

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการ
ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวสรานี เตมียะเวส

21 ก.ย. 2548

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2548

10/10/2008

สรานี เติมียะเวส. (2548) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท
ประปาบางปะกง จำกัด. สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร. รัชพงศ์ วงศา
โรจน์

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มี
ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้
น้ำประเภทต่างๆ ในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 440 คน โดยดำเนินการเก็บ
รวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่า
เบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม (ค่า t-test)
การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม (ค่า F-test) และการ
วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำข้างต้น (Multiple Regression) โดยใช้
ระดับความเชื่อมั่น 95% เป็นเกณฑ์ในการทดสอบสมมติฐาน (การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติกระทำ
โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version 11.5)

ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้น้ำส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดสูงกว่าระดับ
มัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ / พนักงาน
รัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท
2. ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติต่อการให้บริการในด้านต่างๆ คือ ด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการ
ทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับปาน
กลาง
3. ผู้ใช้น้ำที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ
รายได้ต่อเดือน และประเภทผู้ใช้น้ำที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ
บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
4. ปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำ พบว่าปัจจัยที่มี
ความสำคัญอันดับแรกคือปัจจัยกลุ่มตัวแปรด้านการประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้าน
การบริการทั่วไป ด้านกระบวนการ ด้านคุณภาพน้ำ ด้านราคาและค่าใช้จ่ายตามลำดับ
5. ข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำ ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด สรุปได้
ว่า ผู้ใช้น้ำมีข้อเสนอแนะให้ มีการปรับปรุงแก้ไขทางด้านการประชาสัมพันธ์มากที่สุด
6. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้ คือ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ควรเร่งดำเนินการแก้ไข
ปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ โดยควรมีการประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำให้ทราบล่วงหน้า กรณีมีการหยุด
จ่ายน้ำและมีผลกระทบต่อผู้ใช้น้ำ และบริษัทฯ ควรที่จะคำนึงถึงความสำคัญและความพึงพอใจของ
ผู้ใช้น้ำโดยมีการสำรวจและสอบถามความต้องการของผู้ใช้น้ำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะนำมาปรับปรุง
การดำเนินการให้ดียิ่งขึ้นให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้น้ำ

FACTORS AFFECTING CUSTOMERS' TOTAL SATISFACTION
OF BANGPAKONG WATER SUPPLY COMPANY LIMITED

AN ABSTRACT
BY
SARANEE TAMEEYAWES

Presented in partial fulfillment of the requirements for
the Master of Business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University

May 2005

Saranee Tameeyawes. (2005). *Factors Affecting to customers' total satisfaction of Bangpakong Water Supply Company Limited*. Master project. M.B.A. (Management). Bangkok. Graduate School. Srinakharinwirot University. Advisor: Dr. Rugphong Vongsaroj.

The objective of this research is to study factors affecting to customers' total satisfaction of Bangpakong Water Supply Company Limited. Samples for this research are 440 water users at Bangpakong area. Questionnaires were used as a tool for data collection. The statistical analysis methods included percentage, mean, standard deviation, independent t-test, One-Way Analysis of Variance and multiple regression by using significant level at 95%. SPSS program for Windows Version 11.5 was used for the statistical analysis.

This research found results as follows:

1. Most of the customers are female, married and under-graduated. Most of their careers are private enterprises staff, civil servant or state owned enterprise staff, self employed. Most of them have income per month less than 15,000 Baht.
2. The customer's attitudes towards the water quality, general services, price and the other expenses, staff, public relations and process are at the moderate level.
3. The customers who are different in sex, marital status, educational attainment, occupation and types of customer have indifferent total satisfaction towards service of Bangpakong Water Supply Company Limited at statistically significant level of 0.05.
4. The attitude factors that affect customer's total satisfaction are public relations, staff, general services, process, water quality, price and the other expenses, respectively.
5. The most important advice from customers towards service of Bangpakong Water Supply Company Limited is an improvement of the company public relations.
6. An advice from this research is that the company should urgently adjust its public relations. For example, it should inform customers in advance when water distribution is to be stopped and it should survey customer's satisfaction more often and adjust the services quality corresponding to customers' expectation.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการ
ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวสราณี เตมียะเวส

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2548

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร. รัชพงศ์ วงศาโรจน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(อาจารย์ ดร. รัชพงศ์ วงศาโรจน์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)
วันที่ 18 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2548

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณายิ่งจาก อาจารย์ ดร. รัชพงศ์ วงศาโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ประธานกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา แนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งสารนิพนธ์เสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณท่านคณาจารย์ทุก ๆ ท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ และขอบคุณเพื่อนๆ M.B.A. การจัดการรุ่น 5 ทุกคน โดยเฉพาะคุณวชิรนนท์ ลาภพรประเสริฐและคุณจันทนา ประสงค์ศิลปกุล ที่เป็นกำลังใจและให้คำปรึกษาต่าง ๆ ในการทำวิจัย

ขอขอบพระคุณคุณปิติพงษ์ ชีวานนท์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการอนุมัติให้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้ น้ำของบริษัทฯ คุณปานใจ โมอ่อน เจ้าหน้าที่การเงิน ที่ให้ความช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนผู้ใช้ น้ำ และผู้ใช้ น้ำของบริษัทฯ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณคุณพ่อ พี่สาว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

สรานี เดมียะเวส

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
สมมติฐานในการวิจัย	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
ประวัติบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด	9
นโยบายของการประปาส่วนภูมิภาค ในการให้เอกชนบริหารกิจการประปา	14
แนวความคิดเกี่ยวกับรัฐวิสาหกิจประเภทกิจการสาธารณูปโภค	18
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	23
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับทัศนคติ	29
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	37
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41
3 วิธีดำเนินการวิจัย	45
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	45
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	51
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	52
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	57
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	57
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	77

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	78
ความมุ่งหมายของการวิจัย	78
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	80
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	81
การเก็บรวบรวมข้อมูล	81
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	82
สรุปผลการวิจัย	83
อภิปรายผล	87
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	88
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	90
 บรรณานุกรม	 92
 ภาคผนวก	 95
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	96
ภาคผนวก ข หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม	103
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย	105
ภาคผนวก ง การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	107
ภาคผนวก จ หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย	109
 ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	 111

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้น้ำ	6
2 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับทัศนคติ	49
3 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับความพึงพอใจ	50
4 ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	57
5 ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส ...	59
6 ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด.....	59
7 ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	60
8 ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	60
9 ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผู้ใช้น้ำ	61
10 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขต อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะ กง จำกัด จำแนกเป็นรายด้าน	62
11 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขต อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะ กง จำกัด ในด้านคุณภาพน้ำ	62
12 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขต อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะ กง จำกัด ในด้านการบริการทั่วไป	63
13 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขต อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะ กง จำกัด ในด้านราคาและค่าใช้จ่าย	63
14 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขต อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะ กง จำกัด ในด้านบุคลากร	64
15 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขต อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะ กง จำกัด ในด้านการประชาสัมพันธ์	65

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขต อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะ กง จำกัด ในด้านกระบวนการต่าง ๆ	65
17	ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา	66
18	ตารางเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภ อบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด จำแนกตามเพศ	67
19	ตารางแสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบาง ปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามสถานภาพสมรส	67
20	ตารางแสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบาง ปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	68
21	ตารางแสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบาง ปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอาชีพ	69
22	ตารางแสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบาง ปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	70
23	ตารางแสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบาง ปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามประเภทผู้ใช้น้ำ	71
24	ตารางแสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของ ตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด	72
25	ตารางแสดงตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการ ให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอย พหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis)	72
26	ตารางข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด..	75
27	ตารางแสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	77

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) เป็นหนึ่งในรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภค ที่รัฐบาลมีนโยบายในการแปรรูปกิจการ เนื่องจากปัญหาที่การประปาส่วนภูมิภาค ประสบในปัจจุบัน คือ มีข้อจำกัดในเรื่องเงินลงทุนที่แต่ละปีมีวงเงินอยู่จำกัด ไม่อาจขยายกิจการได้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน ส่วนการที่จะกู้เงินเพื่อมาดำเนินงานกิจการประปาก็สามารถทำได้ในวงเงินและภายใต้ข้อจำกัดของกฎหมาย และเป็นภาระในการคืนเงินกู้และดอกเบี้ย ดังนั้น การใช้กลยุทธ์ในการบริหารงานเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนเงินลงทุนสำหรับขยายกิจการประปา และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาค แนวทางหนึ่งก็คือ การให้เอกชนเข้าร่วมลงทุนในกิจการประปาส่วนภูมิภาค ซึ่งคาดว่าจะจะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะสามารถแก้ปัญหาการบริการงานของการประปาส่วนภูมิภาคได้

พื้นที่ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่การประปาส่วนภูมิภาคได้มีการศึกษาข้อมูลการขยายตัวของบ้านเมืองในเขตพื้นที่ ชุมชน เมืองอุตสาหกรรม พบว่าเป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวด้านที่พักอาศัยจากกรุงเทพมหานคร มีการพัฒนาที่ดินเป็นหมู่บ้านจัดสรรจำนวนมาก มีสถาบันการศึกษาหลายแห่งได้ขยายเขตออกมาตั้งในจังหวัดนี้ และเป็นที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก ในปัจจุบันการประปาส่วนภูมิภาคไม่สามารถให้บริการน้ำประปาได้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้น้ำและภาคธุรกิจอุตสาหกรรมในพื้นที่ โดยปัญหาที่การประปาส่วนภูมิภาคไม่อาจให้บริการได้ในพื้นที่อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีดังนี้

1. ปัญหาการขาดแคลนน้ำดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิตน้ำประปา ซึ่งส่วนใหญ่จะประสบปัญหานี้ในช่วงฤดูแล้ง มีปัญหาด้านแหล่งน้ำดิบมีปริมาณน้อย มีคุณภาพไม่ดีพอเพราะเกิดมลภาวะทางน้ำ เนื่องจากโรงงานอุตสาหกรรม ชุมชน ปล่อยน้ำเสียโดยไม่มีการบำบัดก่อน ลงสู่แม่น้ำลำคลอง ปัญหานี้นับวันยิ่งรุนแรงมากขึ้น

2. ปัญหาการกำลังการผลิตไม่เพียงพอ เนื่องจากอัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงมาก โดยเฉพาะการเจริญเติบโตทางด้านอุตสาหกรรมทำให้การประปาส่วนภูมิภาคไม่อาจตอบสนองความต้องการใช้น้ำได้ทัน

การประปาส่วนภูมิภาคจึงเปิดให้ภาคเอกชนเข้ามาร่วมลงทุน เพื่อให้เกิดการขยายงานอย่างรวดเร็วขึ้น ทันต่ออัตราการเพิ่มของประชากรในพื้นที่ และทันต่อการขยายตัวอย่างรวดเร็วของภาคอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในเขตพื้นที่อำเภอบางปะกง โดยบริษัทที่ได้รับสัมปทาน คือ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มของบริษัท จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) [Eastern Water Resources Development and Management Public Company Limited (East Water)] ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับในการเป็นผู้นำทางด้านการ

จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำในพื้นที่ภาคตะวันออก โดยรูปแบบสัมปทานเป็นไปในรูปแบบ BOT (Build Operate Transfer) ซึ่งบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด จะเป็นผู้ลงทุน ออกแบบ ดำเนินการก่อสร้าง และบริหารจัดการโครงการตามอายุและข้อตกลงแห่งสัญญา เมื่อสิ้นสุดสัญญาบริษัท จะโอนกรรมสิทธิ์ของกิจการทั้งหมดให้กับการประปาส่วนภูมิภาค โดยการประปาส่วนภูมิภาคได้มีการลงนามในสัญญากับบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543 และบริษัทฯ ได้รับมอบระบบผลิตน้ำประปาเดิมของ กปภ. ไปปรับปรุง และดำเนินการตั้งแต่วันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา โดยมีขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

1. ออกแบบจัดหา ก่อสร้าง ปรับปรุง ซ่อมแซม บริหารงาน และผลิตน้ำประปาเพื่อขายตามสัญญา
2. บริหารจัดการระบบส่งน้ำและจ่ายน้ำประปาในการลดน้ำสูญเสีย
3. งานระบบจ่ายน้ำประปาตามคำสั่งของการประปาส่วนภูมิภาค

เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่ากิจการใดๆ ที่เคยดำเนินการโดยภาครัฐ เมื่อมีการเปลี่ยนมือหรือให้สัมปทานเอกชนเข้ามาดำเนินการแทน จะก่อให้เกิดผลดี เช่น ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากขึ้น บริการมีหลายประเภทให้เลือกมากขึ้น มีปริมาณที่เพียงพอและทั่วถึงยิ่งขึ้น บริการหลายอย่างมีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจ แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงมีผู้ใช้บริการร้องเรียนถึงค่าใช้จ่ายค่าบริการที่มีราคาแพง เป็นการให้อำนาจผูกขาดแก่เอกชน ส่งผลให้มีการให้บริการที่เอารัดเอาเปรียบและไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

การที่บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด จะสามารถตอบสนองและให้บริการที่มีประสิทธิภาพแก่ผู้ใช้น้ำได้มากที่สุดนั้น จำเป็นต้องทราบความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำจึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถบอกถึงทัศนคติของผู้ใช้น้ำ และตัวชี้วัดคุณภาพของงานบริการ ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยในด้านต่างๆ เช่น ด้านข้อมูลส่วนบุคคล ด้านทัศนคติของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจโดยรวมในการให้บริการของบริษัท เพื่อที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพงานบริการในทุกๆ ด้านให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ให้ผู้ใช้น้ำได้รับบริการที่ดีและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้น้ำได้อย่างแท้จริง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้น้ำ ในการบริการด้านต่างๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
3. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำ ในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
4. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

ความสำคัญของการวิจัย

1. ข้อมูลด้านทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด สามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพในการให้บริการของบริษัท ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา คุณภาพงานบริการผู้ใช้น้ำ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้น้ำ
2. ผู้ใช้น้ำมีโอกาสดูแลแสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ต่อการบริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด เพื่อให้ได้รับบริการที่ดียิ่งขึ้น
3. สามารถนำผลการศึกษามาเป็นความรู้พื้นฐานในการศึกษาในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยโดยอาศัยข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย และข้อมูลจากส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การที่เกี่ยวข้องเป็นหลักสำคัญ โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ใช้น้ำทุกประเภทผู้ใช้น้ำ ตามบัญชีรายชื่อผู้ใช้น้ำของสำนักงานประปาบางปะกง ในเขตพื้นที่จ่ายน้ำในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จากจำนวน 10 ตำบล ได้แก่ ตำบลบางปะกง

ตำบลท่าสะพาน ตำบลเขาหิน ตำบลท่าข้าม ตำบลบางสมัคร ตำบลบางเกลือ ตำบลบางวัว ตำบลพิมพา ตำบลหอมศีล ตำบลแสนภูตาช มีผู้ใช้น้ำจำนวน 9,961 ราย (ข้อมูล ณ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2547)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร ซึ่งได้จำนวนตัวอย่าง 440 ราย โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5%

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. เลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิออกเป็น 4 ประเภทผู้ใช้น้ำ จากจำนวนผู้ใช้น้ำทั้งสิ้น 9,961 ราย และกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิอย่างไม่เป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากร (Disproportional Stratified Random Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิให้เท่ากันหมด

2. เลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาปทุมธานี ซึ่งได้รับคำแนะนำชี้แจงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 4 คน ออกแจกแบบสอบถามให้ผู้ใช้น้ำในประเภทต่างๆ ให้ได้จำนวนผู้ใช้น้ำผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 สถานภาพสมรส

1.1.2.1 โสด

1.1.2.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน

1.1.2.3 หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่

1.1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.1.3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

1.1.3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น

- 1.1.3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า
- 1.1.3.4 อนุปริญญา หรือเทียบเท่า
- 1.1.3.5 ปริญญาตรีขึ้นไป
- 1.1.4 อาชีพ
 - 1.1.4.1 นักเรียน / นักศึกษา
 - 1.1.4.2 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 1.1.4.3 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 1.1.4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - 1.1.4.5 พ่อบ้าน / แม่บ้าน
 - 1.1.4.6 อื่นๆ (โปรดระบุ)
- 1.1.5 รายได้ต่อเดือน
 - 1.1.5.1 น้อยกว่า 5,000 บาท
 - 1.1.5.2 5,000 – 10,000 บาท
 - 1.1.5.3 10,001 – 15,000 บาท
 - 1.1.5.4 15,001 – 20,000 บาท
 - 1.1.5.5 มากกว่า 20,000 บาท
- 1.1.6 ประเภทผู้ใช้น้ำ
 - 1.1.6.1 ที่อยู่อาศัย
 - 1.1.6.2 ธุรกิจขนาดเล็ก
 - 1.1.6.3 ธุรกิจขนาดใหญ่
 - 1.1.6.4 ราชการ/รัฐวิสาหกิจ

1.2 ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

- 1.2.1 ด้านคุณภาพ
- 1.2.2 ด้านการบริการทั่วไป
- 1.2.3 ด้านราคาและค่าใช้จ่าย
- 1.2.4 ด้านบุคลากร
- 1.2.5 ด้านการประชาสัมพันธ์
- 1.2.6 ด้านกระบวนการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

2.1 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำ ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะ

กง จำกัด

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด หมายถึง บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากการประปาส่วนภูมิภาค ในการบริหารระบบประปาในพื้นที่อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

2. ทศนคติของผู้ใช้น้ำ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านคุณภาพ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ

2.1 ด้านคุณภาพ หมายถึง ความใสสะอาดของน้ำประปา ไม่มีตะกอน หรือสิ่งแปลกปลอมใดๆ รวมทั้งกลิ่นที่อยู่ในน้ำประปา เช่น กลิ่นคลอรีน สารเคมีต่างๆ ที่ใช้เพื่อการผลิตน้ำประปา

2.2 การบริการทั่วไป หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับปริมาณและแรงดันของน้ำประปา การจ่ายน้ำครอบคลุมทั่วถึงพื้นที่ให้บริการในเขตอำเภอบางปะกง ความสม่ำเสมอในการจ่ายน้ำไม่จ่ายๆ หยุดๆ และการประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำ กรณีมีการหยุดจ่ายน้ำ

2.3 ราคาและค่าใช้จ่าย หมายถึง อัตราค่าน้ำประปาที่เรียกเก็บในปัจจุบัน ค่าแรงและค่าอุปกรณ์ ในการซ่อมแซมระบบประปาภายในบ้าน กรณีที่มีการเปลี่ยนอุปกรณ์ ผู้ใช้น้ำจะต้องเป็นผู้เสียค่าใช้จ่าย

2.4 เจ้าหน้าที่และบุคลากร หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานในบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด รวมถึง เจ้าหน้าที่ที่บริษัทจัดจ้างโดยผ่านหน่วยงานภายนอก (Out Source) ที่มีหน้าที่ปฏิบัติงานภายในขอบเขตการดำเนินงานของบริษัท

2.5 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดสื่อประชาสัมพันธ์ ในการแจ้งข้อมูลแก่ผู้ใช้น้ำ และการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อพบปะผู้ใช้น้ำ และรับทราบปัญหาจากผู้ใช้น้ำโดยตรง

3. กระบวนการ หมายถึง การปฏิบัติงานในขั้นตอนต่างๆ เช่น ขั้นตอนการรับแจ้งปัญหา เรื่องร้องเรียนต่างๆ การดำเนินการจัดบันทึกหน่วยน้ำจากมาตรวัดน้ำ เพื่อออกใบแจ้งหนี้ค่าน้ำ

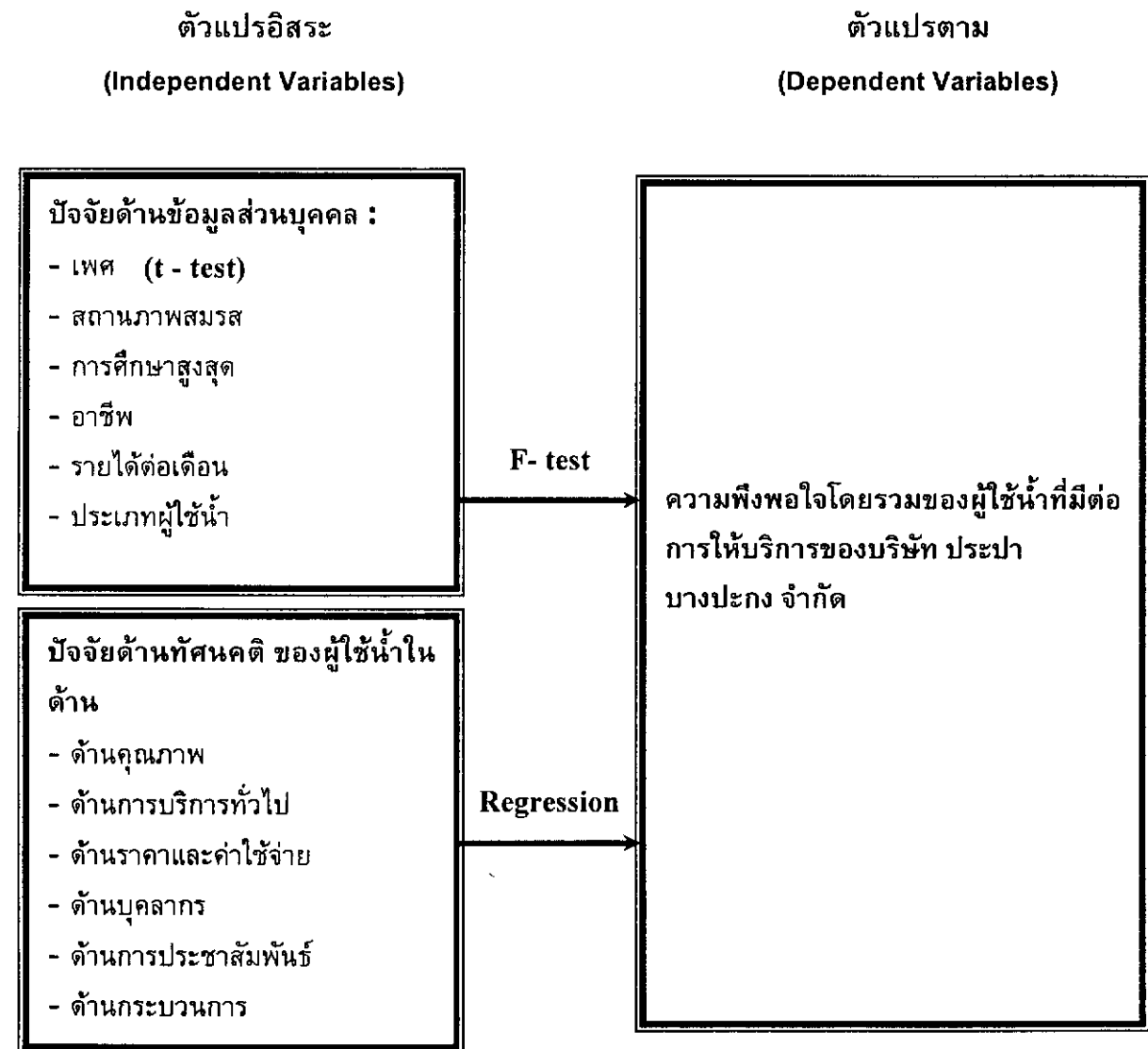
4. ความพึงพอใจรวม หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของผู้ใช้น้ำ ต่อการได้รับการบริการด้านต่างๆ ที่ได้รับจากบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านคุณภาพ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคา และค่าใช้จ่าย ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ

5. น้ำประปา หมายถึง น้ำบริโภคตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)

6. ประเภทผู้ใช้น้ำ หมายถึง การจัดประเภทผู้ใช้น้ำ เป็น 4 ประเภท คือ ที่อยู่อาศัย ธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจขนาดใหญ่และราชการ/รัฐวิสาหกิจ

7. การให้สัมปทานเอกชนบริหารระบบประปา คือ การที่การประปาส่วนภูมิภาคให้สิทธิผูกขาดกับเอกชนในการผลิตและจ่ายน้ำประปาภายใต้การกำกับดูแลของการประปาส่วนภูมิภาค โดยเอกชนเป็นผู้รับผิดชอบด้านการลงทุน การจัดการ และการปฏิบัติงานในทรัพย์สินที่ได้รับสัมปทาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้น้ำที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันในด้านเพศ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทผู้ใช้น้ำ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

2. ทศนคติของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการในด้านคุณภาพ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ ของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด สามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนบทความและวรรณกรรมในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ประวัติบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
2. นโยบาย ของการประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) ในการให้เอกชนบริหารกิจการประปา
3. แนวความคิดเกี่ยวกับรัฐวิสาหกิจประเภทกิจการสาธารณูปโภค
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับทัศนคติ
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
7. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
8. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ประวัติความเป็นมาบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โครงการให้สัมปทานเอกชนบริหารระบบประปา หมายถึง การที่การประปาส่วนภูมิภาคให้สิทธิกับบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในการผลิตน้ำประปาและขายให้สำนักงานประปาบางปะกง การประปาส่วนภูมิภาค
2. สัญญา หมายถึง สัญญาให้เอกชนผลิตน้ำประปาเพื่อขายให้แก่การประปาที่สำนักงานประปาบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นระยะเวลา 25 ปี
3. การประปา หมายถึง การประปาส่วนภูมิภาค ซึ่งจัดตั้งโดยพระราชบัญญัติการประปาส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2522 เรียกชื่อย่อว่า "กปภ."
4. น้ำประปา หมายถึง น้ำบริโภคตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)
5. มอก. หมายถึง มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของน้ำบริโภค
6. แหล่งน้ำดิบ หมายถึง สระน้ำดิบของโรงงานผลิตน้ำประปาบางปะกงหรือแหล่งน้ำดิบอื่นๆ ที่เหมาะสมซึ่งการประปาส่วนภูมิภาคจัดหาให้
7. น้ำดิบ หมายถึง น้ำจากแหล่งน้ำดิบซึ่งบริษัทฯ ใช้เพื่อผลิตน้ำประปา
8. ระบบผลิตน้ำประปา หมายถึง โรงงานผลิตน้ำประปา และระบบส่งน้ำประปา
9. โรงงานผลิตน้ำประปา หมายถึง อาคาร สิ่งก่อสร้าง เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้เพื่อสูบน้ำดิบจากแหล่งน้ำดิบและเพื่อผลิตน้ำประปา ป้อนเก็บน้ำและเครื่องสูบน้ำแรงสูงเพื่อส่งน้ำเข้าไปยังระบบส่งน้ำประปา รวมถึงที่ดินที่เป็นที่ตั้งของโรงงานผลิตน้ำประปา

10. กำลังผลิตสูงสุด หมายถึง ความสามารถในการผลิตน้ำประปาสูงสุดของโรงงานผลิตน้ำประปา โดยวัดและทดสอบเป็นปริมาณลูกบาศก์เมตรต่อวัน

11. ระบบส่งน้ำประปา หมายถึง ท่อและอุปกรณ์ที่ใช้ส่งน้ำประปาจากโรงงานผลิตน้ำประปาไปยังจุดรับส่งน้ำประปา

12. จุดรับส่งน้ำประปา หมายถึง จุดที่ระบบส่งน้ำประปา และระบบจ่ายน้ำประปาให้แก่ประชาชนได้เชื่อมต่อกัน และเป็นจุดสำหรับติดตั้งมาตรวัดน้ำหลัก

13. ระบบจ่ายน้ำประปา หมายถึง ท่อและอุปกรณ์ที่ใช้ส่งน้ำประปาให้แก่ประชาชนจากโรงงานผลิตน้ำประปา ณ จุดรับส่งน้ำประปาจนถึงมาตรผู้ใช้น้ำ

14. ลูกบาศก์เมตร หมายถึง หน่วยวัดปริมาณน้ำ 1 ลูกบาศก์เมตรเท่ากับน้ำ 1,000 ลิตร

15. รัฐบาล หมายถึง รัฐบาลแห่งประเทศไทย รวมทั้งกระทรวง ทบวง กรมหน่วยงาน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ

1.1 ประวัติบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด เป็นบริษัทในเครือของบริษัท จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) หรือ East Water มีวัตถุประสงค์ในการบริหารกิจการประปา ครอบคลุมถึงระบบผลิตและจ่ายน้ำประปา ซ่อมบำรุงรักษาท่อส่งน้ำ ลดการสูญเสียในเส้นท่อ และงานบริการผู้ใช้น้ำ เช่น การอ่านมาตรวัดน้ำ การบำรุงรักษาระบบท่อประปาภายในบ้าน

บริษัทฯ ได้เข้ารับบริหารกิจการประปาบางปะกง ของการประปาสวนภูมิภาค ซึ่งได้มีการลงนามในสัญญาตั้งแต่วันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543 และเริ่มต้นดำเนินการตั้งแต่วันที่ 9 มีนาคม พ.ศ. 2544 โดยมีขนาดกำลังการผลิต 13,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน ภายหลังเข้าดำเนินการ บริษัทฯ ได้ขยายกำลังการผลิตเป็น 24,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน บริษัทฯ มีสัญญาผลิตน้ำประปาเพื่อขายให้สำนักงานประปาบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยให้บริษัทฯ ดำเนินการปรับปรุงซ่อมแซม ลดน้ำสูญเสีย ขยายกำลังการผลิตน้ำประปาเป็นระยะเวลา 25 ปี และบริษัทฯ ได้ก่อสร้างระบบผลิตน้ำประปา เพื่อเพิ่มความสามารถในระบบผลิต โดยได้ทำการก่อสร้างถังพักน้ำใสขนาดกำลังการผลิต 1,500 ลูกบาศก์เมตรต่อชั่วโมงและปรับปรุงโรงกรองน้ำขนาด 7,200 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน พร้อมกับขยายกำลังการผลิตเป็น 12,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน และปรับปรุงโรงกรองน้ำสำเร็จรูป โดยสถานีจ่ายน้ำตั้งอยู่ที่ตำบลบางวัว ตำบลบางปะกง ตำบลท่าสะอ้าน และสถานีบางบ่อเป็นสถานีสูบน้ำ

บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด มีแผนงานในอนาคต ดังนี้

1. ก่อสร้างและปรับปรุงขยายระบบผลิตน้ำ ขนาด 57,600 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน โดยใช้เงินลงทุน 446 ล้านบาท ในช่วงระยะเวลาสัมปทาน 25 ปี เพื่อรองรับการให้บริการแก่ผู้ใช้น้ำ

2. ติดตั้งระบบควบคุมแบบศูนย์รวมอัตโนมัติ (SCADA) และระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS) สำหรับระบบผลิต และระบบท่อจ่ายน้ำการบริหารจัดการกิจการประปา อาทิ

เช่น การควบคุมการผลิต และควบคุมน้ำสูญเสีย และการบริหารการให้บริการแก่ผู้ใช้น้ำในการติดตั้ง และจัดเก็บ

3. แผนลดน้ำสูญเสีย เพื่อควบคุมน้ำสูญเสียในระบบจ่ายให้น้อยกว่า 20% ภายในระยะเวลา 5 ปีแรก ในวงเงินดำเนินการ 115.0 ล้านบาท และภายในระยะเวลา 25 ปี ในวงเงินดำเนินการ 348.29 ล้านบาท

4. สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ในการดำเนินการสำรวจ ออกแบบขยายเขต พื้นที่จ่ายน้ำ

วัตถุประสงค์หลัก

บริษัทฯ ได้กำหนดวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินงาน ดังนี้

1. ดำเนินการให้มีผลกำไร เพื่อนำไปใช้ในการลงทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน

2. ปรับปรุงองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และมีความคล่องตัวสูง สามารถให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการผู้ใช้น้ำได้สูงสุด

3. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และมีคุณภาพ

1.2 เงื่อนไขสัญญาสัมปทานในการให้ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด เข้าบริหารระบบประปา

1.2.1 เงื่อนไขทั่วไป

1.2.1.1 กปภ. ตกลงให้บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ผลิตน้ำประปาเพื่อขายให้แก่สำนักงานบางปะกงของการประปาส่วนภูมิภาค ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ตลอดระยะเวลาของอายุสัญญาสัมปทาน 25 ปี วันลงนามในสัญญา คือวันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543

1.2.1.2 บริษัทฯ มีหน้าที่ออกแบบ จัดหาก่อสร้าง ปรับปรุง ซ่อมแซมขยาย และบำรุงรักษาระบบผลิตน้ำประปาและระบบจ่ายน้ำประปาเพื่อให้สามารถผลิตและจัดส่งน้ำประปาซึ่งมีคุณภาพตามมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) ตามปริมาณน้ำประปาที่ต้องจัดส่ง

1.2.1.3 บริษัทฯ จะต้องเสนอแบบก่อสร้าง ปรับปรุง ระบบผลิตน้ำประปาให้แก่ กปภ. ภายใน 90 วัน นับแต่วันลงนามในสัญญา โดย กปภ. ต้องให้ความเห็นชอบหรือสั่งแก้ไขเพิ่มเติมภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ได้รับแบบ และหาก กปภ. เห็นชอบแล้ว บริษัทฯ จะต้องเริ่มดำเนินการก่อสร้างภายใน 30 วันนับแต่วันที่ กปภ. เห็นชอบ และต้องก่อสร้างให้แล้วเสร็จภายใน 570 วัน

1.2.1.4 กปภ. มีหน้าที่จัดการให้แหล่งน้ำดิบที่มีคุณภาพไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และมีปริมาณเพียงพอต่อการดำเนินงานของบริษัทตลอดอายุสัญญา

1.2.1.5 บริษัทฯ มีหน้าที่ขอสัมปทาน ขออนุญาตเกี่ยวกับระบบผลิตน้ำประปาตามที่กฎหมายบังคับ

1.2.1.6 บริษัทฯ ต้องทำการลดน้ำสูญเสียให้ลดลงเหลือไม่เกินร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี นับจากวันเริ่มซื้อขายน้ำประปา

1.2.1.7 กปภ. และบริษัทฯ สามารถเลื่อนกำหนด (เร็วขึ้น) วันเริ่มซื้อขายน้ำประปากันใหม่ได้ถ้าการก่อสร้างปรับปรุงแล้วเสร็จก่อนเวลา

1.2.1.8 บริษัทฯ มีหน้าที่ตรวจสอบความเที่ยงตรงของมาตรผู้ใช้น้ำ ดำเนินการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนใหม่ให้เสร็จภายใน 30 วัน โดย กปภ. จะเป็นผู้จัดหามาตรทดแทน ขณะซ่อมแซม หรือ เปลี่ยนใหม่

1.2.2 การซื้อขายน้ำประปา

ปริมาณน้ำประปาขั้นต่ำที่ กปภ. ต้องซื้อในวันเริ่มซื้อขายน้ำประปา 13,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวันโดยที่บริษัทฯ จะต้องเผื่อปริมาณน้ำประปาที่ต้องจัดส่งไว้อีก 10 เปอร์เซ็นต์ของปริมาณน้ำประปาขั้นต่ำที่ กปภ. ต้องซื้อ โดยอัตราค่าน้ำประปาในปีเริ่มต้นซื้อขายน้ำประปา 0.84 สตางค์ต่อลิตร (บวก CPI ทุกปี)

อัตราค่าน้ำประปาที่กำหนด จะมีการปรับราคาทุกวันถัดจากวันที่ที่ครบรอบ 1 ปี ตามสูตรการคำนวณดังนี้

$$P_{n+1} = \frac{P_n * \{1 + (CPI_n - CPI_{n-1})\}}{CPI_{n-1}}$$

โดยที่

P_{n+1} คือ อัตราค่าน้ำประปาปีที่ $n+1$

P_n คือ อัตราค่าน้ำประปาปีที่ n

CPI_{n-1} คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคปีที่ $n-1$ เฉลี่ยทั้งปีสำหรับภาคกลางที่ประกาศโดยกระทรวงพาณิชย์ ณ เดือนมกราคมปีที่ n

CPI_n คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคปีที่ n เฉลี่ยทั้งปีสำหรับภาคกลางที่ประกาศโดยกระทรวงพาณิชย์ ณ เดือนมกราคมปีที่ $n+1$

n คือ ปี พ.ศ. ก่อนหน้าปีที่ พ.ศ. ที่จะมีการปรับอัตราค่าน้ำประปา นับแต่วันที่บริษัทฯ รั้งมอบทรัพย์สินทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตน้ำประปาจาก กปภ. จนถึงวันเริ่มซื้อขายน้ำประปา บริษัทฯ จะต้องดำเนินการผลิตน้ำประปาแทน กปภ. โดยบริษัทฯ จะต้องผลิตน้ำประปาได้ในปริมาณไม่ต่ำกว่าที่ กปภ. เคยผลิต

1.2.3 คุณภาพน้ำ

1.2.3.1 การดำเนินการผลิตแทน กปภ. ก่อนวันซื้อขายน้ำประปา (600 วัน)

- 365 วันแรก บริษัทฯ ต้องควบคุมคุณภาพน้ำไม่ต่ำกว่าที่ กปภ. เคยผลิต
- 55 วันต่อมา บริษัทฯ ต้องควบคุมคุณภาพน้ำตามเกณฑ์ อนุโลมสูงสุด
- 180 วันต่อมา บริษัทฯ ต้องควบคุมคุณภาพน้ำตามเกณฑ์ กำหนดสูงสุด

1.2.3.2 บริษัทฯ จะต้องตรวจสอบคุณภาพและปริมาณให้ได้ความเกณฑ์ที่กำหนด ก่อนวันซื้อขายน้ำประปา 30 วัน และต้องแจ้งให้ กปภ. เข้าร่วมตรวจสอบด้วยก่อนล่วงหน้า 3 วัน

1.2.3.3 กปภ. และบริษัทฯ จะร่วมกันกำหนดจุดเก็บตัวอย่างน้ำ ณ จุดปลายทางหรือบริเวณใกล้ จำนวน 10 จุด และทำการตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาที่บริษัทฯ ผลิต และจัดส่งตามแนวท่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน มอก.

1.2.4 การตรวจสอบ การปรับ และ การยกเลิกสัญญา

1.2.4.1 เมื่อการก่อสร้างผลิตน้ำประปาเสร็จสมบูรณ์พร้อมที่จะผลิตน้ำประปาเพื่อขายให้ กปภ. ทาง กปภ. และ บริษัทฯ จะร่วมทำการตรวจสอบคุณภาพและปริมาณน้ำประปา ให้เป็นไปตามมาตรฐาน มอก. และปริมาณประปาที่ต้องจัดส่งตามสัญญา

1.2.4.2 ในช่วงการดำเนินงาน บริษัทฯ และ กปภ. จะร่วมกันตรวจสอบมาตรฐานผลิตทุกระยะเวลา 6 เดือน

1.2.4.3 ถ้าการซื้อขายน้ำประปาต้องเลื่อนออกไปเพราะความผิดของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (กปภ. หรือบริษัทฯ) ผู้ที่เป็นฝ่ายผิด จะต้องชดเชยให้อีกฝ่ายเป็นมูลค่าเท่ากับปริมาณขั้นต่ำที่ต้องซื้อขายคุณอัตราค่าน้ำที่เริ่มซื้อขายคุณกับจำนวนวันที่ล่าช้าออกไป

1.2.4.4 หากเดือนใดปริมาณรวมของน้ำประปาที่มีการซื้อขายจริงต่ำกว่าปริมาณรวมของน้ำประปาที่ต้องจัดส่ง อันเนื่องมาจากความผิดพลาดของบริษัทฯ ที่ไม่สามารถจัดส่งได้ครบ โดย กปภ. มีความพร้อมที่จะรับ บริษัทฯ ต้องชำระค่าชดเชยให้แก่ กปภ. ในเดือนถัดไป เท่ากับส่วนที่ขาดไปจากปริมาณน้ำประปาที่ต้องจัดส่งคูณด้วยอัตราค่าน้ำของปีนั้น และจะไม่นำปริมาณน้ำจำหน่ายเดือนนี้ไปคิดเป็นผลรวมปลายปี แต่หากปริมาณน้ำรวมซื้อขายปลายปี มีค่ามากกว่าปริมาณขั้นต่ำที่ต้องซื้อขาย บริษัทฯ จะต้องลดราคาให้แก่ กปภ. 30 เปอร์เซ็นต์ของปริมาณน้ำที่เกิน

1.2.4.5 ในกรณีที่บริษัทฯ ไม่สามารถผลิตน้ำประปาให้มีคุณภาพได้ตามมาตรฐาน มอก. อันเป็นเหตุเกิดจากความผิดของบริษัทฯ ให้ กปภ. มีสิทธิได้รับค่าชดเชยเท่ากับอัตราค่าชดเชยร้อยละคูณด้วยปริมาณน้ำประปาขั้นต่ำที่ต้องซื้อรายวันคูณด้วยอัตราค่าน้ำของปีนั้นคูณด้วยจำนวนวันนับจากวันที่ตรวจพบจนถึงวันที่บริษัทฯ แก้ไข

1.2.4.6 การบอกเลิกสัญญา โดย กปภ. มีสิทธิบอกเลิกสัญญาดังนี้

- บริษัทฯ ไม่เริ่มดำเนินการก่อสร้างภายในระยะเวลาที่กำหนด
- ไม่สามารถดำเนินงานให้มีวันเริ่มซื้อขายน้ำประปาภายในระยะเวลาที่กำหนด
- ไม่สามารถผลิตและจัดส่งน้ำประปาได้ถึงปริมาณน้ำประปาขั้นต่ำที่กำหนดต่อเนื่องกันเป็นเวลา 60 วัน
- ปฏิบัติผิดสัญญาที่เป็นสาระสำคัญข้อใดข้อหนึ่ง

2. นโยบายและแนวทางของการประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) ในการให้เอกชนบริหารกิจการประปา

การประปาส่วนภูมิภาค เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จัดตั้งตามนโยบายของรัฐบาลที่จะปรับปรุงและขยายกิจการประปาในส่วนภูมิภาคให้ดียิ่งขึ้น โดยการโอนกิจการประปาในส่วนภูมิภาค และหน่วยงานก่อสร้างประปาภูมิภาคของกรมโยธาธิการ กระทรวงมหาดไทย กับกิจการประปาชนบทและหน่วยงานประปาชนบทของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข มาจัดตั้งเป็นการประปาส่วนภูมิภาค สังกัดกระทรวงมหาดไทย โดยตราเป็นพระราชบัญญัติการประปาส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2522 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2522

วิสัยทัศน์

"เป็นองค์กรชั้นนำเพื่อปวงชนที่ให้บริการน้ำประปาอย่างมีคุณภาพ ทัวถึงและได้มาตรฐาน"

ภารกิจ

เป็นหน่วยงานที่ให้บริการน้ำประปาและน้ำดิบตามนโยบายของรัฐบาล โดยคำนึงถึงประโยชน์ของรัฐ และสุขอนามัยของประชาชนเป็นสำคัญ ภารกิจหลักของการประปาส่วนภูมิภาค ได้แก่

1. ประกอบและส่งเสริมธุรกิจการประปาและจำหน่ายน้ำดิบ โดยการสำรวจ จัดหา แหล่งน้ำดิบและจัดให้ได้มาซึ่งน้ำดิบ เพื่อใช้ในการผลิต จัดส่งและจำหน่ายน้ำประปา
2. ดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่องกับธุรกิจการประปา และการจำหน่ายน้ำดิบ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่การให้บริการสาธารณูปโภค โดยคำนึงถึงประโยชน์ของรัฐและสุขภาพอนามัยของประชาชนเป็นสำคัญ
3. ดำเนินการเพื่อจำหน่ายน้ำประปาในเขตท้องที่ ซึ่งอยู่นอกเขตที่ทำการประปานครหลวงมีอำนาจดำเนินการ แต่การประปาส่วนภูมิภาคอาจดำเนินการจำหน่ายน้ำประปา ในเขตที่การประปานครหลวงมีอำนาจดำเนินการได้ เมื่อได้รับความเห็นชอบจากการประปานครหลวงแล้ว

2.1 ความจำเป็นของการประปาส่วนภูมิภาคในการให้เอกชนบริหารกิจการประปา

เนื่องจากการประปาส่วนภูมิภาค มีขอบข่ายพื้นที่ความรับผิดชอบในการให้บริการ น้ำประปาแก่ประชาชนครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ซึ่งมีการประปาในความรับผิดชอบ จำนวน 217 การประปา และจำเป็นต้องเร่งขยายการปรับปรุงระบบประปาเพื่อให้สามารถบริการจ่ายน้ำประปาได้ เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน และธุรกิจอุตสาหกรรมที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่การประปาส่วนภูมิภาคมีข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณที่ได้รับแต่ละปีมีจำนวนจำกัด ไม่อาจขยายกิจการประปาในแต่ละปีได้อย่างกว้างขวาง ทันต่อเหตุการณ์ และความต้องการของประชาชน

การประปาในเขตภูมิภาค คณะรัฐมนตรีได้เคยมีมติในเดือนเมษายน พ.ศ. 2540 ให้ กปภ. คงสภาพเป็นรัฐวิสาหกิจไว้ เนื่องจากมีความจำเป็นสำหรับใช้เป็นเครื่องมือด้านนโยบาย แต่ก็เล็งเห็นความจำเป็นที่จะต้องเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการโดยการเพิ่มบทบาทของเอกชน แผนแม่บทการปฏิรูปรัฐวิสาหกิจได้เสนอแนวคิดที่จะให้ กปภ. เป็นรัฐวิสาหกิจที่ทำหน้าที่ดูแลสัมปทาน ซึ่งแบ่งตามเขตพื้นที่ให้บริการ โดยเอกชนผู้รับสัมปทานในแต่ละเขตจะรับผิดชอบการผลิตและส่ง น้ำประปาให้แก่ผู้ใช้บริการ

ดังนั้น เพื่อเป็นการตอบสนองนโยบายของรัฐบาล และเพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) ได้เริ่มดำเนินการเพื่อให้นโยบายการ ให้เอกชนเข้าร่วมงานหรือดำเนินกิจการประปา นำไปสู่การปฏิบัติได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เป็นต้นมา โดยมีการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการพิจารณาหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขการให้เอกชนเข้าร่วมลงทุน และ ได้นำเสนอขอความเห็นชอบจากกระทรวงมหาดไทย เมื่อปี พ.ศ. 2533 และกระทรวงมหาดไทยได้ นำเสนอต่อคณะรัฐมนตรี เพื่อให้ความเห็นชอบเมื่อปี พ.ศ. 2535 และได้รับความเห็นชอบใน หลักการ เมื่อปี พ.ศ. 2536 แล้ว

ในด้านโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการประปา มีข้อเสนอในแผนแม่บท ให้จัดตั้ง องค์การกำกับดูแลอิสระเพื่อดูแลการดำเนินกิจการประปา สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ลงทุนจาก ภาคเอกชน ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องของราคาและคุณภาพของการบริการ และการตัดสินใจพิพาทอันอาจจะเกิดขึ้นได้เกี่ยวกับการบังคับใช้และการตีความต่าง ๆ ในสัญญาสัมปทาน รวมทั้ง การดูแลให้มีการกำหนดราคาค่าน้ำประปาที่เป็นธรรมกับทุกฝ่าย

ซึ่ง กปภ. ได้มีการเสนอให้เอกชนเข้าร่วมทั้งในระดับมหภาค (Macro) หมายถึง การที่ จะให้เอกชนเข้าร่วมทั้งระบบ และระดับจุลภาค (Micro) หมายถึง การให้เอกชนเข้าร่วมบางส่วนใน การผลิตน้ำหรือจำหน่ายน้ำประปา อาจจะเป็นการซื้อน้ำประปาจากการประปาส่วนภูมิภาค จำหน่าย หรือผลิตน้ำประปาขายให้การประปาส่วนภูมิภาคก็ได้ รวมทั้งการดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องหรือ ต่อเนื่องกับธุรกิจการประปาด้วย

2.2 ความพร้อมของการประปาส่วนภูมิภาคในการให้เอกชนร่วมลงทุน

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่าทั้งนโยบายของรัฐในเรื่องการให้เอกชนเข้า มาร่วมมีบทบาทในกิจการรัฐวิสาหกิจที่บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จนถึง

ออกพระราชบัญญัติ ว่าด้วยการให้เอกชนเข้าร่วมงานหรือดำเนินการในกิจการของรัฐ พ.ศ. 2535 และนโยบายที่เอื้ออำนวยและสนับสนุนให้เอกชนเข้าร่วมลงทุนในโครงการปรับปรุงขยายกิจการประปาของการประปาสวนภูมิภาค

ในเรื่องพื้นที่ที่จะให้เอกชนเข้าร่วมในกิจการประปา การประปาสวนภูมิภาคมีนโยบายดังนี้

1. เป็นพื้นที่ที่ยังไม่มีกิจการประปา แต่มีความจำเป็นต้องใช้น้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค
2. เป็นพื้นที่ที่มีกิจการประปาของท้องถิ่นอยู่แล้ว แต่ได้โอนกิจการประปานั้นให้กับการประปาสวนภูมิภาค และมีความจำเป็นต้องปรับปรุงขยายเพื่อการบริการที่ดีขึ้นกว้างขวางยิ่งขึ้น แต่ขาดงบประมาณอุดหนุนจากรัฐ
3. เป็นพื้นที่ที่มีกิจการประปาของการประปาสวนภูมิภาคอยู่แล้ว แต่มีความต้องการใช้น้ำสูง มีความจำเป็นเร่งด่วนต้องดำเนินการและต้องการใช้งบประมาณในการปรับปรุงขยายค่อนข้างสูง
4. เป็นพื้นที่ที่ตอบสนองการพัฒนาของรัฐบาลด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่เฉพาะ

2.3 วัตถุประสงค์ของการประปาสวนภูมิภาค ในการให้ภาคเอกชนมาร่วมลงทุน

เพื่อสนองตอบนโยบายของรัฐบาลและเป็นการรักษาเสถียรภาพทางการคลังของประเทศ เพราะไม่ต้องกู้ยืมจากแหล่งภายนอก นอกจากนั้นยังเป็นผลให้การระดมทุนจากแหล่งภายในและภายนอกเพิ่มมากขึ้น

1. เพื่อลดภาระการให้เงินอุดหนุนจากรัฐบาลต่อรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นหน้าที่ของรัฐบาลอยู่แล้ว
2. เพื่อขยายการให้บริการน้ำประปาให้สอดคล้องและทันกับความต้องการของการพัฒนาเมือง ที่อยู่อาศัย อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้ประชาชนมีงานทำมากยิ่งขึ้น ทำให้ฐานะเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นโดยรวม
3. เพื่อให้เอกชนถือหุ้นใหญ่ มีความคล่องตัวสูงในธุรกิจมาบริหารงานอย่างเต็มที่ เพื่อให้กิจการประปาที่เอกชนเข้ามาบริหารสามารถเลี้ยงตัวเองได้
4. เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระการเงินด้านการลงทุนของ กปภ. เป็นผลให้สามารถไปลงทุนปรับปรุงขยายกิจการประปาแห่งอื่น ๆ ที่ยังไม่มีนโยบายให้เอกชนเข้าร่วมลงทุน นอกจากนั้นยังสามารถลดหรือระงับการลงทุนในรูปสวัสดิการซึ่งนับวันจะเพิ่มทวีมากขึ้น
5. เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินกิจการประปาที่รับโอนจากหน่วยบริหารราชการส่วนท้องถิ่น

6. เพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีภาคเอกชนมาดำเนินกิจการประปา ซึ่งสามารถนำมาเปรียบเทียบได้

2.4 รูปแบบการให้ภาคเอกชนเข้าร่วมลงทุน

รัฐบาลได้เพิ่มบทบาทของภาคเอกชนในงานที่ทำโดยรัฐวิสาหกิจและหน่วยราชการ โดยในปี พ.ศ. 2535 รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติ ว่าด้วยการให้เอกชนเข้าร่วมงานหรือดำเนินงาน ในกิจการของรัฐ แยกประเภทได้ดังนี้

1. สัญญาจ้างบริหารจัดการ (Management Contract) เป็นรูปแบบที่หน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจต้องเป็นผู้รับผิดชอบออกค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างและดำเนินการ ส่วนเอกชนผู้รับสิทธิจะเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการ และซ่อมบำรุงรักษาทั้งหมดหรือบางส่วนตามที่สัญญา กำหนดไว้

2. การทำสัญญาให้เอกชนเช่าดำเนินการ (Leasing Contract) เป็นรูปแบบที่หน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจให้เอกชนเช่ากิจการหรือทรัพย์สิน โดยให้สิทธิแก่เอกชนในการครอบครองทรัพย์สินชั่วคราวเพื่อการลงทุน (ส่วนใหญ่มีระยะเวลา 5-20 ปี) โดยเอกชนต้องจ่ายผลตอบแทนให้รัฐในอัตราที่ตกลงกันไว้ เมื่อครบกำหนดเอกชนต้องคืนทรัพย์สินให้กับรัฐตามเดิม ในกรณีนี้รัฐยังคงเป็นเจ้าของทรัพย์สินและเป็นผู้กำหนดอัตราค่าบริการ ค่าค่าประกันการลงทุน ส่วนเอกชน มีหน้าที่ในการดำเนินงาน และการลงทุนภายใต้กฎระเบียบของทางราชการ เช่น การประปา สัตหีบ

3. การให้สัมปทาน คือ การที่รัฐให้สิทธิผูกขาดกับเอกชนในการผลิตสินค้าหรือให้บริการบางอย่างภายใต้การกำกับดูแลของรัฐ โดยเอกชนเป็นผู้รับผิดชอบด้านการลงทุน การจัดการ และการปฏิบัติงานในทรัพย์สินที่รัฐให้สัมปทาน โดยสัมปทานจะมีอายุเวลาประมาณ 20-30 ปี เอกชนจะได้รับค่าบริการจากประชาชนผู้ใช้บริการโดยตรง ขณะที่รัฐอาจจะเก็บค่าสิทธิหรือส่วนแบ่งตามที่ตกลงไว้ รูปแบบการให้สัมปทานนี้มีหลายวิธี เช่น

- BOT (Build Operate Transfer) เป็นรูปแบบที่เอกชนผู้รับสัมปทาน จะเป็นผู้ลงทุน ออกแบบ ดำเนินการก่อสร้าง และบริหารจัดการ โดยเอกชนจะบริหารจัดการโครงการตามอายุและข้อตกลงแห่งสัญญา เมื่อสิ้นสุดสัญญา เอกชนผู้รับสัมปทานจะโอนกรรมสิทธิ์ของกิจการทั้งหมดให้กับหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบ เช่น โครงการประปาปทุมธานี-รังสิต ประปาจะเชิงเตรา และประปาบางปะกง ของการประปาส่วนภูมิภาค

- BOO (Build Own Operate) เป็นรูปแบบที่ให้เอกชนผู้รับสิทธิสัมปทานเป็นผู้ลงทุนดำเนินการในกิจกรรมที่หน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจดำเนินการอยู่ เพื่อลดภาระการลงทุนของรัฐ โดยรัฐรับซื้อผลผลิตจากเอกชนโดยไม่ต้องโอนกรรมสิทธิ์ของกิจการทั้งหมดให้กับหน่วยงานของรัฐ เช่น โครงการประปาราชบุรี – สมุทรสงคราม

- BTO (Build Transfer Operate) เป็นรูปแบบที่เอกชนผู้รับสัมปทานจะเป็นผู้ลงทุน ออกแบบและดำเนินการก่อสร้าง และเมื่อก่อสร้างแล้วเสร็จ เอกชนจะต้องโอนสิทธิในทรัพย์สินต่างๆ ภายใต้ข้อตกลงในสัญญาให้แก่หน่วยงานของรัฐ แต่เอกชนก็ยังเป็นผู้บริหารกิจการตลอดอายุสัมปทาน เช่น การทางพิเศษแห่งประเทศไทย ให้เอกชนมาลงทุนในโครงการทางด่วนขั้นที่ 2

4. การร่วมทุนกับภาคเอกชน มี 3 แนวทาง คือ

- รัฐร่วมลงทุนกับเอกชน โดยจัดตั้งบริษัทจำกัดขึ้นมาดำเนินการกิจกรรมบางอย่างที่เคยทำอยู่และให้ภาคเอกชนรับผิดชอบการบริหารจัดการทั้งหมด แต่กรรมสิทธิ์ในหุ้นบริษัทยังเป็นของรัฐ

- รัฐประเมินทรัพย์สินของตน แล้วนำไปร่วมลงทุนกับเอกชน ซึ่งเป็นกิจการที่เอกชนส่วนใหญ่สามารถดำเนินการได้ และมีการแข่งขันค่อนข้างสูง รัฐจะเข้าไปถือหุ้นน้อยที่สุดแต่ไม่เกินร้อยละ 49

- รัฐร่วมทุนกับภาคเอกชน โดยเอกชนที่เข้าร่วมลงทุนเป็นผู้ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน หรือมีลักษณะการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกัน

5. การกระจายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ มี 3 แนวทาง คือ

- รัฐจะลดสัดส่วนการถือหุ้นจากภาครัฐลงบางส่วนแต่ไม่เกินร้อยละ 51 มีผลให้บริษัทยังคงสภาพการเป็นรัฐวิสาหกิจอยู่

- รัฐจะลดสัดส่วนการถือหุ้นในรัฐวิสาหกิจลงมากกว่าร้อยละ 51 มีผลให้บริษัทพ้นสภาพการเป็นรัฐวิสาหกิจ

- รัฐวิสาหกิจตั้งบริษัทลูก เพื่อดำเนินกิจกรรมแทน โดยรัฐวิสาหกิจถือหุ้นในบริษัทลูกทั้งหมดในขั้นแรก แล้วดำเนินการเพิ่มทุนในบริษัทหรือกระจายหุ้นเดิมในบริษัทลูก ด้วยการนำเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 51 เพื่อให้บริษัทลูกมีสภาพเป็นบริษัทที่มีการดำเนินงานแบบเอกชนภายหลังเข้าตลาด

6. การยุบเลิกและจำหน่ายจ่ายโอนกิจการ รัฐมีมติยุบเลิกกิจการรัฐวิสาหกิจ โดยจำหน่ายจ่ายโอนกิจการหลังชำระบัญชีเพื่อให้ภาคเอกชนมาซื้อกิจการนั้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจการที่รัฐหมดความจำเป็นในการดำเนินงานและภาคเอกชนทำกิจการประเภทนี้ได้ดีกว่า

3. แนวความคิดเกี่ยวกับรัฐวิสาหกิจประเภทกิจการสาธารณูปโภค

โดยที่รัฐมีหน้าที่จัดหาขั้นพื้นฐาน (Infrastructure) ทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประชาชน ประยูร กาญจนดุล ได้ให้ทัศนะในเรื่อง การจัดหาสินค้าและบริการสาธารณะว่ามีหลักในการพิจารณาดังนี้

1. บริการสาธารณะ เป็นกิจการที่อยู่ในความอำนาจการหรือในความควบคุมของฝ่ายปกครอง

2. บริการสาธารณะ มีวัตถุประสงค์ในการสนองตอบความต้องการส่วนรวมของประชาชนการจัดระเบียบและวิธีดำเนินการบริการสาธารณะย่อมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย

3. บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจและโดยสม่ำเสมอไม่มีการหยุดชะงักลงด้วยประการใดๆ มิฉะนั้นประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อนหรือได้รับความเสียหาย

4. เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์สาธารณะเท่าเทียมกัน

การให้บริการสาธารณะที่ดีมีประสิทธิภาพจะต้องสามารถสนองตอบความต้องการผู้บริการได้อย่างเพียงพอ (Ample Service) ให้บริการแก่ผู้รับบริการโดยเสมอภาคกัน (Equitable Service) ให้บริการผู้รับบริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) มีความสามารถในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดการให้บริการนั้นๆ และมีความสามารถในการพัฒนากิจการ หรือบริการนั้นทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพได้อย่างมีความเจริญก้าวหน้า (Progressive Service) นอกจากนี้ การให้บริการสาธารณะจะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและความเจริญของสังคม ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาด้วย

รูปแบบการให้บริการสาธารณะมี 3 รูปแบบคือ

1. ส่วนราชการเป็นผู้จัดทำและให้บริการ
2. องค์การของรัฐบาลหรือรัฐวิสาหกิจเป็นผู้จัดทำในเชิงธุรกิจ
3. เอกชนเป็นผู้จัดทำโดยอยู่ภายใต้กฎหมาย ภายใต้การกำกับและควบคุมของรัฐ

รัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภค เป็นองค์การของรัฐที่เสนอบริการสาธารณะอันเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชน องค์การประเภทนี้เรียกว่า “องค์การบริการ” (Service Organization) เพราะวัตถุประสงค์ขององค์การประเภทนี้ คือ การให้บริการแก่ลูกค้า หรือบุคคลภายนอก ซึ่งองค์การต้องดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องด้วย

ลักษณะพิเศษของกิจการสาธารณูปโภค คือ การให้บริการนั้นต้องมีความพร้อมและให้บริการได้ทันทีตลอดเวลา ยกเว้นกรณีการเกิดความจำเป็นจริงๆ ต้องหยุดบริการชั่วคราว เป็นต้นว่า การซ่อมแซมเครื่องจักรกล การติดตั้งระบบผลิตใหม่ การขาดแคลนวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต (เช่น การประปาขาดแคลนน้ำดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิตน้ำประปาเนื่องจากเกิดสภาวะภัยแล้ง หรือมีปัญหาด้านมลพิษทางน้ำ เป็นต้น) นอกจากนี้กิจการสาธารณูปโภค จะต้องถูกตรวจสอบ ถูกวิพากษ์วิจารณ์ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบการบริหารงานโดยภาคเอกชน โดยภาคราชการ หรือโดยภาครัฐวิสาหกิจก็ตาม ดังนั้น การบริหารงานกิจการสาธารณูปโภคจึงมีความยุ่งยากมากกว่าการบริหารงานด้านอื่นๆ

เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่ากิจการสาธารณูปโภค (Public Utilities) เป็นกิจการที่จำเป็นที่จะต้องจัดให้มีขึ้นเพื่อความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม แนวความคิดที่ว่ารัฐควรประกอบกิจการสาธารณูปโภคหรือไม่นั้นมีหลายแนวความคิด

แนวความคิดที่ 1 คือ แนวความคิดที่ว่ารัฐควรเป็นผู้ประกอบกิจการสาธารณูปโภคเอง เพราะลักษณะกิจการสาธารณูปโภคโดยทั่วไป เป็นกิจการที่มีความจำเป็นต่อชีวิตความเป็นอยู่ของ

ประชาชน และความมั่นคงของประเทศ รัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภคส่วนใหญ่ต้องใช้งบลงทุนสูง และมีลักษณะผูกขาดโดยผู้ขายรายเดียวตามธรรมชาติ การที่รัฐเข้าไปดำเนินการกิจการสาธารณูปโภค จึงเป็นการที่แสดงความรับผิดชอบของรัฐที่มีต่อประชาชนในการพัฒนาประเทศ การให้เอกชนลงทุนดำเนินการจึงเป็นการไม่เหมาะสม เพราะเป้าหมายของการทำธุรกิจในภาคเอกชนย่อมต้องการกำไรเป็นสิ่งที่ตอบแทน ตามแนวความคิดของระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม ถือว่ากิจการสาธารณูปโภคเป็นกิจการที่ควรเป็นสวัสดิการทางสังคม (Social Welfare) ที่รัฐควรให้แก่ประชาชนโดยไม่คิดราคาค่าบริการ หรือถ้าคิดราคาค่าบริการก็คิดในอัตราต่ำ

มีนักวิชาการหลายท่าน เช่น ชาญ อังศุโชติ, ไพศาล ชัยมงคล ฯลฯ มีความเห็นว่า กิจการสาธารณูปโภคควรดำเนินการในรูปแบบรัฐวิสาหกิจ เนื่องจากรัฐวิสาหกิจเป็นเครื่องมือหรือกลไกสำคัญของรัฐบาล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายแห่งชาติ คือ ความมั่นคงของชาติ ความเจริญ ความก้าวหน้า และพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชน ฯลฯ เป้าหมายส่วนรวมของรัฐวิสาหกิจ จึงมิใช่การแสวงหากำไรอย่างเต็มที่เข้าใจกันทั่วไป หรือรัฐวิสาหกิจไม่ได้มีเป้าหมายแค่เพียงทางประสิทธิภาพทางการเงิน หากแต่มุ่งหวังผลตอบแทนทางเศรษฐกิจส่วนรวม สังคม และการเมือง หรือ เรียกว่า ผลประโยชน์หรือผลกำไรประชาชาติ (National Profitability)

กิจการสาธารณูปโภคเป็นกิจการที่มีผลกระทบต่อการดำรงชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน กิจการประเภทนี้จะต้องใช้งบลงทุนสูงในการดำเนินงาน นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศและเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจอุตสาหกรรมในส่วนอื่นๆ ด้วย กิจการสาธารณูปโภคส่วนใหญ่ โดยธรรมชาติแล้วเป็นกิจการที่มีลักษณะผูกขาด (Monopoly) โดยผู้ขายรายเดียว เพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติโดยประหยัดและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ทำให้ผู้ขายมีอำนาจต่อรองมากกว่าผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ทำให้รัฐบาลต้องเข้าไปควบคุมราคาสินค้าและบริการ เพื่อให้อยู่ในอัตราที่เหมาะสมไม่ทำให้เกิดความเดือดร้อนแก่ประชาชนผู้บริโภค

เกี่ยวกับกิจการสาธารณูปโภค รัฐจำเป็นต้องเข้าดำเนินการเอง เพื่อเป็นหลักประกันในการให้บริการที่ดีแก่ประชาชน กิจการสาธารณูปโภคส่วนใหญ่ต้องใช้งบลงทุนสูงและบางกรณีเป็นการให้บริการเปล่าๆ โดยไม่มีผลกำไรหรือมีอัตราความเสี่ยงต่อการขาดทุนสูงเป็นกิจการที่ต้องดำเนินการต่อเนื่องและเกี่ยวพันกับกิจการอื่นๆ ด้วย เช่น การไฟฟ้า การประปา เป็นต้น

แนวนโยบายแห่งรัฐบาลไทย ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับกิจการสาธารณูปโภคมาก ดังที่ระบุไว้ในกฎหมายรัฐธรรมนูญ ซึ่งเป็นกฎหมายแม่บทโดยแทบทุกฉบับ สว่นกิจการสาธารณูปโภคไว้ให้รัฐดำเนินการเอง ดังเช่น

กฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2521 มาตรา 68 ซึ่งถูกยกเลิกแล้ว ระบุว่า

- รัฐพึงสนับสนุนให้เอกชนได้มีการริเริ่มในทางเศรษฐกิจ

- รัฐพึงประกอบกิจการอันมีลักษณะเป็นสาธารณูปโภคในทางที่จะให้เป็นประโยชน์แก่ประชาชนเป็นส่วนรวมการประกอบกิจการอันมีลักษณะเป็นสาธารณูปโภคโดยเอกชนจะกระทำได้อีกโดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

- รัฐพึงวางมาตรการมิให้มีการผูกขาดตัดตอนในทางเศรษฐกิจโดยเอกชนที่มีได้อาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย ทั้งนี้ ไม่ว่าการผูกขาดตัดตอนนั้นจะเป็นโดยทางตรงหรือทางอ้อม"

สำหรับกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2534 (ฉบับปัจจุบัน) มาตรา 77 ระบุว่า

- รัฐพึงสนับสนุนให้เอกชนมีบทบาทในทางเศรษฐกิจ
- รัฐไม่พึงประกอบกิจการอันมีลักษณะเป็นธุรกิจ หรือเป็นการแข่งขันกับเอกชน เว้นแต่มีความจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการรักษาความมั่นคงของรัฐ การรักษาประโยชน์ส่วนรวมหรือการจัดให้มีการสาธารณูปโภค
- รัฐพึงมีมาตรการมิให้มีการผูกขาดตัดตอนในทางเศรษฐกิจโดยเอกชนที่มีได้อาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย ทั้งนี้ ไม่ว่าการผูกขาดตัดตอนนั้นจะเป็นโดยทางตรงหรือทางอ้อม

ปัจจุบันกิจการสาธารณูปโภคในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นกิจการของรัฐหรือถูกควบคุมกำกับดูแลโดยหน่วยงานภาครัฐ กิจการสาธารณูปโภคขนาดใหญ่จะเป็นกิจการในรูปแบบรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การประปา นครหลวง และการประปาสวนภูมิภาค

แนวความคิดที่ 2 มีความเห็นว่า รัฐไม่ควรเป็นผู้ประกอบกิจการสาธารณูปโภค แม้ว่าจะมีการจัดตั้งในรูปแบบรัฐวิสาหกิจ (คือกึ่งระบบราชการ) ก็ไม่สมควรจะกระทำเพราะเหตุว่ารัฐวิสาหกิจมักจะปฏิบัติงานเหมือนระบบราชการ ทำให้ด้อยประสิทธิภาพ กรณีที่รัฐควบคุมราคาค่าบริการของกิจการสาธารณูปโภคโดยให้รัฐวิสาหกิจคิดราคาค่าบริการต่ำกว่าต้นทุน เพื่อประโยชน์ทางการเมืองของรัฐบาล ทำให้รัฐบาลต้องให้เงินอุดหนุนรัฐวิสาหกิจเมื่อมีการขาดทุนเกิดขึ้น ซึ่งเงินอุดหนุนนั้นก็มาจากภาษีอากรของประชาชน ประชาชนส่วนหนึ่งจึงต้องรับภาระที่ตนไม่ได้มีผลประโยชน์ ดังนั้นการให้เอกชนประกอบกิจการสาธารณูปโภคจึงเป็นสิ่งที่ดีกว่า มีประสิทธิภาพและความคล่องตัวมากกว่า ทั้งรัฐยังไม่ต้องรับภาระเรื่องการเงินของกิจการสาธารณูปโภคด้วย แนวความคิดนี้เป็นแนวคิดปรัชญาทางการเมืองของกลุ่มปัจเจกชนนิยม (Individualism) ที่ว่ารัฐไม่ควรจะจำกัดขอบเขตของตนมิให้แผ่ขยายมากเกินไป และควรใช้อำนาจให้น้อยที่สุด แม้กิจการสาธารณูปโภคก็ไม่ควรทำให้เอกชนเป็นผู้ทำจะดีกว่า หรือดีเท่าๆ กับรัฐทำ เพราะจุดเด่นของการบริหารงานภาคเอกชนคือความคล่องตัว ความมีอิสระ และความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน

แนวความคิดที่ว่า การให้เอกชนบริหารงานในกิจการสาธารณูปโภคจะเป็นการดีกว่าให้ภาคเอกชนเป็นผู้บริหารงาน ได้รับการยอมรับในหลายประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศ

สหราชอาณาจักร เป็นต้น แนวความคิดเช่นนี้นำไปสู่แนวความคิดเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจหรือการให้เอกชนมาร่วมงานในกิจการของรัฐ

โดยหลักการแล้วรัฐวิสาหกิจ เป็นกิจการที่ต้องบริหารงานในเชิงธุรกิจ โดยมุ่งกำไรจากการดำเนินงาน ถ้าไรจะเป็นเครื่องชี้วัดถึงประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจนั้นๆ สำหรับกิจการรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภคนั้น จะต้องดำเนินการในเรื่องการประกอบการเพื่อให้มีผลกำไร และในขณะเดียวกันก็จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Public Accountability) รัฐบาลใช้นโยบายการควบคุมราคาสินค้าและบริการจึงไม่ได้สะท้อนต้นทุนการผลิตที่แท้จริง ซึ่งเป็นปัญหากับรัฐวิสาหกิจเพราะไม่มีเงินเพียงพอที่จะนำไปขยายการลงทุนในระยะยาวได้

กิจการสาธารณูปโภคประสบปัญหาหลายอย่างในการดำเนินงานที่สำคัญ คือ ความจำเป็นในการขยายงาน เพื่อให้บริการแก่ผู้อุปโภคบริโภคได้อย่างทั่วถึง การขยายงานต้องมีการใช้เงินลงทุนในการปรับปรุงขยายกิจการในวงเงินที่สูงมากรัฐบาลต้องมีภาระในการใช้เงินอุดหนุน หรือค้ำประกันเงินกู้ของรัฐวิสาหกิจเหล่านี้ ดังนั้นแนวนโยบายของรัฐบาล นับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 5 เป็นต้นมา จึงได้นำแนวทางการแปรรูปรัฐวิสาหกิจมาใช้กับรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภค

นโยบายของรัฐในปัจจุบันจึงสนับสนุนให้มีการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเพื่อเป็นการแก้ปัญหา รัฐวิสาหกิจ แม้แต่ในกิจการประเภทสาธารณูปโภค ซึ่งเดิมไม่มีนโยบายให้มีการแปรรูปรัฐวิสาหกิจก็ได้กำหนดนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจด้วย เริ่มตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) เป็นต้นมา ทั้งนี้เพราะสภาวะเศรษฐกิจและสังคมของประเทศมีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และอยู่ในอัตราสูง ความต้องการเงินลงทุนเพื่อนำมาขยายกิจการให้เพียงพอและทันกับความต้องการของประชาชน จึงเป็นเหตุผลหนึ่งในการนำนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจมาใช้กับรัฐวิสาหกิจประเภทกิจการสาธารณูปโภค

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 ในส่วนที่เกี่ยวกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ยังคงเป็นแผนที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 สรุปได้ว่า

1. รัฐสนับสนุนองค์กรธุรกิจ โครงการลงทุนขนาดใหญ่ และโครงการขยายงานของรัฐวิสาหกิจให้เข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์แทนการก่อหนี้ รวมทั้งปรับปรุงกฎระเบียบให้องค์กรระดับท้องถิ่นสามารถระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ในรูปแบบบัตรเงินกู้

2. ให้รัฐวิสาหกิจใช้นโยบายราคาที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างบริการให้เพียงพอและสามารถขยายการลงทุนในระยะยาว รวมทั้งกำหนดสัดส่วนการนำกำไรมาลงทุนของรัฐวิสาหกิจที่เข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้เหมาะสมที่จะจูงใจภาคเอกชนในการเข้าร่วมพัฒนาการขยายการลงทุน

3. พิจารณาจัดตั้งองค์กรกลางเพื่อดูแลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจทั้งระบบให้เป็นองค์การถาวรมีกฎหมายรองรับและลดขั้นตอนการกำกับรัฐวิสาหกิจโดยการผ่อนคลายนโยบายและเพิ่มอำนาจความรับผิดชอบของคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจแต่ละแห่ง

4. สำหรับรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภค รัฐสนับสนุนให้มีการจ้างเหมาเอกชนดำเนินการในส่วนที่พิจารณาแล้วเห็นว่าเหมาะสม หรือให้เอกชนร่วมลงทุนเพื่อให้กิจการสามารถตอบสนองทันกับความต้องการของประชาชน

ในระบบเศรษฐกิจปัจจุบันที่เป็นระบบการค้าเสรี มีการเน้นบทบาทของภาคเอกชนหรือการที่รัฐมีนโยบายมุ่งจะลดบทบาทของรัฐในระบบเศรษฐกิจลง ซึ่งการเน้นบทบาทของภาคเอกชนนี้แตกต่างไปจากแนวความคิดเดิมที่ว่า ถ้าหากต้องการให้ระบบเศรษฐกิจมีความเจริญเติบโตแล้วรัฐบาลควรที่จะแสดงบทบาทเข้าควบคุมและดำเนินกิจการทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่ของประเทศให้ชัดเจน รัฐวิสาหกิจกำหนดให้มีบทบาทเป็นเครื่องมือของรัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและหารายได้ให้รัฐ ความคิดดังกล่าวได้เปลี่ยนไปในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนาเนื่องจากผู้ประกอบการภาคเอกชนมีความสามารถในการบริหารที่มีประสิทธิภาพมากกว่ารัฐ จึงทำให้หลายประเทศเริ่มเปลี่ยนสภาพจากความเป็นเจ้าของหรือการบริหารงานจากรัฐบาลมาสู่ภาคเอกชน

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

4.1 แนวคิดการให้บริการทั่วไป

คุณภาพการบริการเป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญ ที่จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จ และความหมายของการบริการนั้นได้มีนักวิชาการซึ่งทรงคุณวุฒิได้ให้คำจำกัดความและความหมายดังต่อไปนี้

กุลธร ชนาพงศธร (2530 : 303-304) มีความเห็นว่า หลักการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการ คือ

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ คือประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้เกิดเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอมิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดกลุ่มหนึ่งในลักษณะต่างจากกลุ่มอื่นอย่างเห็นชัดเจน

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากเกินไปกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้บริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สั้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจแก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการมากเกินไป

ปรัชชา เวสารัชช์ (ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. 2538 : 18 ; อ้างอิงจาก ปรัชชา เวสารัชช์. 2521) ได้จำแนกองค์ประกอบหรือสาเหตุที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมระหว่างการติดต่อของผู้ให้บริการและผู้รับบริการออกเป็น 3 องค์ประกอบคือ ตัวเจ้าหน้าที่องค์การ ผู้รับบริการ และสภาพที่เกิดจากการติดต่อซึ่งองค์ประกอบที่เกิดจากการติดต่อที่ออกมาย่อมมีผลสะท้อนออกมาในรูปของความพึงพอใจหรือการกระทำซึ่งส่งผลย้อนไปหาองค์กรและเจ้าหน้าที่ขององค์กรเอง

วีรพงษ์ เจลิมจิระรัตน์ (2539 : 7) กล่าวว่า บริการ คือสิ่งที่รับ สัมผัส และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น และจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 334) กล่าวว่า บริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า

สุมนา อยู่โพธิ์ (2524 : 2) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์ หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

อมร รักษาสัตย์ (ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. 2538 : 19 ; อ้างอิงจาก อมร รักษาสัตย์. 2508) ให้ความเห็นว่าความพอใจของผู้มารับบริการเป็นมาตรการอย่างหนึ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพของงานบริการได้เพราะการจัดบริการของรัฐ มิใช่สักแต่จะทำให้เสร็จๆ ไป แต่หมายถึง การให้บริการอย่างดีเป็นที่น่าพอใจแก่ประชาชน

दनัย เทียนพุ่ม (2543 : 74) ได้ให้ความหมายของภาษาอังกฤษคำว่า "SERVICE" มาจาก

S = Service Mind คนที่มีจิตใจอยากจะให้บริการ

E = Exceed Customer Expectation เข้าใจถึงความคาดหวังของลูกค้าด้วยบริการที่เหนือกว่า

R = Reprocess ปรับกระบวนการให้รวดเร็ว สั้น ดีกว่าเดิมอยู่ตลอดเวลา

V = Vision วิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

I = Information Technology ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองลูกค้า

C = Cycle Time บริการที่ชนะด้วยเวลา

E = Empowerment ทีมงานที่มีอำนาจในการสั่งการตนเอง

สุเมธ แสงนิมมวล (2540 : 34) การบริการที่ยอดเยียมมีดังนี้

1. ยิ้มเอาใจใส่ เห็นใจความยุ่งยาก
2. บริการทันใจ มิต้องเอ่ยปาก
3. ไม่กระดากอาย ให้เกียรติลูกค้า
4. สมัคใจอาสา มิใช่ทำแบบเสียมิได้

5. รักษาภาพพจน์ไว้ทั้งตนเองและองค์กร

6. กิริยาอ่อนหวาน อ่อนน้อมถ่อมตน กระตือรือร้น กระฉับกระเฉงเป็นกันเอง บริการดี มากกว่าที่คาดหวัง

วิศุรีย์ สิมาชอคดี (2544 : 7) กล่าวว่า การบริการที่มีคุณภาพ (Service Quality) มักมี 3 องค์ประกอบหลัก อันได้แก่ ผู้ให้บริการ สถานที่ให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก โดย

1. ผู้ให้บริการ คือหัวใจสำคัญของงานบริการ เพราะเป็นผู้สร้างความแตกต่าง และเป็นผู้สร้างความสำเร็จให้กับกิจกรรม

2. สถานที่ให้บริการ เป็นจุดแรกที่ลูกค้าจะได้สัมผัสเมื่อก้าวเข้ามาในหน่วยงาน หรือห้างร้านสถานที่ที่สะอาดดูสวยงามและเป็นระเบียบ ถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงควมมีประสิทธิภาพและคุณภาพขององค์กรด้วย ลูกค้าที่เห็นจะรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการรวมทั้งรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบ (First Impression)

3. สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือหรืออุปกรณ์สนับสนุนการให้บริการ การที่เราจะเลือกใช้ประเภทใด ก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในงานบริการ และสิ่งสำคัญที่ละเลยไม่ได้ คือ การบำรุงรักษาดูแลเครื่องมืออุปกรณ์เหล่านั้นให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ ไม่ใช่ว่ามีเครื่องมืออุปกรณ์พร้อมแต่ใช้งานไม่ได้เลย

คุณภาพของการบริการนั้น มักจะผันแปรและเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอตามความต้องการและคาดหวังของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น เราจึงจำเป็นต้องวัดระดับคุณภาพของการบริการของเราอยู่ตลอดเวลาด้วยการวัดความประทับใจหรือความสุขของผู้รับบริการหรือลูกค้า โดยวัดผลลัพธ์ออกมาเป็นตัวเลขที่เรียกว่า ดัชนีชี้วัดความพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Index : CSI) หรือวัดด้วยคำถามง่ายๆ ว่า ลูกค้าพอใจการบริการของเราหรือไม่ และต่อด้วยว่า เพราะอะไร

สมชาย กิจยรรยง (ชิตพันธ์ ฉัตรเนตร. 2540 : 20 – 25 ; อ้างอิงจาก สมชาย กิจยรรยง. 2536 : 44 – 57) ได้ให้หลักการสำคัญในการให้บริการ คือ ต้องเข้าใจในความต้องการของลูกค้า เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ไว้ดังนี้

1. การรับฟังจากคำพูด คำบอก คำกล่าว หรือแม้แต่คำบ่นเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการจากลูกค้า ซึ่งผู้ทำหน้าที่ในการให้บริการก็ต้องมีศิลปะในการฟังคือตั้งใจและพร้อมที่จะแก้ไขปัญหาคือช่วยเหลือ

2. สอบถามเพื่อให้รู้ถึงต้องการ

3. สังเกต คือการสังเกตพฤติกรรม ภาษาท่าทาง และการแสดงออกของลูกค้าในอิริยาบถต่างๆ และเราในฐานะผู้ให้บริการจะต้องแปลความหมายออก เช่นการที่ลูกค้าสบตาเราหยุดมองอย่างสนใจ ยิ้มเมื่อเห็นสิ่งที่ต้องการ นั้นหมายถึงความต้องการที่ลูกค้าแสดงออกจากภาษาท่าทางนอกเหนือจากการยิ้มให้เรา พยักหน้าให้ ฯลฯ

4. สถิติ คือการใช้ประสบการณ์ในการบริการลูกค้าชนิด ประเภทต่างๆ ไว้เป็นข้อมูลหรือสถิติ เพื่อจะให้ความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น โดยอาศัยสถิติเป็นข้อมูลในการ

ให้บริการ เช่น การคาดหวังถึงสิ่งที่ลูกค้าชอบทางอาหารชนิดใดหรือประเภทใด ๆ โดยการสอบถามล่วงหน้าสำหรับการบริการในร้านอาหารหรือภัตตาคารและต่อไปนี้เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของลูกค้าทั่ว ๆ ไปซึ่งผู้ให้บริการก็ควรจะเข้าใจถึงความต้องการที่เป็นนิสัย หรือธรรมชาติของคนโดยทั่วไป

สุรศักดิ์ นานานุกูล (นพาวรรณ เปรมจิตร์. 2543 : 16 ; อ้างอิงจาก สุรศักดิ์ นานานุกูล. 2539) กล่าวว่า ธุรกิจบริการที่ดีจะต้องมี

1. ธุรกิจบริการต้องมีนโยบายบริการที่ดี นโยบายนี้รวมถึง ปรัชญาการให้บริการ และความมุ่งมั่นที่จะสร้างความพอใจและความสุขให้แก่ลูกค้า และแฝงไว้ด้วยการให้เกียรติแก่ลูกค้า และการให้ความสำคัญแก่สถานที่ ห้องน้ำ และบรรยากาศในการต้อนรับลูกค้าให้สมเกียรติ และสำหรับพนักงานให้มีสถานที่ที่ทำงานสะดวกได้โดยไม่รบกวนลูกค้า ซึ่งจะต้องจัดงบประมาณให้เหมาะสม

2. ธุรกิจบริการต้องมีระบบการให้บริการที่ดี หมายถึง ระบบเกี่ยวกับวางตัว และกิริยาท่าทาง ตลอดจนทัศนคติที่พนักงานพึงมีต่อลูกค้า ระบบเกี่ยวกับวิธีการทำงานทุก ๆ อย่าง ไม่ว่าจะเป็นหน้างานด้านการต้อนรับ การรักษาความสะอาด การอธิบาย การให้ข้อมูล หรือการตอบคำถามของลูกค้า การตกแต่งสถานที่ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าซึ่งจะต้องกำหนดมาตรฐานให้ชัดเจนระบบเกี่ยวกับการให้อำนาจพนักงานหรือผู้บริหารได้พิจารณาและตัดสินใจการทำงานซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากวิธีการทำงานตามปกติ เพื่อแก้ไขปัญหาในสถานการณ์พิเศษ ซึ่งอาจจะต้องให้บริการเหนือความคาดหมายของลูกค้า ระบบเกี่ยวกับการพูดจา ที่มีการทักทายลูกค้า การกล่าวขอบคุณเพื่อให้เกียรติแก่ลูกค้า ตลอดจนถ้อยคำที่จะต้องพูดในระหว่างที่ให้บริการแก่ลูกค้า ระบบเกี่ยวกับการจำชื่อลูกค้า และทักทายลูกค้าด้วยชื่อของเขาตลอดจนกิริยาท่าทางที่อบอุ่นและไหว้ลูกค้าเพื่อให้เกียรติระบบเกี่ยวกับการรับฟังและสังเกตความต้องการของลูกค้าและพยายามตอบสนองและจดจำหรือบันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์เพื่อให้บริการในครั้งต่อไป และระบบการวิจัยความเห็นของลูกค้าที่กระทำสม่ำเสมอเพื่อจะได้ปรับตัวตาม

3. ธุรกิจบริการต้องมีคนให้บริการที่ดี หมายถึงตั้งแต่การคัดเลือกบุคคลที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับงานบริการ เช่น มีหน้าตาดีมีบุคลิกที่เป็นมิตรและอบอุ่น มีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ให้บริการ ตามด้วยระบบการอบรมที่ดีหมายถึงหลักสูตรการฝึกอบรมที่ชี้ให้เห็นบทบาทของผู้ให้บริการที่ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นกิริยาท่าทาง สีหน้า การพูดจา น้ำเสียงและบทพูดในการให้บริการ การฝึกอบรมในห้องเรียนและการฝึกปฏิบัติรวมถึงระบบพี่เลี้ยงซึ่งทำให้พนักงานเกิดความคุ้นเคยและมีความชำนาญ

ศิริพร ดันดิพลูวินัย (2538 : 59) บริการเป็นงานที่เราทำเพื่อผู้อื่น ทำแล้วผู้อื่นได้รับประโยชน์ และความพึงพอใจ และผู้กระทำต้องมีความสุขในงานด้วย

คอเวลล์ (1994 : 666-667) ตามความหมายทางการตลาดได้กำหนดคุณลักษณะของการให้บริการในส่วนที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป ดังนี้

1. Intangibility บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้

2. Inseparability บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากผู้ขาย (ผู้ให้บริการ) ได้
3. Heterogeneity บริการจะไม่สม่ำเสมอ ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย
4. Perish Ability บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถผลิตเพื่อเก็บไว้สำรองได้

คอเวลล์ได้กำหนดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการไว้ คือ Product, Price, Promotion, People และ Process

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 428) กล่าวว่า การกระทำหรือความสามารถที่บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง สนองต่ออีกบุคคลหนึ่งหรือหน่วยงานหนึ่ง โดยเป็นสิ่งที่สัมผัสไม่ได้และไม่เกิดความเป็นเจ้าของ ผลผลิตของการบริการอาจจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ

วิลเลียม และคณะ (William, Gilbert, & Birkhead. 1997 : 988) การให้บริการมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ปัจจัยนำเข้า (Input) หรือ ทรัพยากร ได้แก่ บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก
2. กิจกรรม (Activities) หรือกระบวนการ (Process) ซึ่งหมายถึงวิธีการที่จะใช้ทรัพยากร
3. ผลลัพธ์ (Results) หรือผลผลิต (Outputs) หมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากมีการใช้ทรัพยากร
4. ความคิดเห็น (Opinions) ต่อผลกระทบ (Impacts) หมายถึง ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับ

4.2 แนวคิดการให้บริการแบบครบวงจร

ชูวงศ์ ฉายะบุตร (สุพงษ์ คนองเดช. 2541 : 25 ; อ้างอิงจาก ชูวงศ์ ฉายะบุตร. 2536 : 14) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการแบบครบวงจรว่าจะต้องเป็นไปตามหลักการซึ่งอาจเรียกว่า Package Service ได้ดังนี้

1. ยึดการตอบสนอง ถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน
 - 1.1 ข้าราชการจะต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน
 - 1.2 พยายามให้ผู้รับบริการได้สิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับอย่างสะดวกและรวดเร็ว
 - 1.3 ต้องมองผู้มารับบริการมีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกับตน
2. ความรวดเร็วในการให้บริการ (Acceleration)
3. การให้บริการจะต้องสมบูรณ์ (Completion) หมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้ง

4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ (Keen)
5. บริการเรื่องอื่น ๆ การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ (Accountability)
6. ความสุภาพอ่อนน้อม (Gentle) จะทำให้ผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อข้าราชการและการติดต่อกับทางราชการ
7. ความเสมอภาค (Equality) ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้
 - 7.1 การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแผนเดียวกัน
 - 7.2 การให้บริการจะต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่ได้รับบริการ

4.3 การวัดความพึงพอใจต่อบริการ

ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้หรือไม่จะต้องพิจารณาจากลักษณะการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้รับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละคน ดังนั้นการวัดความพึงพอใจอาจวัดได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ (สาโรจ ใสยศสมบัติ. 2534 : 39)

1. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีที่นิยมใช้โดยให้กลุ่มคนที่ต้องการวัดลงความเห็นในแบบสอบถาม ที่ถามถึงความพอใจในด้านต่างๆ ที่หน่วยงานบริการอยู่ โดยให้เลือกตอบอย่างอิสระ
2. การสัมภาษณ์ ต้องใช้ผู้ชำนาญเป็นพิเศษ สัมภาษณ์เพื่อให้ทราบความพึงพอใจของผู้ถูกสัมภาษณ์ ที่ตรงกับข้อเท็จจริง เป็นวิธีประหยัดและมีประสิทธิภาพมาก
3. สังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ทราบระดับความพอใจ โดยสังเกตจากพฤติกรรมก่อน-ขณะรับบริการและหลังได้รับบริการ โดยสังเกตจากท่าทาง การพูดสีหน้า และความถี่ของการมารับบริการ

วิธีวัดความพึงพอใจต่อบริการนี้ขึ้นอยู่กับความสะดวกความเหมาะสมตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดจึงจะทำให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

4.4 ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์ในงานบริการ

ในการสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ใช้บริการกับผู้ขายหรือผู้บริการนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย แต่ผู้ประกอบการหรือพนักงานของบริษัทร้านค้าหรือองค์กร ก็จะต้องได้รับการอบรมหรือชี้แจงให้ทราบถึงนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งสถาบันโพรเเมนส์ ได้ให้แนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ไว้ดังนี้ (นิคม สะอาดเอี่ยม. 2539 : 25 – 31)

1. ผู้ประกอบการต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการและขณะเดียวกันก็ต้องกระทำให้ลูกค้าหรือผู้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ให้บริการเช่นกัน และที่สำคัญที่สุดพนักงาน

หรือเจ้าหน้าที่จะต้องสร้างทัศนคติที่ดีขึ้นในตัวลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าบริษัทหรือองค์กรที่ลูกค้ามาทำธุรกิจนี้เป็นสถานที่ที่ดีที่สุด ให้บริการที่ดีที่สุดและน่าเชื่อถือมากที่สุด

2. พนักงานของบริษัทที่ประกอบธุรกิจต่างๆ จะต้องเป็นผู้มีความภูมิฐาน มีบุคลิกภาพที่ดีมีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อยดูมีสง่าราศี โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่ต้องพบลูกค้าหรือผู้ให้บริการจะเป็นต้องแต่งตัวให้เรียบร้อยดูสะอาดตามากกว่าพนักงานที่งานในส่วนที่ไม่ต้องติดต่อกับลูกค้าหรือผู้ให้บริการในการติดต่อหรือให้บริการลูกค้านั้น

3. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานควรจะให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบว่าตนเองต้องทำอะไรบ้าง จะต้องใช้เวลาอย่างน้อยเท่าใดและต้องสร้างความรู้สึกว่าคุณให้บริการเป็นบุคคลที่มีความพร้อมและตั้งใจที่จะช่วยเหลือให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่

4. เมื่อมีลูกค้าหรือผู้รับบริการเข้ามาติดต่อธุรกิจหรือขอรับบริการ พนักงานของผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญและความสนใจแก่ลูกค้าทันที แม้ว่าในขณะนั้นอาจจะกำลังทำงานอื่นอยู่ก็ตาม การให้ความสนใจนั้นยังรวมถึงความพยายามที่จะให้ความช่วยเหลือหรือบริการทันที

5. อย่าพยายามพูดหรือเน้นในสิ่งที่เป็นจุดเด่นของสินค้าหรือบริการกับลูกค้าประจำ แต่จะต้องพูดถึงหรือกล่าวถึงความสำคัญของตัวลูกค้าประจำที่มีต่อบริษัทหรือธุรกิจที่ประกอบอยู่

6. พยายามให้ความช่วยเหลือหรือบริการบางสิ่งบางอย่างที่สามารถแก้ไขปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าก็สามารถทำได้ การให้อะไรนอกเหนือจากสินค้าหรือบริการที่ได้รับปกติจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ให้บริการกับบริษัทที่ประกอบการ

7. ถ้าเกิดความล่าช้าในการส่งสินค้าหรือการให้บริการอันเนื่องมาจากเหตุขัดข้องบางประการที่มีได้คาดหมาย หนทางเกี่ยวที่จะป้องกันความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้าคือ การขอภัยและรับผิดชอบลูกค้า และอธิบายให้ทราบถึงสาเหตุให้ลูกค้าได้ทราบ แต่ต้องไม่ลืมนำทางบริษัทหรือผู้ประกอบการ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนี้อีกในอนาคตในยามที่ลูกค้าหรือผู้ให้บริการมีความข้องใจหรือข้อสงสัยในเรื่องใด พนักงานหรือผู้ให้บริการจะต้องให้ความสนใจและตอบคำถามโดยไม่มีการรีรอหรือล่าช้า

8. ในยามที่ไม่สามารถให้สินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการได้ อันเนื่องมาจากเหตุต่างๆ พนักงานของบริษัทผู้ประกอบการจะต้องให้ความช่วยเหลือลูกค้าให้ได้รับสินค้าหรือบริการจากที่อื่น ลูกค้าที่ได้รับความช่วยเหลือนี้อาจกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อไปในอนาคต การไม่ให้ความช่วยเหลือจึงเป็นการสูญเสียลูกค้าไปจำนวนหนึ่ง

5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับทัศนคติ

5.1 ความหมายของทัศนคติ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (เพ็ญแข ศรีสุทกุล. 2537 : 8) ให้ความหมายว่า ทศนคติ หมายถึง ความรู้สึกที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นคำสมาสระหว่าง ทศนะ ซึ่งแปลว่า ความเห็น กับ คติ ซึ่งแปลว่า แบบอย่างหรือลักษณะ เมื่อนำมารวมกันแล้วทศนคติจึงแปลว่าลักษณะของความเห็น และมีคำผู้ให้นิยามไว้ต่างๆ กันมากมายมากกว่า 100 นิยาม (ดารา ทีปะปาล. 2542 : 123) ดังต่อไปนี้

ซูซีฟ อ่อนโคกสูง (2522 : 108) ให้ความหมายเกี่ยวกับทศนคติว่าหมายถึงความพร้อมที่จะตอบสนองหรือแสดงความรู้สึกต่อวัตถุ สิ่งของ คน สัมผัสอื่นๆ ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งความรู้สึกหรือการตอบสนองดังกล่าวอาจเป็นในทางชอบ หรือไม่ชอบ

ปภาวดี ดุลยจินดา (2533 : 503) กล่าวว่า ทศนคติเป็นการรวบรวมความนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็นและความจริง รวมทั้งความรู้สึก ซึ่งเราเรียกเป็นการประเมินค่าทั้งในทางบวกและลบ ซึ่งทั้งหมดจะเกี่ยวพันกัน และจะบรรยายให้ทราบถึงจุดแกนกลางของวัตถุนั้น ความรู้และความรู้สึกเหล่านี้ มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมชนิดใดชนิดหนึ่งขึ้น

ประเสริฐ แยมกลีนฟูง (2509 : 31) กล่าวว่า ทศนคติจะปรากฏอยู่ในความคิดเห็น ซึ่งเป็นการตัดสินใจเฉพาะในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง การเรียงลำดับจากค่านิยมไปสู่ทศนคติและความคิดเห็นเป็นการก้าวจากเรื่องทั่วไป ไปยังเรื่องเฉพาะจากสภาพจิตใจหรือความโน้มเอียงที่เริ่มกว้างๆ และแคบเข้าจนในที่สุดแสดงออกมาเป็นความเห็นเฉพาะเรื่อง ความคิดเห็นของบุคคลที่แสดงถึงความกดดันในสถานการณ์หนึ่งจะไม่มีผลผูกพันจริงจัง

อุทัย หิรัญโศ (2526 : 12) กล่าวว่า ทศนคติเป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นไปในรูปของเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ดีหรือไม่ดี ทศนคติมิได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ แต่เกิดจากประสบการณ์ รวมทั้งการอบรมสั่งสอนเมื่อเยาว์วัย ประสบการณ์ที่ประทับใจหรือสะท้อนใจอย่างรุนแรง หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยๆ จนเกิดความรู้สึกฝังใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ

บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ (2534 : 6-7) ให้ความหมายเกี่ยวกับทศนคติว่าเป็นกริยาที่มีความรู้สึกรวมๆ ของบุคคลที่เกิดจากความพร้อมหรือความโน้มเอียงของจิตใจซึ่งแสดงออกเพื่อโต้ตอบต่อสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยจะแสดงออกในทางสนับสนุนเห็นดีเห็นชอบด้วยหรือต่อต้านไม่เห็นดี ไม่เห็นชอบก็ได้

ธงชัย สันติวงศ์ (2535 : 160) กล่าวว่าทศนคติเป็นลักษณะของแนวโน้มตามปกติของตัวบุคคลในการชอบหรือเกลียดสิ่งของ บุคคล และปรากฏการณ์ต่างๆ กล่าวคือ ทศนคติจะเป็นลักษณะของระบบซึ่งมีแนวโน้มที่จะประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ และสำหรับแต่ละคนทศนคติของแต่ละคนคือโลกแห่งความเป็นจริงของเขานั้นเอง

ปริญญ์ ลักษิตานนท์ (2536 : 189) กล่าวว่าทศนคติหมายถึง สภาพจิตใจที่เกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม ส่วนความหมายทางการตลาด ให้นำมาใช้ในการใช้ส่วนประกอบการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการขาย เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

แอนโทไนด์ และคณะ (Antonide and Others. 1998 : 197) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึง แนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพของบุคคลในการประเมินวัตถุหรือเรื่องราวต่าง ๆ ในโลก ซึ่งส่งผลต่อการแสดงออกเป็นความชอบหรือไม่ชอบ

ออลพอลท์ (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2536 : 167 ; อ้างอิงจาก Allport. N.d.) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึงสภาวะทางจิตใจซึ่งแสดงถึงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น ก่อตัวขึ้นมาโดยประสบการณ์และส่งอิทธิพลให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือชี้แนะต่อพฤติกรรม

ลอนดอนและเดลล่า บิตต้า (London and Dell Bitta. 1993 : 423) ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อวัตถุอย่างหนึ่งว่ามีลักษณะอย่างไร มีความรู้สึกบวกหรือลบ ชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบ เห็นด้วยหรือคัดค้าน

Dalton (1964 อ้างถึงโดย วรวิทย์ หงวนศิริ. 2540 : 3) กล่าวว่า ทัศนคติหมายถึง ความรู้สึกของคนใดคนหนึ่งว่าชอบหรือไม่ชอบในบุคคล สิ่งของ หรือสภาพแวดล้อมที่เขาเข้าไปเกี่ยวข้อง

สรุปว่าทัศนคติ หมายถึง สภาพทางจิตที่เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ และสิ่งเร้าต่าง ๆ ผ่านเข้าสู่กระบวนการประเมินสิ่งเหล่านั้น ภายใต้สภาวะแวดล้อมภายในตนเอง ได้แก่ บุคลิกภาพ ความเชื่อ ทัศนคติอื่นและความต้องการ และระบบการประเมินค่าของตนก่อให้เกิดเป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ซึ่งเป็นทัศนคติของบุคคลในการที่จะแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งนั้น

5.2 คุณลักษณะของทัศนคติ

มีลักษณะสำคัญ 5 ประการดังนี้ (ดารา ทีปะปาล. 2542 : 124, จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิ์ วัฒน์. 2538 : 2)

1. ทัศนคติเป็นความรู้สึกนึกคิดที่ก่อสร้างจากการเรียนรู้ ไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นติดตัวมาแต่กำเนิดแต่เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้รับจากประสบการณ์ ซึ่งอาจเป็นประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมก็ได้ การสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดนผ่านกระบวนการปะทะทางสังคมกับสิ่งต่างๆในสังคม เป็นต้นว่า บุคคล สิ่งของ สถานการณ์แวดล้อมและความผันแปรในสังคม ฯลฯ มีผลโดยตรงต่อทัศนคติ

2. ทัศนคติเกิดโดยตัวมันเองไม่ใช่พฤติกรรม ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมมากกว่าที่จะกล่าวว่าทัศนคติเป็นความโน้มเอียงหรือสภาพความพร้อมที่จะตอบสนองต่อวัตถุ เช่น ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะชอบหรืออยากจะทำซื้อผลิตภัณฑ์ในผลิตภัณฑ์หนึ่งโดยเฉพาะมากกว่าผลิตภัณฑ์หนึ่ง

3. ทัศนคติจะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุเสมอ "วัตถุ" อาจเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล สถาบัน ผลิตภัณฑ์ ปัญหาสังคม หรืออะไรก็ได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องที่สำคัญเพราะว่าทัศนคติจะไม่อาจเกิดขึ้นด้วยตัวมันเอง (Self – generated)

4. ทศนคติมีลักษณะค่อนข้างคงทนถาวร (Enduring) ไม่ใช่อยูในสภาพชั่วคราวว่ายามที่จะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายๆ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทศนคติเปลี่ยนแปลงไม่ได้ แท้จริงแล้วทศนคติเปลี่ยนแปลงได้เพียงแต่ว่ากระบวนการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นช้ามาก และมักจะเผชิญกับการต่อต้านค่อนข้างมากและยิ่งบุคคลมีอายุมากขึ้น ทศนคติจะยิ่งมั่นคงมากขึ้น จนยากที่จะเปลี่ยนแปลงได้

5. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุจะไม่เป็นกลาง (Not Neutral) แต่จะแสดงทิศทางและความเข้มข้นของทศนคติ ในทางชอบหรือไม่ชอบอย่างใดอย่างหนึ่ง

5.3 องค์ประกอบของทศนคติ

องค์ประกอบของทศนคติประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1. ส่วนของความเข้าใจหรือส่วนของความเชื่อ (Cognitive Component) จะมีขอบเขตครอบคลุมถึงข่าวสาร และความเชื่อที่มีต่อสิ่งของหรือปรากฏการณ์ต่างๆ สิ่งเหล่านี้จะเป็นข้อมูลที่ได้เก็บสะสมมา และการมีประสบการณ์มาจากอดีต ความเชื่อนี้เป็นความเชื่อที่ได้มาจากการประเมิน ซึ่งมักจะออกผลเป็นแนวโน้มทางใดทางหนึ่งว่า ดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ มีคุณค่าหรือไม่ มีคุณค่า เป็นต้น (ธงชัย สันติวงศ์. 2535 : 163)

2. ความชอบพอหรือส่วนของความรู้สึก (Affective Component) จะมีขอบเขตครอบคลุมถึงความรู้สึกต่างๆ รวมตลอดทั้งอารมณ์ด้วย ความรู้สึกเหล่านี้จะเกิดขึ้นจากสาเหตุหลายทาง เช่นบุคลิกท่าทางหรืออุปนิสัยและสิ่งจูงใจ เป็นต้น ความรู้สึกอาจแสดงออกเป็น ดีหรือเลวเกลียดหรือรัก ทางบวกหรือลบ ชอบหรือไม่ชอบ (ธงชัย สันติวงศ์. 2535 : 163)

3. พฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก (Behavioral Component) ซึ่งหมายถึงแนวโน้มของการประพฤติหรือการกระทำ ซึ่งเป็นไปในทางใดทางหนึ่งและ ซึ่งจะกลับกลายมาเป็นการเรียนรู้ในสิ่งที่ได้ปฏิบัติตอบต่างๆ (Learned Responses) และเก็บสะสมไว้ในความทรงจำโดยผ่านส่วนของประสบการณ์ที่ได้รับมาในอดีต (Past Experience) (ธงชัย สันติวงศ์. 2535 : 163)

ดังนั้น สามารถกล่าวได้ว่าทศนคติเป็นความชอบ หรือไม่ชอบต่อสินค้า บริการ คน แนวความคิด พฤติกรรม และต่อทศนคติอื่น โดยทศนคติมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้นถ้ามีทศนคติที่เป็นบวกต่อสิ่งใดแล้วจะนำมาซึ่งการเกิดพฤติกรรม

อย่างไรก็ดีทศนคติเป็นผลมาจากกระบวนการเรียนรู้ (Cognitive Process) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความชอบพอ หรือความรู้สึก (Affective) ถ้าผู้บริโภคอยู่ในการแสดงอารมณ์ หรือความรู้สึกซึ่งมีความสัมพันธ์กับสินค้า หรือบริการ คุณลักษณะของทศนคติจะก่อตัวขึ้นและนำไปสู่การมีทศนคติต่อสิ่งนั้นๆ (Antonide and Della Bitta. 1998 : 197)

5.4 แหล่งที่มาของการเกิดทัศนคติ เกิดมาจากหลายปัจจัย ดังนี้ (London and Della Bitta. 1993 : 427 - 428)

1. ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล (Personal Experience)

1.1 ความต้องการ (Needs) เนื่องจากความต้องการของบุคคลนั้นไม่อยู่กับที่ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย แต่การเปลี่ยนแปลงแปรผันไปตามกาลเวลา จึงทำให้ทัศนคติของคนเปลี่ยนแปลงตามไปด้วยวัตถุอย่างเดียวกันจะได้รับการประเมินต่างกัน ในแต่ละช่วงของชีวิต นั่นคือมีทัศนคติต่อวัตถุนั้นไม่เหมือนกันเมื่ออายุหรือวัยเปลี่ยน

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-Concept บางครั้งเรียก Self-Image หรือ Self-Perception) ซึ่งหมายถึง ผลรวมของความคิดและความรู้สึกทั้งหมดที่บุคคลมีแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองอย่างไรแล้ว ก็จะมีผลสะท้อนให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปตามนั้นด้วย ดังนั้นเมื่อบุคคลเผชิญกับสิ่งเร้า หรือวัตถุทางการตลาดต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลจะไม่รับรู้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้และเลือกที่จะแปลความหมายไปตามความคิดของตนเองอีกด้วย ดังนั้น การประเมินข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ร้านค้า หรืออื่นๆ ว่าตนเองมีความรู้สึกอย่างไร คิดอย่างไร หรือมีท่าทีอย่างไรต่อสิ่งเหล่านี้ จึงขึ้นอยู่กับแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองที่จะตีค่าต่อสิ่งเหล่านี้ด้วย

1.3 บุคลิกภาพ (Personality) บุคลิกภาพของบุคคลเป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งคู่กับแนวความคิดแห่งตน ที่มีอิทธิพลต่อการประเมินวัตถุ บุคคลที่มีบุคลิกภาพเฉพาะตัวก้าวร้าว เหนียวชา เก็บตัวหรือเปิดเผย สิ่งดังกล่าวเหล่านี้มีผลกระทบต่อการก่อตัวเป็นทัศนคติของบุคคลนั้นทั้งสิ้น

2. การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มต่างๆ (Group Association) คนเราทุกคนย่อมได้รับอิทธิพลไม่มากก็น้อยจากสมาชิกคนอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของกลุ่มที่ตนเองเข้าไปเกี่ยวข้องหรือปรารถนาที่จะเข้าไปร่วมด้วยอย่างมาก กลุ่มตีคุณค่าหรือมีความเชื่อความคิดอย่างไร ก็จะจูงให้บุคคลมีทัศนคติคล้ายคลึงตามไปด้วย กลุ่มดังกล่าวได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งกลุ่มวัฒนธรรมต่างๆ ที่ถ่ายทอดกันมา นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาการทางด้านทัศนคติของบุคคลโดยตรง

3. ปัจจัยอิทธิพลอื่นๆ (Influential Others) การก่อตัวของทัศนคติของบุคคล นอกจากเกิดจากแหล่งที่มาหลายทางดังกล่าวแล้ว ทัศนคติของบุคคลหรือทัศนคติของผู้บริโภค ยังสามารถก่อตัวขึ้นหรืออาจเกิดการเปลี่ยนแปลงได้จากการที่ผู้บริโภค ได้เข้าไปติดต่อสัมผัสกับบุคคลที่มีอิทธิพลที่ตนเองยอมรับและศรัทธาอีกด้วย เช่น เพื่อนที่ตนเองนับถือ ญาติพี่น้อง และผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น อย่างเช่นผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (ดารา ที่ปะปาล. 2542 : 128)

สรุปตามแนวคิดของนักวิชาการทางสังคมวิทยาโดยรวมแล้ว ทัศนคติเป็นภาวะทางจิตที่กำหนดการคิดที่มีพื้นฐานมาแล้ว โดยองค์ประกอบคือ ความรู้สึก ความรู้ การกระทำ หรือพฤติกรรมการวัดทัศนคติ จะสามารถวัดได้โดยพิจารณาใน 3 ทาง คือ เนื้อหา ทิศทาง และความเข้ม

ของทัศนคติ มูลเหตุแห่งการเกิดทัศนคดียังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ทั้งทางตรง ทางอ้อมของบุคคล และวัฒนธรรม ค่านิยม มาตรฐานของกลุ่มบุคคลนั้นที่ดำเนินชีวิตอยู่ด้วย

5.5 การวัดทัศนคติ

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2529 : 8) การวัดทัศนคติ การวัดองค์ประกอบทั้ง 3 ของทัศนคตินั้น นักจิตวิทยาสังคมนิยมวัดใน 2 ลักษณะ คือ ทิศทาง และปริมาณขององค์ประกอบนั้นๆ

- ทิศทาง (Direction) หมายถึง การประเมินค่าการรู้ การรู้สึกและการพร้อมกระทำไปในด้านที่เป็นบวกหรือลบ ซึ่งหมายถึงดีหรือเลว ซึ่งทางบวก หมายถึง การพร้อมที่จะให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือ ส่วนทางลบ หมายถึง ความพร้อมที่จะทำลาย ทำร้ายหรือขัดขวางความเจริญของสิ่งนั้น

- ปริมาณ (Magnitude) หมายถึง ความเข้มข้นหรือปริมาณความรุนแรงของทัศนคติไปในทิศทางบวกหรือลบ นั่นคือ บุคคลอาจมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งอย่างรุนแรงมาก และต่อสิ่งหนึ่งเพียงบางเบา ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับความสำคัญของสิ่งนั้น

กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ (2527 : 187) การวัดทัศนคติ สามารถวัดได้ในหลายวิธี เช่น การวัดโดยการประมาณความรู้สึกของตนเอง (Self-report Measures) การสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออก (Observation of Overt Behavior) การตีความหรือการแปลความหมายจากปฏิกิริยาที่บุคคลแสดงออกต่อสิ่งเร้าบางชนิด (Reactions and Interpretations of Partially Structured Stimulate) การทำงานบางอย่างที่กำหนดให้ (Performance on Objective Tasks) และปฏิกิริยาตอบสนองทางร่างกาย (Physiological Reactions)

เครื่องมือที่ใช้วัดทัศนคติที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายนั้น ได้แก่ วิธีวัดช่วงเท่ากัน (Equal - Appearing Interval Scale) ของ Thurstone และแบบมาตรบอกการประมาณค่า (Summated Ratio Scale) ของ Likert ซึ่งเป็นการวัดระดับความรู้สึกของตนเอง (ดวงเดือน พันธุมนาวิน. 2529 : 187)

ลิเคิร์ต (ดวงเดือน พันธุมนาวิน. 2529 : 29-31; อ้างอิงจาก Likert. 1932) ได้สร้างแบบวัดทัศนคติที่กำหนดให้ข้อความทุกข้อในแบบวัดทัศนคติ คือผลรวมของผลรวมของคะแนนทุกข้อในแบบวัด ซึ่ง Likert ถือว่า ผู้มีทัศนคติต่อสิ่งใดก็ย่อมมีโอกาสที่จะตอบเห็นด้วยกับข้อความสนับสนุนสิ่งนั้นจะมีมาก และโอกาสที่จะตอบเห็นด้วยกับข้อความที่ต่อต้านนั้นจะมีมาก วิธีวัดแบบวัดทัศนคติของ Likert ครั้งแรกจะต้องรวบรวมข้อความที่เกี่ยวข้องในสิ่งที่จะศึกษาให้มากที่สุด นำข้อความที่รวบรวมได้ไปลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะศึกษา โดยให้เลือกตอบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพียงอย่างใดอย่างหนึ่งต่อข้อความแต่ละข้อ ตอบข้อความตามความรู้สึกของตนเอง การเปรียบเทียบทัศนคติให้เป็นคะแนนข้อความที่สนับสนุน คำตอบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งให้ 5 คะแนน และลดลงเรื่อยๆ จนถึงคำตอบไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ให้ 1

คะแนน ส่วนข้อความที่ต่อต้าน ตอบไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งให้ 5 คะแนน และลดลงเรื่อย ๆ จนถึงตอบว่า เห็นด้วยอย่างยิ่งให้ 1 คะแนน

ศิริรัช ศรีเมือง (2540 : 18) ได้ศึกษาการวัดทัศนคติโดยใช้ Likert และกล่าวว่า "การวัดทัศนคติของบุคคล คือ การหาจุดยืนของเขามบนเส้นความต่อเนื่องจากความรู้สึกของบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากระดับความรู้สึก "ทางบวกมากที่สุด" ไปจนถึงระดับความรู้สึก "ทางลบมากที่สุด" เทคนิคการวัดนั้นจะเป็นการแยกแยะและรวบรวมสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละข้อความของความเชื่อของเขาต่อสิ่งนั้นๆ ว่าเป็นไปในทางบวกหรือลบ

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2534 : 130) กล่าวว่าทัศนคติมีเทคนิควิธีการหลายวิธีซึ่งแตกต่างกันออกไป ได้แก่

1. การวัดทัศนคติโดยใช้ช่วงปรากฏเท่ากัน (Equal Appearing Interval) วิธีการนี้สร้างขึ้นโดยเทอร์สโตน (Thurstone) มีขั้นตอนในการสร้างดังนี้ คือ ขั้นแรกต้องทำการสร้างข้อความที่แทนความรู้สึกของกลุ่มบุคคลให้ได้ข้อความมากที่สุดเท่าที่จะมากได้เพื่อนำไปให้ตุลาการพิจารณาให้เห็นต่อข้อความที่สร้างขึ้นมา โดยเรียงลำดับความเห็นด้วยมากที่สุดไปจนถึงเห็นด้วยอย่างมาก จำนวน 11 ลำดับแล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ซึ่งสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นี้ได้จากการให้ระดับข้อความต่างๆ ทั้งหมดจากคณะตุลาการ

2. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีการลิเคิร์ท (Likert Method of Summated Ratings) วิธีการนี้สร้างขึ้นโดยเรนิส ลิเคิร์ท (Rensis Likert) โดยการสร้างข้อความ (Attitude Statements) ขึ้นหลายๆ ข้อความให้ครอบคลุมหัวข้อที่จะศึกษา การตอบแบบสอบถามนี้มีให้เลือก 5 ข้อ คือ 1) เห็นด้วยอย่างมาก 2) เห็นด้วย 3) ไม่แน่ใจ 4) ไม่เห็นด้วย 5) ไม่เห็นด้วยอย่างมาก การให้คะแนนนั้นขึ้นอยู่กับชนิดของข้อความว่าเป็นทางบวกหรือทางลบ การให้คะแนนอาจให้ตั้งแต่ 0 ถึง 4 หรือจาก 1 ถึง 5 การตีความหมายของคะแนนไม่แตกต่างกัน

3. การวัดทัศนคติโดยวิธีวิเคราะห์สเกล (Scale gram Analysis) วิธีวิเคราะห์สเกลนี้เป็นวิธีการที่อธิบายถึงขบวนการในการประเมินผลกลุ่มของข้อความกลุ่มหนึ่งๆ ว่าเป็นไปตามข้อจำกัดหรือครบถ้วนตามลักษณะที่ถูกต้องในการสร้างสเกลโดยวิธีของกัทแมน (Guttman) หรือไม่เท่านั้น ตามความคิดเห็นกัทแมน (Guttman) เชื่อว่าในสเกลสำหรับวัดทัศนคติควรเลือกข้อความจำนวนเล็กน้อย (4 - 6 ข้อความ) โดยเลือกจากข้อความหลายๆ ข้อความ ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

4. การวัดทัศนคติโดยวิธีจำแนกความหมาย (Semantic Differential) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดรวบยอด เป็นการศึกษาถึงความหมายของสิ่งต่างๆ ตามความคิดเห็นของกลุ่มที่เราศึกษา โดยทั่วไปสเกลแบบเทคนิคความหมายจำแนกจะประกอบด้วยข้อให้เลือก 7 ข้อ จะให้กลุ่มบุคคลที่จะศึกษาประเมินค่าเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สเกลนี้ให้ผู้ตอบประเมินค่ามากน้อย เช่น ดี - เลว, ช้า - เร็ว, สะอาด - สกปรก เป็นต้น โดยการประเมินนั้นจะใช้คำคุณศัพท์ซึ่งตรงกันข้ามกันดังตัวอย่างที่กล่าวมา และลำดับข้อความมากน้อย จากด้านหนึ่งไปสู่อีกด้านหนึ่งทั้งหมด 7 อันดับ

กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์ (2527 : 187) กล่าวว่า การวัดทัศนคติ สามารถวัดได้หลายวิธี ดังนี้

1. การวัดโดยการประมาณความรู้สึกของตนเอง (Self –report Measures) เป็นวิธีวัดทัศนคติทางสังคม มีนักจิตวิทยาสร้างเครื่องมือขึ้นเพื่อวัดเป็นมาตรฐานประมาณความรู้สึก ซึ่งมีอยู่หลายสเกลที่เป็นที่ยอมรับมาก

1.1 สเกลของเทอร์สโตน (The Thurstone Scale) สร้างโดย หลุยส์ เทอร์สโตน (Louis Thurstone) ในปี ค.ศ.1928 มีทั้งหมด 11 ระดับความรู้สึก โดยระดับที่ 1-5 เป็นทัศนคติทางบวก และระดับที่ 6 เป็นความรู้สึกกลางๆ และระดับที่ 7-11 เป็นทัศนคติทางลบ

1.2 สเกลของลิเคอร์ท (The Likert Scale) สร้างโดย เรนซิส ลิเคอร์ท (Rensis Likert) ในปี ค.ศ.1930 มีทั้งหมด 5 ระดับความรู้สึกต่อไปนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง,เห็นด้วย,ไม่แน่ใจ,ไม่เห็นด้วย,ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.3 สเกลของโบการ์ดัส (The Bogardus Scale) สร้างโดย อีโมรี โบการ์ดัส (Emory Bogardus) ในปี ค.ศ. 1957 เป็นสเกลที่วัดทัศนคติด้านสังคม โดยสร้างคำถาม 7 ข้อ แล้วให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเฉพาะข้อที่ตรงกับความรู้สึกเพียงข้อใดข้อหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งข้อขึ้นไป

1.4 สเกลที่ใช้ความหมายของคำที่แตกต่างกัน สร้างโดย ออสกูด ซูซี และแทนแนนเบอร์ม (Osgood, Succi and Tannenbaum) ในปี ค.ศ. 1957 เป็นสเกลที่ใช้คำหรือวลีที่มีความหมายตรงกันข้ามเป็นคู่ๆ มีสเกลที่ประมาณความรู้สึก 7 ระดับในแต่ละวลี และแบ่งการวัดทัศนคติเป็น 3 สเกล คือ

1.4.1 สเกลประเมินผล (Evaluative Scale) เป็นการวัดด้านการประเมินความรู้สึก ได้แก่ ดี-เลว, ชอบ-ไม่ชอบ

1.4.2 สเกลที่แสดงถึงพลัง (Potency Scale) เป็นการวัดความแข็งแรง ได้แก่ แข็ง -อ่อน,หนัก-เบา

1.4.3 สเกลที่แสดงถึง การแสดงออก หรือการเคลื่อนไหว (Active Scale) เป็นการแสดงเคลื่อนไหวโดยใช้คำศัพท์อธิบาย ได้แก่ ช้า-เร็ว

1.5 สเกลที่ใช้คำถามในทำนองการยอมรับหรือปฏิเสธ สร้างโดยแอลพอร์ท และฮาร์ดแมน (Allport and Hardman) สเกลนี้จะให้ผู้ตอบแสดงทัศนคติตอบรับหรือปฏิเสธเท่านั้น ได้แก่ เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย,ชอบ-ไม่ชอบ

1.6 สเกลที่ใช้เครื่องหมายปลายปิด สร้างโดยแคมเบล และชูแมน (Cambel and Schuman) สเกลเป็นรูปแบบที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบทัศนคติได้แสดงความรู้สึกที่แท้จริงตามธรรมชาติเป็นการแสดงทัศนคติที่อิสระโดยที่ผู้ถามหรือผู้วิจัยไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า

2. การสังเกตพฤติกรรมที่แสดง สร้างโดย ลา ปีแอร์ (La Pierres) ในปี ค.ศ.1934 โดยการสร้างสถานการณ์ขึ้นระยะหนึ่งจนกระทั่งเกิดความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสถานการณ์

นั้นแล้ว ผู้วัดทัศนคติต้องสังเกตพฤติกรรมที่เขาแสดงออกตั้งแต่แรกเริ่มจนกระทั่งสิ้นสุดการสร้างสถานการณ์

3. การตีความหมายหรือแปลความหมายจากปฏิกิริยาที่บุคคลแสดงต่อสิ่งเร้าบางชนิด ซึ่งเทคนิคนี้มีหลายวิธี ได้แก่ การดูภาพแล้วเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากภาพ การดูภาพหยุดหมึกแล้วบอกว่าภาพที่เห็นคืออะไร พร้อมเหตุผลว่าทำไมจึงเห็นภาพเช่นนั้น และการทำนายพฤติกรรมที่อาจเกิดขึ้นของบุคคลหรือละคร เป็นต้น

5.6 ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ

ทัศนคติมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าเป็นไปในทิศทางใด ย่อมจะทำให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถวางแผนและดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งกับบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นได้อย่างถูกต้อง

ภิรมย์ เจริญผล (2538 : 168) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการวัดทัศนคติ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. วัดเพื่อทำนายพฤติกรรม ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี มากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งทัศนคติของบุคคลนี้เองจะเป็นเครื่องมือทำนายว่าบุคคลนั้นจะมีการกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทางใด นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อบุคคลนั้นได้อย่างถูกต้อง และอาจเป็นแนวทางให้ผู้อื่นสามารถควบคุมพฤติกรรมของบุคคลนั้นได้ด้วย

2. วัดเพื่อหาทางป้องกัน การที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดนั้นเป็นสิทธิของแต่ละบุคคล แต่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข บุคคลในสังคมนั้นควรมีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ คล้ายคลึงกันซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน และไม่เกิดความแตกแยกขึ้นในสังคม

3. วัดเพื่อหาทางแก้ไข การวัดทัศนคติจะทำให้ทราบว่า บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งไปในทิศทางใด ดีหรือไม่ดี เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ดังนั้น การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหนึ่งจะช่วยให้เราสามารถวางแผนและดำเนินการแก้ไขลักษณะที่ไม่เหมาะสมของบุคคลนั้นได้

4. วัดเพื่อให้เข้าใจสาเหตุและผล ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เปรียบเสมือนเป็นสาเหตุภายในที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปได้ต่างๆ กัน ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมหรือสาเหตุภายนอกด้วยส่วนหนึ่ง

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

สำหรับการศึกษาความพึงพอใจในการรับบริการ ได้มีการรวบรวมความเห็นเชิงคำนิยามและขอบข่ายความพึงพอใจไว้ดังนี้

Vroom (1964 : 99) กล่าวว่าทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวก

จะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง นิยามนี้เรียกว่า ทฤษฎี V.I.E. เนื่องจากมีองค์ประกอบทฤษฎีที่สำคัญ คือ

- V มาจากคำว่า "Valence" หมายถึง ความพึงพอใจ
- I มาจากคำว่า "Instrumentality" หมายถึง สื่อ เครื่องมือ วิธีการนำไปสู่ความพึงพอใจ
- E มาจากคำว่า "Expectancy" หมายถึง ความคาดหวังภายในบุคคลนั้นๆ บุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงต้องกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังหรือรอคอยบุคคลนั้น จะได้รับความพึงพอใจและในขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อยๆ

Tiffin and McCormic (ไกรสร แก้วกล้า. 2540 : 3 ; อ้างอิงจาก Tiffin and McCormic. 1965) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นแรงจูงใจของมนุษย์ ที่ต้องอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

วิมลสิทธิ์ หยางกูร (2529 : 32) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเรามีสัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพสิ่งแวดล้อม ถ้าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี - เลว พอใจ - ไม่พอใจ สนใจ - ไม่สนใจ เป็นต้น

ศิริณี เดชจินดา (ปรีชา กิมเนียง. 2543 : 6 ; อ้างอิงจาก ศิริณี เดชจินดา. 2530) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

Shelly (พฤษศ คุโนปกรณ. 2543 : 8 ; อ้างอิงจาก Shelly. 1975) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกเมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีกดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกสลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

Davis (เสวียม ศุภผล. 2540 : 11 ; อ้างอิงจาก Davis. 1968) กล่าวว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือ พยายามที่จะกำจัดความตึงเครียด ความกระวนกระวายหรือ

ภาวะที่ไม่ได้ดูละเอียดในร่างกาย เมื่อมนุษย์จัดสิ่งต่างๆ ได้แล้ว มนุษย์ก็จะได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ

Morse, Smith และ Yoder (วิทยา จิตรมาศ. 2539 : 12 ; อ้างอิงจาก Morse, Smith และ Yoder. 1955 : 37, 1956 : 6, 1969 : 115) ได้กล่าวว่า ทักษะคติในทางบวกของบุคคลจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อทุกสิ่งลดความตึงเครียด เพราะความตึงเครียดเป็นบ่อเกิดของความไม่พอใจ ความตึงเครียดเกี่ยวเนื่องมาจากความต้องการด้านพื้นฐานของมนุษย์ ถ้าบุคคลได้รับการตอบสนองที่ต้องการความตึงเครียดก็จะลดลงและเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

Good (อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. 2538 : 7 ; อ้างอิงจาก Good. 1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือสภาพคุณภาพหรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลจากความพึงพอใจสิ่งต่างๆ หรือทัศนคติต่อสิ่งนั้นๆ

กมล ชูทรัพย์ และเสถียร เหลืองอร่าม (2516 : 552 – 553) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้คนพึงพอใจในการบริการประกอบด้วย

1. ผู้ใช้บริการ ได้รับคำตอบแทนจากการให้บริการคุ้มกับมาใช้บริการ
2. ลักษณะการให้บริการผู้ใช้บริการบางคน เห็นว่า การให้บริการที่มีคุณภาพย่อมสำคัญกว่าการบริการจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย
3. ผู้ใช้บริการได้รับการยกย่องนับถือ หรือความเคารพจากผู้ให้บริการ
4. ผู้ใช้บริการมีโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในธุรกิจที่ใช้บริการเพราะผลตอบแทนจากการใช้บริการ

5. ประชาธิปไตยจากการใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีโอกาสแสดงความคิดเห็นหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการบริการ

6. ความมีระเบียบในการบริการ

สาโรช ไสยสมบัติ (2534 : 15) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง ที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะงานที่เกี่ยวกับการให้บริการนอกจากผู้ทำงานจะพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังต้องทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย ปัจจัยที่สำคัญที่เป็นตัวบ่งชี้คือ ผู้มาใช้บริการ ผู้บริการที่ฉลาดจึงควรศึกษาให้ลึกซึ่งปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

พินท ทองพูล (2529 : 21) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกชอบ ยินดี เต็มใจ หรือเจตคติที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองทางด้านวัตถุและจิตใจ

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

จากที่กล่าวมาข้างต้นแม้ว่าจะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า "ความพึงพอใจ" ต่างๆ กันไปแต่พอสรุปได้ร่วมกันว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิง

ประเมินค่าซึ่งจะเห็นว่าแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้เกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพกับทัศนคติอย่างแยกไม่ออก

7. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ดร.เสรี วงษ์มณฑา (2541 : 29) ส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4'PS ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และแต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ว่าจะเน้นที่ตัวใด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด ที่จะตอบสนองความต้องการได้ รวมทั้งองค์ประกอบอื่นๆ ที่รวมอยู่ในสินค้า ได้แก่

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Core Product) คือสิ่งที่ผู้ซื้อตั้งใจจะซื้อเป็นพื้นฐานความต้องการ ซึ่งมีทั้งลักษณะที่มีตัวตนจับต้องได้ และที่จับต้องไม่ได้

1.2 สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ (Product Identification) ลักษณะผลิตภัณฑ์ต่างๆ อาจจะเป็นของเหลว ของแข็ง ดังนั้นจึงต้องมีสิ่งที่จะช่วยบ่งชี้ลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือการที่ผลิตภัณฑ์เหมือนกันแต่มาจากผู้ผลิตต่างกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีบางสิ่งเข้ามาช่วยในการบ่งชี้ลักษณะหรือข้อแตกต่าง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

1.3 บริการต่างๆ (Services) สินค้าจำนวนมากที่จำเป็นต้องมีการบริการมาเป็นองค์ประกอบเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์เรา อาจจะเป็นบริการก่อนขาย ขณะที่ขายและหลังขาย

2. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ประกอบด้วยกิจกรรม 2 ส่วน

2.1 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าเน้นศึกษาถึงชนิดช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรงหรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่างๆ

2.2 การแจกจ่ายตัวสินค้า คือ การเลือกใช้วิธีการขนส่งที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า

3. ราคา (Price) คือกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขาย ก่อนที่จะกำหนดราคา ธุรกิจต้องตั้งเป้าหมายว่า จะตั้งเพื่อหากำไร หรือ เพื่อขยายส่วนแบ่งตลาด กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือสำคัญที่คู่แข่งขนานมาให้ได้ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่นๆ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ซึ่งมีเครื่องมือสำคัญที่ใช้อยู่ 4 ชนิด

4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) หมายถึง เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน เป็นวิธีที่ดีที่สุดแต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

4.2 การโฆษณา (Advertising) การใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อเหล่านี้จะเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการกระจายตลาดกว้าง

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) กิจกรรมที่ช่วยพนักงานขายและโฆษณาสินค้าไปด้วย ถือเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า เช่น การแจกของ ตัวอย่าง แจกคูปอง ของแถม เป็นต้น

4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นการเผยแพร่ภาพพจน์ของธุรกิจให้ผู้บริโภคทราบว่า ธุรกิจมิได้เป็นองค์กรที่หากำไรเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546 : 434) ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4'PS ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. การจัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม ประกอบด้วย
5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)
6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)
7. กระบวนการ (Process)

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจในงานบริการ เป็นงานวิจัยที่มีเป้าหมายเพื่อนำผลการวิจัยไปปรับปรุงงาน จึงจำเป็นต้องทราบถึงสาเหตุอันแท้จริง (Authentic Cause) ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เพื่อจะได้นำไปแก้ไขปัญหปรับปรุงงานให้ตรงกับปัญหาดังกล่าว จึงยกตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานบริการของหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

พินิจ ศรีประเสริฐภาพ (2542 : บทคัดย่อ) เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำประปาที่มีต่องานบริการของการประปาส่วนภูมิภาค : ศึกษากรณีสำนักงานประปาเมืองพล จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำประปาที่มีต่องานบริการของการประปาส่วนภูมิภาค และศึกษาระดับความสำคัญของสาเหตุต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำ เพื่อจะได้นำผลที่ได้รับจากการศึกษาดังกล่าวไปปรับปรุงรูปแบบการบริหารจัดการในการให้บริการประชาชนผู้ใช้น้ำ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามประชาชนที่มาใช้บริการที่สำนักงานประปา โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

(Accidental Sampling) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่องานบริการของการประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานประปาเมืองพล ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก และเมื่อพิจารณาเป็นด้านๆ แล้วพบว่า ความพึงพอใจในแต่ละด้านอยู่ในระดับค่อนข้างมากทั้ง 4 ด้าน คือ

1. ด้านการบริการทั่วไป
2. ด้านคุณภาพสินค้า
3. ด้านค่าใช้จ่ายในการบริการ
4. ด้านบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวก

โดยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษา ควรมุ่งเน้นปรับปรุงพัฒนากิจกรรมในทุกๆ ด้านของคุณภาพสินค้า และค่าใช้จ่ายในการบริการให้มากขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า การให้บริการด้านดังกล่าวประชาชนผู้ใช้น้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าด้านอื่นๆ โดยปรับปรุงกิจกรรมย่อยแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านคุณภาพสินค้า ควรปรับปรุงในเรื่องคุณภาพน้ำประปา เพื่อให้ น้ำประปาได้มาตรฐานน้ำดื่มตามเกณฑ์ขององค์การอนามัยโลก จัดให้มีแรงดันน้ำประปาสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้น้ำของผู้ใช้น้ำ และให้มีปริมาณน้ำประปาเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้น้ำ รวมทั้งมีระบบการตรวจสอบวิเคราะห์เพื่อควบคุมน้ำประปา

2. ด้านค่าใช้จ่ายในการบริการ ควรปรับปรุงพิจารณาค่าปรับการจ่ายเงินค่าน้ำล่าช้า ควรมีการพิจารณาทบทวนให้ความเป็นธรรมในการขยายระยะเวลาของการจ่ายเงินค่าน้ำ โดยให้ผู้ใช้น้ำสามารถผ่อนชำระเงินค่าน้ำเป็นงวดๆ ได้

สุทธิ บัณมา (2535 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ โดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2533 ความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วย 5 ด้าน คือ

1. ความพึงพอใจต่อพนักงาน และการต้อนรับ
2. ด้านสถานที่ประกอบการ
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคาร

ผลการศึกษาการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ ที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และประกอบอาชีพธุรกิจ มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพอื่นๆ ในด้านพนักงาน และการต้อนรับ ในด้านสถานที่ประกอบการและด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ส่วนในด้านความสะดวกที่ได้รับ และในด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคารลูกค้าแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

อ้อยทิพย์ กองสมบัติ (2538 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเล็งนกทา และสาขามุกดาหาร ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ในดารบริการของธนาคารในภาพรวม และในองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ ในกลุ่มรวมพบว่าความพึงพอใจในการบริการในองค์ประกอบด้านพนักงาน และการต้อนรับมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ส่วนความพึงพอใจในการบริการด้านความสะดวกที่ได้รับ มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด

2. ลำดับองค์ประกอบของความพึงพอใจของลูกค้า ในการรับบริการของธนาคารฯ เรียงจากความพึงพอใจมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ดังนี้

2.1 ด้านพนักงานและการต้อนรับ

2.2 ด้านสถานที่ประกอบการ

2.3 ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

2.4 ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

2.5 ด้านความสะดวกที่ได้รับ

2.6 ด้านตัวแปรภูมิหลังของลูกค้า อายุ รายได้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการ นอกจากนี้ลูกค้าเพศหญิงมีความพึงพอใจในการรับบริการสูงกว่าเพศชาย แต่ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า อาชีพ ของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ

อัญชลี เหล่าจิตพิงค์ (2524 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพอใจในการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข เนื่องจากศูนย์อยู่ใกล้บ้านจึงสะดวก ประหยัดเวลา อีกทั้งค่าบริการไม่แพง ส่วนความคิดเห็นต่อการปฏิบัติงานของแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่นั้น ผู้ใช้บริการเห็นว่า แพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่ มีมนุษยสัมพันธ์ให้คำแนะนำและอธิบายข้อสงสัยให้ทราบเสมอ นอกจากนั้นการวิจัยดังกล่าวยังเป็นการศึกษาความเห็นในด้านการให้บริการอย่างกว้าง ๆ เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่ซับซ้อนสำหรับผู้สนใจต่อไปในอนาคต ซึ่งจะเห็นได้จากการศึกษาความเห็นเกี่ยวกับการแก้ไขบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ปรากฏว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าการบริการที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการที่เสียในราคาถูก ยิ่งไปกว่านั้น นิยคนไทยมักจะเป็นคนเกรงใจผู้อื่นเมื่อได้รับบริการที่สะดวกพอสมควรจึงพอใจที่ได้รับเท่าที่ฝ่ายให้บริการเสนอมาให้

ไกรสร แก้วกล้า (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาระดับความพึงพอใจในการบริการงานไปรษณีย์ของผู้รับบริการในเขตบริการของทำการไปรษณีย์อำนาจเจริญ และเพื่อค้นหาเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับระดับความพึงพอใจว่า ขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้านใดของอาคารสถานที่ กระบวนการและเจ้าหน้าที่ให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนพึงพอใจในการบริการด้านการเงิน ด้านไปรษณีย์ และด้านโทรคมนาคม อยู่ในระดับสูง ตัวแปรด้านปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลพบว่า อายุ เพศ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ตัวแปรด้านสิ่งแวดล้อมได้แก่ อาคารสถานที่ กระบวนการบริการ และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

พฤทธิสิทธิ์ บุญทัน (2536 : 47 – 50) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ เป็นการศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ที่ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2535 – พฤศจิกายน 2536 โดยศึกษาองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภูมิหลังของลูกค้า ด้านสถานที่ ด้านพนักงาน และด้านบริการ ผลการวิจัยพอสรุปได้ว่า ตัวแปรทางด้าน อายุ การศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ กล่าวคือลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำ มีอายุมาก มีอาชีพเกษตร หรือค้าขาย มีความพึงพอใจในการบริการสูงกว่าลูกค้าที่มีลักษณะอื่น การพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าว กับความพึงพอใจอาจตีความหมายได้ว่า ทางธนาคารมีการเลือกปฏิบัติในการให้บริการกับลูกค้าแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ซึ่งในความเป็นจริงไม่น่าเป็นเช่นนั้น คำอธิบายอีกทางหนึ่งอันได้แก่ ความแตกต่างในเรื่องความคาดหวังของแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ผู้ที่มีความคาดหวังในการบริการสูงย่อมยากที่จะพอใจหรือทำให้พึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีความคาดหวังต่ำ

อรรถพล คุรุเวช (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานทะเบียนอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่าประชาชนมีความพึงพอใจในการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอระดับกลาง โดยพึงพอใจด้านระบบให้บริการมากที่สุดและพึงพอใจด้านกระบวนการน้อยที่สุด เพศ และรายได้ ของประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักทะเบียน อำเภอ อายุ การศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานทะเบียนอำเภอ

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาถึงทัศนคติของผู้ใช้น้ำของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับงานบริการ แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ และแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด รวมทั้งปัจจัยในด้านต่างๆ เช่น ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล และปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการให้บริการในด้านต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษานี้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำในเขตพื้นที่อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้น้ำทุกประเภท ในเขตพื้นที่จ่ายน้ำในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวนทั้งหมด 9,961 ราย จากจำนวน 10 ตำบล (ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2547)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้น้ำทุกประเภทในเขตพื้นที่จ่ายน้ำในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ใช้การเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิอย่างไม่เป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากร (Disproportional Stratified Random Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิให้เท่ากันหมด และเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่าง ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด 440 คน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่จะใช้เป็นตัวแทนประชากร จากสูตรทาโร ยามาเน (Taro Yamane) (บุญธรรม กิจปริดาปริสฺสทธิ์. 2543 : 88)

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของกลุ่มประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้เท่ากับ 0.05)

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้ขนาดตัวอย่าง

$$n = \frac{9,961}{1+9,961(0.5)^2}$$

$$= 399.96$$

จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399.96 คนและบวกเพิ่มอีก 10% ที่อาจเกิดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์และจำนวนแบบสอบถามตอบกลับมาไม่ครบ ดังนั้นรวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 440 คน

2. เลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิออกเป็น 4 ประเภทผู้ใช้น้ำ จากจำนวนผู้ใช้น้ำทั้งสิ้น 9,961 ราย และกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิอย่างไม่เป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากร (Disproportional Stratified Random Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิให้เท่ากันหมด ดังนี้

ตาราง 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ประเภทผู้ใช้น้ำ	จำนวนผู้ใช้น้ำ (ราย)	สัดส่วน (%)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1. ท่ออยู่อาศัย	7,403	25.0	110
2. ธุรกิจขนาดเล็ก	2,050	25.0	110
3. ธุรกิจขนาดใหญ่	386	25.0	110
4. ราชการและรัฐวิสาหกิจ	122	25.0	110
รวม	9,961	100.0	440

ที่มา : ข้อมูลผู้ใช้น้ำ ประจำเดือนมิถุนายน 2547 : งานอำนวยการ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

3. เลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยส่งเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของวิทยาลัยการอาชีพบางปะกง ซึ่งได้รับคำแนะนำชี้แจงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 4 คน ออกแจกแบบสอบถามให้ผู้ใช้น้ำในประเภทต่าง ๆ ให้ได้จำนวนผู้ใช้น้ำผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย

2. รูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Response Question) เลือกตอบจากคำตอบที่กำหนดให้ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

1. เพศ ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

2. สถานภาพสมรส ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบ นามบัญญัติ (Nominal Scale)

2.1 โสด

2.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน

2.3 หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่

3. ระดับการศึกษาสูงสุด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น หรือเทียบเท่า

3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า

3.4 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

3.5 ปริญญาตรีขึ้นไป

4. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

4.1 นักเรียน/นักศึกษา

4.2 พนักงานบริษัทเอกชน

4.3 ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ

4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

4.5 พ่อบ้าน / แม่บ้าน

4.6 อื่นๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
 - 5.1 น้อยกว่า 5,000 บาท
 - 5.2 5,000 – 10,000 บาท
 - 5.3 10,001 – 15,000 บาท
 - 5.4 15,001 – 20,000 บาท
 - 5.5 มากกว่า 20,000 บาท
6. ประเภทผู้ใช้น้ำ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย ธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจขนาดใหญ่ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ประปา บางปะกง จำกัด เป็นแบบสอบถามในมาตราวัดแบบ Semantic Differential Scale โดยแบบสอบถามวัดทัศนคติ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านคุณภาพน้ำ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
 - 1.1 ความสะอาดของน้ำประปา
 - 1.2 กลิ่นของน้ำประปา
2. ด้านบริการทั่วไป ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
 - 2.1 ความแรงของน้ำประปาที่จ่ายให้ผู้ใช้น้ำ
 - 2.2 ปริมาณการจ่ายน้ำประปา
 - 2.3 ความสม่ำเสมอในการจ่ายน้ำประปา
3. ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
 - 3.1 อัตราค่าน้ำประปา
 - 3.2 ค่าแรงและค่าอุปกรณ์ ในการดำเนินการระบบประปา
4. ด้านบุคลากร ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
 - 4.1 การจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการกับผู้ใช้น้ำ
 - 4.2 การปฏิบัติงานดำเนินการแก้ไขปัญหาตามคำแจ้งของผู้ใช้น้ำ
 - 4.3 การให้ข้อมูล ความรู้ คำแนะนำต่างๆ แก่ผู้ใช้น้ำ
 - 4.4 อธิยาศัย และมนุษยสัมพันธ์ในการติดต่อ ประสานงาน
5. ด้านประชาสัมพันธ์ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
 - 5.1 การจัดสื่อประชาสัมพันธ์แจ้งข้อมูล ข่าวสารต่างๆ
 - 5.2 การประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำล่วงหน้า กรณีจะมีการหยุดจ่ายน้ำ
 - 5.3 การจัดกิจกรรมเพื่อพบปะผู้ใช้น้ำ
6. ด้านกระบวนการต่างๆ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
 - 6.1 ขั้นตอนการรับแจ้งปัญหา เรื่องร้องเรียนต่างๆ

6.2 การจัดเตรียม อุปกรณ์ เครื่องมือ ในการให้บริการ

6.3 ความเสมอภาคในการให้บริการแก่ผู้ใช้น้ำ

6.4 การจัดบันทึกหน่วยน้ำ

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนระดับทัศนคติ ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับของทัศนคติ
5	ดีมาก
4	ดี
3	ปานกลาง
2	ไม่ดี
1	ไม่ดีย่างมาก

โดยคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค
ชั้น (Interval Scale) โดยใช้วิธีการคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการหาค่าเฉลี่ย (มัลลิกา
บุญนาท.2542 : 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับทัศนคติ

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับของทัศนคติ
4.21 – 5.00	ดีมาก
3.41 – 4.20	ดี
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่ดี
1.00 – 1.80	ไม่ดีย่างมาก

ส่วนที่ 3 คำถามความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะ

กง จำกัด

โดยคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้วิธีการคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการหาค่าเฉลี่ย (มัลลิกา บุญนาค.2542 : 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับความพึงพอใจ

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับของความพึงพอใจ
4.21 – 5.00	พึงพอใจอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	พึงพอใจ
2.61 – 3.40	เฉยๆ
1.81 – 2.60	ไม่พึงพอใจ
1.00 – 1.80	ไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามแบบปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ ต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

3. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ ขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบและให้คำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุง เพื่อให้มีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

4. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไข ปรับปรุง ตามคำแนะนำ ไปดำเนินการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546 : 449) ผลลัพธ์ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งค่าแอลฟาที่ทดสอบ ได้ค่าเท่ากับ 0.9176

5. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือวัดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อใช้ในงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขออนหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ถึงผู้จัดการสำนักงานประปาบางปะกง และ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถาม ให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และแนะนำ ชี้แจงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแก่ผู้ดำเนินการเก็บข้อมูล จำนวน 4 คน เพื่อให้การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลถูกต้อง เพียงตรง มีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด
3. เจ้าหน้าที่ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ให้กับผู้วิจัยเพื่อทำการรวบรวมแบบสอบถาม ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์การตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกไป
2. ดำเนินการลงรหัส (Coding) เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for Social Sciences) ในการประมวลผล ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Level of Significance) โดยดำเนินการ ดังนี้
 - 2.1 นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ด้านปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยวิธีหาค่าร้อยละ (Percentage)
 - 2.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
 - 2.3 นำข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นความพึงพอใจโดยรวมมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
 - 2.4 นำข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะมาแจกแจงความถี่
 - 2.5 นำข้อมูลมาทำการทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ ผู้วิจัยหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทักษะ และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (เดียนจิตต์ จิตต์อารี.1999 : 236)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าสถิติร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum X_i$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้เพื่อแสดงการกระจายของข้อมูล โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545 : 449-450)

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k / \overline{\text{COVARIANCE}} / \overline{\text{VARIANCE}}}{1 + (k-1) \overline{\text{COVARIANCE}} / \overline{\text{VARIANCE}}}$$

เมื่อ	Cronbach's Alpha	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	k	แทน	จำนวนคำถามของแบบสอบถาม
	$\overline{\text{COVARIANCE}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	$\overline{\text{VARIANCE}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม แบบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มเป็นอิสระแก่กัน โดยใช้สูตร Independent t-test (ชูศรี วงศ์รัตนะ 2541 : 178) ดังนี้

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t – distribution
	$\overline{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\overline{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)

ในกรณีที่ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)

ในกรณีที่ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

$$v = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

3.2 ค่า F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) (กัลยา วาณิชยปัญญา 2544 : 175) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สูตรดังนี้

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตใน F – distribution เพื่อทราบนัยสำคัญ
MS_b	แทน	ค่าประมาณความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MS_w	แทน	ค่าประมาณความแปรปรวนภายในกลุ่ม
MS_b	=	$\frac{SS_b}{k-1}$
MS_w	=	$\frac{SS_w}{k-1}$
SS_b	แทน	ผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม
SS_w	แทน	ผลรวมของกำลังสองภายในกลุ่ม
K	แทน	จำนวนกลุ่ม
N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k – 1), ภายในกลุ่ม (n - k)

กรณีที่พบว่าค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544 : 333)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \frac{2MSE}{n} \quad (\text{ค่า MSE ได้จาก One Way ANOVA})$$

ถ้าค่าที่ $n_i = n_j$ จะทำ

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \frac{2MSE}{n_i} \quad (\text{ค่า MSE ได้จาก One Way ANOVA})$$

โดยที่ $n_i = n_j$

$$r = n - k$$

เมื่อ LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
MSE	แทน	ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
n	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น

3.3 ทดสอบความสัมพันธ์โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) (กุลทลี เวชสาร. 2542 : 282) เพื่อพยากรณ์ตัวแปรตาม 1 ตัว แต่มีตัวแปรต้นตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ทดสอบว่าตัวแปรว่าด้านใดบ้าง ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในโครงการให้สัมปทานแก่เอกชนบริหารระบบประปา อย่างมีนัยสำคัญ โดยใช้สูตรดังนี้

$$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6$$

เมื่อ a	แทน	ค่าคงที่ซึ่งเป็นจุดตัด (Intercept) ของเส้นการถดถอย
b	แทน	ความลาดชัน (Slope) ของเส้นการถดถอยหรือสัมประสิทธิ์การถดถอย (Coefficient of Regression)
X_1	แทน	ตัวแปรอิสระ ด้านคุณภาพน้ำ
X_2	แทน	ตัวแปรอิสระ ด้านการบริการทั่วไป
X_3	แทน	ตัวแปรอิสระ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย
X_4	แทน	ตัวแปรอิสระ ด้านบุคลากร
X_5	แทน	ตัวแปรอิสระ ด้านประชาสัมพันธ์
X_6	แทน	ตัวแปรอิสระ ด้านกระบวนการ
$\hat{Y}$	แทน	ตัวแปรตาม (ความพึงพอใจโดยรวม)

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยพิจารณาว่าตัวแปรอิสระตัวใดมีค่า b มาก แสดงว่า ตัวแปรอิสระตัวนั้นมีความสำคัญต่อตัวแปรตามมาก

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1

ผู้ใช้น้ำที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันในด้านเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทผู้ใช้น้ำ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

1.1 ผู้ใช้น้ำที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ Independent t – test

1.2 ผู้ใช้น้ำที่ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และประเภทผู้ใช้น้ำ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ One - Way Analysis of Variance

สมมติฐานข้อ 2

ทัศนคติของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการในด้านคุณภาพ ด้านการบริการทั่วไป ด้านค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ ของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด สามารถทำนายความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาทัศนคติและระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
t	แทน	ค่าสถิติที่มีการกระจายแบบ t
F	แทน	ค่าสถิติที่มีการกระจายแบบ F
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็นที่ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบจะตกอยู่ในช่วงยอมรับสมมติฐาน
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
Adj. R^2	แทน	กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแล้ว
SE	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
SE_b	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ของตัวอย่าง
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ ซึ่งพยากรณ์โดยใช้คะแนนมาตรฐาน
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์
Y	แทน	ความพึงพอใจโดยรวม
$\hat{Y}$	แทน	ค่าความพึงพอใจโดยรวมที่คำนวณจากสมการพยากรณ์
X_1	แทน	ด้านคุณภาพน้ำ
X_2	แทน	ด้านการบริการทั่วไป
X_3	แทน	ด้านราคาและค่าใช้จ่าย
X_4	แทน	ด้านบุคลากร

X ₅	แทน	ด้านประชาสัมพันธ์
X ₆	แทน	ด้านกระบวนการ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของงานวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้น้ำ
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของบริษัท
ประปาบางปะกง จำกัด
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวม
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
- ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทผู้ใช้น้ำ โดยแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	186	42.27
หญิง	254	57.73
รวม	440	100.00

จากตาราง 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 186 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 42.27 และ เป็นเพศหญิง จำนวน 254 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 57.73 ซึ่งสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตาราง 5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. สถานภาพสมรส		
โสด	167	37.96
สมรส / อยู่ด้วยกัน	230	52.27
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	43	9.77
รวม	440	100.00

จากตาราง 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ตอบแบบสอบถาม มีสถานภาพโสด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 37.95 สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 52.27 และ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 9.77 ซึ่งสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน

ตาราง 6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	55	12.50
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	64	14.55
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	109	24.77
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	82	18.63
ปริญญาตรีขึ้นไป	130	29.55
รวม	440	100.00

จากตาราง 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 24.77 อนุปริญญาหรือเทียบเท่าจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 18.64 ปริญญาตรี ขึ้นไปจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 29.55 ซึ่งสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 48.19) มีการศึกษาสูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ตาราง 7 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน /นักศึกษา	18	4.09
พนักงานบริษัทเอกชน	130	29.55
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	116	26.36
ธุรกิจส่วนตัว	118	26.82
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	42	9.55
อื่นๆ	16	3.64
รวม	440	100.00

จากตาราง 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.09 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 29.55 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 26.36 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 26.82 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.64 ซึ่งสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.73) ประกอบอาชีพ

ตาราง 8 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 5,000 บาท	72	16.36
5,001-10,000 บาท	143	32.50
10,001-15,000 บาท	106	24.09
15,001-20,000 บาท	59	13.41
มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	60	13.64
รวม	440	100.00

จากตาราง 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ตอบแบบสอบถาม มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 16.36

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 24.09 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.95) มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท

ตาราง 9 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผู้ใช้น้ำ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. ประเภทผู้ใช้น้ำ		
ที่อยู่อาศัย	110	25.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	110	25.00
ธุรกิจขนาดใหญ่	110	25.00
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	110	25.00
รวม	440	100.00

จากตาราง 9 พบว่าประเภทผู้ใช้น้ำที่ตอบแบบสอบถาม ประเภทที่อยู่อาศัยมีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ธุรกิจขนาดเล็ก จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ธุรกิจขนาดใหญ่ มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ซึ่งสรุปได้ว่าประเภทผู้ใช้น้ำของผู้ตอบแบบสอบถามเท่ากันทุกประเภท

ส่วนที่ 2 ทศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามทั้งหมด 440 ชุด มาทำการวิเคราะห์ ผลที่ได้ปรากฏดังนี้

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทราต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด จำแนกเป็นรายด้าน

ระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการ ในด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านคุณภาพน้ำ	2.82	0.91	ปานกลาง
ด้านการบริการทั่วไป	2.88	0.91	ปานกลาง
ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ	3.09	0.72	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	3.07	0.64	ปานกลาง
ด้านประชาสัมพันธ์	2.61	0.89	ปานกลาง
ด้านกระบวนการ	3.09	0.66	ปานกลาง

จากตาราง 10 แสดงระดับทัศนคติผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งสามารถจำแนกระดับทัศนคติเป็นรายด้านตามลำดับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติด้านคุณภาพน้ำในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.82 มีระดับทัศนคติด้านการบริการทั่วไปในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.88 มีระดับทัศนคติด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.09 มีระดับทัศนคติด้านบุคลากร ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.07 มีระดับทัศนคติด้านประชาสัมพันธ์ ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 และมีระดับทัศนคติด้านกระบวนการต่างๆ ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

อย่างไรก็ตามระดับทัศนคติดังกล่าวเป็นระดับทัศนคติโดยรวมตามส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้าน ซึ่งจากข้อมูลในแบบสอบถามสามารถแสดงระดับทัศนคติแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาดในรายละเอียดได้ ดังแสดงในตารางที่ 11 ถึงตารางที่ 16

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านคุณภาพน้ำ

ด้านคุณภาพน้ำ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ความสะอาดของน้ำประปา	2.88	1.024	ปานกลาง
สะอาดมาก → สกปรกมาก			
กลิ่นของน้ำประปา	2.77	0.931	ปานกลาง
ไม่มีกลิ่นเหม็น → มีกลิ่นเหม็นมาก			

จากตาราง 11 แสดงระดับทัศนคติผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านคุณภาพน้ำ พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติระดับปานกลาง ต่อความสะอาดของน้ำประปา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 และมีทัศนคติระดับปานกลาง ต่อกลิ่นของน้ำประปา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านการบริการทั่วไป

ด้านบริการทั่วไป	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ความแรงของน้ำประปาที่จ่ายให้ผู้ใช้น้ำ ไหลแรง $\longrightarrow$ ไหลอ่อน	2.81	1.111	ปานกลาง
ปริมาณน้ำประปาที่จ่ายถึงผู้ใช้น้ำ เพียงพอ $\longrightarrow$ ไม่เพียงพอ	2.97	0.951	ปานกลาง
ความสม่ำเสมอในการจ่ายน้ำ มีความสม่ำเสมอ $\longrightarrow$ ขาดความสม่ำเสมอ	2.87	0.985	ปานกลาง

จากตาราง 12 แสดงระดับทัศนคติผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านการบริการทั่วไป พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติระดับปานกลาง ต่อความแรงของน้ำประปาที่จ่ายให้ผู้ใช้น้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 มีทัศนคติระดับปานกลางต่อปริมาณน้ำประปาที่จ่ายถึงผู้ใช้น้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 และมีทัศนคติระดับปานกลางต่อความสม่ำเสมอในการจ่ายน้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านราคาและค่าใช้จ่าย

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
อัตราค่าน้ำประปา ถูกมาก $\longrightarrow$ แพงมาก	3.08	0.855	ปานกลาง
ค่าแรงและค่าอุปกรณ์ ถูกมาก $\longrightarrow$ แพงมาก	3.10	0.821	ปานกลาง

จากตาราง 13 แสดงระดับทัศนคติผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านราคาและค่าใช้จ่าย พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติระดับปานกลาง ต่ออัตราค่าน้ำประปา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และมีทัศนคติระดับปานกลางต่อค่าแรงและค่าอุปกรณ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
การจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการแก่ผู้ใช้น้ำ เพียงพอ → ไม่เพียงพอ	3.08	0.735	ปานกลาง
การปฏิบัติงานดำเนินการแก้ไขปัญหาตามคำแจ้ง รวดเร็ว → ล่าช้า	2.99	0.872	ปานกลาง
การให้ข้อมูล ความรู้ คำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ใช้น้ำ ให้คำแนะนำอย่างดี → ไม่เคยให้คำแนะนำ	3.00	0.860	ปานกลาง
อภัยและมนุษยสัมพันธ์ในการติดต่อประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี → ขาดมนุษยสัมพันธ์	3.24	0.829	ปานกลาง

จากตาราง 14 แสดงระดับทัศนคติผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านบุคลากร พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติระดับปานกลางต่อการจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการแก่ผู้ใช้น้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 มีทัศนคติระดับปานกลางต่อการปฏิบัติงานดำเนินการแก้ไขปัญหาตามคำแจ้ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 มีทัศนคติระดับปานกลางต่อการให้ข้อมูล ความรู้ คำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ใช้น้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และมีทัศนคติในระดับปานกลางต่ออภัยและมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ในการติดต่อประสานงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
การจัดสื่อประชาสัมพันธ์ แจกข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์อย่างดี → ขาดการประชาสัมพันธ์	2.75	0.979	ปานกลาง
การประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำ กรณีมีการหยุดจ่ายน้ำ มีการแจ้งล่วงหน้า → ขาดการแจ้งล่วงหน้า	2.54	1.054	ไม่ดี
การจัดกิจกรรมพบปะผู้ใช้น้ำ จัดกิจกรรมเป็นประจำ → ไม่เคยจัดกิจกรรมเลย	2.57	0.999	ไม่ดี

จากตาราง 15 แสดงระดับทัศนคติผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติระดับปานกลางต่อการจัดสื่อประชาสัมพันธ์แจกข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 มีทัศนคติระดับไม่ดีต่อการประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำ กรณีมีการหยุดจ่ายน้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 และมีทัศนคติระดับไม่ดีต่อการจัดกิจกรรมพบปะผู้ใช้น้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านกระบวนการต่างๆ

ด้านกระบวนการต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ขั้นตอนการรับแจ้งปัญหา เรื่องร้องเรียนต่างๆ ขั้นตอนน้อย สะดวก → ขั้นตอนมากยุ่งยาก	2.99	0.873	ปานกลาง
การจัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการ อุปกรณ์ครบถ้วน → อุปกรณ์ไม่พร้อม	3.02	0.765	ปานกลาง
ความเสมอภาคในการให้บริการแก่ผู้ใช้น้ำ มีความเสมอภาค → ขาดความเสมอภาค	3.12	0.829	ปานกลาง
การจดบันทึกหน่วยน้ำ บันทึกถูกต้อง → บันทึกผิดพลาด	3.26	0.813	ปานกลาง

จากตาราง 16 แสดงระดับทัศนคติผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านกระบวนการ พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติระดับปานกลาง ต่อขั้นตอนการรับแจ้งปัญหา เรื่องร้องเรียนต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 มีทัศนคติระดับปานกลางต่อการจัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 มีทัศนคติระดับดีต่อการมีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ผู้ใช้น้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 และมีทัศนคติในระดับปานกลางต่อการจัดบันทึกหน่วยน้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความพึงพอใจโดยรวม	2.99	0.670	เฉยๆ

จากตาราง 17 พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทราต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ผู้ใช้น้ำมีความรู้สึกเฉยๆ ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อ 1 ผู้ใช้น้ำที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันในด้านเพศ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทผู้ใช้น้ำ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

เพศ

H_0 : ผู้ใช้น้ำที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้น้ำที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตาราง 18

ตาราง 18 เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจรวมของ ผู้ใช้น้ำ	N	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D	t	df	p
1. ชาย	186	2.96	0.693	0.704	438	0.482
2. หญิง	254	3.01	0.653			

จากตาราง 18 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามเพศ พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.482 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าผู้ใช้น้ำเพศต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถานภาพสมรส

H_0 : ผู้ใช้น้ำที่สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้น้ำที่สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 19 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจโดยรวมของ ผู้ใช้น้ำ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F- Ratio	F- Prob.
ความพึงพอใจโดยรวมจำแนก ตามสถานภาพการสมรส	ระหว่างกลุ่ม	2	.756	.378	.842	.432
	ภายในกลุ่ม	437	196.187	.449		
	รวม	439	196.643			

จากตาราง 19 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามสถานภาพการสมรส พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.432 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้น้ำที่สถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การศึกษา

H_0 : ผู้ใช้น้ำที่การศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้น้ำที่การศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 20 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ใช้น้ำ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F- Ratio	F- Prob.
ความพึงพอใจโดยรวมจำแนก ตามระดับการศึกษาสูงสุด	ระหว่างกลุ่ม	4	.713	.178	.395	.812
	ภายในกลุ่ม	435	196.230	.451		
	รวม	439	196.943			

จากตาราง 20 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.812 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้น้ำที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีวะ

H_0 : ผู้ใช้น้ำที่อาชีวะแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้น้ำที่อาชีวะแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 21 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจโดยรวมของ ผู้ใช้น้ำ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F- Ratio	F- Prob.
ความพึงพอใจโดยรวมจำแนก ตามอาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	5	4.010	.802	1.804	.111
	ภายในกลุ่ม	434	196.933	.445		
	รวม	439	196.943			

จากตาราง 21 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอาชีพ พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.111 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้น้ำที่อาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ต่อเดือน

H_0 : ผู้ใช้น้ำที่รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้น้ำที่รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 22 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจโดยรวมของ ผู้ใช้น้ำ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F- Ratio	F- Prob.
ความพึงพอใจโดยรวมจำแนก ตามรายได้ต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	4	.864	.216	.479	.751
	ภายในกลุ่ม	435	196.076	.451		
	รวม	439	196.943			

จากตาราง 22 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.751 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้น้ำที่รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ประเภทผู้ใช้น้ำ

H_0 : ผู้ใช้น้ำที่ประเภทผู้ใช้น้ำแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้น้ำที่ประเภทผู้ใช้น้ำแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 23 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามประเภทผู้ใช้น้ำ

ความพึงพอใจโดยรวมของ ผู้ใช้น้ำ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F- Ratio	F- Prob.
ความพึงพอใจโดยรวมจำแนก ตามประเภทผู้ใช้น้ำ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.970	.990	2.226	.085
	ภายในกลุ่ม	436	193.973	.445		
	รวม	439	196.943			

จากตาราง 23 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามประเภทผู้ใช้น้ำ พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.085 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าผู้ใช้น้ำที่ประเภทผู้ใช้น้ำแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ทศนคติของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการในด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ สามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) โดยใช้วิธี Stepwise

โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยกลุ่มตัวแปรทัศนคติด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านกระบวนการต่างๆ

H_1 : ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ขึ้นอยู่กับปัจจัยกลุ่มตัวแปรทัศนคติด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านกระบวนการต่างๆ

ตาราง 24 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	F-Prob.
Regression	6	163.104	27.184	347.840*	.000
Residual	433	33.839	.078		
Total	439	196.943			

* กลุ่มตัวแปรถดถอยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปร 6 ตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธพหุคูณ ดังแสดงในตาราง 21

ตาราง 25 แสดงตัวแปรทัศนคติที่สามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตัวแปรทัศนคติ	b	SE _b	t	p
ค่าคงที่ (Constant)	.094	.073	1.287	.199
ด้านการประชาสัมพันธ์ (X ₅)	.204**	.022	9.297	.000
ด้านบุคลากร (X ₄)	.220**	.031	7.174	.000
ด้านการบริการทั่วไป (X ₂)	.170**	.019	8.856	.000
ด้านกระบวนการ (X ₆)	.181**	.031	5.836	.000
ด้านคุณภาพน้ำ (X ₁)	.097**	.019	5.190	.000
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย (X ₃)	.117**	.036	4.875	.000

R = .910

R² = .828

Adjusted R² = .826

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 25 พบว่า ตัวแปรทัศนคติที่สามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด มีจำนวน 6 ตัวแปร โดยเรียงลำดับจากตัวแปรที่ส่งผลมากที่สุดไปน้อยที่สุด คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ (X_5) ด้านบุคลากร (X_4) ด้านการบริการทั่วไป (X_2) ด้านกระบวนการ (X_6) ด้านคุณภาพน้ำ (X_1) และด้านราคาและค่าใช้จ่าย (X_3) ซึ่งปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยนี้สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ได้ร้อยละ 82.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนข้างต้น สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์มาเขียนให้อยู่ในรูปแบบสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = .094 + .097^{**} X_1 + .170^{**} X_2 + .117^{**} X_3 + .220^{**} X_4 + .204^{**} X_5 + .181^{**} X_6$$

เมื่อ $\hat{Y}$ แทน ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด จากการพยากรณ์ด้วยสมการถดถอย

X_1 แทน ปัจจัยกลุ่มตัวแปรทัศนคติด้านคุณภาพน้ำ ได้แก่ ความสะอาดของน้ำประปา กลิ่นของน้ำประปา

X_2 แทน ปัจจัยกลุ่มตัวแปรทัศนคติด้านการบริการทั่วไป ได้แก่ ความแรงของน้ำประปาที่จ่ายให้ผู้ใช้น้ำ ปริมาณการจ่ายน้ำประปา ความสม่ำเสมอในการจ่ายน้ำประปา

X_3 แทน ปัจจัยกลุ่มตัวแปรทัศนคติด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้แก่ อัตราค่าน้ำประปา ค่าแรงและค่าอุปกรณ์ในการซ่อมแซมระบบประปา

X_4 แทน ปัจจัยกลุ่มตัวแปรทัศนคติด้านบุคลากร ได้แก่ การจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการกับผู้ใช้น้ำ การปฏิบัติงานดำเนินการแก้ไขปัญหาคำแจ้งของผู้ใช้น้ำ การให้ข้อมูลความรู้ คำแนะนำต่างๆ แก่ผู้ใช้น้ำ อธิบาย และมนุษยสัมพันธ์ในการติดต่อประสานงาน

X_5 แทน ปัจจัยกลุ่มตัวแปรทัศนคติด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การจัดสื่อประชาสัมพันธ์แจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ การประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำล่วงหน้า กรณีมีการหยุดจ่ายน้ำ การจัดกิจกรรมเพื่อพบปะผู้ใช้น้ำ

X_6 แทน ปัจจัยกลุ่มตัวแปรทัศนคติด้านกระบวนการต่างๆ ได้แก่ ขั้นตอนการรับแจ้งปัญหา เรื่องร้องเรียนต่างๆ การจัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการ ความเสมอภาคในการให้บริการแก่ผู้ใช้น้ำ การจดบันทึกหน่วยงาน

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาสมการถดถอยเชิงซ้อนข้างต้น จะเห็นได้ว่าเมื่อกำหนดให้ทัศนคติด้านคุณภาพน้ำ ทัศนคติด้านการบริการทั่วไป ทัศนคติด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทัศนคติด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านกระบวนการต่างๆ มีค่าเท่ากับศูนย์ จะพบว่าความพึง

พอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัดอยู่ที่ระดับ 0.094 คะแนน นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ดังกล่าว ยังพบว่าตัวแปรทัศนคติทั้ง 6 ด้าน สามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทัศนคติแต่ละด้านมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำดังต่อไปนี้

หากระดับทัศนคติด้านคุณภาพน้ำเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.097 คะแนน ทั้งนี้ เมื่อกำหนดให้ระดับคะแนนความพึงพอใจด้านการบริการทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านกระบวนการต่างๆ มีค่าคงที่

หากระดับทัศนคติด้านการบริการทั่วไปเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.170 คะแนน ทั้งนี้ เมื่อกำหนดให้ระดับคะแนนความพึงพอใจด้านคุณภาพน้ำ ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านกระบวนการต่างๆ มีค่าคงที่

หากระดับทัศนคติด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.117 คะแนน ทั้งนี้ เมื่อกำหนดให้ระดับคะแนนความพึงพอใจด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านกระบวนการต่างๆ มีค่าคงที่

หากระดับทัศนคติด้านบุคลากรเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.220 คะแนน ทั้งนี้ เมื่อกำหนดให้ระดับคะแนนความพึงพอใจด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านกระบวนการต่างๆ มีค่าคงที่

หากระดับทัศนคติด้านการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.204 คะแนน ทั้งนี้ เมื่อกำหนดให้ระดับคะแนนความพึงพอใจด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านบุคลากร ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ และด้านกระบวนการต่างๆ มีค่าคงที่

หากระดับทัศนคติด้านกระบวนการต่างๆ เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.181 คะแนน ทั้งนี้ เมื่อกำหนดให้ระดับคะแนนความพึงพอใจด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านบุคลากร ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ และด้านการประชาสัมพันธ์ มีค่าคงที่

จากผลการคำนวณด้วยคำสั่ง Multiple Regression ด้วยโปรแกรม SPSS สรุปได้ว่ายอมรับ H_1 : คือ ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำขึ้นอยู่กับปัจจัยกลุ่มบางตัวหรืออย่างน้อย 1 ตัว ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านกระบวนการต่างๆ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ

จากแบบสอบถามปลายเปิดที่ให้ผู้ใช้ น้ำ เสนอแนะข้อคิดเห็นเพิ่มเติม กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 440 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนข้อเสนอแนะ 67 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด รายละเอียดปรากฏในตาราง 26

ตาราง 26 ข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

ข้อที่	ข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำ	ความถี่	ร้อยละ
ด้านคุณภาพน้ำ			
1	ควรปรับปรุงในเรื่องคุณภาพน้ำประปา บางครั้งน้ำขุ่นและมีกลิ่นเหม็น	8	11.94
2	บริษัทฯ ควรมีการเตรียมมาตรการเพื่อป้องกันปัญหาการขาดแคลนน้ำเมื่อถึงช่วงหน้าแล้ง	6	8.96
รวม		14	20.90
ด้านการบริการทั่วไป			
3	ต้องการให้บริษัทฯ เพิ่มปริมาณน้ำและแรงดันน้ำประปาที่จ่ายถึงผู้ใช้น้ำ ให้เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้น้ำ ซึ่งบางครั้งน้ำไหลอ่อนมากในช่วงวันหยุด	6	8.96
4	อยากให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนท่อใหม่ เนื่องจากปัจจุบันท่อแตกบ่อยมาก ทำให้หยุดจ่ายน้ำบ่อย	3	4.48
รวม		9	13.43
ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ			
5	ควรพิจารณาปรับปรุงค่าปรับการจ่ายเงินค่าน้ำล่าช้า และขยายระยะเวลาของการจ่ายเงินค่าน้ำ โดยให้ผู้ใช้สามารถผ่อนการชำระเงินค่าน้ำเป็นงวดๆ ได้ กรณีที่มีการรั่วภายในบ้าน ค่าหน่วยน้ำสูงเกินใช้จริง	1	1.47
รวม		1	1.47
ด้านบุคลากร			
6	บริษัทฯ ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการกับผู้ใช้ น้ำ	4	5.88
7	จัดหน่วยรับคำร้อง ดูแลปัญหาท่อแตก ท่อรั่ว ให้สามารถดำเนินการแก้ไขตามคำแจ้งของผู้ใช้น้ำ ได้ภายใน 24 ชม.	3	4.41
8	อยากให้เจ้าหน้าที่เร่งปรับปรุงการทำงานให้เร็วขึ้น เนื่องจากปัจจุบันยังมีความล่าช้าในการซ่อมท่อแตก ท่อรั่ว อยากให้ซ่อมเสร็จภายในวันเดียว	5	7.35

ตาราง 26 (ต่อ) ข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

ข้อที่	ข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำ	ความถี่	ร้อยละ
9	เมื่อดำเนินการซ่อมท่อแตก ท่อรั่วเสร็จแล้วควรทำให้เรียบร้อยเหมือนเดิม	1	1.47
รวม		13	19.40
ด้านการประชาสัมพันธ์			
10	ควรมีการประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำให้ทราบล่วงหน้า กรณีมีการหยุดจ่ายน้ำและมีผลกระทบ เพื่อให้ผู้ใช้น้ำจะได้มีการเตรียมการสำรองน้ำไว้ใช้	13	19.12
11	ควรมีการออกมาพบปะหรือสอบถามข้อมูลความต้องการของผู้ใช้น้ำให้มากกว่าเดิม เพื่อที่บริษัทฯ จะได้ทราบถึงความต้องการผู้ใช้น้ำ	4	5.88
12	ควรมีการจัดทำสื่อ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับระบบประปาแจกผู้ใช้น้ำ เช่น อัตราาราคาค่าน้ำ การตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์ประปา	3	4.41
รวม		20	29.85
ด้านกระบวนการ			
13	เมื่อเจ้าหน้าที่อ่านมาตรพบปริมาณน้ำที่ใช้สูงผิดปกติ ควรแจ้งเตือนผู้ใช้น้ำให้ทราบทันที เพื่อที่จะได้ทำการตรวจสอบท่อภายในบ้าน	5	7.46
รวม		5	7.46
ด้านอื่น ๆ			
14	อยากให้บริษัทประสานงานกับหน่วยงานที่สามารถให้การสนับสนุนงบประมาณในการขยายเขตจ่ายน้ำให้ผู้ใช้น้ำได้น้ำประปาใช้ทุกหลังคาเรือนและทั่วอำเภอบางปะกง	2	2.94
15	ควรหลีกเลี่ยงการดำเนินการซ่อมท่อในวันหยุด	3	4.41
รวม		5	7.46

จากตาราง 26 สามารถอธิบายว่าปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด คือ ด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ และด้านอื่น ๆ โดยพบว่าผู้ใช้น้ำจะมีข้อเสนอแนะทางด้านการประชาสัมพันธ์มากที่สุด (ร้อยละ 29.85) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านคุณภาพน้ำ ผู้ใช้น้ำได้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรปรับปรุงในเรื่องคุณภาพน้ำประปา บางครั้งน้ำจะขุ่นและมีกลิ่นเหม็นมาก

2. ด้านการบริการทั่วไป ผู้ใช้น้ำได้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุดคือ ต้องการให้บริษัทฯ เพิ่มปริมาณน้ำและแรงดันน้ำประปาที่จ่ายถึงผู้ใช้น้ำ ให้เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้น้ำ ซึ่งบางครั้งน้ำไหลอ่อนมากในช่วงวันหยุด ไม่เพียงพอกับความต้องการใช้น้ำ

3. ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ผู้ใช้น้ำได้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรพิจารณาปรับปรุงค่าปรับการจ่ายเงินค่าน้ำล่าช้า และการขยายระยะเวลาของการจ่ายเงินค่าน้ำ โดยให้ผู้ใช้น้ำสามารถผ่อนการชำระเงินค่าน้ำเป็นงวดๆ ได้ กรณีที่ค่าน้ำสูงเกินจากที่ใช้จริง สาเหตุจากมีท่อรั่วภายในบ้าน

4. ด้านบุคลากร ผู้ใช้น้ำได้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุดคือ ต้องการให้เจ้าหน้าที่เร่งปรับปรุงการทำงานให้เร็วขึ้น เนื่องจากปัจจุบันยังมีความล่าช้าในการซ่อมท่อแตก ท่อรั่ว อยากให้ซ่อมเสร็จภายในวันเดียว

5. ด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้ใช้น้ำได้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรมีการประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำให้ทราบล่วงหน้า กรณีมีการหยุดจ่ายน้ำและมีผลกระทบต่อผู้ใช้น้ำ เพื่อให้ผู้ใช้น้ำจะได้มีการเตรียมการสำรองน้ำไว้ใช้ ไม่ให้ได้รับความเดือดร้อน

6. ด้านกระบวนการ ผู้ใช้น้ำได้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุดคือ เมื่อเจ้าหน้าที่อ่านมาตรพบปริมาณน้ำที่ใช้สูงผิดปกติ จากเดือนที่ผ่านมา ควรแจ้งเตือนผู้ใช้น้ำให้ทราบทันที เพื่อที่จะได้ทำการตรวจสอบท่อภายในบ้าน

7. ด้านอื่นๆ ผู้ใช้น้ำได้ให้ข้อเสนอแนะมากที่สุดคือ อยากให้บริษัทประสานงานกับหน่วยงานที่สามารถให้การสนับสนุนงบประมาณในการขยายเขตจ่ายน้ำให้ผู้ใช้น้ำได้มีน้ำประปาใช้ทุกหลังคาเรือนและทั่วอำเภอบางปะกง

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 27 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
1. ผู้ใช้น้ำที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันในด้านเพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน		
1.1 เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน	t-test

ตาราง 27 (ต่อ) แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
1.2 สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน	F-test
1.3 ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน	F-test
1.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน	F-test
1.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน	F-test
1.6 ประเภทผู้ใช้น้ำที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน	F-test
2. ทศนคติของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการ ในด้านคุณภาพ น้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ สามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด	เป็นไปตาม สมมติฐาน	Multiple Regression

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้น้ำ

ความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้น้ำ ในการบริการด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
3. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำ ในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
4. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

ความสำคัญของการวิจัย

1. ข้อมูลด้านทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด สามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพในการให้บริการของบริษัท ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพงานบริการผู้ใช้น้ำ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้น้ำ
2. ผู้ใช้น้ำมีโอกาสดำเนินการแสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ต่อการบริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด เพื่อให้ได้รับการที่ดียิ่งขึ้น
3. สามารถนำผลการศึกษามาเป็นความรู้พื้นฐานในการศึกษาในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้น้ำที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันในด้านเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทผู้ใช้น้ำ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน
2. ทศนคติของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการในด้านคุณภาพ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ ของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด สามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ใช้น้ำทุกประเภทผู้ใช้น้ำ ตามบัญชีรายชื่อผู้ใช้น้ำของสำนักงานประปาบางปะกง ในเขตพื้นที่จ่ายน้ำในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จากจำนวน 10 ตำบล ได้แก่ ตำบลบางปะกง ตำบลท่าสะพาน ตำบลเขาหิน ตำบลท่าข้าม ตำบลบางสมัคร ตำบลบางเกลือ ตำบลบางวัว ตำบลพิมพา ตำบลหอมศีล ตำบลแสนภูดาษ มีผู้ใช้น้ำจำนวน 9,961 ราย (ข้อมูล ณ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2547)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร ซึ่งได้จำนวนตัวอย่าง 440 ราย โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% หรือความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5%

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. เลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิออกเป็น 4 ประเภทผู้ใช้น้ำ จากจำนวนผู้ใช้น้ำทั้งสิ้น 9,961 ราย และกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิอย่างไม่เป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากร (Disproportional Stratified Random Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิให้เท่ากันหมด
2. เลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของวิทยาลัยการอาชีพบางปะกง ซึ่งได้รับคำแนะนำ ชี้แจงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 4 คน ออกแจกแบบสอบถามให้ผู้ใช้น้ำในประเภทต่างๆ ให้ได้จำนวนผู้ใช้น้ำผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย

2. รูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Response Question)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด เป็นแบบสอบถามในมาตราวัดแบบ Semantic Differential Scale โดยแบบสอบถามวัดทัศนคติ ในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านคุณภาพน้ำ ด้านบริการทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ด้านบุคลากร ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการต่างๆ

ส่วนที่ 3 คำถามระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด เป็นแบบสอบถามในมาตราวัดแบบ Semantic Differential Scale

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามแบบปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ ต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

3. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ ขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบและให้คำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุง เพื่อให้มีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

4. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไข ปรับปรุง ตามคำแนะนำ ไปดำเนินการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - efficient) ของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าแอลฟา เท่ากับ 0.9176

5. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือวัดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขอหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ถึงผู้จัดการสำนักงานประปาบางปะกง และ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถาม ให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และแนะนำ ชี้แจง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแก่ผู้ดำเนินการเก็บข้อมูล จำนวน 4 คน เพื่อให้การดำเนินการเก็บรวบรวม ข้อมูลถูกต้อง เทียบตรง มีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด

3. เจ้าหน้าที่ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ให้กับผู้วิจัยเพื่อทำการรวบรวมแบบสอบถาม ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์การตอบแบบสอบถาม

2. ดำเนินการลงรหัส (Coding) เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for Social Sciences) ในการ ประมวลผล ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Level of Significance) โดย ดำเนินการ ดังนี้

2.1 นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ด้านปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถามมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยวิธีหาค่าร้อยละ (Percentage)

2.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำที่มี ต่อการให้บริการในด้านต่าง ๆ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3 นำข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นความพึงพอใจโดยรวมมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.4 นำข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะมาแจกแจงความถี่

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.5.1 ผู้ใช้น้ำที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันในด้านเพศ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทผู้ใช้ น้ำ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

- ผู้ใช้น้ำที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน (ใช้สถิติทดสอบ t-test)
- ผู้ใช้น้ำที่มีสถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ประเภทผู้ใช้ น้ำแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน (ใช้สถิติทดสอบ One Way ANOVA)

2.5.2 ทศนคติของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการในด้านคุณภาพ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด สามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด (ใช้สถิติทดสอบ Multiple Regression)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทผู้ใช้น้ำ

1.1 เพศ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 186 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 42.3 และ เป็นเพศหญิง จำนวน 254 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 57.7 สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

1.2 สถานภาพการสมรส กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 และ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 อนุปริญญาหรือเทียบเท่าจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ปริญญาตรี ขึ้นไปจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 48.19) มีการศึกษาสูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

1.4 อาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.73) ประกอบอาชีพ

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 106คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็น

ร้อยละ 13.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 การวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.95) มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท

1.6 ประเภทผู้ใช้น้ำ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้ใช้น้ำประเภทที่อยู่อาศัย มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ประเภทธุรกิจขนาดเล็ก จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ประเภทธุรกิจขนาดใหญ่ มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และประเภทราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 สรุปได้ว่าประเภทผู้ใช้น้ำของผู้ตอบแบบสอบถามเท่ากันทุกประเภท

2. ทักษะของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

จากการศึกษาระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งสามารถจำแนกระดับทัศนคติเป็นรายด้าน พบว่า

2.1 ด้านคุณภาพน้ำ พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 และจำแนกการวิเคราะห์ทัศนคติด้านคุณภาพน้ำ ได้ดังนี้

- ความสะอาดของน้ำประปา ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88
- กลิ่นของน้ำประปา ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77

2.2 ด้านการบริการทั่วไป พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 และจำแนกการวิเคราะห์ทัศนคติด้านการบริการทั่วไป ได้ดังนี้

- ความแรงของน้ำประปาที่จ่ายให้ผู้ใช้น้ำ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81
- ปริมาณน้ำประปาที่จ่ายถึงผู้ใช้น้ำ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97
- ความสม่ำเสมอในการจ่ายน้ำ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87

2.3 ด้านราคาและค่าใช้จ่าย พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 และจำแนกการวิเคราะห์ทัศนคติด้านราคาและค่าใช้จ่าย ได้ดังนี้

- อัตราค่าน้ำประปา ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08
- ค่าแรงและค่าอุปกรณ์ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10

2.4 ด้านบุคลากร พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และจำแนกการวิเคราะห์ทัศนคติด้านบุคลากร ได้ดังนี้

- การจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการแก่ผู้ใช้น้ำ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08
- การปฏิบัติงานดำเนินการแก้ไขปัญหาดตามคำแจ้ง ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99
- การให้ข้อมูล ความรู้ คำแนะนำต่างๆ แก่ผู้ใช้น้ำ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00
- อธิบายและมนุษย์สัมพันธ์ในการติดต่อประสานงาน ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

2.5 ด้านประชาสัมพันธ์ พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 และจำแนกการวิเคราะห์ทัศนคติด้านการประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

- การจัดสื่อประชาสัมพันธ์ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75
- การประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำ กรณีมีการหยุดจ่ายน้ำ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54
- การจัดกิจกรรมพบปะผู้ใช้น้ำ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57

2.6 ด้านกระบวนการ พบว่าผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 และจำแนกการวิเคราะห์ทัศนคติด้านกระบวนการ ได้ดังนี้

- ขั้นตอนการรับแจ้งปัญหา เรื่องร้องเรียนต่างๆ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99
- การจัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02
- ความเสมอภาคในการให้บริการแก่ผู้ใช้น้ำ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12
- การจัดบันทึกหน่วยน้ำ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

3. การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทราต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ผู้ใช้น้ำมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. ผู้ใช้น้ำที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันในด้านเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทผู้ใช้น้ำ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

1.1 ผู้ใช้น้ำที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ใช้น้ำที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

1.2 ผู้ใช้น้ำที่สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ใช้น้ำที่สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

1.3 ผู้ใช้น้ำที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ใช้น้ำที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

1.4 ผู้ใช้น้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ใช้น้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

1.5 ผู้ใช้น้ำที่รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ใช้น้ำที่รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

1.6 ผู้ใช้น้ำที่มีประเภทผู้ใช้น้ำแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ใช้น้ำที่มีประเภทผู้ใช้น้ำแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด ไม่แตกต่างกัน

2. ทศนคติของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการในด้านคุณภาพ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ ของ บริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด สามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปรายบางปะกง จำกัด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำขึ้นอยู่กับปัจจัยทัศนคติทุกด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านกระบวนการต่างๆ จึงสามารถนำปัจจัยดังกล่าวมาทำนายความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัดได้

อภิปรายผล

ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีข้างต้น และพบว่ามีแนวโน้มใกล้เคียงกับผลงานวิจัยของพินิจ ศรีประเสริฐภาพ (2542 : บทคัดย่อ) เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำประปาที่มีต่องานบริการของการประปาส่วนภูมิภาค : ศึกษากรณีสำนักงานประปาเมืองพล จังหวัดขอนแก่น ซึ่งผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่องานบริการของการประปาส่วนภูมิภาค สำนักงานประปาเมืองพล ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ซึ่งผลการวิจัยความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด พบว่า

1. ผู้ใช้น้ำที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันในด้านเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทผู้ใช้น้ำ มีความพึงพอใจโดยรวม ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากน้ำประปาเป็นสินค้าจำเป็นขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต และเป็นสินค้าที่มีอรรถประโยชน์ต่อผู้ใช้น้ำทุกกลุ่มไม่แตกต่างกัน คือ เพื่อบริโภค ใช้ทำความสะอาดชำระล้าง และเพื่อการเกษตร ผู้ใช้น้ำไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าจะไม่ใช้น้ำประปาหรือเลือกที่จะใช้สินค้าอื่นทดแทนได้

2. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำขึ้นอยู่กับปัจจัยทัศนคติ ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ โดยเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์สามารถแปลผลตามระดับความสำคัญของปัจจัยได้ว่า หากระดับทัศนคติด้านการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.204 คะแนน ระดับทัศนคติด้านบุคลากรเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.220 คะแนน ระดับทัศนคติด้านการบริการทั่วไปเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.170 คะแนน ระดับทัศนคติด้านกระบวนการเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.181 คะแนน ระดับทัศนคติด้านคุณภาพน้ำเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.097 คะแนน ระดับทัศนคติด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้น 0.117 คะแนน

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวจึงสรุปได้ว่าปัจจัยกลุ่มที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำมากที่สุดคือ ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านบุคลากร ได้แก่ การจัดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ผู้ใช้น้ำรับทราบ การประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำกรณีมีการหยุดจ่ายน้ำเพื่อที่จะได้มีการสำรองน้ำไว้ใช้ การจัดกิจกรรมพบปะผู้ใช้น้ำเพื่อที่จะได้รับทราบข้อมูลความต้องการของผู้ใช้น้ำ และการมีเจ้าหน้าที่ที่สามารถปฏิบัติงานตามคำสั่งของผู้ใช้น้ำได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (วิฑูรย์ สิมะโชติ, 2544 : 7) กล่าวว่า การบริการที่มีคุณภาพ (Service Quality) หนึ่งในองค์ประกอบหลักที่สำคัญคือผู้ให้บริการ คือ เป็นหัวใจสำคัญของงานบริการ เพราะเป็นผู้สร้างความแตกต่างและเป็นผู้สร้างความสำเร็จให้กับกิจกรรม ส่วนด้านราคาและค่าใช้จ่าย มีผลต่อความพึงพอใจรวมของผู้ใช้น้ำน้อยมาก ซึ่งแสดงว่าผู้ใช้น้ำไม่ได้คำนึงถึงด้านราคามากนัก เนื่องจากผู้ใช้น้ำรับรู้ว่าการปรับอัตราค่าน้ำในแต่ละปีที่บริษัท เก็บจากผู้ใช้น้ำในปัจจุบัน ยังคงควบคุมโดยการประสานภูมิภาคอยู่ บริษัทฯ ไม่สามารถกำหนดค่าน้ำได้เอง

3. ข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในด้านต่าง ๆ คือ ด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ และด้านอื่นๆ สรุปได้ว่า ผู้ใช้น้ำมีข้อเสนอแนะให้บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด มีการปรับปรุงแก้ไขทางด้านการประชาสัมพันธ์มากที่สุด โดยควรมีการประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำให้ทราบล่วงหน้า กรณีมีการหยุดจ่ายน้ำ และมีผลกระทบต่อผู้ใช้น้ำ ซึ่งการที่ผู้ใช้น้ำมีข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ นั้น อธิบายได้จาก ส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4'PS (ดร.เสรี วงษ์มณฑา 2541 : 29) ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ ในที่นี้ได้แก่ น้ำประปา การบริการซ่อมท่อ ซ่อมมาตร
- การจัดจำหน่าย ได้แก่ การเลือกใช้วิธีการที่เหมาะสมในการจ่ายน้ำประปา
- การกำหนดราคา ได้แก่ การกำหนดอัตราค่าน้ำที่เหมาะสมและเป็นธรรม
- การส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้น้ำ

ซึ่งทุกตัวมีความสำคัญและมีความเกี่ยวพันกัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการศึกษาระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ในกรณีจำแนกระดับทัศนคติเป็นรายด้าน พบว่าด้านคุณภาพน้ำ ด้านการบริการทั่วไป ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ ผู้ใช้น้ำมีทัศนคติอยู่ในระดับปาน

กลาง แต่ในกรณีที่จำแนกเป็นรายข้อจะพบว่า ผู้ใช้น้ำจะมีระดับทัศนคติที่ไม่ดี ต่อการดำเนินการประกาศแจ้งผู้ใช้น้ำ กรณีมีการหยุดจ่ายน้ำโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 และมีระดับทัศนคติที่ไม่ดี ต่อการจัดกิจกรรมพบปะผู้ใช้น้ำโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 ส่วนในข้ออื่นๆ นั้น พบว่าผู้ใช้น้ำมีระดับทัศนคติในระดับปานกลาง ทั้งนี้ เนื่องจากการที่มีน้ำจ่ายให้ผู้ใช้น้ำด้วยอัตราค่าที่ไม่สูงมากนัก มีเจ้าหน้าที่ที่คอยแก้ไขปัญหาให้กับผู้ใช้น้ำได้ ก็สามารถก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ในระดับปานกลาง แต่ถ้าหยุดจ่ายน้ำ แล้วไม่มีการแจ้งหรือทำการประชาสัมพันธ์ ก็จะทำให้ผู้ใช้น้ำเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อการให้บริการของบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ควรมีการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการในทุกๆ ด้าน เพื่อเพิ่มระดับทัศนคติของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการ ซึ่งสามารถบอกถึงประสิทธิภาพที่ดีขึ้นของการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด แต่ควรเน้นปรับปรุงการให้บริการในด้านการประชาสัมพันธ์ในส่วนของการแจ้งผู้ใช้น้ำเมื่อมีการหยุดจ่ายน้ำ และการจัดกิจกรรมเพื่อพบปะผู้ใช้น้ำ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

2.1 จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทราต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ผู้ใช้น้ำมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99

2.2 จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ซึ่งเรียงลำดับจากตัวแปรที่ส่งผลกระทบที่น้อยที่สุดไปน้อยที่สุด คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านกระบวนการ ด้านคุณภาพน้ำ และด้านราคาและค่าใช้จ่าย บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด จึงควรเร่งดำเนินการแก้ไขปรับปรุง ดังนี้

2.2.1 ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรจัดหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการสื่อสารกับผู้ใช้น้ำ เช่น กรณีที่บริษัทฯ มีการดำเนินการใดๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบให้เกิดความเดือดร้อนแก่ผู้ใช้น้ำ เช่น เมื่อมีท่อแตก ท่อรั่ว และจำเป็นต้องหยุดจ่ายน้ำเพื่อทำการซ่อมแซม ควรที่จะแจ้งให้ผู้ใช้น้ำรับทราบโดยทันที โดยแจ้งรายละเอียดเช่น จุดที่ได้รับผลกระทบ วันที่ดำเนินการ ระยะเวลาที่จะดำเนินการเสร็จ ซึ่งอาจจะเป็นช่องทาง ดังนี้ ส่งเจ้าหน้าที่ออกหน่วยเคลื่อนที่กระจายเสียงให้กับผู้ใช้น้ำ ประสานงานกับหน่วยงานท้องถิ่นหรือหน่วยงานราชการในพื้นที่ให้ช่วยทำการประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง

2.2.2 ด้านบุคลากร บริษัทฯ ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอกับการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ใช้น้ำ หรือจัดเจ้าหน้าที่เป็นกะเพื่ออำนวยความสะดวกตลอด 24 ชั่วโมง และควรมีการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2.2.3 ด้านการบริการ เช่น การจ่ายน้ำให้ผู้ใช้น้ำในบางครั้งปริมาณที่จ่ายไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้น้ำ เช่น ผู้ใช้น้ำในบางพื้นที่ ที่อยู่ไกลจากสถานีจ่ายน้ำแรงดันน้ำอ่อนมาก บริษัทฯ ควรปรับระบบแรงดันน้ำประปาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้้ำของผู้ใช้น้ำ เพิ่มปริมาณน้ำประปาและความสม่ำเสมอให้เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้น้ำ

2.2.4 ด้านกระบวนการ

- บริษัทฯ ควรเพิ่มช่องทางในการรับแจ้งข้อร้องเรียนจากผู้ใช้ น้ำให้มากขึ้น โดยการเพิ่มจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เพื่อรองรับกรณีสายไม่ว่าง หรือเพิ่มช่องทางให้สามารถแจ้งได้ทาง Website ของบริษัทฯ

- เมื่อเจ้าหน้าที่อ่านมาตรพบหน่วยน้ำสูงผิดปกติจากสถิติที่ผ่านมา ควรมีการแจ้งผู้ใช้ น้ำทราบทันทีเพื่อตรวจสอบการรั่วภายใน หรือกรณีที่ใช้ น้ำไม่อยู่ไม่สามารถแจ้งใครได้ ควรมีเอกสารหรือข้อความติดไว้เพื่อแจ้งให้ทราบ

2.2.5 ด้านคุณภาพน้ำประปา เนื่องจากในบางครั้งคุณภาพน้ำค่อนข้างต่ำ บางครั้งน้ำขุ่นและมีกลิ่นเหม็น บริษัทฯ ควรมีหน่วยงานที่ตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพน้ำว่าได้มาตรฐานตามเกณฑ์ควบคุมของมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) และติดตามระบบการผลิตน้ำให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

2.2.6 ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ควรพิจารณาปรับปรุงค่าปรับการจ่ายเงินค่าน้ำล่าช้า และควรขยายระยะเวลาการตัดการใช้น้ำ ในบางครั้งมีเหตุสุดวิสัยที่ทำให้ผู้ใช้ น้ำไม่สามารถชำระค่าน้ำได้ทันกำหนดเวลา ซึ่งในกรณีที่ล่าช้าระยะเวลาไม่นาน ควรมอบหมายผู้ที่มีอำนาจพิจารณายกเลิกค่าปรับให้กับผู้ใช้ น้ำได้ และในกรณีที่ค่าน้ำสูงเกินจากที่ใช้จริง สาเหตุจากมีท่อรั่วภายในบ้าน ควรมีการคิดอัตราค่าน้ำสาเหตุจากท่อรั่วในอัตราที่ถูกกว่าอัตราค่าน้ำที่ใช้ปกติ

3. สิ่งที่ใช้ น้ำให้ความสำคัญและมีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากน้ำประปาเป็นสิ่งที่ต้องใช้ทุกวัน และทุกขณะที่จำเป็น ผู้ใช้ น้ำจะไม่พอใจอย่างยิ่งในเวลาที่น้ำไม่ไหล หรือบริษัทฯ หยุดจ่ายน้ำเป็นระยะเวลานาน ด้วยสาเหตุที่สามารถแจ้งผู้ใช้ น้ำเพื่อเตรียมการสำรองน้ำได้ แต่บริษัทฯ ไม่มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์แต่อย่างใด ซึ่งบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ควรเร่งดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงในด้านนี้มากที่สุด

4. บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด เป็นบริษัทเอกชนที่ได้รับสิทธิในการเข้าบริหารกิจการประปาจากการประปาส่วนภูมิภาค ซึ่งเป็นกิจการผูกขาด (Monopoly) ซึ่งถึงแม้ว่าจะเป็นกิจการที่ไม่มีคู่แข่ง แต่ก็ควรที่จะคำนึงถึงความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ใช้ น้ำโดยมีการสำรวจและสอบถามความต้องการของผู้ใช้ น้ำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงการดำเนินการให้ดียิ่งขึ้นให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ น้ำที่คาดหวังว่าบริษัทเอกชนจะมีความคล่องตัวในการดำเนินงานมากกว่าหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้ น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ผู้วิจัยคิดว่าควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการที่ดำเนินการโดยการประปาส่วนภูมิภาคเปรียบเทียบกับบริการของบริษัทฯ เพื่อเปรียบเทียบว่าการดำเนินการโดยบริษัทเอกชน มีประสิทธิภาพสูงหรือต่ำกว่าเมื่อเทียบกับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ
2. ควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมถึงทัศนคติ และความรู้ ความเข้าใจของผู้ใช้น้ำต่อการให้สัมปทานแก่เอกชนบริหารกิจการประปา เพื่อเป็นแนวทางในการเข้าบริหารกิจการประปาในพื้นที่อื่นๆ ต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2541). การใช้ SPSS for Windows. ใน การวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2541). การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุนทลี เวชสาร. (2542). การวิจัยตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไกรยุทธ ชีรตยาดีนันท์. (2533). การให้เอกชนดำเนินกิจกรรมแทนรัฐ. ใน รวมบทความ เศรษฐศาสตร์ภาครัฐ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณิน บุญสุวรรณ. (2547). ผลกระทบที่ประเทศชาติและประชาชนจะได้รับภายหลังการแปรรูป ประปา. ใน เวทีทัศน์ ผู้จัดการรายวัน.
- จิรภา ไชวจินดา. (2531). นโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ. ใน รายงานวิจัย ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรัตน์ สังข์แก้ว. (2530). รูปแบบการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ. ใน รายงานวิจัย ศูนย์วิจัยธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูศรี ฉลองชัยสิทธิ์ (2535). ความเป็นไปได้ในการให้เอกชนมีบทบาทในการร่วมพัฒนากิจการ ประปาส่วนภูมิภาค : ศึกษาเฉพาะเขตพื้นที่บริเวณตอนเหนือของกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารรัฐกิจ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2534). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- दनัย เทียนพุ่ม. (2543). นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ O.N.G.
- ทินกร ดำนพงศ์สุวรรณ. (2537). การแปรรูปรัฐวิสาหกิจการประปาส่วนภูมิภาค กรณีศึกษา : โครงการเอกชนร่วมลงทุนปรับปรุงขยายการประปาปทุมธานี – รังสิต.
- พนัส สิมะเสถียร. (2531). นโยบายของรัฐวิสาหกิจกับการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ใน รวมบทความ รัฐวิสาหกิจ กรุงเทพ ศูนย์ศึกษาวิจัยรัฐวิสาหกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พนัส สิมะเสถียร. ความเป็นไปได้ของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจสู่ภาคเอกชน ใน การแปรรูป รัฐวิสาหกิจ สถานศึกษาและวิจัยรัฐวิสาหกิจ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิพัฒน์ ไทยอารี. (2529). นโยบายและกระบวนการแปรรูปรัฐวิสาหกิจไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พิพัฒน์ ไทยอารี. (2530). *ทิศทางการแปรรูปรัฐวิสาหกิจไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันศึกษาและวิจัย รัฐวิสาหกิจ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิพัฒน์ ไทยอารี. (2531). *หลักการแปรรูปรัฐวิสาหกิจกับรัฐวิสาหกิจไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิสิฏฐ ภัคเกษม. (2533) *ความเป็นไปได้ในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ*. กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพฯ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี.
- วุฒิพงษ์ เพ็ญยจริยวัฒน์. *ภาพรวมของการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ*. เอกสารประกอบการสัมมนาทาง วิชาการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 20-21 พฤศจิกายน 2529 หน้า 15
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2540). *การวิจัยตลาด*. กรุงเทพฯ บริษัท เอ เอ็น การพิมพ์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2544). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. ฉบับปรับปรุงใหม่ บริษัท ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). *สร้างบริการสร้างความประทับใจ*. กรุงเทพฯ ซีเอ็ด ยูเคชั่น
- สมชาย ภคภาสวิวัฒน์ และพิพัฒน์ พิตยาอัจฉริยกุล. (2531). *การแปรรูปรัฐวิสาหกิจปัจจัยแห่ง ความสำเร็จ*. ใน รัฐศาสตร์สาร ปีที่ 14 ฉบับที่ 1
- สัณฐีรส สมศรีรัตน์. (2546). *เมื่อถึงคราว กปภ. ต้องแปรรูป*. ใน วารสารน้ำ การประปาส่วนภูมิภาค ฉบับที่ 3 ปีที่ 25 เดือนกันยายน - ตุลาคม
- สวาท แยมวงษ์ศรี. *โอกาสทางการตลาดในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ* รายงานวิจัยกรุงเทพ : ศูนย์วิจัย ธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2530
- อิสระ สุวรรณบล. (2532). *การบริหารรัฐวิสาหกิจไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำ ต่อการให้บริการของ
บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำ ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในโครงการให้สัมปทานแก่เอกชนบริหารระบบประปา ของการประปาสวนภูมิภาค เพื่อนำผลของการวิจัยมาเป็นประโยชน์ในการวางแผนและปรับปรุงการดำเนินงานให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้น้ำต่อไป จึงขอความร่วมมือจากท่านให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามดังนี้

- ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 : ทักษะของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
- ส่วนที่ 3 : ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
- ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะอื่นๆ ต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด และการเสนอผลการวิจัยเป็นภาพโดยรวมเท่านั้น

ขอขอบพระคุณทุกท่าน ที่กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำ
ต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

ส่วนที่ 1

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ○ หน้าข้อที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1. ชาย☐ 2. หญิงสำหรับ
เจ้าหน้าที่

X1 []

2. สถานภาพสมรส

☐ 1. โสด☐ 2. สมรส / อยู่ด้วยกัน

X2 []

☐ 3. หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น☐ 2. มัธยมศึกษาตอนต้น หรือเทียบเท่า

X3 []

☐ 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า☐ 4. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า☐ 5. ปริญญาตรี ขึ้นไป

4. อาชีพ

☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา☐ 2. พนักงานบริษัทเอกชน

X4 []

☐ 3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ☐ 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว☐ 5. พ่อบ้าน/แม่บ้าน☐ 6. อื่นๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน

☐ 1. น้อยกว่า 5,000 บาท☐ 2. 5,000 – 10,000 บาท

X5 []

☐ 3. 10,001 – 15,000 บาท☐ 4. 15,001 – 20,000 บาท☐ 5. มากกว่า 20,000 บาท

6. ประเภทผู้ใช้น้ำ

☐ 1. ที่อยู่อาศัย☐ 2. ธุรกิจขนาดเล็ก

X6 []

☐ 3. ธุรกิจขนาดใหญ่☐ 4. ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ

ส่วนที่ 2 ทศนคติของผู้ใช้น้ำในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อการให้บริการของบริษัท

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับทัศนคติของท่าน

 ท่านมีทัศนคติอย่างไร ในการบริการ ด้านคุณภาพน้ำ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

- | | | | | | | | |
|-------------------------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|
| 1. ความสะอาดของน้ำประปา | สะอาด | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | สกปรก |
| | มาก | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | มาก |
| 2. กลิ่นของน้ำประปา | ไม่มีกลิ่น | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | มีกลิ่น |
| | เหม็น | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | เหม็นมาก |

**สำหรับ
เจ้าหน้าที่**

X7 []

X8 []

 ท่านมีทัศนคติอย่างไร ในการบริการ ด้านบริการทั่วไป ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

- | | | | | | | | |
|--|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------|
| 3. ความแรงของน้ำประปาที่จ่ายให้กับผู้ใช้ | ไหลแรง | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | ไหลอ่อน |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 4. ปริมาณน้ำประปาที่จ่ายถึงผู้ใช้ | เพียงพอ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | ไม่เพียงพอ |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 5. ความสม่ำเสมอในการจ่ายน้ำประปา | มีความ
สม่ำเสมอ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | ขาดความ
สม่ำเสมอ |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |

X9 []

X10 []

X11 []

 ท่านมีทัศนคติอย่างไร ในการบริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

- | | | | | | | | |
|---|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 6. อัตราค่าน้ำประปา | ถูกมาก | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | แพงมาก |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 7. ค่าแรงและค่าอุปกรณ์ ในการซ่อมแซม ระบบประปา (ท่อแตก ท่อรั่วภายในบ้าน) | ถูกมาก | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | แพงมาก |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |

X12 []

X13 []

 ท่านมีทัศนคติอย่างไร ในการบริการ ด้านบุคลากร ของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

- | | | | | | | | |
|--|---------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------|
| 8. การจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการกับผู้ใช้ | เพียงพอ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | ไม่
เพียงพอ |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |

X14 []

17. ความเสมอภาคในการให้บริการแก่ผู้ใช้ไฟฟ้า ในระดับต่างๆ

มีความเสมอภาค _____: _____: _____: _____: _____ ขาดความ
 5 4 3 2 1 เสมอภาค

18. การจัดบันทึกหน่วยน้ำ

จัดบันทึก _____: _____: _____: _____: _____ บันทึก
 5 4 3 2 1 ผิดพลาด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

19. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

พึงพอใจ _____: _____: _____: _____: _____ ไม่พึงพอใจ
 5 4 3 2 1 อย่างยิ่ง

สำหรับ
 เจ้าหน้าที่

X23 []

X24 []

Y []

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด
--

คำชี้แจง ท่านมีข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของบริษัท ประปาบางปะกง จำกัด อย่างไร

1. ด้านคุณภาพน้ำ

.....

.....

2. ด้านการบริการ

.....

.....

3. ด้านค่าใช้จ่าย

.....

.....

4. ด้านบุคลากร

.....

.....

5. ด้านการประชาสัมพันธ์

.....

.....

6. ด้านกระบวนการ

.....

.....

7. อื่นๆ

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม



บันทึกข้อความ

104

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ศธ 0519.12/11101

วันที่ 12 พฤศจิกายน 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวสราณี เตมียะเวส นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด” โดยมี อาจารย์รักษันพงศ์ วงศาโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ อาจารย์อภิรัฐ ตั้งกระจำง เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นางสาวสราณี เตมียะเวส และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย



ที่ ศร 0519.12/11110

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

/๒ พฤศจิกายน 2547

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน กรรมการผู้จัดการ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวสราณี เตมียะเวส นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด” โดยมี อาจารย์รักษพงศ์ วงศาโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้ผู้ใช้น้ำในเขตพื้นที่จ่ายน้ำ อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 40 ราย เป็นกลุ่มตัวอย่าง ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2547

จึงเรียนมาเพื่อขอบความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวสราณี เตมียะเวส ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 038-539365 - 7

ภาคผนวก ง
การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ภาคผนวก ง
การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X7	3.0250	.8619	40.0
2.	X8	2.8500	.6998	40.0
3.	X9	3.0750	.9443	40.0
4.	X10	3.1750	.9026	40.0
5.	X11	3.1250	.9388	40.0
6.	X12	3.1750	.6751	40.0
7.	X13	3.0750	.6155	40.0
8.	X14	3.1250	.6864	40.0
9.	X15	2.8750	.6864	40.0
10.	X16	3.1000	.9001	40.0
11.	X17	3.2500	.7071	40.0
12.	X18	2.9250	.7970	40.0
13.	X19	2.7000	.7910	40.0
14.	X20	2.7750	.8912	40.0
15.	X21	3.0500	.8149	40.0
16.	X22	3.0750	.6938	40.0
17.	X23	2.9750	.6197	40.0
18.	X24	3.1250	.7574	40.0
19.	Y	3.1250	.5158	40.0

Reliability Coefficients

N of Cases = 40.0 N of Items = 19

Alpha = .9176

ภาคผนวก จ
หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

ที่ ศธ 0519.12/ 111 23



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

12 พฤศจิกายน 2547

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน กรรมการผู้จัดการ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวสราณี เตมียะเวส นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด” โดยมี อาจารย์รักษพงษ์ วงศาโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ใช้น้ำในเขตพื้นที่จ่ายน้ำ อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 440 ราย ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของ บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด ในระหว่างเดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม 2547

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวสราณี เตมียะเวส ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญลิริ จิระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 038-539365 - 7

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ สกุล	นางสาวสรานี เตมียะเวส
วันเดือนปีเกิด	21 มกราคม พ.ศ. 2515
สถานที่เกิด	เขตบางซื่อ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	238/122 ซอยสันนิบาตเทศบาล แขวงจันทระเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	หัวหน้างานอำนวยการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ประปาบางปะกง จำกัด 89 หมู่ที่ 2 ตำบลบางวัว อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24180
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2536	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2548	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ