ปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพการบริการที่มีผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบของผู้ใช้บริการประเภทครัวเรือนของการประปาส่วนภูมิภาค สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Personal Factors and Service Quality Affecting Household Customers' Positive and Negative Perspectives of Hatyai Provincial Waterworks Authority, Songkhla Province

นฤบาล ยมะคุปต์[1*] นุชษรา พึ่งวิริยะ[2] และชนาธิป ครรชิต[3]

Narueban Yamaqupta[1*], Nuchsara Pringviriya[2] and Chanatip Kanchit[3]

[1] อ.ดร., คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ตรัง 92000

[2] อ.ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา สงขลา 90000

[3] วิศวกร 7 งานเทคโนโลยีควบคุมผลิต กองระบบผลิตและควบคุมคุณภาพน้ำ การประปาส่วนภูมิภาคเขต 5 สงขลา 90000

[1] Lecturer, Dr., Faculty of Commerce and Management, Prince of Songkla University, Trang Campus, Trang, 92000, Thailand

[2] Lecturer, Dr., Faculty of Management Science, Songkhla Rajabhat University, Songkhla, 90000, Thailand

[3] Engineer 7, Production Control Technology Section, Water Production and Quality Control Division, Provincial Waterworks Authority Region 5, Songkhla, 90000, Thailand

[*] Corresponding author, E-mail address: narueban.y@psu.ac.th

(Received: April 13, 2020; Revised: August 8, 2020; Accepted: August 21, 2020)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบของผู้ใช้บริการประเภทครัวเรือนที่มีต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้น้ำประปาประเภทครัวเรือนในพื้นที่ให้บริการ จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก พบว่า แบบจำลองสามารถพยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 81.8 โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบของผู้ใช้บริการ ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เขตจำหน่ายน้ำ และช่องทางการชำระค่าน้ำประปา ส่วนปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ และปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไปมีมุมมองทางบวกต่อการให้บริการของการประปามากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ในขณะที่ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสด มีมุมมองบวกต่อการให้บริการมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพอื่น ๆ ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการมีความอ่อนไหวและมีมุมทางลบต่อการชำระค่าบริการในช่องทางที่มีค่าธรรมเนียมการชำระ ความน่าเชื่อถือที่เพิ่มขึ้น 1 ระดับ มีโอกาสที่ผู้ใช้บริการจะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในมุมบวกเพิ่มขึ้นประมาณ 5 เท่า และการตอบสนองลูกค้ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม แสดงว่า ถ้าการประปาส่วนภูมิภาคมีการตอบสนองลูกค้าลดลง 1 ระดับ โอกาสที่ผู้ใช้บริการมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในมุมมองลบจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 30 ที่มีต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ มุมมองทางบวกและทางลบ การประปาส่วนภูมิภาค

Abstract

The objective of this research article is to study the demographic factors and service quality as factors affecting customers' positive and negative perspectives of Hatyai Provincial Waterworks Authority, Songkhla Province. A total of 400 responses from waterworks customers are research samples, and the data was collected by a questionnaire. The results from the logistic regression analyses demonstrated that the model fit with a forecasting power of 81.8%. Demographic factors (including age, marital status, occupation, salary, home area, and payment method) affected customers' positive and negative perspectives. Moreover, reliability and responsiveness are both service quality factors that affected customers' positive and negative perspectives of Hatyai Provincial Waterworks Authority. The customers aged 30 and above displayed more positive perspectives towards Hatyai Provincial Waterworks Authority than those aged under 30. Likewise, the customers with single status displayed more positive perspectives towards Hatyai Provincial Waterworks Authority than those with married or divorced status. In addition, the findings of the study indicated that the customers showed price sensitivity and negative perspectives of service fee. With regards to service quality, the study found that one-level higher of reliability resulted in five-time higher reliability. However, the customers' responsiveness was in an inverse relationship, namely 1-lower value of responsiveness would be associated with 30% higher of negative perspectives that the customers would have towards Hatyai Provincial Waterworks Authority, Songkhla Province.

Keywords: Service Quality, Positive and Negative Perspectives, Provincial Waterworks Authority

บทนำ

การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) เป็นรัฐวิสาหกิจในกำกับดูแลของกระทรวงมหาดไทยมีหน้าที่ในการจัดหาน้ำสะอาดเพื่อให้บริการแก่ประชาชน ครอบคลุมพื้นที่ 74 จังหวัดทั่วประเทศ ยกเว้น กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ มีการแบ่งเขตความรับผิดชอบออกเป็น 10 เขต 234 สาขาทั่วประเทศ ภายใต้ความพยายามจะเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) โดยมีวิสัยทัศน์ว่า “ผู้ใช้น้ำประทับใจในคุณภาพและบริการที่เป็นเลิศ (Customers Delight with Water Quality and Excellence Services)” การประปาส่วนภูมิภาคจึงต้องเร่งพัฒนาการบริการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่กำหนด

การประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 243 ถนนพลพิชัย ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลการผลิตน้ำประปาให้ได้คุณภาพมาตรฐาน ปริมาณและแรงดันน้ำเพียงพอและสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึงในพื้นที่ให้บริการ ซึ่งคลอบคลุมพื้นที่ เทศบาลนครหาดใหญ่ เทศบาลบ้านพรุ เทศบาลคลองแห เทศบาลควนลัง เทศบาลคอหงส์ และเทศบาลน้ำน้อย โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการต่อประชาชนให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด จากสถิติการใช้น้ำพบว่า มีจำนวนผู้ใช้น้ำเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2561 มีจำนวนผู้ใช้น้ำทั้งสิ้น 82,923 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ที่มีจำนวนผู้ใช้น้ำทั้งสิ้น 80,088 ราย คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.54 [1] ทั้งนี้ จากการดำเนินงานที่ผ่านมา การประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ยังได้รับข้อร้องเรียนจากผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ เช่น การให้บริการช้า ไม่ได้รับความสะดวก คุณภาพของน้ำประปา น้ำไหลอ่อน น้ำไม่ไหล น้ำมีตะกอนสกปรก เป็นต้น ทำให้ต้องเปิดเว็บไซต์ http://pwa.co.th/complain/complain_post.php และหมายเลขโทรศัพท์ 1662 ให้ผู้ร้องเรียนการให้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถร้องเรียนปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับการให้บริการได้ โดยจำนวนผู้ร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่มีเพิ่มขึ้นทุกปี โดยสถิติข้อร้องเรียนในปี 2551 มีข้อร้องเรียนจำนวน 672 เรื่อง ปี 2552 จำนวน 507 เรื่อง ปี 2553 มีข้อร้องเรียนจำนวน 702 เรื่อง ปี 2554 จำนวน 664 เรื่อง ปี 2555 จำนวน 762 เรื่อง และปี 2556 จำนวน 834 เรื่องซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี [2]

จากปัญหาดังกล่าวส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้น้ำประปาที่มีต่อการประปาส่วนภูมิภาค ทำให้มีผู้ใช้น้ำประปาบางส่วนหันไปผลิตน้ำใช้เองหรือใช้น้ำมากกว่า 1 แหล่งนอกเหนือจากน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาค [3] ซึ่งนับเป็นคู่แข่งทางอ้อม ทำให้การประปาส่วนภูมิภาคเสียโอกาสทางธุรกิจ และในด้านความภักดียังพบว่า หากมีหน่วยงานอื่นที่ให้บริการน้ำประปาเป็นทางเลือกใหม่ มีผู้ใช้น้ำเพียงร้อยละ 65.80 ที่จะยังคงเลือกรับบริการของ กปภ.ต่อไป [4] ดังนั้น เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์องค์กร การประปาส่วนภูมิภาค (ฉบับที่ 2) ปี 2555-2559 ที่ต้องการพัฒนาการบริการและแก้ไขปัญหาการร้องเรียน ทำให้การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมุมมองของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการจึงมีความจำเป็นกับการประปาส่วนภูมิภาค จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบริบทของการให้บริการประปาในประเทศไทย พบว่า มีการให้ความสนใจกับการศึกษาตัวแปรที่หลากหลายมิติ เช่น คุณภาพการบริการ ทัศนคติและความคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจ โดยพบว่า ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรือตัวแปรที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคล และตัวแปรด้านการให้บริการ ถูกจัดเป็นกลุ่มตัวแปรกลุ่มแรก ๆ ที่ถูกให้ความสำคัญในการศึกษา เนื่องจากส่งผลต่อโดยตรงต่อทัศนคติ และการรับรู้ของผู้รับบริการ ประกอบกับหากพิจารณาถึงข้อมูลการร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่จะพบว่า ข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทั้งสิ้น ดังนั้น การพิจารณาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการ

จะทำให้สามารถเข้าใจธรรมชาติของผู้รับบริการได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การเข้าใจในมุมมองในทางบวกและทางลบ จะเกิดประโยชน์ต่อองค์กรในเรื่องของการออกแบบระบบการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ และสามารถมองเห็นปัจจัยที่มีความอ่อนไหวที่ผู้รับบริการมีต่อการให้บริการได้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุผลนี้จึงนำไปสู่การศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบของผู้ใช้บริการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงความคิดเห็นที่ผู้ใช้น้ำประปามีต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ในปัจจุบัน ในด้านคุณภาพการบริการและใช้เป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการและตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบของผู้ใช้บริการการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่

2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบของผู้ใช้บริการการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่

แนวคิด ทฤษฎี และ กรอบแนวคิดในการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล หรือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ มีความสำคัญต่อการศึกษาในบริบทของการประปาในหลากหลายมิติและถูกใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ของระหว่างตัวแปรหลาย ๆ ตัว เช่น จากงานวิจัยของ Ubolpong [5] ที่ศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของส่วนบริการการใช้น้ำสำนักงานประปาสาขาลาดพร้าว งานวิจัยของ Khamrak [6] ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานประปาเทศบาลตำบลหนองบัว จังหวัดกาญจนบุรี การศึกษาของ Leeyutthanont [7] เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำประปาในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี งานวิจัยของ Plodthong [8] เรื่องการศึกษาคุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่สำนักงานการประปาส่วนภูมิภาค สาขาสตูล และงานวิจัยของ Raiklang [9] เรื่องการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการน้ำประปาหมู่บ้านในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองปลาไหล จังหวัดชลบุรี เป็นต้น ซึ่งพบว่า การศึกษาในอดีตที่ผ่านมานั้น ยังคงให้ความสำคัญในการศึกษาตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลว่า มีผลต่อการอธิบายความสัมพันธ์ไปสู่เรื่องอื่น ๆ เช่น คุณภาพการบริการ ประสิทธิภาพการให้บริการ ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการ ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้บริการ ความพึงพอใจ

ปัจจัยคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ หมายถึง ระดับการบริการที่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ ซึ่งผู้รับบริการจะเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวังกับการบริการที่ได้รับจริงจากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตามที่ผู้รับบริการคาดหวัง หรือสูงกว่าความคาดหวัง จะทำให้การบริการดังกล่าวเป็นที่พึงพอใจของผู้รับบริการ Lewis and Booms [10] Grönroos [11] และ Parasuraman, Zeithaml and Berry [12] และเนื่องจากการบริการมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้า (Product) จึงมีความจำเป็นจะต้องศึกษาถึงลักษณะของบริการ (Service Characteristics) 4 ลักษณะ คือ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้

(Intangibility) การไม่สามารถแยกระหว่างกระบวนการผลิตและกระบวนการบริโภคออกจากกันได้ (Inseparability) คุณภาพการบริการมักไม่คงที่ (Variability) และไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) ด้วยการผลิตจะเกิดขึ้นไปพร้อมกับการบริโภค ทั้งนี้ การวัดคุณภาพการให้บริการจึงถูกวัดในหลากหลายมิติและหลากหลายเครื่องมือ

แนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการบริการ เป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอไว้โดย Cronin and Taylor [13] ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการที่ได้รับบริการกับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มารับบริการ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการบริการได้ ส่วนคุณภาพการบริการในมุมมองเชิงการตลาด Rust and Zahorik [14] ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการบริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีกท่านหนึ่ง คือ Bitner [15] ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยศึกษาไว้ว่า คุณภาพการบริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ นักวิชาการหลายท่านคิดวิธีการประเมินคุณภาพการบริการ โดยใช้วิธีการประเมินแบบดั้งเดิมและแพร่หลายที่สุด คือ การประเมินที่อยู่บนพื้นฐานของแบบจำลอง Disconfirmation [13] ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบผลต่างระหว่างความคาดหวัง (Expectation) ของผู้บริโภคที่มีอยู่ก่อนใช้บริการ กับการรับรู้ (Perception) ที่มีต่อการบริการที่เกิดขึ้นจริง หรือที่เรียกว่ามาตรวัด SERVQUAL หรือ P-E Measurement ซึ่งมาตรวัด SERVQUAL ถือเป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการของ Parasuraman et al. [12] และเป็นมาตรวัดที่นิยมนำประยุกต์ใช้มากที่สุด โดยมาตรวัด SERVQUAL ได้แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ 5 มิติ ซึ่งได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) และความเข้าใจและความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ทั้งนี้ คุณภาพการบริการ 5 มิติ ดังกล่าว ได้ถูกพิจารณานำมาใช้ในการศึกษาในบริบทของการให้บริการประปาในประเทศไทยในหลากหลายการศึกษา ได้แก่ Ubolpong [5] Plodthong [8] Leelahateeraphong [16] Jansupasen [17] Darai [18] และ Siriwandee [19] เป็นต้น

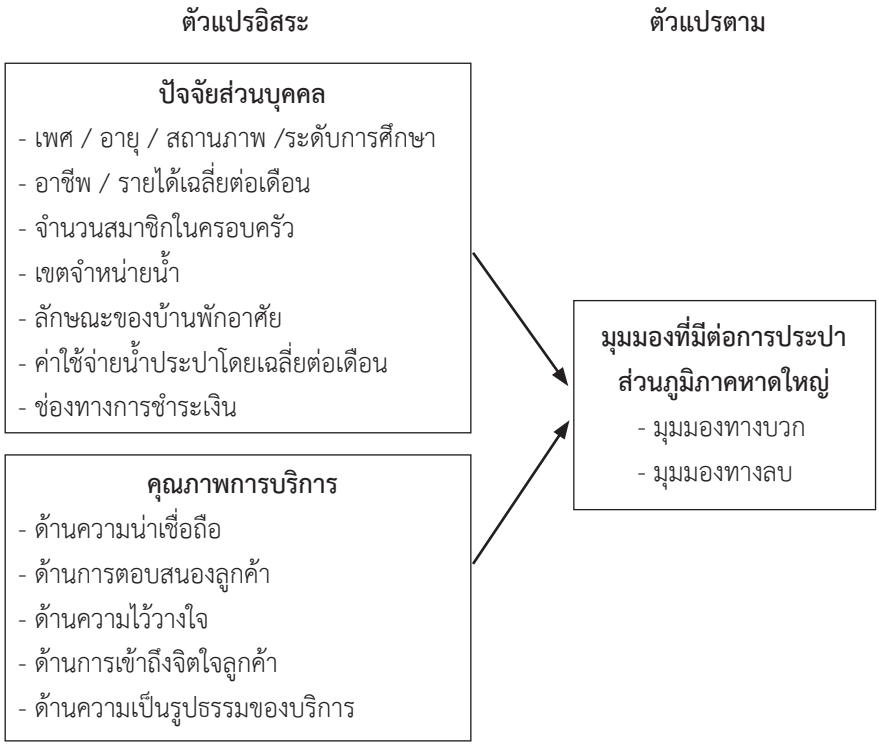
มุมมองในทางบวกและมุมมองทางลบ

มุมมองทางบวก (Positive Aspect) และมุมมองทางลบ (Negative Aspect) คือ ระดับความสามารถของบุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง [20] ซึ่งการแสดงออกซึ่งมุมมองในทางบวกและมุมมองในทางลบนั้น บุคคลจะผ่านการคิดพิจารณาอย่างเป็นระบบถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น หากการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นพบว่า เป็นสิ่งที่ดีหรือมีประโยชน์ต่อตนเองแล้ว จะส่งผลต่อประประเมินในสิ่งดังกล่าวนั้นในทางบวก ในทางตรงกันข้าม จะส่งผลในมุมมองที่เป็นลบ หากบุคคลพิจารณาสิ่งที่ได้รับนั้นว่า เป็นสิ่งที่ไม่ดีหรือไม่มีประโยชน์ [21] การศึกษามุมมองในทางบวกและมุมมองทางลบที่รับรู้โดยผู้ใช้บริการจึงมีความสำคัญ เพราะเป็นตัวชี้วัดที่นำไปสู่เรื่องของความภักดีต่อผลิตภัณฑ์และการใช้บริการ สร้างความผูกพันระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ การสร้างความพึงพอใจและไม่พึงพอใจได้ [22]

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลจำนวน 11 ปัจจัย และคุณภาพการบริการตามมาตรวัด SERVQUAL 5 มิติ ที่ส่งผลต่อมุมมองในทางบวกและมุมมองทางลบที่ผู้รับบริการมีต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ สำหรับทฤษฎีที่ที่นำมาใช้เป็นกำแพงหนุน (Underpinning Theory) สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ คือ ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ซึ่งได้รับการพัฒนา

โดย Ajzen and Fishbein ในปี 1975 [21] และแนวคิดของ Cronin and Taylor [13] ที่มองว่า ความเชื่อและทัศนคติ ตลอดจนปัจจัยส่วนบุคคลเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม ซึ่งจากแนวคิดดังกล่าว สามารถอธิบายกรอบแนวคิดในการวิจัยของการศึกษาครั้งนี้ได้ว่า มุมมองทางบวกและทางลบที่ผู้ใช้บริการ เป็นผลมาจากปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพการบริการ จึงสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample) คือ จำนวนผู้ใช้นำประเภทครัวเรือนในเขตความรับผิดชอบของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ทั้งหมด 82,923 ราย ซึ่งเป็นข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561และคำนวณหาขนาดตัวอย่าง โดยเทียบจากตารางสัดส่วนของ Krejcie and Morgan [23] ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้น้ำประเภทครัวเรือนของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง

2. การสุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนการได้ตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเทียบสัดส่วน (Proportionate Stratified Sampling) ของกลุ่มประชากรผู้ใช้น้ำจำนวน 82,923 คน โดยคำนวณจากการนำสัดส่วนของจำนวนประชากรผู้ใช้น้ำแต่ละเทศบาล ทั้ง 6 เทศบาล (เทศบาลนครหาดใหญ่ เทศบาลเมืองบ้านพรุ เทศบาลเมืองคลองแห เทศบาลเมืองควนลัง เทศบาลเมืองคอหงส์ เทศบาลตำบลน้ำน้อย) ต่อประชากรทั้งหมดไปคูณกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างจนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเทศบาล หลังจากนั้น ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) คือ สุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

โดยแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าบ้าน และมีประสบการณ์ในการมารับการบริการ การชำระค่าบริการในช่องทางต่าง ๆ ของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ ตามสัดส่วนของแต่ละพื้นที่ที่ได้กำหนดไว้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) แบบสอบถามเกี่ยวกับ 5 มิติคุณภาพการบริการ และ 3) แบบสอบถามเกี่ยวกับมุมมองที่มีต่อการประปาส่วนภูมิภาค ทั้งนี้ ข้อคำถามมีรูปแบบการตอบในหลากลักษณะ ได้แก่ ข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) คำถามแบบมีตัวเลือกหลายคำตอบ แต่ให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple Choice Single Response Scale) และคำถามแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) จาก “ความสำคัญมากที่สุด” ถึง “ความสำคัญน้อยที่สุด” ทั้งนี้ ได้ทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาค (Cronbach’s Alpha) ของตัวแปรคุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติ อยู่ระหว่าง .890 - .953 ทั้งนี้ ข้อคำถามในแบบสอบถามได้ถูกตรวจสอบเบื้องต้น (Preliminary Test) ในส่วนของความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง หรือ IOC (Index of Item-Objective Congruence) ซึ่งผ่านเงื่อนไขของความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้ว

สถิติที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพการบริการมีผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบนั้น ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression)

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย มีผลการศึกษาดังนี้ ด้านข้อมูลส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน ร้อยละ 62.50 เพศชาย จำนวน 150 คน ร้อยละ 37.50 มีอายุระหว่าง 20–30 ปี จำนวน 171 คน ร้อยละ 42.75 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31–40 ปี จำนวน 76 คน ร้อยละ 19.00 ในด้านสถานภาพพบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 44.25 รองลงมา คือ มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 42.50 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ร้อยละ 13.25 ผู้ตอบมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 43.00 ในด้านการประกอบอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 26.75 รองลงมา คือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,001–20,000 บาท ร้อยละ 32.25 และ 20,001–30,000 บาท ร้อยละ 25.70 จำนวนสมาชิกในครอบครัวพบว่าส่วนใหญ่พบว่า เป็นครอบครัวที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4–5 คน ร้อยละ 45.50 และมีลักษณะของบ้านพักอาศัยส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยว ร้อยละ 44.25 รองลงมา คือ ลักษณะที่พักอาศัยแบบตึกแถว /อาคารพาณิชย์ ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียม ทั้งนี้ ในส่วนของค่าใช้จ่ายน้ำประปาโดยเฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ส่วนใหญ่ใช้จ่ายเฉลี่ย 100–500 บาท ร้อยละ 61.25 และช่องทางในการชำระค่าน้ำประปาส่วนใหญ่ชำระโดยสำนักงานประปา ร้อยละ 58.50 รองลงมา คือ เซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 15.50 เคาน์เตอร์เซอร์วิส ร้อยละ 14.75 และธนาคาร ร้อยละ 11.25

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	150	37.50
	หญิง	250	62.50
อายุ	อายุต่ำกว่า 20 ปี	47	11.75
	อายุ 20–30 ปี	171	42.75
	อายุ 31–40 ปี	76	19.00
	อายุ 41–50 ปี	69	17.25
	อายุ 51 ปีขึ้นไป	37	9.25
สถานภาพ	โสด	177	44.25
	สมรส	170	42.50
	หม้าย/หย่าร้าง	53	13.25
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	105	26.25
	อนุปริญญา/ปวส.	89	22.25
	ปริญญาตรี	172	43.00
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	34	8.50
อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	26.75
	พนักงานบริษัทเอกชน	57	14.25
	ธุรกิจส่วนตัว/ เกษตรกรรม / กสิกรรม/ ค้าขายและรับจ้างทั่วไป	175	43.75
	นักเรียน/นักศึกษา	61	15.25
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	105	26.25
	10,001 – 20,000 บาท	129	32.25
	20,001 – 30,000 บาท	128	32.00
	30,001 บาทขึ้นไป	38	9.50
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	1 คน	7	1.75
	2-3 คน	154	38.50
	3 คนขึ้นไป	239	59.75
เขตจำหน่ายน้ำ	เทศบาลนครหาดใหญ่	188	47.00
	เทศบาลเมืองบ้านพรุ	26	6.50
	เทศบาลเมืองคลองแห	38	9.50
	เทศบาลเมืองควนลัง	46	11.50
	เทศบาลเมืองคอหงส์	94	23.50
	เทศบาลตำบลน้ำน้อย	8	2.00

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ตัวแปร		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลักษณะของบ้านพักอาศัย	บ้านเดี่ยว	177	44.25
	ตึกแถว /อาคารพาณิชย์	112	28.00
	ทาวน์เฮ้าส์	96	24.00
	คอนโดมิเนียม	15	3.75
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาโดยเฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 100 บาท	69	17.25
	100 - 500 บาท	145	61.25
	501 - 1,000 บาท	59	14.75
	1,001 บาทขึ้นไป	27	6.75
ช่องทางการชำระค่าน้ำประปา	สำนักงานประปา	234	58.50
	เคาน์เตอร์เซอร์วิส	59	14.75
	ธนาคาร	45	11.25
	เซเว่นอีเลฟเว่น	62	15.50

ด้านระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการใน 5 มิติ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 ($\bar{X}$ =4.08, S.D.= 0.45) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้น้ำมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ย 4.15 ($\bar{X}$ =4.15, S.D.= 0.50) ด้านการเข้าถึงจิตใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.14 ($\bar{X}$ =4.14, S.D.= 0.51) ด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.11 ($\bar{X}$ =4.11, S.D.= 0.53) ด้านความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ย 4.10 ($\bar{X}$ =4.10, S.D.= 0.51) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.91 ($\bar{X}$ =3.91, S.D.= 0.71) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรคุณภาพการบริการใน 5 มิติ

ตัวแปร	Mean Score	S.D.	ระดับ
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.15	0.50	มาก
ด้านการตอบสนองลูกค้า	4.11	0.53	มาก
ด้านความไว้วางใจ	4.10	0.51	มาก
ด้านการเข้าถึงจิตใจลูกค้า	4.14	0.51	มาก
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.91	0.71	มาก

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อมุมมองทางบวกและทางลบของผู้ใช้บริการของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression) มีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อมุมมองทางบวกและทางลบของผู้ใช้บริการของการประปาส่วนภูมิภาค สาขาหาดใหญ่

ปัจจัย	B	Exp(B)
เพศ		
ชาย	0.000	1.000
หญิง	.192	1.212
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	0.000	1.000
20-30 ปี	1.216	3.372
31-40 ปี	1.800*	6.051
41-50 ปี	1.805*	6.078
51 ปี ขึ้นไป	2.294*	9.911
สถานภาพ		
โสด	0.000	1.000
สมรส	-1.053*	.349
หม้าย/หย่าร้าง	-1.500*	.223
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	0.000	1.000
อนุปริญญา/ปวส.	-.056	.945
ปริญญาตรี	.299	1.348
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	.905	2.472
อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0.000	1.000
พนักงานบริษัทเอกชน	2.427**	11.326
ธุรกิจส่วนตัว	1.375*	3.955
เกษตรกรรม/กสิกรรม	1.739	5.689
รับจ้างทั่วไป	.340	1.406
ค้าขาย	1.415*	4.116
นักเรียน/นักศึกษา	1.341	3.824
รายได้เฉลี่ย/เดือน		
10,000 บาท หรือต่ำกว่า	0.000	1.000
10,001 – 20,000 บาท	-.828	.437
20,001 – 30,000 บาท	-1.353**	.258
30,001 บาทขึ้นไป	-.771	.463
เขตจำหน่ายน้ำ		
เทศบาลนครหาดใหญ่	0.000	1.000

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อมุมมองทางบวกและทางลบของผู้ใช้บริการของการประปาส่วนภูมิภาค สาขาหาดใหญ่ (ต่อ)

ปัจจัย	B	Exp(B)
เทศบาลเมืองบ้านพรุ	1.200*	3.319
เทศบาลเมืองคลองแห	-.535	.586
เทศบาลเมืองควนลัง	-.357	.700
เทศบาลเมืองคอหงส์	-.436	.647
เทศบาลตำบลน้ำน้อย	1.225	3.404
ลักษณะของบ้านพักอาศัย		
บ้านเดี่ยว	0.000	1.000
ตึกแถว /อาคารพาณิชย์	-.191	.826
ทาวน์เฮ้าส์	-.671	.511
คอนโดมิเนียม	.450	1.568
ค่าใช้จ่ายในการใช้น้ำประปาโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 100 บาท	0.000	1.000
100 - 500 บาท	-.220	.803
501 - 1,000 บาท	.128	1.137
1,001 บาทขึ้นไป	.614	1.847
ช่องทางการชำระค่าน้ำประปา		
สำนักงานประปา	0.000	1.000
เคาน์เตอร์เซอร์วิส	-.330	.719
ธนาคาร	-.082	.921
เซเว่นอีเลฟเว่น	-1.629**	.196
ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ	1.679**	5.358
ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า	-1.215*	.297
ปัจจัยด้านความไว้วางใจ	.156	1.168
ปัจจัยด้านการเข้าถึงจิตใจลูกค้า	.077	1.080
ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรม	-.575	.563
ค่าคงที่	-3.334	.036
-2 Log Likelihood (Intercept only)	380.131	
-2 Log Likelihood (Final)	298.109	
Model Chi-square	82.022	
R-square (Cox&Snell)	.185	
R-square (Nagelkerke)	.302	
Percent Correct	81.8	

หมายเหตุ: *p-value<0.05, **p-value<0.01

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression) พบว่า ค่า -2 Log Likelihood ของตัวแบบที่ประกอบด้วยค่าคงที่ (Intercept) อย่างเดียว มีค่ามากกว่าตัวแบบที่ประกอบด้วยค่าคงที่และตัวแปรอิสระ กล่าวคือ ตัวแบบที่มีตัวแปรอิสระรวมอยู่ด้วยมีความเหมาะสมมากกว่าตัวแบบที่มีค่าคงที่เพียงอย่างเดียว แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม และแบบจำลองสามารถพยากรณ์ได้ถูกต้องถึงร้อยละ 81.8 โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบของประชาชนผู้ใช้บริการการประปาส่วนภูมิภาคสาขา

1. หาดใหญ่ ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เขตจำหน่ายน้ำ และช่องทางการชำระค่าน้ำประปาพบว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีโอกาสที่จะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมมองบวกมากกว่าผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ประมาณ 6 เท่า ส่วนผู้ที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีโอกาสที่จะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมมองบวกมากกว่าผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ประมาณ 10 เท่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีโอกาสที่จะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมมองลบ ประมาณ 65% เมื่อเทียบกับผู้ที่มีสถานภาพโสด และผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้างมีโอกาสที่จะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมมองลบ ประมาณร้อยละ 22 เมื่อเทียบกับผู้ที่มีสถานภาพโสด ผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีโอกาสที่จะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมมองบวกมากกว่าผู้ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ประมาณ 11 เท่า ส่วนผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและค้าขาย มีโอกาสที่จะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมมองบวกมากกว่าผู้ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ประมาณ 4 เท่า ผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มีโอกาสที่จะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมมองลบ ประมาณร้อยละ 26 เมื่อเทียบกับผู้ที่มีรายได้ 10,000 บาท หรือต่ำกว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในเทศบาลเมืองบ้านพรุมีโอกาสที่จะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมมองบวกมากกว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในเทศบาลนครหาดใหญ่ ประมาณ 3 เท่า ผู้ที่ชำระค่าน้ำประปาผ่านช่องทางการชำระที่มีค่าธรรมเนียมการชำระค่าบริการมีโอกาสที่จะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมมองลบ ประมาณร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับผู้ที่ชำระค่าน้ำประปาผ่านสำนักงานประปา

2. คุณภาพการบริการที่มีผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบของประชาชนผู้ใช้บริการการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการใน 5 มิติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ และ ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบ กล่าวคือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แสดงว่า ถ้าการประปาส่วนภูมิภาคมีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น 1 ระดับ โอกาสที่ผู้ใช้บริการจะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมบวก จะเพิ่มขึ้นประมาณ 5 เท่า ในส่วนของปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม แสดงว่า ถ้าการประปาส่วนภูมิภาคมีการตอบสนองลูกค้าลดลง 1 ระดับ โอกาสที่ผู้ใช้บริการจะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมมองลบจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 30

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยในครั้งนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เขตจำหน่ายน้ำ และช่องทางการชำระค่าน้ำประปา มีความสำคัญต่อมุมมองในทางบวกและทางลบที่ผู้ใช้บริการมีต่อการประปาส่วนส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ จึงจัดเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหวและจำเป็นต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายปัจจัยที่มีผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบจะพบว่า ผู้ใช้บริการน้ำประปาที่มีอายุมากจะมีมุมมองในทางบวกต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่มากกว่าผู้ใช้บริการในกลุ่มอายุอื่น ๆ และผู้ใช้บริการกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีมุมมองทางบวกต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่น้อยกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ กล่าวคือ อายุมีผลต่อมุมมองในทางบวกและทางลบที่ผู้ใช้บริการมีต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ ทั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Darai [18] ที่พบว่า อายุที่แตกต่างของผู้ใช้บริการน้ำประปามีผลต่อมุมมองที่ผู้ใช้บริการมีต่อการให้บริการของการประปา เมื่อพิจารณาในส่วนของผู้ใช้บริการน้ำประปาที่มีสถานภาพโสด จะมีมุมมองทางบวกต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ มากกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพอื่น ๆ สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสมีมุมมองทางลบต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Khamrak [6] ที่อธิบายว่า สถานภาพของผู้ใช้บริการน้ำประปาในแต่ละกลุ่มอายุ มีอิทธิพลต่อการประเมินคุณภาพการบริการของการประปา ในด้านการประกอบอาชีพของกลุ่มผู้ใช้บริการน้ำประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ ผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และค้าขาย จะมีมุมมองทางบวกต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่มากกว่ากลุ่มผู้ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Winitketkumnuan [24] และ Khamrak [6] ที่อธิบายว่า กลุ่มอาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีมุมมองต่อการให้บริการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้พบว่า ผู้ใช้บริการน้ำประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ ที่มีรายได้มาก มีมองในมุมมองลบมากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้น้อย กล่าวคือ รายได้ยิ่งสูงยิ่งมีมุมมองลบต่อการให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ ทั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Khamrak [6] และ Huarungruang [25] ในด้านผู้ใช้บริการประปาที่อยู่ในเขตบริการประปาของเทศบางบาลบ้านพรุ มีมุมมองทางบวกต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่มากกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่อยู่ในเขตบริการประปาของเทศบาลนครหาดใหญ่ ถึง 3 เท่า หรือ กล่าวได้ว่า พื้นที่ที่ให้บริการที่แตกต่างกันความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกัน ทั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Raiklang [9] ที่พบว่า เขตพื้นที่ให้บริการน้ำประปาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ใช้บริการน้ำประปา และในด้านช่องทางการชำระค่าประปา ผู้ใช้บริการที่ชำระค่าน้ำประปาผ่านช่องทางการชำระที่มีค่าธรรมเนียมการชำระมีมุมมองต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ในมุมมองลบ เมื่อเทียบกับการชำระค่าประปาผ่านสำนักงานประปา ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการน้ำประปามีความอ่อนไหวต่อราคา สอดคล้องกับการศึกษาของ Siriwandee [19] Ansupasen [17] และ Noopetch [26] นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Leeyutthanont [7] ที่พบว่า หากผู้ใช้บริการน้ำประปาต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเพิ่มในการชำระค่าน้ำประปา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้ำประปาก็จะลดลง

ข้อค้นพบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ คุณภาพการบริการ ในมิติความน่าเชื่อถือและการตอบสนองลูกค้า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อมุมมองของผู้ใช้บริการ โดยที่ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมุมมองผู้ใช้บริการ ซึ่งสัมพันธ์กับแนวคิดที่อธิบายไว้โดย Cronin and Taylor [13] Rust and

Zahorik [14] และ Bitner [15] กล่าวคือ ปัจจัยคุณภาพบริการเป็นตัวกำหนดมุมมองทางบวกและทางลบที่ผู้ใช้บริการมีต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ จากผลการศึกษาที่พบว่า ความน่าเชื่อถือที่เพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้โอกาสที่ผู้ใช้บริการมีมุมมองทางบวกต่อการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่เพิ่มขึ้นประมาณ 5 เท่า นั่นแสดงว่า หากการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่มีความสามารถในการให้บริการได้ตรงกับที่สัญญาไว้กับผู้ใช้บริการ โดยที่การบริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและจะต้องให้ผลเหมือนเดิมทุกครั้ง แสดงถึงความสม่ำเสมอของคุณภาพงานบริการ เมื่อผู้รับบริการรู้สึกถึงคุณภาพ ความถูกต้องสม่ำเสมอแล้ว ก็จะทำให้รู้สึกว่าบริการดังกล่าวเป็นบริการที่น่าเชื่อถือและไว้ใจได้และส่งผลต่อมุมมองในทางบวกที่ผู้ใช้บริการจะมีเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับมุมมองของผู้ใช้บริการ โดยที่ หากการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่มีระดับการตอบสนองลูกค้าลดลง 1 ระดับ โอกาสที่ผู้ใช้บริการจะมีมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของการประปาส่วนภูมิภาคในมุมมองลบนั้นจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 30 จึงกล่าวได้ว่า การตอบสนองลูกค้าเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ ดังนั้น ความพร้อม ความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่ทันท่วงที การทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงได้ง่ายและได้รับความสะดวก จึงเป็นจุดสำคัญต่อมุมมองในทางบวกและทางลบที่จะเกิดขึ้นกับการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

การให้ความสำคัญกับผู้ใช้น้ำประปาในทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้น อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน ภายใต้หลักการการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ ยุทธศาสตร์การดำเนินงานขององค์กร

จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ใช้บริการประปาในเขตบริการประปาของเทศบางบาลบ้านพรุ มีมุมมองทางบวกต่อต่อการบริการของประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่มากกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่อยู่ในเขตบริการประปาอื่น ๆ นั้น ควรจัดให้มีกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเขตบริการประปาภายใต้การกำกับดูแล เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของมาตรฐานการให้บริการ จุดที่ต้องแก้ไขและปรับปรุง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพการบริการในทุก ๆ เขตบริการ

คุณภาพการบริการ 5 มิติ มีประโยชน์ในการทำความเข้าใจคุณภาพการบริการที่รับรู้โดยผู้ใช้บริการ คุณภาพการบริการในทุก ๆ มิติ จึงมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนภารกิจของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ องค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะ ปัจจัยที่มีคุณภาพต่ำ คือ มิติด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ซึ่งครอบคลุมในเรื่องของ สถานที่ให้บริการ ความสะอาดของพื้นบริเวณรอรับบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และที่จอดรถ เป็นต้น นอกจากนี้ มิติด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนองลูกค้า เป็นมิติคุณภาพที่มีความสำคัญมากกว่ามิติด้านอื่น ๆ เพราะส่งผลโดยตรงต่อมุมมองในทางบวกและทางลบ ดังนั้น การให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ จึงต้องคำนึงถึงการรักษาคำมั่นสัญญาตามที่ให้ไว้แก่ผู้ใช้บริการ การวางตัวที่เหมาะสมกับหน้าที่ การมีความพร้อมในการให้บริการ สนใจและแก้ปัญหาได้ทันทีทันใด การนัดหมายกับผู้ใช้บริการที่จะต้องรวดเร็ว ตรงต่อเวลาและทันท่วงที ตลอดจนการรักษาคุณภาพน้ำประปาให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานอยู่เสมอ

เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงระบบการบริการและการสร้างแนวปฏิบัติที่ดี การประปาส่วนภูมิภาคสาขาหาดใหญ่ควรทำการศึกษาคุณภาพการบริการ ทัศนคติของผู้ใช้บริการ และตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่าง

สม่ำเสมอ การนำเกณฑ์คุณภาพการให้บริการมาเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการดำเนินงาน จะช่วยให้องค์กรสามารถตรวจสอบสิ่งผิดปกติที่จะเกิดขึ้น และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ อาทิ การศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ตลอดจนปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ เพื่อเพิ่มความหลากหลายแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ

2. การศึกษาโดยเลือกใช้เทคนิคทางสถิติใหม่ ๆ เช่น การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง จะทำให้การศึกษาวิจัยมีความน่าสนใจและมีความสามารถในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

3. การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพทำให้สามารถเข้าใจธรรมชาติของผู้ใช้บริการได้ในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

References

[1] Provincial Waterworks Authority, Hatyai Branch. (2019). *Water Usage Statistics Report*. Songkhla: Division of Information Systems, Provincial Waterworks Authority, Hatyai branch, Songkhla. (In Thai)

[2] Provincial Waterworks Authority, Hatyai Branch. (2014). *Customer Complaint Statistics Report*. Songkhla: Division of Information Systems, Provincial Waterworks Authority, Hatyai branch, Songkhla. (In Thai)

[3] Sasin Graduate Institute of Business Administration of Chulalongkorn University. (2013). *The Report on Marketing Model of Provincial Waterworks Authority*. Bangkok. (In Thai)

[4] Nida Consulting Center. (2013). *Customer's Satisfaction on PWA Services 2013*. Bangkok. (In Thai)

[5] Ubolpong, W. (2014). *Improving a Service Process of the Metropolitan Water Association: Ladproa Branch*. Independent study. Master of Business Administration, Bangkok: Kasembundit University. (In Thai)

[6] Khamrak, S. (2013). *People's Opinion towards Service Quality of Nongbua Municipality Waterworks Authority in Nongbua subdistrict, Muang District, Kanchanaburi Province*. Independent study. Master of Public Administration, Chonburi: Burapa University. (In Thai)

[7] Leeyutthanont, S. (2008). *The Satisfaction of Customers toward Service Waterworks in Suratthani Province*. Master's Thesis. Master of Business Administration, Suratthani: Suratthani Rajabhat University. (In Thai)

[8] Plodthong, J. (2011). *Service Quality of Staffs in Satun Provincial Waterworks Authority*. Independent study. Master of Public Administration, Chonburi: Burapa University. (In Thai)

[9] Raiklang, W. (2011). *People's Opinion towards Service Quality of Domestic Water Supply in Nongplalai, Bang Lamung District*. Independent study. Master of Public Administration, Chonburi: Burapa University. (In Thai)

[10] Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). *The Marketing Aspects of Service Quality*, in Berry, L., Shostack, G. & Upah, G. (Eds), Emerging Perspectives on Services Marketing, American Marketing Association, Chicago, IL, 99-107.

[11] Grönroos, C. (1990). *Service Management and Marketing. Managing the Moments of Truth in Service Competition*. Lexington MA: Lexington Books.

[12] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.

[13] Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.

[14] Rust, R. T., & Zahorik, A. J. (1993). Customer Satisfaction, Customer Retention, and Market Share. *Journal of Retailing*, 69, 193-215.

[15] Bitner, M. J. (1995). Building Service Relationships: It's All about Promises. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23, 246-251.

[16] Leelahateeraphong, S. (2008). *People's Opinion towards Service Quality of Provincial Waterworks Authority, Chonburi Branch*. Independent study. Master of Public Administration, Chonburi: Burapa University. (In Thai)

[17] Jansupasen, P. (2007). *Customer's Satisfaction towards the Services of Ko Kha Waterworks Office, Ko Kha District, Lamphang Province*. Master's Thesis. Master of Business Administration, Chiangrai: Chiangrai Rajabhat University. (In Thai)

[18] Darai, S. (2006). *Service Quality Assessment in Phranakhon Si Ayutthaya Waterworks Authority*. Master's Thesis. Master of Business Administration, Bangkok: Phranakhon Rajabhat University. (In Thai)

[19] Siriwandee, P. (2005). *Customer's Expectation towards the Service Quality of Siracha Waterworks Authority*. Independent study. Master of Public Administration, Chonburi: Burapa University. (In Thai)

[20] Scheier, M. F., Carver, C. S., & Bridges, M. W. (1994). Distinguishing Optimism from Neuroticism (and Trait Anxiety, Self-Mastery, and Self-Esteem): A Reevaluation of the Life Orientation Test. *Journal of Personality and Social Psychology, 67*(6), 1063.

[21] Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall.

[22] Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). Consumer Motivation and Effect. *Consumer Behavior*, 5.

[23] Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607-610.

[24] Winitketkumnuan, C. (2005). *Customer's Satisfaction towards the Services of Metropolitan Waterworks Authority: Case Study of Bangkhen Branch*. Master's Thesis. Master of Arts in Community Development, Bangkok: Phranakhon Rajabhat University. (In Thai)

[25] Huarungruang, T. (2007). *People's Opinion towards Service Quality of Domestic Water Supply in Huaykapi, Chonburi District*. Independent study. Master of Public Administration, Chonburi: Burapa University. (In Thai)

[26] Noopetch, P. (2008). *Waterworks Service Quality in Kohkeaw District, Phuket Province*. Independent study. Master of Public Administration, Khonkaen: Khonkaen University. (In Thai)