แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง (ระยะสั้น) ประจำปี พ.ศ. 2566

ธุรกิจหลักและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องของการประปานครหลวง

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง ระยะสั้น (พ.ศ. 2566)

โครงการจัดจ้างที่ปรึกษาจัดทำแผนวิสาหกิจ กปน. ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2566 - 2570) พร้อมแผนแม่บทที่เกี่ยวข้อง
ตามสัญญาเลขที่ จท.82/2564

คำนำ

ภายใต้แผนวิสาหกิจการประปานครหลวง ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2566 – 2570) หลังจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน และยุทธศาสตร์ขององค์กร เพื่อให้สอดรับต่อการดำเนินงานและการขับเคลื่อนของ กปน. แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการขึ้นมาทั้งสิ้น 17 โครงการ (26 แผนงาน) ภายใต้กรอบของแผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด ฯ โดยพิจารณาจาก วิสัยทัศน์ ตำแหน่งยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ และกลยุทธ์ของแผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาดฯ ดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ “ผู้นำที่มีศักยภาพสูงด้านการบริการธุรกิจประปาคุณภาพอย่างครบวงจร”

ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์

ระยะที่ 1 (ปี 2566) Smart & Service มีเป้าประสงค์ที่จะยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการด้วยนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและข้อมูลเชิงลึกเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเกินความคาดหมายตามพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไปในอนาคต

ระยะที่ 2 (ปี 2567-2569) Speed & Span มีเป้าประสงค์ที่จะเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจหลักและขยายขอบเขตธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทั่วถึง โดยมีการยกระดับประสบการณ์การบริการธุรกิจประปาสำหรับลูกค้า (Customer Experience) ที่ตอบโจทย์สังคมยุคดิจิทัล และมีการปรับโครงสร้างราคาค่าน้ำเพื่อความยั่งยืนขององค์กร

ระยะที่ 3 (ปี 2570) Sustain & Superior เป้าประสงค์เพื่อการเป็นผู้นำที่มีศักยภาพสูงด้านการบริการธุรกิจประปาคุณภาพอย่างครบวงจรด้วย Virtual Branch

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์

CMO1 ยกระดับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

CMO2 ยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

CMO3 การเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลักเพื่อความมั่นคงขององค์กร

CMO4 การขยายธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเพื่อความยั่งยืนขององค์กร

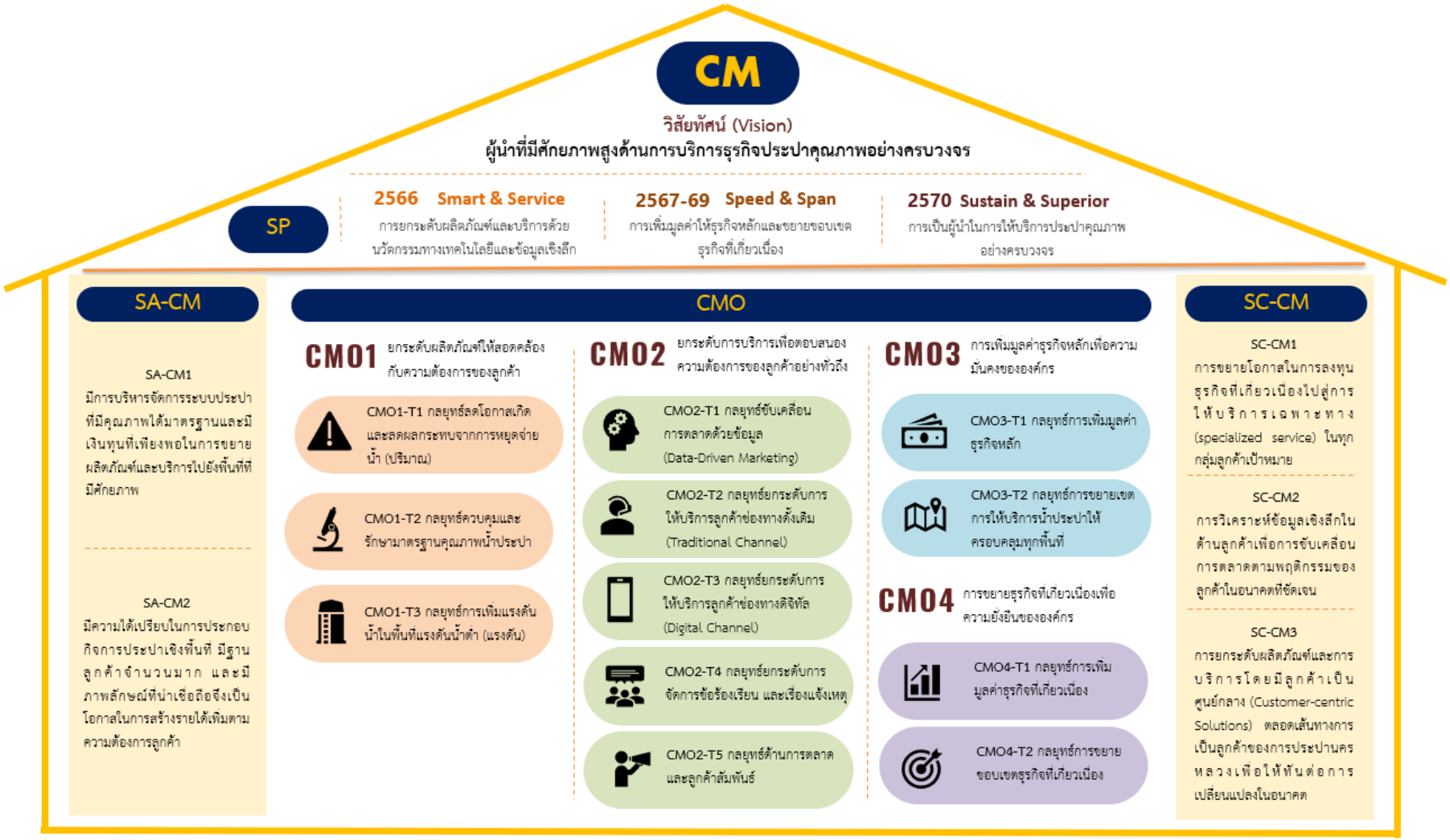
กลยุทธ์

CMO1-T1 กลยุทธ์ลดโอกาสเกิดและลดผลกระทบจากการหยุดจ่ายน้ำ
CMO1-T2 กลยุทธ์ควบคุมและรักษามาตรฐานคุณภาพน้ำประปา
CMO1-T3 กลยุทธ์การเพิ่มแรงดันน้ำในพื้นที่แรงดันน้ำต่ำ

CMO2-T1 กลยุทธ์ขับเคลื่อนการตลาดด้วยข้อมูล (Data-Driven Marketing)
CMO2-T2 กลยุทธ์ยกระดับการให้บริการลูกค้าช่องทางดั้งเดิม (Traditional Channel)
CMO2-T3 กลยุทธ์ยกระดับการให้บริการลูกค้าช่องทางดิจิทัล (Digital Channel)
CMO2-T4 กลยุทธ์ยกระดับการจัดการข้อร้องเรียน และเรื่องแจ้งเหตุ
CMO2-T5 กลยุทธ์ด้านการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์

CMO3-T1 กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลัก
CMO3-T2 กลยุทธ์ขยายธุรกิจน้ำประปา

CMO4-T1 กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
CMO4-T2 กลยุทธ์การขยายขอบเขตธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง


CM
วิสัยทัศน์ (Vision)
ผู้นำที่มีศักยภาพสูงด้านการบริการธุรกิจประปาคุณภาพอย่างครบวงจร
SP
2566 Smart & Service
การยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการด้วยนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและข้อมูลเชิงลึก
2567-69 Speed & Span
การเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจหลักและขยายขอบเขตธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
2570 Sustain & Superior
การเป็นผู้นำในการให้บริการประปาคุณภาพอย่างครบวงจร
SA-CM
SA-CM1
มีการบริหารจัดการระบบประปาที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและมีเงินทุนที่เพียงพอในการขยายผลิตภัณฑ์และบริการไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพ
SA-CM2
มีความได้เปรียบในการประกอบกิจการประปาเชิงพื้นที่ มีฐานลูกค้าจำนวนมาก และมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือจึงเป็นโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มตามความต้องการลูกค้า
CMO
CMO1 ยกระดับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
CMO1-T1 กลยุทธ์ลดโอกาสเกิดและลดผลกระทบจากการหยุดจ่ายน้ำ (ปริมาณ)
CMO1-T2 กลยุทธ์ควบคุมและรักษามาตรฐานคุณภาพน้ำประปา
CMO1-T3 กลยุทธ์การเพิ่มแรงดันน้ำในพื้นที่แรงดันน้ำต่ำ (แรงดัน)
CMO2 ยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทั่วถึง
CMO2-T1 กลยุทธ์ขับเคลื่อนการตลาดด้วยข้อมูล (Data-Driven Marketing)
CMO2-T2 กลยุทธ์ยกระดับการให้บริการลูกค้าช่องทางดั้งเดิม (Traditional Channel)
CMO2-T3 กลยุทธ์ยกระดับการให้บริการลูกค้าช่องทางดิจิทัล (Digital Channel)
CMO2-T4 กลยุทธ์ยกระดับการจัดการข้อร้องเรียน และเรื่องแจ้งเหตุ
CMO2-T5 กลยุทธ์ด้านการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
CMO3 การเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลักเพื่อความมั่นคงขององค์กร
CMO3-T1 กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลัก
CMO3-T2 กลยุทธ์การขยายเขตการให้บริการน้ำประปาให้ครอบคลุมทุกพื้นที่
CMO4 การขยายธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเพื่อความยั่งยืนขององค์กร
CMO4-T1 กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
CMO4-T2 กลยุทธ์การขยายขอบเขตธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
SC-CM
SC-CM1
การขยายโอกาสในการลงทุนธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องไปสู่การให้บริการเฉพาะทาง (specialized service) ในทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
SC-CM2
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกในด้านลูกค้าเพื่อการขับเคลื่อนการตลาดตามพฤติกรรมของลูกค้าในอนาคตที่ชัดเจน
SC-CM3
การยกระดับผลิตภัณฑ์และการบริการโดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer-centric Solutions) ตลอดเส้นทางการเป็นลูกค้าของการประปานครหลวงเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

การเชื่อมโยงของแผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง และแผนปฏิบัติการ

แผนวิสาหกิจ กปน.	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO				กลยุทธ์							โครงการ
	ชื่อ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย ณ ปี 2570	ชื่อ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					
							2566	2567	2568	2569	2570	
SO1 สร้างเสถียรภาพและความมั่นคงของระบบประปา (Water Stability)	**CMO1** ยกระดับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (ปริมาณ-คุณภาพ-แรงดันน้ำ)	เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า	1. คะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อน้ำประปา 2. ร้อยละน้ำที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน WHO 2.1 ด้านกายภาพ 2.2 ด้านเคมี 2.3 ด้านแบคทีเรีย 3. แรงดันน้ำจุดทางเข้า DMA เป้าหมายเฉลี่ย (เมตร)	>4.5 100 100 100 5.00	**CMO1-T1** กลยุทธ์ลดโอกาสเกิดและลดผลกระทบจากการหยุดจ่ายน้ำ	1.1 จำนวนครั้งที่หยุดจ่ายน้ำ Unplanned 1.2 ระยะเวลาที่หยุดจ่ายน้ำแต่ละครั้ง Unplanned	<ปีก่อน <SLA	<ปีก่อน <SLA	<ปีก่อน <SLA	<ปีก่อน <SLA	<ปีก่อน <SLA	**CMO1-T1-P1** โครงการลดโอกาสเกิดและลดผลกระทบจากการหยุดจ่ายน้ำ
					CMO1-T2 กลยุทธ์ควบคุมและรักษามาตรฐานคุณภาพน้ำประปา	2.1 ร้อยละน้ำที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน WHO 2.1.1 ด้านกายภาพ 2.1.2 ด้านเคมี 2.1.3 ด้านแบคทีเรีย	 100 100 99.97	 100 100 99.97	 100 100 99.97	 100 100 99.97	 100 100 100	**CMO1-T2-P1** โครงการน้ำประปาปลอดภัย (Water Safety Plan)
					CMO1-T3 กลยุทธ์การเพิ่มแรงดันน้ำในพื้นที่แรงดันน้ำต่ำ	3.1 แรงดันน้ำจุดทางเข้า DMA เป้าหมายเฉลี่ย (เมตร)	4.0	4.25	4.50	4.75	5.00	**CMO1-T3-P1** โครงการเพิ่มแรงดันน้ำในพื้นที่เป้าหมายอย่างบูรณาการ

แผนวิสาหกิจ กปน.	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO				กลยุทธ์							โครงการ
	ชื่อ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย ณ ปี 2570	ชื่อ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					
							2566	2567	2568	2569	2570	
SO2 ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม (Adaptive Organization)	**CMO2** ยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างทั่วถึง	เพื่อปรับปรุงกระบวนการการให้บริการและการตลาดตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป	1. ความพึงพอใจผู้ใช้บริการที่มีต่อประสบการณ์การใช้บริการ (ตลอด Customers / Consumers Journey) 2. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอ-นิกส์	>4.5 95%	**CMO2-T1** กลยุทธ์ขับเคลื่อนการตลาดด้วยข้อมูล (Data-Driven Marketing)	1.1 ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาฐานข้อมูลการบริการในทุกจุดสัมผัส (Touch Points)	50%	80%	90%	95%	100%	**CMO2-T1-P1** โครงการจัดทำ Customers/Consumers Journey และ Customers/Consumers Persona รายกลุ่มลูกค้า
					CMO2-T2 กลยุทธ์ยกระดับการให้บริการลูกค้าช่องทางดั้งเดิม (Traditional Channel)	2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของสาขา 2.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ Call Center	>4.5 4.3	>4.5 4.4	>4.5 4.5	>4.5 >4.5	>4.5 >4.5	**CMO2-T2-P1** โครงการยกระดับการให้บริการของสำนักงานประปาสาขา **CMO2-T2-P2** โครงการยกระดับศูนย์บริการประชาชน 1125

แผนวิสาหกิจ กปน.	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO				กลยุทธ์							โครงการ
	ชื่อ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย ณ ปี 2570	ชื่อ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					
							2566	2567	2568	2569	2570	
SO3 สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยธรรมาภิบาลและความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Sustainable Partnership)					**CMO2-T3** กลยุทธ์ยกระดับการให้บริการลูกค้าช่องทางดิจิทัล (Digital Channel)	3.1 ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์	91%	92%	93%	94%	95%	**CMO2-T3-P1** โครงการมาตรอัจฉริยะ Smart Meter **CMO2-T3-P2** โครงการพัฒนาข้อมูลชุดคำตอบสำหรับ AI-based chatbot **CMO2-T3-P3** โครงการยกระดับการบริการด้วย Digital Service
						3.2 Audience growth rate โดยเฉลี่ยของช่องทางดิจิทัล	>ปีก่อน	>ปีก่อน	>ปีก่อน	>ปีก่อน	>ปีก่อน	
						3.3 Engagement rate โดยเฉลี่ยของช่องทางดิจิทัล	>ปีก่อน	>ปีก่อน	>ปีก่อน	>ปีก่อน	>ปีก่อน	
						3.4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการช่องทางดิจิทัล	4.2	4.3	4.4	4.5	>4.5	
					CMO2-T4 กลยุทธ์ยกระดับการจัดการข้อร้องเรียนและเรื่องแจ้งเหตุ	4.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการแก้ไขข้อร้องเรียน	3.95	>3.95	>3.95	>3.95	4.00	**CMO2-T4-P1** โครงการยกระดับการจัดการข้อร้องเรียน

แผนวิสาหกิจ กปน.	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO				กลยุทธ์							โครงการ
	ชื่อ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย ณ ปี 2570	ชื่อ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					
							2566	2567	2568	2569	2570	
					CMO2-T5 กลยุทธ์ด้านการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์	5.1 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าต่อการสร้างความสัมพันธ์เฉลี่ยจากแผนงานทั้งหมด	>4.5	>4.5	>4.5	>4.5	>4.5	**CMO2-T5-P1** โครงการยกระดับความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
SO4 การสร้างความมั่นคงขององค์กร (High Financial Performance)	**CMO3** การเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลักเพื่อความมั่นคงขององค์กร	เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าและปรับโครงสร้างราคาอย่างเป็นธรรมเพื่อความมั่นคงขององค์กร	1. รายได้จากธุรกิจหลัก (ล้านบาท)	18,200	**CMO3-T1** กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลัก	1.1 ดำเนินการแล้วเสร็จ	-	ได้รับอนุมัติการปรับขึ้นค่าน้ำ	-	-	-	**CMO3-T1-P1** โครงการเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลัก
					CMO3-T2 กลยุทธ์การขยายเขตการให้บริการน้ำประปาให้ครอบคลุมทุกพื้นที่	2.1 ระยะทางวางท่อขยายเขตการให้บริการ (กิโลเมตร)	ไม่ต่ำกว่า 70 กม.	ไม่ต่ำกว่า 70 กม.	ไม่ต่ำกว่า 50 กม.	ไม่ต่ำกว่า 50 กม.	ไม่ต่ำกว่า 50 กม.	**CMO3-T2-P1** โครงการขยายการให้บริการน้ำประปาอย่างทั่วถึงเพียงพอ มั่นคง และเป็นมาตรฐานเดียวกัน

แผนวิสาหกิจ กปน.	วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO				กลยุทธ์							โครงการ
	ชื่อ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย ณ ปี 2570	ชื่อ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					
							2566	2567	2568	2569	2570	
SO5 การขยายธุรกิจเพื่อองค์กรแห่งความยั่งยืน (Plus)	**CMO4** การขยายธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเพื่อความยั่งยืนขององค์กร	เพื่อขยายธุรกิจด้วยนวัตกรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนให้องค์กร	1. รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเดิม (ล้านบาท)	700	**CMO4-T1** กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง	1.1 รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเดิม (ล้านบาท)	660	660	695	700	700	**CMO4-T1-P1** โครงการการให้บริการธุรกิจพัฒนาระบบประปา อปท. **CMO4-T1-P2** โครงการยกระดับธุรกิจการฝึกอบรมเทคโนโลยีประปา **CMO4-T1-P3** โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจด้านการบริการหลังมาตรวัดน้ำ
			2. รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องใหม่ (ล้านบาท)	1,300	**CMO4-T2** กลยุทธ์การขยายขอบเขตธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง	2.1 รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องใหม่ (ล้านบาท)	-	240	505	800	1,300	**CMO4-T2-P1** โครงการยกระดับการให้บริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง

รายละเอียดโครงการ/แผนงาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

ลำดับโครงการ	ชื่อ โครงการ / แผนงาน		Ref.	ผู้รับผิดชอบหลัก			หน้า
				สายงาน	ชวก.	หน่วยงาน	
1	โครงการลดโอกาสเกิดและลดผลกระทบจากการหยุดจ่ายน้ำ		CMO1-T1-P1				1
	1	การจัดทำคู่มือแนวทางและวิธีปฏิบัติเมื่อมีการก่อสร้างใกล้แนวท่อประธานและอุโมงค์ส่งน้ำ		กต.	สจ.	ฝคจ.	
	2	การเตรียมความพร้อมสำรองท่อและอุปกรณ์ในงานซ่อมท่อประธาน		กต.	สจ.	ฝคจ.	
2	โครงการแผนน้ำประปาปลอดภัย (Water Safety Plans)		CMO1-T2-P1				4
	1	ด้านแหล่งน้ำดิบ		ผ.	ลน.	ฝนส., ฝรด.	
	2	ด้านการผลิตน้ำ		ผ.	ผน.	ฝผส., ฝผม. ฝผข., ฝคภ.	
	3	ด้านการสูบจ่ายน้ำ		กต.	สจ.	ฝคจ.	
	4	ด้านบริการผู้ใช้น้ำ		กอ. กต.	ก1 - ก5	คณะทำงาน WSP, สำนักงานประปาสาขา, คณะทำงานย่อยด้านปฏิบัติการลดน้ำสูญเสีย, ฝคภ.	
	5	ด้านพัฒนาระบบงาน และวิชาการ		พ.	ธ.	ฝนอ.	

ลำดับโครงการ	ชื่อ โครงการ / แผนงาน		Ref.	ผู้รับผิดชอบหลัก			หน้า
				สายงาน	ชวก.	หน่วยงาน	
3	โครงการเพิ่มแรงดันน้ำในพื้นที่เป้าหมายอย่างบูรณาการ		CMO1-T3-P1				11
	1	การติดตั้ง Booster Pump เร่งด่วน		กต/กอ, กต.	ก1-5, สจ.	สำนักงานประปาสาขา, ฝคจ.	
	2	การเพิ่มแรงดันน้ำในพื้นที่ DMA เป้าหมายอย่างบูรณาการ		กต/กอ, กต.	ก1-5, สจ.	สำนักงานประปาสาขา, ฝคจ.	
4	โครงการจัดทำ Customers/Consumers Journey และ Customers/Consumers Persona รายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย		CMO2-T1-P1	กอ,พ	ก2,ธ.	ฝตส., ฝพธ.	14
5	โครงการยกระดับการให้บริการของสำนักงานประปาสาขา		CMO2-T2-P1				16
	1	พัฒนาการให้บริการของสำนักงานประปาสาขาในจุดสัมผัสบริการที่สำคัญ (Key Touch points)		กอ	ก2	ฝตส.	
	2	ทบทวน/จัดทำ Service Blueprint ของกระบวนการให้บริการลูกค้าที่สำคัญ		กอ	ก2	ฝตส.	
6	โครงการยกระดับศูนย์บริการประชาชน 1125		CMO2-T2-P2				21
	1	การศึกษาและพัฒนาระบบ Call Center		กอ	ก2	ฝตส.	
	2	เสริมสร้างศักยภาพการให้บริการ Call Center		กอ	ก2	ฝตส.	
7	โครงการมาตรอัจฉริยะ Smart Meter		CMO2-T3-P1	กต	ก	ฝมน.	25
8	โครงการพัฒนาข้อมูลชุดคำตอบสำหรับ AI-based chatbot		CMO2-T3-P2	กอ	ก2	ฝตส.	27

ลำดับโครงการ	ชื่อ โครงการ / แผนงาน		Ref.	ผู้รับผิดชอบหลัก			หน้า
				สายงาน	ชวก.	หน่วยงาน	
9	โครงการยกระดับการบริการด้วย Digital Service		CMO2-T3-P3				29
	1	การพัฒนา/เพิ่มช่องทางการรับชำระเงิน				ฝพท., ฝสบ., ฝสอ.	
	2	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป้าหมาย		กต/กอ	ก1-5	สำนักงานประปาสาขา, ฝตส., ฝพท., ฝสอ.	
	3	ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการสาขาเสมือน Virtual Branch		กอ,พ	ก2, ธ	ฝตส., ฝพท.	
10	โครงการยกระดับการจัดการข้อร้องเรียน		CMO2-T4-P1	กอ	ก2	ฝตส.	34
11	โครงการยกระดับความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย		CMO2-T5-P1				36
	1	MWA Top Tier (กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย Key Account และกลุ่มลูกค้า RCI ที่เป็น Sensitive Account)		กต/กอ	ก1-5	สำนักงานประปาสาขา, ฝตส.	
	2	กิจกรรมประปาพบประชาชน (กลุ่มลูกค้า R)		กต/กอ	ก1-5	สำนักงานประปาสาขา, ฝตส.	
12	โครงการเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลัก		CMO3-T1-P1				39
	1	แนวทางการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ ก่อนการปรับโครงสร้างค่าน้ำ		พ	ธ	ฝพธ.	
	2	ทบทวนโครงสร้างราคาค่าน้ำประปา		พ	ธ	ฝพธ.	

ลำดับโครงการ	ชื่อ โครงการ / แผนงาน		Ref.	ผู้รับผิดชอบหลัก			หน้า
				สายงาน	ชวก.	หน่วยงาน	
13	โครงการขยายการให้บริการน้ำประปาอย่างทั่วถึง เพียงพอ มั่นคง และเป็นมาตรฐานเดียวกัน		CMO3-T2-P1				41
	1	การก่อสร้างวางท่อจ่ายน้ำโครงการขยายการให้บริการน้ำประปาอย่างทั่วถึง เพียงพอและมั่นคง		ว	สบค	ฝบค.	
	2	การวางแผนงานและการก่อสร้างวางท่อประปาเพื่อขยายการให้บริการน้ำประปา		กต/กอ	ก1-5	สำนักงานประปาสาขา	
14	โครงการการให้บริการธุรกิจพัฒนาระบบประปา อปท.		CMO4-T1-P1	พ	ธ	ฝพธ.	44
15	โครงการยกระดับธุรกิจการฝึกอบรมเทคโนโลยีประปา		CMO4-T1-P2				46
	1	การพัฒนาธุรกิจการอบรมที่จัดให้กับบุคลากรท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับกิจการประปา พนักงาน Outsource รวมทั้งบุคคลและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง		พ	ธ	ฝนอ.	
	2	การพัฒนาธุรกิจการจัดฝึกอบรมศึกษาดูงาน Best Practice ต่างประเทศ		พ	ธ	ฝนอ.	
16	โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจด้านการบริการหลังมาตรวัดน้ำ		CMO4-T1-P3				49
	1	การกระตุ้นยอดขายผ่านโปรโมชั่น		พ	ธ	ฝพธ.	
	2	การประชาสัมพันธ์เจาะตลาดลูกค้าเป้าหมาย		พ	ธ	ฝพธ.	
17	โครงการยกระดับการให้บริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง		CMO4-T2-P1				51
	1	การศึกษาแนวทางการจัดตั้ง/ร่วมทุนในบริษัทในเครือ		พ	ธ	ฝพธ.	
	2	การศึกษาความเป็นไปได้และแผนการตลาดของกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องใหม่ในอนาคต (เช่น ธุรกิจน้ำ Reclaimed Water, Premium Drinking Water และ After-Meter Service Insurance)		พ	ธ	ฝพธ.	
	3	พัฒนาตู้ Premium Drinking Water		พ	ธ	ฝพธ.	

ลำดับโครงการ	ชื่อ โครงการ / แผนงาน		Ref.	ผู้รับผิดชอบหลัก			หน้า
				สายงาน	ชวก.	หน่วยงาน	
	4	การดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องตามแผนธุรกิจที่ผ่านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้		พ	ธ	ฝพธ.	

ตารางชื่อหน่วยงานและอักษรย่อ

ชื่อหน่วยงาน	อักษรย่อ
ผู้ช่วยผู้ว่าการ (แหล่งน้ำและคุณภาพน้ำ)	ชวก.(ลน.)
ฝ่ายควบคุมการส่งและจ่ายน้ำ	ฝคจ.
ฝ่ายทรัพยากรน้ำและสิ่งแวดล้อม	ฝนส.
ฝ่ายระบบส่งน้ำดิบ	ฝรด.
ฝ่ายโรงงานผลิตน้ำสามเสนและธนบุรี	ฝผส.
ฝ่ายโรงงานผลิตน้ำมหาสวัสดิ์	ฝผม.
ฝ่ายโรงงานผลิตน้ำบางเขน	ฝผข.
ฝ่ายคุณภาพน้ำ	ฝคภ.
ฝ่ายสถานีสูบจ่ายน้ำ	ฝสน.
ฝ่ายคุณภาพน้ำ	ฝคภ.
ฝ่ายบำรุงรักษาเครื่องกลและโยธา	ฝบย.
ฝ่ายนวัตกรรมองค์กร	ฝนอ.
ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์	ฝตส.
ฝ่ายมาตรวัดน้ำ	ฝมน.
ฝ่ายสนับสนุนงานบริการ	ฝสบ.
ฝ่ายสื่อสารองค์กร	ฝสอ.
ฝ่ายบริหารโครงการ	ฝบค.
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	ฝพธ.
ฝ่ายพัฒนาระบบงานดิจิทัล	ฝพท.
ฝ่ายยุทธศาสตร์และนวัตกรรมดิจิทัล	ฝยท.

ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์	ฝนย.

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO1-T1-P1 โครงการลดโอกาสเกิดและลดผลกระทบจากการหยุดจ่ายน้ำ	**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570	**โครงการใหม่**	โครงการต่อเนื่อง
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO1 ยกระดับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (ปริมาณ-คุณภาพ-แรงดันน้ำ)	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. คะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อน้ำประปาเฉลี่ยจากผลสำรวจ Quality คุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำประปา / 4.5 (คะแนน) 2. ร้อยละน้ำที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน WHO / 100 (ร้อยละ) 3. แรงดันน้ำจุดทางเข้า DMA เป้าหมายเฉลี่ย / 5 (เมตร)	**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายควบคุมการส่งและจ่ายน้ำ	
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO1-T1 กลยุทธ์ลดโอกาสเกิดและลดผลกระทบจากการหยุดจ่ายน้ำ (ปริมาณ)	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. จำนวนครั้งที่หยุดจ่ายน้ำ Unplanned / <ปีก่อน 2. ระยะเวลาที่หยุดจ่ายน้ำแต่ละครั้ง Unplanned / <SLA	**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** -	
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อบริการน้ำประปาให้ลูกค้าได้เพียงพอและสม่ำเสมอ 2. เพื่อลดผลกระทบจากการบริการต่อลูกค้า 3. เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า		**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** -	
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. ลดข้อร้องเรียน 2. เพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ			

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของแผนงานทั้งหมด (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ความล่าช้าในการดำเนินงาน	ต่ำ	1. OVD8 การตรวจสอบ/ควบคุม

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1 : การจัดทำคู่มือแนวทางและวิธีปฏิบัติเมื่อมีการก่อสร้างใกล้แนวท่อประธานและอุโมงค์ส่งน้ำ		**ตัวชี้วัด** คู่มือแนวทางและวิธีปฏิบัติเมื่อมีการก่อสร้างใกล้แนวท่อประธานและอุโมงค์ส่งน้ำแล้วเสร็จ **เป้าหมาย** ดำเนินการแล้วเสร็จภายในระยะเวลากำหนด	50%															-	-
1.1 จัดตั้งคณะทำงานจัดทำคู่มือแนวทางและวิธีปฏิบัติเมื่อมีการก่อสร้างใกล้แนวท่อประธานและอุโมงค์ส่งน้ำ	1.1 จัดตั้งคณะทำงานแล้วเสร็จตามแผน		25%	20	80											100%	- ฝคจ. (หลัก) และคณะทำงานฯ		
1.2 ดำเนินการจัดทำคู่มือแนวทางและวิธีปฏิบัติเมื่อมีการก่อสร้างใกล้แนวท่อประธานและอุโมงค์ส่งน้ำ	1.2 จัดทำเล่มคู่มือแนวทางและวิธีปฏิบัติฯ แล้วเสร็จพร้อมเผยแพร่		25%			10	10	10	10	20	20	20				100%			
1.3 นำเสนอคณะกรรมการ STC พิจารณาเห็นชอบคู่มือแนวทางและวิธีปฏิบัติเมื่อมีการก่อสร้างใกล้แนวท่อประธานและอุโมงค์ส่งน้ำ	1.3 คณะกรรมการ STC เห็นชอบ		25%										100			100%			
1.4 สื่อสารเผยแพร่คู่มือแนวทางและวิธีปฏิบัติเมื่อมีการก่อสร้างใกล้แนวท่อประธานและอุโมงค์ส่งน้ำให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องถือปฏิบัติเป็นแนวทางเดียวกัน	1.4 นำส่งคู่มือแนวทางฯ ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องถือปฏิบัติ		25%											50	50	100%			

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 2 : การเตรียมความพร้อมสำรองท่อและอุปกรณ์ในงานซ่อมท่อประธาน		**ตัวชี้วัด** คลังพัสดุ กชร. สามารถสำรองท่อและอุปกรณ์ให้ไม่ต่ำกว่าค่า Safety Stock **เป้าหมาย** คลังพัสดุ กชร. สามารถสำรองท่อและอุปกรณ์ให้ไม่ต่ำกว่าค่า Safety Stock จำนวน 95 รายการ ไม่น้อยกว่า 80%	50%															-	-
2.1 สำรวจ/ทบทวนความพร้อมของอะไหล่สำหรับการสำรองท่อและอุปกรณ์ในงานซ่อมท่อประธาน	2.1 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		50%	25	25	25	25									100%	-ฝคจ.(หลัก)		
2.2 ดำเนินการการสำรองท่อและอุปกรณ์ในงานซ่อมท่อประธาน	2.2 ดำเนินการสำรองอะไหล่อุปกรณ์สำหรับงานซ่อมท่อตามจำนวนที่เหมาะสมตามกำหนด		50%					10	10	10	10	10	10	20	20	100%			
แผน (รวม)			100%															-	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO1-T2-P1 โครงการน้ำประปาปลอดภัย (Water Safety Plan)			**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570	โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO1 ยกระดับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (ปริมาณ-คุณภาพ-แรงดันน้ำ)			**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. คะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อน้ำประปาเฉลี่ยจากผลสำรวจ Quality คุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำประปา / 4.5 (คะแนน) 2. ร้อยละน้ำที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน WHO / 100 (ร้อยละ) 3. แรงดันน้ำจุดทางเข้า DMA เป้าหมายเฉลี่ย / 5 (เมตร)		**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** คณะทำงาน WSP ฝ่ายคุณภาพน้ำ ฝ่ายสถานีสูบจ่ายน้ำ สำนักงานประปาสาขา
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO1-T2 กลยุทธ์ควบคุมและรักษามาตรฐานคุณภาพน้ำประปา			**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. ร้อยละน้ำที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน WHO / 100 (ร้อยละ)		**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** 98.5 ล้านบาท
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแผนน้ำประปาปลอดภัยขององค์การอนามัยโลก (WHO) โดยนำหลักปฏิบัติที่ดีในการผลิต และหลักการบริหารความเสี่ยงมาใช้ในการจัดการคุณภาพน้ำ ตลอดจนห่วงโซ่ระบบประปาตั้งแต่แหล่งน้ำดิบจนถึงผู้ใช้น้ำ					**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** -
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. เพื่อให้มั่นใจได้ว่าน้ำประปาที่ส่งถึงผู้ใช้น้ำมีความปลอดภัยต่อการอุปโภคบริโภค					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ Water Safety Plan (WSP) (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของแผนงานทั้งหมด (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ความล่าช้าในการดำเนินงาน	สูง	1. OVD4 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
2. การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมไม่เป็นไปตามกรอบเวลาที่กำหนด	ค่อนข้างสูง	2. OVD11 การซ่อมบำรุงโครงข่ายท่อ
3. งานวิจัยนวัตกรรมไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้	ค่อนข้างสูง	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1 : ด้านแหล่งน้ำดิบ		**ตัวชี้วัด**	10%															-	-
1.1 รวบรวมกฎหมาย ประกาศ หรือระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์คุณภาพแหล่งน้ำดิบ และศึกษาผลกระทบต่อการดำเนินงานของ กปน.	1.1 รายงานการศึกษา	จัดทำรายงานแล้วเสร็จ **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	50%	8	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	100%	- ชวก. (ลน.) - ฝนส.		
1.2 จัดทำแนวทางพัฒนากระบวนการตรวจคลองให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	1.2 แนวทางการพัฒนางานตรวจคลอง		50%	8	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	100%	- ฝรด.		
แผนงานที่ 2 : ด้านการผลิตน้ำ		**ตัวชี้วัด**	30%															-	-
2.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพน้ำเพื่อการวางแผนปรับปรุงระบบผลิตน้ำ	2.1 รายงานผลการศึกษาข้อมูลคุณภาพน้ำ	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	20%		10	15	15	15	15	15	15					100%	- ฝผส. - ฝผม. - ฝผข. - ฝคภ. (คณะทำงานฯ)		
2.2 กำหนดเกณฑ์คุณภาพน้ำตลอดกระบวนการผลิตรองรับเป้าหมายด้านคุณภาพน้ำในอนาคต	2.2 ยกร่างเกณฑ์คุณภาพน้ำตลอดกระบวนการผลิตเพื่อใช้เป็นเกณฑ์การออกแบบในอนาคต		20%								25	25	25	25		100%			
2.3 สำรวจสภาพปัจจุบันของโรงงานผลิตน้ำสามเสน เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบปรับปรุงระบบผลิตน้ำรองรับการเปลี่ยนแปลงคุณภาพน้ำดิบ	2.3 รายงานผลการศึกษาสภาพโรงงานผลิตน้ำสามเสน		60%		9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	10	100%			
แผนงานที่ 3 : ด้านการสูบจ่ายน้ำ			20%																
3.1 งานซื้อและติดตั้งเครื่องวัดคุณภาพน้ำอัตโนมัติ พร้อมอุปกรณ์ครบชุด และระบบประมวลผล ณ สถานีสูบจ่ายน้ำ	3.1 ติดตั้งแล้วเสร็จตามแผน	**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	14%	11	11	11	11	11	11	11	11	12				100%	- ฝคภ.	-	-
3.2 พัฒนากระบวนการเก็บข้อมูลการซ่อมและการตรวจสอบคุณภาพน้ำหลังงานซ่อม ในรูปแบบ Digital format	3.2 ฐานข้อมูลงานซ่อมระบบส่งน้ำ		14%	25	25	25	25									100%	- ฝคจ.	-	-

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
3.3 งานตรวจสอบโครงสร้างถังเก็บน้ำใสของสถานีสูบจ่ายน้ำ	3.3 ล้างถังเก็บน้ำใส ปีละ 2 สถานี แล้วเสร็จตามแผน	**ตัวชี้วัด** 1. ตรวจสอบโครงสร้างภายนอก 10 สถานี 2. ล้างถังเก็บน้ำใส 2 สถานี **เป้าหมาย** 1. ภายในเดือน ก.ย. 66 2. ภายในเดือน ก.ย. 66	28%																
3.3.1 โครงสร้างภายนอก (ตะแกรงระบายอากาศ/ประตูทางเข้าถังเก็บน้ำใส/ยางกันซึม)			50%			25			25			25			25	100%	- ฝสน.	2	-
3.3.2 โครงสร้างภายในและล้างถังเก็บน้ำใส ปีละ 2 สถานี พิจารณาตามความเหมาะสมและความจำเป็นในการสูบจ่ายน้ำ			50%						50						50	100%			
3.4 งานปรับปรุงโครงสร้างถังเก็บน้ำใสของสถานีสูบจ่ายน้ำ	3.4 ปรับปรุงโครงสร้างถังเก็บน้ำใส ปีละ 2 สถานี แล้วเสร็จตามแผน	**ตัวชี้วัด** เปลี่ยนวัสดุอุดรอยเชื่อมถังเก็บน้ำใส 2 สถานี **เป้าหมาย** ภายในเดือน ก.ย. 66	14%																
3.4.1 ปรับปรุงวัสดุอุดรอยเชื่อมของถังเก็บน้ำใส ปีละ 2 สถานี			100%						50						50	100%	- ฝสน.	1.5	-

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
3.5 ดำเนินงานจ้างปรับปรุงทดแทนอุปกรณ์ระบบจ่ายคลอรีนอัตโนมัติปลายสายที่หมดสภาพการใช้งาน	3.5 ดำเนินการตาม TOR จ้างปรับปรุงทดแทนอุปกรณ์ระบบจ่ายคลอรีนอัตโนมัติปลายสายแล้วเสร็จตามแผน	**ตัวชี้วัด** ผลการดำเนินงาน **เป้าหมาย** ภายในเดือน ก.ย. 66	15%																
3.5.1 จัดทำ TOR / ขออนุมัติงบประมาณ (งบลงทุน) / ดำเนินการจัดจ้าง			100%	8	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	100%	- ฝสน. (หลัก) - ฝคภ. - ฝคจ. - ฝบย.	-	-
3.6 ดำเนินงานจ้างซ่อมถังเก็บน้ำใส พร้อมงานที่เกี่ยวข้อง สถานีสูบจ่ายน้ำคลองเตย	3.6 ดำเนินการตาม TOR จ้างซ่อมถังเก็บน้ำใส สถานีสูบจ่ายน้ำคลองเตยแล้วเสร็จตามแผน	**ตัวชี้วัด** ผลการดำเนินงาน **เป้าหมาย** ภายในเดือน ก.ย. 67	15%																
3.6.1 จัดทำ TOR / ขออนุมัติงบประมาณ (งบลงทุน) / ดำเนินการจัดจ้าง			100%	8	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	100%	- ฝสน. (หลัก) - ฝคภ. - ฝคจ. - ฝบย.	-	-

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 4 : ด้านบริการผู้ใช้น้ำ		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	30%																
กิจกรรม 4.1 ระบบรายงานผลคุณภาพน้ำหลังการระบายน้ำเพื่อล้างทำความสะอาดท่อ			20%																
4.1.1 จัดทำกระบวนการควบคุมคุณภาพงานบำรุงรักษาท่อประปา ด้วยระบบ GIS Camera และสื่อสารให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.1.1 มีกระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน (SOP)		50%						50						50	100%	- สำนักงานประปาสาขา	-	-
4.1.2 ผู้ควบคุมงานรายงานคุณภาพน้ำก่อนและหลังล้างท่อลงระบบ	4.1.2 รายงานผลการปฏิบัติงานและคุณภาพน้ำหลังการดำเนินงาน		50%						50						50	100%		-	-
กิจกรรม 4.2 งานล้างท่อด้วยวิธี Uni-Directional Flushing (UDF)			20%																
4.2.1 คณะทำงานย่อยด้านปฏิบัติการลดน้ำสูญเสียคัดเลือกสาขานำร่องภาคละ 1 สาขา ดำเนินการล้างท่อด้วยวิธี UDF	4.2.1 ดำเนินการล้างท่อวิธี UDF จำนวน 5 สาขา		50%				25								75	100%	- คณะทำงานย่อยด้านปฏิบัติการลดน้ำสูญเสีย	-	-
4.2.2 จัดทำแนวทางกระบวนการขึ้นทะเบียนผู้รับจ้างที่มีความสามารถทำ UDF	4.2.2 แนวทางกระบวนการขึ้นทะเบียนผู้รับจ้าง UDF		50%				25						75			100%		-	-

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
กิจกรรม 4.3 การลดจุด Dead end เพื่อลดพื้นที่น้ำค้างท่อและคลอรีนปลายสายต่ำกว่าเกณฑ์			40%																
4.3.1 จัดทำแผนที่แนวท่อที่มีปัญหา Dead end	4.3.1 แผนที่แสดง dead end ในแต่ละสาขา		25%			33			33			34				100%	- สำนักงานประปาสาขา - ฝคภ.	-	-
4.3.2 กำหนดแนวทางและแผนงานเพื่อลดจุด Dead end ในเส้นท่อจ่ายน้ำในพื้นที่ ตามลำดับความวิกฤตของปัญหาคุณภาพน้ำ	4.3.2 แผนการดำเนินงาน		25%				33			33			34			100%		-	-
4.3.3 ดำเนินการแก้ไขปัญหา Dead end	4.3.3 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		25%					33			33			34		100%		-	-
4.3.4 ล้างท่อบริเวณรอยต่อของ DMA ที่ถูกปิดไว้	4.3.4 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		25%			25			25			25			25	100%		-	-
กิจกรรม 4.4 สร้างความเข้าใจและตระหนักใน WSP สายบริการ			20%														- คณะทำงาน WSP ด้านบริการผู้ใช้น้ำ		
4.4.1 สื่อสารผลประเมินความเสี่ยงและแผนปรับปรุง (M4&M5) ให้พนักงานระดับ หน.ส่วนขึ้นไปในสายบริการทราบ	4.4.1 หน.ส่วนขึ้นไปในสายบริการเข้าประชุมสื่อสาร		50%						50						50	100%		-	-
4.4.2 นำผลการปฏิบัติงานตามแผน WSP เข้าสู่ที่ประชุมสายงาน	4.4.2 รายงานการประชุมสายงานบริการวาระ WSP รายไตรมาส		50%			25			25			25			25	100%		-	-

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 5 : ด้านพัฒนาระบบงานและวิชาการ		**ตัวชี้วัด** รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ **เป้าหมาย** 1 ผลงาน	10%														- ฝนอ.	-	-
5.1 วิเคราะห์ผลคุณภาพน้ำในโครงการวิจัยฯ “โครงการตรวจจำแนกแหล่งกำเนิดมลพิษในแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณจังหวัดพระนครศรีอยุธยาถึงจังหวัดนนทบุรีด้วยกลุ่มจุลินทรีย์ โดยวิธี Microbial Source Tracking (MST)”	5.1 ผลการวิเคราะห์ผลคุณภาพน้ำในโครงการวิจัยฯ		10%	100												100%			
5.2 ส่งมอบร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)	5.2 ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)		10%	100												100%			
5.3 จัดการบรรยายถ่ายทอดผลการศึกษาของโครงการวิจัยฯ	5.3 ผู้ฟังบรรยายได้รับความรู้จากผลการศึกษาของโครงการวิจัยฯ		16%		100											100%			
5.4 ส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)	5.4 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)		16%		100											100%			
5.5 รายงานผลการดำเนินงานโครงการวิจัยฯ ต่อคณะทำงานด้านงานวิจัย พัฒนาและนวัตกรรม	5.5 รายงานการประชุมคณะทำงานด้านงานวิจัย พัฒนาและนวัตกรรม		16%			33	33	34								100%			
5.6 ประกาศรับข้อเสนอโครงการที่เกี่ยวข้องกับแผนน้ำประปาปลอดภัย	5.6 ข้อเสนอโครงการที่เกี่ยวข้องกับแผนน้ำประปาปลอดภัย		16%	17	17	17	17	16	16							100%			
5.7 กลั่นกรองข้อเสนอโครงการที่เกี่ยวข้องกับแผนน้ำประปาปลอดภัย	5.7 ข้อเสนอโครงการที่เกี่ยวข้องกับแผนน้ำประปาปลอดภัยที่คณะกลั่นกรองเห็นชอบแล้ว		16%							16	16	17	17	17	17	100%			
แผน (รวม)			100%															3.5	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO1-T3-P1 โครงการเพิ่มแรงดันน้ำในพื้นที่เป้าหมายอย่างบูรณาการ				**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570	โครงการใหม่ **โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO1 ยกระดับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (ปริมาณ-คุณภาพ-แรงดันน้ำ)				**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. คะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อน้ำประปาเฉลี่ยจากผลสำรวจ Quality คุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำประปา / 4.5 (คะแนน) 2. ร้อยละน้ำที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน WHO / 100 (ร้อยละ) 3. แรงดันน้ำจุดทางเข้า DMA เป้าหมายเฉลี่ย / 5 (เมตร)	**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** สำนักงานประปาสาขา ฝ่ายควบคุมการส่งและจ่ายน้ำ ฝ่ายบริหารโครงการ (ปี66 15 DMA สำนักงานประปาสาขา, ปี67-70 ฝ่ายควบคุมการส่งและจ่ายน้ำ ฝ่ายบริหารโครงการ)
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO1-T3 กลยุทธ์การเพิ่มแรงดันน้ำในพื้นที่แรงดันน้ำต่ำ (แรงดัน)				**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. แรงดันน้ำจุดทางเข้า DMA เป้าหมายเฉลี่ย / 5 (เมตร)	**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** -
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อยกระดับการให้บริการน้ำประปาในด้านแรงดันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า 2. เพื่อเพิ่มรายได้จากการขายน้ำประปาในพื้นที่แรงดันต่ำ 3. เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า					**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** -
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. รายได้ค่าน้ำที่เพิ่มขึ้น 2. ลดข้อร้องเรียน 3. เพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: แรงดันน้ำจุดทางเข้า DMA เป้าหมายเฉลี่ย (เมตร)	**KPI 1:** 4.0	**KPI 1:** 4.25	**KPI 1:** 4.50	**KPI 1:** 4.75	**KPI 1:** 5.00
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของแผนงาน (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ไม่มีพื้นที่สำหรับติดตั้ง Container และระบบท่อประธานและท่อจ่ายที่ยังไม่เหมาะสมในการติดตั้ง Booster Pump	ค่อนข้างสูง	1. OVD8 การตรวจสอบ/ควบคุม
2. การไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของพื้นที่	ค่อนข้างสูง	2. FVD12 ค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่น
3. อุปสรรคจากการติดตั้งระบบไฟฟ้า	ค่อนข้างสูง	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1 : การติดตั้ง Booster Pump เร่งด่วน		**ตัวชี้วัด** จำนวน Booster Pump ที่ติดตั้ง **เป้าหมาย** 8 จุดตามแผน	10%															ใช้งบประมาณตามแผนเดิม	
**ปีงบประมาณ 2566 ดำเนินการตามแผนงานเดิมโดยติดตั้ง Booster Pump จำนวน 8 จุด (พื้นที่อิทธิพล 16 DMA)			100%	ปี2566 ดำเนินการตามแผนงานเดิม												100%	- สำนักงานประปาสาขา - ฝคจ. - หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		
แผนงานที่ 2 : การเพิ่มแรงดันน้ำในพื้นที่ DMA เป้าหมายอย่างบูรณาการ	**อยู่ระหว่างการปรับปรุงข้อมูล	**ตัวชี้วัด** ดำเนินการได้ตามแผนงาน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	90%															ใช้งบประมาณตามแผนเดิม	
2.1 จัดเตรียมข้อมูลรายการ DMA เป้าหมายที่ต้องการเพิ่มแรงดันน้ำ			10%	100												100%	- สำนักงานประปาสาขา - ฝคจ. - หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		
2.2 การบูรณาการข้อมูลแผนงานก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานระบบประปาด้านระบบสูบจ่ายน้ำ เช่น สถานีสูบจ่ายน้ำ ท่อประธาน เป็นต้น			15%	20	80											100%	- ฝคจ.		
2.3 การวิเคราะห์แนวทางการเพิ่มแรงดันน้ำของ DMA เป้าหมาย ตาม Criteria และผลกระทบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง			20%			25	25	25	25							100%			
2.4 การจัดลำดับ Phasing พื้นที่ DMA เป้าหมายในการเพิ่มแรงดันน้ำ ตั้งแต่ปี 66-70			15%							20	80					100%			

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)												19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
2.5 ประชุมหารือกับสำนักงานประปาสาขา หน่วยงานรับผิดชอบพื้นที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความเข้าใจ/ ปรับปรุงแผนงานเพิ่มแรงดันก่อนดำเนินการจริง			10%								100					100%			
2.6 ดำเนินการตามแผนงานเพิ่มแรงดันน้ำตามลำดับ Phasing ที่กำหนดไว้			30%									25	25	25	25	100%			
แผน (รวม)			100%															-	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO2-T1-P1 โครงการจัดทำ Customers/Consumers Journey และ Customers/Consumers Persona รายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570			**โครงการใหม่**	โครงการต่อเนื่อง
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO2 ยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างทั่วถึง	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. ความพึงพอใจผู้ใช้บริการที่มีต่อประสบการณ์การใช้บริการ (ตลอด Customers/Consumers Journey) / >4.5 (คะแนน) 2. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ / 95 (ร้อยละ)			**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์, ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO2-T1 กลยุทธ์ขับเคลื่อนการตลาดด้วยข้อมูล (Data-Driven Marketing)	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาฐานข้อมูลการบริการในทุกจุดสัมผัส (Touch Points) / 100 (ร้อยละ)			**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** 7 ล้านบาท	
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มลูกค้าในทุกจุดสัมผัส (Touch points)				**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** DTO2-T2-P2, IMO2-T1-P3	
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มลูกค้าในทุกจุดสัมผัสที่ถูกบันทึกลงในระบบสารสนเทศ					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาฐานข้อมูลการบริการในทุกจุดสัมผัส (Touch Points) (ร้อยละ)	**KPI 1:** 50	**KPI 1:** 80	**KPI 1:** 90	**KPI 1:** 95	**KPI 1:** 100
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของกิจกรรม (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ความล่าช้าในการดำเนินงาน	ต่ำ	1. OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. การบันทึกข้อมูลเชิงลึกลงในระบบฐานข้อมูลไม่ครบถ้วน	ต่ำ	2. OVD3 กิจกรรมการตลาด
3. ความล่าช้าในการจัดทำ TOR	ต่ำ	3. OVD4 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
4. ระบบข้อมูลสารสนเทศไม่แล้วเสร็จตามแผน	ต่ำ	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
1. กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการจัดทำ Customers/Consumers Journey และ Customers/Consumers Persona ของธุรกิจน้ำประปาและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง	1. กลุ่มเป้าหมาย	**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของกิจกรรม **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	20%	20	80											100%	- ฝตส. (หลัก) - ฝพธ. (หลัก)	-	-
2. ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่ปรึกษาจัดทำ Customers/Consumers Journey และ Customers/Consumers Persona รายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจน้ำประปาและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง			80%														- ฝตส. (หลัก) - ฝพธ. (หลัก) - สำนักงานประปาสาขา	-	-
2.1 จัดทำข้อกำหนดและขอบเขตงาน (TOR) งานจ้างที่ปรึกษา	2.1 จัดทำ TOR แล้วเสร็จ		50%	10	10	10	20	25	25							100%			
2.2 จัดทำราคากลาง	2.2 จัดทำราคากลางแล้วเสร็จ		25%							10	40	50				100%			
2.3 กระบวนการจัดจ้าง	2.3 ดำเนินการจ้างที่ปรึกษาแล้วเสร็จ		25%										10	40	50	100%			
แผน (รวม)			100%															-	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO2-T2-P1 โครงการยกระดับการให้บริการของสำนักงานประปาสาขา	**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570	โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO2 ยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างทั่วถึง	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. ความพึงพอใจผู้ใช้บริการที่มีต่อประสบการณ์การใช้บริการ (ตลอด Customers/Consumers Journey) / >4.5 (คะแนน) 2. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ / 95 (ร้อยละ)	**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์, สำนักงานประปาสาขา	
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO2-T2 กลยุทธ์ยกระดับการให้บริการลูกค้าช่องทางดั้งเดิม (Traditional Channel)	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาฐานข้อมูลการบริการในทุกจุดสัมผัส (Touch Points) / 100 (ร้อยละ)	**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** -	
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในทุก Touch points ที่สำคัญ ผ่านการบริการของสำนักงานประปาสาขา 2. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กปน.		**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** DTO2-T2-P2	
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของประปาสาขา			

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของประปาสาขา	**KPI 1:** >4.5	**KPI 1:** >4.5	**KPI 1:** >4.5	**KPI 1:** >4.5	**KPI 1:** >4.5
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของแผนงานทั้งหมด (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ความล่าช้าในการดำเนินงาน	ต่ำ	1. OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ความล่าช้าในการรายงานผล	ต่ำ	2. OVD3 กิจกรรมการตลาด
		3. OVD4 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1 : พัฒนาการให้บริการของสำนักงานประปาสาขาในจุดสัมผัสบริการที่สำคัญ (Key Touch-point)		**ตัวชี้วัด** จำนวนกระบวนงานและขั้นตอนการให้บริการที่ได้รับการปรับปรุงจากสำนักงานประปาสาขา **เป้าหมาย** อย่างน้อย 1 กระบวนงานและขั้นตอน ต่อปี	50%															ขึ้นอยู่กับแผนปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของสำนักงานประปาสาขาในแต่ละปี	
1.1 รวบรวมข้อมูล VOC และกำหนดประเด็นความต้องการความคาดหวังที่สำคัญ ที่เกี่ยวกับการให้บริการของสำนักงานประปาสาขา เช่น - ผลการสำรวจความพึงพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน ทั้งที่สำรวจเองและสำรวจโดย 3rd Party - ช่องทางการสนับสนุนลูกค้า (ทั้งด้านข้อมูลสารสนเทศและการทำธุรกรรม) ของสำนักงานประปาสาขา รวมถึงข้อมูลสถิติการใช้บริการและข้อร้องเรียน ของลูกค้า - ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) เช่น นโยบายและทิศทางองค์กร เกณฑ์มาตรฐาน (เช่น GECC) ข้อมูลการให้บริการของคู่เทียบ (Benchmark) ฯลฯ *(เชื่อมโยง: CMO2-T1-P1 โครงการจัดทำ Customers/Consumers Journey และ Customers/ Consumers Persona รายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ DTO2-T2-P2 โครงการ Data Analytics)*	1.1 ประเด็นความต้องการความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้า		10%	20	80										100%	- ฝตส. (หลัก) - สำนักงานประปาสาขา - หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
1.2 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแผนปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของสำนักงานประปาสาขา	1.2 แผนปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของสำนักงานประปาสาขา		30%			50	50									100%	- ฝตส. (หลัก) - สำนักงานประปาสาขา		
1.3 นำเสนอแผนปรับปรุงฯ ต่อคณะกรรรมการ CMC พิจารณาความเห็นชอบและกรอบงบประมาณ (ถ้ามี)	1.3 แผนปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของสำนักงานประปาสาขาที่ผ่านการอนุมัติ		10%				50	50								100%			
1.4 ถ่ายทอดสื่อสารแผนไปให้สำนักงานประปาสาขา และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติ	1.4 การสื่อสารถ่ายทอดแผนปรับปรุงฯ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติ		10%					50	50							100%			
1.5 สำนักงานประปาสาขา และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการปฏิบัติตามแผน	1.5 ร้อยละของการดำเนินงานตามแผน		30%							15	15	15	15	15	25	100%			
1.6 ติดตาม ประเมินประสิทธิผลของการนำแผนไปปฏิบัติ	1.6 รายงานผลการดำเนินงานตามแผน		10%							15	15	15	15	15	25	100%	- ฝตส.		

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 2 : ทบทวน/จัดทำ Service Blueprint ของกระบวนการให้บริการลูกค้าที่สำคัญ		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนงานที่ 2 **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	50%															-	-
2.1 รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทบทวน/จัดทำ Service Blueprint ของกระบวนการให้บริการลูกค้า ได้แก่ - Service Blueprint ในปีที่ผ่านมา - Customers/Consumers Journey ที่ครอบคลุมวงจรชีวิตลูกค้า (Customer Life Cycle) และ Touch-point ที่สำคัญในแต่ละ Journey รวมถึงข้อมูลความต้องการ ความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้า และข้อมูลอื่น ๆ เกี่ยวข้อง ในแต่ละ Journey เช่น กระบวนการและระบบ IT ที่เกี่ยวข้อง - ข้อร้องเรียน ความไม่พึงพอใจ และปัญหาความยุ่งยากในการใช้บริการของลูกค้า - ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) เช่น นโยบายและทิศทางองค์กร ข้อมูลการให้บริการของคู่เทียบ (Benchmark) Customers/ Consumers Persona ฯลฯ *(เชื่อมโยง: CMO2-T1-P1 โครงการจัดทำ Customers/Consumers Journey และ Customers/Consumers Persona รายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ DTO2-T2-P2 โครงการ Data Analytics)*	2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทบทวน/จัดทำ Service Blueprint ของกระบวนการให้บริการลูกค้า		10%	20	80										100%	- ฝตส. (หลัก) - สำนักงานประปาสาขา - ฝนย.		

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
2.2 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทบทวน/จัดทำ Service Blueprint	2.2 Service Blueprint		30%			50	50									100%	- ฝตส. (หลัก) - สำนักงานประปาสาขา - หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		
2.3 นำเสนอ Service Blueprint ต่อคณะกรรมการ CMC พิจารณาความเห็นชอบ	2.3 Service Blueprint ที่ผ่านการเห็นชอบ		10%				100									100%			
2.4 ถ่ายทอดสื่อสารแผนไปให้สำนักงานประปาสาขา และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติ	2.4 การสื่อสารถ่ายทอดแผนปรับปรุงฯ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติ		10%					50	50							100%			
2.5 สำนักงานประปาสาขา และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำ Service Blueprint ที่ผ่านการอนุมัติไปปฏิบัติให้สอดคล้องกัน (เช่น นำ Service Blueprint ไปทบทวนกระบวนการทำงาน การควบคุมภายใน คู่มือปฏิบัติงาน และถือปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน เป็นต้น)	2.5 ผลการนำ Service Blueprint ไปใช้		30%							15	15	15	15	15	25	100%			
2.6 ติดตามประเมินประสิทธิผลของการนำ Service Blueprint ไปปฏิบัติ	2.6 รายงานผลการดำเนินงานตาม Service Blueprint		10%												100	100%			
แผน (รวม)			100%															-	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO2-T2-P2 โครงการยกระดับศูนย์บริการประชาชน 1125			**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570		โครงการใหม่ **โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO2 ยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างทั่วถึง			**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. ความพึงพอใจผู้ใช้บริการที่มีต่อประสบการณ์การใช้บริการ (ตลอด Customers/Consumers Journey) / >4.5 (คะแนน) 2. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ / 95 (ร้อยละ)		**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO2-T2 กลยุทธ์ยกระดับการให้บริการลูกค้าช่องทางดั้งเดิม (Traditional Channel)			**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ Call Center / >4.5 (คะแนน)		**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** 100 ล้านบาท
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในทุก Touch points ที่สำคัญผ่านการบริการของศูนย์บริการประชาชน 1125 2. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กปน.					**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** DTO2-T2-P2
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของศูนย์บริการประชาชน 1125					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ Call Center	**KPI 1:** 4.3	**KPI 1:** 4.4	**KPI 1:** 4.5	**KPI 1:** >4.5	**KPI 1:** >4.5
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ความล่าช้าในการจัดซื้อจัดจ้าง	ต่ำ	1. OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไม่เป็นไปตามเป้า	ต่ำ	2. OVD3 กิจกรรมการตลาด
		3. OVD4 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)												19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1 : การศึกษาและพัฒนาระบบ Call Center		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	50%														-	-
1.1 ศึกษาข้อมูลคู่เทียบในด้านกระบวนการให้บริการ Call Center ของรัฐวิสาหกิจอื่น ๆ และภาคเอกชน โดยดูในมิติต่าง ๆ เช่น ระบบ/แผนงาน Call Center การพัฒนาระบบตอบรับอัตโนมัติ IVR การเชื่อมต่อระบบกับฐานข้อมูลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น	1.1 รายงานผลการศึกษาข้อมูลคู่เทียบในมิติต่าง ๆ		15%	20	40	40										100%	- ฝตส.		
1.2 นำข้อมูลเชิงลึกจาก Customer Journey ของกลุ่มลูกค้าในทุกจุดสัมผัสที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ MWA Call Center 1125 มาพิจารณาเพื่อทบทวนและปรับปรุงกระบวนงาน/ขั้นตอนการให้บริการ *(เชื่อมโยง: CMO2-T1-P1 โครงการจัดทำ Customers/Consumers Journey และ Customers/Consumers Persona รายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ DTO2-T2-P2 โครงการ Data Analytics)"*	1.2 รายงานผลการทบทวนข้อมูลฯ		15%		20	40	40								100%			
1.3 ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการทำงาน MWA Call Center 1125 เช่น ระบบตอบรับอัตโนมัติ IVR ระบบ CRM เป็นต้น	1.3 รายงานผลการทบทวนและปรับปรุงกระบวนงาน MWA Call Center 1125		15%				20	40	40							100%			

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
1.4 การหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทั้งธุรกิจหลัก และ/หรือ ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง (ถ้ามี) เพื่อเก็บข้อมูลในการปรับปรุงคู่มือปฏิบัติงาน MWA Call Center 1125 ให้เป็นปัจจุบัน	1.4 ข้อมูลจากการหารือลงในระบบ Knowledge Base Management (KB)		10%					20	40	40						100%			
1.5 ปรับปรุงคู่มือปฏิบัติงาน MWA Call Center 1125 ให้เป็นปัจจุบันตามข้อ 1.3 และ 1.4	1.5 คู่มือปฏิบัติงาน MWA Call Center 1125 ฉบับปรับปรุงที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารตามลำดับขั้น		20%							25	25	25	25			100%			
1.6 สื่อสาร/ถ่ายทอดคู่มือปฏิบัติงาน MWA Call Center 1125 ไปยังผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องถือเป็นปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน	1.6 บันทึกการประชุมการสื่อสาร		20%	10	10	10	5	5	5	5	5	5	20	10	10	100%			
1.7 ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน (ทุกเดือน)	1.7 รายงานผลการดำเนินงาน		5%	8	8	9	8	8	9	8	8	9	8	8	9	100%			

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 2 : เสริมสร้างศักยภาพการให้บริการ Call Center		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	50%															-	-
2.1 ศึกษาแนวทางการจัดหาเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน MWA Call Center 1125 ในมิติต่าง ๆ เช่น ทักษะที่สำคัญของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ประสิทธิผลที่ควรได้รับจากการปฏิบัติงาน อาทิ Abandon Rate และจำนวนพนักงานที่เหมาะสมต่อการให้บริการของคู่เทียบ เป็นต้น	2.1 รายงานผลการศึกษาข้อมูลฯ		40%	10	10	20	20	20	20							100%	- ฝตส.		
2.2 จัดทำร่าง TOR การจัดหาเจ้าหน้าที่ MWA Call Center 1125	2.2 ร่าง TOR		40%					10	10	20	20	20	20			100%			
2.3 จัดทำบันทึกเสนอเพื่อพิจารณาขอความเห็นชอบจากผู้บริหารตามลำดับชั้น	2.3 ผลการพิจารณาฯ		20%											50	50	100%			
แผน (รวม)			100%															-	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO2-T3-P1 โครงการมาตรอัจฉริยะ Smart Meter	**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570			โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO2 ยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างทั่วถึง	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. ความพึงพอใจผู้ใช้บริการที่มีต่อประสบการณ์การใช้บริการ (ตลอด Customers/Consumers Journey) / >4.5 (คะแนน) 2. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ / 95 (ร้อยละ)			**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายมาตรวัดน้ำ	
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO2-T3 กลยุทธ์ยกระดับการให้บริการลูกค้าช่องทางดิจิทัล (Digital Channel)	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ / 95 (ร้อยละ) 2. Audience growth rate โดยเฉลี่ยของช่องทางดิจิทัล / >ปีก่อน (ร้อยละ) 3. Engagement rate โดยเฉลี่ยของช่องทางดิจิทัล/ >ปีก่อน (ร้อยละ) 4. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการช่องทางดิจิทัล / >4.5 (คะแนน)			**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** 45.86 ล้านบาท	
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อยกระดับและขยายผลการให้บริการ Smart Meter เพื่อตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า				**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** -	
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. ลดข้อร้องเรียน 2. เพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของกิจกรรม (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ความล่าช้าในการดำเนินงาน	ต่ำ	1. OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณที่ไม่เป็นไปตามที่ตั้งเป้าไว้	ต่ำ	2. OVD3 กิจกรรมการตลาด
		3. OVD4 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
1. ร่าง TOR แล้วเสร็จพร้อมผ่านคณะทำงาน Smart Meter for Top Tier	1. TOR ฉบับร่าง	**ตัวชี้วัด** ติดตั้ง Smart Meter ได้ 135 ตัว **เป้าหมาย** ภายใน เดือน ก.ย. 66		ดำเนินการแล้วเสร็จ ในปี 2565													- ฝมน.	-	-
2. ขึ้นเรื่องขออนุมัติจ้าง และผ่านการอนุมัติจ้างโดย รวก.(กต)	2. ดำเนินการแล้วเสร็จ																	-	-
3. ผ่านคณะกรรมการ TOR และราคากลาง (รวก.(กต.) อนุมัติ)	3. ได้รับความเห็นชอบ TOR และ ราคากลาง																	-	-
4. กระบวนการซื้อ	4. ดำเนินการแล้วเสร็จ		5%	25	25	25	25									100%		-	35.0
5. ผู้ขายลงนามสัญญา	5. ผู้ขาย		5%				100									100%		-	-
6. จัดทำระบบการรวบรวมและแสดงผลใน MWA on Mobile	6. ระบบการรวบรวมและแสดงผล		25%			14	14	14	14	14	15	15				100%		-	-
7. ดำเนินการติดตั้ง	7. ดำเนินการแล้วเสร็จ		30%					14	14	14	14	14	15	15		100%		-	-
8. เชื่อมโยงข้อมูลจาก Smart Meter ไป MWA on Mobile	8. ดำเนินการแล้วเสร็จ		5%										33	33	34	100%		-	-
12 งานบริหารจัดการมาตรอัจฉริยะ	12. ดำเนินการแล้วเสร็จ		30%									25	25	25	25	100%		1.2	-
แผน (รวม)			100%															36.20	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

<table>
<tr><td colspan="3">1. แผนปฏิบัติการ:
CMO2-T3-P2 โครงการพัฒนาข้อมูลชุดคำตอบสำหรับ AI-based chatbot</td><td colspan="2">2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ: ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570</td><td>โครงการใหม่</td><td>โครงการต่อเนื่อง</td></tr>
<tr><td colspan="3">3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์:
CMO2 ยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างทั่วถึง</td><td colspan="2">ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :
1. ความพึงพอใจผู้ใช้บริการที่มีต่อประสบการณ์การใช้บริการ (ตลอด Customers/Consumers Journey)/ >4.5 (คะแนน)
2. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ / 95 (ร้อยละ)</td><td colspan="2">4. ผู้รับผิดชอบหลัก:
ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์</td></tr>
<tr><td colspan="3">5. สนับสนุนกลยุทธ์:
CMO2-T3 กลยุทธ์ยกระดับการให้บริการลูกค้าช่องทางดิจิทัล (Digital Channel)</td><td colspan="2">ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :
1. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ / 95 (ร้อยละ)
2. Audience growth rate โดยเฉลี่ยของช่องทางดิจิทัล / >ปีก่อน (ร้อยละ)
3. Engagement rate โดยเฉลี่ยของช่องทางดิจิทัล/ >ปีก่อน (ร้อยละ)
4. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการช่องทางดิจิทัล / >4.5 (คะแนน)</td><td colspan="2">6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.): -</td></tr>
<tr><td colspan="5">7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อยกระดับการบริการด้วย AI-based chatbot เพื่อตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า</td><td colspan="2" rowspan="2">8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:
-</td></tr>
<tr><td colspan="5">9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. เพิ่มประสิทธิภาพของ AI-based chatbot ในการให้บริการ 2. เพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ</td></tr>
<tr><td>10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)</td><td>ปี 2566</td><td>ปี 2567</td><td>ปี 2568</td><td>ปี 2569</td><td>ปี 2570</td></tr>
<tr><td>KPI 1: ร้อยละความสามารถในการตอบคำถามของระบบอัตโนมัติ (ร้อยละ)</td><td>KPI 1: > ปีก่อน</td><td>KPI 1: > ปีก่อน</td><td>KPI 1: > ปีก่อน</td><td>KPI 1: > ปีก่อน</td><td>KPI 1: > ปีก่อน</td></tr>
<tr><td>11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)</td><td>ปี 2566</td><td>ปี 2567</td><td>ปี 2568</td><td>ปี 2569</td><td>ปี 2570</td></tr>
<tr><td>KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ (ร้อยละ)</td><td>KPI 1: 100</td><td>KPI 1: 100</td><td>KPI 1: 100</td><td>KPI 1: 100</td><td>KPI 1: 100</td></tr>
<tr><td colspan="2">12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:</td><td>ระดับความเสี่ยง</td><td colspan="3">13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. ความล่าช้าในการดำเนินงาน</td><td>ต่ำ</td><td colspan="3">1. OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</td></tr>
<tr><td colspan="2">2. ข้อมูลในการจัดทำชุดคำตอบไม่ครบถ้วน</td><td>ต่ำ</td><td colspan="3">2. OVD4 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ</td></tr>
</table>

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)												19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
1. รวบรวมชุดข้อมูลคำถามของลูกค้าจากข้อมูล Chatbot และข้อมูลในระหว่างการให้บริการ Call Center 1125 เพื่อพัฒนาชุดคำตอบ โดยจัดข้อมูลอยู่ในรูปแบบของชนิดกลุ่มคำถามและกลุ่มคำตอบ	1. กลุ่มข้อมูลคำถามและกลุ่มคำตอบ	**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	30%			25			25			25			25	100%	- ฝตส. (หลัก) - ฝยท.	-	-
2. ทบทวนและจัดทำโครงสร้างการสนทนาของ AI-based chatbot ที่ใช้ในการพัฒนาระบบ	2. โครงสร้างการสนทนาของ AI-based chatbot		30%						50						50	100%		-	-
3. นำส่งชุดข้อมูลตามข้อ 1.1 และ 1.2 ไปยังหน่วยงานที่ดูแล เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงข้อมูลชุดคำตอบสำหรับ AI-based Chatbot	3. ชุดข้อมูลที่จัดส่ง		20%						50						50	100%		-	-
4. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของ AI-based Chatbot	4. รายงานผลการดำเนินงานของ AI-Based Chatbot		20%			25			25			25			25	100%		-	-
แผน (รวม)			100%															-	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO2-T3-P3 โครงการยกระดับการบริการด้วย Digital Service			**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570	โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO2 ยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างทั่วถึง			**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. ความพึงพอใจผู้ใช้บริการที่มีต่อประสบการณ์การใช้บริการ (ตลอด Customers/Consumers Journey) / >4.5 (คะแนน) 2. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ / 95 (ร้อยละ)		**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์, ฝ่ายสนับสนุนงานบริการ, ฝ่ายพัฒนาและสนับสนุนเทคโนโลยี, ฝ่ายสื่อสารองค์กร
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO2-T3 กลยุทธ์ยกระดับการให้บริการลูกค้าช่องทางดิจิทัล (Digital Channel)			**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ / 95 (ร้อยละ) 2. Audience growth rate โดยเฉลี่ยของช่องทางดิจิทัล / >ปีก่อน (ร้อยละ) 3. Engagement rate โดยเฉลี่ยของช่องทางดิจิทัล/ >ปีก่อน (ร้อยละ) 4. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการช่องทางดิจิทัล / >4.5 (คะแนน)		**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** -
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในทุก Touch points ที่สำคัญผ่านการบริการของศูนย์บริการประชาชน 1125 2. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กปน.					**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** DTO1-T1-P1, DTO2-T2-P2
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของศูนย์บริการประชาชน 1125					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์	**KPI 1:** 91%	**KPI 1:** 92%	**KPI 1:** 93%	**KPI 1:** 94%	**KPI 1:** 95%
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	ต่ำ	1. OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ไม่เกิดประสิทธิผลตามที่คาดการณ์ไว้	ต่ำ	2. OVD3 กิจกรรมการตลาด

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1 : การพัฒนา/เพิ่มช่องทางการรับชำระเงิน		**ตัวชี้วัด** ระดับความพึงพอใจของกลุ่มพันธมิตร (ตัวแทนรับชำระค่าน้ำประปา) **เป้าหมาย** เพิ่มขึ้นจากปีฐาน (ปี 2564: 3.98)	40%															-	-
1.1 ประสานงานกับกลุ่มพันธมิตร (ตัวแทนรับชำระเงิน) ในการวางแผนและพัฒนาเพิ่มช่องทางการรับชำระเงิน "หลากหลาย จูงใจ ปลอดภัย" รวมทั้งจัดทำสัญญาแต่งตั้งตัวแทนการรับชำระเงินค่าน้ำประปาฯ	1.1 ช่องทางการรับชำระเงิน		30%	30				40				30				100%	- ฝสบ.		
1.2 บริหารช่องทางการรับชำระเงินผ่านตัวแทนรับชำระค่าน้ำประปา และสาธารณูปโภคอื่น ๆ	1.2 ดำเนินการแล้วเสร็จ		40%	30				40				30				100%	- ฝพท.		
1.3 ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ	1.3 ดำเนินการแล้วเสร็จ		30%	30				40				30				100%	- ฝสอ.		

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 2 : การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป้าหมาย		**ตัวชี้วัด** ร้อยละของความสำเร็จของแผนงาน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	30%															-	-
2.1 ประชุมหารือเชิงรุกกับกลุ่มพันธมิตรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านช่องทางการให้บริการรับชำระเงินค่าน้ำประปา	2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย		50%	30				40				30				100%	- ฝพท. - หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		
2.2 จัดทำแผนส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้เกิดการชำระเงินค่าน้ำประปา "หลากหลาย จูงใจ ปลอดภัย" ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยรักษากลุ่มลูกค้าเดิม และแสวงหากลุ่มลูกค้าใหม่ในช่องทางต่าง ๆ เช่น 2.2.1 ผ่านช่องทางดั้งเดิม: สำนักงานประปาสาขา MWA Call Center, ใบปลิว, ป้ายประชาสัมพันธ์ ฯลฯ 2.2.2 ผ่านช่องทางดิจิทัล: Facebook, Line Official, Website, YouTube ฯลฯ 2.2.3 ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและสร้างความสัมพันธ์ ของ กปน. 2.2.4 ผ่านช่องทางภายนอก: Influencer, Facebook ขององค์กรภายนอก	2.2 แผนการตลาดและประชาสัมพันธ์รายปี (อย่างน้อย 4 ครั้งต่อปี)		10%	80	20											100%	- ฝตส. - ฝสอ.		
2.3 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับกิจกรรมและวัตถุประสงค์ตาม 2.2	2.3 สื่อประชาสัมพันธ์		10%		80	20										100%	- ฝสอ.		

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
2.4 ดำเนินการตามแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์	2.4 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		20%			10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100%	- ฝตส. - ฝสอ. - สำนักงานประปาสาขา		
2.5 ติดตามและประเมินแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์ และการรับรู้ของผู้ใช้บริการในช่องทางดิจิทัลที่เกี่ยวข้อง	2.5 รายงานผลประเมินแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์และผลการรับรู้		10%						30			30			40	100%	- ฝตส. - ฝสอ.		
แผนงานที่ 3: ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการสาขาเสมือน Virtual Branch			30%															-	-
3.1 ประชุมหารือเพื่อหาแนวทางและรูปแบบการให้บริการเพื่อรองรับการบริการรูปแบบใหม่ๆ ในอนาคต (เช่น Metaverse, E-marketplace, การใช้ Blockchain เพื่อยืนยันความถูกต้องของเอกสารสำคัญทางการเงิน/สัญญา และการยืนยันตัวตนของผู้ทำธุรกรรม เป็นต้น) โดยการศึกษาพฤติกรรมลูกค้า ความต้องการ/ความคาดหวังและข้อมูลคู่เทียบ *(เชื่อมโยง: CMO2-T1-P1 โครงการจัดทำ Customers/Consumers Journey และ Customers/Consumers Persona รายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ DTO2-T2-P2 โครงการ Data Analytics)*	3.1 รายงานการประชุม	**<u>ตัวชี้วัด</u>** ร้อยละของความสำเร็จของแผนงาน **<u>เป้าหมาย</u>** ร้อยละ 100	30%	10	20	70										100%	- ฝพท. (หลัก) - ฝตส. - ฝสบ. - สำนักงานประปาสาขา - ฝนย. - ฝสอ.		
3.2 ศึกษาความเป็นไปได้ของแนวทางและรูปแบบการให้บริการในรูปแบบใหม่ในอนาคต และการพิจารณาจัดลำดับความสำคัญรูปแบบบริการใหม่	3.2 ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้		30%				10	10	20	20	20	20				100%	- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
3.3 นำเสนอคณะกรรมการ CMC เห็นชอบผลการพิจารณาในข้อ 3.2	3.3 มติคณะกรรมการ CMC ให้ความเห็นชอบ		20%										100			100%	- คณะกรรมการ CMC		
3.4 แจ้งผลการจัดลำดับความสำคัญรูปแบบบริการใหม่ให้กับหน่วยงานดูแลระบบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไป	3.4 บันทึกแจ้งหน่วยงานดูแลระบบ		20%												100	100%	- ฝตส.		
แผน (รวม)			100%															-	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO2-T4-P1 โครงการยกระดับการจัดการข้อร้องเรียน			**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570		โครงการใหม่ / **โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO2 ยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างทั่วถึง			**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. ความพึงพอใจผู้ใช้บริการที่มีต่อประสบการณ์การใช้บริการ (ตลอด Customers/Consumers Journey) / >4.5 (คะแนน) 2. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ / 95 (ร้อยละ)		**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO2-T4 กลยุทธ์ยกระดับการจัดการข้อร้องเรียน และเรื่องแจ้งเหตุ			**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการแก้ไขข้อร้องเรียน / 4.25 (คะแนน)		**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** -
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อยกระดับการบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ 2. เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า 3. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กปน.					**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** DTO1-T1-P2, DTO2-T2-P2
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดการข้อร้องเรียน					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละในการแก้ไขข้อร้องเรียนภายใน SLA	**KPI 1:** >80%	**KPI 1:** >80%	**KPI 1:** >80%	**KPI 1:** >80%	**KPI 1:** >80%
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ความล่าช้าในการดำเนินงาน	ต่ำ	1. OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไม่เป็นไปตามเป้า	ต่ำ	2. OVD8 การตรวจสอบ/ควบคุม
3. ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	ต่ำ	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
1. ศึกษาข้อมูลคู่เทียบในด้านกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนของรัฐวิสาหกิจอื่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในมิติต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูล Pain Point ของแต่ละ Customer Journey *(เชื่อมโยง: CMO2-T1-P1 โครงการจัดทำ Customers/Consumers Journey และ Customers/Consumers Persona รายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ DTO2-T2-P2 โครงการ Data Analytics)*	1. รายงานผลการศึกษาข้อมูลคู่เทียบในมิติต่าง ๆ และ Pain Point ของแต่ละ Customer Journey	**<u>ตัวชี้วัด</u>** ร้อยละของความสำเร็จของแผนงาน **<u>เป้าหมาย</u>** ร้อยละ 100	10%	5	25	25	45									100%	- ฝตส. (หลัก) - หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	-	-
2. ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนอ้างอิงมาตรฐาน ISO 10002 และปรับปรุงกระบวนการหรือขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียน	2. รายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการฯ		20%			10	25	65								100%		-	-
3. ปรับปรุงคู่มือและนโยบายการจัดการข้อร้องเรียนให้เป็นปัจจุบัน	3. คู่มือและนโยบายการจัดการข้อร้องเรียน		20%					30	30	40						100%		-	-
4. นำเสนอคณะกรรมการ CMC พิจารณาเห็นชอบและนำเสนอคณะกรรมการ กปน. หรือคณะกรรมการที่ได้รับมอบหมายพิจารณาเห็นชอบ	4. ได้รับความเห็นชอบภายในเวลากำหนด		10%							16	16	17	17	17	17	100%		-	-
5. สื่อสาร/ถ่ายทอด คู่มือและนโยบายไปยังลูกค้าและพนักงาน/ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง คู่ค้า คู่ความร่วมมือ ทราบและถือเป็นปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน	5. บันทึกการสื่อสารจากคณะกรรมการ CMC		30%	8	8	9	8	8	9	8	8	9	8	8	9	100%		-	-
6. ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดในระเบียบวิธีปฏิบัติ	6. รายงานสรุปผลการดำเนินงานข้อร้องเรียน		10%	8	8	9	8	8	9	8	8	9	8	8	9	100%		-	-
แผน (รวม)			100%															-	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO2-T5-P1 โครงการยกระดับความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570			โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO2 ยกระดับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างทั่วถึง	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. ความพึงพอใจผู้ใช้บริการที่มีต่อประสบการณ์การใช้บริการ (ตลอด Customers/Consumers Journey) / >4.5 (คะแนน) 2. ร้อยละการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ / 95 (ร้อยละ)			**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์, สำนักงานประปาสาขา	
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO2-T5 กลยุทธ์ด้านการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าต่อการสร้างความสัมพันธ์เฉลี่ยจากแผนงาน / >4.5 (คะแนน)			**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** 2.0 ล้านบาท	
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อยกระดับความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2. เพื่อรวบรวมความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 3. เพื่อสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์ตามจุดประสงค์ที่กำหนดเชิงรุก 4. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กปน.				**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** -	
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. ลดข้อร้องเรียน 2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการการสร้างความสัมพันธ์ (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จในการจัดกิจกรรมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ความล่าช้าในการดำเนินงาน	ต่ำ	1. OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ความล่าช้าในการเบิกจ่ายวัสดุอุปกรณ์	ต่ำ	2. OVD3 กิจกรรมการตลาด
3. ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าต่อการสร้างความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นไปตามเป้า	ต่ำ	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)												19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1 : MWA Top Tier (กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย Key Account และกลุ่มลูกค้า RCI ที่เป็น Sensitive Account)		**ตัวชี้วัด** 1. จำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ได้ดำเนินการ 2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้า MWA Top Tier **เป้าหมาย** 1. 100% ของกลุ่มเป้าหมาย 2. ไม่ต่ำกว่า 4.5	50%															-	-
1.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และรูปแบบกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์	1.1 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการสร้างความสัมพันธ์		20%	100												100%	- ฝตส. (หลัก) - สำนักงานประปาสาขา		
1.2 จัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย - การคัดเลือกลูกค้า - การจัดตั้งทีมงาน - การจัดเตรียมแนวทางการดูแลลูกค้า - การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า - การประเมินผล	1.2 แผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย		20%	20	80											100%			
1.3 ดำเนินการตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	1.3 ร้อยละความสำเร็จการดำเนินงานตามแผน		40%		5	5	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100%	- สำนักงานประปาสาขา (หลัก) - ฝตส.		
1.4 ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	1.4 รายงานผลการติดตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย		20%				25			25			25		25	100%	- ฝตส. (หลัก) - สำนักงานประปาสาขา		

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)												19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 2 : กิจกรรมประปาพบประชาชน (กลุ่มลูกค้า R)		**ตัวชี้วัด** 1. กลุ่มพื้นที่เป้าหมายที่เข้าดำเนินกิจกรรมในแต่ละสาขา 2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าและชุมชน ที่เข้าร่วมกิจกรรม **เป้าหมาย** 1. อย่างน้อย 4 ครั้งต่อปี 2. ไม่ต่ำกว่า 4.5	50%															-	-
2.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และรูปแบบกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์	2.1 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการสร้างความสัมพันธ์		10%	100												100%	- สำนักงานประปาสาขา (หลัก) -คณะกรรมการ CMC		
2.2 จัดทำแผนการจัดกิจกรรมพบประชาชน	2.2 แผนการจัดกิจกรรมพบประชาชน		10%	20	80											100%			
2.3 ดำเนินการตามแผนการจัดกิจกรรมพบประชาชน	2.3 ร้อยละความสำเร็จการดำเนินงานตามแผน		60%			25			25			25			25	100%	- สำนักงานประปาสาขา (หลัก)		
2.4 ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานกิจกรรมพบประชาชน	2.4 รายงานผลการดำเนินงานกิจกรรมพบประชาชน		20%				25			25			25		25	100%	- ฝตส. (หลัก) - สำนักงานประปาสาขา		
แผน (รวม)			100%															-	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO3-T1-P1 โครงการเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลัก	**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2567			**โครงการใหม่**	โครงการต่อเนื่อง
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO3 การเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลักเพื่อความมั่นคงขององค์กร	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. รายได้จากธุรกิจหลัก / 18,200 (ล้านบาท)			**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO3-T1 กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลัก	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. รายได้จากธุรกิจหลัก / 18,200 (ล้านบาท)			**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** -	
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อสร้างเสถียรภาพทางการเงินให้องค์กร และปรับโครงสร้างราคาให้สอดคล้องต้นทุนอย่างเป็นธรรม				**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** -	
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. สามารถปรับโครงสร้างราคาค่าน้ำสำเร็จ เพื่อให้ต้นทุนค่าน้ำประปาสะท้อนต้นทุนที่แท้จริง และองค์กรมีเงินสำหรับการลงทุนโครงการสำคัญในอนาคต					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ได้รับความเห็นชอบการปรับขึ้นค่าน้ำจากคณะกรรมการ กปน.	**KPI 1:** -	**KPI 1:** 100%	**KPI 1:** -	**KPI 1:** -	**KPI 1:** -
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ	**KPI 1:** -	**KPI 1:** 100%	**KPI 1:** -	**KPI 1:** -	**KPI 1:** -

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ไม่ได้รับความเห็นชอบให้ปรับโครงสร้างอัตราค่าน้ำ เนื่องจากช่วงเวลาการปรับค่าน้ำไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์	สูงมาก	1. FVD1 รายได้ค่าน้ำและรายได้ค่าน้ำดิบ
2. โครงสร้างอัตราค่าน้ำมีข้อมูลไม่ครบถ้วนสมบูรณ์	ต่ำ	2. OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ความล่าช้าในการดำเนินงาน	ต่ำ	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)												19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1 : แนวทางการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ก่อนการปรับโครงสร้างค่าน้ำ		**ตัวชี้วัด** ร้อยละของความสำเร็จของแผนงาน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	30%															-	-
1.1 ประชุมหารือแนวทางสนับสนุนการปรับโครงสร้างค่าน้ำ อาทิ การออกสื่อประชาสัมพันธ์ การติดต่อประสานงาน เป็นต้น	1.1 ผลการหารือแนวทางการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์		40%	30	70											100%	- ฝพธ. - ฝสอ.		
1.2 จัดจ้างผู้รับจ้างจัดทำและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์	1.2 ได้ผู้รับจ้าง		10%		33	33	34									100%			
1.3 ดำเนินงานตามแนวทางตามข้อ 1.1	1.3 การดำเนินการตามแผนการดำเนินงาน		50%			10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100%			
แผนงานที่ 2 : ทบทวนโครงสร้างราคาค่าน้ำประปา		**ตัวชี้วัด** มติการปรับขึ้นค่าน้ำจากคณะกรรมการกปน. **เป้าหมาย** ได้รับความเห็นชอบ	70%															-	-
2.1 ทบทวนโครงสร้างราคา และประมวลผลรายได้ค่าน้ำประปา	2.1 ผลการทบทวน		30%	33	33	34										100%	- ฝพธ.		
2.2 นำเสนอขอความเห็นชอบต่อคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายองค์กร (Steering Committee) คณะอนุกรรมการพัฒนาองค์กร และคณะกรรมการ กปน.	2.2 คณะกรรมการ กปน. ให้ความเห็นชอบการปรับโครงสร้างราคาค่าน้ำ		70%		40	40	20									100%			
แผน (รวม)			100%															-	

หมายเหตุ 1. กปน.อยู่ระหว่างดำเนินการในปีงบประมาณ 2565 กรณีที่คณะกรรมการ กปน. ไม่เห็นชอบให้ปรับโครงสร้างค่าน้ำ กปน. จะทบทวนโครงสร้างค่าน้ำอีกครั้งตามนโยบายของคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายองค์กร (Steering Committee)

2. ในกรณีที่การอนุมัติปรับโครงสร้างค่าน้ำแล้วสำเร็จ ฝพธ และ ฝสอ. จะร่วมกันดำเนินการจัดหางบประมาณในการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรม 1.2 ต่อไป

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO3-T2-P1 โครงการขยายการให้บริการน้ำประปาอย่างทั่วถึง เพียงพอ มั่นคง และเป็นมาตรฐานเดียวกัน	**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570			โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO3 การเพิ่มมูลค่าธุรกิจหลักเพื่อความมั่นคงขององค์กร	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. รายได้จากธุรกิจหลัก / 18,200 (ล้านบาท)			**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายบริหารโครงการ, สำนักงานประปาสาขา	
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO3-T2 กลยุทธ์การขยายเขตการให้บริการน้ำประปาให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ปริมาณ)	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. รายได้จากธุรกิจหลัก / 18,200 (ล้านบาท)			**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** 1,038.45 ล้านบาท	
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีน้ำประปาใช้อย่างทั่วถึง				**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** -	
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. รายได้ค่าน้ำที่เพิ่มขึ้น 2. เพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: จำนวนกิโลเมตรวางท่อประปาใหม่	**KPI 1:** ไม่ต่ำกว่า 70 กม.	**KPI 1:** ไม่ต่ำกว่า 70 กม.	**KPI 1:** ไม่ต่ำกว่า 50 กม.	**KPI 1:** ไม่ต่ำกว่า 50 กม.	**KPI 1:** ไม่ต่ำกว่า 50 กม.
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ความล่าช้าจากขั้นตอนกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง	ต่ำ	1. FVD1 รายได้ค่าน้ำและรายได้ค่าน้ำดิบ
2. ความล่าช้าของผู้รับเหมา	ต่ำ	2. OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	ต่ำ	3. FVD16 ท่อและมาตรวัดน้ำ

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)												19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1: การก่อสร้างวางท่อจ่ายน้ำ โครงการขยายการให้บริการน้ำประปาอย่างทั่วถึง เพียงพอและมั่นคง		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	50%															
1.1 ทบทวน คัดเลือกเส้นทาง และจัดทำแผนงานวางท่อประปา	1.1 แผนงานวางท่อประปา		10%	35	35	30										100%	- ฝบค.	-	-
1.2 สำรวจออกแบบเส้นทางวางท่อประปา	1.2 ผลสำรวจการออกแบบ		10%		10	10	10	10	10	10	10	10	10	5	5	100%		-	-
1.3 จัดทำแบบรูปรายการงานก่อสร้าง/ราคากลาง	1.3 รายการงานก่อสร้าง/ราคากลาง		10%			10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100%		-	-
1.4 จัดจ้างหาผู้รับจ้างงานก่อสร้างวางท่อประปา	1.4 ผู้รับจ้างงานก่อสร้าง		10%				20	10	10	10	10	10	10	10	10	100%		-	60
1.5 ดำเนินการก่อสร้าง	1.5 สามารถดำเนินการก่อสร้างได้ระยะทางไม่ต่ำกว่า 30 กม.		60%					13	13	13	13	12	12	12	12	100%		-	-

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 2: การวางแผนงานและการก่อสร้างวางท่อประปาเพื่อขยายการให้บริการน้ำประปา		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	50%																
2.1 สำรวจเส้นทางที่ประชาชนยังไม่เข้าถึงน้ำประปา จัดทำแบบแปลน และประมาณราคาค่าก่อสร้างเพื่อพิจารณาคัดเลือกเส้นทางที่ กปน. จะดำเนินการเองหรือขอสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงาน อปท. รวมถึงประสานงานเพื่อจัดทำ MOU ร่วมกันระหว่าง กปน. และ อปท.	2.1 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		40%	8	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	100%	- สำนักงานประปาสาขา (หลัก) - คณะทำงานขยายเขตฯ	-	-
2.2 ดำเนินการก่อสร้างวางท่อประปาตามเส้นทางที่สำรวจออกแบบไว้	2.2 สามารถดำเนินการก่อสร้างได้ระยะทางไม่ต่ำกว่า 50 กม.		40%	8	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	100%		-	225
2.3 ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้น้ำทราบถึงโครงการฯ พร้อมเชิญชวนให้มาดำเนินการขอติดตั้งประปาใหม่	2.3 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		10%	8	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	100%		-	-
2.4 ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานพร้อมทั้งประเมินผลการดำเนินงานของโครงการฯ	2.4 รายงานผลการดำเนินงานและผลประเมิน		10%	8	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	100%		-	-
แผน (รวม)			100%															285	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO4-T1-P1 โครงการการให้บริการธุรกิจพัฒนาระบบประปา อปท.	**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570			โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO4 การขยายธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเพื่อความยั่งยืนขององค์กร	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง / 2,000 (ล้านบาท)			**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO4-T1 กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเดิม / 700 (ล้านบาท)			**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** 0.15 ล้านบาท	
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อขยายฐานลูกค้า				**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** HCMO1-T1-P2, HCMO2-T3-P1	
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. รายได้ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเพิ่มขึ้น					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: รายได้จากการให้บริการธุรกิจพัฒนาระบบประปา อปท. (ล้านบาท)	**KPI 1:** 10	**KPI 1:** 30	**KPI 1:** 40	**KPI 1:** 50	**KPI 1:** 60
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: จำนวนหน่วยงานราชการหรือองค์กรไม่แสวงหากำไรที่เพิ่มขึ้น (หน่วยงาน)	**KPI 1:** 5	**KPI 1:** 5	**KPI 1:** 5	**KPI 1:** 5	**KPI 1:** 5

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. การบริหารบุคลากร/การทำสัญญาจ้างลูกจ้าง ดำเนินงานระบบบริหารงานประปาไม่ทันต่อความต้องการลูกค้า	ต่ำ	1. FVD4 รายได้ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (เสริม)
2. ความชัดเจนในการดำเนินงาน เรื่องการจัดหาพัสดุภายใต้ พ.ร.บ.60 ประกอบการให้บริการสามารถทำได้หรือไม่	ค่อนข้างต่ำ	2.OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
		3.OVD10 การลงทุนในโครงการใหม่

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)												19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์การดำเนินธุรกิจรับจ้างพัฒนาระบบประปาของ กปน. ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย	1. ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน	**ตัวชี้วัด** รายได้จากการให้บริการธุรกิจพัฒนาระบบประปา อปท. **เป้าหมาย** 10 ล้านบาท	10%		25			25		25			25			100%	- ฝพธ.	0.15	-
2. ศึกษาระบบผลิตน้ำประปาสำหรับหน่วยงานราชการหรือองค์กรไม่แสวงหากำไร	2. ผลการศึกษา		10%			25			25		25			25		100%			
3. สำรวจความต้องการในการพัฒนาและปรับปรุงระบบประปาของหน่วยงานราชการหรือองค์กรไม่แสวงหากำไร	3. ผลสำรวจความต้องการ		10%	25			25			25		25				100%			
4. ให้บริการคำปรึกษา พัฒนา และบริการจัดระบบประปาให้แก่หน่วยงานราชการหรือองค์กรไม่แสวงหากำไร	4. ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		70%	5	5	5	5	10	10	10	10	10	10	10	10	100%			
แผน (รวม)			100%															0.15	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO4-T1-P2 โครงการยกระดับธุรกิจการฝึกอบรมเทคโนโลยีประปา	**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570			โครงการใหม่	**โครงการต่อเนื่อง**
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO4 การขยายธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเพื่อความยั่งยืนขององค์กร	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง / 2,000 (ล้านบาท)			**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายนวัตกรรมองค์กร	
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO4-T1 กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเดิม / 700 (ล้านบาท)			**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** 31.43 ล้านบาท	
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อยกระดับมาตรฐานธุรกิจการฝึกอบรมเทคโนโลยีประปาให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ 2. เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสอดรับกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน 3. เพื่อขยายฐานลูกค้า				**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** HCMO1-T1-P2, HCMO2-T3-P1	
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. เพิ่มรายได้ และลดต้นทุนค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานธุรกิจการฝึกอบรมเทคโนโลยีประปา					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: รายได้จากธุรกิจการฝึกอบรมเทคโนโลยีประปา (ล้านบาท)	**KPI 1:** 5.60	**KPI 1:** 9.00	**KPI 1:** 9.50	**KPI 1:** 9.90	**KPI 1:** 10.90
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมไม่เป็นไปตามที่ตั้งเป้าไว้	ต่ำ	1.FVD4 รายได้ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (เสริม)
2. การดำเนินการแผนฝึกอบรมไม่เป็นไปความต้องการของผู้ใช้บริการ	ต่ำ	2.OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ความล่าช้าในการดำเนินงาน	ค่อนข้างต่ำ	3.OVD3 กิจกรรมการตลาด
4. ไม่สามารถไปศึกษาดูงานที่ต่างประเทศได้	ค่อนข้างต่ำ	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1.การพัฒนาธุรกิจการอบรมที่จัดให้กับบุคลากรท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับกิจการประปางานบริการของพนักงาน Outsource รวมทั้งบุคคลและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง*		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน	90%															-	-
1.1 ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการในการจัดฝึกอบรม/วิเคราะห์และคัดเลือกหลักสูตรในการฝึกอบรม/ปรับปรุงหลักสูตรในการจัดฝึกอบรมให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	1.1 ผลการทบทวนและการปรับปรุงกระบวนการ	**เป้าหมาย** ร้อยละ 100	3%	100												100%	- ฝนอ.	-	-
1.2 จัดทำแผนการจัดฝึกอบรม แผนการตลาดและช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ	1.2 แผนการจัดฝึกอบรมและแผนการตลาด		5%		100											100%		-	-
1.3 ดำเนินการตามแผน และการตลาดที่ตั้งไว้	1.3 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		45%			11	11	11	11	11	11	11	11	12		100%		3.92	-
1.4 ประเมินผลการดำเนินงาน และความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรม	1.4 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		45%			11	11	11	11	11	11	11	11	12		100%		-	-
1.5 สรุปผลการประเมินเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป	1.5 รายงานผลการดำเนินงานและผลประเมิน		2%												100	100%		-	-

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 2 : การพัฒนาธุรกิจการจัดฝึกอบรมศึกษาดูงาน Best Practice ต่างประเทศ		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	10%															-	-
2.1 ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการในการจัดฝึกอบรม/วิเคราะห์และคัดเลือกหลักสูตรในการฝึกอบรม/ปรับปรุงหลักสูตรในการจัดฝึกอบรมให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	2.1 ผลการทบทวนและการปรับปรุงกระบวนการ		3%									25	25	25	25	100%	- ฝนอ.		
2.2 ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างการจัดศึกษาดูงาน Best Practice ต่างประเทศ	2.2 ผู้รับจ้างการจัดศึกษาดูงาน		30%									25	25	25	25	100%			
2.3 ผู้รับจ้างดำเนินการตามขอบเขตของงาน (TOR)	2.3 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		25%		10	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	100%			
2.4 ดำเนินการจัดอบรมภายในประเทศ/ศึกษาดูงาน Best Practice ต่างประเทศ	2.4 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		30%						15	15	14	14	14	14	14	100%			
2.5 ประเมินผลการดำเนินงาน และความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรม	2.5 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		10%						15	15	14	14	14	14	14	100%			
2.6 สรุปผลการประเมินเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป	2.6 รายงานผลการดำเนินงานและผลประเมิน		2%						15	15	14	14	14	14	14	100%			
แผน (รวม)			100%															3.92	

หมายเหตุ

* กลุ่มลูกค้าทั้งหมด ประกอบด้วย

1. บุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
2. ผู้รับจ้างการประปานครหลวง
3. พนักงานการประปานครหลวง
4. บุคคลทั่วไป
5. นักเรียน/นักศึกษา
6. หน่วยงานความร่วมมือ
7. หน่วยงานประปาต่างประเทศ

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO4-T1-P3 โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจด้านการบริการหลังมาตรวัดน้ำ	**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570			**โครงการใหม่**	โครงการต่อเนื่อง
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO4 การขยายธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเพื่อความยั่งยืนขององค์กร	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง / 2,000 (ล้านบาท)			**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO4-T1 กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง	**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเดิม / 700 (ล้านบาท)			**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** 1 ล้านบาท	
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อขยายฐานลูกค้าและสร้างการรับรู้สำหรับธุรกิจด้านการบริการหลังมาตรวัดน้ำให้ทั่วถึง				**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** DTO2-T2-P2, HCMO1-T1-P2, HCMO2-T3-P1	
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. เพิ่มรายได้ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องที่ขยายจากธุรกิจเดิม					

10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: รายได้จากธุรกิจด้านการบริการหลังมาตรวัดน้ำ (ล้านบาท)	**KPI 1:** 20	**KPI 1:** 21	**KPI 1:** 22.05	**KPI 1:** 23.15	**KPI 1:** 24.31
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ไม่เกิดประสิทธิผลตามที่คาดการณ์ไว้	ต่ำ	1.FVD4 รายได้ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (เสริม)
2. ลูกค้าไม่ตอบรับ Promotion	ต่ำ	2.OVD2 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ความล่าช้าในการดำเนินงาน	ต่ำ	3.OVD3 กิจกรรมการตลาด

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)												19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1: การกระตุ้นยอดขายผ่านโปรโมชั่น		**ตัวชี้วัด** จำนวน Promotion Package ที่จัดทำ **เป้าหมาย** 2 Package	30%															
1.1 ประชุมหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำ/ทบทวน/ศึกษาความเป็นไปได้ Promotion Package ในการกระตุ้นยอดขาย ซึ่งสามารถอยู่ในรูปแบบเช่น 1.1.1 Package ลูกค้าใหม่ 1.1.2 Package การใช้บริการตลอด 1 ปี 1.1.3 Cross-selling Package	1.1 ผลการศึกษาความเป็นไปได้		70%	20	40	40										100%	- ฝพธ.		
1.2 นำเสนอ Promotion Package ต่อลูกค้า	1.2 Promotion Package		20%				10	10	10	10	10	10	10	15	15	100%			
1.3 ติดตามและประเมิน Promotion Package	1.3 รายงานผลประเมิน		5%					12	12	12	12	12	12	14	14	100%			
1.4 ทบทวน Promotion Package	1.4 รายงานผลทบทวน		5%								20	20	20	20	20	100%			
แผนงานที่ 2: การประชาสัมพันธ์เจาะตลาดลูกค้าเป้าหมาย		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	70%															
2.2 ประชุมหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนการตลาด (Push และ Pull strategy) และประชาสัมพันธ์ธุรกิจด้านการบริการหลังมาตรวัดน้ำ ทั้งด้านการบริการและ Promotion Package ผ่านทั้งช่องทางดั้งเดิมและดิจิทัล	2.2 แผนการตลาด		22%	20	40	40										100%	- ฝพธ.	-	-
2.3 จ้างผู้รับจ้างจัดทำและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์	2.3 ได้ผู้รับจ้าง		11%	30	35	35										100%		1	-
2.4 ดำเนินการตามแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์	2.4 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		56%				10	10	12	12	12	12	12	10	10	100%		-	-
2.5 ติดตามและประเมินแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์	2.5 ผลทบทวนและผลประเมินรายปี		11%						35			35			30	100%		-	-
แผน (รวม)			100%															1	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. แผนปฏิบัติการ: CMO4-T2-P1 โครงการยกระดับการให้บริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง			**2. ระยะเวลาดำเนินโครงการ:** ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570		**โครงการใหม่** โครงการต่อเนื่อง
3. สนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์: CMO4 การขยายธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเพื่อความยั่งยืนขององค์กร			**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย SO :** 1. รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง / 2,000 (ล้านบาท)		**4. ผู้รับผิดชอบหลัก:** ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ
5. สนับสนุนกลยุทธ์: CMO4-T1 กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง			**ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมายกลยุทธ์ :** 1. รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องใหม่ / 1,300 (ล้านบาท)		**6. มูลค่าโครงการ/งบประมาณรวมทุกปี (ลบ.):** 39.335 ล้านบาท
7. วัตถุประสงค์โครงการ: 1. เพื่อจัดตั้ง/ร่วมทุนในบริษัทในเครือและดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องของ กปน. 2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และโอกาสในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องใหม่ 3. เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการประปาครบวงจร					**8. โครงการของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทอื่นที่เชื่อมโยง:** KMO2-T2-P2, HCMO1-T1-P2, HCMO2-T3-P1
9. ผลลัพธ์โครงการ (Outcome): 1. สามารถจัดตั้ง/ร่วมทุนบริษัทในเครือเพื่อดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องของ กปน. 2. เพิ่มรายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง					
10 ตัวชี้วัดตาม / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดตาม (Lagging KPI / Lagging KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: รายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องใหม่ (ล้านบาท)	**KPI 1:** -	**KPI 1:** 240	**KPI 1:** 505	**KPI 1:** 800	**KPI 1:** 1,300
KPI 2: จัดตั้งบริษัทในเครือแล้วเสร็จ (ร้อยละ)	**KPI 1: -**	**KPI 1:** 100	**KPI 1: -**	**KPI 1:** -	**KPI 1: -**
11. ตัวชี้วัดนำ / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดนำ (Leading KPI / Leading KPI Target)	**ปี 2566**	**ปี 2567**	**ปี 2568**	**ปี 2569**	**ปี 2570**
KPI 1: ร้อยละความสำเร็จของโครงการ (ร้อยละ)	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100	**KPI 1:** 100

12. ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้โครงการไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโครงการจัดการ:	**ระดับความเสี่ยง**	**13. ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า**
1. ความล่าช้าในการดำเนินงาน	สูง	1. FVD4 รายได้ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (เสริม)
2. การศึกษา Feasibility Study มีความล่าช้า	ต่ำ	2. OVD10 การลงทุนในโครงการใหม่
3. ที่ปรึกษาให้คำปรึกษาล่าช้าไม่ทันเหตุการณ์	ต่ำ	

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)												19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
แผนงานที่ 1: การศึกษาแนวทางการจัดตั้ง/ร่วมทุนในบริษัทในเครือ		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	50%															
1.1 ศึกษา วิเคราะห์ จัดทำรายงานการศึกษาโอกาสทางธุรกิจ และศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องของการประปานครหลวง พร้อมทั้งพิจารณาคัดเลือก และกำหนดธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องที่จะให้บริษัทในเครือดำเนินการ	1.1- ผลการศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องที่ให้บริการในปัจจุบัน และธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องใหม่ที่มีศักยภาพตามข้อเสนอแนะของที่ปรึกษา - ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางกฎหมายในการนำที่ดินและสินทรัพย์ทั้งที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน (Tangible and Intangible asset) ของการประปานครหลวง เพื่อให้สามารถนำที่ดินและสินทรัพย์ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์หรือสร้างรายได้ในเชิงพาณิชย์ได้		31%	20	20	20	20	20							100%	- ฝพธ.	20.0	-

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)												19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
	- ผลการคัดเลือกธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องที่มีความเป็นไปได้ และเหมาะสมสำหรับการนำไปจัดตั้งบริษัทในเครือของการประปานครหลวง รวมถึงรูปแบบทางเลือกในการลงทุนที่เหมาะสม 1.2- แผนธุรกิจของบริษัทในเครือที่ครอบคลุมระยะเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี - ผลการวิเคราะห์รูปแบบการลงทุนบริษัทในเครืออย่างละเอียด																	
1.2 จัดทำแผนการดำเนินธุรกิจของบริษัทในเครือของการประปานครหลวง	1.2- แผนธุรกิจของบริษัทในเครือที่ครอบคลุมระยะเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี - ผลการวิเคราะห์รูปแบบการลงทุนบริษัทในเครืออย่างละเอียด		32%					20	20	20	20	20				100%		

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
1.3 จัดทำข้อมูลประกอบการพิจารณาการจัดตั้ง/ร่วมทุนในบริษัทในเครือ	1.3- ข้อมูลประกอบการพิจารณาการจัดตั้ง/ร่วมทุนในบริษัทในเครือ ซึ่งเป็นไปตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2558 - แนวทางการกำกับดูแลบริษัทในเครือ		37%										30	35	35	100%			
แผนงานที่ 2: การศึกษาความเป็นไปได้ของกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องใหม่ในอนาคต (เช่น ธุรกิจน้ำReclaimed Water, Premium Drinking Water และ After-Meter Service Insurance)		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	20%														- ฝพธ.	-	-
2.1 ศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องใหม่ในอนาคต	2.1 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ของกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องใหม่ในอนาคต		30%	25	25	25	25									100%		-	-

แผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

14. กิจกรรม	15. ผลลัพธ์ของกิจกรรม	16. ตัวชี้วัด /ค่าเป้าหมาย	17. น้ำหนัก	18. ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี 2566)													19. ผู้รับผิดชอบ	20. งบประมาณ ปี 2566 (ลบ.)	
				ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	รวม		งบทำการ	งบลงทุน
2.2 จัดทำแผนการตลาด			70%																
2.2.1 ขอความเห็นชอบงานจ้างที่ปรึกษาศึกษาและจัดทำแผนการตลาด	2.2.1 ได้รับความเห็นชอบ			ดำเนินการแล้วเสร็จ ในปี 2565														-	-
2.2.2 กระบวนการจัดจ้าง	2.2.2 ดำเนินการจัดซื้อแล้วเสร็จ		45%	30	30	40										100%		0.5	-
2.2.3 ที่ปรึกษาดำเนินการ	2.2.3 แผนการตลาดเชิงรุก		55%				10	10	10	10	10	10	10	15	15	100%		-	-
แผนงานที่ 3: พัฒนาตู้ Premium Drinking Water		**ตัวชี้วัด** ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน **เป้าหมาย** ร้อยละ 100	30%																
3.1 ขอความเห็นชอบงานในหลักการจ้างตู้ Premium Drinking Water	3.1 ผู้มีอำนาจเห็นชอบงานจ้าง		20%	100												100%	- ฝพธ.	-	-
3.2 กระบวนการจัดจ้าง	3.2 ดำเนินการจัดซื้อแล้วเสร็จ		60%	40	30	30										100%		0.5	-
3.3 ผู้รับจ้างดำเนินการ	3.3 ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผน		20%				20	20	20	20	20					100%		-	-
แผน (รวม)			100%															21.0	

หมายเหตุ : งบประมาณขึ้นอยู่กับประเภทธุรกิจที่จะดำเนินการ

วิสัยทัศน์แผนแม่บทด้านลูกค้า การตลาด การเงิน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง

“ผู้นำที่มีศักยภาพสูงด้านการบริการธุรกิจประปาคุณภาพอย่างครบวงจร”

ธุรกิจหลักและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องของการประปานครหลวง