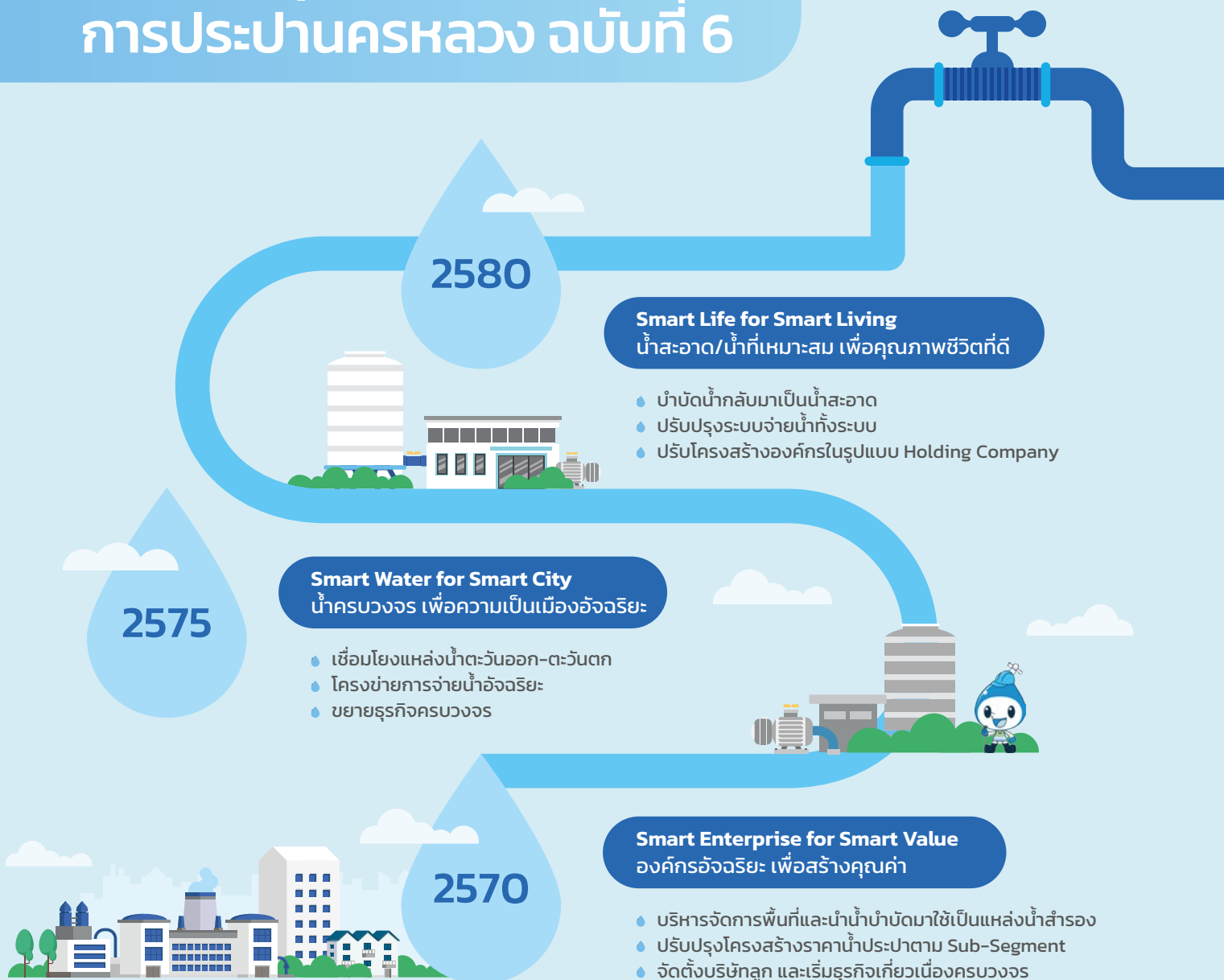


Roadmap แผนวิสาหกิจ การประปานครหลวง ฉบับที่ 6



การประปานครหลวงแบ่งเป้าหมายออกเป็น 3 ระยะ คือ

1. เป้าหมายระยะสั้น (2570) มุ่งเน้นการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นองค์กรอัจฉริยะเพื่อสร้างคุณค่า (Smart Enterprise for Smart Value) โดยกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดหาพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งน้ำดิบสำรอง การปรับปรุงโครงสร้างราคาน้ำประปาตาม Sub-Segment และการจัดตั้งบริษัทลูกและเริ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องครบวงจร เป็นต้น

2. เป้าหมายระยะกลาง (2575) มุ่งเน้นการให้บริการน้ำครบวงจรเพื่อความเป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart Water for

Smart City) โดยมีกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การเชื่อมโยงแหล่งน้ำตะวันตก-ตะวันออก มีโครงข่ายน้ำอัจฉริยะ และการขยายธุรกิจครบวงจร เป็นต้น

3. เป้าหมายระยะยาว (2580) มุ่งเน้นน้ำสะอาด/น้ำที่เหมาะสมเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี (Smart Life for Smart Living) โดยมีกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การนำน้ำกลับมาเป็นน้ำสะอาดเพื่อการอุปโภคและบริโภค การปรับปรุงระบบจ่ายน้ำทั้งระบบ และการปรับโครงสร้างองค์กรในรูปแบบบริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้น (Holding Company) เป็นต้น

ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์



แผนวิสาหกิจการประปานครหลวง ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2566 - 2570) มีการกำหนดเป้าหมายความสำเร็จและตัวชี้วัดในแต่ละช่วงเวลาเป็นระยะอย่างชัดเจน จึงกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ เป็น 3 ระยะย่อย คือ 1. ระยะสั้น (2566) 2. ระยะกลาง (2567 - 2569) และ 3. ระยะยาว (2570) โดยพิจารณามิติต่าง ๆ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านระบบประปาที่มีคุณภาพ 2. ด้านการให้บริการที่เป็นเลิศ และ 3. ด้านการจัดการอย่างยั่งยืน เพื่อให้ทิศทางการดำเนินงานขององค์กรในอนาคตเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ มีตัวชี้วัดที่ท้าทาย ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้ จึงกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ตามกรอบระยะเวลา โดยมีตัวชี้วัด คือ องค์กรที่มีการจัดการเป็นเลิศ ในปี 2566 องค์กรที่เติบโตจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องในปี 2567 - 2569 และองค์กรอัจฉริยะเพื่อสร้างคุณค่า (Smart Enterprise for Smart Value) ในปี 2570

1. ระยะสั้น (2566): องค์กรที่มีการจัดการเป็นเลิศ มุ่งเน้นการกำกับดูแลกิจการที่ดี ระบบประปาที่มั่นคง กระบวนการดำเนินงานที่มุ่งเน้นคุณภาพด้วยประสิทธิภาพ

และการสื่อสารเชิงรุกเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร โดยมีที่มาจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของการประปานครหลวง ตลอดจนความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มลูกค้าที่มุ่งเน้นคุณภาพของน้ำประปา ตลอดจนการนำจุดแข็งของการประปานครหลวงด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และความเชี่ยวชาญด้านระบบประปา มาพิจารณาในระยะสั้น (2566) เนื่องจากเป็นประเด็นที่สามารถทำได้ทันที

2. ระยะกลาง (2567 - 2569): องค์กรที่เติบโตจากธุรกิจที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน ทั้งธุรกิจหลักและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นการปรับอัตราค่าน้ำประปาให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนริเริ่มการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยการให้บริการการผลิตน้ำประปาเพื่อการอุปโภค (Reclaimed Water) และการให้บริการน้ำดื่มคุณภาพสูง (Premium Drinking Water) โดยมีที่มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายในของการประปา

นครหลวง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นสถานะทางการเงินของการประปานครหลวง ที่มีแนวโน้มของรายได้ที่ลดลง และอัตราค่าน้ำประปาที่คงที่มากกว่า 20 ปี อีกทั้งยังมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นประเด็นด้านค่าธรรมเนียมในการเข้าใช้พื้นที่ของหน่วยงานเจ้าของพื้นที่ ตลอดจนค่าธรรมเนียมน้ำดิบที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการประปานครหลวง เช่น แนวโน้มการปรับตัวของธุรกิจอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่งเคียงกับการประปานครหลวง ได้แก่ ธุรกิจสาขาสารอาหารและการประปา และธุรกิจที่ต้องมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ธุรกิจสาขาสารอาหาร และธุรกิจสาขาสารอาหาร เป็นต้น ตลอดจนแนวโน้มการปรับตัวของบริษัทเอกชนในอุตสาหกรรมประปา โดยการมุ่งเน้นดังกล่าวในระยะนี้จำเป็นต้องใช้เวลาในการปรับตัว ไม่สามารถทำได้ทันทีภายในระยะเวลาเพียง 1 ปี เช่น การปรับโครงสร้างและอัตราค่าน้ำประปาที่ต้องมีการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้ใช้น้ำและผลกระทบต่อองค์กรโดยละเอียด และต้องมีการอนุมัติจากคณะกรรมการการประปานครหลวงอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนการเพิ่มบริการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง ได้แก่ การให้บริการการผลิตน้ำประปาเพื่อการอุปโภค (Reclaimed Water) และการให้บริการน้ำดื่มคุณภาพสูง (Premium Drinking Water) ที่จำเป็นต้องมีข้อมูลผลการศึกษาคือความเป็นไปได้ของโครงการโดยละเอียดและครบถ้วน อีกทั้งยังมีการปรับระบบงานและกระบวนการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางขององค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ในระยะกลาง (2567 - 2569) จึงกำหนดประเด็นทางยุทธศาสตร์ข้างต้น โดยพิจารณาตามความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการปรับตัวขององค์กร

3. ระยะยาว (2570): องค์กรอัจฉริยะเพื่อสร้างคุณค่า
มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า (Customer Experience) การสร้างความสัมพันธ์กับพนักงาน (Employee Engagement) การจัดการที่เป็นเลิศ และการให้บริการสาขาเสมือนจริง (Virtual Branch) โดยมีที่มาจาก การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วและรุนแรง ตลอดจนการปรับตัวของหน่วยงาน คู่เทียบที่มุ่งเน้นการให้บริการในรูปแบบดิจิทัลและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเปลี่ยนโลก (Disruptive Technology)

มากขึ้น เช่น การพัฒนาระบบ Digital Utility ของหน่วยงานธุรกิจสาขาสารอาหารพลังงาน ที่มุ่งเน้นการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และการให้ระบบคอมพิวเตอร์สามารถเรียนรู้ได้เอง (Machine Learning: ML) เพื่อยกระดับการให้บริการ และเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มุ่งสู่การขับเคลื่อนองค์กรด้วยเทคโนโลยีเป็นต้น การพัฒนารูปแบบการให้บริการสาขาเสมือนจริง (Virtual Branch) จึงเป็นหนึ่งในเป้าหมายในระยะยาวของตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ภายใต้แผนวิสาหกิจการประปานครหลวง ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2566 - 2570) โดยต้องมีการศึกษาแผนที่เส้นทางการเป็นลูกค้า (Customer Journey Map) ที่ชัดเจน ละเอียด ครบถ้วน ประกอบกับการกำหนดรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ การปรับเปลี่ยนดังกล่าวจำเป็นต้องใช้เวลาในการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพราะความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการอาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด ดังนั้นจึงต้องใช้เวลาในการเก็บข้อมูลอย่างละเอียด ครบถ้วน ครอบคลุมทุกมิติของความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เพื่อให้การออกแบบระบบมีประสิทธิภาพและสามารถใช้งานได้จริง และตอบโจทย์ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ระยะยาวได้อย่างเป็นรูปธรรม

