



รายงานฉบับสมบูรณ์

ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการลูกค้าของ
การประปานครหลวง

ปีงบประมาณ 2569

ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการ ลูกค้าของ การประปานครหลวง ปีงบประมาณ 2569

ข้อมูลผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
กลุ่มลูกค้าของ กปน. ดังนี้

- ลูกค้าครัวเรือน (กลุ่ม R - Residential) ร้อยละ 80.11
- ลูกค้าพาณิชย์ (กลุ่ม C - Commercial) ร้อยละ 18.88
- ลูกค้าอุตสาหกรรม (กลุ่ม I - Industrial) ร้อยละ 1.01

โดย ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์

รายงานผลสำรวจประจำปี

เดือน กรกฎาคม 2569

ผลการศึกษาคุนภาพการให้บริการลูกค้าของ กปน. 8 มิติการให้บริการที่สำคัญขององค์กร

ภาพรวมองค์กร

4.699

▲ +0.098 จากปี 2568

การบริการทั่วไป

4.735

▲ +0.078
จากปี 2568

บริการสำนักงานสาขา

4.743

▲ +0.027
จากปี 2568

การบริการจอด จ่าย จร (3จ.)

4.501

▼ -0.131
จากปี 2568

MWA Call Center 1125

4.679

▲ +0.399
จากปี 2568

การวางท่อ/ซ่อมท่อประปา

4.607

▲ +0.192
จากปี 2568

ภาพลักษณ์ของ กปน.

4.724

▲ +0.177
จากปี 2568

MWA on Mobile

4.729

▲ +0.208
จากปี 2568

Social Media (Line, Facebook)

4.513

▼ -0.328
จากปี 2568

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการลูกค้าของ กปน. ภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.699 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้น 0.098 ซึ่งเพิ่มขึ้นในเกือบทุกมิติของการให้บริการ โดยมีมิติการให้บริการ MWA Call Center เพิ่มขึ้นมากที่สุด 0.399 รองลงมาคือ บริการ MWA onMobile เพิ่มขึ้น 0.208 และการวางท่อ/ซ่อมท่อประปา เพิ่มขึ้น 0.192 ตามลำดับ ในขณะที่บริการ Social Media (Line, Facebook) และบริการจอด จ่าย จร (3จ.) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจลดลงเล็กน้อย

คุณภาพการให้บริการลูกค้าของสำนักงานประปาสาขา (ภาพรวม 18 สาขา)

จำแนกตามมิติการพิจารณา 4 ด้าน

ความพึงพอใจภาพรวมต่อคุณภาพ
การให้บริการของสำนักงานประปาสาขา

4.718

เพิ่มขึ้นจากปี 2568 ▲ +0.062



การบริการ
ทั่วไป

4.735



การบริการที่
สำนักงาน
ประปาสาขา

4.743



การวางท่อ/
ซ่อมท่อประปา

4.607



การติดตั้ง
ประปาใหม่

4.659

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานประปาสาขา ปี 2569 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.718 โดยเพิ่มขึ้น 0.062 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และเพิ่มขึ้นในทุกปัจจัยการให้บริการ

ความเชื่อมั่นในคุณภาพน้ำประปา



● เชื่อมั่น 98.80%
● ไม่เชื่อมั่น 1.20%

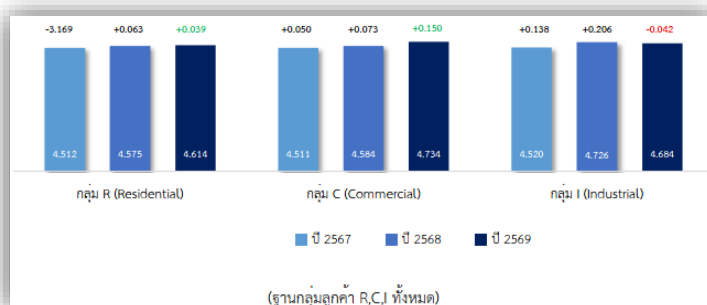
ความพึงพอใจต่อคุณภาพน้ำประปาโดยรวม



ความเชื่อมั่นต่อคุณภาพน้ำประปา

ผลการสำรวจภาพรวมลูกค้า กปน. พบว่า มีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพน้ำประปาในระดับสูง ร้อยละ 98.80

และความพึงพอใจต่อคุณภาพน้ำประปาโดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.638 โดยเพิ่มขึ้น 0.047 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และเพิ่มสูงมากในกลุ่ม c และกลุ่ม R ขณะที่กลุ่ม I มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจลดลงเล็กน้อย



คุณภาพการให้บริการลูกค้า จำแนกตาม CUSTOMER JOURNEY ของ กปน.

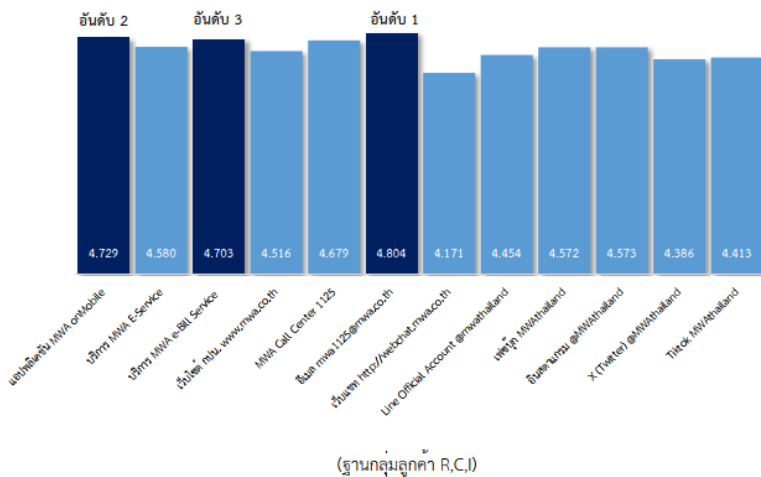
เส้นทาง Customer Journey ของลูกค้า กปน.

CJ1	CJ2	CJ3	CJ4	CJ5	CJ6	CJ7
การค้นหาข้อมูล	การขอติดตั้งประปาใหม่	การติดตั้งประปาใหม่	การใช้ น้ำประปา	การแจ้ง ค่าน้ำประปา	การชำระ ค่าน้ำประปา	การยกเลิกการใช้ น้ำ
4.713	4.771	4.659	4.677	4.701	4.661	4.698

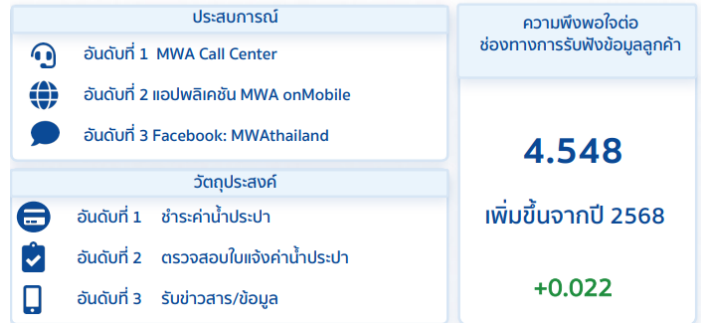
ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพการให้บริการ จำแนกตาม Customer Journey ของ กปน. ปี 2569 พบว่า CJ2 การขอติดตั้งประปาใหม่ มีความพึงพอใจสูงสุด ค่าเฉลี่ย 4.771 รองลงมาคือ CJ1 การค้นหาข้อมูล ลูกค้ามีความต้องการใช้น้ำประปา ค่าเฉลี่ย 4.713 และ CJ5 การแจ้งค่าน้ำประปา ค่าเฉลี่ย 4.701 นอกจากนี้ จากผลการสำรวจความพึงพอใจพบว่า ในทุกจุดการให้บริการตามเส้นทางการเป็นลูกค้าของ กปน. มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง CJ2 บริการขอติดตั้งประปาใหม่

ช่องทางการรับฟังข้อมูลลูกค้าของ กปน.

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการช่องทางการรับฟังข้อมูลลูกค้าของ กปน. พบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.548 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้น 0.022 ทั้งนี้ลูกค้ามีประสบการณ์ใช้บริการ MWA Call Center มากที่สุด และส่วนใหญ่ลูกค้ามีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อชำระค่าน้ำประปา



การใช้บริการช่องทางการติดต่อของ กปน.



การจัดอันดับความพึงพอใจต่อช่องทางการรับฟังข้อมูลลูกค้าของ กปน. ปี 2569 (3 อันดับแรก)

อันดับ 1 อีเมล mwa1125@mwa.co.th ค่าเฉลี่ย 4.804

อันดับ 2 แอปพลิเคชัน MWA onMobile ค่าเฉลี่ย 4.729

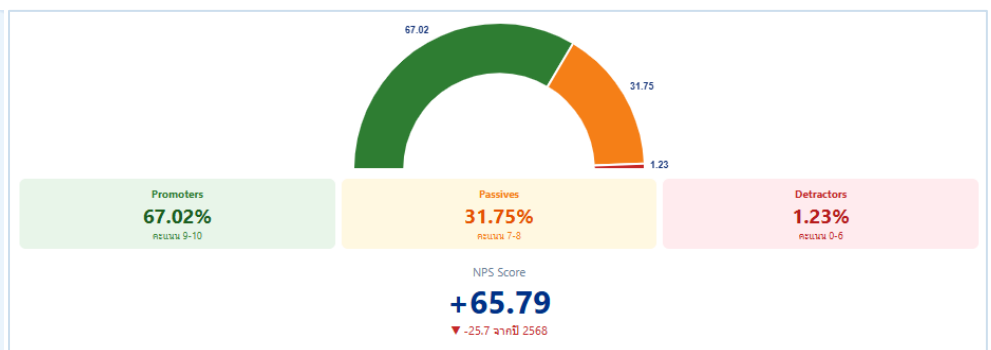
อันดับ 3 บริการ e-Bill Service ค่าเฉลี่ย 4.703



Net Promoter Score: NPS)

65.79 %

NPS Score เท่ากับร้อยละ 65.79 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ลูกค้ามีความภักดีต่อองค์กรดีมาก (Great)



ผลการสำรวจตามแนวคิดผู้สนับสนุนสุทธิ (Net Promoter Score: NPS) พบว่า มีกลุ่ม Promoters ร้อยละ 67.02 กลุ่ม Passives ร้อยละ 31.75 และกลุ่ม Detractors ร้อยละ 1.23 ส่งผลให้ NPS Score เท่ากับ 65.79 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ลูกค้ามีความภักดีต่อองค์กรดีมาก (Great)

โครงการ MWA Point

4.359

ความพึงพอใจภาพรวม

99.01 %

แนะนำโครงการให้คนอื่น

การบริหารจัดการข้อร้องเรียน

4.494

ความพึงพอใจภาพรวม

4.50 %

เคยแจ้งข้อร้องเรียน

ความพึงพอใจเรื่องอื่น ๆ

- ❖ การรับรู้ภาพลักษณ์เพิ่มขึ้นเป็น 4.724
- ❖ ความชื่นชอบต่อภาพลักษณ์ 4.685
- ❖ ความผูกพันเพิ่มขึ้นเป็น 4.599
- ❖ ความพึงพอใจต่อการบริการธุรกิจที่เกี่ยวข้องลดลงเป็น 4.407
- ❖ ความภักดีต่อ กปน. ในภาพรวมลดลงเป็น 0.537

การเปรียบเทียบกับหน่วยงานคู่เทียบ

เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการโดยรวม 4.588

- 💧 สูงกว่ากลุ่มธนาคาร และใกล้เคียงหน่วยงานสาธารณูปโภค
- 💧 จุดแข็ง: ช่องทางติดต่อและความคุ้มค่าบริการ
- 💧 โอกาสพัฒนา: เพิ่มประสิทธิภาพการรับเรื่องและแก้ไขปัญหาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน

เปรียบเทียบบริการดิจิทัล / แอปพลิเคชัน 4.549

- 💧 อยู่ในอันดับที่ 2 จาก 5 หน่วยงาน
- 💧 ลูกค้าให้คะแนนสูงสุดด้าน ความง่าย ความปลอดภัย และความเชื่อมั่นในการใช้งานระบบ
- 💧 โอกาสพัฒนา: ด้านความครบถ้วนของบริการและความสามารถในการทำธุรกรรมในระบบเดียวยังเป็นประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม

เปรียบเทียบงานภาคสนาม /งานช่าง 4.505

- 💧 สูงที่สุดเมื่อเทียบกับหน่วยงานคู่เทียบ
- 💧 ลูกค้าให้คะแนนสูงสุดด้านความตรงต่อเวลาและการปฏิบัติงานตามที่แจ้งไว้
- 💧 โอกาสพัฒนา: ด้านระยะเวลาแล้วเสร็จ การฟื้นฟูพื้นที่หลังดำเนินการยังเป็นประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



true

dtac



สิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงสุด

- 💧 คุณภาพน้ำสะอาด ปลอดภัย เชื่อถือได้
- 💧 บริการสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย
- 💧 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ เต็มใจ
- 💧 ข้อมูลข่าวสารชัดเจน ครบถ้วน
- 💧 การแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วและติดตามได้

แนวทางการปรับปรุงและพัฒนา

- 1 พัฒนาประสบการณ์ดิจิทัลให้สะดวกและใช้งานง่ายยิ่งขึ้น
- 2 ลดระยะเวลาในการดำเนินการและตอบสนอง
- 3 ยกระดับการสื่อสารเชิงรุกและการแจ้งเตือนล่วงหน้า
- 4 พัฒนาคุณภาพบริการของสำนักงานประจำสาขาอย่างต่อเนื่อง

เสียงของลูกค้า

“น้ำประปามีคุณภาพดี เชื่อมั่นได้ พนักงานบริการดี มีน้ำใจ บริการออนไลน์สะดวก รวดเร็ว อยากให้แจ้งข้อมูลค่าน้ำประปาล่วงหน้าชัดเจนขึ้น”

