

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ การประปานครหลวงปี 2550

ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการของการประปานครหลวงในด้านต่างๆ 1) คุณภาพน้ำประปา 2) ปริมาณน้ำประปา 3) คุณภาพการให้บริการ 4) ด้านอาคารสถานที่ 5) ภาพรวมการบริการของการประปานครหลวง รวมทั้งเพื่อเปรียบเทียบกับบริการในปีที่ผ่านมา โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้น้ำประปาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ครอบคลุม 15 สำนักงานประปาสาขาของการประปานครหลวง โดยอาศัยแบบสอบถามจำนวน 4,200 ชุด ร่วมกับการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารขององค์กร 17 ท่าน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการซึ่งประกอบด้วย กลุ่มผู้ใช้บริการประเภทบ้านพักอาศัยและกลุ่มผู้ใช้บริการประเภทธุรกิจ มีความพึงพอใจการให้บริการต่างๆ ของการประปานครหลวงในภาพรวมอยู่ในระดับ “ค่อนข้างมาก”

2. ผู้ใช้บริการโดยรวมมีความพึงพอใจการให้บริการรวมทุกด้านอยู่ในระดับ “ดีขึ้น” เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการกับปีที่ผ่านมา

3. ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายความพึงพอใจด้านปริมาณน้ำประปาคือ ความแรงของน้ำประปา

4. ภาพลักษณ์การประปานครหลวง ซึ่งเป็นภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม (Corporate Image) และภาพลักษณ์ด้านการบริการ (Service Image) ในสายตาของผู้ใช้บริการโดยรวมนั้น อยู่ในเกณฑ์ที่ “ดีขึ้น” ทุก ๆ ด้าน โดยการประปานครหลวงมีจุดเด่นในเรื่อง การให้บริการรวดเร็วและเป็นระบบมากขึ้น และในด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการประปานครหลวงผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ ไม่เคย ได้รับข่าวสารการประปานครหลวงจากสื่อต่างๆ นอกจาก สื่อโทรทัศน์

Abstract

The purpose of this study was to examine customer satisfaction with the water supply service of the Metropolitan Waterworks Authority (MWA) in the following areas: 1) water quality, 2) water quantity, 3) service quality, 4) service office buildings, and 5) overall service. The study was conducted with water supply service customers in the Greater Bangkok Metropolitan Area, covering 15 MWA water supply offices. The data were collected from 4,200 questionnaires and in-depth interviews of 17 MWA executives.

The results may be summarized as follows:

1. The customers, who included residential households and businesses, were “quite satisfied” with the MWA services.
2. Overall, customers felt that all services were “better” in comparison with those in the previous year.
3. The factor most effective in predicting satisfaction with water supply service was the strength of flow of the water supply.
4. MWA’s corporate image and service image were “better” in all areas, the outstanding point being faster and more systematic service. Most of customers had never received information related to the MWA from any media except television.

ความสำคัญและที่มาของปัญหาในการทําวิจัย

การประปานครหลวงมีหน้าที่ให้บริการประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบในทุกๆ ด้านที่เกี่ยวกับการใช้น้ำประปา ตั้งแต่การรับคำร้องขอเป็นผู้ใช้น้ำ การติดตั้งประปาใหม่ การอ่านมาตรวัดน้ำ การจัดเก็บเงิน การดูแลบำรุงรักษาท่อจ่ายน้ำ รวมไปถึงการสำรวจหาท่อรั่ว การซ่อมท่อแตกรั่ว ฯลฯ ตลอดจนถึงกรณีที่มีเหตุขัดข้องและรับข้อร้องเรียนต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนที่เกิดจากการบริการที่ไม่สะดวกทั่วถึงและเพียงพอแก่ความต้องการของผู้ใช้น้ำอีกด้วย

การประปานครหลวงได้บริหารงานและมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อสร้างเสถียรภาพการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยมีกรอบความคิดในการ “เพิ่มศักยภาพบุคลากร เน้นการให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจสูงสุด” นอกจากนั้นได้นำระบบประเมินผลการดำเนินงานด้วยตัวชี้วัด (Key Performance Indicator, KPI) มาใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุกระดับ และการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของการประปานครหลวงเป็นเกณฑ์หนึ่งที่ใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานของสายงานบริการ ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2548 เป็นต้นมา

การประปานครหลวงเป็นหน่วยงานให้บริการสาธารณูปโภคพื้นฐาน ที่ใกล้ชิดกับประชาชน ผู้ใช้บริการ เพราะในชีวิตประจำวัน ทุกคนต้องใช้น้ำในการอุปโภคและบริโภค การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่การประปานครหลวงในการปรับปรุง พัฒนาการบริการในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองและเกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ให้บริการ ด้วยเหตุนี้จึงได้ดำเนินการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการประปานครหลวงปี 2550

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจความพึงพอใจผู้ให้บริการของการประปานครหลวง ในด้านต่างๆ ได้แก่ 1) คุณภาพน้ำประปา 2) ปริมาณน้ำประปา 3) คุณภาพการให้บริการ 4) ด้านอาคารสถานที่ 5) ภาพรวมการบริการของการประปานครหลวง และเพื่อเปรียบเทียบกับบริการในปีที่ผ่านมา
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์หาดัชนีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer Satisfaction Index—CSI)
3. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของการประปานครหลวงในสายตาผู้ให้บริการในด้านต่างๆ
4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวด “ป้าป้า”
5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้น้ำประปา และการใช้บริการของสำนักงานประปาสาขา ปัญหาการให้บริการด้านต่างๆ และข้อเสนอแนะในการให้บริการ
6. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของการประปานครหลวง
7. เพื่อศึกษาระดับความเร่งด่วนของแผนการดำเนินการแก้ไข หรือปรับปรุง เพื่อยกระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้น้ำในเขตพื้นที่ให้บริการของการประปานครหลวงทั้ง 15 สาขา โดยแยกตามสัดส่วนของกลุ่มผู้ใช้น้ำจำนวนทั้งสิ้น 4,200 ราย และสัมภาษณ์เจาะลึก (Depth Interview) ผู้บริหารการประปานครหลวงที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการบริการ การประชาสัมพันธ์ การติดตามประเมินผล จำนวน 17 ราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการวิจัยจะเป็นการประเมินผลการดำเนินการของการประปานครหลวงในปี 2550 และจะเป็นประโยชน์กับการประปานครหลวงในการนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการด้านต่างๆ แก่ประชาชนผู้ให้บริการ โดยเฉพาะปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายความพึงพอใจได้มาก

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการวิจัย: สหวิธีการ (Multi Methodology) คือ

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการ

1.1 การสัมภาษณ์เจาะลึก (Indepth Interview) โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารการประปา นครหลวงที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการบริการ การประชาสัมพันธ์ การติดตามประเมินผล เพื่อศึกษาเกณฑ์ที่ใช้เป็นตัวกำหนดมาตรฐานของงาน เพื่อนำมาเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดแนวทางการสร้างเครื่องมือที่ใช้วัด (แบบสอบถาม) และกำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการคำนวณ รวมทั้งเป็นส่วนหนึ่งของผลการวิจัย

1.2 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) ได้แก่ ผลการปฏิบัติงาน ผลการประเมินงานวิจัยด้านการศึกษาความพึงพอใจที่ผ่านมา แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบผลการศึกษา และอธิบายผลการศึกษา รวมทั้งข้อเสนอแนะทางวิชาการที่เป็นประโยชน์กับองค์กร

2. การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ใช้น้ำในเขตพื้นที่ให้บริการของการประปานครหลวงทั้ง 15 สาขา สามารถแยกจำนวนประชากรออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ ผู้ใช้น้ำกลุ่มบ้านพักอาศัย และผู้ใช้น้ำกลุ่มธุรกิจ รวมทั้งสิ้น 1,777,127 ราย (ข้อมูล ณ 27 กุมภาพันธ์ 2550)

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ สุ่มจากประชากรผู้ใช้น้ำ ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างโดยพิจารณาจากตารางสำเร็จรูปในการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 5% และความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่าประชากร 6% (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) โดยในที่นี้จะเก็บข้อมูลกับตัวอย่างในแต่ละสำนักงานประปาสภาฯ ละ 280 ราย โดยแยกตามสัดส่วนของกลุ่มผู้ใช้น้ำ ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ จะให้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 4,200 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องซึ่งเป็นบุคลากรภายในของการประปานครหลวงเพื่อกำหนดคุณลักษณะสำคัญขององค์ประกอบในการบริการ ร่วมกับการศึกษาเอกสารรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิด และทฤษฎีด้านการประเมินผลความพึงพอใจ และสร้างแบบสอบถาม ซึ่งมีโครงสร้างคำถาม ดังนี้

1. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมการใช้บริการ
2. ความพึงพอใจต่อการบริการของการประสานครหลวง
3. ภาพลักษณ์และการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของการประสานครหลวง
4. ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวด “ปาป้า”
5. ปัญหาการใช้บริการและข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล ได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 50 ชุด และนำมาทำการทดสอบหาค่าสถิติเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของคำถาม โดยนำผลมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์หาความน่าเชื่อถือ (ลวัน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2538) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach) เท่ากับ 0.782

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล จะทำการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for window เพื่อวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และสถิติอ้างอิง ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ และการอธิบายผลการวิจัยเชิงพรรณนา ใช้สถิติ ร้อยละ (Percentage) และคะแนนเฉลี่ย (Mean)
2. การวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการอธิบายระดับความพึงพอใจ
3. การวิเคราะห์ Gap Analysis เพื่อศึกษาช่องว่างระหว่างค่าความพึงพอใจกับเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อศึกษาระดับความเร่งด่วนในการดำเนินการ โดยใช้ t-test แบบ One sample และค่าตรวจสอบคือ เกณฑ์มาตรฐานที่คำนวณได้จากดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

เกณฑ์การประเมินระดับความพึงพอใจ

การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของการประสานครหลวงจะแสดงระดับความพึงพอใจออกเป็นคะแนนความพึงพอใจได้ 5 คะแนน และจัดตามมาตร (Scale)

การกำหนดค่าดัชนีความพึงพอใจคำนวณจากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเทียบกับจำนวนผู้ให้บริการแต่ละด้าน และจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยเป็น 5 ช่วงโดยใช้สูตร Maximize—1 หารด้วยจำนวนช่วง (ระวีวรรณ ชินะตระกูล, 2538: 164) ในที่นี้คือ 5—1 หารด้วย 5 ซึ่งได้ช่วงคะแนนเฉลี่ย แต่ละช่วงต่างกัน 0.80 ดังนั้น ในที่นี้กำหนดระดับความพึงพอใจเพื่อแปลความหมายดังนี้

ดัชนีความพึงพอใจ

1.00 — 1.80
1.81 — 2.60
2.61 — 3.40
3.41 — 4.20
4.21 — 5.00

ความหมาย

พึงพอใจน้อย
พึงพอใจค่อนข้างน้อย
พึงพอใจปานกลาง
พึงพอใจค่อนข้างมาก
พึงพอใจมาก

ผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าเก็บข้อมูลกับผู้ใช้บริการ รวม 4,200 ราย ประกอบด้วย กลุ่มผู้ใช้บริการประเภทบ้านพักอาศัย ร้อยละ 73.1 และ กลุ่มผู้ใช้บริการประเภทธุรกิจ ร้อยละ 26.9

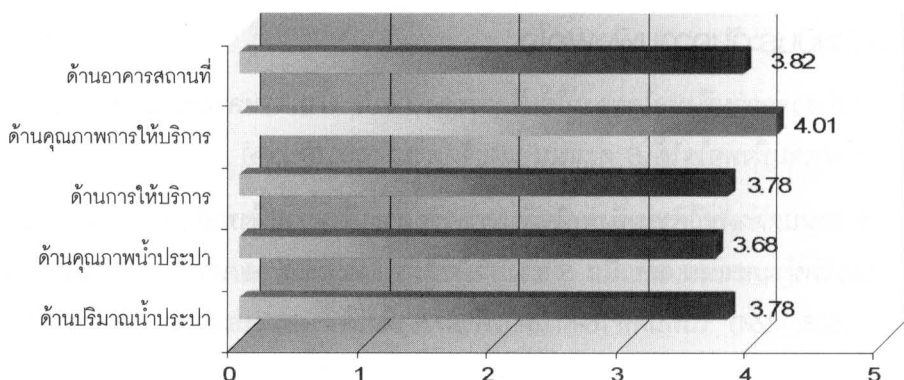
กลุ่มผู้ใช้บริการประเภทบ้านพักอาศัย ประมาณ 1 ใน 3 หรือร้อยละ 34.1 เป็นผู้ใช้บริการประเภทบ้านเดี่ยว รองลงมาคือ ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์หรือตึกแถวร้อยละ 18.1 และ 16.2 ตามลำดับ กลุ่มผู้ใช้บริการประเภทธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นองค์กรธุรกิจร้อยละ 22.3 โรงงานอุตสาหกรรม ร้อยละ 2.7 และหน่วยราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 1.9

ความพึงพอใจการให้บริการของผู้ใช้บริการของการประปานครหลวง ปี 2550

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจการให้บริการต่างๆ ของการประปานครหลวงอยู่ในระดับ “ค่อนข้างมาก” โดยมีดัชนีความพึงพอใจรวมเท่ากับ 3.81 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจแต่ละด้าน พบว่า ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับ “ค่อนข้างมาก” เช่นเดียวกันทุกๆ ด้าน กล่าวคือ ดัชนีความพึงพอใจด้านปริมาณน้ำประปา เท่ากับ 3.78 ด้านคุณภาพน้ำประปา 3.68 ด้านการให้บริการ 3.78 ด้านคุณภาพการให้บริการ 4.01 และด้านอาคารสถานที่ เท่ากับ 3.82

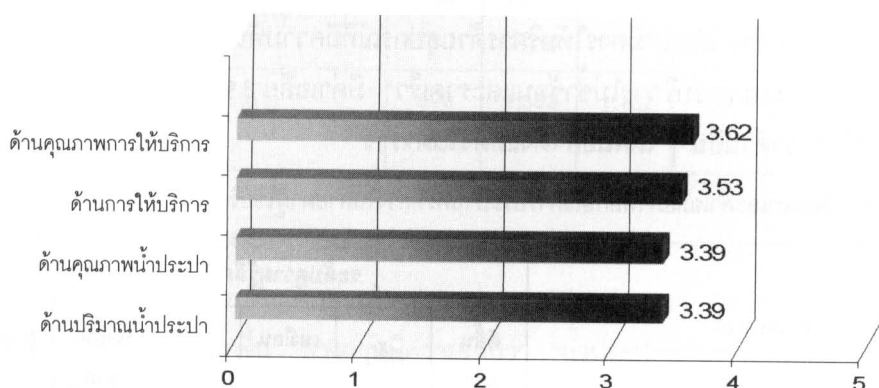
ระดับความพึงพอใจการให้บริการด้านต่างๆ ของผู้ใช้บริการโดยรวม



2. ความพึงพอใจการให้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวมเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาพบว่า ผู้ใช้บริการโดยรวมมีความพึงพอใจการให้บริการรวมทุกด้านอยู่ในระดับ “ดีขึ้น” กว่าปีที่ผ่านมา โดยมีค่าดัชนี เท่ากับ 3.48 และเมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเชิงเทียบ ในแต่ละด้านพบว่า ในด้านปริมาณน้ำประปา คุณภาพน้ำประปานั้น ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ “เหมือนเดิม” ในขณะที่ด้านการให้บริการและคุณภาพการให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับ “ดีขึ้น”

ระดับความพึงพอใจการให้บริการด้านต่างๆ ของผู้ใช้บริการโดยรวม (เชิงเปรียบเทียบ)



ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายความพึงพอใจ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายความพึงพอใจแต่ละด้าน โดยวิธีการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ซึ่งให้ประเด็นย่อยๆ ของความพึงพอใจแต่ละด้าน เป็นตัวแปรอิสระ อธิบายความพึงพอใจโดยรวมในด้านต่างๆ ได้แก่ ปริมาณน้ำประปา คุณภาพน้ำประปา คุณภาพการให้บริการ และสถานที่ให้บริการ ผลการศึกษามีดังนี้

1. **ด้านปริมาณน้ำประปา** พบว่า ความแรงของน้ำประปา และความสม่ำเสมอในการไหลของน้ำประปา ร่วมกันอธิบายความพึงพอใจต่อปริมาณน้ำประปาโดยรวมได้ร้อยละ 51.4 โดยความแรงของน้ำประปาเป็นตัวแปรที่อธิบายความพึงพอใจด้านนี้ได้มากที่สุด

2. **ด้านคุณภาพน้ำประปา** พบว่า ความสะอาดของน้ำประปา เป็นตัวแปรที่อธิบายคุณภาพน้ำประปาได้มากที่สุด รองลงมาคือ ความใสหรือสีของน้ำประปา และตัวแปรย่อยต่างๆ ร่วมกันอธิบายความพึงพอใจด้านคุณภาพน้ำประปาได้ร้อยละ 49.2

3. **ด้านคุณภาพการให้บริการ** พบว่า ความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ของงานที่ได้รับบริการ เป็นตัวแปรที่อธิบายความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการได้มากที่สุด รองลงมาคือ ความรวดเร็วของการให้บริการ และความใส่ใจของพนักงาน และต่างร่วมกันอธิบายความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมได้ร้อยละ 73.3

4. ด้านสถานที่ให้บริการ พบว่า ความสะอาดสวยงามภายในอาคารเป็นตัวแปรที่อธิบายความพึงพอใจต่ออาคารสถานที่โดยรวมได้มากที่สุด และตัวแปรในด้านนี้ ร่วมกับอธิบายความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่ได้ร้อยละ 68.6

ภาพลักษณ์การประปานครหลวง

ผลการศึกษาภาพลักษณ์การประปานครหลวงในสายตาผู้ใช้บริการ พบว่า ภาพลักษณ์การประปานครหลวง ซึ่งเป็นภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม (Corporate Image) และภาพลักษณ์ด้านการบริการ (Service Image) ในสายตาของผู้ใช้บริการโดยรวมนั้น อยู่ในเกณฑ์ที่ “ดีขึ้นไป” ทุกๆ ด้าน โดยภาพลักษณ์ด้านการบริการ ได้แก่ “มีการให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย” “พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ” “ระบบการบริการไม่ซับซ้อนและรวดเร็ว” มีค่าเฉลี่ย 3.91 3.90 และ 3.89 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงกว่าด้านอื่นๆ เล็กน้อย ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์การประปานครหลวงในสายตาผู้ใช้บริการโดยรวม

ภาพลักษณ์	ระดับความรู้สึกร					ดัชนี (ความหมาย)
	ดีขึ้น มาก	ดีขึ้น	เหมือน เดิม	น้อยลง	น้อยลง มาก	
ภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม	520	2,693	932	43	6	3.88
- เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	(12.4)	(64.2)	(22.2)	(1.0)	(0.1)	(ดีขึ้น)
- เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ	418	2,677	1,045	50	3	3.82
	(10.0)	(63.8)	(24.9)	(1.2)	(0.1)	(ดีขึ้น)
- เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับด้านการให้บริการต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ	503	2,476	1,171	38	4	3.82
	(12.0)	(59.1)	(27.9)	(0.9)	(0.1)	(ดีขึ้น)
- เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในด้านการผลิตน้ำประปาที่มีคุณภาพ	543	2,477	1,122	44	6	3.84
	(13.0)	(59.1)	(26.8)	(1.0)	(0.1)	(ดีขึ้น)
- เป็นผู้มีส่วนร่วมในการสร้างและประกอบกิจกรรมสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม	480	2,037	1,519	135	11	3.68
	(11.5)	(48.7)	(36.3)	(3.2)	(0.3)	(ดีขึ้น)
- เป็นองค์กรที่มีความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ	362	2,019	1,654	108	24	3.62
	(8.7)	(48.5)	(39.7)	(2.6)	(0.6)	(ดีขึ้น)
ภาพลักษณ์ด้านการบริการ	753	2,355	980	87	13	3.89
- ระบบการบริการไม่ซับซ้อนและรวดเร็ว	(18.0)	(56.2)	(23.4)	(2.1)	(0.3)	(ดีขึ้น)
- ให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย	753	2,364	1,010	52	9	3.91
	(18.0)	(56.4)	(24.1)	(1.2)	(0.2)	(ดีขึ้น)

ตารางที่ 1 (ต่อ) จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์การประปานครหลวงในสายตาผู้ให้บริการโดยรวม

ภาพลักษณ์	ระดับความรู้สึก					ดัชนี (ความหมาย)
	ดีขึ้น มาก	ดีขึ้น	เหมือน เดิม	น้อยลง	น้อยลง มาก	
- พนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการ	747 (17.8)	2,274 (54.3)	1,075 (25.7)	76 (1.8)	13 (0.3)	3.86 (ดีขึ้น)
- พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ	758 (18.1)	2,317 (55.4)	1,037 (24.8)	64 (1.5)	9 (0.2)	3.90 (ดีขึ้น)
- พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการ ให้บริการ	695 (16.6)	2,333 (55.8)	1,102 (26.3)	44 (1.1)	10 (0.2)	3.87 (ดีขึ้น)

จุดเด่นและจุดด้อยของการประปานครหลวง

สำหรับผู้ที่แสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่มองว่า การประปานครหลวงมีจุดเด่นในเรื่อง “การให้บริการรวดเร็วและเป็นระบบมากขึ้น” บางส่วนมีความเห็นว่า “น้ำประปามีคุณภาพดี/สะอาด/ไม่มีกลิ่น/น้ำใสดี” ในขณะที่จุดด้อยของการประปาส่วนใหญ่ผู้ใช้แสดงความคิดเห็นมองว่า “การประชาสัมพันธ์หรือแจ้งข่าวสารค่อนข้างช้า มีน้อยและมักไม่ค่อยแจ้งล่วงหน้าในกรณีดังจ่ายน้ำ” “จุดบริการน้ำดื่มสาธารณะดูไม่สะอาด ไม่น่าดื่ม” มีบางส่วนความเห็นว่ “แรงดันน้ำอ่อน”

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการประปานครหลวง

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ ไม่เคย ได้รับข่าวสารการประปานครหลวง จากสื่อต่างๆ นอกจาก สื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีผู้ที่เคยได้รับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวนี้มากกว่าสื่ออื่นๆ และเกือบ 1 ใน 3 เคยได้รับข่าวสารจากสิ่งพิมพ์ของการประปานครหลวงจากวิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร

ผู้ให้บริการ มากกว่าครึ่งหนึ่งไม่รู้จักน้ำดื่มบรรจุขวด “ปาปา” และส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อ รวมทั้งไม่สนใจจะซื้อ

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และต้องการให้ประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาก่อนข่าวภาคค่ำ สำหรับการเผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุ นั้น ต้องการให้ใช้ช่วงเวลาข่าว

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจการให้บริการต่างๆ ของการประปานครหลวงอยู่ในระดับ “ค่อนข้างมาก” ในทุกๆด้านโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการ อันได้แก่ความรวดเร็วในการให้บริการ ทั้งนี้เนื่องมาจากการประปานครหลวงได้มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

และเห็นชัดถึงความเปลี่ยนแปลง ในอดีตการติดต่อใช้บริการจะค่อนข้างใช้เวลานาน ไม่ว่าจะเป็นการชำระ
เงินค่าน้ำประปา การแจ้งซ่อม ปัญหาท่อแตก ท่อรั่ว ฯลฯ แต่ในปัจจุบันการติดต่อชำระเงินสามารถทำได้
หลายช่องทาง หรือแม้แต่ที่สำนักงานการประปาสาขาต่างๆ ก็ใช้เวลาประมาณ 5 นาที การซ่อมท่อแตก
ท่อรั่ว มีนโยบายซ่อมให้แล้วเสร็จภายใน 24 ชั่วโมง ซึ่งสำนักงานสาขาส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ย 4-6 ชั่วโมง
ภายหลังรับแจ้งเรื่องร้องเรียน (เจริญ ภิสรระ, สัมภาษณ์) ด้วยคุณภาพการให้บริการที่พัฒนาขึ้นจึงทำให้
ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างมากสอดคล้องกับแนวคิดของ Millet (1954) ที่ว่าปัจจัยหนึ่ง
ในการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชนคือการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive
Service) คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือสมรรถนะที่ทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม และ
สอดคล้องกับแนวคิดของลักษณะการบริการที่ดี (ชนิดา วันวงษ์, 2544) กล่าวคือจะต้องบริการ
ด้วยความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และมีความชำนาญในการปฏิบัติ

สำหรับปัจจัยที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายความพึงพอใจด้านปริมาณน้ำประปาคือ
ความแรงของน้ำประปา ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของการประปานครหลวงก็คือการให้บริการน้ำประปา
แก่ประชาชน สิ่งที่ผู้ให้บริการต้องการคือน้ำประปาที่สะอาดและไหลแรงสม่ำเสมอ ซึ่งปัจจัยนี้เป็นปัจจัยหลัก
ที่การประปานครหลวงตระหนักและมุ่งเน้นและกำหนดเป็นนโยบาย โดยทุกสาขาต้องมีการกำหนด
ความต้องการแรงดันของน้ำและวิเคราะห์ลักษณะการใช้งานในพื้นที่แล้วปรับแรงดันให้เหมาะสม ซึ่งสามารถ
ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี

การรับฟังเสียงสะท้อนจากลูกค้าเป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้องค์กรทราบว่าคุณภาพในสินค้าหรือ
บริการหรือไม่ อย่างไรก็ตามการประปานครหลวงจำเป็นต้องมีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
อย่างสม่ำเสมอ เพราะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้องค์กรอย่างธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นกรณีศึกษา Best
Practice ด้านการสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2544)

จากผลการศึกษาในเรื่องนี้ ทั้งในส่วนของการความคิดเห็นผู้บริหารการประปานครหลวง
ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ รวมทั้งข้อสรุปในประเด็นสำคัญต่างๆ ของผลการศึกษาสามารถสังเคราะห์
เป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้

1.1 จากผลการศึกษาพบว่า “คุณภาพการให้บริการ” เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ
ต่อการสร้างความพึงพอใจโดยภาพรวม ฉะนั้น ควรพิจารณาให้มีความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการให้
บริการเป็นกรณีพิเศษ ได้แก่ ความถูกต้องครบถ้วนของงานที่ให้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ
และความใส่ใจในการให้บริการ ซึ่งหมายถึงความรู้ความเข้าใจ และทักษะในการปฏิบัติงาน ควบคู่กับ
ความรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งอาจใช้เทคโนโลยีเป็นกลไกสนับสนุน รวมทั้งจิตสำนึกในการบริการ
โดยที่คุณภาพของน้ำและปริมาณน้ำ และความสะดวกสบายด้านอาคารสถานที่ต่างก็เป็นปัจจัย
ที่ต้องพัฒนาไปพร้อมๆ กันด้วยเช่นเดียวกัน

1.2 ควรสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ให้มีภาพของ “ความทันสมัย คนรุ่นใหม่” ร่วมกับภาพลักษณ์เดิม ซึ่งเป็นภาพของ “ความน่าเชื่อถือ แต่ไม่ค่อยทันสมัย เป็นคนแก่”

1.3 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับผู้ให้บริการ ควรต้องให้ทันเวลาและเพิ่มช่องทาง/กิจกรรม ให้เข้าถึงผู้ให้บริการให้มากขึ้น เนื่องจากความเข้าใจต่างๆ ส่งผลต่อภาพรวมของความพึงพอใจในการใช้บริการด้วย

1.4 การสร้างความเชื่อมั่นในเรื่อง “น้ำประปาดื่มได้จริง” ยังคงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ และใช้วิธีการที่เหมาะสมและจริงจัง เนื่องจากผู้ให้บริการยังคงมีความสับสน และไม่เชื่อมั่น เช่น การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม ซึ่งมีการวางแผนคิดการตลาดสัมพันธ์ให้เห็นมาตรฐานในกระบวนการผลิต กลับสร้างความไม่เชื่อมั่นในมาตรฐานของ “น้ำประปา”

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป

2.1 เนื่องจากศึกษาด้าน “ความพึงพอใจ” เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกของผู้ใช้บริการ ซึ่งอาศัยประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรง ข่าวสารที่ได้รับ ภาพลักษณ์ขององค์กร รวมทั้งปัจจัยอื่นๆ หลายส่วนประกอบกัน การศึกษาโดยอาศัยตัวชี้วัดเชิงปริมาณเพียงประการเดียวอาจไม่เพียงพอในการตัดสินใจหรือประเมินผล “ความพึงพอใจ” ฉะนั้น ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพเพิ่มเติมด้วย เช่น การจัดทำ Focus group interview กับกลุ่มผู้รับบริการกลุ่มพิเศษต่างๆ เช่น กลุ่มผู้มีปัญหา ฯลฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลในรายละเอียดด้านความรู้สึกประกอบกัน

2.2 การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการถือเป็นกลุ่มเป้าหมายเพียงกลุ่มเดียว อาจจะต้องพิจารณาการศึกษาในกลุ่มผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ (Stakeholder) ของการประปานครหลวง เพื่อให้ทราบความคิดเห็น มุมมองที่เป็นประโยชน์ในการพิจารณาประสิทธิภาพการให้บริการต่อไป

บรรณานุกรม

- เจริญ ภัสระ. ผู้จัดการภาค 1 การประสานนครหลวง. 2550. สัมภาษณ์, 22 กรกฎาคม.
- ชนิดา วันวงษ์. 2544. "ความพึงพอใจของผู้โดยสารการบินไทยต่อการบริการของแผนกสอบถามและรับรองที่นั่ง ศึกษาเฉพาะกรณี ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ." วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชาญ นุกุลวุฒิโอกาส. 2542. "การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการวิทยุติดตามตัว." การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (บธ.ม.). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดนัย ดันติศิริวัฒน์. 2544. "การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพฯ." การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (บธ.ม.). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดาราพร สุริยา. 2541. "การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถไซเบอร์เน็ต." การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (บธ.ม.). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ระวีวรรณ ชินะตระกูล. 2538. **วิธีการวิจัยการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2538. **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: สุวีริยะสาส์น.
- วิเชียร เกตุสิงห์. 2543. **การวิจัยเชิงปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญผล.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. 2544. **กรณีศึกษา Best Practice การสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า**. กรุงเทพฯ.
- Kotler, Phillip. 1997. **Marketing Management**. 9th ed. Englewood Cliff, N. J.: Practice-Hall.