



(ร่าง) รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน
ประจำปี 2566
การประปานครหลวง



(ร่าง) รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของกปน. ประจำปี 2566

ขอบเขตเนื้อหา

1. เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
2. สารผู้ว่าการ
3. เกี่ยวกับ กปน.
4. นโยบายในการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน
5. การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน.
6. การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ
 - ความโปร่งใสและความซื่อสัตย์
 - นวัตกรรมและดิจิทัล
 - การบริหารห่วงโซ่อุปทานและการจัดซื้อจัดจ้าง
 - การมีส่วนร่วมในการจัดทำนโยบาย
 - สมรรถนะทางเศรษฐกิจ
 - ผลกระทบทางเศรษฐกิจทางอ้อม
7. การดำเนินงานด้านสังคม
 - คุณภาพน้ำประปา
 - การบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า
 - การร่วมมือและประสานงานกับหน่วยงานอื่น
 - อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
 - ชุมชนท้องถิ่น
 - การอบรมและการศึกษา
8. การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
 - ทรัพยากรน้ำและน้ำที่สูญเสีย
 - ของเสีย
 - พลังงาน
 - มลพิษทางอากาศ
9. GRI Content Index

รู้จัก กปน.

เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ. 2510 กปน. ก่อตั้งขึ้นจากการควบรวมกิจการประปา 4 องค์กร จาก 3 จังหวัด คือ การประปากรุงเทพ กรมโยธาเทศบาล การประปาเทศบาลนครธนบุรี การประปานครบุรี และการประปาเทศบาลสมุทรปราการ เข้าไว้ด้วยกัน โดยมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงมหาดไทย ดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของพระราชบัญญัติกปน. คือ

- สำรวจ จัดหาแหล่งน้ำดิบ และจัดให้ได้มาซึ่งน้ำดิบ เพื่อใช้ในการประปา
- ผลิต จัดส่ง และจำหน่ายน้ำประปาในเขตท้องที่กรุงเทพมหานคร จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดสมุทรปราการ
- ดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องหรือเป็นประโยชน์แก่การประปา

กปน. มีการบริหารจัดการน้ำประปาในเขตกรุงเทพฯ นนทบุรี และสมุทรปราการ เพื่อให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานขององค์การอนามัยโลก (WHO) โดยใส่ใจดูแลคุณภาพน้ำตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อให้ประชาชนทุกคนเข้าถึงน้ำประปาที่สะอาด ปลอดภัยอย่างทั่วถึงและเพียงพอ และยังมีมุ่งมั่นที่จะนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่าง ๆ มาพัฒนางานประปาอย่างต่อเนื่อง ด้วยการจัดทำแผนน้ำประปาปลอดภัย (Water Safety Plan: WSP) เพื่อส่งเสริมความเชื่อมั่นคุณภาพน้ำประปาปลอดภัย และโครงการปรับเปลี่ยนท่อประปาใหม่ในพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงการส่งเสริมความสัมพันธ์กับชุมชนทั้งลุ่มน้ำฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออก ในการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานระบบประปาให้เกิดความยั่งยืน

สถานที่ปฏิบัติงานของ กปน.

1. อาคารสำนักงานใหญ่
2. อาคารควบคุมระบบส่งและสูบน้ำ
3. สำนักงานประปาสาขา 18 แห่ง
4. ศูนย์ฝึกอบรม
5. สถานีสูบน้ำ
6. สถานีสูบน้ำ
7. โรงงานผลิตน้ำประปา 4 แห่ง (โรงงานผลิตน้ำประปาบางเขน โรงงานผลิตน้ำประปamahavithi โรงงานผลิตน้ำสามเสน โรงงานผลิตน้ำธนบุรี)
8. ห้องปฏิบัติการฝ่ายคุณภาพน้ำ (Lab)
9. ห้องควบคุมประจำโรงงานผลิตน้ำประปา (Control Room)
10. คลองประปาฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตก

พื้นที่ให้บริการของ กปน.

พื้นที่ในการจำหน่ายน้ำประปาของ กปน. ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ รวมทั้งหมด 3,195 ตารางกิโลเมตร โดยใช้น้ำดิบจาก 2 แหล่ง ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำแม่กลอง ในการผลิต จัดส่ง และจำหน่ายน้ำประปา

โดยในปัจจุบัน กปน. สามารถให้บริการน้ำประปาทั่วทุกพื้นที่ชุมชนเมือง ช่วยให้ประชาชนในพื้นที่สามารถเข้าถึงน้ำประปาที่สะอาด ปลอดภัย ส่งผลถึงคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ด้านที่ 6 ขององค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) และนโยบาย “บำบัดทุกข์ บำรุงสุขแก่ประชาชน” ของกระทรวงมหาดไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแล กปน.

18 สาขา 4 โรงงานผลิตน้ำ ใน 3 จังหวัด ครอบคลุมทุกพื้นที่ให้บริการ

ในส่วนของการให้บริการ กปน. มีสำนักงานประปาสาขาตั้งอยู่ในพื้นที่บริการทั้ง 3 จังหวัด จำนวนทั้งสิ้น 18 สาขา และมีโรงงานผลิตน้ำประปาทั้งสิ้น 4 แห่ง

สำนักงานประปา

1. สำนักงานประปาสาขาสุขุมวิท
2. สำนักงานประปาสาขาพระโขนง
3. สำนักงานประปาสาขาสมุทรปราการ
4. สำนักงานประปาสาขามั่นศรี
5. สำนักงานประปาสาขาพญาไท
6. สำนักงานประปาสาขาทุंगมหาเมฆ
7. สำนักงานประปาสาขาลาดพร้าว
8. สำนักงานประปาสาขาประชาชื่น
9. สำนักงานประปาสาขาบางเขน
10. สำนักงานประปาสาขามีนบุรี
11. สำนักงานประปาสาขาสุวรรณภูมิ
12. สำนักงานประปาสาขาทากสิน
13. สำนักงานประปาสาขาสุขสวัสดิ์
14. สำนักงานประปาสาขาบางกอกน้อย
15. สำนักงานประปาสาขาภาษีเจริญ
16. สำนักงานประปาสาขานนทบุรี
17. สำนักงานประปาสาขาบางบัวทอง
18. สำนักงานประปาสาขามหาสวัสดิ์



กลุ่มลูกค้า

กปน. จัดกลุ่มลูกค้าตามผลิตภัณฑ์น้ำประปาที่ครอบคลุม Customer Life Cycle ทั้งลูกค้าในปัจจุบัน และลูกค้าในอนาคต ดังนี้

1.1 กลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน (Current Customer)

สำหรับลูกค้าในปัจจุบันของกปน. คือ ลูกค้าที่ใช้น้ำในพื้นที่รับผิดชอบ (กรุงเทพฯ นนทบุรี สมุทรปราการ) โดยแบ่งตามพฤติกรรมการใช้น้ำประปา (Behavior) ประเภทหรือขนาดของธุรกิจ (Firmographics) และความต้องการความคาดหวัง (Needs)



1.2 กลุ่มลูกค้าในอนาคต (Potential Customer)

จากการวิเคราะห์โอกาสเชิงกลยุทธ์ (Strategic Opportunity) จึงได้กลุ่มลูกค้าในอนาคต (Potential Customer) คือ ลูกค้าที่มาจากการวางท่อเพื่อขยายเขตจำหน่ายน้ำ และการขายน้ำขายขอบให้แก่ประชาชน โดยสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐที่ต้องการให้ประชาชนมีโอกาสเข้าถึงน้ำที่ใสสะอาดได้อย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งเป้าหมายในการขยายตลาดในอนาคต สามารถกำหนดได้ออกเป็น 2 กลุ่ม



นอกจากนี้ มีการกำหนดกลุ่มลูกค้า Key Account ซึ่งเป็นลูกค้าที่มีปริมาณการใช้น้ำสูงเฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 ลบ.ม. ขึ้นไป เพื่อวัตถุประสงค์ทางการจัดการบริหารความสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)

ห่วงโซ่คุณค่าของ กปน.

ภารกิจหลักของ กปน. คือ การส่งมอบน้ำประปา และบริการที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยคำนึงถึงแนวทางและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งแบ่งกระบวนการทำงานออกเป็น 3 ส่วนหลัก คือ

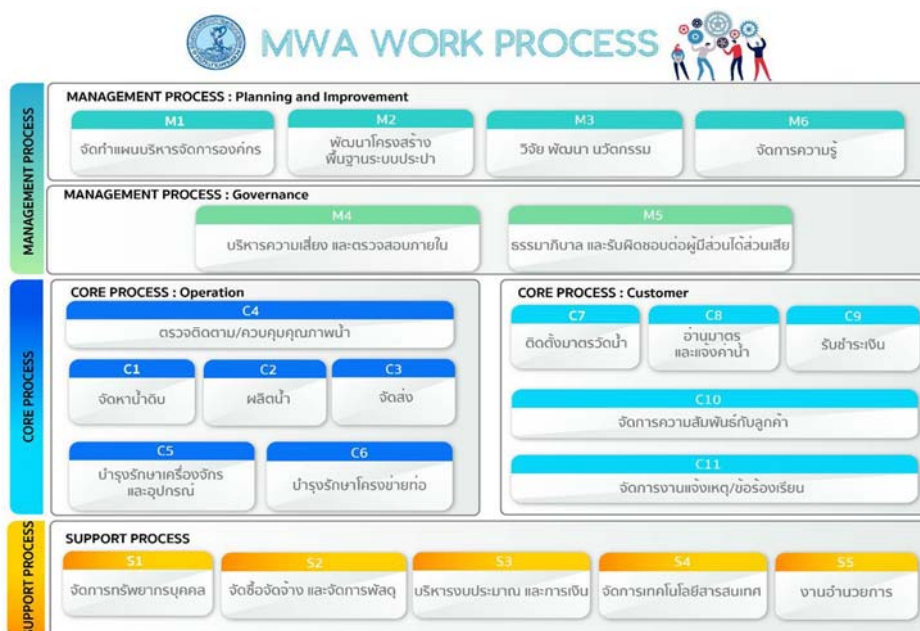
กระบวนการบริหารจัดการ (Management Process) เป็นกระบวนการที่ต้องการการมีส่วนร่วมของผู้บริหารทุกระดับ ร่วมผลักดันกระบวนการให้บรรลุตามข้อกำหนดและค่าเป้าหมาย รวมถึงการกำหนดทิศทางในอนาคต มุ่งเน้นการสร้างเติบโตและยั่งยืนขององค์กร (Growth)

กระบวนการหลัก (Core Process) เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อการบรรลุผลสำเร็จตามภาระหน้าที่ขององค์กร และเป็นกระบวนการที่ส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยแบ่งเป็น

- งานด้าน Operation ประกอบด้วย กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และการส่งมอบน้ำประปา โดยมุ่งเน้นที่คุณภาพและประสิทธิภาพ (Quality & Efficiency)
- งานด้าน Customer ประกอบด้วย กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้า โดยมุ่งเน้นการให้บริการได้ตามคำมั่นสัญญา (Commitment)

กระบวนการสนับสนุน (Support Process) เป็นกระบวนการที่ดำเนินการเพื่อสนับสนุน ส่งเสริมให้กระบวนการหลักบรรลุผลสำเร็จและช่วยให้การบริหารจัดการองค์กรเป็นไปด้วยความราบรื่น โดยมุ่งเน้นที่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการ (Efficiency & Effectiveness)

ทุกกระบวนการล้วนมีเป้าหมายในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าไปยังลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเพียงพอและทั่วถึงทุกพื้นที่บริการ ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศชาติอย่างยั่งยืน



รูปที่ 1 ภาพระบบงานกระบวนการของกปน.

การบริหารห่วงโซ่อุปทานและการจัดซื้อจัดจ้าง

กระบวนการบริหารกิจกรรมทางธุรกิจ เริ่มตั้งแต่การนำเข้าของวัตถุดิบและทรัพยากร โครงสร้างการทำงาน และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้องค์กรสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามคุณภาพและตามเวลาที่ลูกค้ากำหนด รวมถึงแนวทางในการจัดหา จัดซื้อวัตถุดิบและบริการ เพื่อตอบสนองกิจกรรมทางธุรกิจอย่างเหมาะสม

จรรยาบรรณการดำเนินงานของ กปน. หมายถึง แนวทางปฏิบัติที่ดีในการดำเนินงานตามภารกิจหลัก และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจการ ภายใต้กรอบคุณธรรมและจริยธรรมที่ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม รวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและรักษาผลประโยชน์ของ กปน.

ทั้งนี้ ได้กำหนดจรรยาบรรณการดำเนินงานของ กปน. ความรับผิดชอบต่อลูกค้าและ/หรือเจ้าหน้าที่ ดังต่อไปนี้

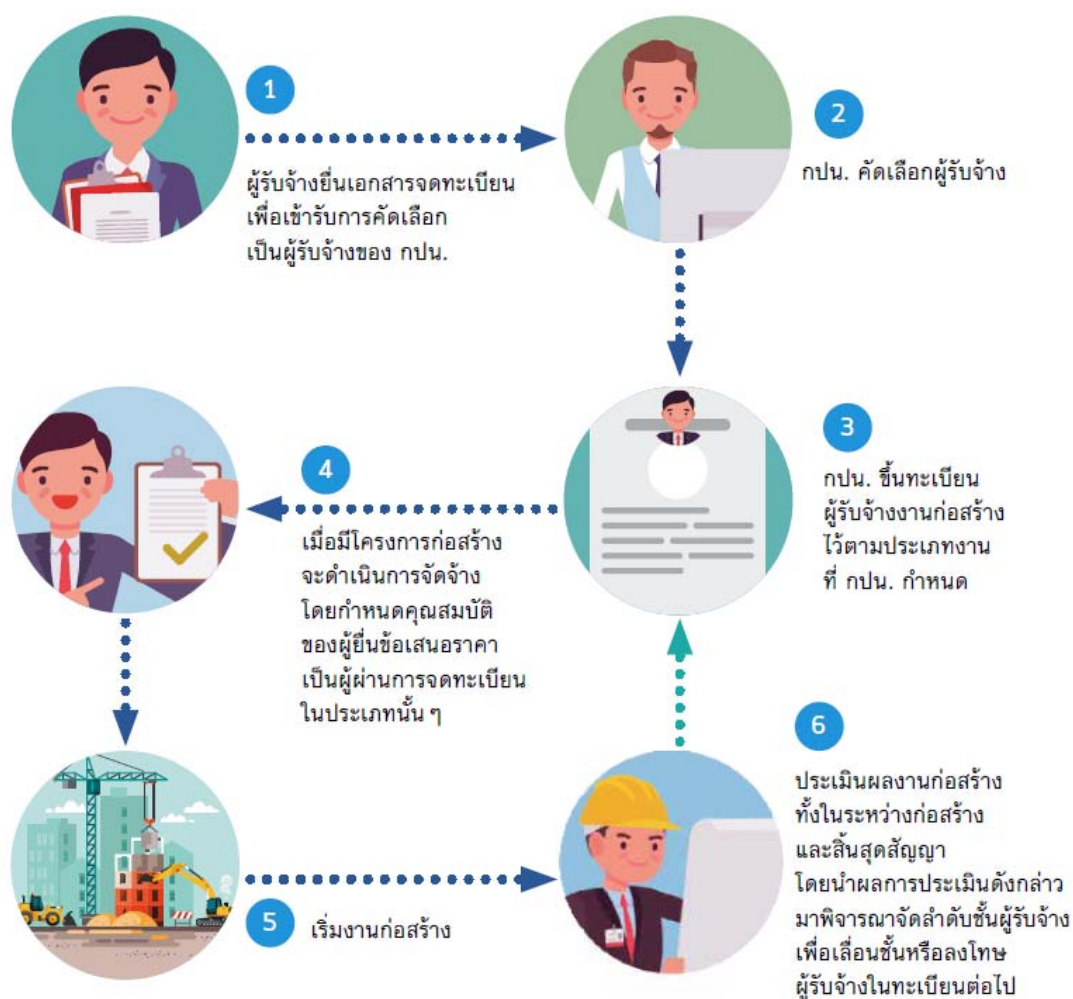
1. ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ อย่างเคร่งครัดตามที่ได้ให้ข้อตกลงไว้ และไม่ละเมิดสิทธิของลูกค้าและ/หรือเจ้าหน้าที่
2. ปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อตกลงได้ ต้องรีบแจ้งลูกค้าและ/หรือเจ้าหน้าที่ให้ทราบล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาทางแก้ไขโดยทันที
3. ส่งเสริมความเป็นธรรมและเท่าเทียมกันกับลูกค้าและ/หรือเจ้าหน้าที่ทุกราย ด้วยความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้
4. ปฏิบัติตามนโยบายการป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของ กปน. โดย “ไม่ให้ ไม่รับ ไม่จ่าย ผลประโยชน์ที่ไม่สุจริตต่อลูกค้าและ/หรือเจ้าหน้าที่”

กระบวนการคัดเลือกและประเมินผลผู้รับจ้างของ กปน.

เพื่อให้การดำเนินงานในทุกส่วนมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าหมาย กปน. ได้จัดทำมาตรฐานการว่าจ้างขึ้น โดยมีกระบวนการคัดเลือกและประเมินผลผู้รับจ้างอย่างเป็นระบบ มีการนำหลักเกณฑ์และระเบียบต่าง ๆ มาปฏิบัติเพื่อพัฒนาองค์กรในทุกด้าน รวมถึงการดำเนินงานภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

เนื่องจากกระบวนการผลิตและสูบน้ำประปาจะต้องมีการจัดจ้างผู้รับจ้างมาดำเนินงานก่อสร้างโครงการต่าง ๆ ให้แล้วเสร็จ ทำให้ในปัจจุบันกระบวนการคัดเลือกและประเมินผลผู้รับจ้างถือเป็นหนึ่งในภารกิจหลักภายใต้ระเบียบ ว่าด้วยการจดทะเบียนและประเมินผลผู้รับจ้างงานก่อสร้างของ กปน. เพื่อให้ได้ผู้รับจ้างที่มีคุณภาพและมีศักยภาพในการก่อสร้างโครงการต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงตามระยะเวลาที่กำหนดและเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

อีกทั้ง ยังเป็นการควบคุมคุณภาพงานในโครงการต่าง ๆ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้น้ำ เพื่อให้มีน้ำประปาที่มีคุณภาพ และเพียงพอต่อการอุปโภคและบริโภค ไม่สร้างผลกระทบต่อสังคมและชุมชน โดยกระบวนการคัดเลือกและประเมินผลผู้รับจ้างของ กปน. มีขั้นตอนดังนี้



นโยบายในการดำเนินกิจการเพื่อความยั่งยืนของ กปน.

นอกจากพันธกิจหลักในการผลิต จัดส่ง และให้บริการน้ำประปาแก่ผู้ใช้น้ำในพื้นที่บริการอย่างทั่วถึงแล้ว กปน. ยังมุ่งมั่นดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ซึ่งเป็นกรอบทิศทางการพัฒนาของโลกที่องค์การสหประชาชาติกำหนด รวมทั้งแผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (พ.ศ. 2564-2570) และแผนวิสาหกิจ กปน. ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานระบบประปา ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำที่สร้างมูลค่า ตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐ ความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุล รวมทั้งการสร้างเชื่อมั่นผ่านการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล เป็นธรรม โปร่งใส มีความรับผิดชอบและมีการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2563 คณะกรรมการ กปน. ได้ประกาศนโยบายการพัฒนาความยั่งยืน กปน. (MWA Sustainable Development Policy) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานขององค์กร ดังนี้

ข้อ 1 ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และเคารพแนวปฏิบัติในระดับสากล

ข้อ 2 คำนึงถึงการรักษาความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ - เศรษฐกิจหมุนเวียน - เศรษฐกิจสีเขียว (Bio - Circular - Green Economy: BCG Model) แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ในการดำเนินงานเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

ข้อ 3 สร้างความตระหนักรู้คุณค่าของทรัพยากรน้ำ ลดการใช้พลังงาน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ให้แก่บุคลากรของ กปน. พร้อมทั้งสามารถสื่อสาร ถ่ายทอดแก่บุคคลภายนอกได้

ข้อ 4 สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาความยั่งยืน กปน. ให้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ตลอดจนส่งเสริมการนำแนวปฏิบัติอย่างยั่งยืนไปประยุกต์ใช้เพื่อลดผลกระทบจากการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ข้อ 5 ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้มีทักษะที่เพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ที่ยั่งยืนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ข้อ 6 ยึดหลักการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม และใช้ความเชี่ยวชาญของกปน.ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนที่สำคัญ อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนของส่วนรวม

ข้อ 7 เปิดเผยนโยบาย แนวทางการบริหารจัดการ ผลการดำเนินงาน และผลกระทบจากการดำเนินงานต่าง ๆ ที่สะท้อนทั้งในทางบวกและทางลบขององค์กรต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ซึ่งครอบคลุมทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างโปร่งใส เพื่อสื่อสารสร้างความเข้าใจต่อทิศทางการกระบวนกรดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยมุ่งหมายสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ทั้งนี้ ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ปฏิบัติงานของ กปน. มีหน้าที่สนับสนุน ผลักดันและปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาความยั่งยืน กปน.

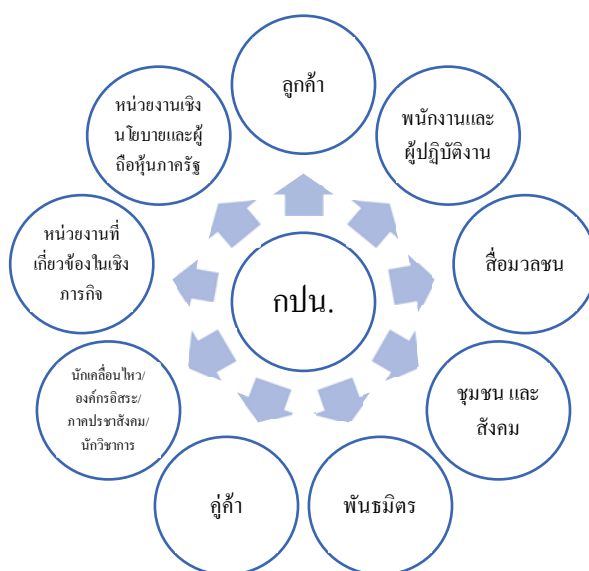
และเพื่อวางรากฐานสำคัญในการพัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน กปน. ยังกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ กปน. (MWA Good Governance Policy) และ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ กปน. (MWA CSR Policy) เพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานให้บุคลากรนำมาปฏิบัติงานที่

คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส อีกทั้งยังประกาศนโยบายและแนวปฏิบัติด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management Policy) เพื่อให้เกิดมาตรฐานในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มขององค์กรอย่างเท่าเทียม

การชี้บ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากกระบวนการดำเนินงานที่ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของ กปน.

การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

ในปี พ.ศ. 2566 กปน. ได้ทบทวนการชี้บ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Identification) ขององค์กรตามแนวทางสากล AA1000:2015 โดยพิจารณาอย่างครอบคลุมตามกระบวนการทำงาน (work process) ตลอดห่วงโซ่คุณค่า (value chain) ของ กปน. ผลการทบทวนการชี้บ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน. ยังคงเป็น 9 กลุ่ม รายละเอียด ดังนี้



1. **หน่วยงานเชิงนโยบายและผู้ถือหุ้่นภาครัฐ** หมายถึง หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลรัฐวิสาหกิจครอบคลุมคณะกรรมการกปน. และคณะอนุกรรมการต่างๆ ที่ได้รับการแต่งตั้ง โดยคณะกรรมการ กปน.
2. **หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเชิงภารกิจ** หมายถึง หน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจร่วมกัน
3. **ลูกค้า** กปน. จัดกลุ่มลูกค้าตามผลิตภัณฑ์น้ำประปาที่ครอบคลุม Customer Life Cycle ทั้งลูกค้าในปัจจุบัน และลูกค้าในอนาคต ดังนี้
 - **ลูกค้าในปัจจุบัน** คือ ลูกค้าที่ใช้น้ำประปาในพื้นที่รับผิดชอบ (กรุงเทพฯ นนทบุรี สมุทรปราการ) แบ่งตาม Behavior Firmographics และ Needs ออกเป็น 3 กลุ่มหลักได้แก่
 - **Residential (R)** หมายถึง ลูกค้าที่ใช้น้ำเพื่ออุปโภคบริโภคโดยตรงในที่พักอาศัยส่วนใหญ่ใช้มากในช่วงเช้า และช่วงเย็นถึงค่ำ
 - **Commercial (C)** หมายถึง ลูกค้าที่ใช้น้ำในเชิงการค้าหรือในองค์กร มีรูปแบบการใช้น้ำตามเวลาทำการของแต่ละประเภทธุรกิจหรือองค์กร

- **Industrial (I)** หมายถึง ลูกค้ำที่ใช้ น้ำในเชิงอุตสาหกรรม เช่น การผลิต มีรูปแบบการใช้ที่ต่อเนื่อง และบางอุตสาหกรรมมีการใช้น้ำตลอด 24 ชั่วโมง
- **ลูกค้ำในอนาคต** กำหนดตามนโยบายภาครัฐที่ต้องการให้ประชาชนมีโอกาสเข้าถึงน้ำสะอาดอย่างเท่าเทียมและกำหนดตามโอกาสเชิงกลยุทธ์ในการขายน้ำขายขอบ จึงแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
 - **Potential Customer** หมายถึง ลูกค้ำในพื้นที่ที่รับผิดชอบ (กรุงเทพฯ นนทบุรี สมุทรปราการ) ที่ยังไม่มีน้ำประปาใช้ ได้แก่ ผู้ใช้น้ำในเขตขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) รวมทั้งผู้ใช้น้ำบาดาลหรือแหล่งน้ำธรรมชาติอื่น
 - **Potential Area** หมายถึง ลูกค้ำที่อยู่ในพื้นที่ที่ควรได้รับการเข้าถึงน้ำประปาตามนโยบายของกระทรวงมหาดไทย โดยเฉพาะกลุ่มขายขอบพื้นที่ให้บริการ

4. พนักงานและผู้ปฏิบัติงาน

- **พนักงาน** หมายถึง บุคลากรที่ทำงานเป็นลูกจ้างประจำ ของ กปน. (Permanent Contract) โดยมี กปน. เป็นผู้กำกับดูแลการปฏิบัติงานตามคำบรรยายลักษณะงาน (Job Description)
 - **ผู้ปฏิบัติงาน** หมายถึง บุคลากรที่ทำหน้าที่เป็นลูกจ้างชั่วคราว (Temporary Contract) โดยมีการปฏิบัติหน้าที่ตามสัญญาจ้าง ซึ่ง กปน. เป็นผู้กำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามสัญญาจ้าง ได้แก่ ลูกจ้างเหมาแรงงานเอกชน และตัวแทน
 - **ลูกจ้างเหมาแรงงานเอกชน** หมายถึง บุคลากรที่ กปน. จ้างงานผ่านผู้รับจ้าง ซึ่งเป็นคู่ค้ากับ กปน. เป็นรายปี แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มธุรการ 2) กลุ่มช่าง 3) กลุ่มยานยนต์ และ 4) กลุ่มอื่นๆ ได้แก่ คนงานและช่างเชื่อม
 - **ตัวแทน** หมายถึง บุคลากรที่ กปน. จ้าง ให้เป็นตัวแทนปฏิบัติงานในด้านบริการ ผู้ใช้น้ำ ตามหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติที่ กปน. กำหนด โดยสัญญาจ้างกำหนดให้มีการต่อสัญญาไม่เกิน 3 ปี มี 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มจัดเก็บและรับชำระเงิน 2) กลุ่มผูกมัด และ 3) กลุ่มอ่านมาตร
5. **คู่ค้า** หมายถึง หน่วยงาน หรือนิติบุคคล หรือบุคคล ที่ได้รับค่าตอบแทนจากการจัดเตรียมสินค้า บริการ สัญญาเช่า และจัดหาบุคลากร จาก กปน.
6. **พันธมิตร** หมายถึง หน่วยงาน องค์กรหรือกลุ่มบุคคลที่ตกลงทำงานร่วมกับ กปน. เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ร่วมกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ
- พันธมิตรด้านธุรกิจ เช่น สัญญาแต่งตั้งตัวแทนรับชำระเงิน
 - พันธมิตรด้านวิชาการ เช่น หน่วยงาน/บุคคล ที่ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจาก กปน.

7. ชุมชนและสังคม

- **ชุมชน** หมายถึง
 - 1) พื้นที่ชุมชนต้นน้ำ (ตะวันออก และตะวันตก)
 - 2) ชุมชนตลอดแนวคลองส่งน้ำ (ตะวันตก) จาก จ.กาญจนบุรี ราชบุรี นครปฐม และ นนทบุรี รวมระยะทาง 107 กิโลเมตร และชุมชนตลอดแนวคลองส่งน้ำ (ตะวันออก) จ.ปทุมธานี รวมระยะทาง 30 กิโลเมตร
 - 3) ชุมชนรอบสถานีสูบน้ำ (ทั้ง 10 แห่ง)
 - 4) ชุมชนในพื้นที่ให้บริการ
 - 5) ชุมชนปลายน้ำลุ่มน้ำแม่กลอง และเจ้าพระยา

- สังคม หมายถึง กลุ่มคน/หน่วยงาน ที่ไม่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของ กปน. โดยตรงแต่เป็นกลุ่มที่ กปน. ให้การสนับสนุน ในการเข้าไปยกระดับ/ส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

หมายเหตุ : ชุมชนสำคัญ ของ กปน. ได้แก่ ชุมชนในพื้นที่รอบโรงงานผลิตน้ำ (ทั้ง 4 แห่ง) หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชนสำคัญ คือ เป็นชุมชนที่มีพื้นที่ติดกับพื้นที่ปฏิบัติงาน ซึ่งมีโอกาสที่จะได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของ กปน. มากที่สุด และเป็นพื้นที่ที่มีความเป็นไปได้ที่จะใช้ความสามารถพิเศษ (ความเชี่ยวชาญ) ของ กปน. ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนสำคัญ

8. **สื่อมวลชน** หมายถึง บุคคลผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน หรือบุคคล หรือคณะบุคคลไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ตามที่ประกอบกิจการสื่อมวลชน ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำข่าวสาร สาร และเนื้อหาสาระทุกประเภท ไปสู่มวลชนเพื่อสาธารณะ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ สื่อดิจิทัล หรือในรูปอื่นใดที่สามารถสื่อความหมายให้ประชาชนทราบได้เป็นการทั่วไป
9. **นักเคลื่อนไหว/ องค์กรอิสระ /ภาคประชาสังคม/นักวิชาการ** หมายถึง บุคคล กลุ่มคน หรือองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ที่ได้นำเสนอมุมมองต่อสังคม เพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุมมองดังกล่าว อาจมีผลกระทบต่อทิศทางหรือการดำเนินงานของ กปน.

กระบวนการประเมินประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนของ กปน.

ในปีงบประมาณ 2566 กปน. ได้ทำการทบทวนประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต ซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงผลผลิตและบริการหลักขององค์กร อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อความคาดหวังและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ด้วย

ขั้นตอนในการประเมินประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนของ กปน.



ขั้นที่ 1 การระบุประเด็นสาระสำคัญ

กปน. พิจารณาประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนของกิจการผ่านแผนวิสาหกิจ กปน. ฉบับที่ 5 พิจารณาควบคู่ไปกับกรอบการรายงาน Global Reporting Initiative (GRI) ฉบับ Standards ประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) รวมถึงจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ อย่างรอบด้าน ได้แก่ 1) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (External Stakeholders) 2) พนักงาน กปน. และ 3) ผู้บริหารระดับสูง (Executive) เพื่อรวบรวมข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการทบทวนประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ กปน. เพิ่มเติมจากปีก่อนหน้า

ขั้นที่ 2 การจัดลำดับประเด็นสาระสำคัญ

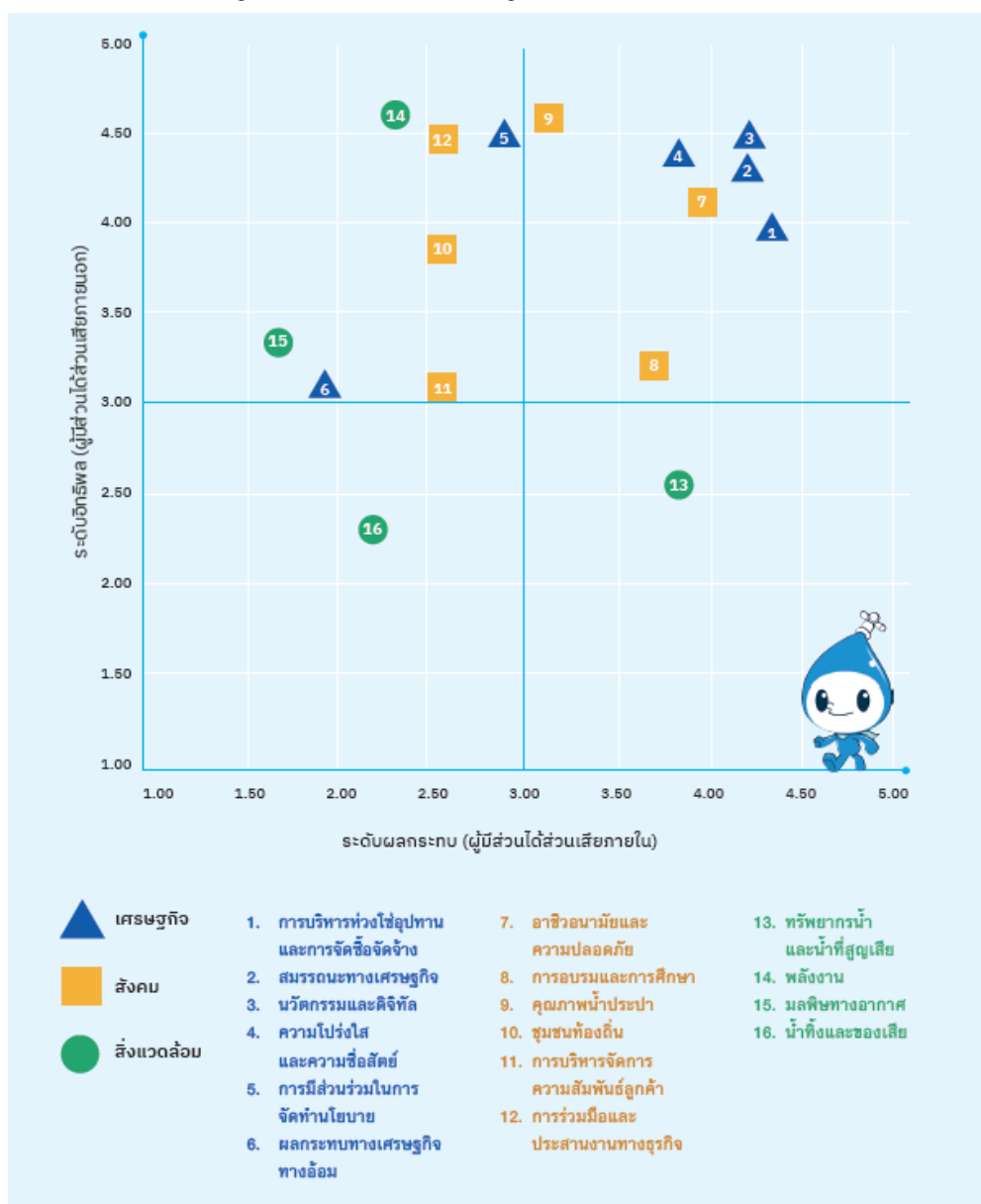
กปน. จัดลำดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน ประจำปีงบประมาณ 2565 ด้วยการทบทวนผลการประเมินประเด็นสาระสำคัญของปีก่อนหน้าผ่านปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่อาจเข้ามากระทบธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ โดยใช้เกณฑ์พิจารณาใน 2 มิติ คือ

1. ระดับความสำคัญของการดำเนินงานของ กปน.
2. ระดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขั้นที่ 3 การรับรองผลการประเมินประเด็นสาระสำคัญ

คณะจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ กปน. ทวนสอบถึงความครบถ้วนของการระบุและการจัดลำดับประเด็นสาระสำคัญ และนำประเด็นสาระสำคัญที่ผ่านการทวนสอบแล้วนำเสนอต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาล (CG) และกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เพื่อพิจารณาและนำผลพิจารณารายงานต่อคณะกรรมการ กปน. เพื่อรับทราบ

แผนที่ลำดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนของ กปน. ปี 2566



แผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2566

กปน. ได้มีการจัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ครอบคลุมทุกสายงาน/ฝ่าย เพื่อให้การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองประเด็นความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยดำเนินการภายใต้แผนแม่บทด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน. (ปี 2565-2570) โดยในปีงบประมาณ 2566 ดำเนินแผนงานภายใต้ 5 Themes คือ

1. การสื่อสารเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ยั่งยืน
2. การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. การถ่ายทอดองค์ความรู้สู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ
4. การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการจัดการ นวัตกรรม และเทคโนโลยีดิจิทัล
5. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อส่งเสริมการบริการ

ซึ่งการดำเนินการตามแผนดังกล่าวจะนำไปสู่การสร้างสัมพันธ์ที่ดีและยกระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เพิ่มมากขึ้น

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปีงบประมาณ 2566

เดือนตุลาคม 2565 – กันยายน 2566

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
1	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) หน่วยงานรับผิดชอบ : ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ (ผนย.)	ตัวชี้วัด: 1.จำนวนสายงาน (ทุกฝ่ายในสายงาน) ที่มีการทบทวน 2.ร้อยละความสำเร็จของแผนที่ได้ดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมาย ค่าเป้าหมาย: 1.1สายงาน 2.ร้อยละ100	พนักงานและผู้ปฏิบัติงาน	- ต้องการการมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของแผนยุทธศาสตร์ โดยสามารถให้ความเห็นความต้องการในกระบวนการทำแผนยุทธศาสตร์	ระดับการเข้าร่วม (levels) : - ให้คำปรึกษา - การติดตาม - ไม่มีการสื่อสารเชิงรุก วิธีการ (methods)/ความถี่ : - การประชุมเชิงปฏิบัติการ/ 1 ครั้งต่อปี - การติดตามผลการประเมินจากหน่วยงาน/ตลอดทั้งปี - การสื่อสารให้ความรู้เรื่องกระบวนการทำงานที่สำคัญ/ 1 ครั้งต่อปี	1. รวบรวมข้อมูลปัจจัยนำเข้าได้แก่ผลการดำเนินงาน ผลการทบทวนแผนวิสาหกิจความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระบบงานเดิมและข้อมูลป้อนกลับจากการตรวจประเมินเพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ 2. ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อวิเคราะห์ออกแบบ/ทบทวนระบบงานและกำหนดกระบวนการทำงานที่สำคัญตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) 3. กำหนด/ทบทวนหลักเกณฑ์การคัดเลือกกระบวนการที่ใช้แหล่งภายนอก (Outsource) 4. ทบทวน/จัดทำข้อกำหนดกระบวนการตัวชี้วัดกระบวนการและค่าเป้าหมายและทบทวนขั้นตอนการทำงานและจุดควบคุมเพื่อกำหนดเป็นตัววัดในกระบวนการ 5. สรุปผลจากข้อ4 นำเสนอคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายองค์กรเดือน.ก.ย. ของทุกปี 6. สื่อสาร/ถ่ายทอดระบบงานและกระบวนการทำงานที่สำคัญให้กับProcess Owner เพื่อไปสื่อสารถ่ายทอดในหน่วยงาน 7. ติดตามผลการดำเนินงานเป็นรายเดือนและสรุปวิเคราะห์ผลการดำเนินงานนำเสนอคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายองค์กรเป็นราย6 เดือน	1. รวบรวมข้อมูลปัจจัยนำเข้าได้แก่ผลการดำเนินงานผลการทบทวนแผนวิสาหกิจความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระบบงานเดิมและข้อมูลป้อนกลับจากการตรวจประเมินเพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ 2. จัดอบรมหลักสูตร "การพัฒนาระบบงานและกระบวนการ" ในรูปแบบการเรียนรู้ผ่านระบบ Learning Management System (LMS) เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจกับหน่วยงานผู้รับผิดชอบกระบวนการในการออกแบบ/ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการทำงาน 3. ผนย. ได้จัดทำบันทึกให้หน่วยงานทบทวน/จัดทำข้อกำหนดกระบวนการตัวชี้วัดกระบวนการและค่าเป้าหมายและทบทวนขั้นตอนการทำงานและจุดควบคุมเพื่อกำหนดเป็นตัววัดในกระบวนการซึ่งได้ดำเนินการครบถ้วนทุกหน่วยงานและคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายองค์กร (Steering Committee) ได้ให้ความเห็นชอบผลการทบทวนกระบวนการทำงานพร้อมตัวชี้วัดกระบวนการสำหรับปีงบประมาณพ.ศ.2567 เรียบร้อยแล้ว 4. ผนย. สื่อสาร/ถ่ายทอดระบบงานและกระบวนการทำงานที่สำคัญให้กับProcess Owner เพื่อไปสื่อสารถ่ายทอดในหน่วยงานพร้อมติดตามการดำเนินงานเป็นรายเดือนและสรุปวิเคราะห์ผลการดำเนินงานนำเสนอคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายองค์กรเป็นราย6 เดือน	ได้กระบวนการทำงานพร้อมตัวชี้วัดกระบวนการสำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. 2567	ร้อยละ 100

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
2	โครงการทบทวนข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบฐานข้อมูลเพื่อมุ่งเน้นและบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile) หน่วยงานรับผิดชอบ : ฝ่ายบริหารความรับผิดชอบต่อสังคม (ฟรอส.)	ตัวชี้วัด: 1. ฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile) 2. ร้อยละความสำเร็จของโครงการ ค่าเป้าหมาย: 1. ปรับปรุงระบบบริหารจัดการข้อมูลด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกปน. (MWA-SIMS) จำนวน 1 ผลงาน 2. ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผนงานร้อยละ 100	พนักงานและ ผู้ปฏิบัติงาน	- ต้องการการมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของแผนยุทธศาสตร์ โดยสามารถให้ความเห็นความต้องการในกระบวนการทำแผนยุทธศาสตร์ - ความร่วมมือในการจัดทำแผนต่างๆ เช่น แผนปฏิบัติการดิจิทัล สถาปัตยกรรมองค์กร ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มาตรฐานข้อมูลสำหรับการเปิดเผยแลกเปลี่ยน เชื่อมโยงการจัดทำหมวดหมู่ข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจความพึงพอใจ/ได้ข้อมูลครบถ้วนและทันเวลา	ระดับการเข้าร่วม (levels) : - ไม่มีการสื่อสารเชิงรุก - การให้ข้อมูล - การติดตาม วิธีการ (methods)/ความถี่ : บันทึกเวียนเพื่อสื่อสารและติดตามการทบทวนและปรับปรุงข้อมูล stakeholders ของหน่วยงาน/ อย่างน้อย 2 ครั้งต่อปี	1. ทบทวนรูปแบบข้อมูลบนระบบฐานข้อมูล (Stakeholder Profile) ร่วมกับสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้ตรงตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ 2. ปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบให้เหมาะสมต่อการใช้งาน 3. หน่วยงานต่างๆ ทบทวนและปรับปรุงข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหน่วยงานให้เป็นปัจจุบัน 4. รายงานผลการดำเนินงาน	1. ฟรอส. ประชุมหารือร่วมกับฟพท. เพื่อทบทวนรูปแบบข้อมูลบนระบบฐานข้อมูล (Stakeholder Profile) ให้ตรงตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจพร้อมทั้งจัดทำบันทึกขอความอนุเคราะห์ให้ฟพท. ปรับปรุงระบบบริหารจัดการข้อมูลด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกปน. (SIMS) 2. ฟพท. ได้ปรับปรุงระบบบริหารจัดการข้อมูลด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกปน. (MWA-SIMS) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและเหมาะสมต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้นเรียบร้อยแล้วเมื่อพ.ค. 2566 3. ฟรอส. จัดทำบันทึกขอให้หน่วยงานต่างๆ ทบทวนและปรับปรุงข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหน่วยงานให้เป็นปัจจุบัน 4. หน่วยงานต่างๆ ได้ดำเนินการทบทวนและปรับปรุงข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหน่วยงานให้เป็นปัจจุบันเรียบร้อยแล้ว	ระบบฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SIMS) มีการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับการใช้งานและมีฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นปัจจุบัน	ร้อยละ 100
3	โครงการทบทวนความต่อเนื่องของโครงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หน่วยงานรับผิดชอบ : ฝ่ายบริหารความรับผิดชอบต่อสังคม (ฟรอส.)	ตัวชี้วัด: 1. ร้อยละความสำเร็จของโครงการ 2. จำนวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีส่วนร่วม ค่าเป้าหมาย: 1. ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผนงานร้อยละ 100 2. ผู้มีส่วนได้ส่วน	พนักงานและ ผู้ปฏิบัติงาน	- ต้องการการมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของแผนยุทธศาสตร์ โดยสามารถให้ความเห็นความต้องการในกระบวนการทำแผนยุทธศาสตร์ - กปน. เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามา มีบทบาทในการกำหนดนโยบายผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดประชุมวิพากษ์	ระดับการเข้าร่วม (levels) : - ให้คำปรึกษา วิธีการ (methods)/ความถี่ : - การสำรวจความพึงพอใจและความคาดหวัง/ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ 1 ครั้งต่อปี - การประชุมเชิงปฏิบัติการ/ 1 ครั้งต่อปี	1. หน่วยงานผู้รับผิดชอบแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้ไปดำเนินการ 2. ทบทวนวัตถุประสงค์ขอบเขตการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเด็นความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับองค์กรให้สอดคล้องกับระดับสายงาน/ฝ่าย 3. วิเคราะห์ SWOT SC SA จัดลำดับประเด็นความต้องการ/ความคาดหวังกำหนดระดับและรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ระดับยุทธศาสตร์และความสามารถขององค์กรที่ต้องการบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมทั้งระบุ/ประเมินความเสี่ยงของการสร้างความสัมพันธ์ 5. สื่อสารแผนและแจ้งให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบ	1. หน่วยงานผู้รับผิดชอบตามแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี 2567 ไปดำเนินการ 2. ฟรอส. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ “การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรปี 2566” ให้กับผู้บริหารระดับผู้อำนวยการฝ่ายจำนวน 4 วันคือ วันที่ 20, 29 มิถุนายน 2566 และวันที่ 10, 18 กรกฎาคม 2566 เวลา 09.00 – 16.00 น. ณ อาคารอเนกประสงค์สำนักงานใหญ่กปน. 3. ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าเพื่อระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทบทวนวัตถุประสงค์ขอบเขตในการสร้างความสัมพันธ์จัดลำดับประเด็นความ	การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับองค์กรและสายงาน/ฝ่ายกำหนดวัตถุประสงค์ขอบเขตในการสร้างความสัมพันธ์จัดลำดับประเด็นความต้องการ/ความคาดหวังและจัดทำแผนสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี 2567 ครบถ้วนทุกสายงาน/ฝ่ายและครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละ 100

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
		เสียมีส่วนร่วมครบทุกกลุ่ม (9 กลุ่ม)		(ร่าง) แผนวิสาหกิจ กปน.		แผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนำไปดำเนินการ	<p>ต้องการ/ความคาดหวังจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกำหนดระดับและรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ระบุทรัพยากรและความสามารถขององค์กรที่ต้องการบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมทั้งระบุ/ประเมินความเสี่ยงของการสร้างความสัมพันธ์โดยนำเสนอคณะกรรมการกปน. เพื่อรับทราบ / เห็นชอบผลการทบทวน/จัดทำแผนการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเรียบร้อยแล้ว</p> <p>4. ฝรส. ได้ส่งบันทึกให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินงานทบทวนแผนการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคาดการณ์ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดเพื่อพิจารณาทบทวนปรับเปลี่ยนแผนงานประจำปี 2566 กรณีที่ไม่สามารถดำเนินการได้เนื่องจากได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกหรืออยู่เหนือการควบคุมของ กปน. ซึ่งไม่มีหน่วยงานได้ปรับเปลี่ยนแผนงาน</p> <p>5. ฝรส. ได้สื่อสารแผนการสร้างสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปี 2567 ให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบได้รับทราบและนำไปปฏิบัติผ่านการประชุมออนไลน์ระบบgoogle meet เมื่อก.ย. 2566</p>		
4	โครงการขับเคลื่อนการยกระดับความสัมพันธ์ที่ดีและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน หน่วยงานรับผิดชอบ : ทุกหน่วยงาน	<p>ตัวชี้วัด:</p> <p>1. ร้อยละความสำเร็จของกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>2. จำนวนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์กรมีแผนสร้างความสัมพันธ์</p>	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 9 กลุ่ม	ระบุไว้ในรายงานผลการดำเนินงานตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปีงบประมาณ 2566	<p>ระดับการเข้าร่วม (levels) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีการสื่อสารเชิงรุก - การติดตาม - การโฆษณา - การให้ข้อมูล - ให้คำปรึกษา - เจรจาต่อรอง - มีส่วนร่วม - ร่วมมือ -ให้อำนาจ 	จัดทำและดำเนินการตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปีงบประมาณ 2566	<p>1. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับสายงาน/ฝ่ายตามกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามแนวทางสากล AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) โดยรวบรวมวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าทั้ง 14 องค์ประกอบเพื่อทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับองค์กรสายงาน/ฝ่ายทบทวนวัตถุประสงค์ขอบเขตในการสร้างความสัมพันธ์จัดลำดับประเด็นความต้องการ/ความคาดหวังจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในวันที่ 20,29 มิ.ย. 2566 และวันที่ 10,18 ก.ค. 2566</p> <p>2. ฝรส. ได้รายงานผลการดำเนินงานตามแผน</p>	<p>- มีแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครบถ้วนทุกสายงาน/ฝ่ายและครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายทุกแผนงาน</p> <p>- ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ กปน. เพิ่มมากขึ้น สํารวจความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน. ปีงบประมาณ 2566 ซึ่งระดับความพึงพอใจอยู่ที่ 4.26 เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ 2565 ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ 4.15</p>	ร้อยละ 100

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
		<p>ค่าเป้าหมาย:</p> <p>1.ดำเนินการแล้วเสร็จตามแผนงานร้อยละ 100</p> <p>2.มีแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครบทุกกลุ่ม (9 กลุ่ม)</p>			<p>วิธีการ (methods)/ความถี่ :</p> <p>วิธีการและความถี่ที่ดำเนินการระบุไว้ในรายงานผลการดำเนินงานตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p>		<p>สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปีงบประมาณ 2565 ผ่านเว็บไซต์กปน. เมื่อเดือนต.ค. 2565 และติดตามผลการดำเนินงาน พร้อมทั้งติดตามผลการดำเนินงานตามแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปีงบประมาณ 2566 จากหน่วยงานผู้รับผิดชอบเป็นรายไตรมาสโดยผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>3. ฝรส. ได้ประเมินผลความพึงพอใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยจ้างบริษัทที่ปรึกษาสำรวจความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกปน. ปีงบประมาณ 2566 ซึ่งระดับความพึงพอใจอยู่ที่ 4.26</p>		

แผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน. ประจำปี 2566

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
1	โครงการย่อยที่ 1 : การสื่อสารเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ยั่งยืน 1.1. แผนงานที่ 1 : การบริหารจัดการข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผู้รับผิดชอบ : หน่วยงานระดับฝ่ายทุกหน่วยงาน)	ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จของแผนงาน ค่าเป้าหมาย : 100%	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน. ทั้ง 9 กลุ่ม	สามารถวิเคราะห์ / รวบรวมข้อมูล เพื่อสื่อสารได้ถูกต้อง ครบถ้วน เป็นปัจจุบัน	- ระดับการเข้าร่วม (levels) : การให้ข้อมูล (inform) - วิธีการ (methods)/ ความถี่ : ทำข่าวแจก แผ่นพับใบปลิว / การประชุม/สร้างช่องทาง Line ในการสื่อสาร ความถี่ : รายวัน / รายไตรมาส	- พิจารณาและคัดเลือกประเด็นการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้รับผิดชอบในการสื่อสาร - พิจารณาสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทาง - กำหนดช่วงเวลาในการเผยแพร่/จัดกิจกรรม - จัดเตรียมข้อมูล (Content/infographic) และสื่อประชาสัมพันธ์ประกอบการสื่อสารเผยแพร่	- จัดทำร่างแผนการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กรโดยนำนโยบายที่สำคัญของกปน. และประเด็นการสื่อสารตามเกณฑ์ Enablers มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นการสื่อสารพร้อมกำหนดหน่วยงานที่รับผิดชอบในการสื่อสารตามแต่ละประเด็นและกำหนดช่วงเวลาในการเผยแพร่/จัดกิจกรรม - จัดเตรียมข้อมูล (Content/infographic) / สื่อประชาสัมพันธ์ประกอบการสื่อสารเผยแพร่	ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดีขึ้น	ร้อยละ 100
	แผนงานที่ 2 : การเผยแพร่ข้อมูลเพื่อสร้างการรับรู้ (ผู้รับผิดชอบ : หน่วยงานระดับฝ่ายทุกหน่วยงาน)	ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จของแผนงาน ค่าเป้าหมาย : 100%	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน. ทั้ง 9 กลุ่ม	สามารถวิเคราะห์ / รวบรวมข้อมูล เพื่อสื่อสารได้ถูกต้อง ครบถ้วน เป็นปัจจุบัน	- ระดับการเข้าร่วม (levels) : การให้ข้อมูล (inform) - วิธีการ (methods)/ ความถี่ : ทำข่าวแจก แผ่นพับใบปลิว / การประชุม/การจัดกิจกรรมRoadshow การออกบูธจัดนิทรรศการ/ สร้างช่องทางLine ในการสื่อสาร ความถี่ : รายวัน / รายไตรมาส	- สื่อสารเผยแพร่ข้อมูลด้วยการประชาสัมพันธ์ Content/Infographic/Video ที่ได้จัดทำไว้ผ่านช่องทางสื่อต่างๆของกปน. เช่น 1. Line official 2. Facebook page 3. Call Center 4. Website 5. Intranet/Extranet 6. แผ่นพับ 7. การประชุม/ สัมมนา - เผยแพร่ข้อมูลผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่นการจัดกิจกรรมพบประชาชน Roadshow การออกบูธจัดนิทรรศการ เป็นต้น - เผยแพร่ข้อมูลผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดกิจกรรมพบประชาชน Roadshow การออกบูธจัดนิทรรศการ เป็นต้น	- เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กปน. และนโยบายที่สำคัญของ กปน. ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ตามตามแผนประชาสัมพันธ์ และแผนการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร - จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของ กปน. ดังนี้ - จัดกิจกรรมวันงานวันคล้ายวันสถาปนาการประปานครหลวง ครบรอบ 56 ปี - จัดกิจกรรมณรงค์การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า" ในชื่อกิจกรรม "ยอดน้ำ & เฟรนด์ โดยลงพื้นที่จัดกิจกรรมตามโรงเรียนต่าง ๆ ในพื้นที่บริการของ กปน. เพื่อให้เยาวชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ และปลูกจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์น้ำ จำนวน 5 โรงเรียน - จัดแสดงนิทรรศการให้ความรู้เรื่องการรณรงค์การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า แผนน้ำประปาปลอดภัย และฉลากประหยัดน้ำ ในสถานที่ต่าง ๆ จำนวน 3 แห่ง	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เป็นปัจจุบัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจมากขึ้น	ร้อยละ 100

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
							<ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรมในโครงการ “ร้อยความห่วงใย ใส่ใจคุณภาพ” ณ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางพูด และโรงเรียนวัดโพธิ์บ้านอ้อย โดยนำนิทรรศการเคลื่อนที่ไปจัดแสดงในหัวข้อการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าในชีวิตประจำวัน และแผนน้ำประปาปลอดภัย (Water Safety Plan) - จัดทำเกมตอบคำถามเนื่องในกิจกรรมวันน้ำโลก 2566 ในรูปแบบออนไลน์ เผยแพร่ทาง Facebook Group : MWA Employee Relation Activity - จัดกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ ปี 2566 ในรูปแบบออนไลน์ <p>ฯลฯ</p>		
	แผนงานที่ 3: การประสานสัมพันธ์เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสื่อมวลชน (ผู้รับผิดชอบ : ฝ่ายสื่อสารองค์กร)	<p>ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จของแผนงาน</p> <p>ค่าเป้าหมาย : 100%</p>	สื่อมวลชน	ได้รับข่าวสารที่ถูกต้องรวดเร็ว ทันเวลา	<p>ระดับการเข้าร่วม (levels) : การให้ข้อมูล (inform) วิธีการ (methods)/ ความถี่ : ทำข่าวแจก แผ่นพับใบปลิว / สร้างช่องทางLine ในการสื่อสาร / การสานสัมพันธ์กับสื่อมวลชนในโอกาสสำคัญ</p> <p>ความถี่ : รายวัน / รายปี</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานเครือข่ายสื่อมวลชน เพื่อให้ข้อมูลสำหรับการนำเสนอข่าวและกิจกรรมขององค์กร ผ่านทางกลุ่ม Line สื่อมวลชนของ กปน. - สานสัมพันธ์กับสื่อมวลชนในโอกาสสำคัญต่าง ๆ เช่น วันปีใหม่ วันครบรอบ งานเลี้ยงขอบคุณสื่อมวลชน 	<ul style="list-style-type: none"> - เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของ กปน. ผ่าน Line Group ห้องนักข่าว กปน. เป็นประจำทุกวัน - สานสัมพันธ์กับสื่อมวลชนในโอกาสสำคัญต่างๆ ตลอดปีงบประมาณ 2566 เช่น เข้าพบและมอบของที่ระลึกให้แก่สื่อมวลชนเนื่องในเทศกาลวันขึ้นปีใหม่/เนื่องในโอกาสครบรอบวันเกิด 	- การมีความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับสื่อมวลชน ทำให้การประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลมีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ส่งผลดีต่อการสื่อสารในภาวะวิกฤต	ร้อยละ 100

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
2	<p>โครงการย่อยที่ 2 : การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>แผนงานที่ 1 : การยกระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนและสังคม</p> <p>หน่วยงานรับผิดชอบ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ฝ่ายบริหารความรับผิดชอบต่อสังคม (ฝรศ.) - ฝ่ายทรัพยากรน้ำและสิ่งแวดล้อม (ฝนส.) - ฝ่ายระบบส่งน้ำดิบ (ฝรด.) - ฝ่ายโรงงานผลิตน้ำบางเขน (ฝผข.) - ฝ่ายโรงงานผลิตน้ำสามเสนและธนบุรี (ฝผส.) - ฝ่ายโรงงานผลิตน้ำมหาสวัสดิ์ (ฝผม.) - ฝ่ายบำรุงรักษาระบบอัตโนมัติและเครื่องวัด (ฝบอ.) 	<p>ตัวชี้วัด :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดำเนินงานตามแผนแล้วเสร็จ 2. ระดับความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของกิจกรรมตามแผนฯ <p>ค่าเป้าหมาย:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100 2. ไม่น้อยกว่า 4.25 	ชุมชนและสังคม	<p>- ต้องการให้กปน. รับฟังความคิดเห็นและมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆของชุมชนในเขตพื้นที่ตามแนวคลองประปา รวมถึงการใช้ทรัพยากรต่างๆร่วมกัน</p> <p>- ต้องการให้กปน. ให้ความสำคัญกับการดูแลชุมชนโดยรอบโรงงานฯให้มากยิ่งขึ้น</p> <p>- ต้องการให้กปน. ดำเนินการดูแลชุมชนให้มากขึ้น</p>	<p>ระดับการเข้าร่วม (Levels) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ให้คำปรึกษา (Consult) - มีส่วนร่วม (Involve) <p>วิธีการ (methods)/ ความถี่:</p> <p>ลงพื้นที่สำรวจความต้องการและจัดรับฟังความคิดเห็น, จัดกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นภายใน, จัดกิจกรรมสนับสนุนการมีส่วนร่วม / รายปี</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทบทวนหลักเกณฑ์การคัดเลือกชุมชนที่สำคัญของกปน. 2. ระบุรายชื่อชุมชนที่สำคัญทั้งหมดของกปน. เพื่อกำหนดขอบเขตการดำเนินงานและนำมาจัดทำฐานข้อมูลชุมชน 3. ลงพื้นที่ชุมชนที่สำคัญสร้างเครือข่ายสัมพันธ์เพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนพร้อมสอบถามความต้องการความคาดหวังของชุมชนที่สำคัญ 4. ร่วมกับชุมชนที่สำคัญกำหนด/ทบทวนแผนการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนที่สำคัญที่ใช้ประโยชน์จากสมรรถนะหลักขององค์กร (CORE COMPETENCIES) 5. ดำเนินงานตามแผนการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน <ul style="list-style-type: none"> - โครงการช่างประปาเพื่อประชาชน (ชุมชนโดยรอบโรงงานผลิตน้ำ) - โครงการรวมใจรักน้ำ (ให้ความรู้คุณค่าของน้ำ-ประหยัดน้ำ, บ่อดักไขมัน) (ชุมชนแหล่งต้นน้ำ-แนวคลองประปาทั้งฝั่งตะวันตกและตะวันออกจนถึงต้นน้ำ) - โครงการระบบประปาโรงเรียน (พัฒนาระบบประปาโรงเรียน) (ชุมชนแหล่งต้นน้ำ-แนวคลองประปาทั้งฝั่งตะวันตกและตะวันออกจนถึงต้นน้ำ) 6. ประเมินผลและสรุปผลการดำเนินงานตามแผนการมีส่วนร่วมฯ (วัดจากผลความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของกิจกรรมต่างๆ) 7. รายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ฝ่ายบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมรายไตรมาส 	<p>- พิจารณาจากชุมชนโดยรอบจุดรับน้ำดิบท่าม่วง ซึ่งเป็นชุมชนที่มีพื้นที่ติดกับพื้นที่ปฏิบัติงานซึ่งมีโอกาสที่จะได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของ กปน. มากที่สุด ซึ่งได้คัดเลือกชุมชน 1 ชุมชน คือ บ้านลำขุนไทย ซึ่งอยู่ในพื้นที่ ต.รางสาตี อ.ท่าม่วง จ.กาญจนบุรี เป็นชุมชนสำคัญ และได้ลงพื้นที่เพื่อสอบถามความต้องการความคาดหวังของชุมชน นำข้อมูลมาจัดทำแผนให้สอดคล้องกับความต้องการ พร้อมทั้งได้นำข้อมูลดังกล่าวมาจัดทำฐานข้อมูลชุมชนสำคัญไว้ในระบบบริหารจัดการข้อมูลด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน. (MWA-SIMS) เรียบร้อยแล้ว</p> <p>- ดำเนินการปรับปรุงระบบน้ำบาดาล ปรับปรุงระบบท่อภายในโรงเรียน รวมถึงระบบกรองน้ำและเปลี่ยนก๊อกน้ำให้กับโรงเรียนวัดขุนไทยธาราราม ต.รางสาตี อ.ท่าม่วง โดยส่งมอบงานให้กับโรงเรียน ในเดือน พ.ค. 2566</p> <p>- จัดอบรมช่างประปาเพื่อประชาชน โดยแบ่งเป็น 2 หลักสูตร รวม 57 คน ได้แก่ (1) ช่างประปาขั้นพื้นฐาน จำนวน 28 คน เมื่อวันที่ 21-24 ก.พ. 2566 (2) ช่างประปาขั้นพื้นฐาน จำนวน 29 คน เมื่อวันที่ 9-12 ก.พ. 2566 โดยผลสำรวจระดับความพึงพอใจของโครงการฯ เท่ากับ 4.72คะแนน</p> <p>- ดำเนินโครงการรวมใจรักน้ำ เพื่อช่วยเหลือโรงเรียนในพื้นที่ จ.ปทุมธานี ซึ่งเป็นพื้นที่แนวคลองประปาฝั่งตะวันออก จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ (1) โรงเรียนชุมชนวัดบางกะดี ดำเนินการก่อสร้างอ่างล้างจาน และติดตั้งดักไขมัน เมื่อวันที่ 11-12 พ.ค. 66 และจัดพิธีส่งมอบ พร้อมจัดกิจกรรมฐานการเรียนรู้การแยกขยะ และการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ เมื่อวันที่ 27 มิ.ย. 2566</p>	<p>ดำเนินการได้สำเร็จครบถ้วนตามแผนงานและผลการดำเนินงาน เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งผลสำรวจระดับความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของโครงการฯ เท่ากับ 4.73คะแนน ทั้งนี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ชุมชนและสังคม) เกิดการเข้าใจ พัฒนาความร่วมมือระหว่าง กปน. และชุมชน รวมทั้งสร้างเครือข่ายสัมพันธ์เพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร</p>	ร้อยละ 100

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
							<p>(2) โรงเรียนวัดเปรมประชากร ต.บางพูน อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี โดยปรับปรุงระบบระบายน้ำและติดตั้งถังดักไขมันให้กับโรงเรียนแล้วเสร็จ และจัดพิธีส่งมอบ พร้อมจัดกิจกรรมฐานการเรียนรู้การแยกขยะ และการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ เมื่อวันที่ 14 ก.ย. 2566 โดยผลสำรวจระดับความพึงพอใจของโครงการฯ เท่ากับ 4.51 คะแนน</p> <p>- ดำเนินโครงการฯ เพื่อช่วยเหลือโรงเรียนในพื้นที่แนวคลองประปาฝั่งตะวันออก บริเวณใกล้โรงงานผลิตน้ำบางเขน จำนวน 1 แห่ง ได้แก่โรงเรียนประชาอุปถัมภ์ ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี โดย ปรับปรุงระบบน้ำประปาภายในโรงเรียน รวมถึงระบบกรองน้ำและตุ๊กตน้ำเย็น ให้กับโรงเรียน และจัดทำพิธีส่งมอบ พร้อมจัดกิจกรรมฐานการเรียนรู้ “มีน้ำ มีชีวิต” เพื่อปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำให้กับเยาวชนเมื่อวันที่ 31 ส.ค. 2566โดยผลสำรวจระดับความพึงพอใจของโครงการฯ เท่ากับ 5 คะแนน</p> <p>ทั้งนี้ ได้จัดทำรายงานผลการดำเนินงานโครงการฯ นำเสนอให้ผู้บริหารได้รับทราบแล้ว</p>		
	<p>แผนงานที่ 2 : การยกระดับการมีส่วนร่วมของหน่วยงานเชิงนโยบายและผู้ถืออำนาจหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเชิงภารกิจ</p> <p>หน่วยงานรับผิดชอบ: - ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ (ผนย.)</p>	<p>ตัวชี้วัด: ร้อยละความสำเร็จของกิจกรรมตามแผน</p> <p>เป้าหมาย: ร้อยละ 100</p>	<p>- หน่วยงานเชิงนโยบายและผู้ถืออำนาจหน้าที่ - หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเชิงภารกิจ</p>	<p>- บูรณาการการดำเนินงานระหว่างหน่วยงาน - มีโครงการ/แผนงานที่ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปีและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ</p>	<p>ระดับการเข้าร่วม (Levels) :</p> <p>- ให้คำปรึกษา (Consult)</p> <p>- มีส่วนร่วม (Involve)</p> <p>วิธีการ (methods)/ ความถี่:</p> <p>ลงพื้นที่สำรวจความต้องการและจัดรับฟังความคิดเห็น, จัดกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นภายใน, จัดกิจกรรมสนับสนุนการมีส่วนร่วม / รายปี</p>	<p>1. ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องศึกษาประเด็นความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ความมั่นคงแหล่งน้ำระยะยาวเพื่อการวางแผนความสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอกด้านความมั่นคงแหล่งน้ำ</p> <p>- หรือร่วมกันเพื่อระบุความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องการให้กปน. ให้การสนับสนุนหรือความร่วมมือเกี่ยวกับความมั่นคงทางแหล่งน้ำในระยะยาว</p> <p>2. นำประเด็นความต้องการที่ได้จากการหารือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาหารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกปน. เพื่อดำเนินการตอบสนองต่อประเด็นความต้องการ(โดยหากเป็นการดำเนินงานที่อยู่นอกเหนือภารกิจของหน่วยงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันจัดทำแผนการดำเนินงานเสนอต่อคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายองค์กรพิจารณาให้ความเห็นชอบและมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการ)</p>	<p>1. กผอ.ได้หารืองานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านแหล่งน้ำ (ได้แก่ ผรด.ผนส. หน่วยงานภายใต้ชวท.(ลอน)) เพื่อระบุความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องการให้ กปน. สนับสนุนหรือความร่วมมือ เกี่ยวกับความมั่นคงทางแหล่งน้ำ และเพื่อดำเนินการตอบสนองต่อประเด็นความต้องการดังกล่าว</p> <p>สรุปประเด็นหารือดังนี้</p> <p>กปน. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับกรมชลประทานและสำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ โดยไม่มีความขัดแย้งในด้านการปฏิบัติงานและเพื่อให้สามารถสร้างความสัมพันธ์ในการทำงานที่ดีร่วมกันของหน่วยงาน จึงมีการนำเสนอให้มีแนวทางปฏิบัติ ดังนี้</p> <p>1. จัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างหน่วยงานเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์</p>	<p>ดำเนินการได้สำเร็จครบถ้วนตามแผนงานและผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย ได้เข้าใจ/รับรู้ถึงความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนำมาวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้ตรงต่อประเด็นความต้องการ</p>	<p>ร้อยละ 100</p>

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
						<p>3. รายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ฝ่ายบริหารความรับผิดชอบต่อสังคม (รายไตรมาส)</p>	<p>2. ควรให้มีการแลกเปลี่ยนการศึกษาดูงานของแต่ละหน่วยงานเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และสร้างความสัมพันธ์ที่ดี</p> <p>3. สร้างทีมงานประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น พนักงานที่จบจากสถานการศึกษาเดียวกัน หรือเป็นเพื่อนร่วมคณะเดียวกัน เป็นต้น</p> <p>ข้อเสนอของหน่วยงานภายนอกเกี่ยวกับความมั่นคงทางแหล่งน้ำในระยะยาว กรมชลประทานเสนอให้ กปน. จัดหาแหล่งน้ำดิบเป็นของตนเองในอนาคต</p> <p>ทั้งนี้ ฝนย. จะติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานจัดหาแหล่งน้ำดิบสำรองของ กปน. ตามแผนปฏิบัติการ โครงการจัดหาพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งสำรองน้ำดิบ SO1-T1-P3 และโครงการบริหารจัดการระบบส่งน้ำดิบ ฝั่งตะวันออก และฝั่งตะวันตก SO1-T1-P1 แผนงานขอรับจัดสรรน้ำดิบจากลุ่มน้ำแม่กลองเพิ่มเติม 15 ลบ.ม./วินาที</p> <p>2. รวบรวมประเด็นความต้องการที่ได้จากการหารือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อเตรียมนำไปหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่นสำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติและกรมชลประทานเรื่องการจัดสรรน้ำดิบ/ติดตามการขอจัดสรรน้ำจากคณะทำงานศึกษาแนวทางการขอจัดสรรน้ำดิบลุ่มน้ำแม่กลองเพิ่มเติมลบ.ม./วินาที</p> <p>3.ผลการรายงานการเข้าหารือสหช.</p> <ul style="list-style-type: none"> - คาดหวังให้กปน. วางแผนและจัดหาแหล่งน้ำดิบและแหล่งกักเก็บน้ำเพิ่มเพื่อรองรับสถานการณ์Climate Change ที่มีต่อปริมาณและคุณภาพของแหล่งน้ำดิบที่ลดลงซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิตและคุณภาพน้ำประปาที่จ่ายให้แก่ประชาชน - คาดหวังให้กปน. ดำเนินการขับเคลื่อนเชิงนโยบายมากกว่านี้ - คาดหวังว่าในอนาคตกปน. และกรมทรัพยากรน้ำบาดาลจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบRealtime 		

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
	<p>แผนงานที่ 3 : การยกระดับการมีส่วนร่วมของพนักงานและผู้บริหาร</p> <p>หน่วยงานรับผิดชอบ: ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล (ฝบค.)</p>	<p>ตัวชี้วัด: ร้อยละความสำเร็จของกิจกรรมตามแผน</p> <p>เป้าหมาย: ร้อยละ 100</p>	<p>- พนักงานและผู้บริหาร</p>	<p>- ความต้องการความคาดหวังของบุคลากร (VOE) จากการสำรวจความผูกพันองค์กร</p> <p>- การปรับปรุงสวัสดิการเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลในส่วนของค่าห้องและค่าอาหาร</p> <p>- การเพิ่มช่องทาง/สถานพยาบาลที่หลากหลายในการเลือกใช้บริการรักษาพยาบาล</p> <p>- การจัดการให้มีการเพิ่มความรู้และทักษะเพื่อการปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ตลอดจนภารกิจที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>ระดับการเข้าร่วม (Levels) :</p> <p>- ให้คำปรึกษา (Consult)</p> <p>- มีส่วนร่วม (Involve)</p> <p>วิธีการ (methods)/ ความถี่:</p> <p>ลงพื้นที่สำรวจความต้องการและจัดรับฟังความคิดเห็น, จัดกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นภายใน, จัดกิจกรรมสนับสนุนการมีส่วนร่วม / รายปี</p>	<p>1. จัดกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นความต้องการความคาดหวังของพนักงานและผู้บริหาร (VOE)</p> <p>2. จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับพนักงานและผู้บริหาร</p> <p>3. รายงานผลการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ฝ่ายบริหารความรับผิดชอบต่อสังคม (รายไตรมาส)</p>	<p>1. ฝสก. ใช้ช่องทางรับฟังความคิดเห็นจากผลสำรวจความผูกพันองค์กร โดยความต้องการความคาดหวังของพนักงานสรุปได้ดังนี้หัวข้อที่บุคลากรในภาพรวมมีความคิดเห็นว่าส่งเสริมได้เป็นไปตามความต้องการมากที่สุด3อันดับแรก ได้แก่</p> <p>1) การจัดทำมีการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยแบ่งรายการตรวจตามช่วงอายุตามเพศเป็นต้น</p> <p>2) การเพิ่มช่องทางในการเรียนรู้ที่หลากหลายนอกเหนือจากการฝึกอบรมในห้องเรียนเช่นE-learning, Live Class, Virtual Classroom, Knowledge Sharing และ</p> <p>3) การประเมินผลปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม</p> <p>หัวข้อที่บุคลากรในภาพรวมมีความคาดหวังให้พัฒนาเรื่องดังกล่าวให้ดีขึ้นมากที่สุด3อันดับแรก ได้แก่</p> <p>1) การเพิ่มช่องทาง/สถานพยาบาลที่หลากหลายในการเลือกใช้บริการรักษาพยาบาล</p> <p>2) การปรับปรุงสวัสดิการเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลในส่วนของค่าห้องและค่าอาหาร</p> <p>3) จัดให้มีการทำงานแบบFlexible Time คือสามารถกำหนดเวลาเข้า – ออกงานแบบยืดหยุ่นตามความเหมาะสมของงานและบุคคลโดยมีชั่วโมงการทำงานเท่าเดิมมาดำเนินการ</p> <p>2. นำประเด็นดังกล่าวมาวิเคราะห์และจัดทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการความคาดหวังเช่นมอบของอุปโภคบริโภคให้แก่พนักงานตามโครงการเยี่ยมบุคลากรของพนักงานที่มีปัญหาสุขภาพเพื่อเป็นสื่อกลางในการสื่อสารทำความเข้าใจและการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริหารกับพนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานและสร้างขวัญกำลังใจให้พนักงาน/ จัดกิจกรรม "โซนภาพยนตร์หนุมาน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตในมิติHappy Relax และ Happy Soul / การเปิดใช้งานห้อง Fitness center ที่ชั้น 3 อาคารอุทกการ ตั้งแต่เดือน สิงหาคม 2566และกิจกรรมมอบทุนการศึกษาแก่บุตรพนักงาน เป็นต้น</p>	<p>ดำเนินการได้สำเร็จครบถ้วนตามแผนงานและผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายได้รับรู้ถึงความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยนำมากำหนดเป็นโครงการ/แผนงาน ได้ตรงกับประเด็นความต้องการความคาดหวัง</p>	<p>ร้อยละ 100</p>

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
3	<p>โครงการย่อยที่ 3 : การถ่ายทอดองค์ความรู้สู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>3.1. แผนงานที่ 1 : การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการประปาให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน.</p> <p>(ผู้รับผิดชอบ : ฝ่ายธรรมาภิบาล ,ฝ่ายสื่อสารองค์กร ,ฝ่ายทรัพยากรน้ำและสิ่งแวดล้อม ,ฝ่ายคุณภาพน้ำ ,ฝ่ายบริหารความเสี่ยง ,ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ ,ฝ่ายพัฒนารูธุรกิจ ,ฝ่ายนวัตกรรมองค์กร ,ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ,ฝ่ายบริหารจัดการน้ำสูญเสีย ,ฝ่ายยุทธศาสตร์เทคโนโลยีดิจิทัล ,ฝ่ายบริการกลาง และฝ่ายบริหารความรับผิดชอบต่อสังคม)</p>	<p>ตัวชี้วัด</p> <p>1.ความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน</p> <p>2.ระดับความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของกิจกรรมตามแผนฯ</p> <p>ค่าเป้าหมาย :</p> <p>1. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100</p> <p>2. ไม่น้อยกว่า 4.25</p>	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน. ทั้ง 9 กลุ่ม	ต้องการแลกเปลี่ยน/รับรู้ และให้ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดทำแผนต่าง ๆ เช่น แผนวิสาหกิจ กปน. แผนแม่บทด้านต่าง ๆ	<p>ระดับการเข้าร่วม (levels): การให้ข้อมูล (inform) / ร่วมมือ (collaborate) วิธีการ (methods)/ ความถี่ : การศึกษาดูงาน /จัดกิจกรรมสัมมนาและเสวนารับฟังความคิดเห็นภายใน /ภายนอก</p> <p>ความถี่ : อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง</p>	<p>- กำหนดกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการประปาเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น การทัศนศึกษาดูงานโรงงานผลิตน้ำ เป็นต้น</p> <p>- คัดเลือกผู้แทนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มที่จะเข้าร่วมกิจกรรมที่กำหนด</p> <p>- ดำเนินกิจกรรมตามแผน</p> <p>- สรุปผลการดำเนินกิจกรรมตามแผนสร้างความสัมพันธ์</p>	<p>- กำหนดจัดกิจกรรมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน. ทุกกลุ่มได้ร่วมกันระบุงบชี้แจงด้านความยั่งยืน พร้อมทั้งร่วมกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการประปาให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการจัดบอร์ดนิทรรศการ และเชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดูงานโรงงานผลิตน้ำ</p> <p>- คัดเลือกผู้แทนของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 9 กลุ่มเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>- ดำเนินการจัดกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ ในวันพฤหัสบดีที่ 19 มกราคม 2566 เวลา 09.00 – 14.00 น. ณ อาคารอเนกประสงค์ สำนักงานใหญ่ กปน.</p> <p>- สรุปผลการดำเนินงาน มีผู้เข้าร่วมงาน 122 คน และมีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมเท่ากับ 4.5 คะแนน (คะแนนเต็ม 5)</p> <p>- หน่วยงานภายนอกหรือสถานศึกษา ดูงานโรงงานผลิตน้ำ จำนวน 41 แห่ง</p>	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเข้าใจทิศทางการดำเนินงานและการดำเนินงานต่างๆของกปน. ตีงขึ้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนวิสาหกิจ กปน. แผนแม่บทด้านต่าง ๆ ส่งผลให้สามารถตอบสนองความต้องการได้มากขึ้น	ร้อยละ 100

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
4	<p>โครงการย่อยที่ 4 : การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการจัดการนวัตกรรม และ เทคโนโลยีดิจิทัล</p> <p>แผนงานที่ 1 : การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้กับพนักงานและผู้ปฏิบัติงาน</p> <p>หน่วยงานรับผิดชอบ: ฝ่ายนวัตกรรมองค์กร (ผนอ.)</p>	<p>ตัวชี้วัด :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน <p>ค่าเป้าหมาย :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้อยละ 100 	พนักงานและผู้ปฏิบัติงาน	คาดหวังให้ กปน. คิดและใช้นวัตกรรมมาพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร	<p>ระดับการเข้าร่วม (levels): การให้ข้อมูล (Inform) ร่วมมือ (Collaborate)</p> <p>วิธีการ (methods)/ ความถี่: การจัดทำนิทรรศการนวัตกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเข้าร่วมคุณภาพ, การเข้าร่วมโครงการ / ปีละ 1 ครั้ง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทหหรือกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อเชื่อมโยงกับความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์ความรู้ และนำมาใช้ประกอบการพิจารณาในการกำหนดรูปแบบการจัดการกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ 2. จัดทำสื่อด้านการจัดการความรู้ และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้บริหารและบุคลากร กปน. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก 3. กิจกรรมโครงการประกวดเพื่อสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ <ul style="list-style-type: none"> - ขออนุมัติแผนงานและโครงการประกวดงบประมาณ (เงินรางวัล) - จัดการประกวด (ถ่ายทอดความรู้) / มอบรางวัล (รอบสายงาน และรอบองค์กร) 4. ติดตามและประเมินผล พร้อมทำรายงานผลการดำเนินงานและบทวิเคราะห์นำเสนอผู้บริหารหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง และ ฝ่ายบริหารความรับผิดชอบต่อสังคม (รายไตรมาส) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทบทวนและกำหนดรูปแบบการจัดการกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้และกำหนดKPI การถ่ายทอดองค์ความรู้โดยผู้บริหารในแผนการจัดการความรู้สายงานปีงบประมาณ 2566 ซึ่งมีกิจกรรมดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1) ผู้บริหารระดับสูง (ระดับผู้ช่วยผู้ว่าการขึ้นไป) จัดทำและถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านกิจกรรมต่างๆและบันทึกในระบบKM PORTAL 2) ผู้บริหารทุกระดับ (ระดับหัวหน้าส่วนขึ้นไป) มีส่วนร่วมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในสายงาน 2. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ km corner เพื่อสร้างการรับรู้เช่น <ul style="list-style-type: none"> ประสบการณ์แรงบันดาลใจในการทำนวัตกรรม และการแสวงหาองค์ความรู้ของนวัตกรรม / นิยามศัพท์KMแบบฉบับMWA ที่คุณไม่ควรพลาด/ เครื่องมือการจัดการความรู้6แบบฟอร์มในระบบ KM PORTAL / จัดทำสื่อในการสื่อสารด้านการจัดการความรู้ในงานทบทวนปัจจัยยั่งยืนของกปน. และการถ่ายทอดความรู้กปน. ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย / กระบวนการจัดการความรู้7ขั้นตอน ผ่านการอบรมหลักสูตรการใช้งานระบบจัดการฐานความรู้สำหรับองค์กร/การสื่อสารผ่านกิจกรรมKM REWARD KM Wordsearchได้เรียนรู้คำศัพท์KM และความหมาย ฯลฯ 3. คณะกรรมการเพื่อสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้เห็นชอบให้ดำเนินการจัดกิจกรรมโครงการประกวดเพื่อสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยทุกสายงานดำเนินการประกวดการจัดการความรู้ / ถ่ายทอดความรู้ภายในสายงานแล้วเสร็จภายในวันที่ 21 ก.ค. 2566 	ดำเนินกิจกรรมได้ครบถ้วนตามแผน และผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย โดยทำให้พนักงานและผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการความรู้ และนวัตกรรมมากขึ้น มีส่วนร่วมในการจัดทำองค์ความรู้นวัตกรรมและยังสามารถสื่อสารแลกเปลี่ยนให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ด้วย	ร้อยละ 100

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
							4. รวบรวมและสรุปผลการดำเนินงานเพื่อนำไปใช้ติดตามและประเมินผล และรายงานผลการดำเนินงานผ่านคณะKM Commiteeในการประชุมครั้งที่ 4/2566 ในวันที่ 31 สิงหาคม 2566		
	<p>แผนงานที่ 2 : จัด Exhibition นวัตกรรมเพื่อการประปาคุณภาพ</p> <p>ผู้รับผิดชอบ : ฝ่ายนวัตกรรมองค์กร (ผนอ.)</p>	<p>ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จของแผนงาน</p> <p>ค่าเป้าหมาย : 100%</p>	<ul style="list-style-type: none"> - หน่วยงานเชิงนโยบายและผู้ถือหุ้นภาครัฐ - หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเชิงภารกิจ - ลูกค้า - พนักงานและผู้ปฏิบัติงาน - สื่อมวลชน - ชุมชนและสังคม - คู่ค้า - พันธมิตร - นักเคลื่อนไหว/องค์กรอิสระ / ภาคประชาสังคม/นักวิชาการ 	<ul style="list-style-type: none"> - สคร. และคณะกรรมการ กปน. คาดหวังให้ กปน.สร้างรายได้เสริมให้กับองค์กร คิดและใช้นวัตกรรมมาพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร - มีความตระหนักรู้และมีความเข้าใจการใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยความมั่นคงปลอดภัย ตาม ระเบียบ กปน. ว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยสารสนเทศ ปี 2560 - พัฒนาข้อมูลสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง - ลูกค้ามีความคาดหวังในการให้บริการทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ (MWA on Mobile) และการแก้ปัญหาด้าน IT Infrastructure - พนักงานและหน่วยงานคาดหวังระบบงานเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อช่วยให้ทำงานได้อย่างมี 	<p>ช่องทางการมีส่วนร่วมในการสร้างความสัมพันธ์/การบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>1. ระดับการเข้าร่วม (levels) : การให้ข้อมูล (inform), ร่วมมือ (collaborate)</p> <p>2. วิธีการ (methods) : จัดทำ Exhibition นวัตกรรมเพื่อการประปาคุณภาพ/ การเข้าร่วมโครงการ</p> <p>ความถี่ : รายปี</p>	<p>4.2.1. จัดประชุมภายในร่วมกับฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณากำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนวทางการจัดงานนิทรรศการนวัตกรรม (Exhibition)</p> <p>4.2.2. ศึกษารูปแบบการจัดงานนิทรรศการนวัตกรรม (Exhibition)</p> <p>4.2.3. กำหนดรูปแบบและวางแผนการดำเนินการ (Target Exhibitor/ Target Visitor) แนวคิดของงาน (Concept/Key Visual/Theme) และระยะเวลาในการจัดงาน (Duration/Timing)</p> <p>4.2.4. จำแนกประเภทผู้เข้าร่วมงานและผู้เข้าชมงานจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น</p> <p>ผู้เข้าร่วมงาน : พันธมิตร คู่ค้า หน่วยงานเชิงภารกิจ</p> <p>ผู้เข้าชมงาน : หน่วยงานเชิงนโยบายและผู้ถือหุ้นภาครัฐ ลูกค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ผนอ. ได้มีการหารือกับฟรอส. ฝ่าย. เกี่ยวกับการจัดนิทรรศการนวัตกรรมและมีความเห็นว่าจะจัดร่วมกันในงานStakeholder day ซึ่งฟรอส. กำหนดจะจัดประมาณเดือนมีนาคม - เมษายน 2566 - ได้มีการหาข้อมูลรูปแบบงานและเดือนที่จัดงานที่เหมาะสมที่จะเข้าร่วมจัดนิทรรศการ เช่นมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2566 - สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการจ้างจัดนิทรรศการจาก ฟสอ. และพิจารณาหาเวทีการจัดนิทรรศการร่วมกับหน่วยงานภายนอกที่เหมาะสม - ประสานงานกับฟรอส. เกี่ยวกับรูปแบบการจัดงาน Stakeholder Day กลุ่มผู้เข้าร่วมงานวันที่จัดงาน - กำหนดหัวข้อในเบื้องต้นเป็น"นวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน" - มีฐานข้อมูลพันธมิตรและคู่ค้าด้านนวัตกรรมที่จะเชิญมาร่วมงานเรียบร้อยแล้ว - กำหนดกลุ่มผู้มาร่วมงานตามแผนแม่บทผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องและกลุ่มที่เกี่ยวข้องโดยตรงด้านนวัตกรรม 	<p>ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กปน. ได้รับรู้ เรื่องนวัตกรรมของ กปน. ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนวัตกรรมของ กปน. มากยิ่งขึ้น</p>	<p>ร้อยละ 100</p>

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
				ประสิทธิภาพ รวดเร็ว		<p>4.2.5. จำแนกประเภทของนวัตกรรม และรูปแบบการนำเสนอ นวัตกรรม</p> <p>4.2.6. พิจารณาและจัดหาสถานที่ (Venue) สำหรับการจัดงานนิทรรศการนวัตกรรม (Exhibition)</p> <p>4.2.7. กำหนดรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมในการจัดงานนิทรรศการนวัตกรรม (Exhibition)</p> <p>4.2.8. จัดงานนิทรรศการนวัตกรรม (Exhibition)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - คัดเลือกผลงานนวัตกรรมที่จะนำเสนอในงาน Stakeholder Day - จำแนกประเภทและรูปแบบเป็นการนำเสนอผลงานนวัตกรรมจากผลงานจริง - สืบหาผลงานนวัตกรรมที่พร้อมนำมาจัดแสดง <ul style="list-style-type: none"> - ฝนอ. ร่วมกับฝรส. และฝนย. กำหนดจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนปัจจัยความยั่งยืนของกปน. หรืองานStakeholder Day และเห็นว่าสมควรจัดงาน ณ อาคารอเนกประสงค์ <ul style="list-style-type: none"> - ฝนอ. ร่วมกับฝรส. และฝนย. รวมทั้งหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องประชุมหารือร่วมกันเกี่ยวกับการ Stakeholder Day ซึ่งจะเชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมาร่วมงาน และได้มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่หน่วยงานในการดำเนินการประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> - การจัดทำเนื้อหาในการแสดงบูธ - การเชิญผู้เข้าร่วมงาน - การจัดทำรายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมงาน - พิธีกรดำเนินงาน - การจัดสถานที่ - การจัดลงทะเบียนและแจกของที่ระลึกให้กับผู้มาร่วมงาน <ul style="list-style-type: none"> - กนว.ฝนอ. เข้าร่วมแสดงผลงานนวัตกรรมในงาน "วันนักประดิษฐ์" ระหว่างวันที่ 2-6 กุมภาพันธ์ 2566 ณ ศูนย์นิทรรศการไบเทคบางนา มีสถาบันการศึกษาหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้าร่วมงาน - ฝนอ. ร่วมกับฝรส. และฝนย. จัดงาน Stakeholder Day ในวันที่ 19 ม.ค.66 ณ อาคารอเนกประสงค์โดยนำเสนอเกี่ยวกับนโยบายและแผนแม่บทและแผนปฏิบัติงานด้านการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมผลงานนวัตกรรมที่นำมาใช้ในการให้บริการประชาชนตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และจัดแสดงผลงานนวัตกรรม อาทิ ผลงาน CIA ผลงานวาริ์กฤษและผลงาน AI หาท่อรั่ว 		

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
						<p>4.2.9. รายงานผลการดำเนินงานการสร้าง ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ฝ่ายบริหารความรับผิดชอบต่อสังคม (รายไตรมาส)</p>	<p>จัดนิทรรศการเมืองยั่งยืนวันที่ 21-22 มิถุนายน 2566 ณ โรงแรมเดอะเบอเคลีย์ประตูน้ำสี่สาร แผนแม่บทนวัตกรรมผลงานนวัตกรรมตั้งแต่ต้นน้ำการนำดิบไปผลิตจนถึงการบริการถึงบ้านผู้ใช้ น้ำและนำผลงานนวัตกรรมไปแสดงได้แก่ MWA on Mobile และมาตรวัดน้ำอัจฉริยะ</p> <p>กลุ่มเป้าหมายที่เข้าชมนงาน(พ.ค.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - เตรียมการสำหรับการเข้าร่วมจัดนิทรรศการโครงการเมืองยั่งยืน โดยร่วมกับสายงาน รวง (ท) นำ MWA On Mobile ไปร่วมแสดงในงานหน่วยงานราชการ - นำผลงานนวัตกรรมเข้าร่วมแสดงในงาน " MWA Open House 2023 : เปิดบ้านการประปานครหลวง" วันที่ 15 มี.ค.66 เวลา 09.00-13.00 น. โดยมีกลุ่มผู้ใช้น้ำรายใหญ่ (MWA Top - Tier) เข้าร่วมงาน - 1. มีการแสดงจัดนิทรรศการและแสดงผลงานนวัตกรรมในงาน Stakeholder Day ในวันที่ 19 ม.ค.66 ณ อาคารอเนกประสงค์ โดยมีกลุ่มพันธมิตรทางวิชาการ ของ ฝนอ. เข้าร่วมงาน ได้แก่ นักวิจัย นักวิชาการ จากมหาวิทยาลัย รวมทั้ง กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ - รายงานผลการดำเนินงานในระบบ CPM ไตรมาสที่ 1 		

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
5	<p>โครงการย่อยที่ 5 : การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อส่งเสริมการบริการ</p> <p>ผู้รับผิดชอบหลัก: ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ / สำนักงานประชาสัมพันธ์ 18 สาขา</p> <p>แผนงานที่ 1 : โครงการยกระดับความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</p>	<p>ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>ค่าเป้าหมาย : 100%</p>	<p>- หน่วยงานเชิงนโยบายและผู้ถือหุ้นภาครัฐ</p> <p>- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเชิงภารกิจ</p> <p>- ลูกค้า</p> <p>- พนักงานและผู้ปฏิบัติงาน</p> <p>- สื่อมวลชน</p> <p>- ชุมชนและสังคม</p> <p>- คู่ค้า</p> <p>- พันธมิตร</p> <p>- นักเคลื่อนไหว/องค์กรอิสระ / ภาคประชาสังคม/นักวิชาการ</p>	<p>- ปัญหาการใช้พื้นที่ก่อสร้างวางท่อประปา การขอมท่อวางท่อประปา รวดเร็ว เรียบร้อยไม่สร้างผลกระทบ</p> <p>- ต้องการความพึงพอใจจากการให้บริการรวดเร็ว มีประสิทธิภาพของกปน.</p> <p>- ความต้องการปริมาณและแรงดันน้ำที่เพียงพอและสม่ำเสมอ</p> <p>- วางท่อให้เข้าถึงพื้นที่ที่ยังไม่มีน้ำประปาใช้</p> <p>- มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการเข้าถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง</p>	<p>ช่องทางการมีส่วนร่วมในการสร้างความสัมพันธ์/การบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>1. ระดับการเข้าร่วม (levels) : การให้ข้อมูล (inform) ให้คำปรึกษา (consult)</p> <p>2. วิธีการ (methods) : จัดประชุม / จัดกิจกรรม เปิดตัวบริการใหม่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ / การอบรมพัฒนา ยกระดับการทำงานร่วมกับพันธมิตร</p> <p>ความถี่ : รายไตรมาส</p>	<p>5.1.1. แผนงานย่อยที่ 1 : MWA Top Tier (กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย Key Account และกลุ่มลูกค้า RCI ที่เป็น Sensitive Account) (อ้างอิงจาก แผนแม่บทด้านลูกค้าและการตลาด แผนปฏิบัติการ: CMO2-T5-P1 โครงการยกระดับความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)</p> <p>5.1.1.1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และรูปแบบกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์</p> <p>5.1.1.2. จัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย</p> <p>5.1.1.3. ดำเนินการตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>กำหนดกลุ่มเป้าหมายวัตถุประสงค์และรูปแบบกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์ตามคู่มือปฏิบัติงานการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโครงการ MWA Top-Tier</p> <p>- กกด.ฝตส. จัดทำสรุปจำนวนและรายชื่อลูกค้าในโครงการMWA Top-Tier ในภาพรวม18 สาขา</p> <p>- สำนักงานประชาสัมพันธ์จัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโครงการTop-Tier ตามบันทึกกกดฝตส59/2565 ลว.7 ต.ค.65</p> <p>- สำนักงานประชาสัมพันธ์ดูแลลูกค้าโครงการ MWA Top-Tier ตามแผนงานของสาขา</p> <p>Output :จำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ได้ดำเนินการ100%</p>	<p>1. จำนวนข้อร้องเรียนยอดสะสม ส.ค. 66 อยู่ที่ 10,146 ราย โดยมีข้อร้องเรียนลดลงจากยอดสะสม ส.ค. 65 (ปีก่อน) อยู่ที่ 11,056 ราย</p> <p>2. ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า ปี 2566 ได้ 4.628 คะแนนเพิ่มขึ้นจากปี 2565 ได้ 4.615 คะแนน</p> <p>-ผลการดำเนินการตามแผนโครงการเข้าพบลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของสำนักงานประชาสัมพันธ์สาขาแล้วเสร็จตามแผนสร้างความสัมพันธ์ฯ</p>	ร้อยละ 100

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
				- ความพึงพอใจ ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของ ผู้ใช้บริการด้าน IT (ผู้ใช้บริการภายนอก)/ ลูกค้ามีความพึงพอใจ เพิ่มขึ้นทุกปี		<p>5.1.1.4. ติดตาม และรายงานผลการดำเนินงานตามแผนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย</p> <p>5.1.2. แผนงานย่อยที่ 2 : กิจกรรมประปาพบประชาชน (กลุ่มลูกค้า R) (อ้างอิงจาก แผนแม่บทด้านลูกค้าและการตลาด แผนปฏิบัติการ: CMO2-T5-P1 โครงการยกระดับความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)</p> <p>5.1.2.1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และรูปแบบกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์</p> <p>5.1.2.2. จัดทำแผนการจัดกิจกรรมพบประชาชน</p> <p>5.1.2.3. ดำเนินการตามแผนการจัดกิจกรรมพบประชาชน</p> <p>5.1.2.4. ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานกิจกรรมพบประชาชน</p>	<p>- ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย / กกต.ฝตส. จัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามแผนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าไตรมาส4 ปีงบประมาณ2566</p> <p>- กกต.ฝตส. จัดทำสรุปรายงานผลการดำเนินงานตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตามบันทึกที่กกตฝตส74/2566 ลว. 14ก.ค.66</p> <p>- จัดทำรายงานผลการดำเนินงานโครงการ MWA Top-Tier ตามบันทึกที่กกตฝตส. 36/2566</p> <p>- รายงานผลการดำเนินงานตามบันทึกที่ กกตฝตส3/2566 ลว.16 ม.ค. 2566</p> <p>- กำหนดกลุ่มเป้าหมายวัตถุประสงค์และรูปแบบกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์ตามคู่มือปฏิบัติงานการจัดกิจกรรมประปาพบประชาชนของสำนักงานประปาสาขา</p> <p>- สำนักงานประปาสาขาจัดทำแผนการจัดกิจกรรมพบประชาชนตามบันทึกกกตฝตส 59/2565 ลว.7 ต.ค.65</p> <p>- สำนักงานประปาสาขาจัดกิจกรรมประปาพบประชาชนครั้งที่ 4 /2566 แล้วเสร็จในไตรมาสที่ 4 : จัดกิจกรรมพบประชาชนได้ตามแผนสาขาละ 4 ครั้ง/ปี</p> <p>- กกต.ฝตส. จัดทำสรุปรายงานผลการดำเนินงานตามการจัดกิจกรรมประปาพบประชาชนตามบันทึกที่กกตฝตส74/2566 ลว. 14ก.ค.66</p> <p>- กกต.ฝตส. จัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามแผนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าไตรมาส 2 ปีงบประมาณ2566 (ที่กกตฝตส.36/2566</p>		

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
							18/4/2566) พบประชาชน - รายงานผลการดำเนินงานตามบันทึกที่ กกตฝตส3/2566 ลว.16 ม.ค. 2566 - ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานกิจกรรมพบประชาชน = กกต.ฝตส. จัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามแผนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าไตรมาส4ปีงบประมาณ2566		
	<p>แผนงานที่ 2</p> <p>โครงการยกระดับการให้บริการของสำนักงานประชาสัมพันธ์ : พัฒนาการให้บริการของสำนักงานประชาสัมพันธ์ในจุดสัมผัสบริการที่สำคัญ (Key Touch-point) (อ้างอิงจาก แผนแม่บทด้านลูกค้าและการตลาด แผนปฏิบัติการ: CMO2-T2-P1 โครงการยกระดับการให้บริการของสำนักงานประชาสัมพันธ์)</p>					5.2.1. รวบรวมข้อมูล VOC และกำหนดประเด็นความต้องการความคาดหวังที่สำคัญ	- รวบรวมข้อมูลVOC และกำหนดประเด็นความต้องการความคาดหวังที่สำคัญ	<p>ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดความพึงพอใจ ซึ่งได้ประเมินผลการให้บริการ และข้อเสนอแนะเพื่อนำมาพัฒนาการให้บริการได้อย่างตรงจุด</p>	ร้อยละ 100
		5.2.2. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแผนปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของสำนักงานประชาสัมพันธ์	- ประชุมเชิงปฏิบัติการในวันที่20ม.ค. 2566 - รวบรวมประเด็นและข้อมูลต่างๆเพื่อเตรียมจัดประชุม						
		5.2.3. นำเสนอแผนปรับปรุงฯ ต่อคณะกรรมการ CMC พิจารณาความเห็นชอบและกรอบงบประมาณ (ถ้ามี)	- อยู่ระหว่างนำเสนอเข้าที่ประชุมกลุ่มผจ. - นำเสนอความก้าวหน้าในที่ประชุมCMC ในวันที่ 27 ม.ค.2566						
		5.2.4. ถ่ายทอดสื่อสารแผนไปให้สำนักงานประชาสัมพันธ์ และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติ	- คัดการณ์ถ่ายทอดสื่อสารแผนไปให้สำนักงานประชาสัมพันธ์ - คัดเลือกแผนปรับปรุงการให้บริการปีงบประมาณ2566 ในที่ประชุมเชิงปฏิบัติการแผนปรับปรุงการให้บริการ (Improvement Plan) พร้อมทั้งชี้แจงแผนฯให้ที่ประชุม						
		5.2.5. สำนักงานประชาสัมพันธ์และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการปฏิบัติตามแผน	- พนักงาน/ผู้ปฏิบัติงานสำรวจความพึงพอใจและประเมินผลการให้บริการเพื่อนำมาพัฒนาการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทุกเดือน - สำนักงานประชาสัมพันธ์ดำเนินการพัฒนาระดับการให้บริการในระบบต่างๆทั้งระบบก่อนเข้าสู่จุดบริการระบบจุดบริการและระบบสนับสนุนการให้บริการ						
		5.2.6. ติดตาม ประเมินประสิทธิผลของการนำแผนไปปฏิบัติ	- กบข.ติดตามและประเมินประสิทธิผล - พนักงาน/ผู้ปฏิบัติงานสำรวจความพึงพอใจและประเมินผลการให้บริการเพื่อนำมา						

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความ คาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ ความถี่ (ในการสร้าง ความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของ แผนงาน
							พัฒนาการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทุกเดือนและ หน่วยงาน Third Party สํารวจความพึง พอใจและประเมินผล - จัดการข้อร้องเรียนประจำปีงบประมาณ 2566 เป็นที่เรียบร้อย		
	แผนงานที่ 3: ยกระดับ การทำงานร่วมกับ พันธมิตร					5.3.1. นำประเด็นความต้องการมาจัดประชุมกับ พันธมิตร เพื่อวางแผนสื่อสารแผนการดำเนินงาน ส่งเสริมการบริการ	- ประชุมทีมงานด้าน IT กับตัวแทน KTB และ BBL เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของยอดเงินรับ ชำระ ผ่านระบบ Online - ประชุมหารือร่วมกับกลุ่มพันธมิตรในการ พัฒนาระบบรับชำระเงินด้านฐานข้อมูลลูกค้า และ Text File - ดำเนินการจัดประชุมร่วมกับกลุ่มพันธมิตร โดยตรงผ่านระบบ ZOOM เพื่อพัฒนาช่อง ทางการให้บริการด้านกฎหมาย ด้านการเงิน ด้านระบบเทคโนโลยี และด้านการ ประชาสัมพันธ์ ตอบสนองความต้องการของ กลุ่มพันธมิตรได้อย่างตรงประเด็น 1. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการประชุม ร่วมกับตัวแทนต่างๆ การติดต่อประสานงาน โดยตรง รวมถึงแบบสอบถามความประสงค์ของ ตัวแทน ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และ ทางโทรศัพท์ 2. เชิญพันธมิตรเข้าร่วมการประชุมเชิง ปฏิบัติการ การทบทวนปัจจัยความยั่งยืนของ กปน. และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการประปา ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในวันพฤหัสบดีที่ 19 มกราคม 2566 ณ สำนักงานใหญ่ กปน.	มีแผนและเกณฑ์มาตรฐานในการ ดำเนินงาน เพื่อยกระดับ ประสิทธิภาพในการให้บริการให้ ผู้ มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดความพึงพอใจ เพิ่มขึ้น	ร้อยละ 100

ที่	แผน / โครงการ	ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย	Stakeholders	ความต้องการ/ความคาดหวังของ stakeholders	แนวทาง/รูปแบบ/ความถี่ (ในการสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholders)	กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน (output)	ผลลัพธ์ (outcome)	ผลสำเร็จของแผนงาน
						<p>5.3.2. การอบรมพัฒนาบุคลากรเพื่อยกระดับการทำงานร่วมกับพันธมิตร</p>	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาระบบเชื่อมโยงข้อมูลระหว่าง กปน. และ กปน. จากระบบ Offline เป็นระบบ Online โดยมีการประชุมเพื่อดำเนินการทดสอบระบบ ก่อนลงนามในสัญญา MOU ในวันที่ 20 ก.ย. 66 - พัฒนาระบบการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่าง กปน. และตัวแทนผ่าน App. Line OA โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีการจัดเก็บข้อมูลเข้าในระบบ Infoma WEBFORM - บริษัท Counter Service อยู่ระหว่างดำเนินการขอขึ้นระบบ Online - ประชุมกับ กพร. เพื่อเตรียมความพร้อมในการสร้าง Line OA เพื่อพัฒนา Application - ประชุมหารือกับฝ่าย IT ในการจัดทำแม่เก็บฐานข้อมูลลูกค้าผ่านระบบ INFOMA WebForm ของ กปน. - ดำเนินการจัดทำ KM เพื่อพัฒนาระบบการให้บริการร่วมกับกลุ่มพันธมิตรเพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการให้บริการและติดต่อประสานงานผ่านระบบ Chatbot - จัดเตรียมแผนการพัฒนาระบบการให้บริการร่วมกับกลุ่มพันธมิตรเพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการให้บริการและติดต่อประสานงานผ่านระบบ Chat Bot 		
						<p>5.3.3. รายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียต่อฝ่ายบริหารความรับผิดชอบต่อสังคม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - รายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียต่อฟรล. ทางระบบue-Project ประจำเดือนทุกเดือน - ดำเนินการรวบรวมเพื่อรายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียต่อฝ่ายบริหารความรับผิดชอบต่อสังคม (ฟรล.) โดยฟรล. กำหนดให้รายงานทุกสิ้นไตรมาส ทั้งนี้มีการเข้าพบตัวแทนรับชำระเงินจำนวน 12 รายเพื่อสวัสดีปีใหม่และมอบของขวัญปีใหม่ - คาดว่าจัดทำรายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียต่อฟรล. แล้วเสร็จภายใน 31 ธ.ค. 65 (ตามที่ฟรล. กำหนดการรายงานสิ้นไตรมาสที่ 1 = 25%) 		