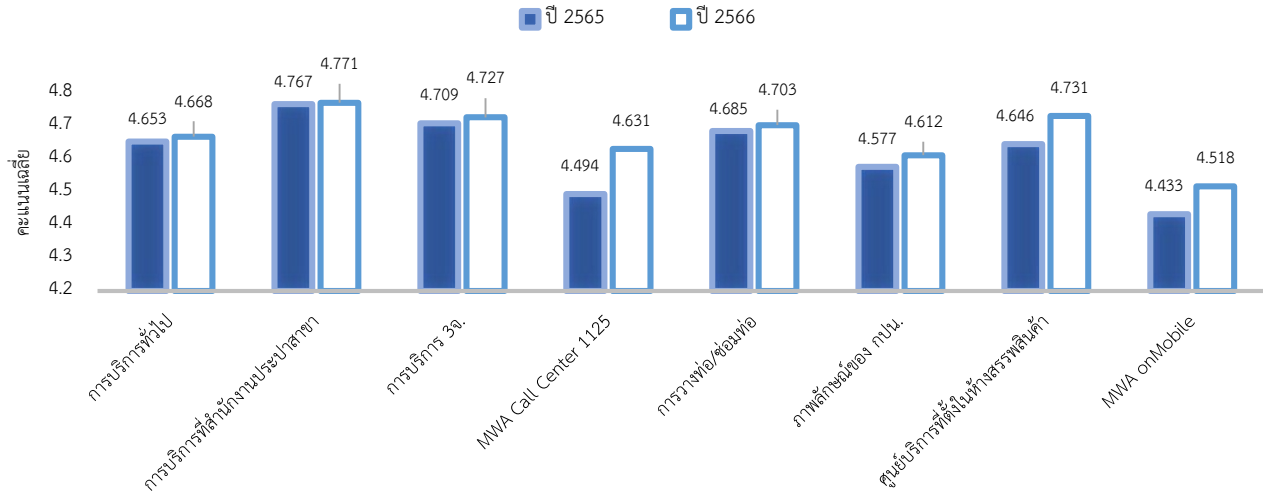


## ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าของการประปานครหลวง ปีงบประมาณ 2566

การประปานครหลวง (กปน.) ร่วมกับ บริษัท รีเสิร์ช อินเทลลิเจนซ์ จำกัด ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าของการประปานครหลวง ปีงบประมาณ 2566 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจที่ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.628 สูงกว่าปีงบประมาณ 2565 ที่มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.615 โดยในปีงบประมาณ 2566 เมื่อเทียบคะแนนความพึงพอใจกับปีงบประมาณ 2565 พบว่า กปน. สร้างคุณภาพการให้บริการที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยทุกประเด็นมีคะแนนเพิ่มขึ้น



ความพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ยและร้อยละของผู้ที่ตอบ 4 หรือ 5) จำแนกตามเส้นทาง Customer Journey ว่า ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดในช่วงการมาเป็นลูกค้า กปน. (การขอติดตั้งประปาใหม่) และรองลงมาคือการชำระค่าน้ำประปา ขณะที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ต่ำที่สุดเมื่ออยู่ในช่วงแจ้งซ่อมประปา



เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่สำนักงานประปาสาขาของลูกค้าจำแนก Generation พบว่า ลูกค้ากลุ่ม Gen X มีความพึงพอใจสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.812 รองลงมาคือกลุ่ม Gen Y ที่ระดับคะแนน 4.789 และลูกค้ากลุ่ม

Gen Z มีความพึงพอใจต่ำที่สุดที่ระดับคะแนน 4.688 โดยประเด็นที่ลูกค้าต้องการให้สำนักงานประชาสัมพันธ์พัฒนาปรับปรุงมากที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่รับชำระเงินที่สำนักงานประชาสัมพันธ์ มีความใส่ใจในการให้บริการลูกค้ามากกว่านี้ ไม่คุยเล่นกัน

ผลสำรวจการใช้ช่องทางดิจิทัลของลูกค้า ร้อยละ 11.93 มีการใช้บริการ MWA onMobile โดยลูกค้าใช้เพื่อรับฟังข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับน้ำประปา เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.85) โดยลูกค้ามีข้อเสนอแนะให้ Application มีการแจ้งเตือนเรื่องการหยุดจ่ายน้ำให้ประชาชนทราบล่วงหน้า ผ่านทาง MWA onMobile (ร้อยละ 22.22) และมีการพัฒนา MWA onMobile ให้มีความเสถียร ไม่ค้างบ่อย (ร้อยละ 22.22)

ความพึงพอใจต่อช่องทางการรับฟังข้อมูลข่าวสารของลูกค้า กปน. เกี่ยวกับน้ำประปาและการบริการ รวมถึงการดำเนินงานของ กปน. ผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ ของ กปน. พบว่า ลูกค้าร้อยละ 32.07 มีการรับฟังข้อมูลผ่านสำนักงานประชาสัมพันธ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.28 มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 4.301, รับฟังข้อมูลผ่าน Social Media ของ กปน. คิดเป็นร้อยละ 6.21 มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 4.509 ขณะที่รับฟังข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของ กปน. คิดเป็นร้อยละ 5.80 มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 4.598

สำหรับข้อเสนอแนะ ลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการให้ กปน. ปรับปรุงในด้านสินค้าคือ ความเข้มข้นของคลอรีนแรงดันน้ำอ่อน และการกำจัดตะกอนในน้ำประปาให้ดีกว่านี้ ในด้านบริการคือ สามารถชำระค่าน้ำประปาที่เกินกำหนดชำระได้ทางช่องทางออนไลน์ ในด้านเทคโนโลยีคือ ต้องการอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับมาตรวัดน้ำที่สามารถตรวจสอบและแจ้งเตือนการรั่วของน้ำและจุดที่น้ำรั่ว และอัปเดตข้อมูลการชำระเงินใน Mobile Application แบบ Realtime ในด้านข้อมูลข่าวสารคือ ต้องการรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทาง Social Media และในด้านธุรกิจเสริมคือ ควรแบ่งกลุ่มลูกค้า (Customer Segmentation) ทำการวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitors Analysis) การนำเสนอแพ็คเกจบริการที่เหมาะสมและดึงดูดใจ ทบทวนการบริหารจัดการผู้รับเหมา/ผู้รับจ้างช่วง และการใช้เครื่องมือการตลาด (Marketing tools) ที่ทันสมัยและดึงดูดใจ

นอกจากนี้ ที่ปรึกษาฯ ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า ควรประชาสัมพันธ์เรื่องการใช้น้ำหลังมาตรวัดน้ำ/ บ้านที่ติดตั้งเครื่องกรองน้ำควรเปลี่ยนไส้กรองใหม่และทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ เรื่องการแจ้งข้อมูลการดำเนินงานวางท่อ/การหยุดจ่ายน้ำอย่างทั่วถึงในบริเวณพื้นที่ที่อาจได้รับผลกระทบ ผ่าน MWA onMobile สื่อ Social ต่างๆ, เพิ่มการประชาสัมพันธ์การชำระค่าน้ำผ่าน MWA onMobile, ลดระยะเวลาในการรอสายเพื่อคุยกับเจ้าหน้าที่และเพิ่มพูนความสะดวกในการเข้าสู่เมนูต่างๆ ของ MWA Call Center 1125, มีป้ายแนะนำบอกจุดให้บริการ 3จ. จอด จ่าย จร ที่ชัดเจน สามารถขับรถเข้าถึงจุดให้บริการได้สะดวกเพื่อให้บริการได้รวดเร็ว พร้อมทั้งสร้างความมั่นใจในการทำธุรกรรมที่ปลอดภัยให้แก่ลูกค้า, เพิ่มความรวดเร็วในการดึงข้อมูล/การแสดงผลของเว็บไซต์ E-Service มีความเสถียรในการใช้งาน ซึ่งอาจจะต้อง Redesign หรือเปลี่ยนระบบหลังบ้าน/แก้ปัญหาด้านเทคนิคและระบบอื่นๆ ของตัวเว็บไซต์, ช่องทาง Social Media สามารถหาข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายขึ้น โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี มีการแจ้งอัปเดตข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน และมีเจ้าหน้าที่คอยตอบข้อคำถาม/ข้อสงสัยหรือแจ้งเรื่องให้ทราบทันทีเมื่อมีการซักถามผ่านช่องทางไลน์ ซึ่งอาจนำ Chatbot เข้าช่วยตอบข้อซักถามแทนการตอบด้วยพนักงาน