สรุปประเด็น VOC จากผลสำรวจความพึงพอใจ ปี 2563 สำรวจโดยหน่วยงานภายนอก

โดย คณะทำงานย่อยเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการด้านลูกค้า
(ด้านการจำแนกลูกค้า/การรับฟังลูกค้า)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด

ความพึงพอใจด้าน	ปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด
คุณภาพน้ำประปา	ความใสสะอาด
บริการที่สาขา	การให้บริการเสมือนผู้ใช้บริการเป็นคนสำคัญ
3 จ. (จอด จ่าย จร)	สามารถขับรถเข้าถึงจุดให้บริการ 3จ. ได้สะดวก
Call Center 1125	เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก
งานวางท่อ-ซ่อมท่อ	วางท่อแล้วเสร็จตามกำหนดในป้ายประกาศ และซ่อมท่อรวดเร็ว
งานติดตั้งประปาใหม่	เจ้าหน้าที่ดำเนินการตามที่นัดหมายไว้
จุดให้บริการในห้างฯ	เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ

ประเด็นที่ไม่พึงพอใจมากที่สุด

ปัจจัยที่ไม่พึงพอใจมากที่สุด
1. คุณภาพน้ำประปา (พบปัญหามากถึง 86% แต่ร้องเรียน 7%)
2. ใบแจ้งหนี้ (พบปัญหา 5% ร้องเรียน 28%)
3. งานซ่อมท่อ (พบปัญหา 3% ร้องเรียน 17%) ได้รับการแก้ไขปัญหาเพียง 50% คะแนนความพึงพอใจต่อการแก้ปัญหาน้อยที่สุด 3.000

จำนวนผู้ที่ประสบเหตุไม่พึงพอใจต่อ กปน.

	ความถี่ (ราย)			ภาพรวม
	R	N	K	
จำนวนราย	453	5	4	462
สัดส่วน (%)	6%	4%	13%	6%

* กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 7,700 ราย
R = 7,542 ราย
N = 128 ราย
K = 30 ราย

ปัญหาที่พบ	ร้อยละที่พบ	จำนวน (ราย)	ความถี่ที่พบปัญหาเฉลี่ย	ระดับความไม่พึงพอใจ	ระดับความเร่งด่วนแก้ไข	มีการร้องเรียนหรือไม่	
						ร้องเรียน	ไม่ร้องเรียน
คุณภาพน้ำ	86%	397	23.67	3.609	3.823	7%	93%
ใบแจ้งหนี้	5%	23	1.72	3.583	3.960	28%	72%
วางท่อ	4%	18	1.61	3.500	4.500	22%	78%
ซ่อมท่อ	3%	14	1.00	3.100	4.000	17%	83%
ศูนย์บริการประชาชน 1125	1%	5	1.00	3.000	1.667	-	100%
ข้อมูลข่าวสารของ กปน.	1%	5	1.00	3.000	3.000	-	100%
คะแนนความไม่พึงพอใจเฉลี่ยรวม				3.570			

ช่องทางการร้องเรียนปัญหาที่ไม่พึงพอใจต่อ กปน.

ปัญหาที่พบ	ช่องทางร้องเรียน			
	โทรไปที่สาขา	Call Center 1125	แจ้งผ่าน Social Media	อื่นๆ
คุณภาพน้ำประปา	29%	64%	7%	
ใบแจ้งหนี้	14%	57%	-	29%
วางท่อ	50%	50%	-	-
ซ่อมท่อ	-	100%	-	-
ศูนย์บริการประชาชน 1125	-	-	-	-
ข้อมูลข่าวสารของ กปน.	-	-	-	-

ผลการแก้ไขปัญหาที่ไม่พึงพอใจต่อ กปน.

ปัญหาที่พบ	ผลการแก้ไขปัญหา			ความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหา
	ได้รับการแก้ไข	ไม่ได้รับการแก้ไข	ไม่ทราบ	
คุณภาพน้ำประปา	**61%**	**25%**	**14%**	**3.647**
ใบแจ้งหนี้	**71%**	**29%**	**-**	**4.400**
วางท่อ	**50%**	**50%**	**-**	**3.500**
ซ่อมท่อ	**50%**	**50%**	**-**	**3.000**
ศูนย์บริการประชาชน 1125	**-**	**-**	**-**	**-**
ข้อมูลข่าวสารของ กปน.	**-**	**-**	**-**	**-**
			ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม	**3.793**

ความพึงพอใจเฉลี่ยรวมต่อการแก้ไขปัญหา ปี 2561-2563

	2561	2562	2563	เปรียบเทียบปี 2562-2563
ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม	**3.947**	**3.944**	**3.793**	**-0.151**

ความแตกต่าง ระหว่างความพึงพอใจ และความคาดหวัง

	R	N	K
แตกต่างมากที่สุด	• น้ำประปาไหลแรงเพียงพอต่อการใช้งาน • การไหลสม่ำเสมอของน้ำประปา	• การไม่มีกลิ่นผิดปกติของน้ำประปา • การไหลสม่ำเสมอของน้ำประปา	• ความเหมาะสมของระยะเวลาที่ได้รับใบแจ้งหนี้

ประเด็นสำรวจ	Residential			Non-Residential			Key Account		
	ความพึงพอใจ (S)	ความคาดหวัง (E)	Gap (E-S)	ความพึงพอใจ (S)	ความคาดหวัง (E)	Gap (E-S)	ความพึงพอใจ (S)	ความคาดหวัง (E)	Gap (E-S)
การไม่มีกลิ่นผิดปกติของน้ำประปา	4.471	4.802	0.331	4.305	4.836	0.531	4.733	4.900	0.167
ความใสสะอาดของน้ำประปา	4.478	4.787	0.309	4.391	4.758	0.367	4.733	4.900	0.167
น้ำประปาไหลแรงเพียงพอต่อการใช้งาน	4.391	4.784	0.393	4.359	4.844	0.485	4.633	4.900	0.267
การไหลสม่ำเสมอของน้ำประปา	4.384	4.765	0.381	4.258	4.766	0.508	4.700	4.900	0.200
ความถูกต้องของข้อมูลในใบแจ้งหนี้	4.517	4.730	0.213	4.394	4.820	0.426	4.267	4.733	0.466
ความเหมาะสมของระยะเวลาที่ได้รับใบแจ้งหนี้	4.506	4.693	0.187	4.315	4.805	0.490	4.233	4.733	0.500
การแจ้งให้ทราบก่อนที่จะหยุดจ่ายน้ำ	4.391	4.693	0.302	4.471	4.588	0.117	4.767	5.000	0.233
การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของ กปน.	4.449	4.640	0.191	4.492	4.813	0.321	4.800	4.900	0.100

Gap 0.500 ขึ้นไป มีความสำคัญมาก – ต้องปรับปรุงเร่งด่วน
Gap 0.200 ถึง 0.499 มีความสำคัญปานกลาง - ควรอยู่ในแผนการปรับปรุงประจำปี
Gap 0.199 ลงมา สามารถปรับปรุงในภายหลังได้ - ควรอยู่ในแผนการปรับปรุงระยะยาว

ความพึงพอใจในบริการระหว่าง กปน. กับองค์กรอื่น

เทียบปีก่อน

ประเด็นการสำรวจ	ภาพรวม			ความพึงพอใจ		ผลต่าง
	กปน.	องค์กรอื่น	กปน. องค์กรอื่น	ปี 2562	ปี 2563	
1) การรับเรื่องและแก้ไขปัญหาร้องเรียน	3.803	3.915		4.562	3.803	-0.759
2) ความสะดวก/ความหลากหลายของช่องทางติดต่อ	3.852	4.023		4.448	3.852	-0.596
3) ทักษะความรู้ มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.088	4.139		4.597	4.088	-0.509
4) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการ	3.689	3.955		4.402	3.689	-0.713
5) การให้บริการที่เคาน์เตอร์สาขาของผู้ให้บริการ	4.035	4.121		-	4.035	-
6) การให้บริการสายด่วน/Call Center	3.697	3.733		4.392	3.697	-0.695
7) ความคุ้มค่าของบริการที่ได้รับกับค่าบริการที่จ่าย	4.025	4.023		4.611	4.025	-0.586

หมายเหตุ **พื้นหลังสีเขียว** หมายถึง มีคะแนนสูงกว่า กปน. อย่างมีนัยสำคัญ
พื้นหลังสีแดง หมายถึง มีคะแนนต่ำกว่า กปน. อย่างมีนัยสำคัญ
ไม่มีสีพื้นหลัง หมายถึง ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

***คะแนนน้อยกว่าปีก่อนเกือบทุกหัวข้อ**

ประเด็นการสำรวจ	Residential		Non-Residential		Key Account	
	กปน.	องค์กรอื่น	กปน.	องค์กรอื่น	กปน.	องค์กรอื่น
1) การรับเรื่องและแก้ไขปัญหาร้องเรียน	3.795	3.910	3.992	4.052	4.467	4.448
2) ความสะดวก/ความหลากหลายของช่องทางติดต่อ	3.844	4.020	4.126	4.148	4.400	4.276
3) ทักษะความรู้ มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.087	4.138	4.064	4.094	4.533	4.379
4) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการ	3.682	3.952	3.921	4.031	4.433	4.379
5) การให้บริการที่เคาน์เตอร์สาขาของผู้ให้บริการ	4.029	4.120	4.212	4.093	4.565	4.455
6) การให้บริการสายด่วน/Call Center	3.689	3.732	3.859	3.656	4.545	4.364
7) ความคุ้มค่าของบริการที่ได้รับกับค่าบริการที่จ่าย	4.020	4.020	4.167	4.078	4.533	4.357

หมายเหตุ **พื้นหลังสีเขียว** หมายถึง มีคะแนนสูงกว่า กปน. อย่างมีนัยสำคัญ
พื้นหลังสีแดง หมายถึง มีคะแนนต่ำกว่า กปน. อย่างมีนัยสำคัญ
ไม่มีสีพื้นหลัง หมายถึง ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

ความพึงพอใจในบริการระหว่าง กปน. กับองค์กรอื่น (14 องค์กร)

ประเด็นการสำรวจ	กปน.	คะแนนสูงกว่า กปน. อย่างมีนัยสำคัญ	คะแนนน้อยกว่า กปน. อย่างมีนัยสำคัญ
1. การรับเรื่องและแก้ไขปัญหาร้องเรียน	3.803 Rank 11/15	กรุงไทย, KBank, SCB, krungsri	true
2. ความสะดวก/ความหลากหลายของช่องทางติดต่อ	3.852 Rank 12/15	dtac, true, AIS, กรุงไทย, KBank, SCB, Bangkok Bank	
3. ทักษะความรู้ มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.088 Rank 10/15	AIS, กรุงไทย, KBank, SCB, Bangkok Bank	การไฟฟ้านครหลวง, true
4. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการ	3.689 Rank 13/15	การไฟฟ้านครหลวง, dtac, AIS, true, กรุงไทย, KBank, SCB, Bangkok Bank, krungsri, TMB	ไปรษณีย์ไทย, KERRY
5. การให้บริการที่เคาน์เตอร์สาขาของผู้ให้บริการ	4.035 Rank 10/15	กรุงไทย, KBank, SCB, Bangkok Bank	การไฟฟ้านครหลวง, KERRY
6. การให้บริการสายด่วน/Call Center	3.697 Rank 11/15	การไฟฟ้านครหลวง, KBank, SCB	กรุงไทย
7. ความคุ้มค่าของบริการที่ได้รับกับค่าบริการที่จ่าย	4.025 Rank 8/15	AIS, กรุงไทย, KBank, SCB	การไฟฟ้านครหลวง, dtac, true

ความผูกพันต่อ กปน.

ประเด็นความผูกพันที่มีคะแนนน้อยกว่าค่าเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่มลูกค้า ได้แก่ "เป็นองค์กรที่ดีกว่าหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจอื่น" และ "เป็นองค์กรที่ให้บริการดีกว่าหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจอื่น"

ประเด็นด้านความผูกพัน	Residential	Non-Residential	Key Account	ภาพรวม
Behavioral (BE)	**4.333**	**4.378**	**4.456**	**4.334**
แสดงความเห็นในทางดีต่อ กปน. หากมีผู้กล่าวถึงในทางที่ไม่ดี	4.192	4.180	4.400	4.193
หากมีโอกาสท่านจะกล่าวถึงสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับ กปน. ให้ผู้อื่นฟัง	4.391	4.516	4.500	4.394
หากรู้ว่า กปน. มีบริการใหม่ ท่านยินดีจะลองใช้บริการ	4.415	4.438	4.467	4.416
Attitudinal (AD)	**4.322**	**4.484**	**4.333**	**4.325**
ท่านรู้สึกชอบ กปน. มากกว่าหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจอื่น	4.322	4.484	4.333	4.325
Cognitive (CO)	**4.262**	**4.340**	**4.350**	**4.264**
กปน. เป็นองค์กรที่ดีกว่าหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจอื่น	4.249	4.273	4.333	4.249
กปน. เป็นองค์กรที่ให้บริการดีกว่าหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจอื่น	4.276	4.406	4.367	4.279
Affective (AF)	**4.431**	**4.539**	**4.400**	**4.433**
ท่านชอบการให้บริการและการดำเนินงานของการประปานครหลวง	4.431	4.539	4.400	4.433
Commitment (CM)	**4.429**	**4.520**	**4.400**	**4.431**
ท่านรู้สึกผูกพันกับการประปานครหลวงมาก	4.439	4.594	4.367	4.442
ท่านจะใช้บริการการประปานครหลวง แม้จะได้รับข่าวในทางลบ	4.419	4.445	4.433	4.420
Trust (TR)	**4.432**	**4.527**	**4.433**	**4.433**
การประปานครหลวงให้บริการอย่างมืออาชีพ	4.459	4.523	4.467	4.460
ท่านรู้สึกว่าการประปานครหลวงเปรียบเสมือนเพื่อน/คนในครอบครัว	4.405	4.531	4.400	4.407
คะแนนเฉลี่ยความผูกพันโดยรวม	**4.364**	**4.448**	**4.406**	**4.365**

ประเด็นความผูกพันที่มีคะแนนน้อยกว่าค่าเฉลี่ย

กิจกรรม CRM

กลุ่มลูกค้า	กิจกรรมที่จำเป็น และสร้างความพึงพอใจได้ดี	กิจกรรมที่สร้างความผูกพันสูงกว่าค่าเฉลี่ย
R	• **การเข้าเยี่ยมเยียนชุมชน/ สถานที่ใช้น้ำของลูกค้า** • บริการรับปรึกษาและให้คำแนะนำเกี่ยวกับระบบประปา • **การแจ้งเตือนต่างๆ เช่น ค่าน้ำสูงผิดปกติ กำหนดชำระค่าน้ำ**	
N	•การมี Call Center รับเรื่อง •**Customer Visit ตามโอกาสและความเหมาะสม** •บริการรับปรึกษาและให้คำแนะนำเกี่ยวกับระบบประปา •**การแจ้งเตือนต่างๆ เช่น ค่าน้ำสูงผิดปกติ กำหนดชำระค่าน้ำ**	
K	•บริการรถน้ำกรณีฉุกเฉิน •**การแจ้งเตือนต่างๆ เช่น ค่าน้ำสูงผิดปกติ กำหนดชำระค่าน้ำ**	• **การแจ้งเตือนต่างๆ เช่น ค่าน้ำสูงผิดปกติ กำหนดชำระค่าน้ำ** • **Customer Visit ตามโอกาสและความเหมาะสม** • บริการตรวจสอบคุณภาพน้ำ • ร่วมซักซ้อมแผนรับมือสถานการณ์ฉุกเฉินกับลูกค้า

ข้อเสนอแนะที่สำคัญจากลูกค้า

ประเด็น	ความถี่ (ราย)			
	R	N	K	รวม
แรงดันน้ำประปาสม่ำเสมอเพียงพอ	693	5		698
ลดคลอรีน/กลิ่นคลอรีน	339	5		344
ประชาสัมพันธ์ข้อมูลบริการเกี่ยวกับน้ำประปาให้มากขึ้น	258	4		262
สร้างความเชื่อมั่นน้ำประปาดื่มได้	177	2		179
แจ้งน้ำประปาไม่ไหลให้ทั่วถึง	141	-		141
จัดการพื้นที่ระหว่างหรือหลังการวางท่อ/ซ่อมท่อให้เรียบร้อย คงสภาพเดิม	90	-		90
แก้ไขปัญหาเรื่องน้ำกร่อย/น้ำเค็มให้เร็ว	80	10		90
น้ำประปาได้มาตรฐานและคุณภาพสูงขึ้น	72	4		76
ดำเนินการวางท่อ/ซ่อมท่อให้รวดเร็ว เสร็จตามกำหนด	30	-		30

ประเด็นสำคัญจากการ Focus Group/ In-depth Interview

	R	N	K
คุณภาพน้ำประปาใส สะอาด ไม่มีกลิ่น ไม่มีรสเค็ม/กร่อย	✓	✓	✓
น้ำประปาไหลแรง (กลุ่มที่ไม่มีปั๊มน้ำและถังพักน้ำ)	✓		
สร้างความเชื่อมั่นเรื่องน้ำประปาดื่มได้	✓	✓	
แรงดัน ปริมาณน้ำ และคุณภาพน้ำที่สม่ำเสมอ เพื่อลดต้นทุนการปรับสภาพน้ำ		✓	✓
ควบคุมคุณภาพงานวางท่อ-ซ่อมท่อ	✓	✓	
ซ่อมท่อรวดเร็วไม่ส่งผลต่อปริมาณน้ำสำรอง		✓	✓
มีช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่าน Social Media เช่น Line	✓		
สื่อสารข้อมูลที่สำคัญล่วงหน้า รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ (เช่น การหยุดจ่ายน้ำ, คุณภาพน้ำ, ข้อมูลภาวะภัยแล้ง)	✓	✓	✓
การชำระค่าน้ำประปาที่เกินกำหนดผ่านช่องทางอื่น (เน้นออนไลน์) เช่น ผ่าน App , ผ่าน Mobile Banking	✓	✓	
สนใจบริการ E-bill , E-tax (ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น)	✓		
การยืนยันการชำระเงินทันที หลังชำระผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์	✓		
การให้บริการที่สาขาเป็นมาตรฐาน	✓		
สนใจฉลากประหยัดน้ำ	✓		✓
ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบ ดูแลท่อประปาภายในบ้าน	✓		
การรับมือสถานการณ์ฉุกเฉิน / แก้ปัญหา อย่างรวดเร็ว		✓	✓
Smart Meter (เชื่อมต่อคอม/มือถือ, ข้อมูล real-time, รายงานการใช้น้ำ)		✓	✓
การจัดกิจกรรม สัมมนา อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำประปา		✓	✓

ประเด็นสำคัญจากการ Focus Group/ In-depth Interview

	R	N	K
แผนรับมือและการแก้ปัญหาภัยแล้งหรือสถานการณ์วิกฤตที่เป็นรูปธรรม			✓
การติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ของสาขาโดยตรง ผ่านช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว เช่น Line			✓
บริการซ่อมแซมระบบประปาภายใน, บริการตรวจสอบคุณภาพน้ำ, การล้างถังพักน้ำ, ใบรับรองคุณภาพน้ำ			✓
การรับน้ำประปาจากท่อหลักมากกว่า 1 สาย			✓
ต้องการข้อมูลสำหรับการวางแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ เช่น แผนผังระบบท่อและปริมาณน้ำ			✓
มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ			✓
มีระบบท่อส่งน้ำแบบวนลูป เพื่อป้องกันตะกอนปลายท่อ			✓
ปรับรอบการอ่านน้ำตามเดือนปฏิทิน และตรงกับรอบบัญชีของลูกค้า			✓

การประปานครหลวง
METROPOLITAN WATERWORKS AUTHORITY

Thank You