาระงาน	Staff
W2 ขาดพนักงานที่มีองค์ความรู้ด้านวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าและกลุ่มตลาดขององค์กร	W2 การบูรณาการข้อมูลองค์ความรู้ยังไม่ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร	System
W3 มีกรอบอัตรากำลังไม่เพียงพอต่อการให้บริการด้านลูกค้า	W1 การจัดการโครงสร้างการบริหารงาน การพัฒนาบุคลากร ยังไม่สมดุลกับภาระงาน	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 มีการขยายเขตพื้นจัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ	O1 รัฐบาล มีนโยบายและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศไทย O2 รัฐบาลมีนโยบายและให้ความสำคัญในการนำน้ำเสียกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ O8 มีโอกาสขยายงานเพิ่มเติม เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความต้องการการสนับสนุนด้านการจัดการน้ำเสียผ่านองค์การจัดการน้ำเสีย	Political Environment Economics
O2 องค์การจัดการน้ำเสีย สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่งเศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวได้เช่น เทศบาลนครแม่สอด และองค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางเกาะพีพี จังหวัดกระบี่	O3 รัฐบาลมีนโยบายและให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามหลักเศรษฐกิจแบบองค์รวม	Political
O3 องค์การจัดการน้ำเสียมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ ที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถนำไปใช้ในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย	O9 เทคโนโลยีสมัยใหม่มีการพัฒนาและก้าวหน้าอย่างรวมเร็ว 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 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถที่จะดำเนินงานด้านสาธารณูปโภคในพื้นที่เอง	T6 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจในการดำเนินงานด้านสาธารณูปโภคในพื้นที่เอง ตาม พรบ. กำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	Law
T2 แนวท่อรวบรวมน้ำเสียไม่ครอบคลุมในเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	T3 ท่อรวบรวมน้ำเสียยังไม่ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการ	Law

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

5.2 การจัดลำดับความสำคัญของ SWOT

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย 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 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและควบคุมและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย	9.25
2	S1	ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	8.11
3	S3	พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐานและด้านบริการ	7.57
4	S4	มีเครือข่ายและพันธมิตรที่ดีในการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย 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	มีการขยายเขตพื้นจัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ	9.48
2	O3	องค์การจัดการน้ำเสียมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ ที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถนำไปปรับใช้ในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย	7.75
3	O2	องค์การจัดการน้ำเสีย สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่งเศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น 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 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	6.47
2	T1	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถที่จะดำเนินงานด้านสาธารณูปโภคในพื้นที่เอง	5.78

5.3 การวิเคราะห์ Fact Based ของ SWOT ลูกค้าและตลาด

จุดแข็ง

SWOT	Fact Based
S1 ให้บริการด้านการจัดการน้ำเสีย รวมทั้งมีนวัตกรรมการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	องค์การจัดการน้ำเสียมีอำนาจหน้าที่ จัดให้มี และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียกับ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรวมถึงการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่อยู่ใต้ดิน จำนวน **26** พื้นที่ ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์บนพื้นดินโดยการสร้างนวัตกรรมบนพื้นดิน เช่น สนามฟุตบอล จัดแสดงพันธุ์ปลาน้ำจืดในรูปแบบพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ (Aquarium) สนามไดร์ฟกอล์ฟ
S2 ได้รับความร่วมมือจาก องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า) ในการดำเนินก่อสร้างและควบคุมและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสีย	องค์การจัดการน้ำเสีย ลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) และบันทึกข้อตกลง(MOA) ระหว่าง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและองค์การจัดการน้ำเสีย จำนวน63 แห่ง

จุดแข็ง (ต่อ)

SWOT	Fact Based
S3 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ด้านมาตรฐานและด้านบริการ	พนักงานระดับผู้จัดการสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา มีประสบการณ์การทำงาน เฉลี่ย 5 ปีขึ้นไป
S4 มีเครือข่ายและพันธมิตรที่ดีในการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย เพื่อให้มีการดำเนินงานตามภารกิจให้ครอบคลุมทั่วประเทศ	เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2563 มีมติเห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย ซึ่ง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหลายหน่วยงานผลักดันให้ องค์การจัดการน้ำเสียดำเนินการตามภารกิจ

จุดอ่อน

SWOT	Fact Based
W1 ยังไม่มีส่วนงานรับผิดชอบด้านการตลาดโดยตรง	ยังไม่มีโครงสร้างด้านลูกค้าและตลาด โดยตรง
W2 มีพนักงานที่มีองค์ความรู้ด้านการตลาดไม่เพียงพอ	ไม่มีพนักงานที่จบด้านการตลาด โดยตรง อย่างไรก็ตาม พนักงานที่รับผิดชอบได้มีการฝึกอบรมด้านการตลาด จำนวน 5 คน
W3 มีบุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการด้านลูกค้า	ปัจจุบันพนักงานในส่วนที่รับผิดชอบด้านลูกค้ามีจำนวนจำกัด ประกอบกับมีพื้นที่ที่เข้าบริหารจัดการฯเพิ่มมากขึ้น ทำให้ไม่สามารถบริการลูกค้าได้ทั่วถึงและตรงตามความคาดหวังของลูกค้า

โอกาส

SWOT	Fact Based
O1 มีการขยายเขตพื้นจัดการน้ำเสีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ทั่วประเทศ	มติ ครม. วันที่ 22 ก.ย. 2563 เรื่องการกำหนดพื้นที่จัดการน้ำเสียเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
O2 สามารถเข้าถึงลูกค้าในแหล่งพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษได้เช่น เทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก เทศบาลเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร เทศบาลเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และแหล่งท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง เกาะพีพี จังหวัดกระบี่	องค์การจัดการน้ำเสีย ได้เข้าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียในพื้นที่ทน.แม่สอด ทม.มุกดาหาร ทม.กาญจนบุรี และซึ่งรัฐบาลได้มีประกาศนโยบายเขตพัฒนาเศษฐกิจพิเศษ ที่1/58และที่ 2/58
O3 องค์การจัดการน้ำเสียมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ ที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำไปปรับใช้ในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย	องค์การจัดการน้ำเสีย มีการออกแบบและก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย และนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ ที่เป็นระบบบำบัดน้ำเสียที่อยู่ใต้ดิน โดย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีระบบบำบัดน้ำเสียแบบฝังใต้ดิน สามารถใช้ประโยชน์ด้านบนได้

ภัยคุกคาม/อุปสรรค

SWOT	Fact Based
T1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ไม่มีโครงสร้างของแนวท่อรวบรวมน้ำเสียเพื่อสูบส่งเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสีย	1. พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535
T2 แนวท่อรวบรวมน้ำเสียไม่ครอบคลุมในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย ทำให้น้ำเสียที่สูบส่งเข้าระบบไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ องค์การจัดการน้ำเสียกำหนดไว้	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ไม่มีแนวท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย

5.3 ปัจจัยนำเข้า

จุดแข็ง

1. องค์การจัดการน้ำเสียมีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียโดยตรง โดยอาศัยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2538 ส่งผลให้สามารถติดต่อประสานกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงทำให้ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ
2. พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
3. คุณสมบัติของพนักงานตรงตามที่องค์การจัดการน้ำเสีย ระบุไว้ในข้อบังคับองค์การจัดการน้ำเสีย ที่ 57

จุดอ่อน

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

โอกาส

1. การจัดทำบันทึกทำข้อตกลงร่วม (MOA) ระหว่างองค์การจัดการน้ำเสียและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

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 สมรรถนะหลักขององค์การจัดการน้ำเสียในปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ระดับสูงทั้ง 2 หัวข้อ จากเกณฑ์การวิเคราะห์สมรรถนะหลักขององค์กรที่จำเป็น โดยเปรียบเทียบกับบริษัทเอกชนภายในประเทศที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการจัดการน้ำเสีย ซึ่งถือเป็นคู่เทียบขององค์การจัดการน้ำเสีย 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 นวัตกรรมการจัดการน้ำเสีย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยอาศัยพนักงานที่มีความรู้ความสามารถด้านการจัดการน้ำเสีย

5.6 ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges: SC)

ตาราง ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์

ลำดับ	ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์
SC	W1 W2 W3 **x** T1 T2 เพิ่มบุคลากรให้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าและการสำรวจแนวท่อรวบรวมน้ำเสียให้ครอบคลุมทั้งหมดขององค์ปกครองส่วนท้องถิ่น

5.7 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective : SO)

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

5.7-1 การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

องค์ประกอบ	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SA **x** SC **x** CC	SO1 : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าทั่วประเทศ

บทที่ 6
ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปี 2566-2570
(ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี2570)

ความเชื่อมโยงแผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช่ปี 2570) กับแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) ดังนี้

<u>แผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย</u>

<u>วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1</u> เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 1</u> เพิ่มขีดความสามารถการก่อสร้างและการลงทุน

กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 2</u> พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 3</u> พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

<u>แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด</u>

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าทั่วประเทศ

เป้าหมาย : เพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ และให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ

ตัวชี้วัด : 1. จำนวนการจัดทำบันทึกข้อตกลงร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามเป้าหมาย จำนวน 10 แผนงาน

2. จำนวนแผนงานการให้บริการและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 1 แผนงาน

3. จำนวนองค์ความรู้ นวัตกรรมที่สนับสนุน จำนวน 3 แผนงาน

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 1</u> เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 1.1.1 การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าเดิมและรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

กิจกรรมที่ 1.1.2 การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาด และเพิ่มรายได้จากการจากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.1.1 การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

กิจกรรมที่ 2.2.1 การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

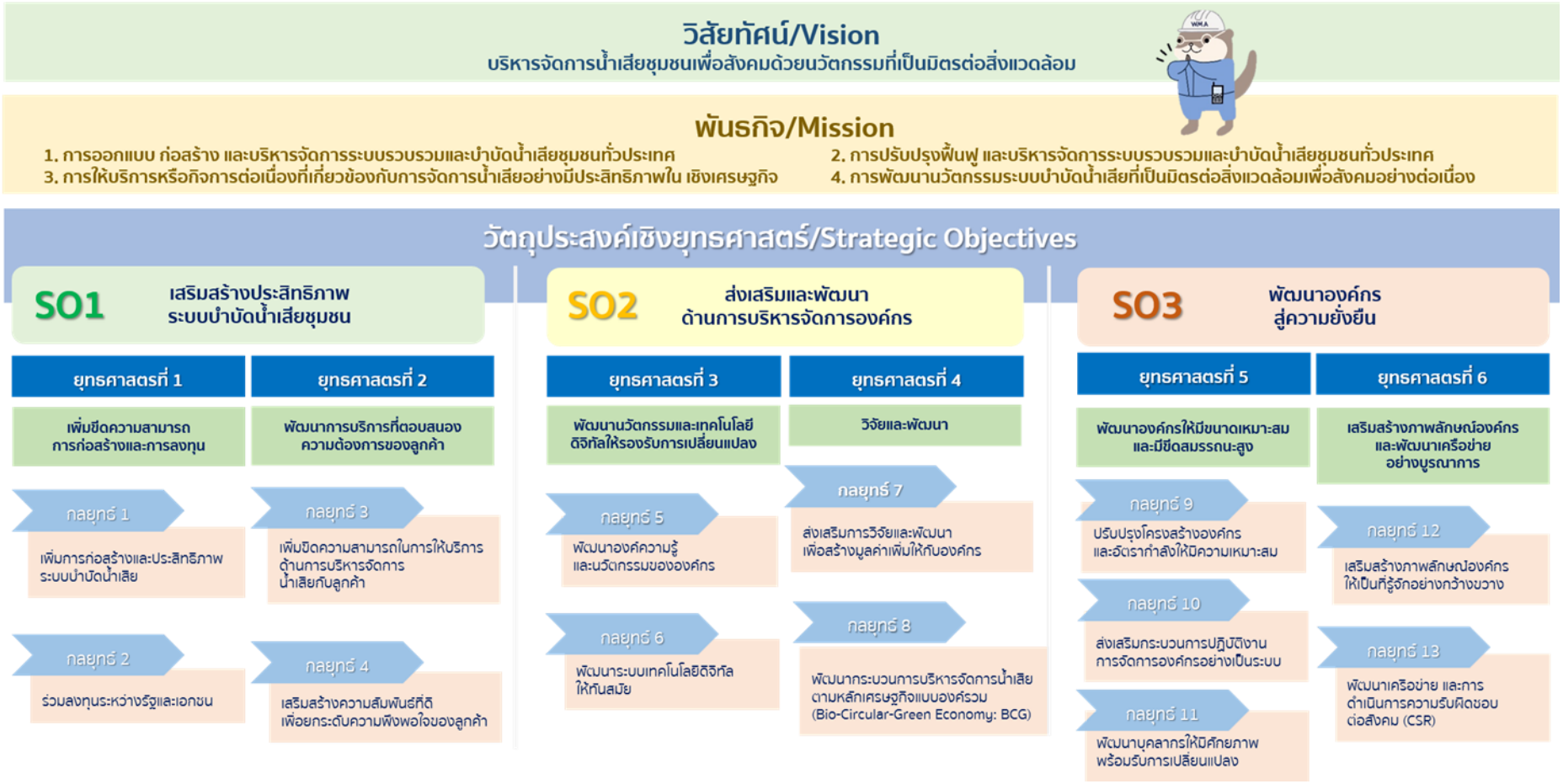
กิจกรรมที่ 3.1.1 การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

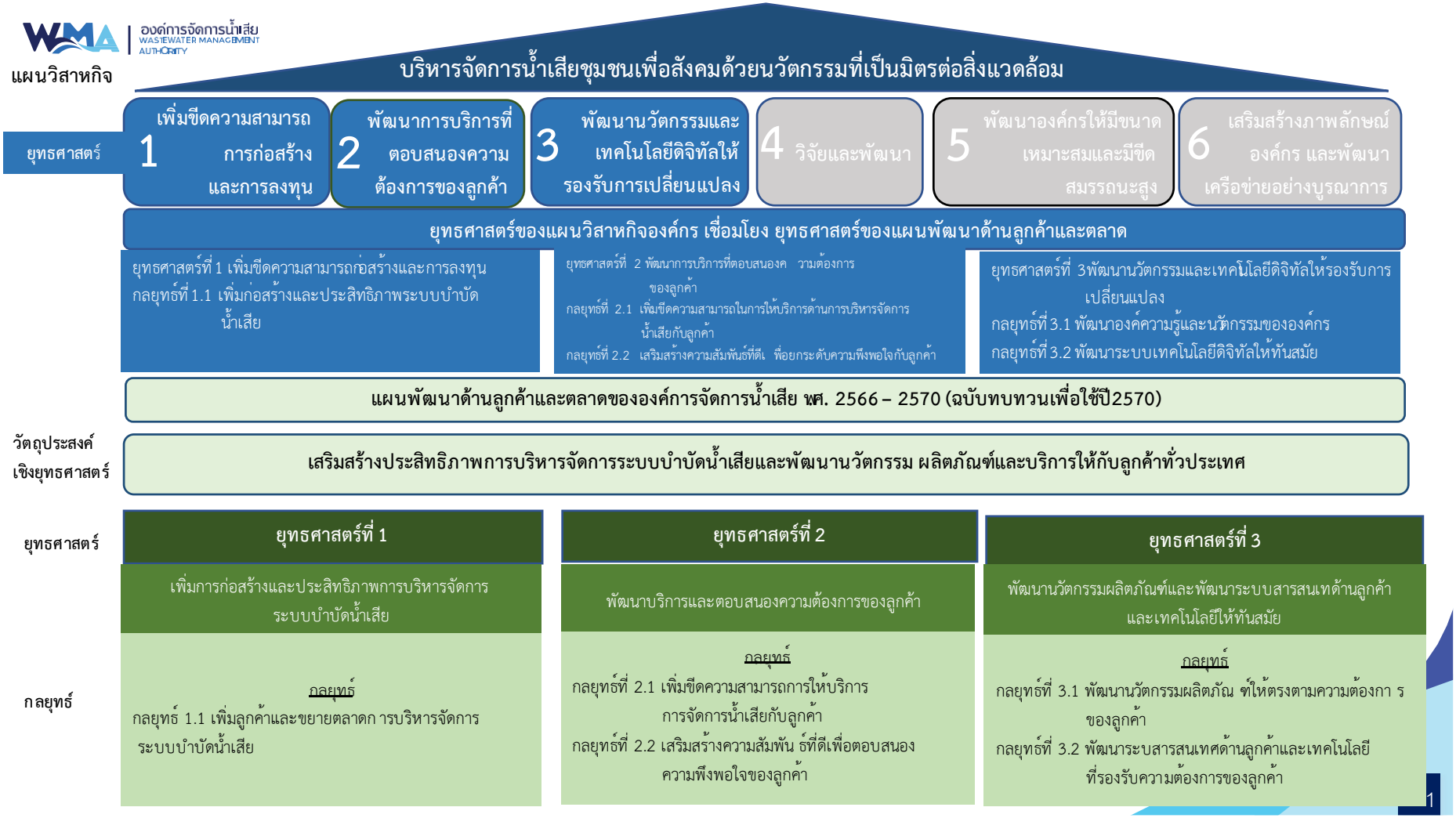
กิจกรรมที่ 3.2.1 การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของลูกค้า

แผนภาพแสดงวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

ประกอบด้วย 3 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 6 ยุทธศาสตร์ และ 13 กลยุทธ์



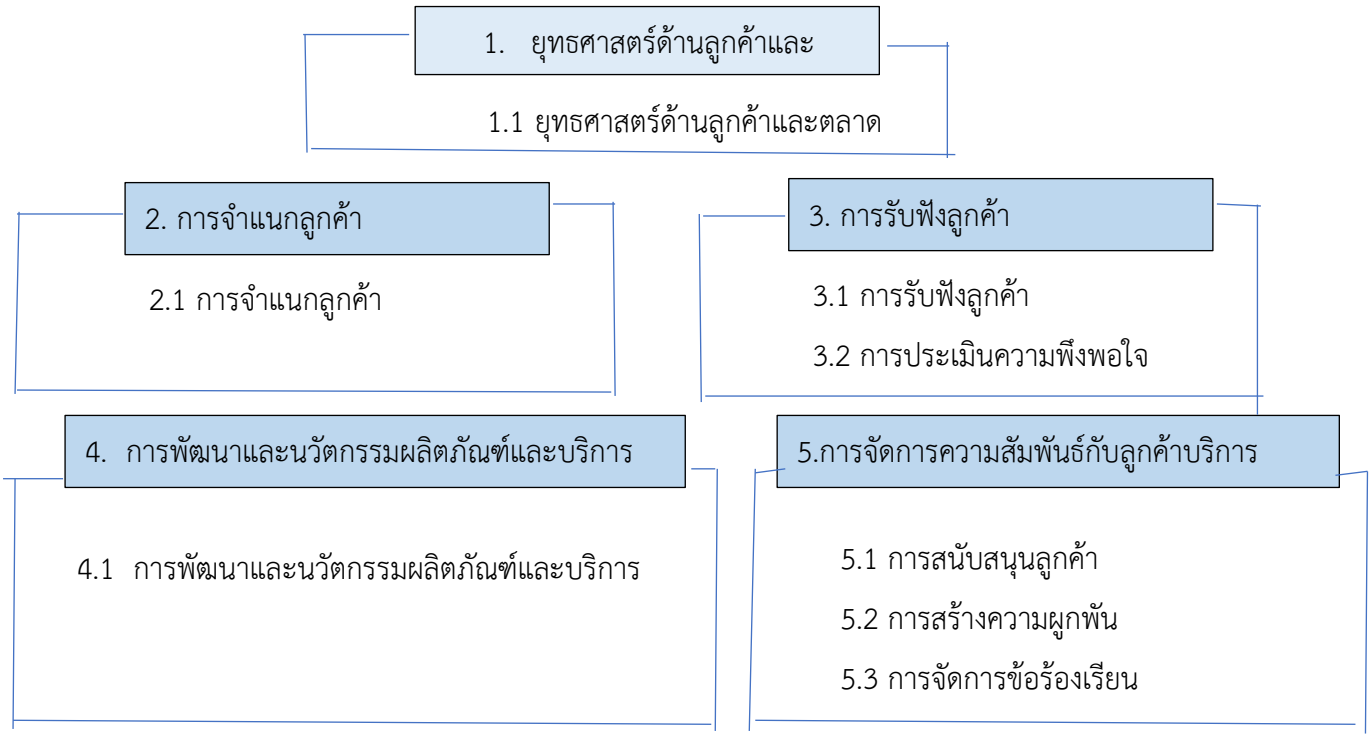
ตารางเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ของแผนวิสาหกิจขององค์การจัดการน้ำเสีย กับ แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ประจำปี พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)



กรอบแนวคิด

การจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด กำหนดกรอบแนวคิดในการจัดทำ โดยอ้างอิงให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และจัดการ Core Business Enablers ของรัฐวิสาหกิจ (ฉบับทบทวน ปี 2567)

Module 2 : การมุ่งเน้นลูกค้า



ขั้นตอนและกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566 – 2570

องค์การจัดการน้ำเสียมีการกำหนดกระบวนการวางแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด และจัดให้มีการประชุมเพื่อจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566 – 2570 โดยกระบวนการวางแผนพัฒนามีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2.1.1

ภาพที่ 2.1.1 กระบวนการวางแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด



ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดกระบวนการ

ดำเนินการทบทวนและจัดทำกระบวนการ ขั้นตอน การจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2570 โดยประกอบไปด้วย ความครบถ้วนของปัจจัย กระบวนการ ผลผลิต ระยะเวลาที่แล้วเสร็จ เพื่อให้ทุกขั้นตอนเป็นไปตามกระบวนการที่กำหนด และได้ประสิทธิผลตามที่กำหนด

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

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

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

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด

ดำเนินการวิเคราะห์สารสนเทศ เพื่อจัดทำปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ที่มีความสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจขององค์การจัดการน้ำเสีย โดยการวิเคราะห์ต้องครอบคลุมสารสนเทศจากลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และสภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดผลิตภัณฑ์และบริการ 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

ดำเนินกำหนดช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้า ให้ครบถ้วนทุกกลุ่มลูกค้า ให้ครอบคลุมทั้งลูกค้าปัจจุบัน อดีตลูกค้า ลูกค้าคู่แข่ง และลูกค้าในอนาคต เพื่อค้นหาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าตลอดจน วงจรชีวิตของลูกค้า

ขั้นตอนที่ 7 การกำหนดแนวทางการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า

ดำเนินการกำหนดวัตถุประสงค์ รูปแบบ ความถี่ของการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และการบริการ การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพัน และภาพลักษณ์ขององค์กร อย่างครบถ้วนในทุกกลุ่มลูกค้าและตลาด

ขั้นตอนที่ 8 การกำหนดกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญอย่างครบถ้วน โดยระบุคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ต้องได้รับการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้า อย่างชัดเจน

ขั้นตอนที่ 9 การกำหนดแนวทางการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพันการจัดการข้อร้องเรียน เพื่อให้มีความสอดคล้องและมีตัวกำหนดให้มีการจัดทำกฎบัตรมาตรฐานด้านบริการ

ขั้นตอนที่ 10 การกำหนดแผนปฏิบัติการระยะยาวและแผนปฏิบัติการประจำปี

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

ขั้นตอนที่ 11 การถ่ายทอดแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด และแผนปฏิบัติการประจำปีและระยะยาว

ดำเนินการถ่ายทอดแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด และแผนปฏิบัติการประจำปีและระยะยาว และกลยุทธ์ตามแผนวิสาหกิจขององค์กร ให้กับแผนปฏิบัติการต่างๆ

ขั้นตอนที่ 12 การประเมินผลและการปรับปรุง

ดำเนินการประเมินผลกระบวนการดำเนินงานและแผนวิสาหกิจขององค์กร เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินการและการจัดทำแผนฯ ต่อไป

<u>การอนุมัติแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 ขององค์การจัดการน้ำเสีย (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570</u>

1. คณะทำงาน Enable ด้าน 4 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าให้ความเห็นชอบในการ จัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2570
2. คณะอนุกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ความเห็นชอบแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2570
3. คณะกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย รับทราบ แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2570

บทที่ 7
การกำหนดช่องทางในการให้บริการลูกค้า

7.1 การรับฟังลูกค้า

องค์การจัดการน้ำเสีย ได้กำหนดให้มีนโยบายด้านการปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการขององค์การจัดการน้ำเสีย เพื่อเป็นกรอบแนวทางระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน โดยมีระบบและช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียน เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่องค์กรจะสามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม โดยได้กำหนด 2 ช่องทาง

ช่องทางที่ 1 ตามเงื่อนไขข้อตกลงการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม โดยในข้อตกลงข้อ 3. ทั้งสองฝ่ายต้องปฏิบัติหน้าที่ร่วมกัน ดังนี้ ให้มีคณะกรรมการกำกับดูแลบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ประกอบด้วยกรรมการไม่เกิน 7 คน ได้แก่ ผู้แทนเทศบาลฯ ผู้แทน องค์การจัดการน้ำเสีย ในสัดส่วนเท่าเทียมกันและผู้แทนกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 1 คน โดยมีอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียฯ เช่น 1.กำกับดูแลกิจการโดยพิจารณาแผนดำเนินการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 2.พิจารณาวินิจฉัยประเด็นปัญหา และข้อขัดแย้งจากการดำเนินกิจกรรม 3.พิจารณารายการทรัพย์สินที่เปลี่ยนแปลง 4.ประเมินผลการดำเนินการตามข้อตกลงทุกระยะเวลา 3 เดือน

วิธีการและกระบวนการแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

1. องค์การจัดการน้ำเสียจะดำเนินการจัดทำหนังสือเชิญเทศบาล เพื่อแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการ
2. องค์การจัดการน้ำเสียได้ทำหนังสือเชิญผู้แทนกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยจะเป็นตัวแทนจากสำนักงานสิ่งแวดล้อม และสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
3. องค์การจัดการน้ำเสียแต่งตั้งคณะกรรมการหรือผู้แทน

การดำเนินงานตามข้อตกลงการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่

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

โดยในการประชุมคณะกรรมการคณะกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย จะมีการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมตามข้อตกลงฯ ที่ได้ระบุไว้ในข้อ 4

ช่องทางที่ 2 ได้มีการจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่แสดงถึงระดับความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการบำบัดน้ำเสียขององค์การจัดการน้ำเสีย และสามารถกำหนดแนวทางในการจัดทำแผนงานการเข้าถึงบริการลูกค้า และการปรับปรุงแผนในปีถัดไปโดยได้กำหนดขั้นตอนของแต่ละประเด็นประกอบด้วย

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

<u>วิธีการและกระบวนการการดำเนินการออกแบบสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น</u>

1) องค์การจัดการน้ำเสียจัดทำบันทึกขออนุมัติหลักการโครงการสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการบำบัดน้ำเสียขององค์การจัดการน้ำเสีย ประจำปีบัญชี 2568

2) ออกแบบสำรวจความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการบำบัดน้ำเสีย เสนอ ผู้บริหารองค์การจัดการน้ำเสีย ให้ความเห็นชอบแบบสำรวจฯ

3) จัดทำหนังสือนำส่งแบบสำรวจความพึงพอใจฯกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4) สรุปการวิเคราะห์ผลสำรวจฯ จะสามารถใช้ประกอบการบริการรับฟังลูกค้า และเป็นแนวทางการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผล ความผูกพันของลูกค้า และแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานตามแผนขององค์กร

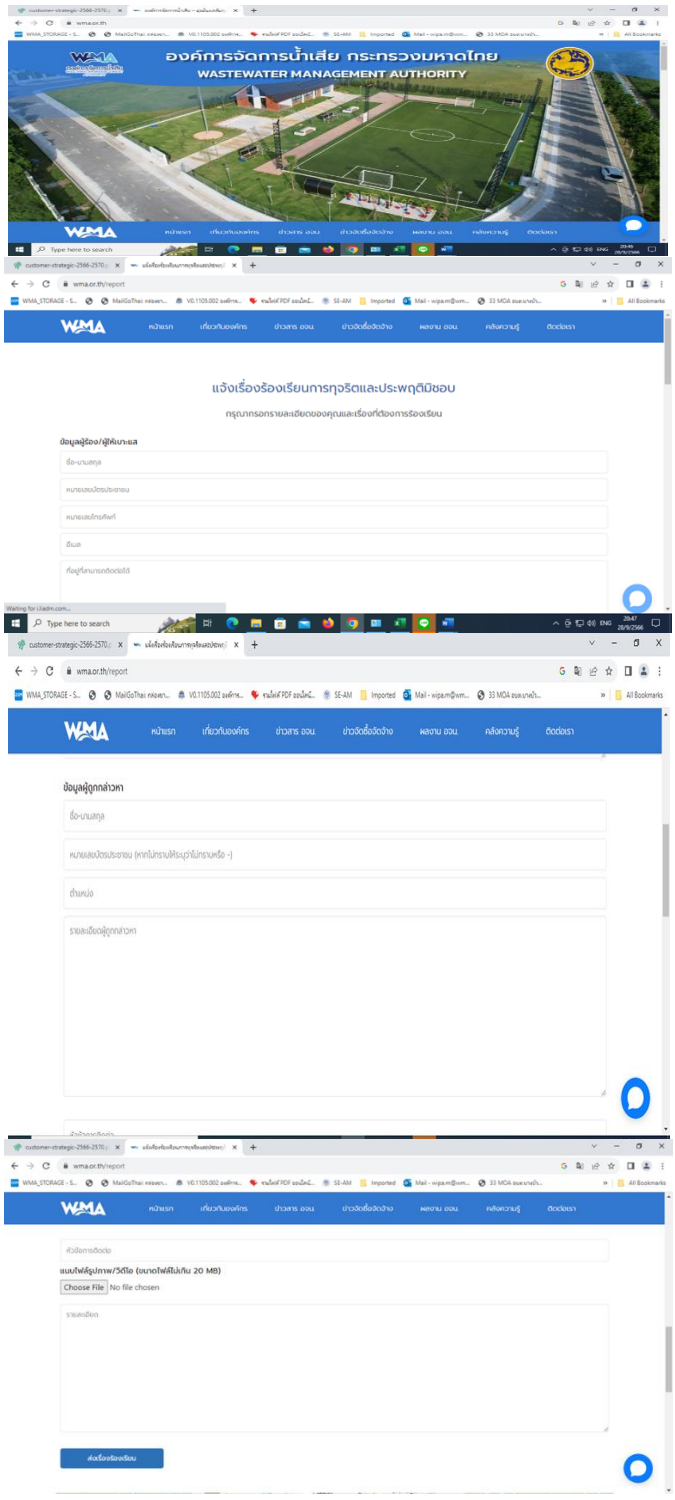
7.2 การจัดการข้อร้องเรียน

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 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น)
6. หนังสือ/จดหมาย 🖹
7. ทางโทรศัพท์หน่วยงาน ☎ 0 2273 8530-39
8. สำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา จำนวน 53 แห่ง

7.2.1 กระบวนการการรับข้อร้องเรียน บน Social Media

เขียนคำร้องหน้า website



1. Facebook : องค์การจัดการน้ำเสีย โดยการส่งข้อความ



2. IG : องค์การจัดการน้ำเสีย

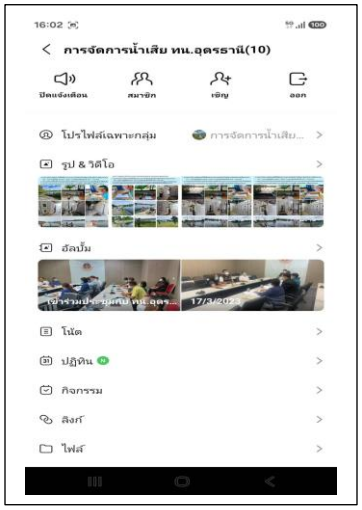


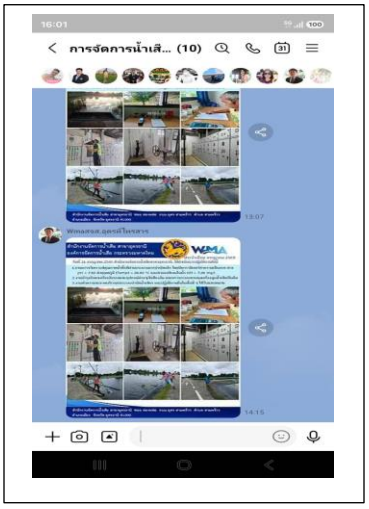
3. : องค์การจัดการน้ำเสีย

องค์การจัดการน้ำเสีย



4. Line : สำนักงานจัดการน้ำเสีย ที่ติดต่อประสานงานกับ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น)





5. หนังสือ/จดหมาย 🗏
6. ทางโทรศัพท์หน่วยงาน ☎ 0 2273 8530-39



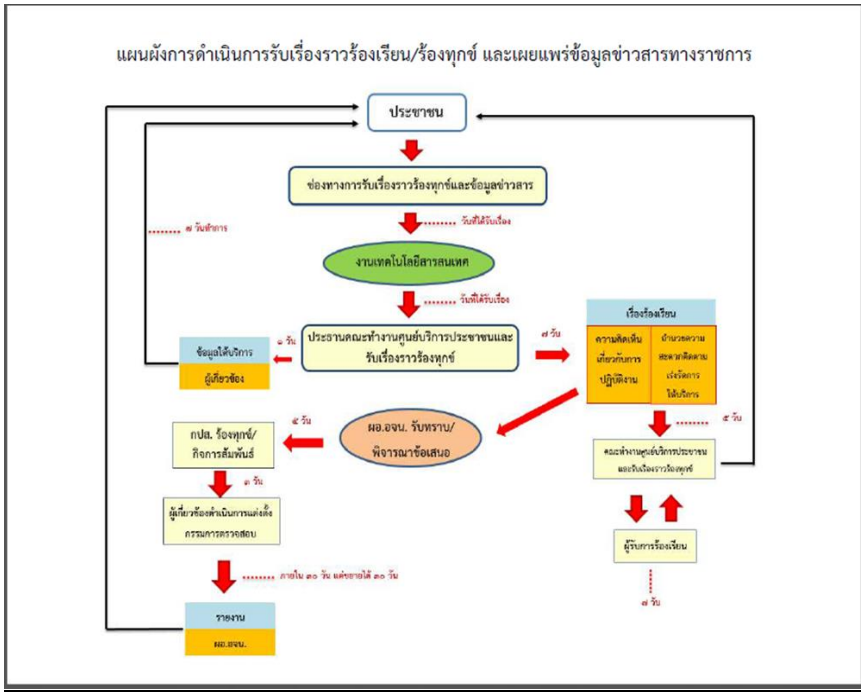
7. สำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา จำนวน 53 แห่ง





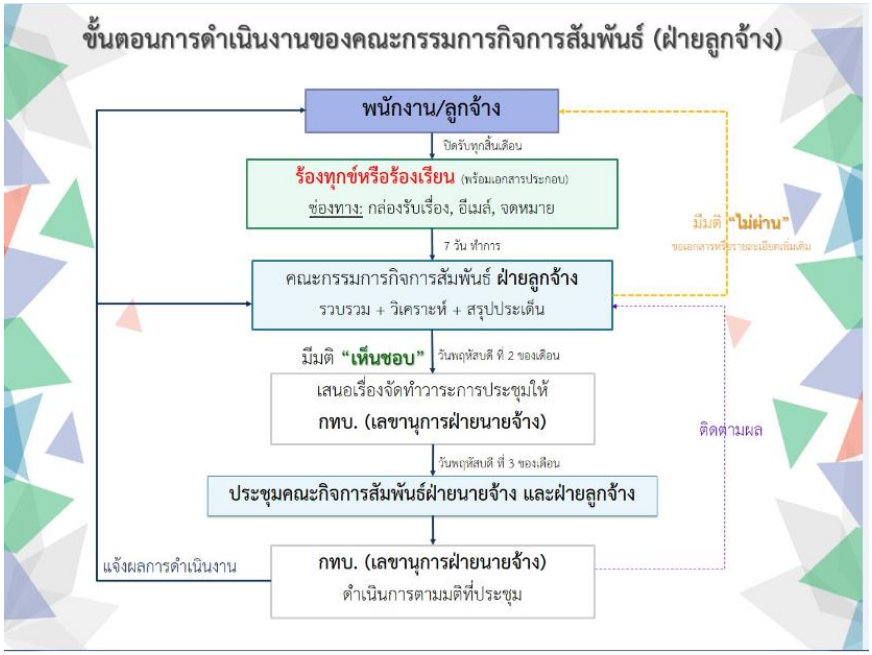
7.2.2 กระบวนการการรับข้อร้องเรียน

1) ช่องทางการรับข้อร้องเรียนบุคคลภายนอก

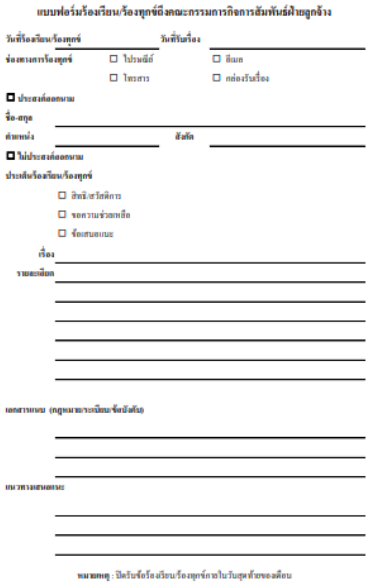


2) ช่องทางการรับร้องเรียนภายใน และร้องเรียนเรื่องการทุจริตของพนักงานและลูกจ้าง ประกอบด้วย

ผังขั้นตอนร้องเรียน/ร้องทุกข์



แบบฟอร์มร้องเรียน


แบบฟอร์มร้องเรียน/ร้องทุกข์ถึงคณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ฝ่ายลูกจ้าง

วันที่ร้องเรียน/ร้องทุกข์ วันที่รับเรื่อง

ช่องทางการร้องทุกข์ ☐ ไปรษณีย์ ☐ อีเมล

☐ โทรสาร ☐ กล่องรับเรื่อง

☐ ประสงค์ออกนาม

ชื่อ-สกุล

ตำแหน่ง สังกัด

☐ ไม่ประสงค์ออกนาม

ประเด็นร้องเรียน/ร้องทุกข์

☐ สิทธิ/สวัสดิการ

☐ ขอความช่วยเหลือ

☐ ข้อเสนอแนะ

เรื่อง

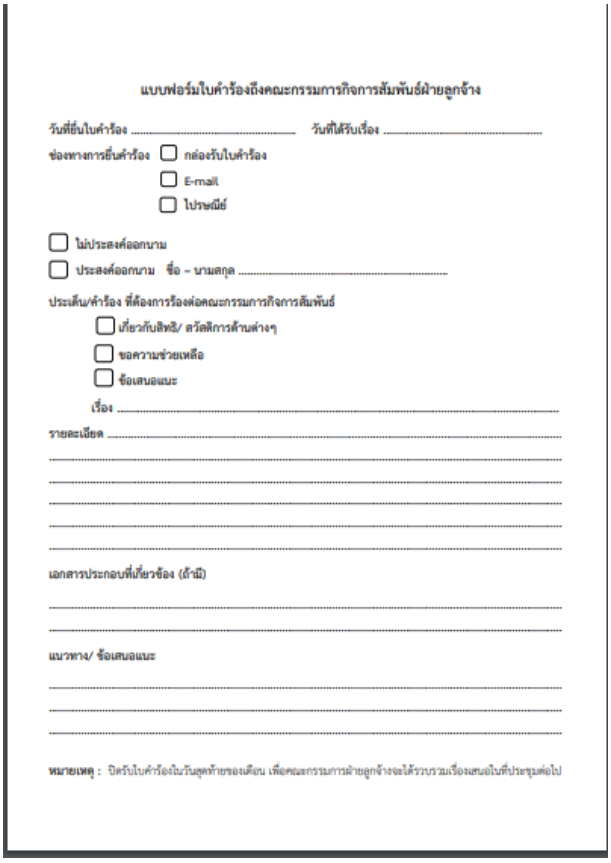
รายละเอียด

เอกสารแนบ (กฎหมาย/ระเบียบ/ข้อบังคับ)

แนวทางแก้ไขที่ต้องการ

หมายเหตุ : ปิดรับข้อร้องเรียน/ร้องทุกข์ภายในวันสุดท้ายของเดือน

แบบฟอร์มคำร้องกิจการสัมพันธ์



แบบฟอร์มใบคำร้องถึงคณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ฝ่ายลูกจ้าง

วันที่ยื่นใบคำร้อง ..... วันที่ได้รับเรื่อง .....

ช่องทางการยื่นคำร้อง ☐ กล่องรับใบคำร้อง
☐ E-mail
☐ ไปรษณีย์

☐ ไม่ประสงค์ออกนาม
☐ ประสงค์ออกนาม ชื่อ – นามสกุล .....

ประเด็น/คำร้อง ที่ต้องการร้องต่อคณะกรรมการกิจการสัมพันธ์
☐ เกี่ยวกับสิทธิ/ สวัสดิการด้านต่างๆ
☐ ขอความช่วยเหลือ
☐ ข้อเสนอแนะ

เรื่อง .....

รายละเอียด .....

เอกสารประกอบที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)

แนวทาง/ ข้อเสนอแนะ

หมายเหตุ : ปิดรับใบคำร้องในวันสุดท้ายของเดือน เพื่อคณะกรรมการฝ่ายลูกจ้างจะได้รวบรวมเรื่องเสนอในที่ประชุมต่อไป

แบบฟอร์มการรับเรื่องร้องเรียน เกี่ยวกับการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียเทศบาล



แบบฟอร์มการรับคำร้อง
การจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสียเทศบาลเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้อมูลผู้ร้องเรียน.....

บ้านเลขที่.....หมู่.....ซอย.....ถนน.....

ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....โทร.....

เลขทะเบียนผู้ใช้น้ำ.....

เลขที่ในสัญญาติดตั้งบำบัดน้ำเสีย.....

ของการการร้องเรียน ☐ 1 ตนเอง ☐ 1 ในการติดต่อ ☐ 1 ของคนงาน ☐ 1 อื่นๆ

ประเภทการร้องเรียน

☐ 1 ไม่มีการบริการ ☐ 2 มีการบริการแต่ไม่มีการเรียกเก็บ

☐ 3 มีการเรียกเก็บค่าบริการของตนเอง ☐ 4 ไม่ตรงกับการใช้งานจริง

☐ 5 ปริมาณน้ำที่ใช้ไม่ถูกต้อง ☐ 6 อื่นๆ

ช่องทางการร้องเรียน

☐ 1 ผ่านเจ้าหน้าที่ของสำนักงานจัดการน้ำเสีย อาคารการนี

☐ 2 ผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย อาคารการนี (ชำระในวันที่ 25 ของทุกเดือน ในเวลาราชการ)

เลขที่บัญชี 812-0-00077-6 (ชำระเงินเข้าบัญชีเสร็จ ไปรษณีย์ส่งใบเสร็จที่ผู้ใช้น้ำเสียคนเก็บจากหน่วยในเดือนที่ ตลาดนำงาน จัดเก็บ สำนักงานจัดการน้ำเสีย อาคารการนี คุณสมัญญนนท รองเลขธิ โทร. 089-678-9981 หรือ คุณนเรศิร หริรักษา โทร. 086-918-0827 หรือ กองการเงิน โทรมาตาม กรุงเทพฯ 02-373-8891

☐ 3 ชำระที่ไปรษณีย์ที่ใกล้เคียงและ ในกรณีเจ้าหน้าที่ของจัดเก็บ คุณสมัญญนนท รองเลขธิ โทร. 089-678-9981 หรือ คุณนเรศิร หริรักษา โทร. 086-918-0827) เพื่อสำนักงานจัดเก็บต่อไป

หมายเหตุ หากการบำชำระเงินที่ 25 ของทุกเดือน ของสำนักจัดการน้ำเสีย จะสำการงานออกสำนักงานไปในเดือนถัดไป

เรื่องที่ต้องการแก้ไข

.....

.....กรณีที่ ผู้ใช้น้ำของเดือนประมาท จะสำนักงานการเดือนประมาทให้ในเดือนถัดไป.....

.....

.....

.....

ข้อคิดเห็นเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ของสำนักจัดการน้ำเสีย 333 อาคารการนีเอนิเวิร์ส 2 ถ.ไสรทวีวิลิศ แขวงกระบี่ เขตเจ้าพระยา กรุงเทพฯ 10600 โทร.02-373-8891

7.3 ช่องทางของการสำรวจความคิดเห็น และการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความต้องการ ความหวัง

การดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์กร เป็นการสำรวจทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการดำเนินงานส่งแบบสำรวจฯที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย ในรูปแบบ Google Form ซึ่งการสำรวจแบ่งกลุ่มได้เป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่สำรวจ

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

<u>การวิเคราะห์แบบสำรวจ สำหรับปี พ.ศ. 2569 เพื่อใช้เป็นข้อมูลปรับแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาดปี 2570</u>

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

ภาครัฐ	มีความพึงพอใจต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย	คิดเป็น 96.68 %
บริษัท/ห้างร้าน/บุคคล	มีความพึงพอใจต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย	คิดเป็น 96.36 %
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	มีความพึงพอใจต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย	คิดเป็น 92.46 %
พนักงาน องค์การจัดการน้ำเสีย	มีความพึงพอใจต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย	คิดเป็น 94.66 %
ชุมชนและสังคม/ภาคประชาชน	มีความพึงพอใจต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย	คิดเป็น 96.44 %

7.4 ช่องทางการสนับสนุนลูกค้า

7.4.1 การสนับสนุนลูกค้า

7.4.1.1 องค์การจัดการน้ำเสีย มีวิธีการสนับสนุนลูกค้าและกลไกสำคัญในการสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้า/ผู้รับบริการ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารและเข้าถึงผลิตภัณฑ์ขององค์การจัดการน้ำเสีย โดยมีข้อกำหนดซึ่งได้มาจากการระดม ความคิดเห็นร่วมกันของบุคลากรองค์การจัดการน้ำเสีย และสื่อสารและถ่ายทอดให้ทุกคนได้รับทราบและนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน

7.4.1.2 องค์การจัดการน้ำเสีย มีวิธีการสนับสนุนให้ลูกค้าเรียนรู้เกี่ยวกับ

<u>ผลิตภัณฑ์ คือ</u> ระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นระบบแบบใต้ดิน ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถเข้ามาเรียนรู้และศึกษา เพื่อนำไปปรับใช้ในพื้นที่

<u>การให้บริการ ขององค์การจัดการน้ำเสีย</u> ได้จัดให้มี

1. ศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ มีรูปแบบการทำงานแบบ Real Time ซึ่งสามารถControl จาก Application ในมือถือ ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการตอบข้อมูลของสิ่งแวดล้อมภาค หรือสำนักงานทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ได้
2. การประชุมทำความเข้าใจเกี่ยวกับระบบบำบัดน้ำเสีย ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ

3. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียในเบื้องต้นให้กับประชาชนในพื้นที่ที่องค์การจัดการน้ำเสีย เข้าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย โดยมอบถังดักไขมัน จำนวน 50 ชุด ต่อปี
4. จัดกิจกรรมในสนามฟุตบอล เพื่อให้ประชาชน และเยาวชนได้ใช้ประโยชน์ ในศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ เป็นรูปแบบให้เยาวชน สามารถเข้ามาใช้สนามฟุตบอล เพื่อฝึกซ้อมก่อนเข้าร่วมแข่งขัน โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ
5. จัดกิจกรรมบริเวณศูนย์บริหารจัดการคุณภาพน้ำ สำหรับพื้นที่ที่สวนกิจกรรมในการออกกำลังกายให้ประชาชนในพื้นที่สามารถมาใช้เครื่องเล่นกิจกรรมได้ เป็นประจำทุกวัน โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ

7.4.2 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

องค์การจัดการน้ำเสีย ได้มีแผนงานการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนี้

7.4.2-1 แผนการเข้าพบลูกค้า <u>รายเดือน</u> จะมีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานการให้บริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวมให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า)

7.4.2-2 แผนการเข้าพบลูกค้า <u>แบบรายไตรมาส</u> จะมีจัดประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า)

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

บทที่ 8
การวิเคราะห์สารสนเทศลูกค้าเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาด และปรับปรุงกระบวนการทำงาน

สรุปการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าและตลาด

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นด้านลูกค้าและตลาด (CM) ที่สำคัญ (จากแบบสำรวจประจำปี 2569)	
1. การมีอำนาจหน้าที่ในการจัดการน้ำเสีย	**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. บริหารจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ	**ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย** กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 1.การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าและรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 2.การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับด้านการมุ่งเน้นด้านลูกค้าและตลาด (CM) ที่สำคัญ (จากแบบสำรวจประจำปี 2569)	
1. เพื่อการรับรู้ด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1 การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
2. การบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการ น้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1.การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
3. เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการน้ำเสีย	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด	การตอบสนอง ความต้องการ ความคาดหวัง ของลูกค้าและตลาด
4. การบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
5. การพัฒนาการฝึกอบรม	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 1. การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
6. ส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า	**ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า** กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า 1. การจัดฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า กลยุทธ์ที่ 2.2 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 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าการประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
1. มีสวนสาธารณะเพื่อใช้ประโยชน์ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสีย	**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 25698 มีการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

ภาครัฐ	มีความพึงพอใจต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย	คิดเป็น 96.68 %
บริษัท/ห้างร้าน/บุคคล	มีความพึงพอใจต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย	คิดเป็น 96.36 %
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	มีความพึงพอใจต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย	คิดเป็น 92.46 %
พนักงาน องค์การจัดการน้ำเสีย	มีความพึงพอใจต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย	คิดเป็น 94.66 %
ชุมชนและสังคม/ภาคประชาชน	มีความพึงพอใจต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย	คิดเป็น 96.44 %

การวิเคราะห์สารสนเทศลูกค้า

จากผลการสำรวจแบบความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ประจำปีงบประมาณ 2569 สามารถวิเคราะห์จากแบบสำรวจดังกล่าว คือ

2.1 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ทั้ง 5 กลุ่มสำรวจ

2.2 ด้านความต้องการ ความคาดหวัง ที่มีต่อ องค์การจัดการน้ำเสีย

2.2.1 ภาครัฐ ต้องการ และคาดหวัง

- ให้ องค์การจัดการน้ำเสีย มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียในประเทศให้มากที่สุด
- ให้ องค์การจัดการน้ำเสีย มีการประชาสัมพันธ์และมีช่องทางการสื่อสารจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า โดยการรับรู้ ร้องเรียน สื่อสารผ่าน Web site และสื่อออนไลน์ เพื่อความชัดเจนในข้อมูล

2.2.2 บริษัท/ห้างร้าน/บุคคล ต้องการ และคาดหวัง ให้ องค์การจัดการน้ำเสีย ดำเนินการเบิกจ่ายเงินค่าจ้างอย่างสะดวกและรวดเร็ว และให้ องค์การจัดการน้ำเสีย เรียกใช้ซ้ำเพื่อสามารถดำเนินงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.3 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องการ และคาดหวัง ให้ องค์การจัดการน้ำเสีย ดำเนินการในแต่ละด้าน ดังนี้

2.2.3.1 ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล ให้องค์การจัดการน้ำเสีย มีการก่อสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย ถึงแม้ องค์การจัดการน้ำเสีย จะดำเนินการดีอยู่แล้วก็ตาม

2.2.3.2 ด้านความยั่งยืนของ องค์การจัดการน้ำเสีย ให้ องค์การจัดการน้ำเสีย มีอำนาจและหน้าที่ในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในประเทศได้มากที่สุด

2.2.3.3 ด้านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ให้ องค์การจัดการน้ำเสีย รับเรื่องร้องเรียนเรื่องราวต่างๆ จากโทรศัพท์ในสำนักงานใหญ่ให้มากที่สุด เพื่อการตอบข้อซักถามและข้อมูลได้อย่างชัดเจน รวดเร็ว และสามารถที่จะแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที

2.2.3.4 ด้านประชาสัมพันธ์ และช่องทางการสื่อสาร ให้ องค์การจัดการน้ำเสีย ดำเนินการผ่าน Web site/สื่อออนไลน์ ให้มากที่สุด เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์องค์ของตนในยุค IT

2.2.3.5 ด้านนวัตกรรม (การใช้ประโยชน์บนพื้นที่ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสียฯ) ให้ องค์การจัดการน้ำเสีย นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด เช่น การนำน้ำไปปลูกข้าว ล้างตลาด ล้างถนน อื่นๆ

จากผลการสำรวจความต้องการ ความคาดหวัง ของทั้ง 5 กลุ่ม ในแต่ละด้าน **วิเคราะห์ได้ว่า** มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ องค์การจัดการน้ำเสีย อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด แต่ยังคงต้องการให้ องค์การจัดการน้ำเสีย ดำเนินการเกี่ยวกับการควบคุมและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นภารกิจหลักของ องค์การจัดการน้ำเสีย ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ถึงแม้องค์การจัดการน้ำเสียจะดำเนินงานได้ดีอยู่แล้ว โดยนำผลจากการสำรวจไปปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุด

ในปีงบประมาณ 2569 องค์การจัดการน้ำเสีย ได้มีการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ดังนี้

1. จัดทำแผนการประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลฯ เพื่อให้การรับรู้การดำเนินงานและกิจการในบริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดทำแผนแบบรายไตรมาส ซึ่งเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่บันทึกข้อตกลงร่วมกันระหว่าง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับองค์การจัดการน้ำเสียไว้แล้ว

2. จัดทำแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2570 โดยนำผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ประจำปีงบประมาณ 2569 และแผนปฏิบัติการวิสาหกิจขององค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ.2570 มาปรับโครงการ/กิจกรรม ให้มีความสอดคล้องและเป็นไปในกรอบทิศทางการดำเนินงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ขององค์การจัดการน้ำเสีย

3. จัดทำแนวทางการถ่ายทอดแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดสู่การปฏิบัติ เป็นการถ่ายทอดแผนปฏิบัติการ ติดตาม ประเมินผลของแผนปฏิบัติการลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 สู่แผนปฏิบัติการระยะยาวและแผนปฏิบัติการประจำปีที่มีองค์ประกอบครบถ้วน รวมทั้งการสื่อสารแผนปฏิบัติการ และถ่ายทอดตัวชี้วัด เป้าหมายทั้งหมดในระดับยุทธศาสตร์ และระดับแผนงาน/โครงการ ไปยังหน่วยงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง รวมถึงหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้า คู่ความร่วมมือ พันธมิตรเป็นต้นอย่างครบถ้วน โดยที่คณะทำงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าเป็นผู้ประสาน รวบรวมวิเคราะห์ และสรุปในภาพรวมของแผนเสนอต่อผู้บริหาร คณะอนุกรรมการ/คณะทำงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อคิดเห็นและกำหนดแนวทางและกลไกการติดตามและรายงานผลการดำเนินงานทั้งในระดับยุทธศาสตร์ในระดับปฏิบัติการ และแสดงให้เห็นถึงการดำเนินการตามแนวทางดังกล่าว เพื่อติดตามวิเคราะห์และคาดการณ์ผลสำเร็จของแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 ดังนี้

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

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

- การประเมินผล เป็นกระบวนการในการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับแผนที่กำหนดการกำกับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน การศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้น ในทางปฏิบัติเพื่อแก้ไข/ปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดผลผลิตผลลัพธ์ที่ต้องการ และเป็นการประเมินผลกระทบทั้งทางตรง/ทางอ้อม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการปรับปรุงแผนงาน/โครงการให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ จะได้มีการทบทวนกระบวนการถ่ายทอด ติดตาม และการประเมินผลแผนยุทธศาสตร์นวัตกรรมเป็นประจำทุกปี 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

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

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

เมื่อวันที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2563 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียขององค์การจัดการน้ำเสียให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจขององค์กรในการแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำของประเทศ ให้สามารถเข้าดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ มีส่วนสำคัญในการเร่งรัดการพัฒนาระบบบริหารจัดการน้ำเสียของประเทศให้ดำเนินไปอย่างมีมาตรฐานมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการป้องกันแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตชองประชาชน เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมของประเทศได้อย่างทันสถานการณ์

พันธกิจ

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

นโยบายด้านการปฏิบัติต่อลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ ขององค์การจัดการน้ำเสีย

องค์การจัดการน้ำเสีย มุ่งเน้นในการสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า โดยยึดมั่นในการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความยุติธรรม ซื่อสัตย์ และมีคุณธรรม โดยจะส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า และพึงปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค และเป็นธรรม โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมของทั้งสองฝ่าย และส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในราคาที่เป็นธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มุ่งมั่นในการจัดหา พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการที่มีคุณภาพการพัฒนาตลาด การออกแบบและปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมืออาชีพความเชี่ยวชาญเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า พื้นที่ และชุมชนที่เกี่ยวข้อง

2. มีการศึกษา ประเมิน และปรับปรุงผลกระทบของสินค้าและการให้บริการที่อาจจะเกิดขึ้นกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ตลอดจนควบคุมดูแลสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ตรงตามมาตรฐาน ข้อกำหนด กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

3. ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เพียงพอ และเป็นประโยชน์สำหรับการตัดสินใจของลูกค้า โดยไม่มีการกล่าวเกินความจริง หรือไม่จงใจปกปิดเนื้อหา หรือให้ข้อมูลเท็จ หรือจงใจให้ลูกค้าเข้าใจผิดอันเป็นเหตุให้ลูกค้าเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพหรือเงื่อนไขใด ๆ ของสินค้าและการให้บริการ

4. ให้ความสำคัญ เคารพสิทธิ และคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า โดยไม่นำข้อมูลของลูกค้ามาเปิดเผยต่อบุคคลภายนอก โดยมีการดำเนินงานที่สอดคล้องตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อ

5. สัญญาระหว่างองค์การจัดการน้ำเสียกับลูกค้า เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยมีข้อมูล ข้อตกลงที่ถูกต้องและเพียงพอ ไม่กำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม หรือเป็นการละเมิดสิทธิของลูกค้า รวมทั้งมีการปฏิบัติตามสัญญา หรือเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด และในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใด ข้อหนึ่งได้ องค์การจัดการน้ำเสียจะดำเนินการแจ้งให้ลูกค้าทราบโดยเร็ว เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไข โดยใช้หลักความสมเหตุสมผล ความถูกต้อง เป็นธรรมเป็นหลักเกณฑ์การพิจารณา

6. จัดให้มีบริการหลังการขาย การให้คำปรึกษา การบริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พอใจ ความผูกพัน นำมาวิเคราะห์ผลถึงต้นเหตุของปัญหา และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่พอใจ

7. จัดให้มีระบบและช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียน เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่องค์การจัดการน้ำเสียจะสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม รวมทั้งนำข้อมูลดังกล่าวไปปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้า และการให้บริการดังกล่าวต่อไป

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

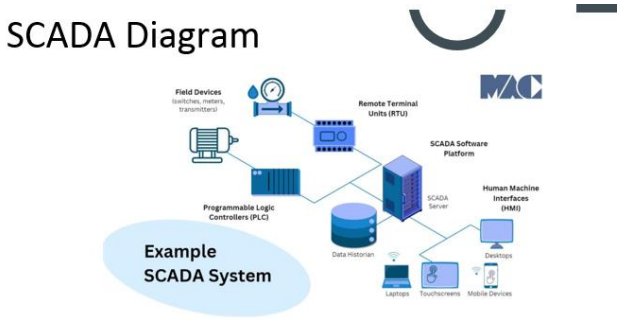
9. จัดให้มี CRM (Customer Relation Management) และติดตามผลอย่างเป็นระบบ

2. การแบ่งกลุ่มลูกค้า ผลิตภัณฑ์และบริการ

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

3 นวัตกรรมองค์การจัดการน้ำเสีย

นวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)	นวัตกรรมแบบปิด (Close Innovation)
1. ระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นแหล่งเรียนรู้การนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่  เป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานร่วมกันระหว่างองค์การจัดการน้ำเสีย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประชาชนในพื้นที่ ในการส่งเสริมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูล แสดงความต้องการ แนวคิด การใช้ทรัพยากร ความรู้ และเทคโนโลยีที่มีขององค์การจัดการน้ำเสียมาบูรณาการกับทรัพยากรหน่วยงานภายนอก	**1. SCADA ระบบควบคุมและเก็บข้อมูลส่วนกลาง (Supervisory Control and Data Acquisition)** องค์การจัดการน้ำเสียที่ใช้ในการติดตามและควบคุมกระบวนการบำบัดน้ำเสียให้มีประสิทธิภาพ โดยสายงานปฏิบัติการ มีการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ทั้งนี้ผู้บริหารได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนานวัตกรรม สนับสนุนทรัพยากรคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม ได้แก่ บุคลากร องค์ความรู้ งบประมาณ สถานที่ เป็นต้น

นวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)	นวัตกรรมแบบปิด (Close Innovation)
เพื่อเกิดการพัฒนานวัตกรรมระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่ให้เป็นศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน และใช้ประโยชน์จากน้ำเสียที่ได้รับการบำบัดแล้ว	
2. การสร้างระบบบำบัดน้ำเสียใต้ดิน และใช้พื้นที่ด้านบนเป็นสาธารณูปการ (ศูนย์บริหารจัดการจัดการคุณภาพน้ำ)  เป็นนวัตกรรมขององค์การจัดการน้ำเสียในการคิดสร้างสรรค์ระบบบำบัดน้ำเสียที่มีอยู่ให้สามารถใช้ประโยชน์ให้ดียิ่งขึ้น โดยอาศัยความร่วมมือการคิดสร้างสรรค์ทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะลูกค้า และประชาชนในพื้นที่	
3. การนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ประโยชน์    เป็นการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เกิดคุณค่ากับองค์การจัดการน้ำเสียและตอบสนองความต้องการของประชาชน ชุมชนในพื้นที่ โดยการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเกษตร การล้างพื้นถนน รดน้ำต้นไม้ รวมทั้งเป็นการสร้างแหล่งน้ำสำรองในพื้นที่รับผิดชอบ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และบรรเทาปัญหาภัยแล้ง บริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน	

3. ข้อมูลลูกค้าที่รับการบริการและบริหารระบบบำบัดน้ำเสีย (อปท.) ที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

ที่	เทศบาล	การเข้ารับบริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม	ความต้องการ	ความคาดหวัง
1	เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์	✓	1.อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ 2. อยากเก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
2	เทศบาลตำบลบ้านเพ	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
3	เทศบาลตำบลบางเสร่		1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ 2. อยากเก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
4	เทศบาลเมืองกระบี่	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ 2. อยากเก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
5	เทศบาลเมืองศรีราชา	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ 2. อยากเก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
6	เทศบาลนครอุดรธานี	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ 2. อยากเก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
7	เทศบาลนครแม่สอด	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ 2. อยากเก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
8	เทศบาลเมืองมุกดาหาร	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ 2. อยากเก็บเงินค่าบริการบำบัดน้ำเสียครอบคลุมในพื้นที่	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
9	เทศบาลนครลำปาง	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับไปใช้ประโยชน์
10	เทศบาลนครเชียงใหม่	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ

ที่	เทศบาล	การเข้ารับบริการรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียรวม	ความต้องการ	ความคาดหวัง
11	เทศบาลเมืองอำนาจเจริญ	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับไปใช้ประโยชน์
12	เทศบาลเมืองบ้านโป่ง	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับไปใช้ประโยชน์
13	เทศบาลเมืองกำแพงเพชร	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับไปใช้ประโยชน์
14	เทศบาลเมืองปากช่อง	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับไปใช้ประโยชน์
15	เทศบาลเมืองสิงห์บุรี	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับไปใช้ประโยชน์
16	เทศบาลเมืองบุรีรัมย์	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ 2. นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับไปใช้ประโยชน์	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
17	เทศบาลเมืองกาญจนบุรี	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
18	เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์	✓	2. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
19	เทศบาลเมืองชะอำ	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
20	องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
21	เทศบาลนครพิษณุโลก	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
22	เทศบาลนครตรัง	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ
23	เทศบาลเมืองราชบุรี	✓	1. อยากให้ระบบบำบัดน้ำเสียใช้งานได้ดีเต็มประสิทธิภาพ	อยากให้มีท่อรวบรวมน้ำเสียครอบคลุมทั้งพื้นที่ในเขตเทศบาลฯ

4. ข้อมูลลูกค้าที่มีผลิตภัณฑ์และบริการ (ออกแบบก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย) (อปท.) ที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

ที่	เทศบาล	กลุ่มที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ		ความต้องการในผลิตภัณฑ์ของลูกค้า	ความคาดหวังของลูกค้า
		ผลิตภัณฑ์	บริการ		
24	เทศบาลตำบลบางปลา แห่งที่ 1	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
25	เทศบาลตำบลปากน้ำปราณ	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
26	เทศบาลนครระยอง	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
27	เทศบาลตำบลบางปลา แห่งที่ 2	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
28	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย แห่งที่ 1	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
29	เทศบาลเมืองใหม่บางบัวทอง	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
30	เทศบาลเมืองกำแพงแสน	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
31	เทศบาลตำบลวิชิต	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
32	เทศบาลตำบลราไวย์	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
33	เทศบาลตำบลฉลอง	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามเด็กเล่น	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
34	เทศบาลตำบลลำโพ แห่งที่ 1	✓	✓	ด้านล่างเป็น Aquariam	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
35	เทศบาลตำบลแพรกษา	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามฟุตบอล	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
36	เทศบาลตำบลปลายบาง	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามฟุตบอล	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
37	เทศบาลตำบลบ้านฉาง	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
38	เทศบาลตำบลเขาน้อย	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามฟุตบอล	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
39	องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง	✓	✓	ด้านบนเป็นสนามฟุตบอลและสนามปีนผา หอดูดาว	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
40	เทศบาลตำบลบางคูรัด	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
41	เทศบาลตำบลบางแม่นาง	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
42	เทศบาลตำบลวัดสิงห์	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
43	เทศบาลเมืองบ้านบึง	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
44	เทศบาลเมืองอุทัยธานี	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
45	เทศบาลเมืองเลย	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
46	องค์การบริหารส่วนตำบลเจดีย์หัก	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
47	เทศบาลเมืองบ้านบึง	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
48	เทศบาลนครปากเกร็ด	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
49	เทศบาลเมืองแพร่	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
50	เทศบาลเมืองลำโพ แห่งที่ 2	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี

ที่	เทศบาล	กลุ่มที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ		ความต้องการใน ผลิตภัณฑ์ของลูกค้า	ความคาดหวัง ของลูกค้า
		ผลิตภัณฑ์	บริการ		
51	เทศบาลตำบลหลักหก	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
52	เทศบาลนครระยอง แห่งที่ 2	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
53	เทศบาลเมืองบึงยี่โถ	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
54	เทศบาลตำบลท่าเสด็จ	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
55	องค์การบริหารส่วนตำบลละหาร	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
56	เทศบาลตำบลบางหลวง	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
57	เทศบาลตำบลนากลาง	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
58	เทศบาลนครสนั่นรักษ์	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
59	เทศบาลเมืองสุรินทร์	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
60	องค์การบริหารส่วนตำบลสาคู	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
61	เทศบาลตำบลนครชัยศรี	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
62	เทศบาลตำบลบางหญ้าแพรก	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
63	เทศบาลตำบลท่าจีน	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
64	เทศบาลตำบลบางเลน	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
65	เทศบาลเมืองสามควายเผือก	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
66	เทศบาลตำบลบางพลี	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
67	เทศบาลเมืองสามพราน	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี

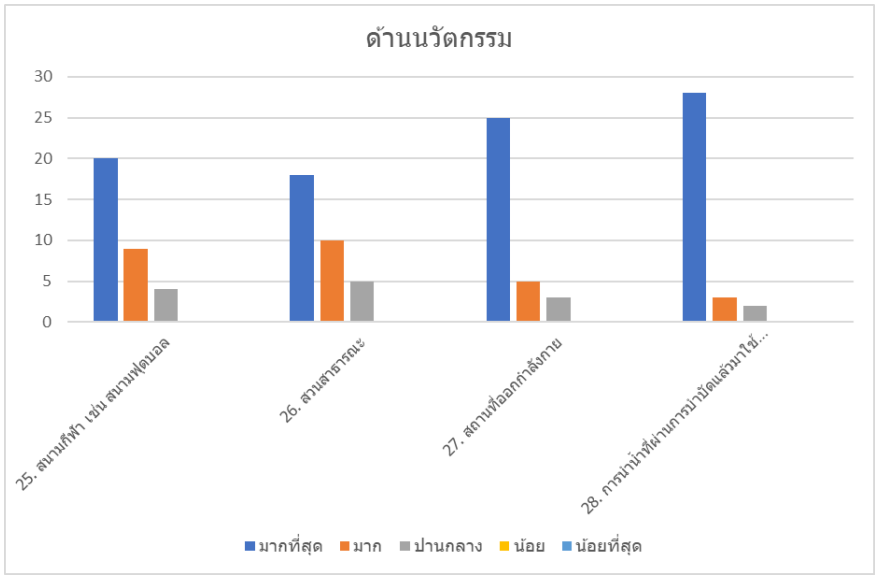
5. ข้อมูลลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ (ออกแบบก่อสร้างและบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย) (อปท.) ที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

ที่	เทศบาล	กลุ่มที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ		ความต้องการใน ผลิตภัณฑ์ของลูกค้า	ความคาดหวัง ของลูกค้า
		ผลิตภัณฑ์	บริการ		
74	เทศบาลเมืองปากพนัง บริเวณหลังเรือนจำ	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
75	เทศบาลเมืองปากพนัง วัดนาควารี	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
76	เทศบาลตำบลหัวไทร ถนนสุขาภิบาล 1	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
77	เทศบาลตำบลชะอวด วัดศรีมาประสิทธิ์	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
78	องค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี
79	อุทยานนานาชาติสิ่งแวดล้อมสิรินธร	✓	✓	ด้านบนเป็นสวนสาธารณะ	ระบบบำบัดน้ำเสียใช้การได้ดี

6. สรุปผลสำรวจความพึงพอใจ สอบถามความต้องการ และความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์กร ในปี พ.ศ. 2569

ในปี พ.ศ. 2569 องค์การจัดการน้ำเสีย ได้จัดส่งแบบสำรวจความพึงพอใจ สอบถามความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์กร เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์หาความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรในส่วนที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ได้ยก**สรุปผลสำรวจด้านนวัตกรรม ในปีพ.ศ. 2569 ความต้องการด้านนวัตกรรม**

ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านนวัตกรรม (การใช้ประโยชน์บนพื้นที่ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสียโดยพื้นที่ส่วนใต้ดินใช้ในการบำบัดน้ำเสีย)						
25. สนามกีฬา เช่น สนามฟุตบอล	20	9	4	-	-	87.88
26. สวนสาธารณะ	18	10	5	-	-	84.85
27. สถานที่ออกกำลังกาย	25	5	3	-	-	90.91
28. การนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมาใช้ประโยชน์	28	3	2	-	-	93.94



ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการให้บริการขององค์การจัดการน้ำเสีย

- ต้องการให้องค์การจัดการน้ำเสียรับผิดชอบเรื่องการบำบัดน้ำเสียทั่วประเทศ เพื่อนำค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียมาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมกับงบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากรัฐ

7. ด้านการบริการที่องค์การจัดการน้ำเสีย อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

ความเป็นมา

องค์การจัดการน้ำเสียได้ พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการจัดเก็บค่าบริการบำบัดน้ำเสีย ด้วยเห็นความสำคัญและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและเป็นการปรับองค์กรให้เหมาะสม เข้าถึงปัญหาได้ตรงจุด เพื่อสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นเครื่องมือที่อำนวยความสะดวกในการชำระค่าบริการบำบัดน้ำเสียให้กับลูกค้า

รูปแบบที่ใช้งาน

1 การชำระค่าบริการบำบัดน้ำเสีย ผ่านกรุงไทย Next

ตัวอย่างสติ๊กเกอร์



สติ๊กเกอร์ ขนาด ๑๐*๑๕ ซม จำนวน ๒ แผ่น
แสดงคิวอาร์โค้ด การชำระค่าบริการบำบัดน้ำเสีย พร้อมเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ

ตัวอย่างสติ๊กเกอร์ สำหรับใส่ L-stand

ช่องทางการชำระเงินที่ 1



L-stand

ช่องทางการชำระเงินที่ 1 ขั้นตอนการจ่ายชำระผ่านธนาคารกรุงไทยในกรณีที่ชำระเต็มจำนวน

2 การชำระค่าบริการบำบัดน้ำเสีย ด้วยการสแกนคิวอาร์โค้ด และ บาร์โค้ด



8. ปัจจัยนำเข้า

องค์การจัดการน้ำเสียมีการนำปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ เช่น ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และข้อมูลจากการประชุมการจัดทำ MOU และ MOA ร่วมกับผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น มาระบุคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการที่ต้องได้รับการพัฒนา เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งองค์การจัดการน้ำเสียได้กำหนดกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นระบบ ไว้ดังนี้

การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	
กระบวนการ : กระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	หน่วยงาน : คณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์การจัดการน้ำเสีย
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	สรุปผลการประเมินประสิทธิผล	● ผู้บริหาร ● คณะทำงานฯ (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง ● ลูกค้า
● ผู้บริหาร ● คณะทำงานฯ (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง ● ลูกค้า	สรุปผลการประเมินประสิทธิผล	6. เรียนรู้และปรับปรุง	ปรับปรุงในปีงบประมาณถัดไป	สรุปการเรียนรู้และปรับปรุง	● คณะทำงานฯ (SCM) และพนักงานที่เกี่ยวข้อง

ภาคผนวก

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 หรือไม่จงใจปกปิดเนื้อหา หรือให้ข้อมูลเท็จ หรือจงใจให้ลูกค้าเข้าใจผิดอันเป็นเหตุให้ลูกค้าเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพ 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 และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบเพื่อหลีกเลี่ยงความไม่พอใจ

/๗. จัดให้มี ...

๓๓๓ อาคารเล้าเป้งง้วน ๑ ชั้น ๒๓ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กทม. ๑๐๙๐๐ โทรศัพท์ ๐ ๒๒๗๓ ๘๕๓๐-๙ โทรสาร ๐ ๒๒๗๓ ๘๕๗๗-๙
333 LAO PENG NGUAN TOWER 1 Fl. 23 VIBHAVADI-RANGSIT Rd., JOMPHON, CHATUJAK, BANGKOK 10900 Tel. 0 2273 8530-9 FAX 0 2273 8577-9
URL : http://www.wma.or.th e-mail : wastewtr@wma.or.th

๗. จัดให้มีระบบและช่องทางให้ลูกค้าร้องเรียน เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่องค์การจัดการน้ำเสียจะสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม 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 : องค์การจัดการน้ำเสียมีความรับผิดชอบช่วยเหลือผู้ผลิตให้ได้พัฒนาความสามารถและศักยภาพในด้านต่างๆ ทั้งด้านการผลิต การบริหาร เช่น มีการเข้าร่วมงานขายระดับนานาชาติ การหาช่องทางทางการตลาดเพิ่ม เป็นต้น

ด้านสิ่งแวดล้อม : องค์การจัดการน้ำเสียคำนึงถึงการมีส่วนร่วมและร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่อุปกรณ์ เครื่องจักรที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า กระบวนการผลิตสินค้า การจัดการขยะที่เกิดจากการผลิต ตลอดจนมีการวางแผนการใช้พลังงานและทรัพยากรต่างๆ อย่างประหยัด และมีประสิทธิภาพ

/๑. แนวปฏิบัติ ...

๓๓๓ อาคารเล้าเป๋งง้วน ๑ ชั้น ๒๓ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กทม. ๑๐๙๐๐ โทรศัพท์ ๐ ๒๒๗๓ ๘๕๓๐-๙ โทรสาร ๐ ๒๒๗๓ ๘๕๗๗-๙
333 LAO PENG NGUAN TOWER 1 Fl. 23 VIBHAVADI-RANGSIT Rd., JOMPHON, CHATUJAK, BANGKOK 10900 Tel. 0 2273 8530-9 FAX 0 2273 8577-9
URL : http://www.wma.or.th e-mail : wastewtr@wma.or.th

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 ภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมสอดคล้องกับหลักสากล รวมถึงการต่อต้านการผูกขาดและการเลือกปฏิบัติทางการค้า

๓. การบริหารจัดการทางการเงินตามเงื่อนไขตลาดที่ครอบคลุม

๓.๑) แนวทางการเข้าถึงและจัดหาเงินทุนอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม องค์การจัดการน้ำเสียต้องกำกับดูแลการบริหารการเงิน และการจัดหาเงินทุน ตามแนวทางที่กำหนดในนโยบายการบริหารการเงินของ องค์การจัดการน้ำเสีย อย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรม

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

๓.๓) แนวทางการแยกบัญชีการเงินเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม องค์การจัดการน้ำเสียได้จัดทำบัญชีโดยแยกบัญชีเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์ โดยมีกระบวนการจัดทำงบประมาณและการบริหารงบประมาณเป็นแบบมุ่งเน้นผลผลิตทั้งบัญชีเชิงสังคม และบัญชีเชิงพาณิชย์

/๔. การกำหนด ...

๔. การกำหนดช่องทางการรับข้อร้องเรียนและการชดเชย กรณีคู่แข่งและเจ้าหนี้ถูกละเมิดตามกฎหมายองค์การจัดการน้ำเสียมีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงคู่แข่ง เจ้าหน้าที่ อย่างเพียงพอ เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ตามนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อร้องเรียนขององค์การจัดการน้ำเสีย

๕. การต่อต้านทุจริตและรับสินบนที่จะนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด องค์การจัดการน้ำเสีย ต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ และถือปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านทุจริต รวมทั้งนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านทุจริต และการให้หรือรับสินบนของ องค์การจัดการน้ำเสีย

๖. การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติกับกลุ่มคู่ค้าและผู้ส่งมอบ องค์การจัดการน้ำเสียปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ โดยยึดหลักความคุ้มค่า โปร่งใส มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตรวจสอบได้ ตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยต้องทำให้มั่นใจได้ว่าได้รับพัสดุที่มีคุณภาพหรือคุณลักษณะที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ในราคาและระยะเวลาที่เหมาะสม ภายใต้เงื่อนไขที่ดีที่สุด

จึงประกาศให้ทราบและถือปฏิบัติโดยทั่วกัน

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๔

(นายพรพจน์ เพ็ญพาส)
ประธานกรรมการองค์การจัดการน้ำเสีย

SIPOC MODUL

กระบวน : การมุ่งเน้นลูกค้า **หน่วยงาน :** ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้

ข้อกำหนดของกระบวนการ : จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-พ.ศ.2570 **ตัวชี้วัดประสิทธิผล : เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดทำแผน**

Supplier	Input	Process	Time	Output	Customer
คณะทำงานตามคำสั่ง อจน. ผู้บริหาร,พนักงานที่เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า	วาระการประชุม	จัดให้มีการประชุมคณะทำงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์การประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าของ อจน. ประจำปี 2569	ต.ค.68-ก.ย.69	การประชุมเพื่อทบทวนแผนยุทธศาสตร์แต่ละด้าน (จำนวนครั้งตามความเหมาะสม)	-ผู้บริหาร -พนักงานที่เกี่ยวข้อง -คณะทำงานฯ
	ข้อมูลปัจจัยนำเข้าจัดทำแผนยุทธศาสตร์	รวบรวมและวิคราะห์ปัจจัยนำเข้าในการวางแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)	ต.ค.68-ก.พ.69	ข้อมูลปัจจัยนำเข้าในการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด	ผู้บริหาร พนักงานที่เกี่ยวข้อง
	กรอบแนวคิดเป้าหมายและกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด	ทบทวนแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) ตามกระบวนการวางแผนกลยุทธ์	ม.ค.69	แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)	ผู้บริหาร พนักงานที่เกี่ยวข้อง
	ทบทวนแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด	ขอความเห็นชอบแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)	พ.ค.2569	แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด	ผู้บริหาร พนักงานที่เกี่ยวข้อง
	ทบทวนแผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-พ.ศ.2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) แผนวิสาหกิจ อจน. พ.ศ.2566-พ.ศ.2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)	เผยแพร่แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566 -2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)	ส.ค.-ก.ย.69	การรับรู้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด	ทุกหน่วยงาน

SIPOC MODULE

กระบวน : การมุ่งเน้นลูกค้า

หน่วยงาน : ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้

ข้อกำหนดของกระบวนการ : การจำแนกลูกค้า

ตัวชี้วัดประสิทธิผล : เพื่อให้เป็นข้อบ่งชี้ถึงการจัดกลุ่มลูกค้าแต่ละ

Supplier	Input	Process	Time	Output	Customer
กองการจัดเก็บรายได้	บันทึกข้อตกลง MOA และเงื่อนไขข้อตกลง	จัดประชุมคณะทำงานกลุ่มย่อย เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดลำดับกลุ่มลูกค้าโดยพิจารณาจากความสำคัญที่มีทธิพลต่อองค์กร และประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง	ต.ค.68-มี.ค.69	แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-พ.ศ.2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)	-ผู้บริหาร -พนักงานที่เกี่ยวข้อง
		ทบทวนแนวทางการกำหนดกลุ่มลูกค้าและจัดทำฐานข้อมูล	ต.ค.68-มี.ค.69	กรอบแนวทางการจำแนกลูกค้า	-ผู้บริหาร -พนักงานที่เกี่ยวข้อง

SIPOC MODULE

กระบวน : 2.การจำแนกลูกค้า

หน่วยงาน : ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้

ข้อกำหนดของกระบวนการ : 1.การจำแนกลูกค้าตามเงื่อนไข MOA

ตัวชี้วัดประสิทธิผล : สามารถแบ่งกลุ่มได้ตรงตามเงื่อนไข MOA

Supplier	Input	Process	Time	Output	Customer
กองการจัดเก็บรายได้	กลุ่มลูกค้าตามข้อตกลง MOA ตามเงื่อนไขการจ่ายเงิน สมทบให้กับ อจน.	- ประชุมคณะทำงานกลุ่มย่อยในการทบทวนการจำแนกลูกค้า ตามเงื่อนไข MOA -จำแนกลูกค้าตามเงื่อนไขและการให้บริการ กำหนดกลุ่มลูกค้าตามการให้บริการ -จัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) -ประเมินประสิทธิผลของการจำแนกลูกค้า	ต.ค.68-ก.ย.69	แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)	ผู้บริหาร อจน. พนักงานที่เกี่ยวข้อง

SIPOC MODULE

กระบวน : 3. การรับฟังลูกค้า

หน่วยงาน : ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้

ข้อกำหนดของกระบวนการ : การรับฟังลูกค้า

ตัวชี้วัดประสิทธิผล : เพื่อให้ได้เสียงสะท้อนในการให้บริการ

Supplier	Input	Process	Time	Output	Customer
คณะทำงาน ตามคำสั่ง อจน. ที่ 2/2566 คณะทำงาน ตามคำสั่ง อจน. ที่ 291/2569	ข้อมูลลูกค้าที่ได้ตาม หลักเกณฑ์ที่คณะทำงาน เป็นผู้กำหนด แบบประเมินผล	- จัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อทบทวนกระบวนการ ช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้า - แนวทางและกลไกในการกำกับ - ติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานด้านการรับฟัง ลูกค้า -สรุปแบบการประเมิน ประสิทธิผลของการ รับฟังลูกค้า	ต.ค.68-ก.ค.69 เม.ย.-มิ.ย.69	แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570) แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)	ผู้บริหาร พนักงานที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหาร พนักงานที่เกี่ยวข้อง

SIPOC MODULE

กระบวน : 3. การรับฟังลูกค้า

หน่วยงาน : ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้

ข้อกำหนดของกระบวนการ : การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พอใจ และความผูกพัน

ตัวชี้วัดประสิทธิผล : เพื่อให้ได้เสียงสะท้อนในการให้บริการ

Supplier	Input	Process	Time	Output	Customer
คณะทำงาน ตามคำสั่ง อจน. ที่ 2/2566 คณะทำงาน ตามคำสั่ง อจน. ที่ 291/2569	ข้อมูลลูกค้าที่ได้ ตามหลักเกณฑ์ที่ คณะทำงานเป็น ผู้กำหนด แบบประเมินผล ความพึงพอใจ	-ประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อการ ให้บริการของหน่วยงาน -วิเคราะห์ความต้องการความจำเป็น ในระยะสั้น และระยะยาว -กำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับ ควบคุม ติดตาม เป็นไปตามรูปแบบความถี่ -สรุปแบบการประเมินความพึงพอใจ	ก.ค. 2569	ผลสำเร็จตามแผนพัฒนาด้านลูกค้า และตลาด พ.ศ.2566-2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)	ผู้บริหาร และพนักงาน ที่เกี่ยวข้อง

SIPOC MODULE

กระบวน : 4. การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ **หน่วยงาน :** ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้

ข้อกำหนดของกระบวนการ : การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ **ตัวชี้วัดประสิทธิผล :**

Supplier	Input	Process	Time	Output	Customer
คณะทำงาน ตามคำสั่ง อจน. ที่ 2/2566 คณะทำงาน ตามคำสั่ง อจน. ที่ 291/2569	นโยบายผู้บริหาร	-จัดประชุมหารือ -ปัจจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ -กระบวนการพัฒนาและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ	ม.ค.-มิ.ย.69	บทสัมภาษณ์ ผอ.อจน. ต่อทิศทางการพัฒนานวัตกรรม อจน.	ผู้บริหาร และ พนักงานที่เกี่ยวข้อง
ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายวางแผน ฝ่ายจัดการน้ำเสีย 1,2	นโยบายผู้บริหาร	-จัดทำรายละเอียดวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า ตาม ความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้า		สรุปผลการวิเคราะห์ ข้อมูลฯ	กจร. กวพ.ฝบจ. ฝจส.1,2

SIPOC MODULE

กระบวน : 5. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

หน่วยงาน : ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้

ข้อกำหนดของกระบวนการ : การสนับสนุนลูกค้า

ตัวชี้วัดประสิทธิผล :เพื่อให้ลูกค้าได้มีความความสัมพันธ์ที่ดีต่อ

Supplier	Input	Process	Time	Output	Customer
คณะทำงาน ตามคำสั่ง อจน. ที่ 2/2566 คณะทำงาน ตามคำสั่ง อจน. ที่ 291/2569	แผนการสนับสนุนกลุ่มลูกค้า	- การกำหนดช่องทางปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้า	"ต.ค.68-ส.ค.69	แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2570	ผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้อง

SIPOC MODULE

กระบวน : การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

หน่วยงาน : ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้

ข้อกำหนดของกระบวนการ : การสร้างความผูกพัน

ตัวชี้วัดประสิทธิผล :เพื่อให้ลูกค้ากับองค์กรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

Supplier	Input	Process	Time	Output	Customer
ฝ่ายบริหาร การจัดเก็บ รายได้	เงื่อนไขข้อตกลง MOA	-การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการจัดการความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า -การกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับติดตามควบคุมการปฏิบัติงานตามแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า -จัดทำแผนงาน/โครงการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า -จัดทำแบบประเมินผลด้านการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	ต.ค.68-ก.ย.69	แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าประจำปี 2570	ผู้บริหาร และ พนักงานที่เกี่ยวข้อง

SIPOC MODULE

กระบวน : การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

หน่วยงาน : ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้

ข้อกำหนดของกระบวนการ : การจัดการข้อร้องเรียน

ตัวชี้วัดประสิทธิผล : เพื่อให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนได้ทุกช่องทาง

Supplier	Input	Process	Time	Output	Customer
กองประชา สัมพันธ์	ข้อมูลรายละเอียดจาก กองประชาสัมพันธ์	-การกำหนดช่องทางในการรับข้อร้องเรียน -กำหนดนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติ ในการจัดการข้อร้องเรียน -จัดทำเผยแพร่นโยบายและระเบียบ วิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนทั้งภายใน ภายนอกรัฐวิสาหกิจ ผ่านช่องทางที่สำคัญ -จัดทำตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐาน การปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน -การประเมินประสิทธิผลของการจัดการ ข้อร้องเรียน	"ต.ค.66-ก.ย.67	แผนพัฒนาด้านลูกค้าและตลาด พ.ศ.2566-พ.ศ.2570 (ฉบับทบทวนเพื่อใช้ปี 2570)	ผู้บริหาร และ พนักงานที่เกี่ยวข้อง

๔. การจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า (อปท.)

การจัดลำดับความสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า)					การจัดลำดับความสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ลูกค้า)	
เกรดคะแนน อปท. (ลูกค้า)	อปท. (ลูกค้า)	ผลกระทบ (I)	อิทธิพล (L)	ผลการจัดลำดับ	เกรดคะแนน อปท.(ลูกค้า)	จัดกลุ่ม อปท.(ลูกค้า)
3	เทศบาลเมืองประจวบ	3	4	12	1	เทศบาลเมืองพะเยา
3	เทศบาลเมืองมาตาพุด	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	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสิมิงพราย
1	เทศบาลเมืองสิงห์บุรี	1	1	1	3	เทศบาลเมืองประจวบ
1	เทศบาลนครหาดใหญ่	1	1	1	3	เทศบาลเมืองมาตาพุด
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	เทศบาลตำบลวิวิชต	5	5	25	4	เทศบาลเมืองไร่ขิง
4	เทศบาลตำบลราไวย์	5	5	25	4	องค์การบริหารส่วนตำบลสามควายเผือก
4	เทศบาลตำบลพรหมโลก	5	5	25	4	เทศบาลตำบลวิวิชต
4	เทศบาลเมืองใหม่บางบัวทอง	5	5	25	4	เทศบาลตำบลราไวย์
4	องค์การบริหารส่วนตำบลกมลา	5	5	25	4	เทศบาลตำบลพรหมโลก
4	เทศบาลตำบลฉลอง	5	5	25	4	เทศบาลเมืองใหม่บางบัวทอง
2	เทศบาลนครระยอง	1	4	4	4	องค์การบริหารส่วนตำบลกมลา
4	เทศบาลเมืองสามพราน	5	5	25	4	เทศบาลตำบลฉลอง
4	เทศบาลเมืองบางพลี	5	5	25	4	เทศบาลเมืองสามพราน
2	เทศบาลเมืองปู่เจ้าสิมิงพราย	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	เทศบาลเมืองใหม่แพรกษา	5	5	25	4	เทศบาลเมืองใหม่แพรกษา
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 ส่งผลกระทบรุนแรงต่อผลประโยชน์ของลูกค้าในพื้นที่นั้นๆ โดยยากที่จะแก้ไขหรือประเมินประมวลได้ - การดำเนินการขององค์กร ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อลูกค้า หรือดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ - องค์กรไม่สามารถควบคุม หรือบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับลูกค้าส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรทำให้สูญเสียการยอมรับ หรือได้รับการลงโทษ รวมทั้งการฟ้องร้องเพื่อให้มีการจ่ายค่าชดเชย
	ปานกลาง (3)	- การดำเนินการทั้งในแง่กายภาพและการจัดการตามแนวทางนโยบายขององค์กร ส่งผลกระทบต่อลูกค้าระดับปานกลาง โดยในแง่ผลกระทบทางการบริหาร เช่น ให้ความร่วมมือกับองค์กรในบางกรณี - อาจมีการเสียหายของทรัพย์สินในบางส่วน ในแง่ของการดำเนินการตามนโยบาย ส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่นั้นๆ แต่อยู่ในระดับที่สามารถจัดการแก้ไข ประเมินประมวลได้ - การดำเนินการขององค์กร ส่งผลกระทบต่อชุมชนหรือบริเวณที่ผู้มีส่วนได้เสียอาศัยอยู่ หรือดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ - องค์กรสามารถควบคุมผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียได้ แต่ผลกระทบดังกล่าวส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร ทำให้เกิดความไม่พอใจของผู้มีส่วนได้เสีย
	น้อย (2)	- การดำเนินการทั้งในแง่กายภาพและการจัดการตามแนวทางนโยบายขององค์กร ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียระดับเพียงเล็กน้อย โดยในแง่ผลกระทบทางกายภาพ ทำให้เกิดผลกระทบต่อร่างกาย แต่ไม่ถึงบาดเจ็บ - อาจมีการเสียหายของทรัพย์สินเพียงเล็กน้อย ในแง่ของการดำเนินการตามนโยบาย ส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของลูกค้าในพื้นที่นั้น ๆ เพียงเล็กน้อย และองค์กรสามารถบรรเทาผลกระทบที่เกิดกับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม - องค์กรสามารถควบคุมผลกระทบที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ ผลกระทบดังกล่าวส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรเพียงเล็กน้อย ไม่มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า
	เล็กน้อย (1)	- การดำเนินการทั้งในแง่กายภาพและการจัดการตามแนวทางนโยบายขององค์กรนั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้าเลย หรืออาจมีผลกระทบเพียงเล็กน้อย ทั้งในแง่ระดับการรับรู้ผลกระทบและผลกระทบที่แท้จริงที่เกิดขึ้น - องค์กรสามารถสื่อสารในแง่การดำเนินการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ได้ ผ่านการสื่อสารองค์กรและกิจกรรมในการมีส่วนร่วมกับลูกค้า
	ระดับอิทธิผล	รายละเอียด
	สูง (4)	- ลูกค้ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการยอมรับการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งอาจส่งผลต่อการหยุดดำเนินงานขององค์กร - ลูกค้าที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย ทิศทาง หรือกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในความสำเร็จของการดำเนินงานขององค์กร - ข้อกังวล/ ข้อร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้าต้องได้รับการพิจารณาและดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดข้อกังวล/ ข้อร้องเรียนดังกล่าวซ้ำ
	ปานกลาง (3)	- ลูกค้าที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการยอมรับการดำเนินงานขององค์กร แต่ไม่ส่งผลให้เกิดการหยุดดำเนินงานขององค์กร - ลูกค้ามีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร มีสิทธิเรียกร้องหรือป้องกันสิทธิได้ตามกฎหมาย เช่น สิทธิในการได้รับค่าตอบแทนจากลูกจ้าง - ข้อกังวล/ ข้อร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้าได้รับการพิจารณาและดำเนินการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด ตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดข้อกังวล/ ข้อร้องเรียนดังกล่าวซ้ำ
	น้อย (2)	- ลูกค้าที่มีส่วนสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่นขององค์กรต่อสาธารณชน - ลูกค้าไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร แต่มีสิทธิเรียกร้องหรือป้องกันสิทธิได้ตามกฎหมาย - ข้อกังวล/ ข้อร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้าได้รับการพิจารณาและดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสม
	เล็กน้อย (1)	- ข้อกังวล/ ข้อร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้าจากทั้งภายในหรือภายนอกองค์กร ได้รับการแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ

สัญญลักษณ์ของสี

ระดับความสำคัญของลูกค้า		
สี	**รายละเอียดของโอกาส**	
เขียว	ดีมาก	ลูกค้ามีความสามารถในการจ่ายเงินสมทบในการจ่ายเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ภายในไตรมาสที่ 1-2
เหลือง	ดี	ลูกค้ามีความสามารถในการจ่ายเงินสมทบในการจ่ายเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ภายในไตรมาสที่ 3
ส้ม	ปานกลาง	ลูกค้ามีความสามารถในการจ่ายเงินสมทบในการจ่ายเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ภายในไตรมาสที่ 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. รวมถึงการดำเนินการบริหารจัดการระบบฯของลูกค้าและผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลเป็นอย่างมากต่อภาพลักษณ์ และความเสียหายของ อจน.	- ลูกค้าดำเนินการตามเงื่อนไขข้อตกลงฯส่งผลกระทบอย่างปานกลาง 50-20% ต่อ อจน. รวมถึงการดำเนินการบริหารจัดการระบบฯของลูกค้า และผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลเป็นอย่างปานกลางต่อภาพลักษณ์และความเสียหายของ 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						ไม่ดำเนินการตามเงื่อนไขผิดสัญญา	คะแนนในการจัดลำดับ
		1.กลุ่มที่ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นในปีงบประมาณ จ่ายตรงปีงบประมาณ							2.กลุ่มที่ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นในปีงบประมาณ และจ่ายปีถัดไป		จ่ายรายปี		จ่ายรายไตรมาส		ไม่จ่ายตามเงื่อนไขข้อตกลง	ไม่จ่ายเงินสมทบแต่จ่ายค่าสาธารณูปโภคแทน อจน.		
		คิดสัดส่วนเท่าเทียมกันเรียกเก็บรายปี	อัตราก้าวหน้าเรียกเก็บรายปี	อัตราก้าวหน้าเรียกเก็บรายไตรมาส	คิดสัดส่วนเท่าเทียมกันเรียกเก็บรายไตรมาส	คิด 70 % เรียกเก็บรายไตรมาส	คิด 70 % เรียกเก็บรายปี	ค่าใช้จ่ายตามจริงเรียกเก็บรายปี	เรียกเก็บรายปี ดำเนินการก่อนเรียกเก็บปีถัดไป คิดสัดส่วนเท่าเทียมกัน	เรียกเก็บรายปี ดำเนินการการเรียกเก็บจ่ายปีถัดไป อัตราคงที่ 15 ปี	จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย	จ่ายตรงปี	ดำเนินการก่อนจ่าย				
1. ลูกค้าเชิงพาณิชย์ กลุ่มระบบบำบัดน้ำเสียขนาดใหญ่																		
1	ทม.ประจวบคีรีขันธ์				✓								✓					A
2	ทน.สงขลา								✓			✓						B
3	ทต.บางเสร่								✓			✓						B
4	ทม.พะเยา									✓		✓						B
5	ทต.บ้านเพ				✓								✓					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.มาบตาพุด						✓								✓			B
19	ทม.กาญจนบุรี					✓									✓			B
20	ทม.กาฬสินธุ์					✓								✓				A
21	ทม.บุรีรัมย์					✓								✓				A
22	ทม.ชะอำ					✓								✓				A
23	ทมพิษณุโลก			✓									✓					-
24	ทม.ราชบุรี			✓									✓					-
25	อบต.อ่าวนาง					✓							✓					-
2. ลูกค้าเชิงพาณิชย์ กลุ่มจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียและรับบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย																		
26	ทต.บางปลา		✓									✓						A
27	ทต.นครชัยศรี																✓	C
28	ทต.บางหญ้าแพรก																✓	C
29	ทต.ท่าจีน																✓	C
30	ทต.บางเลน																✓	C
31	ทม.ไร่ขิง																✓	C
32	ทต.สามควายเผือก																✓	C
33	ทต.วิชิต		✓								✓							A
34	ทต.ราไวย																✓	C
35	ทม.ใหม่บางบัวทอง		✓										✓					A
36	ทต.พรหมโลก																✓	C
37	ทต.ปากน้ำปราณ		✓									✓						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.ปู่เจ้าสมิงพราย		✓										✓					A
45	ทต.บางปลา 2		✓								✓							A
46	ทต.เกษตรกำแพงแสน			✓							✓							A
47	ทต.แพรกษา			✓							✓							A
48	อบต.ลำโพ			✓							✓							A
50	อบต.ฉลอง							✓										A
51	ทม.ปลายบาง			✓							✓							A
52	ทต.บ้านฉาง			✓							✓							A
53	ทต.เขาน้อย			✓							✓							A

เกณฑ์การจัดลำดับความสำคัญของ คะแนน มาจาก

A: จ่ายตรงตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลง และจ่ายเงินสมทบตรงตาม รายปี/รายไตรมาส

B: จ่ายตรงตามเงื่อไขบันทึกข้อตกลง แต่จ่ายเงินสมทบไม่ตรงตาม รายปี/รายไตรมาส

C: ไม่ดำเนินกิจกรรมตามเงื่อนไขบันทึกข้อตกลงฯ

รายละเอียดแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดองค์การจัดการน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

ยุทธศาสตร์ 1 : เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

วัตถุประสงค์ : เสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย และเพิ่มงานก่อสร้างเพื่อเพิ่มลูกค้าและขยายตลาด

กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มลูกค้าและขยายตลาดการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

แผน/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลาดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
1. การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียลูกค้าเดิมและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 1.1 จัดทำแผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียลูกค้าเดิมแบบครบวงจร ตามเงื่อนไขและระยะเวลาเริ่มและสิ้นสุดโครงการ พร้อมทั้งเงื่อนไขการจัดเก็บเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียฯให้กับ อจน. 1.2 เสนอแผนต่อผู้บริหารตามสายงาน 1.3 เสนอผู้บริหาร อจน. เห็นชอบ ทั้ง 2 แผน	1.เพื่อให้แผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้า สามารถใช้ในการดำเนินงานบริหารจัดการฯได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม 2.เพื่อให้แผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด	ต.ค.69-ก.ย.70	มีแผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย แบบที่เป็นรูปธรรมสามารถใช้งานได้จริง แผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯ ประจำปีงบประมาณเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด	มีแผนการบริหารจัดการฯ สำหรับลูกค้าเดิม มีแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯ ประจำปีงบประมาณ **เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด**	มีรายได้จากการจัดเก็บฯ ร้อยละ 90	-	ฝบจ.

-ต่อ-

แผน/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลาดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
2. การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและแผนเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 2.1. ทบทวนพื้นที่เป้าหมาย 2.2 จัดส่งแบบสอบถามความต้องการก่อสร้าง ฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ร่วมกับองค์การจัดการน้ำเสีย 2.3 ประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อจัดทำบันทึกความเข้าใจ และบันทึกข้อตกลงร่วม 2.4 จัดทำแผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียลูกค้าใหม่แบบครบวงจร ตามเงื่อนไขและระยะเวลาเริ่มและสิ้นสุดโครงการ พร้อมทั้งเงื่อนไขการจ่ายเงินสมทบฯให้กับ อจน. 2.5 เสนอแผนต่อผู้บริหารตามสายงาน 2.6 เสนอผู้บริหาร อจน. เห็นชอบ ทั้ง 2 แผน	1.เพื่อให้แผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าใหม่ ดำเนินการได้อย่างเหมาะสมตามความต้องการลูกค้า 2.เพื่อให้แผนเพิ่มรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯ	ต.ค.69-ก.ย.70	มีแผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียที่สามารถดำเนินการได้จริง และสามารถเพิ่มแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯ ประจำปีงบประมาณ	จำนวนมีแผนการบริหารจัดการฯสำหรับลูกค้าใหม่ครบตามวงจร และจำนวนมีแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯ ประจำปีงบประมาณ	มีลูกค้าใหม่ เพิ่มมากขึ้นร้อยละ 70 และมีรายได้จากการจัดเก็บสำหรับลูกค้าใหม่ เพิ่มขึ้นร้อยละ 50	-	ฝวศ./ฝบจ.

ยุทธศาสตร์ 2 : พัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

วัตถุประสงค์ เพื่อให้มีการพัฒนาบริการและตอบสนองความต้องการ และให้ อปท. เกิดความพึงพอใจและผูกพันต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพื่อขีดความสามารถการให้บริการการจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลาดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
2. การฝึกอบรมทักษะความรู้ความเชี่ยวชาญ ด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า 2.1 จัดทำโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรการเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน 2.2 เสนอแผนต่อผู้บริหารตามสายงาน 2.3 เสนอผู้บริหาร อจน. อนุมัติ	1.เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสีย 2.เพื่อพัฒนาทักษะในการบริหารจัดการและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสียให้มีความเชี่ยวชาญ และเป็นที่น่าเชื่อถือต่อลูกค้า 3.เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการจัดการน้ำเสียชุมชน 4.เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการน้ำเสียชุมน	ต.ค.69-ก.ย.70	พนักงานสำนักงานจัดการน้ำเสีย มีทักษะและพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการกับลูกค้า ส่งผลถึงการขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น	จัดอบรม พนักงานสำนักงานจัดการน้ำเสีย สาขา จำนวน 20 คน/ปี	ความพึงพอใจของลูกค้า ร้อยละ 90	50,000	ฝจส.1,2/ สจส.1,2

กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลาดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
1.การประชุม เพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 1.1 สจส.1 และ สจส.2 ฝบจ. ร่วมวางแผนกาประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียของ อปท. ประจำปีงบประมาณ 1.2 นำเสนอแผนการประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียของ อปท.ประจำปีงบประมาณต่อผู้บริหารตามสายงาน 1.3 จัดประชุมคณะกรรมการกำกับฯตามแผนที่กำหนดให้เป็นไปตามเงื่อนไขข้อตกลงฯ 1.4 จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ประจำปี	1.เพื่อให้ อปท.และ อจน. ดำเนินกิจการงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียตรงตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงฯร่วมกันในการพิจารณาและกำกับกิจการพนักงานได้รับรู้และความเข้าใจกระบวนการวิเคราะห์ลูกค้าและการวิเคราะห์กลุ่มตลาดขององค์กร 2. เพื่อนำผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความต้องการ ความคาดหวัง มาวิเคราะห์ความต้องการและตอบสนองลูกค้าได้ตรงจุด	ต.ค.69-ก.ย.70	อปท.(ลูกค้า) มีความพึงพอใจต่อการให้การบริการในการดำเนินกิจการงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กร	มีการประชุมคณะกรรมการกำกับฯ จำนวน 10 พื้นที่	ลูกค้ามีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	50,000	ฝจส.1,2/ฝบจ.

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 3</u> พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

วัตถุประสงค์ เพื่อให้มีการพัฒนานวัตกรรมแลผลิตภัณฑ์ และพัฒนาระบบสารสนเทศที่ทันสมัย และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

แผน/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลาดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
1. การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า 1.1 มีแผนเตรียมการเกี่ยวกับ อปท. ที่มีความพร้อมในการให้ อจน. เข้าดำเนินการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียและเข้าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย 1.2 จัดทำแผนเข้ารับฟังความต้องการต่อผลิตภัณฑ์ที่จะให้ อจน. ดำเนินการตามความต้องการ 1.3 จัดทำแบบสำรวจความต้องการของผลิตภัณฑ์ของลูกค้า 1.4 เสนอตามสายงาน 1.5 เสนอแผนเข้ารับฟังความต้องการ และเสนอแบบสำรวจความต้องการของผลิตภัณฑ์ ให้กับผู้บริหารเห็นชอบและอนุมัติ 1.6 ดำเนินงานตามภารกิจขององค์กร	1. เพื่อให้บรรลุข้อตกลงร่วม เรื่องการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมและการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียระหว่าง อจน. และลูกค้าใหม่ 2. เพื่อตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้าใหม่ ได้อย่างตรงจุด	ต.ค.69-ก.ย.70	ผลสำเร็จเป็นไปตามที่รัฐบาลได้กำหนดให้ อจน. เข้าบริหารจัดการทั่วประเทศ ร้อยละ 100	มี อปท. เข้าร่วมจัดทำบันทึกข้อตกลงร่วมฯ เพิ่มมากขึ้น และเป็นไปตามเป้าหมายที่ อจน. กำหนด จำนวน 10 พื้นที่/ปี	มีบันทึกข้อตกลงร่วมการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมและการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ที่เพิ่มมากขึ้น จำนวน 10 พื้นที่/ปี	50,000	ฝวศ.

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้ทันสมัย

แผน/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลาดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
1. การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีรองรับความต้องการของลูกค้า 1. การปรับปรุงและพัฒนาระบบการจัดทำระบบฐานข้อมูลลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่ แบบครบวงจร และมีการปรับปรุงพัฒนาระบบจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า (ประชาชน) โดยเป็นระบบการจ่ายเงินค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสีย	1. เพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับการบริหารจัดการลูกค้า ให้ครบวงจร 2. เพื่อรวบรวมเป็นสถิติและเป็นฐานข้อมูลลูกค้าขององค์กรให้ทันเทคโนโลยีสมัยใหม่และรองรับโปรแกรมสำเร็จรูปที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	ต.ค.69-ก.ย.70	เป็นฐานข้อมูลลูกค้าที่ทุกหน่วยงานในองค์กรสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	เป็นฐานข้อมูลที่ครอบคลุมทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นสัญญาจนสิ้นสุดโครงการ และมีกระบวนการคิดคำนวณค่าใช้จ่ายในการเรียกเก็บเงินสมทบฯ เพื่อเป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติงาน ร้อยละความสำเร็จของการจัดทำกิจกรรมตามแผน จำนวน 2 แผนงาน/ปี	ลูกค้าพึงพอใจนวัตกรรม ร้อยละ 90	-	ฝบจ.

-ต่อ-

แผน/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ระยะเวลาดำเนินการ	ผลความสำเร็จที่ได้รับ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
				ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)		
2. การให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของระบบสารสนเทศเกี่ยวกับการคิดคำนวณค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บเงินสมทบ และให้ความรู้เกี่ยวกับการคิดอัตราค่าบริการบำบัดน้ำเสีย 3. เผยแพร่องค์ความรู้ให้กับหน่วยงานในองค์กรสามารถนำไปใช้ประโยชน์							

6.1 โครงการ/กิจกรรม : 1. การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียลูกค้าเดิม และเพิ่มรายได้จากการจากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

1. แผนปฏิบัติการ	**การบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียลูกค้าเดิม และเพิ่มรายได้จากการจากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย**														
2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ปี 2570			โครงการใหม่									**โครงการต่อเนื่อง**		
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน														
4. สนับสนุนยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 1 : เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย														
5. สนับสนุนกลยุทธ์	กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย														
6. ผู้รับผิดชอบหลัก	ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายบริหารจัดเก็บรายได้														
7. งบประมาณทั้งหมดของโครงการ (ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)	**งบลงทุน**			**งบทำการ**									**รวม**		
	-			-									-		
8. วัตถุประสงค์ของโครงการ	1.เพื่อให้แผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าสามารถใช้ในการดำเนินงานบริหารจัดการฯได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม 2.เพื่อให้แผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด														
9. กิจกรรมของโครงการ	**ระยะเวลาดำเนินงาน Gantt Chart**														
กิจกรรม	**2569**			**2570**											
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1.1 จัดทำแผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียลูกค้าเดิมแบบครบวงจร ตามเงื่อนไขและระยะเวลาเริ่มและสิ้นสุดโครงการ พร้อมทั้งเงื่อนไขการจัดเก็บเงินค่าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียให้กับ อจน.															
1.2 เสนอแผนต่อผู้บริหารตามสายงาน															
1.3 เสนอผู้บริหาร อจน. เห็นชอบ ทั้ง 2 แผน															
10. ผลผลิต (output) ของโครงการ	จำนวนแผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียแบบคบวงจร 2.จำนวนแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯ														
11. ผลลัพธ์ (outcome) ของโครงการ	มีแผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียแบบครบวงจร และมีแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯเป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนด														
12. ตัวชี้วัดนำ (Leading KPI)	มีแผนการบริหารจัดการฯสำหรับลูกค้าเดิม ครบตามวงจร มีแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯประจำปีงบประมาณเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด														
13. ตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI)	มีรายได้จากการจัดเก็บฯร้อยละ 90														
14.1 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ไม่	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่มีความประสงค์ให้องค์การจัดการน้ำเสียเข้าไปดำเนินการ														

สามารถตอบสนองต่อลูกค้า	
สาเหตุความเสี่ยง	ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่มีความพร้อมในการนำนโยบายผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่ายไปสู่การปฏิบัติ
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ปานกลาง
เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	ยอมรับความเสี่ยง
14.2 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองตามความต้องการของรัฐวิสาหกิจ	การออกแบบก่อสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพระบบรวบรวมและระบบบำบัดน้ำเสียไม่เป็นไปตามแผน
สาเหตุความเสี่ยง	ขาดอัตรากำลังในการดำเนินงาน
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ปานกลาง
เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	มอบหมายพนักงาน ประสานงานและติดตามผลการดำเนินงาน
15. ทรัพยากรบุคคล	ใช้จำนวน 6 คน (ฝวศ.) และ (ฝบจ.)

6.2 โครงการ/กิจกรรม : การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย

1. แผนปฏิบัติการ	**การเพิ่มลูกค้าใหม่จากการขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย**		
2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ปี 2570	โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน		
4. สนับสนุนยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 1 : เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย		
5. สนับสนุนกลยุทธ์	กลยุทธ์ที่ 1.1 เพิ่มก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย		
6. ผู้รับผิดชอบหลัก	ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้		
7. งบประมาณทั้งหมดของโครงการ (ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)	**งบลงทุน**	**งบทำการ**	**รวม**
	-	-	-
8. วัตถุประสงค์ของโครงการ	1.เพื่อให้แผนการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้าใหม่ ดำเนินการได้อย่างเหมาะสมตามความต้องการลูกค้า 2.เพื่อให้แผนเพิ่มรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯ		

9. กิจกรรมของโครงการ	**ระยะเวลาดำเนินงาน Gantt Chart**														
กิจกรรม/วิธีการรูปแบบ	**2569**			**2570**											
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1. ทบทวนพื้นที่เป้าหมาย															
2. จัดส่งแบบสอบถามความต้องการก่อสร้าง ฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย ร่วมกับองค์การจัดการน้ำเสีย															
3. ประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อจัดทำบันทึกความเข้าใจ และบันทึกข้อตกลงร่วม															
4.จัดทำแผนบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียลูกค้าใหม่แบบครบวงจร ตามเงื่อนไขและระยะเวลาเริ่มและสิ้นสุดโครงการ พร้อมทั้งเงื่อนไขการจ่ายเงินสมทบฯให้กับ อจน.															
5.เสนอแผนต่อผู้บริหารตามสายงาน															
6.เสนอผู้บริหาร อจน. เห็นชอบ ทั้ง 2 แผน															

10. ผลผลิต (output) ของโครงการ	จำนวนลูกค้าใหม่และมีรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียที่เพิ่มมากขึ้น

11. ผลลัพธ์ (outcome) ของโครงการ	มีบันทึกข้อตกลงฯและมีรายได้จากการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียที่เพิ่มขึ้นตรงตามเป้าหมายที่กำหนด
12. ตัวชี้วัดนำ (Leading KPI) และเป้าหมาย	จำนวนมีแผนการบริหารจัดการฯสำหรับลูกค้าใหม่ครบตามวงจรและจำนวนมีแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯประจำปีงบประมาณ
13. ตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI) และเป้าหมาย	มีลูกค้าใหม่ เพิ่มมากขึ้นร้อยละ 70 และมีรายได้จากการจัดเก็บสำหรับลูกค้าใหม่ เพิ่มขึ้นร้อยละ 50
14.1 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ ไม่สามารถตอบสนองต่อด้านลูกค้าและตลาด	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่มีความประสงค์ให้องค์การจัดการน้ำเสียเข้าไปดำเนินการ
สาเหตุความเสี่ยง	ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่มีความพร้อมในการนำนโยบายผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่ายไปสู่การปฏิบัติ
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ปานกลาง
เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	ยอมรับความเสี่ยง
14.2 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองตามความต้องการของรัฐวิสาหกิจ	**องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังไม่ตอบสนองความต้องการขององค์กร**
สาเหตุความเสี่ยง	ขาดอัตรากำลังในการดำเนินงาน
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ปานกลาง
เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	1. จัดทำขั้นตอนการดำเนินงาน และเตรียมเอกสารแผนงาน พร้อม Presentation เพื่อนำเสนอกับ อปท. 2. ประชุมซักซ้อมความเข้าใจในการปฏิบัติงานภายในฝ่ายวิศวกรรม 3. มอบหมายพนักงาน ประสานงานและติดตามผลการดำเนินงาน 4. จัดฝึกอบรมให้กับ อปท. ในรูปแบบการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 5. จัดทำแผนบริหารจัดการฯลูกค้า ตามจำนวนที่ฝ่ายวิศว นำส่งข้อมูล 6. จัดทำแผนรายได้จากการจัดเก็บเงินสมทบฯ สำหรับลูกค้าใหม่ ตามจำนวนที่ฝ่ายวิศว นำส่งข้อมูล
15. ทรัพยากรบุคคล	ใช้จำนวน 6 คน (ฝวศ.) (ฝบจ.)

6.3 โครงการ/กิจกรรม : 1. การฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า

1. แผนปฏิบัติการ	**การฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวญด้านการจัดการน้ำเสียให้กับลูกค้า**		
2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ปี 2570	โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน		
4. สนับสนุนยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า		
5. สนับสนุนกลยุทธ์	กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า		
6. ผู้รับผิดชอบหลัก	ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้		
7. งบประมาณทั้งหมดของโครงการ (ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)	**งบลงทุน**	**งบทำการ**	**รวม**
	-	0.0500	0.0500
8. วัตถุประสงค์ของโครงการ	ส่งเสริมและพัฒนาการให้บริการลูกค้า		

9. กิจกรรมของโครงการ	**ระยะเวลาดำเนินงาน Gantt Chart**														
กิจกรรม/วิธีการรูปแบบ	**2569**			**2570**											
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2.1 จัดทำโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตรการเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน															
2.2 เสนอแผนต่อผู้บริหารตามสายงาน															
2.3 เสนอผู้บริหาร อจน.อนุมัติ															

10. ผลผลิต (output) ของโครงการ	พนักงานสำนักงานจัดการน้ำเสีย สามารถนำความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้นการจัดการน้ำเสีย
11. ผลลัพธ์ (outcome) ของโครงการ	พนักงานสำนักงานจัดการน้ำเสีย ได้รับความเชื่อมั่น และสามารถนำความรู้ด้านการจัดการน้ำเสียไปถ่ายทอดให้กับ (อปท.) ลูกค้า
12. ตัวชี้วัดนำ (Leading KPI) และเป้าหมาย	จัดอบรม พนักงานสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา จำนวน 20 คน/ปี
13. ตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI) และเป้าหมาย	ความพึงพอใจของลูกค้า ร้อยละ 90
14.1 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ไม่สามารถตอบสนองต่อด้านลูกค้าและตลาด	ไม่มี
สาเหตุความเสี่ยง	ไม่มี
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ต่ำ

เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	ไม่มี
14.2 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองตามความต้องการของรัฐวิสาหกิจ	พนักงานในส่วนที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินการเสริมทักษะ เพื่อนำความรู้ไปถ่ายทอดต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กร
สาเหตุความเสี่ยง	ไม่มี
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ต่ำ
เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	มอบหมายพนักงาน ประสานงานและติดตามผลการดำเนินงาน
15. ทรัพยากรบุคคล	ใช้ทุกคนในองค์กรเพื่อการดำเนินการ

6.4 โครงการ/กิจกรรม : การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

1. แผนปฏิบัติการ	**การประชุมเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า**		
2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ปี 2570	โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน		
4. สนับสนุนยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า		
5. สนับสนุนกลยุทธ์	กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจกับกับลูกค้า		
6. ผู้รับผิดชอบหลัก	ฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้		
7. งบประมาณทั้งหมดของโครงการ (ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)	**งบลงทุน**	**งบทำการ**	**รวม**
	-	0.0500	0.0500
8. วัตถุประสงค์ของโครงการ	1.เพื่อให้ อปท. และ อจน. ดำเนินกิจการงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียตรงตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงฯร่วมกันในการพิจารณาและกำกับกิจการ 2. เพื่อนำผลการสำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง มาวิเคราะห์ความต้องการและตอบสนองลูกค้าได้ตรงจุด		

9. กิจกรรมของโครงการ	**ระยะเวลาดำเนินงาน Gantt Chart**														
กิจกรรม/วิธีการรูปแบบ	**2569**			**2570**											
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1.สจส.1 และ สจส.2 ฝบจ. ร่วมวางแผนกาประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียของ อปท. ประจำปีงบประมาณ															
2 นำเสนอแผนการประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียของ อปท.ประจำปีงบประมาณ ต่อผู้บริหารตามสายงาน															
3. จัดประชุมคณะกรรมการกำกับฯตามแผนที่กำหนดให้เป็นไปตามเงื่อนไขข้อตกลงฯ															
4. จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ประจำปี															
10. ผลผลิต (output) ของโครงการ	มีแผนการประชุมฯคณะกรรมการกำกับดูแลระบบบำบัดน้ำเสียให้กับ อปท. และได้ทราบผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า														

11. ผลลัพธ์ (outcome) ของโครงการ	อปท.(ลูกค้า) มีความพึงพอใจต่อการให้การบริการในการดำเนินกิจการงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียขององค์กร
12. ตัวชี้วัดนำ (Leading KPI) และเป้าหมาย	มีการประชุมคณะกรรมการกำกับฯ จำนวน 10 พื้นที่
13. ตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI) และเป้าหมาย	ลูกค้ามีความพึงพอใจ ร้อยละ 100
14.1 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ไม่สามารถตอบสนองต่อลูกค้าและตลาด	ไม่มี
สาเหตุความเสี่ยง	ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังไม่มีความพร้อมในการนำนโยบายผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่ายไปสู่การปฏิบัติ
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ปานกลาง
เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	ไม่มี
14.2 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองตามความต้องการของรัฐวิสาหกิจ	ไม่มี
สาเหตุความเสี่ยง	ขาดอัตรากำลังในการดำเนินงาน
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ปานกลาง
เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	มอบหมายพนักงาน ประสานงานและติดตามผลการดำเนินงาน
15. ทรัพยากรบุคคล	ใช้จำนวน 4 คน (ฝบจ.) และ (ฝจส.1,และ ฝจส.2)

6.5 โครงการ/กิจกรรม : การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

1. แผนปฏิบัติการ	**การรับฟังความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า**		
2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ปี 2570	โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน		
4. สนับสนุนยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง		
5. สนับสนุนกลยุทธ์	กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร		
6. ผู้รับผิดชอบหลัก	ฝ่ายวิศวกรรม		
7. งบประมาณทั้งหมดของโครงการ (ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)	**งบลงทุน**	**งบทำการ**	**รวม**
	-	0.0500	0.0500
8. วัตถุประสงค์ของโครงการ	1. เพื่อให้บรรลุข้อตกลงร่วมเรื่องการให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมและการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียระหว่าง อจน. และลูกค้าใหม่ 2. เพื่อตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้าใหม่ ได้อย่างตรงจุด		

9. กิจกรรมของโครงการ	**ระยะเวลาดำเนินงาน Gantt Chart**														
กิจกรรม/วิธีการรูปแบบ	**2569**			**2570**											
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1. มีแผนเตรียมการเกี่ยวกับ อปท. ที่มีความพร้อมในการให้ อจน. เข้าดำเนินการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียและเข้าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย															
2. จัดทำแผนเข้ารับฟังความต้องการต่อผลิตภัณฑ์ที่จะให้ อจน. ดำเนินการตามความต้องการ															
3. จัดทำแบบสำรวจความต้องการของผลิตภัณฑ์ของลูกค้า															
4. เสนอตามสายงาน															
5. เสนอแผนเข้ารับฟังความต้องการ และเสนอแบบสำรวจความต้องการของผลิตภัณฑ์ให้กับ ผู้บริหารเห็นชอบและอนุมัติ															
6. ดำเนินงานตามภารกิจขององค์กร															

10. ผลผลิต (output) ของโครงการ	จำนวน อปท. ที่มีการร่วมลงนามจัดทำบันทึกข้อตกลงกับ อจน. กลุ่มลูกค้าใหม่ เพื่อจัดประชุมรับฟังความต้องการของผลิตภัณฑ์
11. ผลลัพธ์ (outcome) ของโครงการ	จำนวน อปท. ที่ลงนามบันทึกข้อตกลง อจน. กลุ่มลูกค้าใหม่
12. ตัวชี้วัดนำ (Leading KPI) และเป้าหมาย	มี อปท. ที่ร่วมจัดทำบันทึกข้อตกลงร่วมฯ เพิ่มมากขึ้น และเป็นไปตามเป้าหมายที่ อจน. กำหนด จำนวน 10 พื้นที่/ปี
13. ตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI) และเป้าหมาย	จะมีบันทึกข้อตกลงร่วมการจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมและการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียที่เพิ่มมากขึ้น จำนวน 10 พื้นที่/ปี
14.1 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ไม่สามารถตอบสนองต่อด้านลูกค้าและตลาด	จำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังลังเลในการให้ความร่วมมือในการจัดทำบันทึกข้อตกลงร่วมฯกับ อจน.
สาเหตุความเสี่ยง	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะรับทราบเกี่ยวกับการจ่ายเงินสมทบฯให้กับ อจน. จะทำให้ไม่กล้าตัดสินใจ
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ปานกลาง
เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	นัดขอเข้าพบผู้บริหารเทศบาลฯ เพื่อทำความเข้าใจในรายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเรียกเก็บเงินสมทบฯ
14.2 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองตามความต้องการของรัฐวิสาหกิจ	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ไม่ตอบสนองความต้องการของภาครัฐ
สาเหตุความเสี่ยง	ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ปานกลาง
เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	นัดเข้าพบผู้บริหารเทศบาลฯ เพื่อทำความเข้าใจหลายๆครั้ง
15. ทรัพยากรบุคคล	ใช้จำนวน 4 คน (สผอ.) , ฝวศ. ฝบจ.

6.6 โครงการ/กิจกรรม : การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีรองรับความต้องการของลูกค้า

1. แผนปฏิบัติการ	**การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบสารสนเทศด้านลูกค้าและเทคโนโลยีรองรับความต้องการของลูกค้า**		
2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ปี 2570	โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	SO3 พัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน		
4. สนับสนุนยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง		
5. สนับสนุนกลยุทธ์	กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย		
6. ผู้รับผิดชอบหลัก	สำนักผู้อำนวยการ		
7. งบประมาณทั้งหมดของโครงการ (ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)	**งบลงทุน**	**งบทำการ**	**รวม**
	-	-	-
8. วัตถุประสงค์ของโครงการ	1. เพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับการบริหารจัดการลูกค้าให้ครบวงจร 2. เพื่อรวบรวมเป็นสถิติฐานข้อมูลลูกค้าขององค์กรให้ทันเทคโนโลยีสมัยใหม่รองรังโปรแกรมสำเร็จรูปที่จะเกิดขึ้นในอนาคต		

9. กิจกรรมของโครงการ	**ระยะเวลาดำเนินงาน Gantt Chart**														
กิจกรรม/วิธีการรูปแบบ	**2569**			**2570**											
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1. การปรับปรุงและพัฒนาระบบการจัดทำระบบฐานข้อมูลลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่ แบบครบวงจร และมีการปรับปรุงพัฒนาระบบจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า(ประชาชน) โดยเป็นระบบการจ่ายเงินค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสีย															
2. มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของระบบสารสนเทศเกี่ยวกับการคิดคำนวณค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บเงินสมทบ และให้ความรู้เกี่ยวกับการคิดอัตราค่าบริการบำบัดน้ำเสีย															
3. เผยแพร่องค์ความรู้ให้กับหน่วยงานในองค์กรสามารถนำไปใช้ประโยชน์															

10. ผลผลิต (output) ของโครงการ	เป็นฐานข้อมูลที่ครอบคลุมทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นสัญญาจนสิ้นสุดโครงการ และมีกระบวนการคิดคำนวณค่าใช้จ่ายในการเรียกเก็บเงินสมทบฯ เพื่อเป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติงานร้อยละความสำเร็จของการจัดทำกิจกรรมตามแผน
11. ผลลัพธ์ (outcome) ของโครงการ	พนักงานฝ่ายบริหารการจัดเก็บรายได้ จะมีการพัฒนาองค์ความรู้ในการจัดทำระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับฐานข้อมูลด้านการคิดคำนวณค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บรายได้ และคิดคำนวณเกี่ยวกับการเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมบำบัดน้ำเสีย เพื่อให้ อปท.(ลูกค้า) มีความเชื่อมั่น และมีความถูกต้อง
12. ตัวชี้วัดนำ (Leading KPI) และเป้าหมาย	เป็นฐานข้อมูลที่ครอบคลุมทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นสัญญาจนสิ้นสุดโครงการ และมีกระบวนการคิดคำนวณค่าใช้จ่ายในการเรียกเก็บเงินสมทบฯ เพื่อเป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติงานร้อยละความสำเร็จของการจัดทำกิจกรรมตามแผน จำนวน 1 แผนงาน/ปี
13. ตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI) และเป้าหมาย	ลูกค้าพึงพอใจนวัตกรรม ร้อยละ 90
14.1 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ไม่สามารถตอบสนองต่อลูกค้าและตลาด	เนื่องจากวิธีคิดคำนวณค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสมทบรายได้ มีหลายรูปแบบ และเนื่องจากวิธีคำนวณวิธีคิดค่าธรรมเนียมการบำบัดน้ำเสีย ของลูกค้า (ภาคประชาชน) บางราย ต้องมีการเปลี่ยนแปง เป็นแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน
สาเหตุความเสี่ยง	จำนวนพนักงานที่ดำรงตำแหน่ง กอง มีจำนวนจำกัด ประกอบกับพื้นที่ที่องค์การจัดการน้ำเสีย เข้าบริหารจัดการฯมีจำนวนเพิ่มขึ้น
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ปานกลาง
เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	พนักงานต้องศึกษาและต้องพัฒนาความรู้ และต้องรวบรวมข้อมูลให้เป็นปัจจุบันมากที่สุด
14.2 ประเด็นความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองตามความต้องการของรัฐวิสาหกิจ	ไม่มี
สาเหตุความเสี่ยง	ไม่มี
การประเมินความเสี่ยงของโครงการฯ	ต่ำ
เป้าหมายการบริหารความเสี่ยง	ต่ำ
การบริหารความเสี่ยง	จัดให้พนักงานเรียนรู้ข้อมูลของลูกค้าเพิ่มขึ้น
15. ทรัพยากรบุคคล	ใช้จำนวน 4 คน ฝบจ.

องค์การจัดการน้ำเสีย
WASTEWATER MANAGEMENT AUTHORITY

ผลการสำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า องค์การจัดการน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณ 2569

pat pat







องค์การจัดการน้ำเสีย
พ.ศ. 2569

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1	
บทนำ	1
บทที่ 2	
หลักเกณฑ์การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ-ความต้องการ และความคาดหวัง	2-3
บทที่ 3	
การวิเคราะห์แบบสำรวจของหน่วยงานภาครัฐ	4-13
บทที่ 4	
การวิเคราะห์แบบสำรวจของบริษัท/ห้างร้าน/บุคคล	14-19
บทที่ 5	
การวิเคราะห์แบบสำรวจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	20-31
บทที่ 6	
การวิเคราะห์แบบสำรวจการรับรู้ของพนักงาน องค์การจัดการน้ำเสีย-ในด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า	32-42
บทที่ 7	
การวิเคราะห์แบบสำรวจของชุมชนและสังคม/ภาคประชาสังคม	43-48

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 ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าขององค์กร เป็นการสำรวจทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการดำเนินงานส่งแบบสำรวจฯที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย ในรูปแบบ Google Form ซึ่งการสำรวจแบ่งกลุ่มได้เป็น 5 กลุ่ม

1. กลุ่มที่สำรวจ ประกอบด้วย 5 แบบสำรวจ

    1. แบบสำรวจของหน่วยงานภาครัฐ
    2. แบบสำรวจของห้างร้าน /บริษัท/ บุคคล
    3. แบบสำรวจองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
    4. แบบสำรวจพนักงานองค์การจัดการน้ำเสีย
    5. แบบสำรวจของชุมชนและสังคม/ภาคประชาสังคม

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 20 แบบสำรวจ

2. รูปแบบ

   2.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

   2.2 ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย

<u>การวิเคราะห์แบบสำรวจ</u>

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

1. มี 5 หน่วยงานภาครัฐ ตอบแบบสำรวจ 20 แบบ ดังนี้

   1.1 กระทรวงมหาดไทย (มท.)

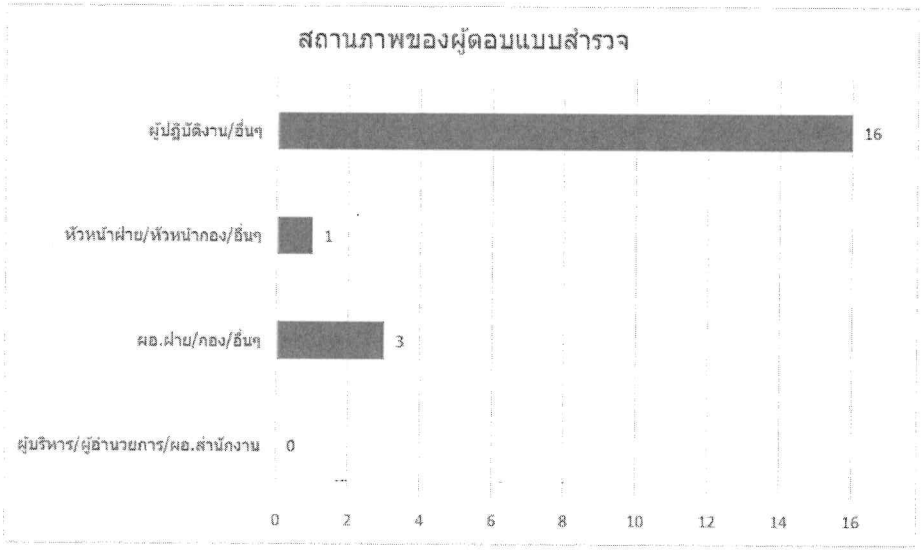
   1.2 กรมควบคุมมลพิษ (คพ.)

   1.3 การประปานครหลวง (กปน.)

   1.4 การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.)

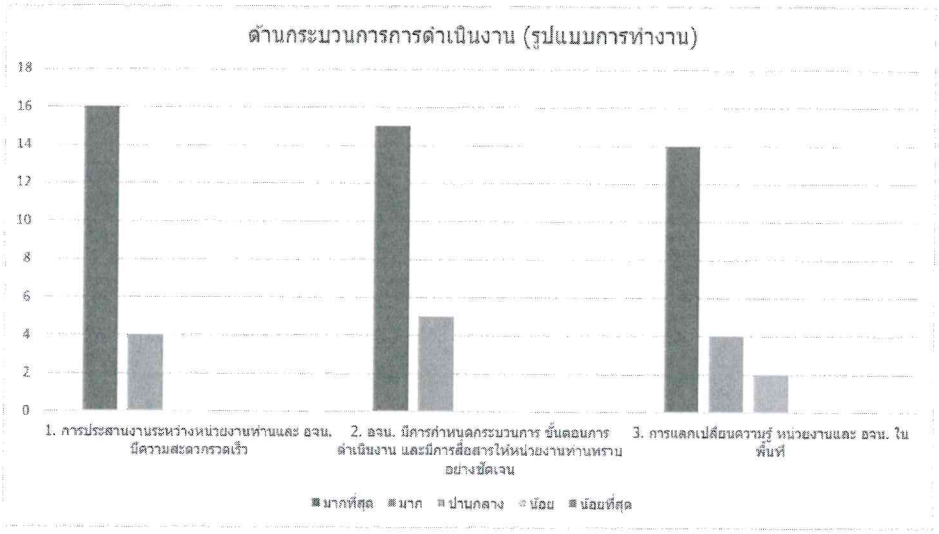
   1.5 กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ทส.)

2. สถานภาพผู้ตอบแบบสำรวจ

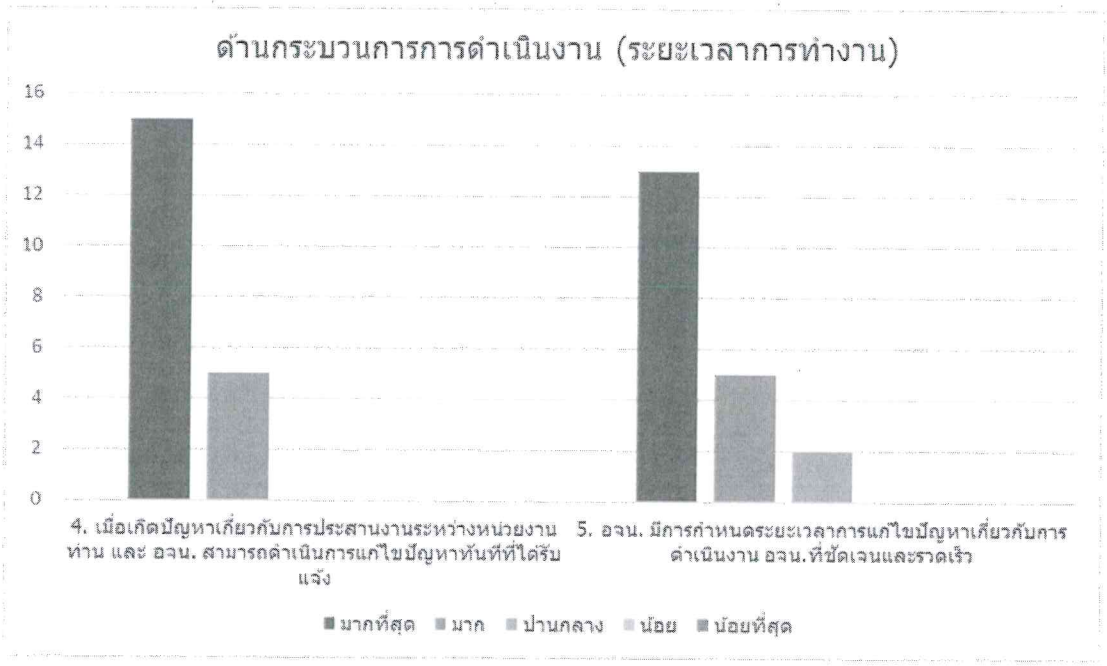


ส่วนที่ 2 ท่านมีความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย (อจน.) มากน้อยเพียงใด

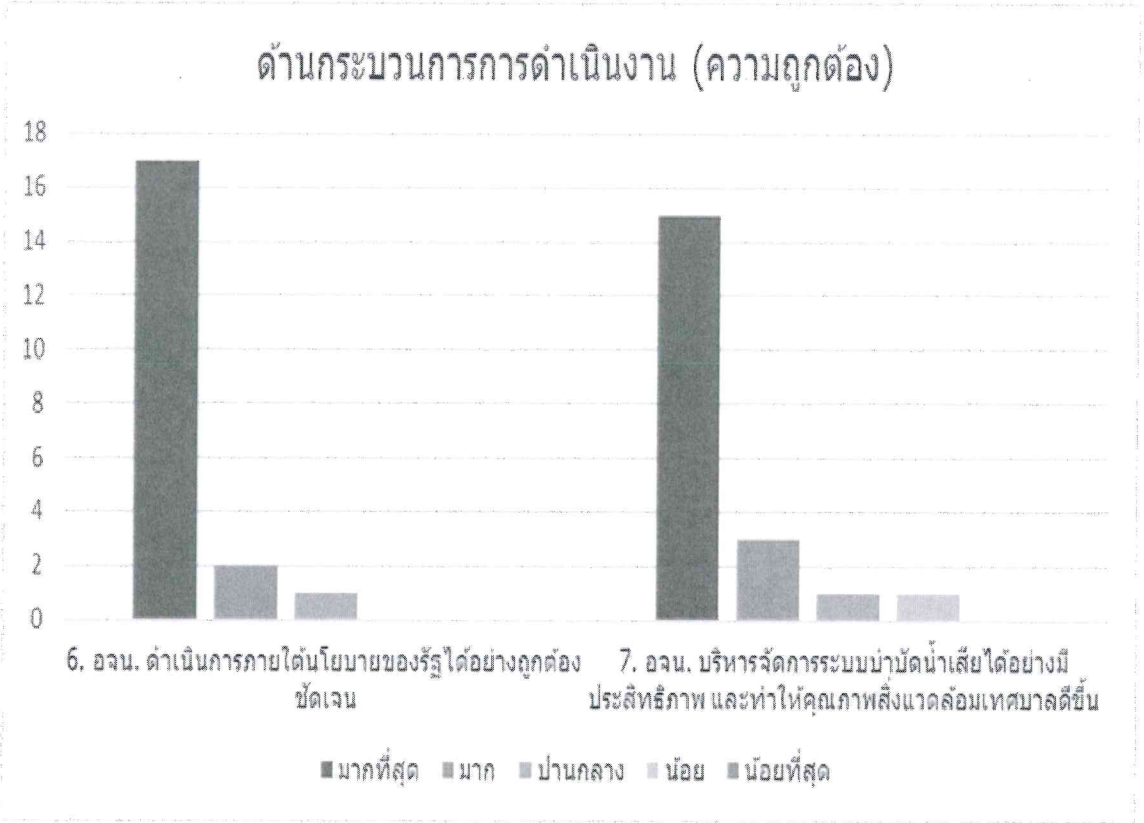
ความพึงพอใจ (96.68 %)	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านกระบวนการการดำเนินงาน ได้แก่ รูปแบบ ระยะเวลาการทำงาน และความถูกต้องในการให้บริการของ อจน.						
• รูปแบบการทำงาน						
1 การประสานงานระหว่างหน่วยงานท่าน กับ อจน. มีความสะดวกรวดเร็ว	16	4	-	-	-	100
2 อจน. มีการกำหนดกระบวนการขั้นตอนการดำเนินงานและมีการสื่อสารให้หน่วยงานท่านทราบอย่างชัดเจน	15	5	-	-	-	100
3 การแลกเปลี่ยนความรู้ หน่วยงานท่าน และ อจน. ในพื้นที่	14	4	2	-	-	90



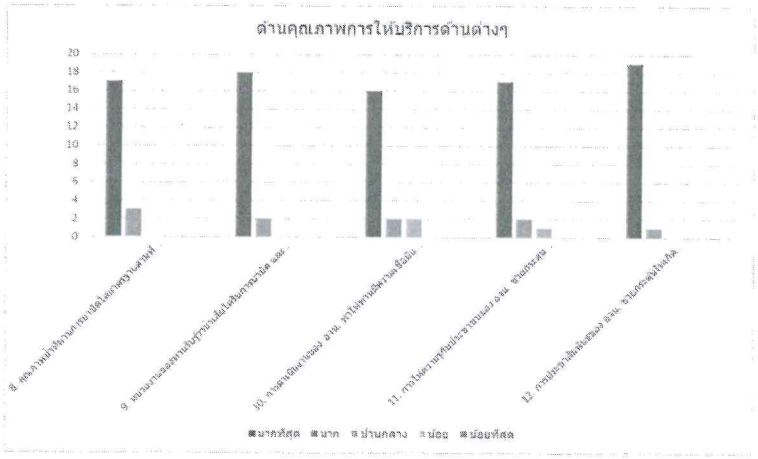
ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ %
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ระยะเวลาการทำงาน						
4 เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับการประสานงานระหว่างหน่วยงานท่าน และ อจน. สามารถดำเนินการแก้ไปปัญหาทันทีที่ได้รับแจ้ง	15	5	-	-	-	100
5 อจน. มีการกำหนดระยะเวลาการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของ อจน. ที่ชัดเจนและรวดเร็ว	13	5	2	-	-	90



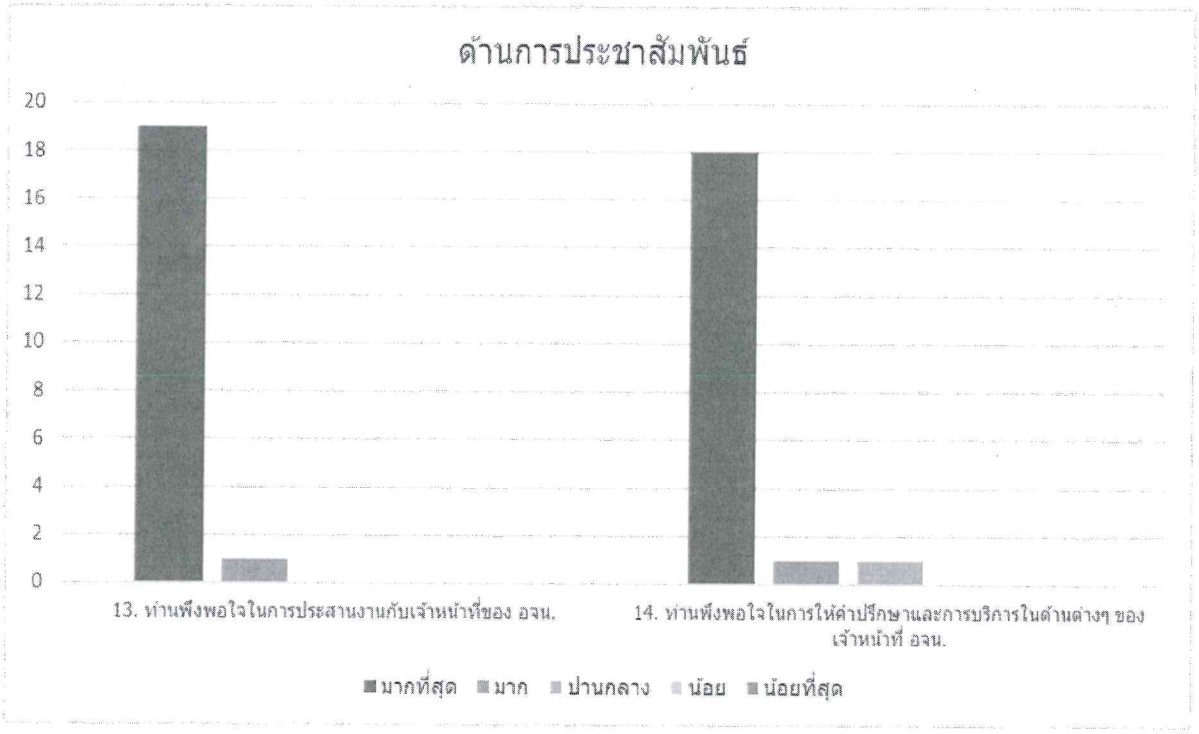
ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ %
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ความถูกต้อง						
6 อจน. ดำเนินการภายใต้นโยบายของรัฐได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	17	2	1	-	-	95
7 อจน. บริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำให้คุณภาพสิ่งแวดล้อมทางน้ำดีขึ้น	15	3	1	1	-	90



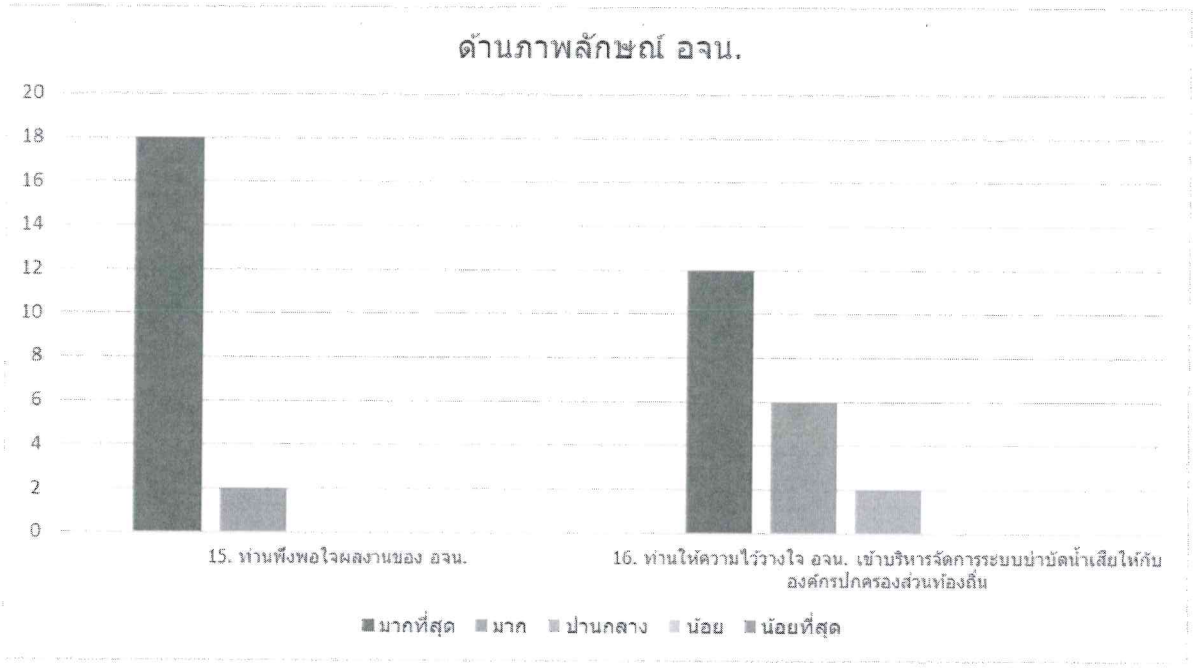
ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านคุณภาพการให้บริการต่างๆ เช่น คุณภาพน้ำหลังผ่านการบำบัด การให้ความรู้ด้านการจัดการน้ำเสีย						
8 คุณภาพน้ำที่ผ่านการบำบัด ได้มาตรฐานตามที่กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกำหนด	17	3	-	-	-	100
9 หน่วยงานของท่านรับรู้ว่าน้ำเสียได้รับการบำบัด และสามารถลดปัญหาน้ำเสียขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้	18	2	-	-	-	100
10 การดำเนินงานของ อจน. ทำให้ท่านมีความเชื่อมั่นต่อการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	16	2	2	-	-	90
11 การให้ความรู้กับประชาชนของ อจน. ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมทางน้ำ	17	2	1	-	-	95
12 การประชาสัมพันธ์ของ อจน. ช่วยกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมทางน้ำ	19	1	-	-	-	100



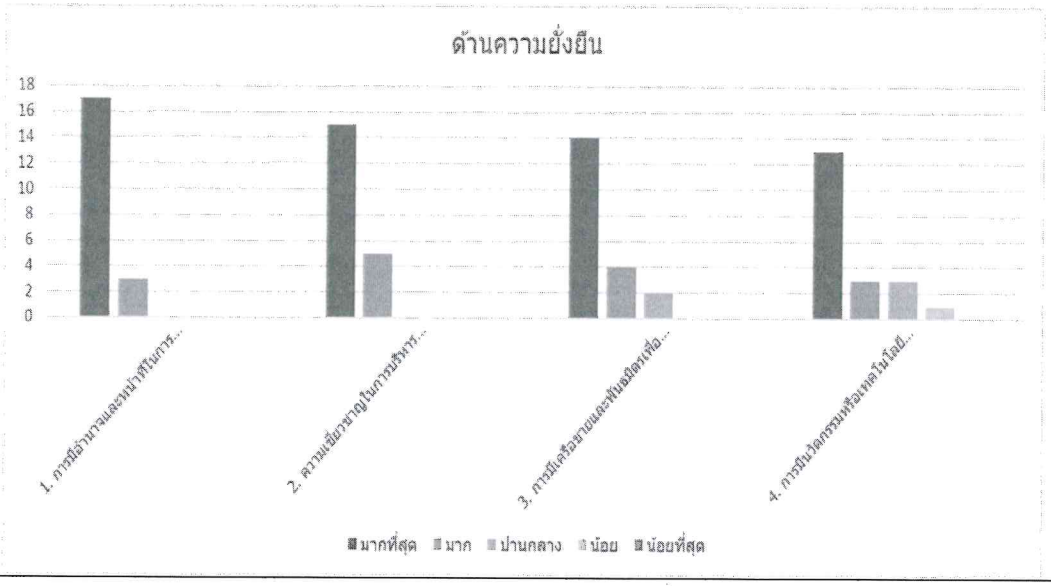
ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ %
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านการประชาสัมพันธ์						
13 ท่านพึงพอใจในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของ อจน.	19	1	-	-	-	100
14 ท่านพึงพอใจในการให้คำปรึกษาและการบริการในด้านต่างๆ ของเจ้าหน้าที่ อจน.	18	1	1	-	-	95



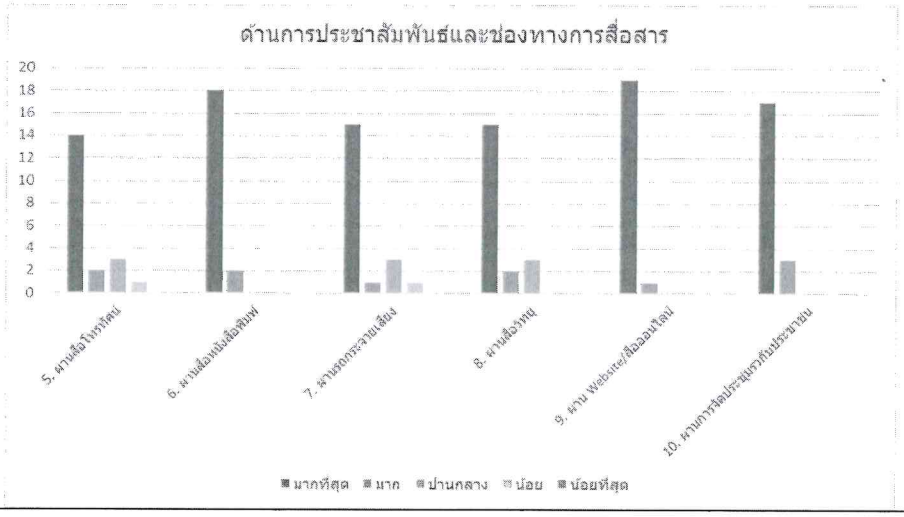
ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ %
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านภาพลักษณ์ อจน.						
15 ท่านพึงพอใจผลงานของ อจน.	18	2	-	-	-	100
16 ท่านให้ความไว้วางใจให้ อจน. เข้าบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	12	6	2	-	-	90



ความต้องการ/ความคาดหวัง (91.67 %)	ความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านความยั่งยืน						
1 การมีอำนาจและหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียในประเทศไทย	17	3	-	-	-	100
2 ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการน้ำเสีย	15	5	-	-	-	100
3 การมีเครือข่ายและพันธมิตรเพื่อขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่างบูรณาการ	14	4	2	-	-	90
4 การมีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ๆด้านการพัฒนาและการบริหารจัดการน้ำเสีย	13	3	3	1	-	80



ความต้องการ/ความคาดหวัง (91.67 %)	ความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ด้านการประชาสัมพันธ์และช่องทางการสื่อสาร						
5 ผ่านสื่อโทรทัศน์	14	2	3	1	-	80
6 ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์	18	2	-	-	-	100
7 ผ่านรถกระจายเสียง	15	1	3	1	-	80
8 ผ่านสื่อวิทยุ	15	2	3	-	-	85
9 ผ่าน Website/สื่อออนไลน์	19	1	-	-	-	100
10 ผ่านการจัดประชุมร่วมกับประชาชน	17	3	-	-	-	100



<u>สรุป</u>

1. ภาครัฐมีความพึงพอใจในการดำเนินงานของ อจน. **เฉลี่ยโดย อยู่ที่ 96.68 % <u>อยู่ในระดับ มากที่สุด</u>**
   โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

   1.1 ด้านกระบวนการการดำเนินงาน 94.72 %

   1.2 ด้านคุณภาพการให้บริการต่างๆ 97.00 %

   1.3 ด้านการประชาสัมพันธ์ 97.50 %

   1.4 ด้านภาพลักษณ์ อจน. 97.50 %

2. ภาครัฐมีความต้องการ ความคาดหวัง ต่อ อจน. **เฉลี่ยโดยรวม อยู่ที่ 91.67 % <u>อยู่ในระดับ มากที่สุด</u>**
โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ

   2.1 ด้านความยั่งยืน 92.50 %

   ต้องการและคาดหวังให้ อจน. มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียในประเทศมากที่สุด

   2.2 ด้านการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการสื่อสาร 90.83 %

   ต้องการและคาดหวังให้ อจน. มีการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการสื่อสาร ผ่าน Website/สื่อออนไลน์ มากที่สุด

บทที่ 4

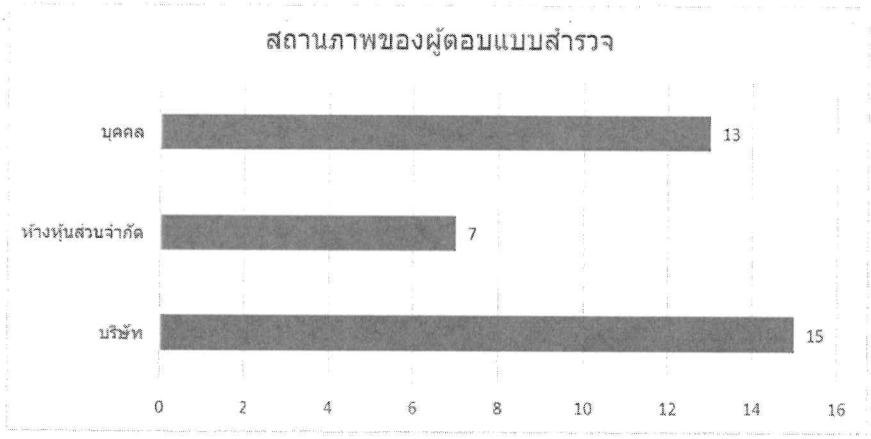
การวิเคราะห์แบบสำรวจของบริษัท/ห้างร้าน/บุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

- เพศชาย
- เพศหญิง
- จำนวน 35 แบบสำรวจ

สถานภาพของผู้ตอบ

- บริษัท
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด
- บุคคล



ส่วนที่ 2 ท่านได้มีการติดต่อกับ องค์การจัดการน้ำเสีย ในการบริการเรื่องใด

1 ซ่อมเครื่องจักร

2 จ้างเหมาบริการรักษาความปลอดภัย

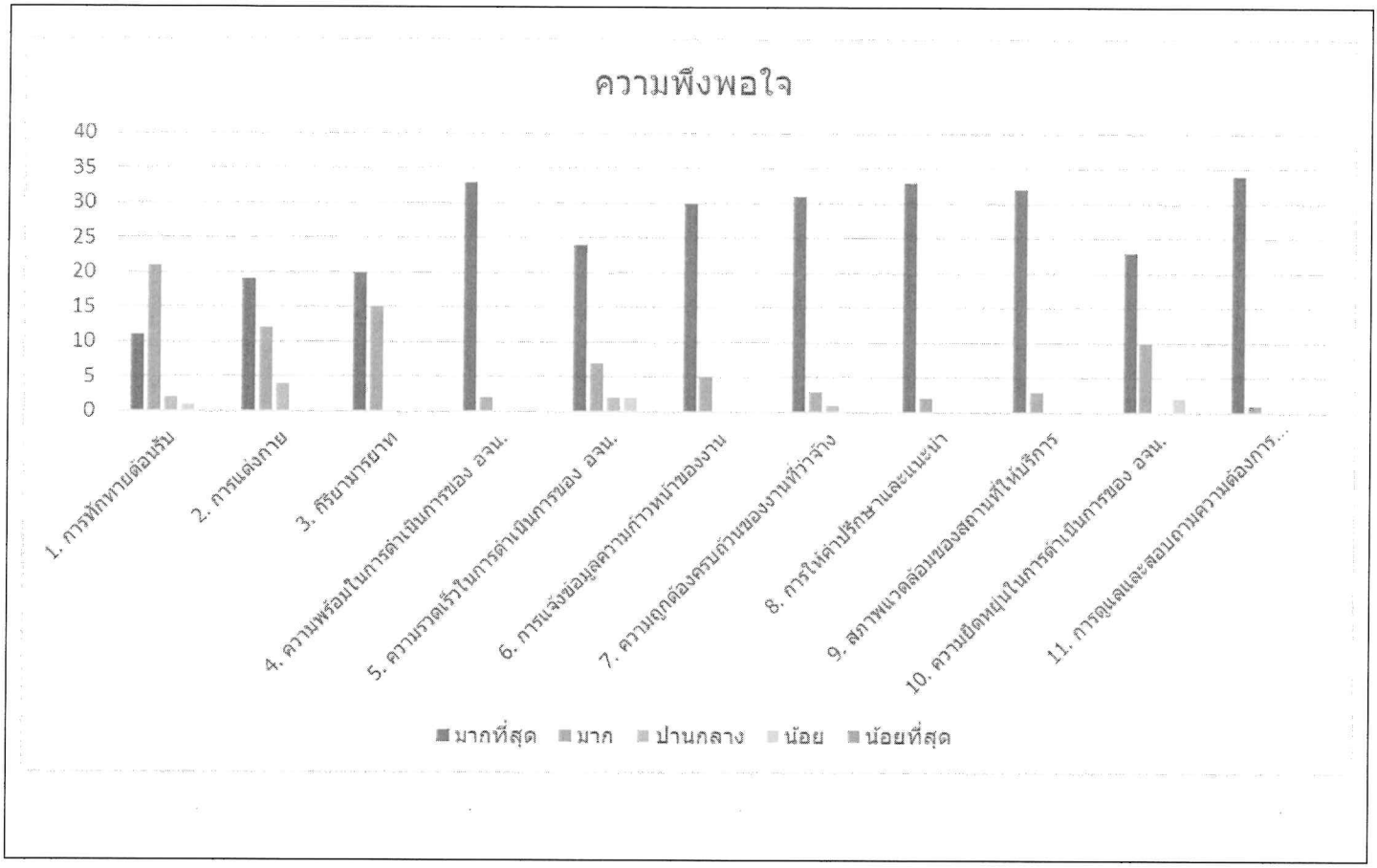
3 งานจัดซื้อจัดจ้าง-รับจ้าง

4 งานบริการข้อมูลข่าวสาร

5 การให้บริการอินเตอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อ องค์การจัดการ

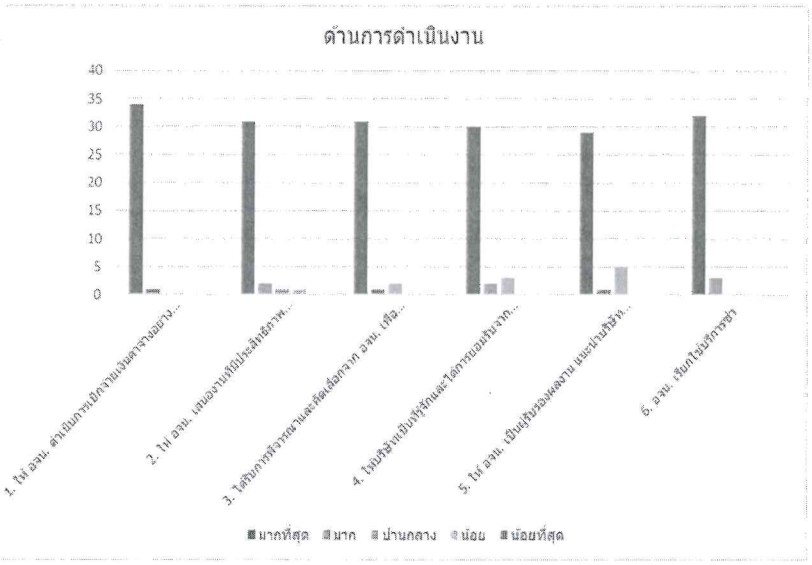
ความพึงพอใจ (96.36 %)	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
การสำรวจความพึงพอใจ						
1. การทักทายต้อนรับ	11	21	2	1	-	91.43
2. การแต่งกาย	19	12	4	-	-	88.57
3. กิริยามารยาท	20	15	-	-	-	100
4. ความพร้อมในการดำเนินการของ อจน.	33	2	-	-	-	100
5. ความรวดเร็วในการดำเนินการของ อจน.	24	7	2	2	-	88.57
6. การแจ้งข้อมูลความก้าวหน้าของงาน	30	5	-	-	-	100
7. ความถูกต้องครบถ้วนของงานที่ว่าจ้าง	31	3	1	-	-	97.14
8. การให้คำปรึกษาและแนะนำ	33	2	-	-	-	100
9. สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ	32	3	-	-	-	100
10. ความยืดหยุ่นในการดำเนินการของ อจน.	23	10	-	2	-	94.29
11. การดูแลและสอบถามความต้องการของผู้รับบริการ	34	1	-	-	-	100



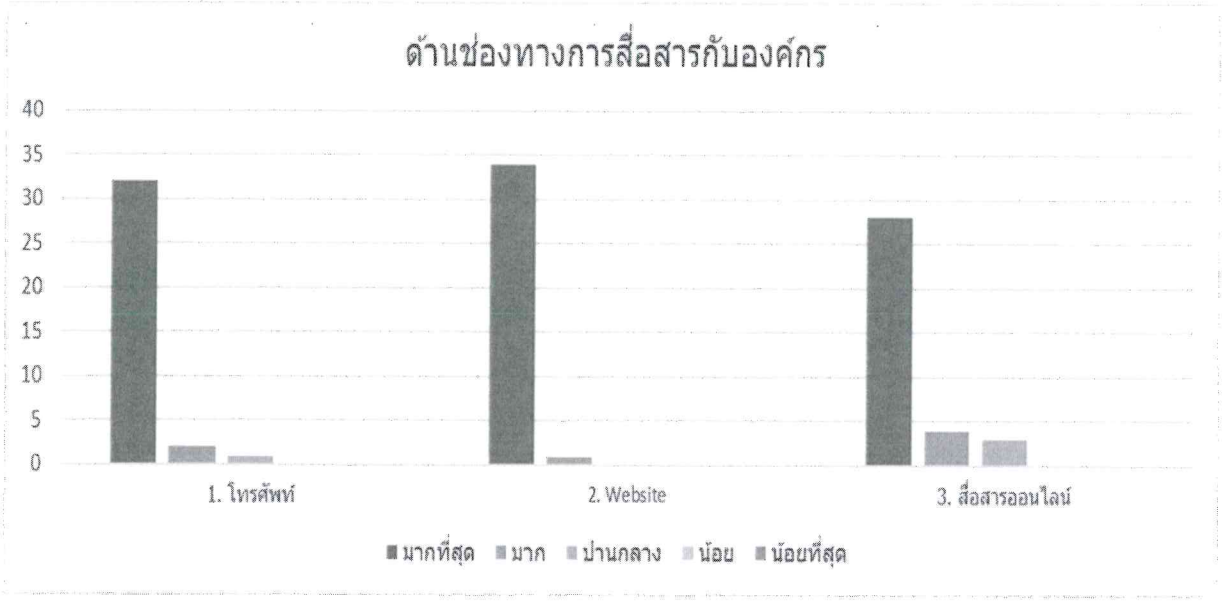
<u>สรุป</u> ความพึงพอใจของบริษัท/ห้างร้าน/บุคคล ที่มีต่อการดำเนินการขององค์การจัดการน้ำเสีย **เฉลี่ยโดยรวม อยู่ที่ 96.36 %** **<u>อยู่ในระดับ มากที่สุด</u>**

ส่วนที่ 4 ความต้องการ ความคาดหวังของบริษัท/ห้างร้าน/บุคคล ที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย

ความต้องการ ความคาดหวัง (95.24 %)	ระดับความต้องการ /ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
4.1 ด้านการดำเนินงาน						
1. ให้ อจน. ดำเนินการเบิกจ่ายเงินค่าจ้างอย่างสะดวกรวดเร็ว	34	1	-	-	-	100
2 ให้ อจน. เสนองานที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และคุ้มค่าต่อการประมูล	31	2	1	1	-	94.29
3 ได้รับการพิจารณาและคัดเลือกจาก อจน. เพื่อเข้าดำเนินการทุกปี	31	1	2	-	-	94.29
4 ให้บริษัทเป็นที่รู้จักและได้การยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐอื่น	30	2	3	-	-	91.43
5 ให้ อจน. เป็นผู้รับรองผลงาน แนะนำบริษัทให้กับหน่วยงานอื่น	29	1	5	-	-	85.71
6 อจน. เรียกใช้บริการซ้ำ	32	3	-	-	-	100



ความต้องการ ความคาดหวัง (95.24 %)	ระดับความต้องการ /ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
4.2 ด้านช่องทางการสื่อสารกับองค์กร						
1 โทรศัพท์	32	2	1	-	-	97.14
2 Website	34	1	-	-	-	100
3 สื่อสารออนไลน์ เช่น Line, X, IG, TikTok	28	4	3	-	-	91.43



สรุป

ความต้องการ ความคาดหวัง ของบริษัท/ห้างร้าน/บุคคล ที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย **เฉลี่ยโดยรวม อยู่ที่ 95.24 % อยู่ที่ระดับ มากที่สุด**

โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่

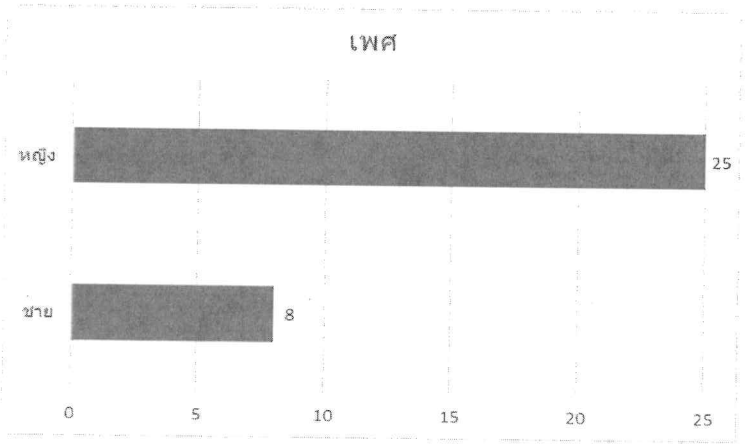
1 ด้านการดำเนินงาน	94.29 %
2 ด้านช่องทางการสื่อสาร	96.19 %

บทที่ 5

การวิเคราะห์แบบสำรวจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

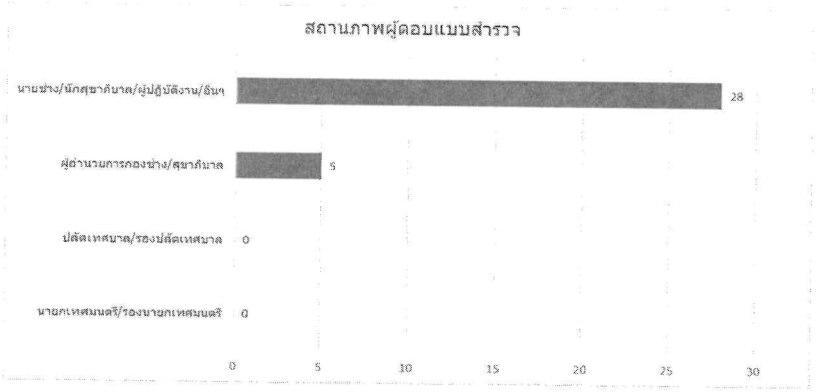
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

- เพศชาย
- เพศหญิง
- จำนวน 33 แบบสำรวจ



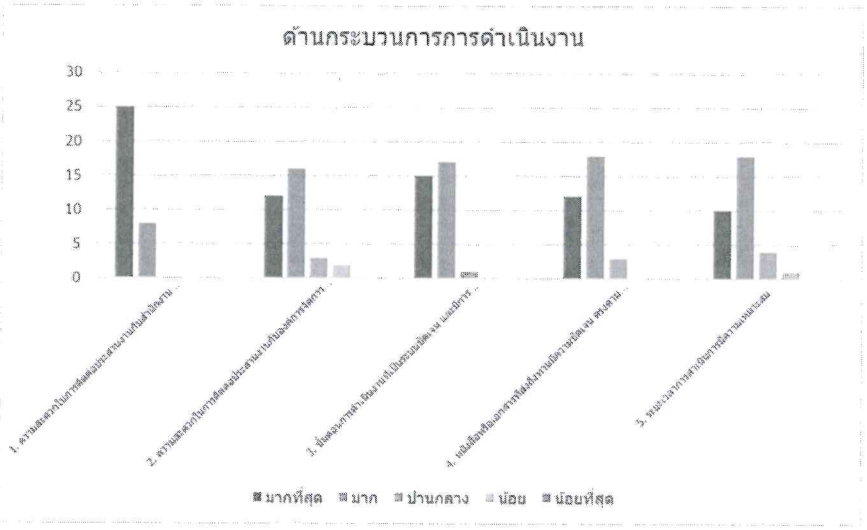
สถานภาพของผู้ตอบ

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

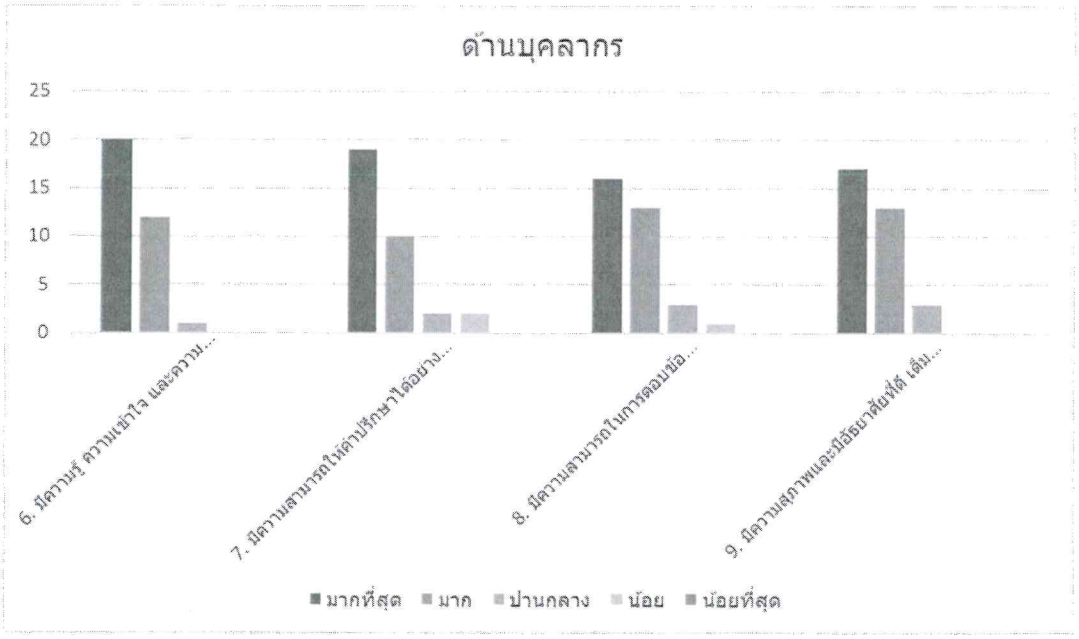


ส่วนที่ 2 ท่านมีความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การจัดการน้ำเสีย มากน้อยเพียงใด

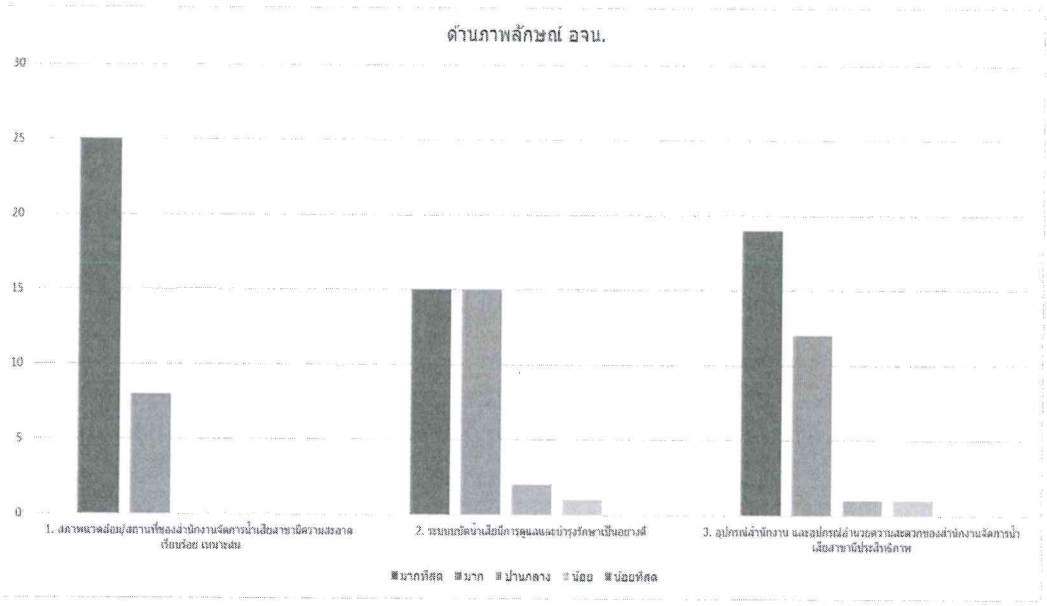
ความพึงพอใจ (92.46 %)	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ด้านกระบวนการการดำเนินงาน						
1. ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา	25	8	-	-	-	100
2. ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับองค์การจัดการน้ำเสีย (สำนักงานใหญ่)	12	16	3	2	-	84.85
3. ขั้นตอนการดำเนินงานที่เป็นระบบชัดเจน และมีการสื่อสารให้ อปท. รับทราบ	15	17	1	-	-	96.97
4. หนังสือหรือเอกสารที่ส่งถึงท่านมีความชัดเจน ตรงตามกำหนดเวลา	12	18	3	-	-	90.91
5. ระยะเวลาการดำเนินการมีความเหมาะสม	10	18	4	1	-	84.85



ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ด้านบุคลากร						
6. มีความรู้ ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย	20	12	1	-	-	96.97
7. มีความสามารถให้คำปรึกษาได้อย่างชัดเจน	19	10	2	2	-	87.88
8. มีความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ไขปัญหาได้อย่างชัดเจน	16	13	3	1	-	87.88
9. มีความสุภาพและมีอัธยาศัยที่ดี เต็มใจให้บริการ มีการประสานงานอย่างรวดเร็ว	17	13	3	-	-	90.91



ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ด้านภาพลักษณ์						
1. สภาพแวดล้อม/สถานที่ของสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขามีความสะอาด เรียบร้อย เหมาะสม	25	8	-	-	-	100
2. ระบบบำบัดน้ำเสียมีการดูแลและบำรุงรักษาเป็นอย่างดี	15	15	2	1	-	90.91
3. อุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกของสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขามีประสิทธิภาพ	19	12	1	1	-	93.94



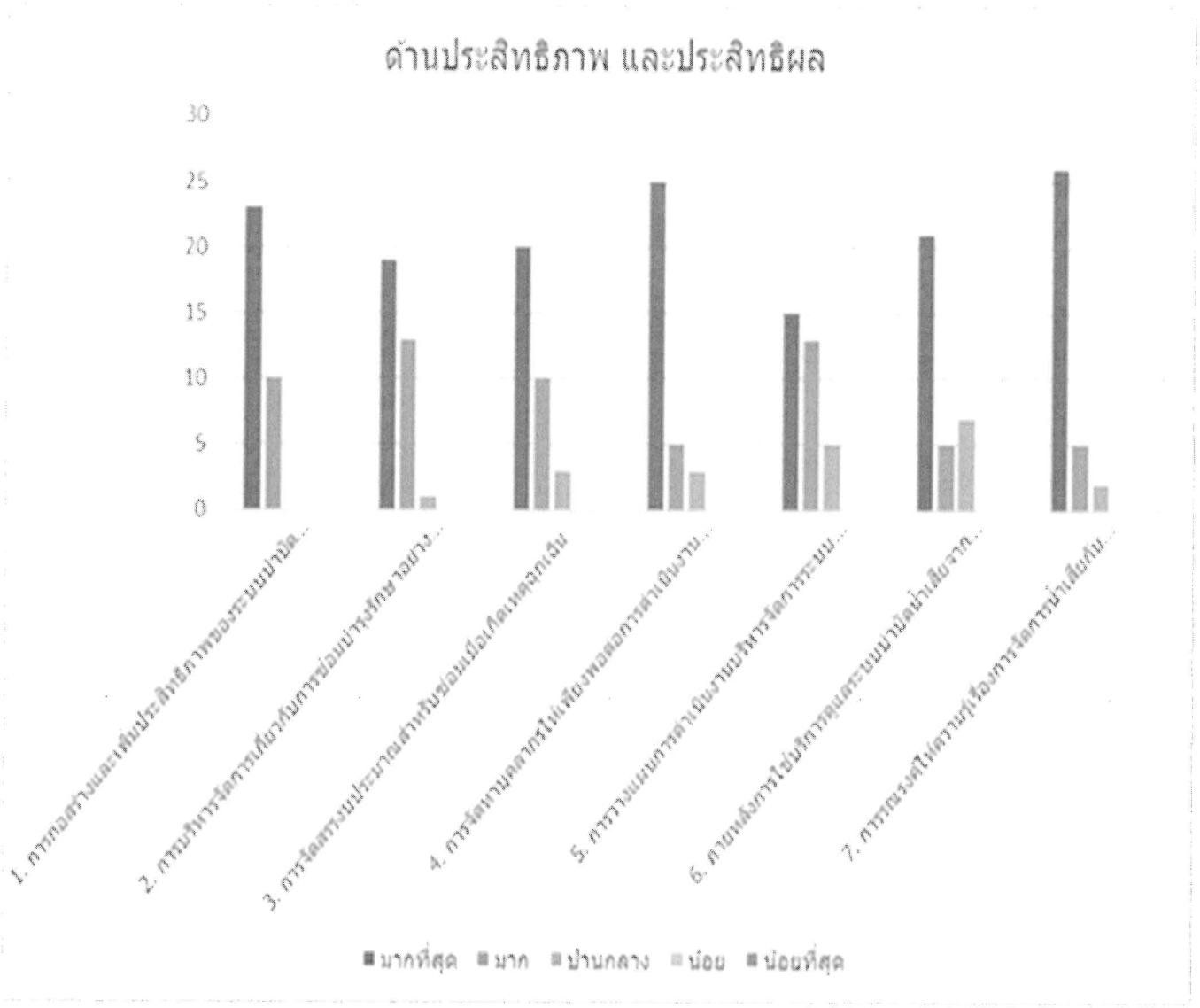
สรุป

ความพึงพอใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย **เฉลี่ยโดยรวม อยู่ที่ 92.46 %** **อยู่ที่ระดับมากที่สุด** โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

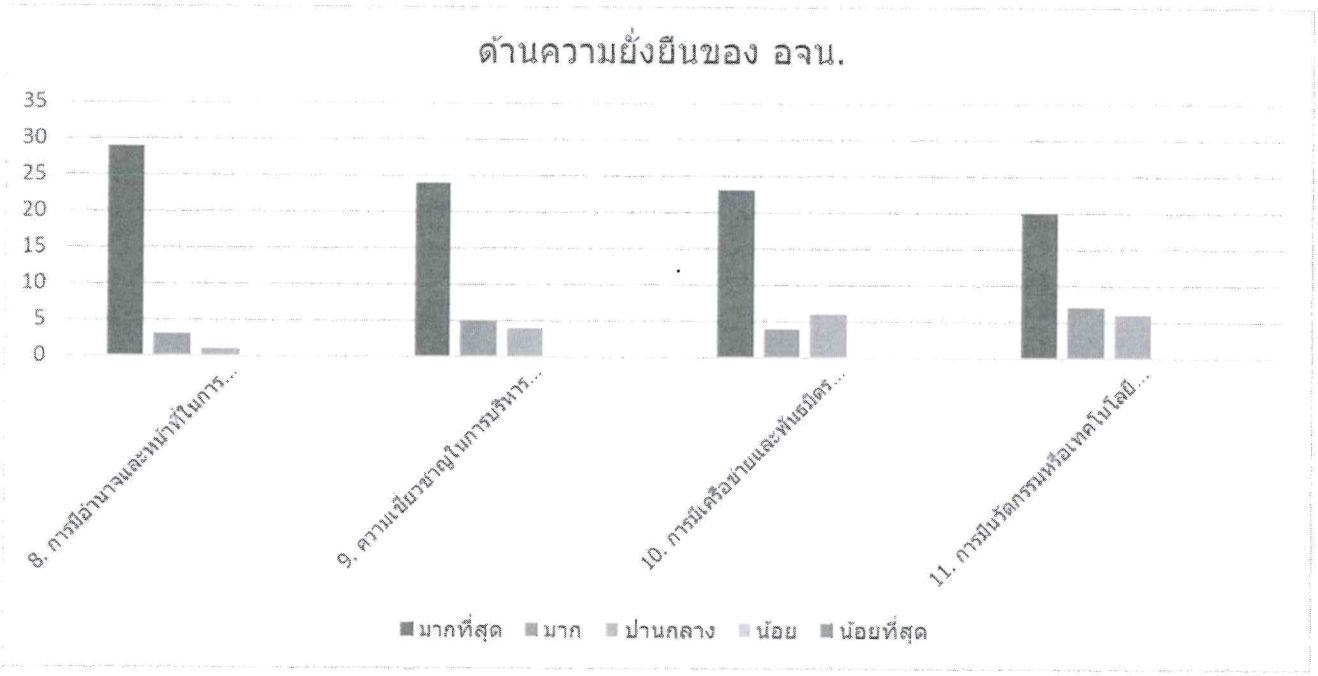
1. ด้านกระบวนการดำเนินงาน 91.51 %
2. ด้านบุคลากร 90.91 %
3. ด้านภาพลักษณ์ 94.95 %

ส่วนที่ 3 ท่านมีความต้องการ /ความคาดหวังให้องค์การจัดการน้ำเสีย ดำเนินการด้านใดมากที่สุด

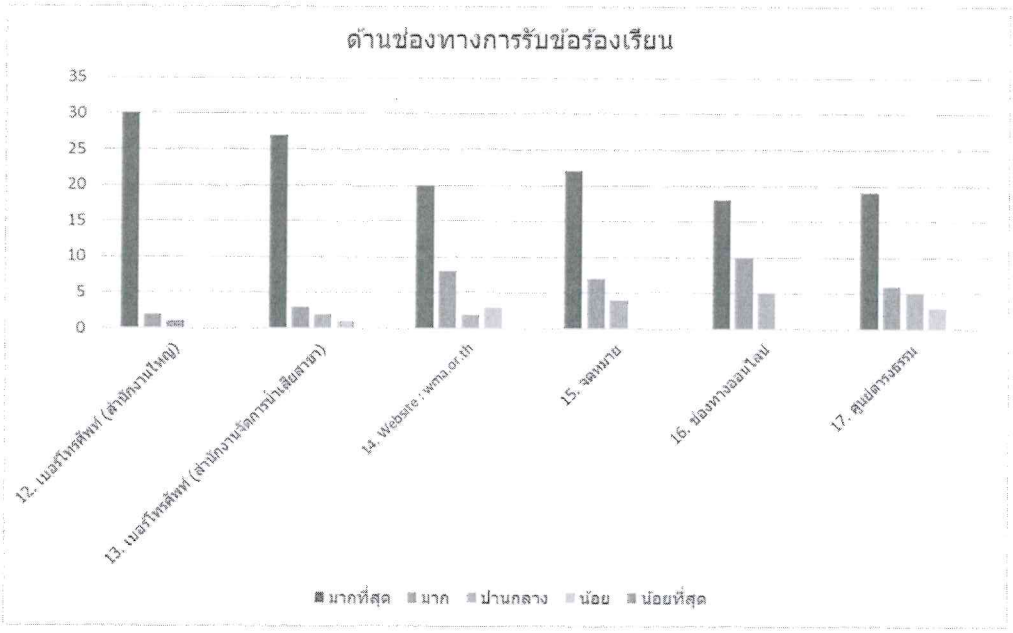
ความต้องการ/คาดหวัง (88.44 %)	ระดับความต้อง/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ด้านประสิทธิภาพ และประสิทธิผล						
1. การก่อสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย	23	10	-	-	-	100
2. การบริหารจัดการเกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ	19	13	1	-	-	96.97
3. การจัดสรรงบประมาณสำหรับงบซ่อมแซมเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน	20	10	3	-	-	90.91
4. การจัดหาบุคลากรให้เพียงพอต่อการดำเนินงานดูแลระบบบำบัดน้ำเสียในพื้นที่	25	5	3	-	-	90.91
5. การวางแผนการดำเนินงานบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสียในอนาคต	15	13	5	-	-	84.85
6. ภายหลังการใช้บริการดูแลระบบบำบัดน้ำเสียจาก อจน. จะช่วยประชาสัมพันธ์หน่วยงานอื่นให้ใช้บริการ กับ อจน.	21	5	7	-	-	78.79
7. การรณรงค์ให้ความรู้เรื่องการจัดการน้ำเสียกับประชาชนและผู้ประกอบการในพื้นที่	26	5	2	-	-	93.94


ด้านประสิทธิภาพ และประสิทธิผล
30
25
20
15
10
5
0
1. การก่อสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบำบัด...
2. การบริหารจัดการเกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรักษาอย่าง...
3. การจัดสรรงบประมาณสำหรับซ่อมแซมอุปกรณ์และเครื่องมือ
4. การจัดหาบุคลากรในเพียงพอต่อการดำเนินงาน...
5. การวางแผนการดำเนินงานบริหารจัดการระบบ...
6. ความพึงพอใจในการบริการของระบบบำบัดน้ำเสียจาก...
7. การกระตุ้นให้ความรู้เรื่องการจัดการน้ำเสียที่ม...
มากที่สุด
มาก
ปานกลาง
น้อย
น้อยที่สุด

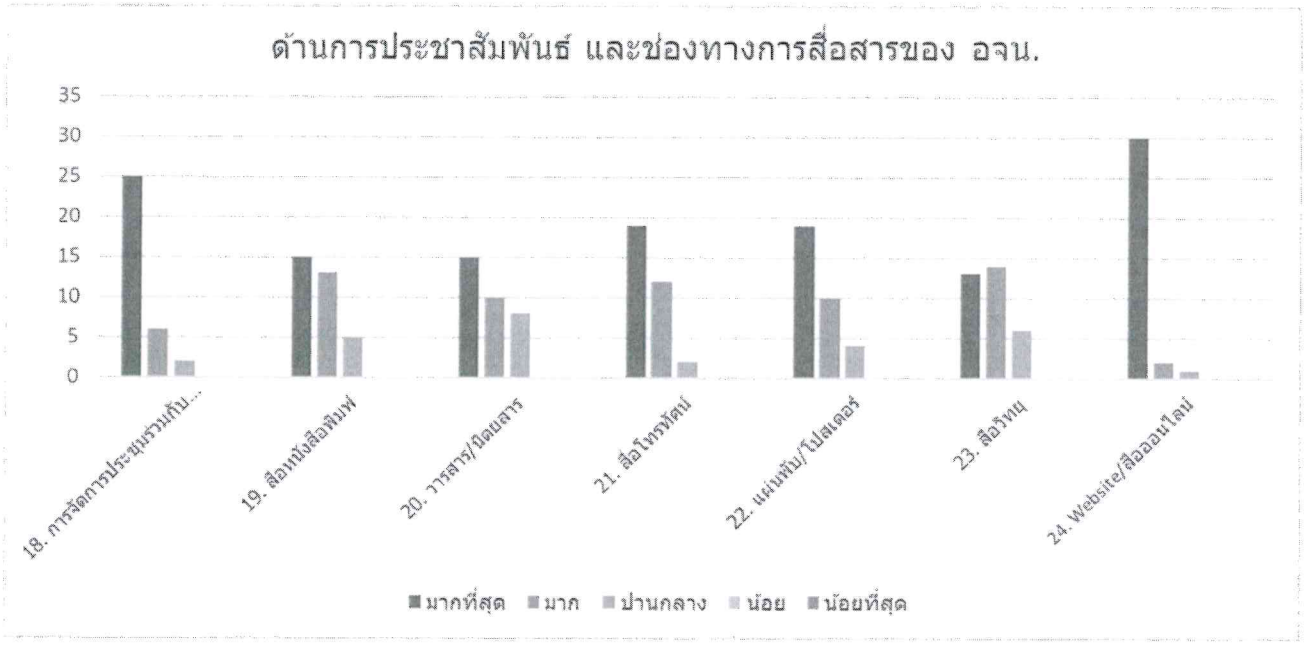
ความต้องการ/คาดหวัง	ระดับความต้อง/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ด้านความยั่งยืนของ อจน.						
8. การมีอำนาจและหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียในประเทศ	29	3	1	-	-	96.97
9. ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการน้ำเสีย	24	5	4	-	-	87.88
10 .การมีเครือข่ายและพันธมิตรเพื่อขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่างบูรณาการ	23	4	6	-	-	81.82
11. การมีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ด้านการพัฒนาและการจัดการน้ำเสีย	20	7	6	-	-	81.82



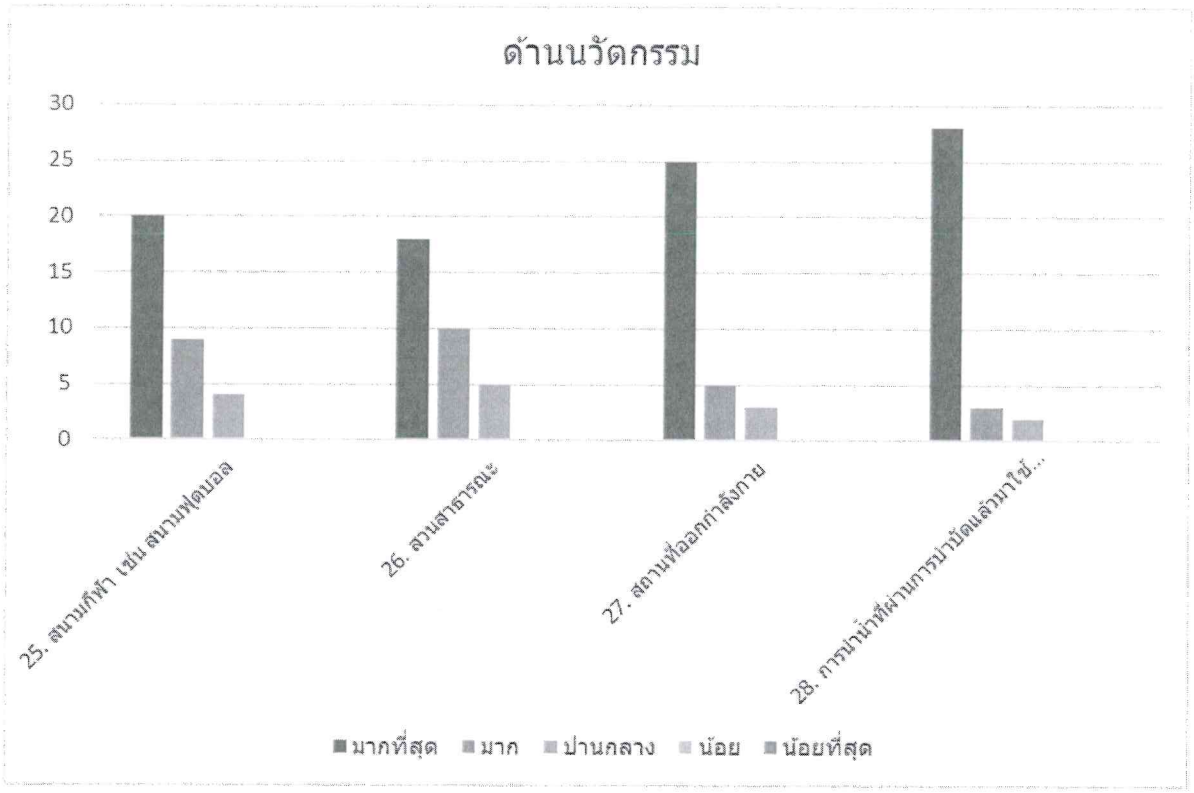
ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ด้านช่องทางการรับข้อร้องเรียน						
12. เบอร์โทรศัพท์ (สำนักงานใหญ่)	30	2	1	-	-	96.97
13. เบอร์โทรศัพท์ (สำนักงานจัดการน้ำเสียสาขา)	27	3	2	1	-	90.91
14. Website : wma.or.th	20	8	2	3	-	84.85
15. จดหมาย	22	7	4	-	-	87.88
16. ช่องทางออนไลน์	18	10	5	-	-	84.85
17. ศูนย์ดำรงธรรม	19	6	5	3	-	75.76



ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ด้านการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการสื่อสารขององค์การจัดการน้ำเสีย						
18. การจัดการประชุมร่วมกับประชาชน	25	6	2	-	-	93.94
19. สื่อหนังสือพิมพ์	15	13	5	-	-	84.85
20. วารสาร/นิตยสาร	15	10	8	-	-	75.76
21. สื่อโทรทัศน์	19	12	2	-	-	93.94
22. แผ่นพับ/โปสเตอร์	19	10	4	-	-	87.88
23. สื่อวิทยุ	13	14	6	-	-	81.82
24. Website/สื่อออนไลน์	30	2	1	-	-	96.97



ความต้องการ/ความคาดหวัง	ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ด้านนวัตกรรม (การใช้ประโยชน์บนพื้นที่ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสียโดยพื้นที่ส่วนใต้ดินใช้ในการบำบัดน้ำเสีย)						
25. สนามกีฬา เช่น สนามฟุตบอล	20	9	4	-	-	87.88
26. สวนสาธารณะ	18	10	5	-	-	84.85
27. สถานที่ออกกำลังกาย	25	5	3	-	-	90.91
28. การนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมาใช้ประโยชน์	28	3	2	-	-	93.94



สรุป

เฉลี่ยโดยรวมความพึงพอใจที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีต่อ อจน. อยู่ที่ 92.46 % อยู่ระดับมากที่สุด
โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ อจน.

1.1 ด้านกระบวนการดำเนินงาน 91.52 %

1.2 ด้านบุคลากร 90.91 %

1.3 ด้านภาพลักษณ์ 94.95 %

2 ความต้อง ความคาดหวัง ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีต่อองค์การจัดการน้ำเสีย

เฉลี่ยโดยรวม อยู่ที่ 88.44 % อยู่ระดับมากที่สุด โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล 90.91 %

2.2 ด้านความยั่งยืนของ อจน. 87.12 %

2.3 ด้านช่องทางการรับข้อร้องเรียน 86.87 %

2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการสื่อสารของ อจน. 87.88 %

2.5 ด้านนวัตกรรม (การใช้ประโยชน์บนพื้นที่ด้านบนของระบบบำบัดน้ำเสียโดยพื้นที่ส่วนใต้ดินใช้ในการบำบัดน้ำเสีย) 89.40 %

บทที่ 6

การวิเคราะห์แบบสำรวจการรับรู้ของพนักงาน องค์การจัดการน้ำเสีย ในด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

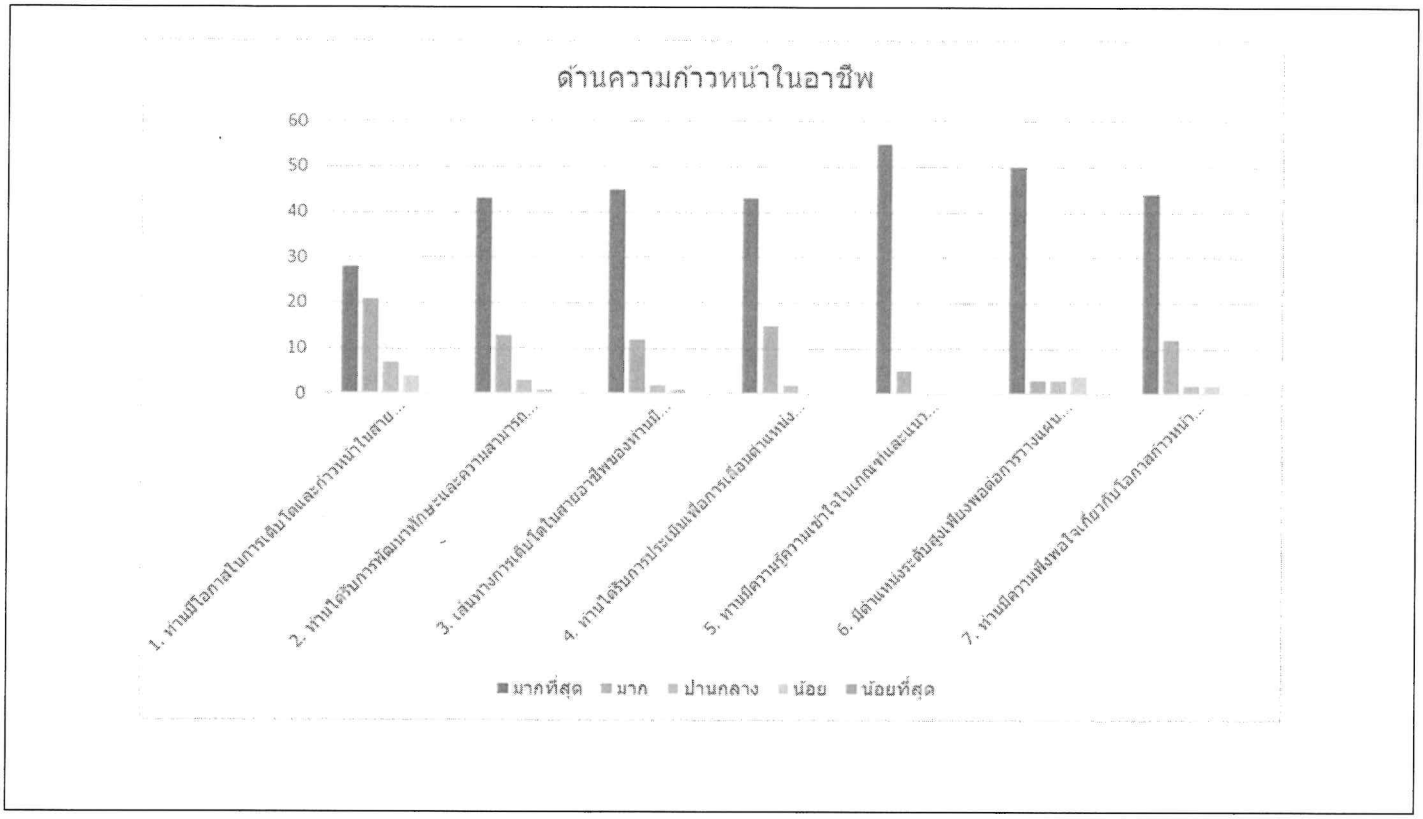
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- ชื่อสกุล
- อายุ
- การศึกษา
- ตำแหน่ง
- ฝ่าย/กอง
- ระยะเวลาการทำงาน
- เบอร์โทรศัพท์
- จำนวน 60 แบบสำรวจ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจและความผู้พันต่อองค์กร

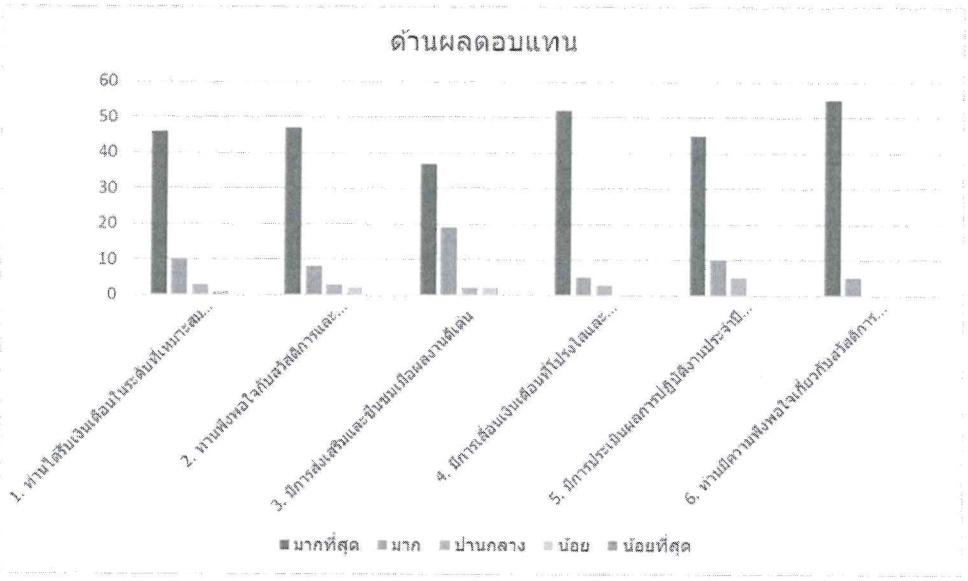
2.1 ประเมินความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับความก้าวหน้าในสายอาชีพ

ความพึงพอใจ (94.16 %)	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด(5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ						
1 ท่านมีโอกาสในการเติบโตและก้าวหน้าในสายอาชีพของท่าน	28	21	7	4	-	81.67
2 ท่านได้รับการพัฒนาทักษะและความสามารถเพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นอยู่เสมอ	43	13	3	1	-	93.33
3 เส้นทางการเติบโตในสายอาชีพของท่านมีความชัดเจน	45	12	2	1	-	95.00
4 ท่านได้รับการประเมินเพื่อการเลื่อนตำแหน่งอย่างเหมาะสม	43	15	2	-	-	96.67
5 ท่านมีความรู้ความเข้าใจในเกณฑ์และแนวทางการประเมินเพื่อเลื่อนตำแหน่งหรือสร้างความก้าวหน้าของท่านอย่างชัดเจน	55	5	-	-	-	100
6 มีตำแหน่งระดับสูงเพียงพอต่อการวางแผนทางเดินสายอาชีพที่เป็นระบบ	50	3	3	4	-	88.33
7 ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับโอกาสก้าวหน้าในการทำงานมากน้อยเพียงใด	44	12	2	2	-	93.33


ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ
60
50
40
30
20
10
0
1. ท่านมีโอกาสในการเติบโตและก้าวหน้าในสาย...
2. ท่านได้รับการพัฒนาทักษะและความสามารถ...
3. เส้นทางการเติบโตในสายอาชีพของท่านมี...
4. ท่านได้รับการประเมินเพื่อการเลื่อนตำแหน่ง...
5. ท่านมีความเข้าใจในเกณฑ์และแนว...
6. มีตำแหน่งระดับสูงเพียงพอต่อการวางแผน...
7. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับโอกาสก้าวหน้า...
มากที่สุด
มาก
ปานกลาง
น้อย
น้อยที่สุด

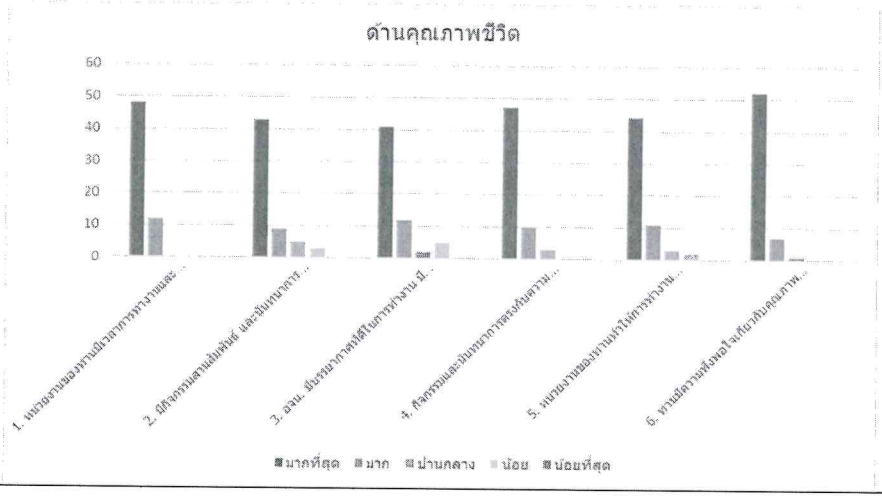
2.2 ประเมินความคิดเห็นพนักงานเกี่ยวกับผลตอบแทน

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านผลตอบแทน						
1 ท่านได้รับเงินเดือนในระดับที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับองค์กรอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกันในตลาดเอกชน/ภาครัฐวิสาหกิจ	46	10	3	1	-	93.33
2 ท่านพึงพอใจกับสวัสดิการและผลประโยชน์อื่นๆ	47	8	3	2	-	91.67
3 มีการส่งเสริมและชื่นชมเมื่อผลงานดีเด่น	37	19	2	2	-	93.33
4 มีการเลื่อนเงินเดือนที่โปร่งใสและยุติธรรม	52	5	3	-	-	95.00
5 มีการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีที่ยุติธรรม	45	10	5	-	-	91.67
6 ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสวัสดิการและสิทธิประโยชน์	55	5	-	-	-	100



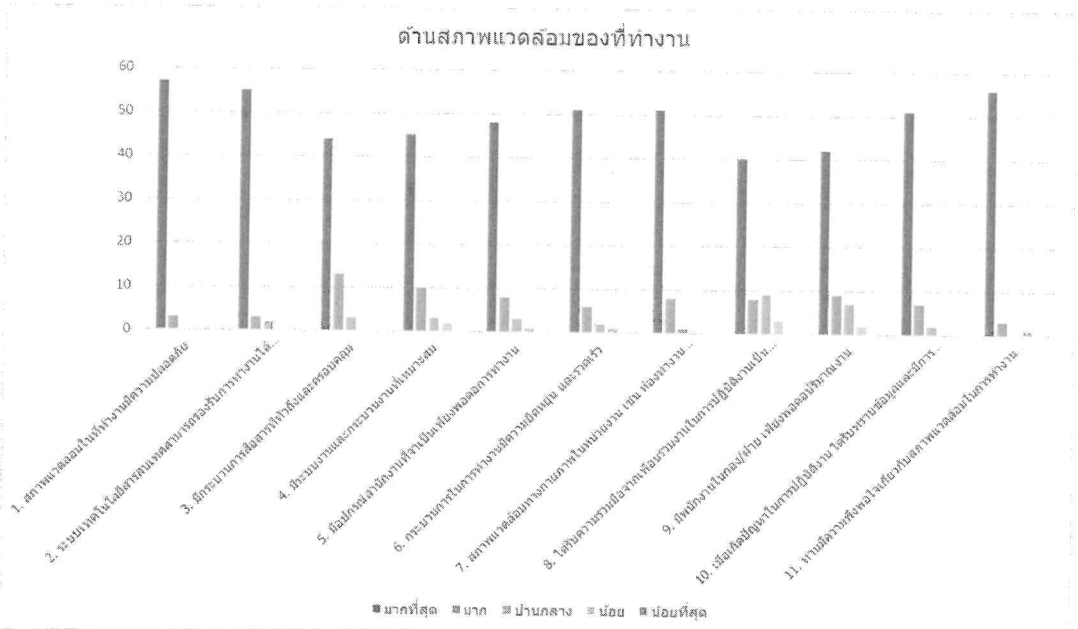
2.3 แบบประเมินความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
● ด้านคุณภาพชีวิต						
1 หน่วยงานของท่านมีเวลาการทำงานและภาระงานอย่างเหมาะสม	48	12	-	-	-	100
2 มีกิจกรรมสานสัมพันธ์ และนันทนาการต่างๆ ที่สร้างให้เกิดสมดุลระหว่างชีวิตทำงานและชีวิตส่วนตัว	43	9	5	3	-	86.67
3 อจน. มีบรรยากาศที่ดีในการทำงาน มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	41	12	2	5	-	88.33
4 กิจกรรมและนันทนาการตรงกับความต้องการของท่าน	47	10	3	-	-	95.00
5 หน่วยงานของท่านทำให้การทำงานเป็นไปอย่างมีความสุข	44	11	3	2	-	91.67
6 ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตมากน้อยเพียงใด	52	7	1	-	-	98.33



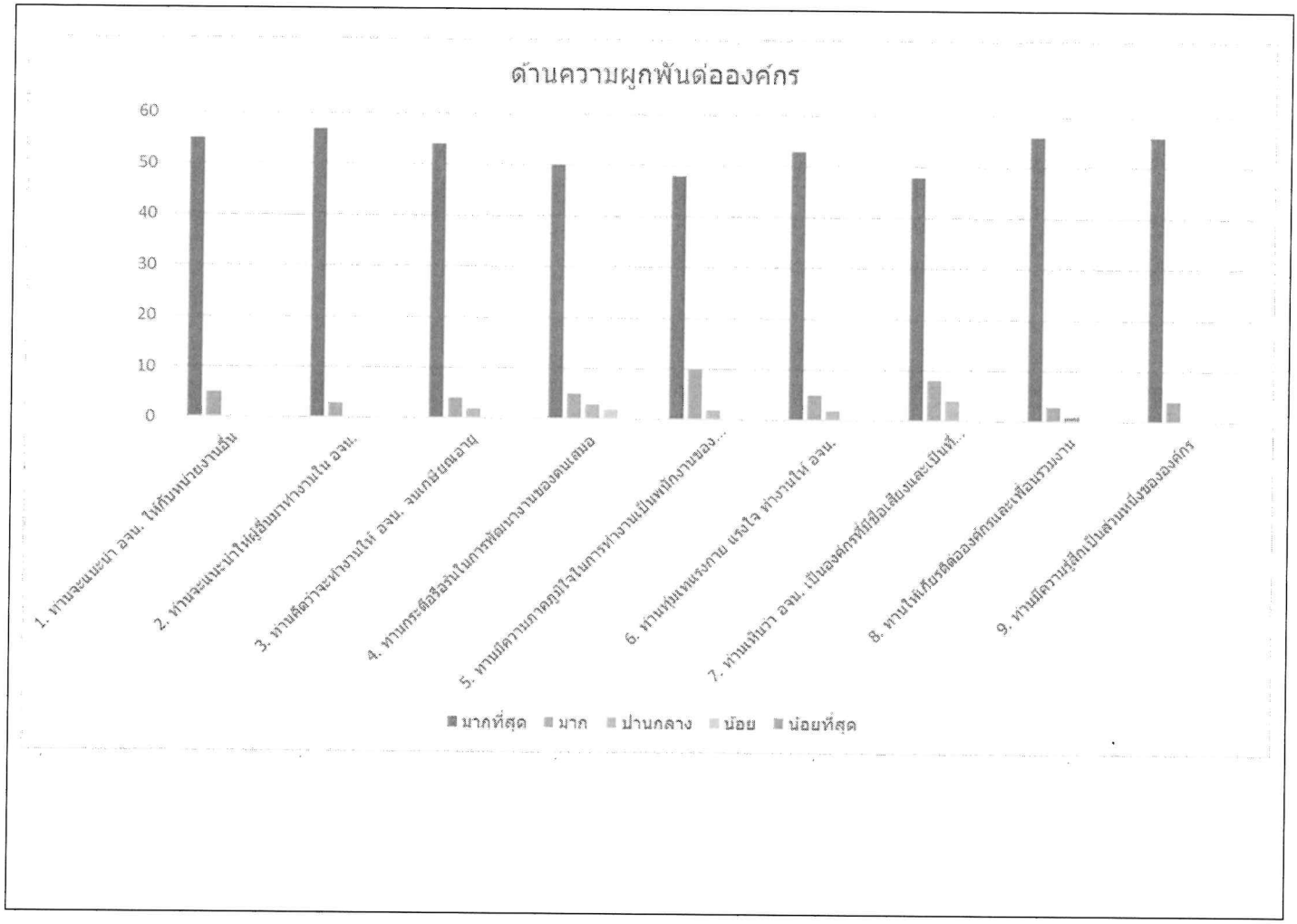
2.4 แบบประเมินความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ด้านสภาพแวดล้อมของที่ทำงาน						
1 สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีความปลอดภัย	57	3	-	-	-	100
2 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถรองรับการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	55	3	2	-	-	96.67
3 มีกระบวนการสื่อสารที่ทั่วถึงและครอบคลุม	44	13	3	-	-	95.00
4 มีระบบงานและกระบวนงานที่เหมาะสม	45	10	3	2	-	91.67
5 มีอุปกรณ์สำนักงานที่จำเป็นเพียงพอต่อการทำงาน	48	8	3	1	-	93.33
6 กระบวนการในการทำงานมีความยืดหยุ่นและรวดเร็ว	51	6	2	1	-	95.00
7 สภาพแวดล้อมทางกายภาพในหน่วยงาน เช่น ห้องทำงาน แสงและเสียง เอื้ออำนวยต่อการทำงาน	51	8	1	-	-	98.33
8 ได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงานในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	40	8	9	3	-	80.00
9 มีพนักงานในกอง/ฝ่าย เพียงพอต่อปริมาณงาน	42	9	7	2	-	85.00
10 เมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงานได้รับทราบข้อมูลและมีการประชุมร่วมกันเพื่อหาแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสม	51	7	2	-	-	96.67
11 ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานมากน้อยเพียงใด	56	3	-	1	-	98.33


ด้านสภาพแวดล้อมของที่ทำงาน
60
50
40
30
20
10
0
1. สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีความปลอดภัย
2. ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถรองรับการทำงานได้...
3. มีกระบวนการสื่อสารที่ชัดเจนและครอบคลุม
4. มีระบบงานและกระบวนงานที่เหมาะสม
5. มีอุปกรณ์สำนักงานสำรองเพียงพอต่อการทำงาน
6. กระบวนการในการทำงานมีความยืดหยุ่น และรวดเร็ว
7. สภาพแวดล้อมทางกายภาพในหน่วยงาน เช่น ห้องทำงาน...
8. ได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงานในการปฏิบัติงานเป็น...
9. มีพื้นที่ทำงานในห้อง/ส่วน เพียงพอต่อปริมาณงาน
10. เมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน ได้รับการช่วยเหลือและมีการ...
11. งานมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมในการทำงาน
มากที่สุด
มาก
ปานกลาง
น้อย
น้อยที่สุด

2.5 แบบประเมินความผูกพันของพนักงานองค์การจัดการน้ำเสียที่มีต่อองค์กร

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• ด้านความผูกพันต่อองค์กร						
1 ท่านจะแนะนำ อจน. ให้กับหน่วยงานอื่น	55	5	-	-	-	100
2 ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาทำงานใน อจน.	57	3	-	-	-	100
3 ท่านคิดว่าจะทำงานให้ อจน.จนเกษียณอายุ	54	4	2	-	-	96.67
4 ท่านกระตือรือร้นในการพัฒนางานของตนเสมอ	50	5	3	2	-	91.67
5 ท่านมีความภาคภูมิใจในการทำงานเป็นพนักงานของ อจน.	48	10	2	-	-	96.67
6 ท่านทุ่มเทแรงกาย แรงใจ ทำงานให้ อจน.	53	5	2	-	-	96.67
7 ท่านเห็นว่า อจน. เป็นองค์กรที่มีชื่อสียงและเป็นที่ยอมรับในสังคม	48	8	4	-	-	93.33
8 ท่านให้เกียรติต่อองค์กรและเพื่อนร่วมงาน	56	3	1	-	-	98.33
9 ท่านมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	56	4	-	-	-	100



<u>สรุป</u>

เฉลี่ยโดยรวมพนักงานองค์การจัดการน้ำเสียมีความพึงพอใจ อยู่ที่ 94.16 % <u>อยู่ระดับ มากที่สุด</u>

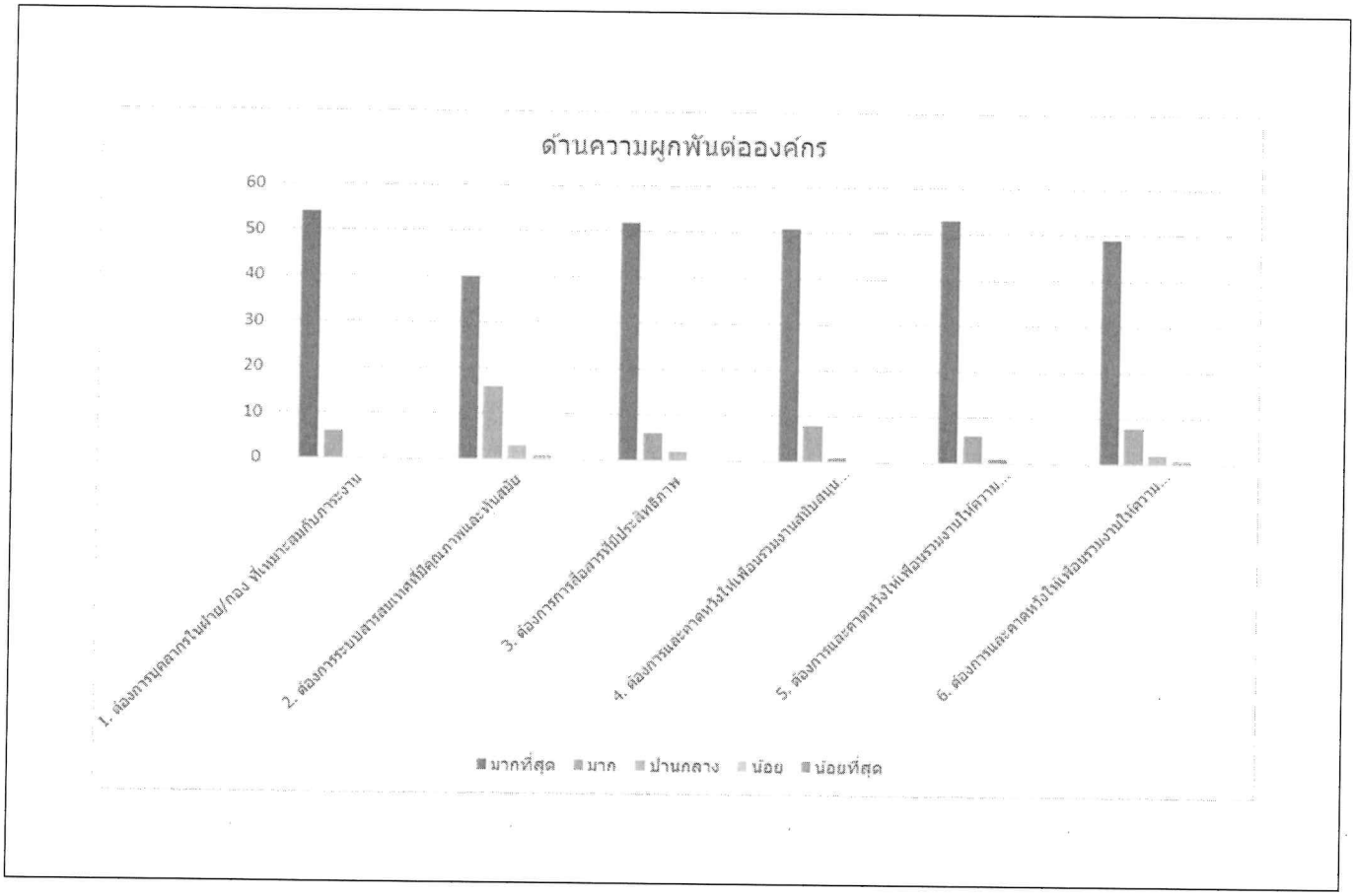
โดยแยกแต่ละด้าน ได้แก่

1 ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ	92.62 %
2 ด้านผลตอบแทน	94.17 %
3 ด้านคุณภาพชีวิต	93.33 %
4 ด้านสภาพแวดของที่ทำงาน	93.64 %
5 ด้านความผูกพันต่อองค์กร	97.04 %

ส่วนที่ 3 ให้คะแนนความต้องการ ความคาดหวัง ที่มีต่อองค์กร

1 ฝ่าย/กอง ของท่านมีความต้องการ คาดหวัง

ความต้องการ/ความคาดหวัง (96.94 %)	**ระดับความต้องการ/ความคาดหวัง**					**ร้อยละ (%)**
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
• **ด้านความผูกพันต่อองค์กร**						
1 ต้องการบุคลากรใน ฝ่าย/กอง ที่เหมาะสมกับภาระงาน	54	6	-	-	-	100
2 ต้องการระบบสารสนเทศที่มีคุณภาพและทันสมัย	40	16	3	1	-	93.33
3 ต้องการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ	52	6	2	-	-	96.67
4 ต้องการและคาดหวังให้เพื่อนร่วมงานสนับสนุนข้อมูลการดำเนินงานต่างๆ	51	8	1	-	-	98.33
5 ต้องการและคาดหวังให้เพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือและสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เป็นมิตร	53	6	1	-	-	98.33
6 ต้องการและคาดหวังให้เพื่อนร่วมงานให้ความสนับสนุนในการปฏิบัติงาน	49	8	2	1	-	95.00



<u>สรุป</u>

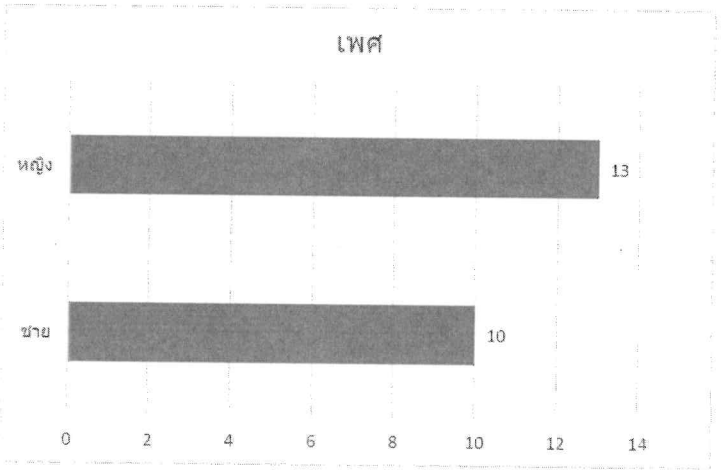
ความต้องการ ความคาดหวัง ของพนักงานองค์การจัดการน้ำเสีย **เฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 96.94 %**
<u>อยู่ระดับ มากที่สุด</u> โดยมีความต้องการบุคลากรใน ฝ่าย/กอง ที่เหมาะสมกับงาน คิดเป็น 100%

บทที่ 7

การวิเคราะห์แบบสำรวจของชุมชนและสังคม/ภาคประชาสังคม

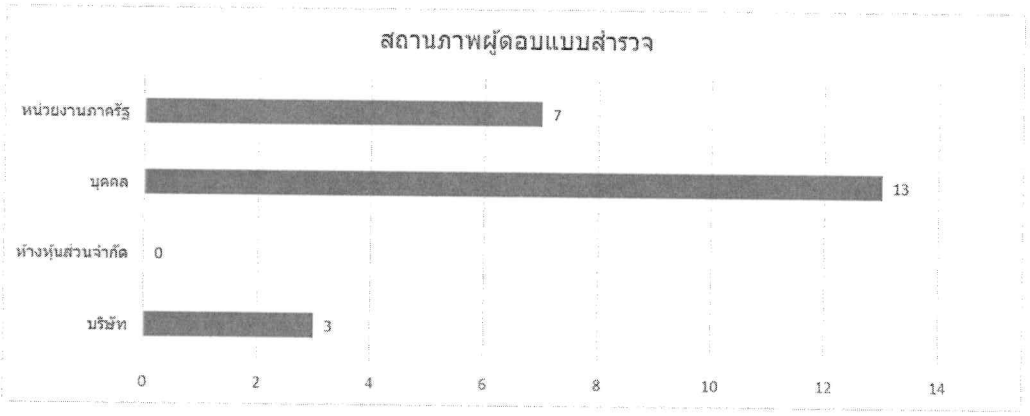
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

- เพศชาย
- เพศหญิง
- จำนวน 23 แบบสำรวจ



สถานภาพของผู้ตอบ

- บริษัท
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด
- บุคคล
- หน่วยงานภาครัฐ



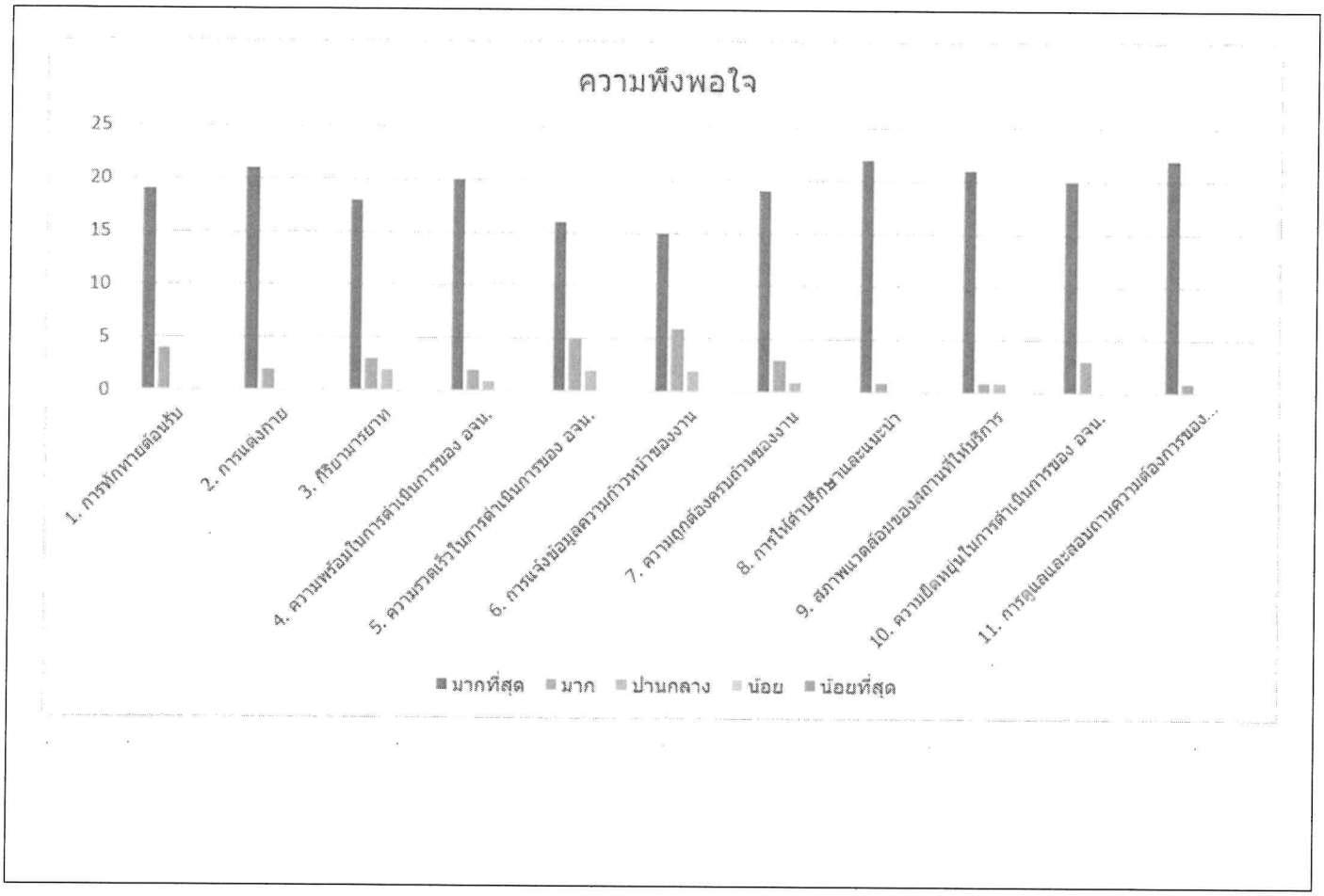
ส่วนที่ 2 ท่านได้มีการติดต่อกับ องค์การจัดการน้ำเสีย ในการบริการเรื่องใด

1 ได้รับการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสีย (ประชาชน)

2 ได้รับการอบรมการบริหารจัดการระบบบำบัดน้ำเสีย (ภาครัฐ)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อ อจน.

ความพึงพอใจ (96.44 %)	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1. การทักทายต้อนรับ	19	4	-	-	-	100
2. การแต่งกาย	21	2	-	-	-	100
3. กิริยามารยาท	18	3	2	-	-	91.30
4. ความพร้อมในการดำเนินการของ อจน.	20	2	1	-	-	95.65
5. ความรวดเร็วในการดำเนินการของ อจน.	16	5	2	-	-	91.30
6. การแจ้งข้อมูลความก้าวหน้าของงาน	15	6	2	-	-	91.30
7. ความถูกต้องครบถ้วนของงาน	19	3	1	-	-	95.65
8. การให้คำปรึกษาและแนะนำ	22	1	-	-	-	100
9. สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ	21	1	1	-	-	95.65
10. ความยืดหยุ่นในการดำเนินการของ อจน.	20	3	-	-	-	100
11. การดูแลและสอบถามความต้องการของผู้รับบริการ	22	2	-	-	-	100



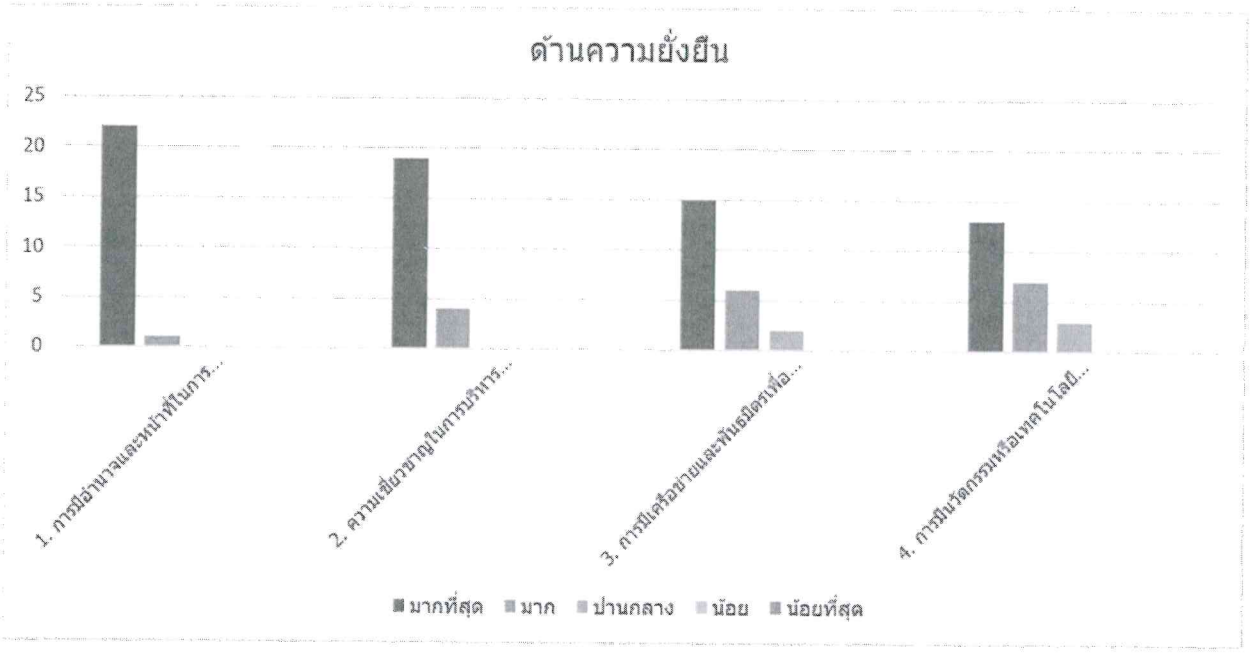
<u>สรุป</u>

ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อ อจน. เฉลี่ยโดยรวม อยู่ที่ 96.44 % <u>อยู่ในระดับมากที่สุด</u>

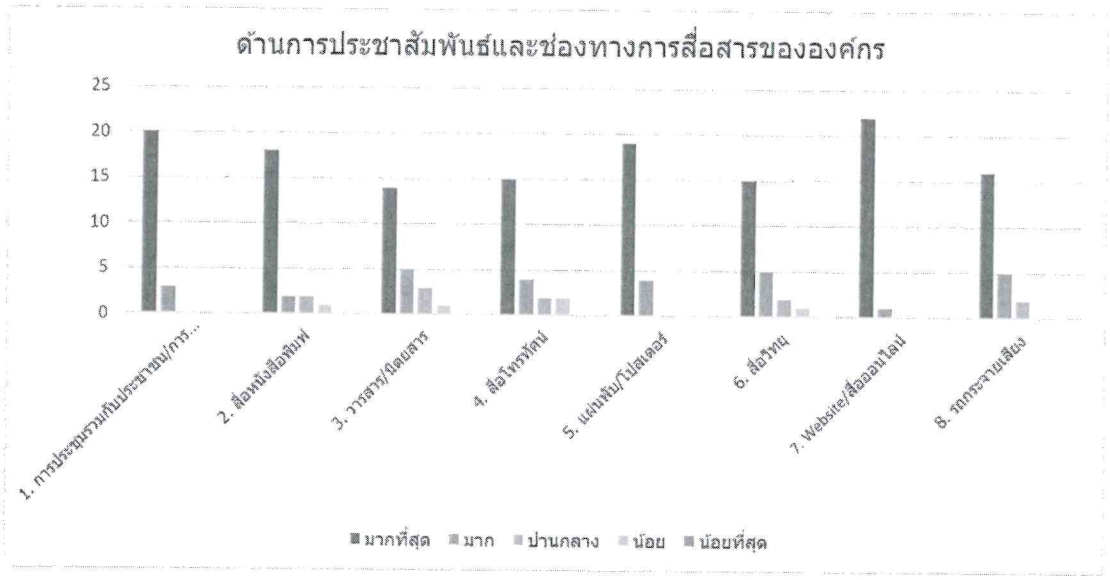
โดยพอใจที่ อจน. มีการทักทายต้อนรับ แต่งกายสุภาพ ยืดหยุ่นในการทำงาน และดูแลสอบถามผู้รับบริการดีที่สุด

ส่วนที่ 4 โปรดให้คะแนนความต้องการ ความคาดหวัง ที่มีต่อ อจน.

ความต้องการ /ความคาดหวัง (92.93 %)	ความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
4.1 ด้านความยั่งยืน						
1. การมีอำนาจและหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำเสียทั่วประเทศ	22	1	-	-	-	100
2. ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการน้ำเสีย	19	4	-	-	-	100
3. การมีเครือข่ายและพันธมิตรเพื่อขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่างบูรณาการ	15	6	2	-	-	91.30
4 การมีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ๆด้านการพัฒนาและการจัดการน้ำเสีย	13	7	3	-	-	86.96



ความต้องการ /ความคาดหวัง (92.93 %)	ความต้องการ/ความคาดหวัง					ร้อยละ (%)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
4.2 ด้านการประชาสัมพันธ์และช่องทางการสื่อสารขององค์กร						
1 การประชุมร่วมกับประชาชน/การสัมมนา/การอบรม	20	3	-	-	-	100
2 สื่อหนังสือพิมพ์	18	2	2	1	-	86.96
3 วารสาร/นิตยสาร	14	5	3	1	-	82.61
4 สื่อโทรทัศน์	15	4	2	2	-	82.61
5 แผ่นพับ/โปสเตอร์	19	4	-	-	-	100
6 สื่อวิทยุ	15	5	2	1	-	86.96
7 Website/สื่อออนไลน์	22	1	-	-	-	100
8 รถกระจายเสียง	16	5	2	-	-	91.30



สรุป

ด้านความต้องการ ความคาดหวังที่ผู้รับบริการมีต่อ อจน. เฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 92.93 % อยู่ในระดับมากที่สุด

โดยต้องการและคาดหวัง ให้ อจน. มีความยั่งยืนในอำนาจ หน้าที่ และเชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำเสียทั่วประเทศ และให้ อจน. สื่อสารกับประชาชนในการประชุม สัมมนา อบรม การสื่อสารทางแผ่นพับและสื่อออนไลน์มากที่สุด




WMA