

การเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำ
ที่มีต่อการประปานครหลวง



นางสาวอัจฉรา ประมาธิกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

พ.ศ. 2542

ISBN 974-281-308-6

**Consumers' Information Exposure and Satisfaction with
The Metropolitan Waterworks Authority**

Miss Achara Poramathikul

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts**

**Department of Business Communication Arts
Graduate School, Dhurakijpundit University**

1999

ISBN 974-281-308-6



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการประปานครหลวง


โดย น.ส.อัจฉรา พรมาธิกุล

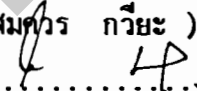
สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.พรทิพย์ หิมลสินธุ์


อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


..... ประธานกรรมการ
(รศ.ดร.สมถวิล กวียะ)


..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รศ.ดร.พรทิพย์ หิมลสินธุ์)

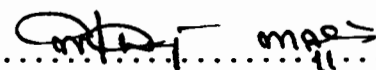
..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม


..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(อาจารย์ประจวบ อินออด)

..... กรรมการ


..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(อาจารย์อรุณ งามดี)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ดร.พีรพันธุ์ พาลุสุข)

วันที่ 15 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2542

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง "การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวง" เล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความร่วมมือและช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากบุคคลต่าง ๆ และการประปานครหลวง โดยให้ความสนับสนุนด้านข้อมูลต่าง ๆ คำแนะนำ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ตลอดจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ผู้เขียนขอขอบคุณการประปานครหลวง ที่ให้โอกาส ความร่วมมือ และอำนวยความสะดวก ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. พรทิพย์ พิมลสินธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความเมตตา และให้คำปรึกษาแนะนำตลอดการดำเนินงาน พร้อมทั้งคณาจารย์ทุกท่านที่เป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร. สมควร กวียะ อาจารย์อรุณ งามดี และอาจารย์ประจวบ อินอ็อค นอกจากบุคคลที่กล่าวถึงในเบื้องต้นแล้ว ยังมีบุคคลอีกเป็นจำนวนมากที่ได้ให้ความกรุณาและความร่วมมืออันดียิ่งด้านข้อมูลต่าง ๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์นี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้ เนื่องจากผู้เขียนไม่สามารถจะกล่าวนามได้ทั้งหมด จึงใคร่ขอขอบคุณทุกท่านอย่างสูงมา ณ ที่นี้

และท้ายสุด ผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณ อาจารย์วิรัช ผิวม่วง ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือและประสานงานต่าง ๆ ในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จด้วยดี ขอขอบคุณพี่และเพื่อนร่วมรุ่นทุกท่านที่ให้ความห่วงใยและกำลังใจตลอดมา

หากวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้มีส่วนดีและเป็นประโยชน์ต่อท่านผู้อ่าน ผู้เขียนขอมอบความดีนี้ให้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น และบิดา มารดา พี่น้อง ญาติ รวมถึงเพื่อนพนักงานการประปานครหลวงผู้เป็นกำลังใจตลอดมาจนกระทั่งประสบความสำเร็จ สิ่งใดขาดตกบกพร่องผู้เขียนขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

อังฉรา ปรมาริกุล

เมษายน 2542

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ ภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อ ภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๗
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	13
สมมติฐานการวิจัย.....	13
ขอบเขตของการวิจัย.....	13
นิยามคำศัพท์.....	14
ประโยชน์ของการวิจัย.....	16
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	16
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
แนวความคิดทางการสื่อสาร.....	18
ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน.....	19
ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	24
ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ.....	31
แนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	33
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	44
รูปแบบการวิจัย.....	44
ลักษณะทางประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	44
ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง.....	44
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	45
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	49
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป.....	50
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน.....	69
บทที่ 5 [*] สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	96
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	96
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	99
การอภิปรายผลการวิจัย.....	100
ข้อเสนอแนะ.....	102
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	106
บรรณานุกรม.....	107
ภาคผนวก.....	111
ประวัติผู้เขียน.....	129

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	50
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	50
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ ทางสังคม.....	51
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้ ต่อเดือน.....	52
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวน ผู้อยู่อาศัยในครอบครัว.....	53
6. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะ ที่อยู่อาศัย.....	54
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ใน 1 สัปดาห์.....	55
8. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการได้รับข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ของ กปน.จากประเภทของสื่อใน 1 สัปดาห์.....	56
9. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่จาก กปน. ในเรื่องต่าง ๆ.....	57
10. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการ ทราบข่าวสารจาก กปน. ในเรื่องต่าง ๆ.....	58
11. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจ เกี่ยวกับข่าวสารความรู้ที่ กปน.เผยแพร่.....	59
12. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเห็นข่าวสารเกี่ยวกับ การประหยัดน้ำ และการรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า.....	59
13. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรม การรับข่าวสารการประหยัดน้ำและการรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ที่เผยแพร่จาก กปน.....	60
14. แสดงผลการทดสอบความรู้เกี่ยวกับกปน.ของกลุ่มตัวอย่าง.....	61

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
15. แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างด้านการดำเนินงาน ของ กปน.....	62
16. แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างด้านบริการของ กปน.....	64
17. แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างด้านข้อมูลข่าวสาร ที่เผยแพร่จาก กปน.....	66
18. แสดงผลสรุปข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร และการบริการที่ผู้ใช้น้ำได้รับจาก กปน.....	67
19. แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับการได้รับ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่จาก กปน.....	70
20. แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความสนใจ ในข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	71
21. แสดงความแตกต่างระหว่างระดับรายได้กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ต่าง ๆ ที่เผยแพร่จาก กปน.....	72
22. แสดงความแตกต่างระหว่างระดับรายได้กับความสนใจในข่าวสาร ที่เผยแพร่จาก กปน.....	73
23. แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความ พึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีการดำเนินงานของ กปน.....	75
24. แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความ พึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของ กปน.....	76
25. แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความ พึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	77
26. แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความ พึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.....	78
27. แสดงความแตกต่างระหว่างระดับรายได้กับความพึงพอใจ ของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน.....	79
28. แสดงความแตกต่างระหว่างระดับรายได้กับความพึงพอใจ ของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของ กปน.....	80

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
29. แสดงความแตกต่างระหว่างระดับรายได้กับความพึงพอใจ ในข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	81
30. แสดงความแตกต่างระหว่างระดับรายได้กับความพึงพอใจ โดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.....	82
31. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อบุคคลกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	84
32. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อบุคคลกับความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	84
33. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อวิทยุกระจายเสียงกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	85
34. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อวิทยุกระจายเสียงกับความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	85
35. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อโทรทัศน์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	86
36. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อโทรทัศน์กับความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	86
37. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจาก หนังสือพิมพ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	87
38. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจาก หนังสือพิมพ์กับความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	87
39. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจาก หนังสือพิมพ์กับการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	88
40. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจาก หนังสือพิมพ์กับความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	88
41. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการ ดำเนินงานของ กปน.....	90

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
42. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการ ของ กปน.....	90
43. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร ที่เผยแพร่จาก กปน.....	91
44. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่ต่อ กปน.....	91
45. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่เคยใช้บริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ การดำเนินงานของกปน.....	92
46. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่เคยใช้บริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการ ของ กปน.....	92
47. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่เคยใช้บริการทางโทรศัพท์ ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสาร ที่เผยแพร่จาก กปน.....	93
48. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่เคยใช้บริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.....	93
49. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัด หน่วยงานของ กปน. กับความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กปน.	94
50. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัด หน่วยงานของ กปน.กับความพึงพอใจด้านบริการของ กปน.....	94
51. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงาน ของ กปน.กับความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.....	95
52. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยของ กปน. กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.	95

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำ
ที่มีต่อการประปานครหลวง
ชื่อนักศึกษา นางสาวอังฉรา ปรมาริกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร. พรทิพย์ พิมลสินธุ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา 2541

บทคัดย่อ

การประปานครหลวง (กปน.) เป็นองค์กรหนึ่งซึ่งต้องติดต่อกับหน่วยงานต่าง ๆ และประชาชนเป็นจำนวนมาก การติดต่อสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในยุคทองของการสื่อสารที่ไร้พรมแดน เพราะเป็นเครื่องมือในการที่จะทำให้ประชาชนผู้ใช้น้ำมีความรู้สึกที่ดีและมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ของกปน. ดังนั้นการศึกษาการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อกปน. จึงเป็นวิถีทางหนึ่งที่จะทำให้ทราบว่า ข้อมูลข่าวสารที่กปน. เผยแพร่โดยผ่านสื่อต่าง ๆ นั้น ผู้ใช้น้ำได้รับข่าวสาร และความรู้ในเรื่องที่เผยแพร่มากน้อยอย่างไร รู้จักกปน. มากขึ้นหรือไม่ และมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำอย่างไร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำและปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ด้วยการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ไคสแควร์ และค่า t-test ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของผู้ใช้น้ำโดยส่วนมากจะมีความถี่ของการเปิดรับข่าวสารในระดับ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์มากถึงระดับ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ สำหรับข่าวสารที่เผยแพร่จากกปน. นั้น ผู้ใช้น้ำได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเช่นเดียวกัน แต่สื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ออกไปนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้น้ำได้น้อยที่สุด ในด้านของประเภทข่าวสารที่เผยแพร่จากกปน. นั้น ข่าวที่ผู้ใช้น้ำได้รับมากที่สุดคือ ข่าวการประหยัคน้ำ และมีความต้องการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับน้ำไม่ไหลหรือการหยุดจ่ายน้ำมากที่สุด ส่วนความรู้เกี่ยวกับกปน. นั้น ผู้ใช้น้ำมีความรู้ใน

ระดับปานกลางค่อนข้างมาก และพบว่าผู้ใช้น้ำมีความพึงพอใจต่อกปน. ในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทั้งสถานภาพทางสังคม และระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปา นครหลวงแตกต่างกัน สำหรับด้านการเปิดรับสื่อแต่ละประเภทของผู้ใช้น้ำไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร แต่มีความสัมพันธ์กับความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จากการประปา นครหลวง และสำหรับความรู้ในเรื่องต่าง ๆ นั้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทุก ๆ ด้าน ยกเว้นความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานด้านบริการ และความพึงพอใจโดยรวมของกลุ่มที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของการประปา นครหลวง

testing, the difference in status and income level of the consumers does not affect the exposure to media and the consumer satisfaction. There is no relationship between the types of the consumers and the exposure to the information. But there is a relationship between the types of the consumers and the interest of the consumers in the information given by MWA. There is a relationship between knowledge of consumer and the consumer satisfaction in every aspect except for the satisfaction of the consumer to the operation and service of MWA and the aggregate satisfaction of the group of the consumers who have knowledge about the affiliation offices of the MWA.

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาพการณ์ปัจจุบัน การสื่อสารได้มีการพัฒนาให้ก้าวหน้าขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง ในหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ต่างก็หันมาให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารที่จะเผยแพร่ออกไปให้มวลชนหรือกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ โดยเฉพาะในหน่วยงานหรือองค์กรที่มีความจำเป็นต้องทำงานเกี่ยวข้องกับประชาชนจำนวนมาก ยิ่งมีความจำเป็นที่จะต้องมีการจัดกระบวนการสื่อสารเพื่อที่จะให้ความรู้ และข้อมูลต่างๆ แก่ประชาชนและกลุ่มเป้าหมาย และได้รับความพึงพอใจให้มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากหน่วยงานและองค์กรต่างก็มีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความสัมพันธ์ ความเข้าใจอันดีระหว่างกัน การยอมรับ และการเกิดภาพลักษณ์ที่ดี ที่กลุ่มเป้าหมาย และมวลชนให้มีต่อหน่วยงานหรือองค์กรของตน เพราะนั่นย่อมหมายถึงความร่วมมือและการสนับสนุนที่องค์กรเหล่านั้นจะได้รับจากกลุ่มเป้าหมายหรือมวลชน

ผลจากเปลี่ยนแปลงปรับปรุง และการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการศึกษา แม้กระทั่งด้านจำนวนประชากรมีผลทำให้องค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาล ภาคเอกชน หรือองค์กรที่มีได้มุ่งหวังผลกำไร มีการขยายตัวปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทในองค์กรต่าง ๆ เหล่านี้มากขึ้น ธุรกิจส่วนใหญ่เริ่มยอมรับว่าข้อมูลข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับองค์กรมีความสำคัญต่อตัวองค์กร และรัฐบาล รวมทั้งรัฐวิสาหกิจ ก็เริ่มตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารจากองค์กร ไปสู่ประชาชนและจากประชาชนมายังองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งรัฐบาลในระบบประชาธิปไตย ซึ่งจะต้องมีหน้าที่รายงานสิ่งต่าง ๆ ต่อประชาชนในปกครอง

การประสานครหลวง เป็นองค์กรหนึ่งที่จะต้องทำการติดต่อกับหน่วยงานอื่น ๆ และประชาชนเป็นจำนวนมาก และเป็นองค์กรที่อยู่ในลักษณะไม่ต้องแข่งขันกับองค์กรและหน่วยงานอื่น นอกจากแข่งขันกับตัวเอง ระบบการสื่อสารและการให้บริการข้อมูลข่าวสารในยุคเดิมจึงไม่ค่อยมีบทบาทกับการบริหารงานมากนัก แต่ในยุคปัจจุบัน การติดต่อสื่อสารได้เข้า

6. การให้บริการเกี่ยวกับน้ำประปาเพื่อสาธารณประโยชน์ อาทิ การดับเพลิง การแจกน้ำแก่ผู้ประสบอุทกภัย การแจกน้ำในงานการกุศล เป็นต้น

ในด้านการดำเนินงานของการประปานครหลวงได้มีโครงการลงทุนขยายงานด้วยการจัดทำแผนแม่บท ระยะยาว 30 ปี เพื่อใช้เป็นแผนแม่บทในการปรับปรุงกิจการประปา เริ่มตั้งแต่ปี 2513 ถึง 2543 แต่เนื่องจากการเจริญเติบโตของกรุงเทพฯ เร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้ การประปานครหลวงจึงปรับปรุงแผนแม่บทใหม่ เริ่มตั้งแต่ปี 2530 ถึงปี 2560

โครงการและผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2538

งานปรับปรุงโรงงานผลิตน้ำสามเสน ภายใต้โครงการแผนหลักครั้งที่ 3 (ปี 2535 - 2537) เป็นงานปรับปรุงโรงงานผลิตน้ำสามเสน เพื่อเพิ่มกำลังผลิตน้ำอีกวันละ 142,000 ลูกบาศก์เมตร งบประมาณ 454.0 ล้านบาท เริ่มงานก่อสร้างเมื่อเดือนกรกฎาคม 2535 แล้วเสร็จในเดือนเมษายน 2538

โครงการแผนหลักครั้งที่ 4 (ปี 2534 - 2539)

เพิ่มปริมาณการผลิตน้ำที่โรงงานผลิตน้ำบางเขนเพื่อรองรับการเพิ่มจำนวนผู้น้ำ อีกวันละ 400,000 ลูกบาศก์เมตร ก่อสร้างท่อส่งน้ำความยาว 20 กิโลเมตร และวางท่อประชนและท่อจ่ายน้ำยาว 1,200 กิโลเมตร งบประมาณ 779,801 ล้านบาท ผลงานทั้งโครงการถึงสิ้นปีงบประมาณ 2538 แล้วเสร็จร้อยละ 54.80 งานที่เหลือเป็นงานระบบจ่ายน้ำ สำหรับงานระบบผลิตได้แล้วเสร็จและได้จ่ายน้ำไปแล้วในปีงบประมาณ 2538

โครงการแผนงานหลักครั้งที่ 5 (ปี 2535-2539)

ก่อสร้างโรงงานผลิตน้ำริมคลองมหาสวัสดิ์ ให้ผลิตน้ำได้วันละ 400,000 ลูกบาศก์เมตร และวางท่อประปาขนาดต่าง ๆ ระยะทาง 1,200 กิโลเมตร ให้สามารถผลิตจ่ายน้ำให้แก่กรุงเทพฯฝั่งตะวันตกในปี 2539 งบประมาณ 7,663.5 ล้านบาท ผลงานทั้งโครงการถึงสิ้นปีงบประมาณ 2538 แล้วเสร็จร้อยละ 51.70

โครงการแผนงานหลักครั้งที่ 6 (ปี 2536-2541)

ก่อสร้างขยายกำลังผลิตน้ำที่โรงงานผลิตน้ำมหาสวัสดิ์อีกวันละ 400,000 ลูกบาศก์เมตร วางท่อส่งน้ำความยาว 34 กิโลเมตร ก่อสร้างสถานีสูบน้ำบริเวณถนนเพชรเกษม

และวางท่อประปายาว 550 กิโลเมตร งบประมาณ 10,113.0 ล้านบาท ผลงานทั้งโครงการถึง
สิ้นปีงบประมาณ 2538 แล้วเสร็จร้อยละ 1.24

โครงการคลองประปาฝั่งตะวันตก (ปี 2536 - 2540)

ในช่วงแรกจะก่อสร้างคลองประปายาวประมาณ 36 กิโลเมตร เพื่อนำน้ำดิบจาก
แม่น้ำท่าจีนบริเวณอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มายังโรงงานผลิตน้ำมหาสวัสดิ์ จะแล้ว
เสร็จในปี 2539 นอกจากนั้นยังมีแผนงานต่อเนื่องที่จะก่อสร้างคลองประปาต่อไปอีก 70
กิโลเมตร เพื่อรับน้ำดิบจากแม่น้ำแม่กลอง คาดว่างานจะแล้วเสร็จภายในปี 2542 งบประมาณ
4,885.5 ล้านบาท ผลงานทั้งโครงการถึงสิ้นปีงบประมาณร้อยละ 41.86

โครงการพัฒนาโครงข่ายเส้นท่อประปา (ปี 2537 - 2541)

พัฒนาระบบเส้นท่อและระบบสูบน้ำเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และ
ประสิทธิภาพในการจ่ายน้ำให้สอดคล้องกับปริมาณน้ำที่ผลิตเพิ่มขึ้น งบประมาณ 4,690.1
ล้านบาท ผลงานทั้งโครงการถึงสิ้นปีงบประมาณ 2538 ร้อยละ 6.68

ภารกิจหลักของการประปานครหลวงในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

การประปานครหลวงเป็นหน่วยงานของรัฐ ที่ทำการอำนวยความสะดวกบริการ
สาธารณูปโภคในการจัดหา น้ำดิบมาผลิตและจำหน่ายน้ำประปาที่มีคุณภาพดี ให้แก่ผู้ใช้น้ำใน
พื้นที่รับผิดชอบ ในการบริหารและการจัดการให้มีปริมาณเพียงพอต่อเนื่องด้วยควมรวดเร็ว
ในราคาที่เป็นธรรมและให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับน้ำประปา เพื่อให้การประปานครหลวงพึ่ง
ตนเองได้ และเป็นรัฐวิสาหกิจขั้นดีเยี่ยม ภายใต้กรอบภารกิจหลักของการประปานครหลวง
ได้กำหนดแผนดำเนินงานในช่วงของแผนวิสาหกิจไว้ 9 ประการ คือ

1. การปรับปรุงการให้บริการแก่ผู้ใช้น้ำ

มุ่งเน้นการให้มีน้ำประปาพอเพียง ท่วถึง และการให้บริการที่รวดเร็วประทับใจ
ใจ เพิ่มความสนใจต่อชุมชนหนาแน่นและขยายการบริการไปยังพื้นที่ห่างไกล รวมถึงการจัด
รูปแบบการบริการที่เหมาะสมตามพื้นที่

2. การลดอัตราน้ำสูญเสีย

เพื่อเร่งรัดการลดอัตราน้ำสูญเสียให้เหลือไม่เกินร้อยละ 30

3. การปรับปรุงระบบส่ง - จ่ายน้ำ

เร่งพัฒนาระบบส่ง - จ่ายน้ำให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการให้บริการแก่
 ผู้ใช้น้ำ

4. การพัฒนาระบบการจัดการ และการบริหารทรัพยากรบุคคล

ปรับปรุงรูปแบบการบริหารการจัดการให้เป็นเชิงธุรกิจ โดยปรับปรุงโครงสร้างองค์กร ลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้น้อยลง ให้มีการกระจายอำนาจการบริหารในทุก
 ระดับให้เหมาะสม คล่องตัว รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกระดับให้มี
 ประสิทธิภาพสูงขึ้น และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงขององค์กร โดยมีการบริหารบุคคลที่ได้
 มาตรฐานและทันสมัย

5. การพัฒนาระบบเงินและการบัญชีในเชิงธุรกิจที่พึ่งตนเองได้

เพื่อให้สามารถบริหารการเงินขององค์กรให้มีฐานะการเงิน และการลงทุนที่
 พึ่งตนเองได้ โดยปรับปรุงโครงสร้างอัตราค่าน้ำให้สอดคล้องกับต้นทุนและค่าใช้จ่าย รักษา
 สภาพคล่องขององค์กรให้สูงขึ้น กำหนดอัตราส่วนทางการเงินให้มีเสถียรภาพและเหมาะสม
 ต่อการลงทุน

6. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้

ศึกษาวิจัยและพัฒนา หรือจัดหาเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในระบบการผลิต
 ระบบการกำจัดตะกอน ระบบการส่ง - จ่ายน้ำ ระบบการบริหารและการบริการ รวมทั้งจัดให้มี
 ีระบบสารสนเทศที่ทันสมัย

7. การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงาน
 ประชาชน และสาธารณชน

กำหนดแนวรุกในการสร้างภาพลักษณ์ ทิศนคติที่ดีต่อประชาชน องค์กร
 ท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงาน รวมถึงการจัดสถานที่การบริการต่อ
 ประชาชนให้สะดวก สวยงาม เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

8. การปรับปรุงคุณภาพน้ำให้ดื่มได้

ควบคุมคุณภาพน้ำให้ได้มาตรฐานน้ำดื่มขององค์การอนามัยโลกให้ประชาชน
 มีความมั่นใจว่าสามารถดื่มได้โดยปลอดภัยตลอดเวลา

9. จัดหาแหล่งน้ำดิบให้เพียงพอและแสวงหาแหล่งน้ำเป็นของตนเอง

เพื่อเป็นหลักประกันหากเกิดวิกฤตการณ์ขาดแคลนน้ำดิบ โดยให้มีแหล่งน้ำดิบ
 สำรองของการประปานครหลวงเองให้เพียงพอต่อการผลิตในยามวิกฤต รวมตลอดถึงการ

รณรงค์ถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรน้ำทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เพื่อการผลิตน้ำประปา

นอกจากนี้ การประปานครหลวงยังมีศูนย์ปฏิบัติการที่สำนักงานใหญ่รับแจ้งข้อแตก-ท่อรั่ว คำร้องเรียนและปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้น้ำ ตลอด 24 ชั่วโมง หมายเลขโทรศัพท์ 1125 (รายงานประจำปีการประปานครหลวง, 2538 : 42)

การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

ในด้านการดำเนินงานเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ที่จะเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนนั้น จะเป็นหน้าที่หลักของสำนักงานการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ดำเนินงานของสำนักงานการประชาสัมพันธ์นั้น จะพยายามดำเนินการด้านข่าวสารให้มีประสิทธิภาพโดยกระจายข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ให้เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานได้ทราบอย่างทั่วถึงในด้านข่าวสาร และวิชาความรู้ อาทิ (รายงานประจำปี กปน., 2538 : 44 - 45)

- จัดให้มีห้องสมุดสำหรับพนักงาน
- จัดทำ “ข่าวประชาสัมพันธ์” ออกเป็นประจำทุกสัปดาห์
- จัดทำจุลสาร “ประปาสัมพันธ์” ออกประจำรายปี
- จัดทำวารสารภายใน “น้ำก็อก” ออกเป็นประจำรายเดือน
- การฝึกอบรมสัมมนาพนักงาน และเจ้าหน้าที่ของการประปานครหลวงในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับลักษณะงาน เป็นต้น

การประปานครหลวง ได้ทำการชี้แจงและทำความเข้าใจในนโยบายแก่เจ้าหน้าที่ภายในองค์กรเอง อาทิ รายงานประจำปี ที่สรุปผลการดำเนินงาน และนโยบายขององค์กรให้เจ้าหน้าที่ทราบ เพื่อที่จะสามารถสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับเจ้าหน้าที่ของการประปานครหลวงเอง เพราะเมื่อเจ้าหน้าที่ขององค์กรมีความเข้าใจในตัวองค์กร และข่าวสารต่าง ๆ แล้ว จะสามารถนำไปเผยแพร่ต่อให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง

การประปานครหลวง ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางด้านประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้ประจักษ์แก่สายตาประชาชนผู้ใช้น้ำในรูปแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (รายงานประจำปี กปน., 2538 : 46-49)

กิจกรรมเทอดพระเกียรติ

กิจกรรมร่วมปลูกป่า การประปานครหลวงได้จัดทำโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อถวายเป็นราชสักการะและถวายชัยมงคล เนื่องในวโรกาสจะเสด็จเถลิงถวัลย์ราชสมบัติครบ 50 ปี

กิจกรรม " ประปรารวมใจรับใช้ประชาชน " เพื่อถวายเป็นราชสักการะและถวายชัยมงคล เนื่องในวโรกาสเสด็จเถลิงถวัลย์ราชสมบัติครบ 50 ปี ด้วยการจัดเจ้าหน้าที่ออกพบประชาชนผู้ใช้น้ำตามพื้นที่ต่าง ๆ ที่รับผิดชอบของสำนักงานสาขา เพื่อเยี่ยมเยียนประชาชน ให้บริการนอกสถานที่ และสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้น้ำในบริการต่าง ๆ ของการประปานครหลวง

การประปานครหลวง ได้จัดทำสารคดีเทอดพระเกียรติชุด “ หยกแห่งน้ำพระทัย บำบัดภัยไทยทั้งชาติ ” เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ และสำนึกในน้ำพระราชหฤทัยของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ทรงอุทิศเวลาพระวรกาย และพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์แก้ไขปัญหาในเรื่องน้ำให้กับพสกนิกรทั่วประเทศพ้นจากความเดือนร้อน สารคดีชุดนี้มีทั้งหมด 27 ตอน ตอนละ 2 นาที โดยเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (รายงานประจำปี กปน., 2537 : 50)

กิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์

1. ช่วยผู้ประสบภัยน้ำท่วม

ร่วมบริจาคเงินให้แก่ศูนย์ช่วยเหลือผู้ประสบภัย “ร่วมน้ำใจช่วยภัยน้ำท่วม” ของกระทรวงมหาดไทย

บริการย้าย และยกกระดานอุปโภคกรรมการใช้น้ำ เช่น เครื่องสูบน้ำ ก๊อกน้ำ ฯลฯ ที่จมอยู่ใต้น้ำ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

บริการนำรถบรรทุกน้ำ ตั้งแทงค์น้ำ แจกถุงน้ำ และเครื่องอุปโภคบริโภคให้แก่ประชาชนผู้ประสบภัยน้ำท่วม

2. รณรงค์การประหยัดน้ำ

ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2536 รัฐบาลมีนโยบายให้การประปานครหลวงดำเนิน โครงการจัดการด้านการใช้น้ำ (Demand Side Management หรือ DSM) เพื่อการประหยัดน้ำ โดยใช้มาตรการด้านราคา มาตรการส่งเสริมให้เปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดน้ำ และมาตรการสิ่งจูงใจให้ประหยัดน้ำ และสืบเนื่องจากสภาวะการณ์ขาดแคลนน้ำ

คืบอย่างรุนแรงในฤดูร้อนของปี 2536 ที่ผ่านมา รัฐบาลจึงมีมติคณะรัฐมนตรีอีกครั้ง เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2536 เร่งรัดให้การประปานครหลวงดำเนินการ โครงการจัดการด้านการใช้น้ำโดยเร็ว

ในช่วงแรก การประปานครหลวงได้รณรงค์ให้ประชาชนประหยัดน้ำ โดยการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ แจกเอกสารเชิญชวน แจกถุงพลาสติกบรรจุน้ำสำหรับใช้กับ โถชักโครก และแจกแหวนพลาสติกลดการไหลของน้ำเพื่อใช้กับหัวฝักบัว

ต่อมาปี 2538 เพื่อให้งานจัดการด้านการใช้น้ำ (DSM) สามารถดำเนินการอย่างมีระบบ ถูกวิธีการ รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์สูงสุด สามารถลดปริมาณการใช้น้ำได้มากขึ้น และสามารถเลื่อนการลงทุนขยายงานก่อสร้างผลิตน้ำออกไป การประปานครหลวงจึงได้กำหนดและจัดทำข้อกำหนดขอบเขตพร้อมเงื่อนไข และได้ว่าจ้างบริษัท Arthur D. Little ที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์และเชี่ยวชาญงานด้านการใช้น้ำ (DSM) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการ DSM และความคุ้มค่าที่จะดำเนินการ รวมทั้งจัดทำแผนแม่บท (Master Plan) ซึ่งได้จัดทำแล้วเสร็จเมื่อปี 2539 และมีข้อเสนอแนะให้การประปานครหลวงดำเนินการประหยัดน้ำ (DSM) ต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน อาทิ

ให้การศึกษาแก่ประชาชนและโรงเรียน (Public Information and School Education) ในรูปของการประชาสัมพันธ์ด้วยการแจกแผ่นพับการใช้น้ำประหยัดอย่างรู้คุณค่า รณรงค์ให้ประหยัดน้ำผ่านทางสื่อต่าง ๆ และจัดนิทรรศการพร้อมทั้งจัดจำหน่ายก๊อกประหยัดน้ำปิดเองอัตโนมัติให้แก่พนักงานของการประปานครหลวงและประชาชนในราคาขอมเยา

ให้การศึกษาแก่พนักงานของผู้ใช้น้ำประเภทธุรกิจและอุตสาหกรรม (Commercial/Industrial Employee Education) โดยคัดเลือกผู้ใช้น้ำที่มีปริมาณการใช้น้ำสูงสุด 50 รายแรก แล้วจัดส่งหนังสือเสนอแนะให้พิจารณาเปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดน้ำ (ชนิดที่ควบคุมพฤติกรรมการใช้น้ำแต่ละครั้ง) อาทิ โถชักโครก 6 ลิตรต่อครั้ง โถปัสสาวะชายพร้อมวาล์วขัปล้าง ก๊อกน้ำประหยัดน้ำปิดเองอัตโนมัติ เป็นต้น เพื่อให้การใช้น้ำประปาในหน่วยงานนั้น ๆ มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และยังส่งวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถในงาน DSM ไปทำการอบรมพนักงานของผู้ใช้น้ำ ให้มีความรู้เกี่ยวกับคุณค่าของน้ำประปาและวิธีการใช้น้ำอย่างประหยัด

ติดต่อประสานงานพร้อมทั้งทำหนังสือถึงสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ขอความร่วมมือให้ประกาศใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของท่อประปา อุปกรณ์และสุขภัณฑ์แบบประหยัดน้ำคือ โถชักโครก 6 ลิตรต่อ

ครึ่ง โป๊ปสภาวะชายพร้อมวาล์วขั้วล่าง และก๊อกน้ำประหยัดน้ำปิดเองอัตโนมัติ เป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์บังคับ เพื่อให้ผู้ใช้น้ำใช้ท่อประปาที่ได้มาตรฐานและติดตั้งเครื่องสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำดังกล่าว

เข้าร่วมเป็นอนุกรรมการของคณะกรรมการ โครงการฉลากเขียว (Thai Green Label Scheme) สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ในการร่างข้อกำหนดผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท เพื่อสนับสนุนให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย (ประหยัดน้ำ) ในท้องตลาด ด้วยการติดฉลากเขียวรับรองคุณภาพให้ประชาชนได้เลือกใช้ และกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิต ในการยกระดับเทคโนโลยีการผลิตและกระบวนการอื่น ๆ ให้สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลง

ดำเนินการให้อาคารสำนักงานการประปานครหลวงทั้งหมดติดตั้งก๊อกน้ำประหยัดน้ำปิดเองอัตโนมัติ เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำ และสร้างภาพลักษณ์ในด้านความศิวิไลซ์ และเป็นตัวอย่างที่ดีแก่ประชาชนที่มาติดต่องาน (น้ำเพื่อชีวิต : 30 ปี การประปานครหลวง, 2530)

3. กิจกรรมประปาพบประชาชน

พนักงานการประปานครหลวง ทั้ง 13 สาขา ได้จัดกิจกรรม “น้ำใจจากประปาเพื่อประชาชน” เป็นประจำทุกปี โดยพนักงานจะออกไปตรวจเยี่ยมพร้อมกับให้คำแนะนำกับผู้ใช้น้ำในการดูแล และบำรุงรักษาอุปกรณ์ประปา พร้อมทั้งสอบถามปัญหา และข้อข้องใจเกี่ยวกับการบริการในด้านต่าง ๆ ที่การประปานครหลวงให้บริการกับผู้ใช้น้ำ รวมถึงให้การบริการเขียนคำร้องเรียนนอกสถานที่ และบริการตรวจสอบท่อรั่วภายใน ช่อมแซมก๊อกน้ำ และมาตรวัดน้ำให้ โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดทั้งสิ้น

4. บริการน้ำประปาเพื่อการดับเพลิง

ในช่วงปี 2538 ได้เกิดเพลิงไหม้ร้ายใหญ่หลายแห่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งย่านชุมชนแออัด อาคารสูง และห้างสรรพสินค้า อาทิ ชุมชนแออัดวัดคลองเตยในชุมชนแออัดสวัสดิศึกษา ชุมชนแออัดวัดสวนหลวง 1 ตลาดโป้เบ้ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์งามวงศ์วาน ห้างสรรพสินค้าสยามเซ็นเตอร์ และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลชิดลม การประปานครหลวงได้ประสานงาน และให้ความร่วมมือกับตำรวจดับเพลิงอย่างเต็มที่ โดยการให้บริการน้ำประปา และผันน้ำเข้าเสริมบริเวณที่เกิดเพลิงไหม้ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตำรวจดับเพลิงสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ โดยมีได้คิดค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด

5. บริการน้ำดื่ม

การประปานครหลวงได้ร่วมการจัดงานสาธารณกุศลต่าง ๆ โดยบริการน้ำดื่มฟรีแก่ประชาชนผู้มาร่วมงาน เช่น งานเดินเฉลิมพระเกียรติ งานวันพ่อแห่งชาติ งาน 12 สิงหาคมหาราชินี งานวันเด็กแห่งชาติ และงานกาชาดประจำปี เป็นต้น

กิจกรรมส่งเสริมด้านศาสนา วัฒนธรรม และการศึกษา

ทางด้านศาสนา

การประปานครหลวงจัดให้มีการทอดกฐินเป็นประจำทุกปี

รวมบริจาคเงิน โดยเสด็จพระราชกุศลในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จพระราชดำเนินถวายผ้าพระกฐิน ณ วัดเบญจมบพิตร

บริการการศึกษา

เพื่อมิให้เป็นภาระต่อผู้ปกครองในช่วงปีภาคฤดูร้อน ชมรมคนตรีไทย การประปานครหลวงได้จัดค่ายกิจกรรมภาคฤดูร้อน สำหรับบุตรหลานพนักงานการประปานครหลวง โดยจัดให้มีกิจกรรมดนตรี นาฏศิลป์ และศิลปะวาดภาพ ขึ้นเป็นประจำ

ให้ความรู้ กรรมวิธีการผลิตน้ำประปาแก่นักเรียน นักศึกษาที่ขอเข้าชมเป็นหมู่คณะที่ โรงงานผลิตน้ำบางเขน และ โรงงานผลิตน้ำสามเสน

จัดงานวันเด็กแห่งชาติแก่นักเรียน โดยการเปิดให้ชม โรงงานผลิตน้ำบางเขน พร้อมทั้งจัดรายการบันเทิง เกมส์ ตอบปัญหาชิงรางวัล

ให้การสนับสนุนสำนักงานอัยการสูงสุด ดำเนินการเผยแพร่ความรู้ทางกฎหมายแก่ประชาชน และช่วยเหลือทางด้านอรรถคดีแก่ประชาชนผู้ยากไร้ โดยร่วมกับกองทัพบกจัดรายการเผยแพร่ความรู้ทางด้านกฎหมายแก่ประชาชนทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยส่วนภูมิภาคทุกสถานี

การประปานครหลวง จัดอบรมเยาวชนอาสากิจการประปานครหลวง โดยเชิญตัวแทนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จากโรงเรียนต่าง ๆ 20 แห่ง รวมทั้งสิ้น 200 คน เพื่อเข้าค่ายฝึกอบรม ณ สำนักงานใหญ่การประปานครหลวง บางเขน โดยเน้นให้ความรู้และส่งเสริมบทบาทเยาวชนให้มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการประหยัดน้ำ

นอกจากนั้น การประปานครหลวงยังได้จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการผ่านทางสื่อมวลชน อาทิ

- วิทยุกระจายเสียง เช่น จ.ส. 100 เป็นต้น
- สถานีโทรทัศน์ ทุกสถานี
- หนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐ เคลลิวส์ สยามรัฐ มติชน ฯลฯ

รวมทั้งจัดให้มีรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของการประปานครหลวง ทำการประชาสัมพันธ์ บอกกล่าวข่าวสารต่าง ๆ อาทิ การปิดเปิดน้ำประปา ในเวลาที่มีการซ่อมท่อหรือการตัดบรรจบท่อประปาให้ประชาชนได้รับทราบ เพื่อที่จะเตรียมสำรองน้ำประปาเอาไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉินดังกล่าว เป็นต้น

และได้มีการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อบอกกล่าว เผยแพร่ข่าวสาร และความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับการประปานครหลวง และการรณรงค์ต่าง ๆ ด้วยการจัดทำสื่อ อาทิ

ป้ายผ้า

- เกี่ยวกับโครงการรณรงค์ประหยัดน้ำ/เน้นให้รู้คุณค่าของการใช้น้ำ
- งานเทอดพระเกียรติ และกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

แผ่นพับ

- การชำระเงินค่าน้ำประปา
- การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
- กรรมวิธีผลิตน้ำประปา
- สถานที่ตั้งและที่ติดต่อของสำนักงานประปาทุกสาขา
- การใช้น้ำอย่างประหยัด ซึ่งร่วมกับกรุงเทพมหานคร และโครงการชิงค์เอิร์ธ เพื่อเสนอแนะวิธีการใช้น้ำอย่างประหยัด

- โปสเตอร์ จะออกมาเพื่อตกย้ำในข่าวสารต่าง ๆ หรือการรณรงค์ต่าง ๆ ให้ประชาชนเกิดจิตสำนึกร่วม

- สติกเกอร์ เช่น การประหยัดน้ำ เน้นการบริการ ใช้เพื่อตกย้ำการบริการของการประปานครหลวง

- คู่มือ เช่น คู่มือการใช้น้ำอย่างประหยัด และการให้บริการของการประปานครหลวง เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนผู้ใช้น้ำ

สื่อบุคคล ที่การประปานครหลวงเลือกใช้เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ใช้น้ำ อาทิ

- ผู้บริหารระดับสูงของการประปานครหลวง และผู้บริหารระดับกลาง
- เจ้าหน้าที่สำนักงานการประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง

- เจ้าหน้าที่กองบริการ ของสำนักงานประปาสาขาทั้ง 13 สาขา และ 2 กอง
ประปาอิสระ

ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยการออกพบผู้ใช้น้ำตามโครงการหมู่บ้าน และชุมชนต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร และให้บริการร้องเรียนเรื่องต่าง ๆ นอกสถานที่ ทั้งนี้ก็เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์อันจะระหว่างกันกับเจ้าหน้าที่ และประชาชนผู้ใช้น้ำในจุดต่าง ๆ

รวมถึงให้ความรู้ และข่าวสารของการประปานครหลวง กับเยาวชนเพื่อปลูกฝังค่านิยมในการใช้น้ำอย่างประหยัด และมีความเข้าใจในตัวองค์กร และนำไปเผยแพร่ต่อไป

ในตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา การประปานครหลวงได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั้งแบบ “ทางเดียว” และ “สองทาง” แต่จะเน้นไปทางการสื่อสารแบบค้ำเดียวมากกว่า โดยการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ออกไปเพียงค้ำเดียว ซึ่งขาดการตรวจสอบปฏิกิริยาตอบรับ (Feedback) จากกลุ่มผู้ใช้น้ำและประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ส่วนการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two Ways Communication) ที่ได้ทำการตรวจสอบกันมา ก็ยังไม่มีการจัดทำอย่างจริงจังเป็นระบบและมีแบบแผน

เนื่องจากการประปานครหลวง เป็นองค์กรที่ต้องดำเนินการทางด้านสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับประชาชนเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการสื่อสารของการประปานครหลวงที่จะเผยแพร่ข้อมูลออกไปสู่สาธารณชนนั้น จะมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ เพราะถ้ามีการเผยแพร่ข่าวสารหรือข้อมูลที่เป็นผลลบ อาจจะเกิดผลกระทบอย่างมากตามมาได้ และนั่นก็ขึ้นอยู่กับระดับความสัมพันธ์และความเชื่อถือมั่นใจและมีความนิยมที่ดีขององค์กร เมื่อนั้นการยอมรับและการสนับสนุนย่อมติดตามมา แต่ถ้าเมื่อใดการติดต่อสื่อสารขาดประสิทธิภาพ การเข้าใจผิดย่อมเกิดขึ้นได้ ซึ่งอาจมีผลทำให้เกิดการขัดแย้งและเกิดการต่อต้านขึ้น

ดังนั้น การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำ ที่มีต่อการประปานครหลวง” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเพื่อสำรวจว่า ข้อมูลข่าวสารที่การประปานครหลวง ได้ทำการเผยแพร่ออกไปโดยผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ และเพื่อให้มีความเข้าใจในตัวองค์กรนั้น ประชาชนผู้ใช้น้ำได้รับข่าวสารและมีความรู้ในเรื่องที่การประปานครหลวงประชาสัมพันธ์ให้รับทราบมากน้อยอย่างไร และทำให้รู้จักการประปานครหลวงมากขึ้นหรือไม่ ข่าวสารของการประปานครหลวงที่เผยแพร่ออกไปทั้งทางสื่อที่ควบคุมได้ และสื่อที่ควบคุมไม่ได้นั้นมีผลต่อความพึงพอใจที่ผู้ใช้น้ำมีต่อการประปา

นครหลวงหรือไม่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง สำหรับสำนักงานการประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวงและกองบริการของสำนักงานสาขาต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นผู้ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารและให้ความรู้แก่ประชาชนผู้ใช้น้ำ เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของการประปานครหลวง
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำ

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวง แตกต่างกัน
2. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวง แตกต่างกัน
3. ประเภทของสื่อมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้น้ำที่ได้รับจากการประปานครหลวง
4. ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการประปานครหลวง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวง

ขอบเขตของการวิจัย

เนื่องจากการประปานครหลวง มีนโยบายหลักในการให้บริการการใช้น้ำ เพราะฉะนั้นกลุ่มเป้าหมาย โดยส่วนใหญ่จึงมาจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้น้ำของการประปานครหลวงในปัจจุบัน และที่กำลังจะเป็นในอนาคต ดังนั้นจึงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่กว้างมาก ผู้วิจัยจึงขอกำหนดขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเฉพาะการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำในเขตพื้นที่รับผิดชอบของการประปานครหลวง โดยสุ่มตัวอย่างของพื้นที่โดยรอบซึ่งประกอบไปด้วยสำนัก

งานประปาสาขาทั้ง 4 สาขา คือ สำนักงานประปาสาขาแม่นคร สำนักงานประปาสาขาพระ
โขนง สำนักงานประปาสาขานนทบุรี สำนักงานประปาสาขาภาษีเจริญ

ทั้งนี้เนื่องจาก พื้นที่รับผิดชอบโดยรวมทั้งหมดของ กปน. แบ่งออกเป็น 4 ภาค
ปกครองโดยขึ้นตรงต่อ ผู้จัดการภาคของแต่ละภาค ประกอบไปด้วย

ภาคที่ 1 สำนักงานประปาสาขาพระโขนง, สำนักงานประปาสาขาสุโขวิท, สำนัก
งานประปาสาขาสุมทรปราการ

ภาคที่ 2 สำนักงานประปาสาขาแม่นคร, สำนักงานประปาสาขาพญาไท, สำนัก
งานประปาสาขาทุ่งมหาเมฆ, สำนักงานประปาสาขาลาดพร้าว

ภาคที่ 3 สำนักงานประปาสาขานนทบุรี, สำนักงานประปาสาขาบางเขน, สำนัก
งานประปาสาขาประชาชื่น

ภาคที่ 4 สำนักงานประปาสาขาภาษีเจริญ, สำนักงานประปาสาขาดากสิน, สำนัก
งานประปาสาขาบางกอกน้อย

โดยพื้นที่ของแต่ละสำนักงานประปาสาขาทั้ง 4 สาขานั้น ผู้วิจัยได้รับข้อมูลจาก
กปน. ว่าเป็นพื้นที่ที่ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดและเป็นศูนย์กลางของแต่ละภาคปกครอง นอก
จากนั้นยังสะดวกต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยด้วย

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำใน
เขตพื้นที่รับผิดชอบของการประปานครหลวง ในด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของการ
ประปานครหลวง ด้านความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานและตัวองค์กร และ
ความพึงพอใจในด้านข่าวสารบริการต่าง ๆ ของการประปานครหลวง

3. เป็นการศึกษาการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้น้ำ ที่มีผลทำให้เกิดความพึงพอใจใน
การบริการและข่าวสารของการประปานครหลวง ในผู้ใช้น้ำประเภทบ้านพักอาศัยและอาคาร
พาณิชย์พักอาศัยหรือประกอบกิจการขนาดเล็ก โดยใช้มาตรวัดน้ำขนาดเล็ก ตั้งแต่ 1/2 นิ้ว ถึง
1 นิ้วเท่านั้น เพราะเป็นผู้ใช้น้ำโดยส่วนมากของการประปานครหลวง

นิยามคำศัพท์

การประปานครหลวง (กปน.) หมายถึง องค์กรที่ผลิตน้ำประปา เพื่อบริการ
ประชาชนผู้ใช้น้ำในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การให้บริการ
อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีน้ำประปาใช้อย่างเพียงพอ และมีขอบข่ายของการดำเนินงาน

ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดทั่วกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ โดยมีฐานะเป็นสำนักงานสาขาทั้งหมด 13 สาขา และกองประปาอิสระ 2 กอง ดังนี้

1. สำนักงานประปาสาขาบางกอกน้อย
2. สำนักงานประปาสาขาภาษีเจริญ
3. สำนักงานประปาสาขาคากสิน
4. สำนักงานประปาสาขานนทบุรี
5. สำนักงานประปาสาขาบางเขน
6. สำนักงานประปาสาขาพญาไท
7. สำนักงานประปาสาขาทุ่งมหาเมฆ
8. สำนักงานประปาสาขาแมนศรี
9. สำนักงานประปาสาขาพระโขนง
10. สำนักงานประปาสาขาสุขุมวิท
11. สำนักงานประปาสาขาสมุทรปราการ
12. สำนักงานประปาสาขาลาดพร้าว
13. สำนักงานประปาสาขาประชาชื่น
14. กองประปามีนบุรี (สำนักงานประปาสาขาบางเขน)
15. กองประปาบางบัวทอง (สำนักงานประปาสาขานนทบุรี)

ข้อมูลข่าวสารจากการประปานครหลวง หมายถึงข้อมูลข่าวสารและเรื่องราวต่าง ๆ ที่การประปานครหลวงทำการเผยแพร่ไปยังผู้ใช้น้ำ เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ รวมทั้งข่าวสารที่ควบคุมได้และข่าวสารที่ควบคุมไม่ได้

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การได้รับข้อมูลข่าวสารและเรื่องราวต่าง ๆ รวมถึงความสนใจในข่าวสารต่าง ๆ ของผู้ใช้น้ำที่ได้รับจากการประปานครหลวงและแหล่งอื่น

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความพึงพอใจและความรู้ของผู้ใช้น้ำในด้านข้อมูลข่าวสารความรู้ต่าง ๆ และการบริการที่ผู้ใช้น้ำได้รับจากการประปานครหลวง รวมถึงด้านการดำเนินงานและภาพลักษณ์ของการประปานครหลวง

ประชาชนผู้ใช้น้ำ หมายถึง ประชาชนทั่วไปในเขตพื้นที่ของสำนักงานประปาสาขาทุกสาขา ซึ่งใช้บริการน้ำประปาของการประปานครหลวง ซึ่งจะประกอบไปด้วย ผู้ใช้น้ำที่ใช้น้ำตามบ้านพักอาศัย อาคารชุดนิติบุคคล อาคารพาณิชย์พักอาศัย และประกอบกิจการขนาดเล็กอาศัยอยู่ ณ ที่ทำการแห่งนั้น

ขนาดมาตรวัดน้ำ หมายถึง ขนาดมาตรวัดน้ำของการประปานครหลวง ซึ่งจะมียู่หลายขนาด คือ ตั้งแต่ขนาด 1/2 นิ้ว ถึง 12 นิ้ว ดังนี้ 1/2", 3/4", 1" 1 1/2", 2", 3", 4", 6", 8", 10", 12" ซึ่งมาตรวัดน้ำขนาด 1/2" - 1" จะเรียกว่า มาตรวัดน้ำขนาดเล็ก ซึ่งใช้กับบ้านพักอาศัย อาคารพาณิชย์พักอาศัยหรือที่ประกอบกิจการขนาดเล็กเท่านั้น ส่วนมาตรวัดน้ำขนาดตั้งแต่ 1 1/2" ขึ้นไป เป็นมาตรวัดน้ำขนาดใหญ่ซึ่งจะใช้กับผู้ประกอบการรายใหญ่ หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจเท่านั้น ซึ่งจะมีเงื่อนไขในการขอดัดตั้งมากกว่ามาตรวัดน้ำขนาดเล็ก (ข้อมูลจาก สำนักงานการประปานครหลวง, 2541)

ประโยชน์ของการวิจัย

ผลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะเกิดประโยชน์ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่ได้รับ รวมถึงภาพลักษณ์ของการประปานครหลวง
2. สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ปรับปรุง วางแผนทั้งทางด้านการดำเนินงาน และการประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น และให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ ความพึงพอใจสูงสุดในบริการที่จะได้รับการประปานครหลวง
3. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในหน่วยงาน หรือองค์กรที่ต้องการศึกษาหรือต้องการทราบเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย ด้านการเปิดรับข่าวสาร ความรู้และความพึงพอใจที่มีต่อองค์กรของตน ใช้เป็นแนวทางการวิจัยสำรวจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้วางแผนการดำเนินงาน และการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Variables) ได้แก่
 - อายุ
 - เพศ
 - สถานภาพ
 - รายได้
 - จำนวนผู้อยู่อาศัยในครอบครัว
 - ลักษณะที่อยู่อาศัย

2. ตัวแปรทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Variables) ได้แก่
- การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้น้ำเกี่ยวกับการบริการของการประปานครหลวง

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของการประปานครหลวง

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำ ที่มีต่อการประปานครหลวงนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าตามหลักแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ซึ่งพอจะสรุปได้เป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดทางการสื่อสาร ประกอบไปด้วยทฤษฎีทางการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย มีดังนี้
 - 1.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
 - 1.2 ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
 - 1.3 ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ
2. แนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดทางการสื่อสาร

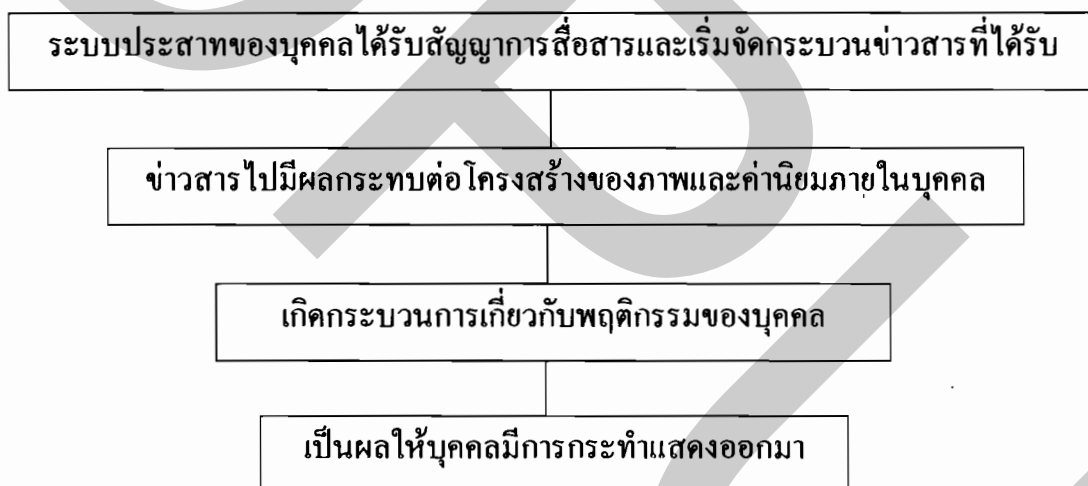
การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญในสังคมปัจจุบัน เพราะการสื่อสารได้ช่วยทำให้เกิดผลสำเร็จนานับประการ ตั้งแต่ระดับบุคคล องค์กร ตลอดจนเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่าง ๆ ผลสำเร็จดังกล่าวอาจเรียกได้ว่าเป็นผลกระทบอันเนื่องมาจากการสื่อสารก็ได้

การติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงต่าง ๆ ทรรศนะหรือความคิดเห็นต่าง ๆ ในลักษณะซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นการแลกเปลี่ยนภายใน (Internal Communication) และภายนอก (External Communication) ก็ตาม ทั้งนี้ เพราะจุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารนั้นก็เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันและความเป็นน้ำหนึ่งอันเดียวกัน (สุพรรณิ มังคะลี, 2532 : 11)

การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้น จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ กล่าวคือ

1. ผู้ส่ง (Sender)
2. ข่าวสาร หรือ เนื้อหา (Message or Content)
3. ช่องทางส่งสาร (Channels)
4. ผู้รับสาร (Receiver)

ในความหมายของ Wilbur Schramm ได้ให้ความหมายของ ผลกระทบว่าหมายถึง การที่บุคคลได้กระทำในสิ่งที่แตกต่างจากที่เคยทำ ทั้งนี้ เนื่องมาจากได้รับการสื่อสาร ซึ่งอาจจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมก็ได้ ผลกระทบที่สำคัญของการสื่อสารเกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีการเปิดรับสัญญาณการสื่อสาร และในช่วงที่บุคคลมีการกระทำแสดงออกมา การตอบสนองของบุคคลเกิดมาจากการแปลประสบการณ์ที่เก็บไว้ในระบบประสาทส่วนกลาง หลังจากที่มิสัญญาณเข้าไปกระตุ้น จากนั้นจะเกิดภาพขึ้นในสมองแล้วจึงถ่ายทอดออกมาเป็นการกระทำ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ (Wilbur Schramm, 1973 : 193 - 195)



ผลกระทบของการสื่อสาร มีตั้งแต่ระดับบุคคลไปจนถึงระดับสังคม การตอบสนองของบุคคลเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจจะเป็นทางเดียวกันกับสิ่งเร้าหรือตรงกันข้ามก็ได้ และการตอบสนองนี้จะมีผลต่อทัศนคติ ความพึงพอใจ ความรู้ และพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ ด้วย (Denis Mcquail, 1983 : 180 - 186)

ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงบ่อย ๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสาร ไปยังผู้รับ และนั่นก็คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective

Processes) ของผู้รับสาร ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

คลอลิน เชอร์รี่ (Colin Cherry, 1978 : 17) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (An act of Sharing) และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน

ชาร์ลส์ แอดคิน (Charles K. Atkin, 1973 : 208) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก “ยอม” มีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

กระบวนการเลือกสรร (หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, 2530 : 635 - 640) เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (Klapper, 1960 : 5)

1. การเลือกเปิดรับข่าวสาร หรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง หรือเลือกชมวิทยุโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวางและพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทักษะคติเดิมของผู้รับสาร ตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนความคิดเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลย์หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance” ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็จะต้องแสวงหาข่าวสาร หรือ เลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดของตน เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบกำลังกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่แสวงหาข่าวสารที่ขัดแย้งกับสิ่งที่ทำลงไป

นอกจากความคิด ความรู้ดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว มีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ เป็นต้น

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ก็ใช้ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคน อาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไป จึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือตามสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า และบุคคลจะยอมรับ หรือปฏิเสธสื่อและข่าวสารก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของบุคคลนั้นอัน ได้แก่

ความเหงา อันเป็นเหตุทางจิตวิทยาโดยตรง ที่เชื่อว่าคนเราโดยปกติย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกกับการวิตกกังวล หวาดกลัว และเมินเฉยจากสังคม หรือความชอบและความพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่มีโอกาส ทั้งนี้อาจไม่สามารถที่จะติดต่อกับสังสรรค์กับบุคคลอื่นได้โดยตรง ดังนั้นสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิตก็คือ การอยู่กับสิ่งต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร ซึ่งแท้จริงแล้วคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงา ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ โดยประเภทสื่อต่าง ๆ ถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ตามปกติแล้วมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่อยู่ใกล้ตนเองมากที่สุด ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำ นอกจากนั้นพฤติกรรมการอยากรู้อยากเห็นอาจเป็นความอยากรู้อยากเห็นในแง่ต่าง ๆ เกี่ยวกับ เหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม หรืออาจเป็นผลกระทบต่อผู้อื่น ในแง่ของงานวิจัยนี้ ก็อาจเป็นไปได้ในลักษณะของการอยากรู้อยากเห็นในเรื่อง

ที่ส่งผลกระทบต่อตนเองโดยตรง โดยที่ต้องการอยากรู้ว่าสิ่งที่ตนเองได้กระทำลงไปนั้น ได้ส่งผลกลับมากระทบต่อตนเองอย่างไรบ้าง เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงในด้านต่างๆ ต่อไปเป็นต้น

ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นผู้มีความเห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุผล เพื่อให้ได้ข่าวสารมาเสริมความเด่นชัดให้ตน และเพื่อให้ข่าวสารที่ช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสุขสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณค่าในทางปฏิบัติทางจรร โลงจิตใจ หรือแม้แต่ความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชนและสื่อประเภทอื่น ๆ

เป็นลักษณะของสื่อต่าง ๆ โดยทั่วไปคือ นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบที่ไม่สามารถเห็นได้เด่นชัด เช่น ความคิด ความหวัง ความกลัว ฯลฯ เป็นต้น จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อ และสื่อแต่ละอย่างมีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่สามารถสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจในการรับข่าวสารต่าง ๆ ด้วย

การแสวงหาข่าวสาร

มุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ของบุคคลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภค หรือเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เน้นในเรื่องของพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารว่าจะมีปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือก หรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง

ชาร์ล แอตคิน (Charles K Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบ ระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมาตอบแทน หรือผลประโยชน์ที่ได้รับ (เช่น การได้รับข่าวสาร หรือความบันเทิงตามที่ต้องการ) สูงกว่าการลงทุนลงแรง (เช่น การต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มา) หรือ การต้องการใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือ ทำความเข้าใจแล้ว บุคคลคนนั้นย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในบางครั้ง เราอาจจำใจต้องรับข่าวสารนั้นทั้ง ๆ ที่เราไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่น การที่เราขอมดูโฆษณาที่ซ้ำ ๆ ซาก ๆ ในโทรทัศน์ ก็เนื่องจากซีเกียงเปลี่ยนช่องหรือเพราะว่าหมุนไปช่องไหน ๆ ก็เจอแต่โฆษณาก็เลยจำใจต้องนั่งดูทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบ

ชาร์ล แอตคิน ซึ่งให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการข่าวสารจากสื่อมวลชนของบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) ความต้องการข่าวสารนั้น เกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของบุคคลซึ่งมาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างระดับความรู้ของบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty)
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของบุคคลขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า การแสวงหา หรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงใจด้วย นอกจากนี้ การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉลยเมฆต่อข่าวสารหรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้นก็ขึ้นอยู่กับ การประเมิน เปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้ และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย

ส่วนพฤติกรรมที่เกิดจากการเปิดรับข่าวสาร แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมปฏิบัติการ และ พฤติกรรมอุปกรณ (พีระ จิร โสภณ, 2532 : 639)

พฤติกรรมปฏิบัติการ เป็นปฏิกริยาในการรับข่าวสาร ที่เกิดขึ้นพร้อมกับกระบวนการสื่อสารในทันทีที่มีสิ่งเร้าหรือมีข่าวสารมากระตุ้น ผู้รับปฏิกริยานั้นอาจสังเกตได้หรือสังเกตไม่ได้ แต่จะสิ้นสุดลงทันทีที่สิ่งเร้านั้นหมดแรงกระตุ้นหรือเมื่อยุติการให้ข่าวสาร

พฤติกรรมอุปกรณ เป็นปฏิกริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกับพฤติกรรมปฏิบัติการ แต่ต่างกันตรงที่ในกรณีของพฤติกรรมอุปกรณนั้น ปฏิกริยาที่เกิดขึ้นอาจก่อให้เกิดแรงกระตุ้นและเกิดพฤติกรรมอย่างอื่น

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่ผู้รับสารเป็นผู้เลือกสื่อ และเนื้อหาของสารเอง เพื่อตอบสนองความต้องการ (Need) และก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับสารแต่ละบุคคล

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างสาร มาเป็นความต้องการของผู้ใช้สาร อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ทฤษฎีนี้ อธิบายว่านอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่มาสโลว์ กล่าวไว้ คือ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จชีวิตมนุษย์ ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง คือ ความต้องการมีความรู้ความเข้าใจ (Need for Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนมาจากการอยู่ในสังคม การศึกษาแบบนี้เป็นการยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชน ไม่ใช่ถูกยัดเยียดข่าวสารให้ดังที่เคยคิดกัน

การศึกษาในแนวการใช้ประโยชน์และสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชนนี้ เป็นการมองมนุษย์ในแง่จิตวิทยาสังคม โดยเน้นค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การศึกษาแนวทฤษฎีนี้จึงเน้นความต้องการ และสาเหตุของความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน วิธีการตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจนี้ ได้ชี้ให้เห็นความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านการสื่อสารขึ้น ทั้งนี้เพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการบุคลิกภาพ และองค์ประกอบทางด้านสังคมอื่น ๆ ต่างมีส่วนช่วยอธิบายการที่มนุษย์เราแสวงหา หรือหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนไปใช้ให้เป็นประโยชน์

การศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ ยังเป็นการศึกษาที่ให้ความสำคัญแก่ประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร โดยผู้รับสารเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าตนเองมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่ออะไร มีความเชื่อถือในเรื่องอะไร และข้อมูลข่าวสารอะไรที่ต้องการได้จากสื่อ สารที่ได้เหล่านั้นไปตอบสนองความต้องการของตนได้หรือไม่ และสารอะไรที่จะตอบสนองความพึงพอใจของตน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2528 : 6)

ต่อมา แคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1973) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดยศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

อิสราเอล งานวิจัยนี้มีลักษณะเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจขั้นพื้นฐาน และความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ เนื่องจากเป็นงานวิจัยชิ้นแรกที่มีลักษณะของการวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications) ถือว่าเป็นต้นแบบของการวิจัยในแนวนี

แคทซ์และคณะ ได้สร้างมาตราวัดความต้องการทางด้านจิตวิทยา และสังคมของมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในด้านต่าง ๆ องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ ได้แก่

1. Mode คือ แบบหรือลักษณะของความต้องการ เช่น
 - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - 1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง
 - 1.3 ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ ลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่
 - 2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
 - 2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
 - 2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ
 - 2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Reference คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
 - 3.1 ตนเอง
 - 3.2 ครอบครัว
 - 3.3 เพื่อนฝูง
 - 3.4 สังคม รัฐบาล
 - 3.5 ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
 - 3.6 โลก
 - 3.7 สิ่งอ้างอิงภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างนี้ แคทซ์และคณะ ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้นเป็นจำนวน 35 ข้อความ ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจได้ การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำ

ได้โดยผนวกองค์ประกอบแต่ละด้านดังกล่าว เช่น การผนวกข้อ 1.1, 2.4, 3.2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัว ซึ่งจะเขียนเป็นภาษาธรรมดาที่เข้าใจง่ายขึ้น คือ ความต้องการที่จะลดการติดต่อกับครอบครัวตนเอง และถ้าผนวกข้อ 1.2, 2.4, 3.1 คือ ความต้องการที่จะลดการติดต่อกับตนเอง นั่นคือ ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยง (Escape) จากสถานะที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิง จะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

แคทซ์และคณะ นำข้อความชี้ความต้องการของบุคคลจำนวน 35 ข้อความมาสร้างมาตราวัด (Rating Scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของบุคคล (Individual's Need Salience) โดยใช้มาตราวัด 4 ระดับ ได้แก่ (1) สำคัญมาก (2) สำคัญพอใช้ (3) ไม่ค่อยสำคัญ (4) ไม่สำคัญเลย ทั้งนี้ให้ชาวอิสราเอลเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม โดยให้จัดลำดับความสำคัญของความต้องการที่แตกต่างนี้ ซึ่งแคทซ์และคณะค้นพบว่า ความต้องการเกี่ยวกับตนเอง และความต้องการเกี่ยวกับบุคคลอื่นและสิ่งอื่น ๆ ถูกจัดความสำคัญต่างกัน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ต่างกลุ่มกันอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบตัวที่สาม กลุ่มอ้างอิง (Reference) ซึ่งได้แก่ ตนเอง และบุคคลอื่น ๆ และสิ่งอื่น ๆ ที่บุคคลเชื่อมโยงด้วยเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงมิติความต้องการที่ต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจนระหว่างบุคคลต่างกลุ่มกัน

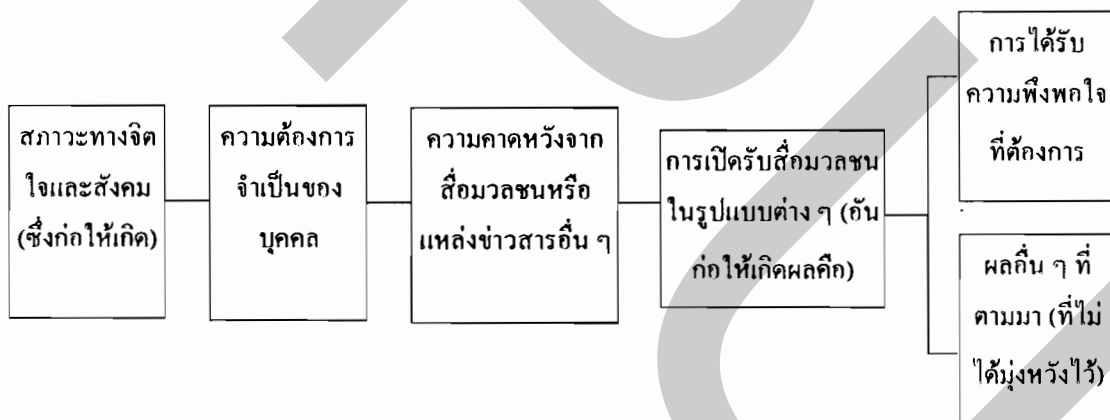
นอกจากนี้ แคทซ์และคณะ ยังได้วัดระดับความพึงพอใจ ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกัน คือ สร้างมาตราวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่าง มาตรวัดความพอใจ เช่น “โทรทัศน์” สามารถช่วยในการตอบสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปในโลกอย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอสมควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย และยังถามด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ความพอใจตามที่ต้องการแล้วมีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านั้นได้

ผลการวิจัยพบว่า ชาวอิสราเอลเห็นประโยชน์ของแหล่งสนองความพึงพอใจที่ไม่ใช่สื่อ เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง แต่คนเหล่านี้ก็ได้จัดอันดับว่า สื่อมีส่วนช่วยพอสมควรในการสนองความต้องการต่าง ๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ค่อนข้างสัน โดยที่ไม่ค่อยติดต่ออย่างใกล้ชิดกับบุคคลอื่น ๆ จะเห็นได้ว่า สื่อมีประโยชน์สูงในการสนองความพึงพอใจของผู้รับสารในระยะต่อมา ซึ่งแบบแผน (Pattern) ของการศึกษาตามทฤษฎีดังกล่าว โดยแคทซ์และคณะ (1974) สรุปได้ดังนี้

การศึกษาเกี่ยวกับใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ

1. สภาวะทางสังคม และจิตใจซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผล คือ
5. การได้รับความพึงพอใจความต้องการ และ
6. ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่เจตนาไว้ก็ได้

แบบจำลองที่แคทซ์และคณะ (1974) สร้างขึ้น อธิบายได้ดังนี้ คือ สภาวะของสังคม และจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างไป และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้าย คือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันออกไปด้วย สรุบบนแบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจได้ดังนี้



แบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ อาจจะยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากสิ่ง

พิมพ์ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่เขาคงต้องการได้ คือ เป็นคนรอบรู้ทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุก ๆ วัน ก็อาจจะทำให้มีผลอื่น ๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือ เปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน (พีระ จิระโสภณ, 2532 : 635)

นอกจากนี้ แมคคอมบส์ และเบคเกอร์ (McCombs and Becker, 1979 : 51-52) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสถานะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุย หรือสนทนา (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์ และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่ง คือ งานของเวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, USA : 14) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเฉพาะการรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้างออกมา เป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (Media News Gratifications Map) เวนเนอร์แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. Orientalal Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบ

ของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

2. Social Gratifications เป็นการใช้อخبارเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชกแจงใจ

3. Para-social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลเกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. Para-orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้อخبارเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

สำหรับความพึงพอใจที่จะทำให้เกิดการรับสารนั้น บลูมเลอร์ (Jay G. Blumler, 1985 : 50) ได้จำแนกความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น

2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เช่น ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว เป็นต้น

3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (Personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้เป็นข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน เป็นต้น

4. ฐูเหตุการณั้ (Sureillance)

พาล์มกรีน และคณะ (PlamGreen and Others, 1985 : 14) ที่สนใจศึกษาและพัฒนาแนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยสนับสนุนต่างพัฒนาข้อคกลงเบื้องต้นที่สำคัญในการศึกษาแนวความคิดทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ ดังนี้

1. ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร และกระตือรือร้น
2. การใช้สื่อจึงมีเป้าหมายโดยตรง
3. สื่อแต่ละชนิดจะมีการแข่งขันในการตอบสนองความพึงพอใจ

4. ลักษณะต่าง ๆ ของผู้รับสารที่จะเชื่อมโยงความต้องการกับโอกาสในการเปิดรับสาร

5. การบริโภคสื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจในระดับต่าง ๆ

6. เนื้อหาของสื่อจะไม่สามารถทำนายรูปแบบของความพึงพอใจได้ถูกต้องสมบูรณ์เสมอไป

7. ลักษณะโครงสร้างพฤติกรรม และสภาพแวดล้อมของสื่ออาจจะทำให้ความต้องการความพึงพอใจแตกต่างกันในช่วงของเวลา หรือสถานการณ์

8. ความพึงพอใจที่ได้รับมีจุดเริ่มต้นมาจากการเปิดรับสื่อ เนื้อหาของสื่อ หรือสถานการณ์ทางสังคมที่มีส่วนให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อขึ้น

บลูมเลอร์ (Jey G. Blumler, 1985) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการสื่อมวลชนไว้ ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคม และโลก

1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็น และในการตัดสินใจ

1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจ

1.4 ให้การเรียนรู้เป็นการศึกษาตนเอง

1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.2 ให้แบบอย่างทางพฤติกรรม

2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)

2.4 มองทะลุลึกเข้าไปในตนเอง

3. ความต้องการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3.1 มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น

3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกลักษณะที่เป็นเจ้าของ

3.3 นำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3.4 ใช้แทนเพื่อน

- 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
- 4. ความต้องการความบันเทิง
 - 4.1 เพื่อหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
 - 4.2 เพื่อผ่อนคลาย
 - 4.3 เพื่อได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ได้ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
 - 4.4 เพื่อใช้เวลาให้หมดไป
 - 4.5 เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
 - 4.6 เพื่อกระตุ้นทางเพศ

การวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจซึ่งเน้นแนวคิดเดียวกับ Functional Analysis นิยมทำกัน โดยใช้ Factor Analysis ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้วิธีการของ Multivariate Regression Analysis เพื่อจัดเอาความต้องการต่าง ๆ (ได้รับการประเมินความสำคัญแล้ว จากผู้ให้สัมภาษณ์) เข้าอยู่ในกลุ่ม (factor) เดียวกันหรือต่างกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์บ่งระดับของความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการแต่ละรายกับแต่ละกลุ่ม กลุ่มใหม่ดังกล่าว จะได้รับการตั้งชื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาของความต้องการหลาย ๆ รายการ ตัวอย่างเช่น ความต้องการที่จะใช้เวลาไปกับครอบครัว ความต้องการที่จะถกเถียงปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนร่วมงาน จะรวมอยู่ใน factor เดียวกัน ภายใต้ชื่อใหม่ว่า ความต้องการที่จะติดต่อกับสังคมภายนอก (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2528 : 89)

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)

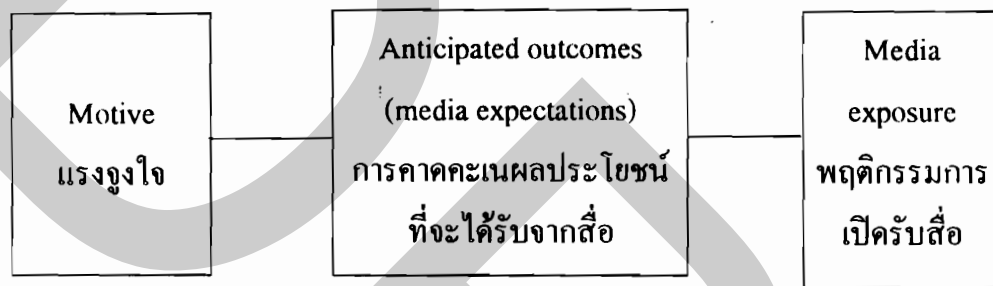
ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ ใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสาร คือ เน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผล โดยที่พฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้น โดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำอะไรที่จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี้คือสิ่งที่ตนต้องการจะทำ นักวิชาการ การสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์

แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้กล่าวคือไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น ๆ

2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมาย และวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

3. สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้ คือ อนาคต อนาคตที่ผู้รับสารมองเห็น นั่นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้าง ในอนาคต ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวัง จึงถูกนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำเอา มาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร และพฤติกรรมการสื่อสาร



แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

Mcquail (Dennis Mcquail, 1981) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทฤษฎีนี้ว่า ในการนำแนวทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารนั้น พฤติกรรมเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระ ซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อจะให้ได้อะไรซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (immediate benefits) หรือผลประโยชน์ที่จะตามมาในอนาคต (delayed benefits) ซึ่งล้วนแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ ในกรณีนี้นักวิจัยมักจะไม่ตั้งสมมติฐานไว้ก่อนว่าอะไรคือ “สาเหตุ” ของพฤติกรรม ไม่ว่าจะเป็นเหตุผลส่วนตัว หรือเหตุผลมาจากสถานการณ์เฉพาะหน้า ทฤษฎีนี้ต้องการจะจำกัดหลักการอิทธิพลภายนอก ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้รับสารตามหลักการกฎธรรมชาติโดยยึดแต่เพียงหลักการใหญ่ที่ว่า ผู้รับสารเป็นผู้กระทำ (actor) ผู้มีภาพในใจแล้วว่าเขากำลังทำอะไรอยู่

Mcquail ยังได้เสนอว่า เมื่อหลักการทั้งหลายของแนวคิดพฤติกรรมและแรงจูงใจ หรือทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ ได้ถูกนำมาใช้ในการวิจัยเพื่อศึกษาประสบการณ์ของผู้รับสารจากสื่อมวลชน แนวทางปฏิบัติมักจะเป็นดังนี้

1. ใช้วิธีการตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบว่า ทำไมผู้รับสารจึงเปิดรับสื่อต่าง ๆ ผู้รับสารจะรู้ว่าแรงจูงใจของคนคืออะไร คำตอบที่ได้มักจะเป็นคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับสาร

2. อย่าด่วนสรุปพฤติกรรมทุก ๆ อย่างว่ามีความหมายได้ความหมายเดียว ผู้รับสารแต่ละคน อาจให้ความหมายประสบการณ์เกี่ยวกับกันแตกต่างกันไป โดยมักนำเอาความเห็นส่วนตัวเข้าไปปะปนในการให้ความหมายด้วย จึงควรเปิดโอกาสให้ผู้ตอบคำถามในแบบสอบถาม (หรือเครื่องมือแบบอื่น ๆ) อธิบายความหมายของตนประกอบด้วย

3. เมื่อถามคำถาม พยายามค้นหาคำตอบจากผลที่ผู้รับสารคาดว่าจะได้รับ (anticipated outcomes) จากการเปิดรับสื่อมวลชน พยายามมุ่งไปที่ผลในอนาคตไม่ใช่ผลในอดีต

4. พยายามตีกรอบของคำถามให้อยู่ในขอบเขตของประสบการณ์ทางด้านการสื่อสารเท่านั้น สิ่งอื่น ๆ เช่น บุคลิกภาพ สถานการณ์ชีวิต หรือประสบการณ์ในอดีตนั้น มีความสำคัญน้อยกว่า สิ่งที่ผู้รับสารปัจจุบันมองเห็นว่าจะได้จากสื่อมวลชน (ในอนาคต)

นอกจากนี้ การนำแนวทฤษฎีนี้ไปใช้ยังมักทำให้ผู้วิจัยหันมานิยมใช้เทคนิคการวิจัยที่ส่งเสริมให้ผู้ตอบพยายามให้ความคิดเห็นส่วนตัว ต่อประสบการณ์การใช้สื่อมวลชนให้มากที่สุด เนื่องจากหลักการที่เชื่อว่าผู้รับสาร รู้ตัวว่ามีทางเลือกอิสระทำให้ต้องพยายามหยิบยกเอาสถานการณ์ที่แน่ใจว่าผู้รับสารรู้ตัวว่ามีความคาดหวังจากสื่อและสถานการณ์ การเปิดรับสารที่หยิบยกมากล่าวถึงก็มักเปิด โอกาสให้ได้พูดถึง เนื้อหาของสื่อในด้านต่าง ๆ เนื้อหาเหล่านี้มักจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความคาดหวังที่ผู้รับสารและผู้รับสารที่มีความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อมักจะเป็นผู้รับสารประจำ มิใช่แต่เพียงเปิดรับไม่ใส่ใจ การใช้เทคนิคการตั้งคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังจึงมักใช้เนื้อหาของสื่อมาเป็นต้นแบบด้วย และนักวิชาการสื่อสารที่ศึกษาวิจัยแนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจก็นิยมใช้เทคนิคการเก็บข้อมูลแบบนี้ด้วยเช่นกัน

แนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการ นักวิชาชีพ และผู้ทรงคุณวุฒิทั้งไทยและต่างประเทศได้ให้ความหมายและคำนิยามของคำว่า "การประชาสัมพันธ์" ต่างกันออกไปดังนี้

Cutlip & Center (1978 : 4) นักวิชาการทางด้านการศึกษาและประชาสัมพันธ์ให้คำนิยามว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมี

อิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยให้ยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบันและเป็นการสื่อสารสองทาง

Jerkin (1980 : 1) ได้ให้คำนิยามว่า การประชาสัมพันธ์ ประกอบขึ้นด้วยการสื่อสารที่มีแบบแผนทั้งภายนอกและภายในระหว่างองค์การกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมถึงทั้งความเข้าใจร่วมกัน

บุญเลิศ ศุภคิลก (2533 : 7) ให้คำนิยามของการประชาสัมพันธ์ว่า หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีแบบแผนโดยอาศัยการสื่อสารแบบยูกวิติ (Two - way Communication) เพื่อโน้มน้าวความคิดเห็นให้เข้าใจและยอมรับนโยบายและการปฏิบัติงานของหน่วยงาน

ประจวบ อินอ็อค (2532 : 74) ให้คำนิยามว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การปฏิบัติกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มประชาชน หรือสังคมส่วนรวมต่อเนื่องกันไป โดยมีแผนและวัตถุประสงค์ที่แน่ชัด เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือและความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

จากคำจำกัดความของนักวิชาการหลายๆ ท่านข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีระบบ แบบแผนขององค์กรและสถาบันต่างๆ ในการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีของบุคคลภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดการยอมรับสนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรอย่างต่อเนื่องทั้งในระยะสั้นและระยะยาวนั่นเอง

2. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการสื่อสารขององค์กร หน่วยงานกับประชาชนหรือสังคม เพื่อก่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางความรู้สึกร่วมกัน และความร่วมมือสนับสนุนร่วมใจในการทำงานระหว่างองค์กร หน่วยงาน กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง จึงถือได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงานต่างๆ ในการพัฒนาประเทศ องค์กร หน่วยงานและสังคมส่วนรวมให้ได้รับความสำเร็จ สมบูรณ์ การใช้การประชาสัมพันธ์เข้าไปช่วยให้การปฏิบัติงานแพร่หลายกว้างขวางเป็นการเพิ่มศักยภาพในการเสริมสร้างสัมพันธภาพของบุคลากรภายในหน่วยงาน และสัมพันธภาพระหว่างองค์กร หน่วยงานกับประชาชน

สังคมที่มีความเจริญก้าวหน้ามีความสลับซับซ้อนมากขึ้น สลับซับซ้อนมากก็ยิ่งมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสนใจและความสำคัญแก่ความสัมพันธ์ของคนในสังคมนั้นมากยิ่งขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างวิชาการและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ภาวะสังคม ทำให้มีปัญหาการสื่อสารเกิดขึ้นในสังคม การประชาสัมพันธ์จะเข้ามามีบทบาทในการแก้ไขปัญหาการสื่อสารนี้ได้ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเปรียบเสมือนเครื่องมืออันทรงคุณค่า อำนาจคุณประโยชน์แก่องค์กร และหน่วยงานที่มีการติดต่อกับมหาชน

ปัจจุบันองค์กรหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ส่วนใหญ่ในปัจจุบันต่างเห็นความสำคัญของการมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เพราะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นวิถีทางที่จะบรรลุผลในการสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน ซึ่งความเข้าใจอันดีของประชาชนนี้เป็นส่วนสำคัญต่อการดำรงอยู่และการขยายขอบเขตงานขององค์กรและหน่วยงานทุกชนิด ดังนั้น ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการพิจารณาตัดสินใจเกือบทุกประการในนโยบายทั่ว ๆ ไปขององค์กรและหน่วยงาน

3. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็เปรียบเสมือนการดำเนินกิจกรรมการดำเนินงานทั่ว ๆ ไป คือ ต้องมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ดังที่ จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2534 : 107 -108) ได้ยกตัวอย่างวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้คือ

- 3.1 เพื่อทำความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงนโยบายขององค์กร
- 3.2 เพื่อแก้การเข้าใจผิดของสาธารณชนที่มีต่อองค์กร
- 3.3 เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอในความก้าวหน้าของโครงการและการทำงานขององค์กร
- 3.4 พัฒนาความรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่หรือสิ่งใหม่ ๆ ขององค์กร
- 3.5 เพื่อให้ตลาดการเงินและสถาบันการเงินได้รับทราบอย่างเต็มที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร และแนวอนาคตก่อนที่จะอนุมัติให้เงินร่วมลงทุน
- 3.6 เพื่อแก้ความกินแหนงแคลงใจ หรืออคติ ซึ่งเกิดจากความไม่เข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการกระทำขององค์กร อันมีผลกระทบกระเทือนต่อความสนใจในท้องถิ่นนั้น
- 3.7 เพื่อเป็นการสนับสนุนและดึงดูดใจหาผู้ที่มีความสามารถเข้าร่วมงาน
- 3.8 เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้ส่งให้กระชั้น

3.9 เพื่อเป็นการให้เป็นที่ทราบถึงเจตนารมณ์ขององค์กรในการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ

3.10 เพื่อเป็นการทำให้การบริการแก่ลูกค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างและปรับปรุงสัมพันธภาพระหว่างองค์กรกับผู้มาใช้บริการให้ดียิ่งขึ้น

3.11 เพื่อเป็นการให้สาธารณชนได้ทราบถึงการมีส่วนร่วมสนับสนุนในการอนุรักษ์และป้องกันสิ่งแวดล้อม

3.12 เพื่อให้สาธารณชนทราบบุคคลสำคัญ ๆ และบุคลิภาพขององค์กรอันเป็นการเผยแพร่ว่า องค์กรมีบุคคลที่น่าสนใจและมีความสามารถ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามที่องค์กรต้องประสบกับปัญหาวิกฤต

3.13 เพื่อเป็นการให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นที่รู้จักและเข้าใจในตลาดส่งออก รวมทั้งความเหมาะสมกับความต้องการและสถานการณ์ภายในประเทศหรือท้องถิ่นนั้น

3.14 เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและพรรคการเมือง ผู้บริโภคและกลุ่มกดดันต่าง ๆ

3.15 เพื่อเป็นการรักษาไว้ซึ่งสัมพันธภาพที่ดีที่สุดกับภาคอุตสาหกรรม

นอกจากนี้ ชัยนันท์ นันทพันธ์ (2528 : 77) สรุปถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า

1. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมสนับสนุนและเห็นชอบกับความมุ่งหมายและการดำเนินงานขององค์กร

2. เผยแพร่ข่าวสารความรู้ไปให้ประชาชนทราบ

3. ช่วยทำแนวความคิดเห็นของประชาชนและสถาบันให้มีส่วนประสานสอดคล้องต้องกัน

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ดังที่ได้กล่าวข้างต้นอาจสรุปความหมายได้ว่า การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรนั่นเอง

4. วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

สุพิน ปัญญาภัก (2526 : 27) ได้กล่าวถึงว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีหลักสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

4.1 การประชาสัมพันธ์นั้นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและหยุดไม่ได้ต้องพยายามทำโดยไม่มีที่สิ้นสุด เพราะตัวแปรที่สำคัญคือ ความรู้สึกนึกคิดหรือความคิดเห็นของประชาชนซึ่งเรียกว่า ประชามติ (Public Opinion) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงจำเป็นที่จะต้องรักษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานให้คงที่ตลอดไป

4.2 การประชาสัมพันธ์นั้นต้องกระทำอย่างมีแผน มีระบบ เป็นขั้นตอนมีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุด การทำงานต้องมีเอกภาพสอดคล้องกันทุกขั้นตอน

4.3 การประชาสัมพันธ์นั้นต้องโน้มน้าวทัศนคติหรือความคิดเห็นของประชาชนให้สนับสนุนกิจการของหน่วยงาน

4.4 การประชาสัมพันธ์นั้นต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนให้เกิดความเข้าใจกันและไม่ขัดแย้งกัน กล่าวคือ ต้องเข้าใจความต้องการของชุมชนว่า ต้องการอะไร มีทัศนคติอย่างไรบ้างที่ควรจะไปปรับใช้หรือปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกัน บางครั้งก็ต้องยอมรับความคิดเห็นของประชาชนด้วย

5. ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2537 : 478) สามารถจำแนกเป็นขั้นตอนได้ 4 ขั้นตอน คือ

5.1 การค้นคว้าหาข้อมูล (Fact-Finding)

การค้นคว้าจัดเก็บและรวบรวมข้อมูล ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้ได้รับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของหน่วยงานตัวเองมากขึ้น รู้จักประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องดียิ่งขึ้น โดยทั่วไปแล้วข้อมูลที่ต้องดำเนินการจัดเก็บในขั้นแรกก่อนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จำแนกได้เป็น 3 ลักษณะกว้าง ๆ คือ ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานและข้อมูลเฉพาะเรื่อง

การจัดเก็บข้อมูลในเบื้องต้นนี้ Cutlip & Center (1978 : 99) ว่าสามารถกระทำได้ 2 วิธีคือ

1. การสำรวจข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารและบุคคลต่าง ๆ ที่อยู่ภายในสถาบัน และข้อมูลจากภายนอกสถาบัน
2. การสำรวจข้อมูลอย่างเป็นทางการ มีวัตถุประสงค์ของการสำรวจอย่างชัดเจน มีการวางแผนจัดเก็บและดำเนินการอย่างรอบคอบมีขั้นตอนและเป็นระบบ

5.2 การวางแผน (Planning)

การวางแผนประชาสัมพันธ์ คือการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และเพื่อให้การดำเนินงานนั้น ๆ มีความสอดคล้องต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยระบุกิจกรรม กำหนดเวลา ผู้รับผิดชอบ และรายละเอียดอื่น ๆ ที่เหมาะสม การวางแผนที่ดีควรจะมีการยืดหยุ่น สามารถปฏิบัติจริงได้มีกิจกรรมที่ไม่ซ้ำซ้อนกัน และสามารถประเมินได้ การวางแผนประชาสัมพันธ์จะช่วยให้หน่วยงานได้รับประโยชน์คือ

1. เป็นการกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่จะประชาสัมพันธ์ออกไปว่ามีกิจกรรมใดที่ต้องทำ มีเนื้อหาสาระสำคัญคืออะไร ใครเป็นผู้รับผิดชอบกระทำเมื่อไร โดยวิธีไหน เพื่อประโยชน์อะไร ทำให้การดำเนินงานมีทิศทางและมีประสิทธิภาพ
2. ช่วยให้เกิดการประสานงานภายในได้อย่างดี สามารถเตรียมการณเตรียมบุคลากร งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ นอกจากนี้จะช่วยเพิ่มความเข้าใจที่ถูกต้องในการทำงานร่วมกัน ประสานกันภายในหน่วยงานได้เป็นอย่างดี
3. การวางแผนช่วยสามารถระบุปัญหาหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่ต้องดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาที่หน่วยงานประสบอยู่
4. ช่วยให้การติดตามและประเมินผลมีประสิทธิภาพ เพราะมีหลักฐานการดำเนินงานที่ดี นั่นก็คือ แผนประชาสัมพันธ์

5.3 การติดต่อสื่อสาร (Communication)

การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่จะดำเนินการสร้างช่องทางการสื่อสารเพื่อทำให้การสื่อสารในรูปของการประชาสัมพันธ์สมบูรณ์แบบ การดำเนินงานดังกล่าวจะกระทำได้ 2 วิธีคือ

1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารตามระเบียบแบบแผน
2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อสารที่ไม่มีแบบแผนชัดเจน อาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นหลักในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีผลในแง่ของการโน้มน้าวให้ข้อเท็จจริงในรายละเอียดหรือปรับความเข้าใจกัน และมักจะได้ผลดีกว่าสื่อสารแบบเป็นทางการ

5.4 การติดตามและประเมินผล (Evaluation)

การติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ เป็นการตัดสินคุณค่าของงานประชาสัมพันธ์ ทำให้หน่วยงานทราบถึงประสิทธิภาพของการทำงานที่ผ่านมาทราบถึงสภาพปัจจุบันและคาดการณ์อนาคตได้ การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์มิใช่มุ่งแต่ที่จะตรวจสอบคุณภาพผลลัพธ์หรือผลกระทบอันเนื่องมาจากที่ได้ประชาสัมพันธ์ไปว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ มากน้อยเพียงใดเท่านั้น บางครั้งก็มีความจำเป็นที่จะประเมินด้วยว่าเราได้ดำเนินงานตามกิจกรรมที่ระบุไว้ในแผนครบถ้วนหรือไม่ หรือได้ดำเนินงานไปมากน้อยเพียงไร หากสามารถดำเนินงานครบตามจำนวนกิจกรรมตามระบุไว้ ก็เป็นสิ่งที่บ่งชี้ให้เห็นถึงการทำงานที่มีประสิทธิภาพได้ด้วย

การติดตามและประเมินผลนิยมนิปฏิบัติ 3 ขั้นตอน คือ

1. ประเมินผลก่อนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (Pre-test) เพื่อหาคำตอบว่าสภาพปัจจุบันก่อนการดำเนินงานเป็นเช่นไร มีปัญหาอะไรบ้าง กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เป็นต้น
2. ประเมินผลระหว่างการดำเนินการ (Formative Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อนำมาปรับปรุงแผนประชาสัมพันธ์ให้มีความเป็นไปได้สูงขึ้นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
3. ประเมินผลเมื่อสิ้นสุดการดำเนินงาน (Summative Evaluation) เป็นการตรวจสอบและประเมินว่าการดำเนินงานที่เสร็จไปแล้วได้ผลอย่างไร บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

จากการศึกษาถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ วิธีดำเนินงานประชาสัมพันธ์และขั้นตอนดำเนินการประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์องค์กรหรือสถาบันจะต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการและขั้นตอนมากมาย ผู้ที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญในด้านการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง นอกจากนี้ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านต่างๆ จะต้องมีความรู้ มีทัศนคติ และเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ จึงจะสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์องค์กร สถาบัน ได้อย่างดี การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ซึ่งที่ได้กล่าวแล้วข้างต้นมาเป็นแนวทางในการศึกษา การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แม็คเนลลี่ และ ฟอนซีกา (McNally and Fonseca, 1964) พบว่า การใช้สื่อที่เป็นสิ่งตีพิมพ์ ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจข่าวสารการเมืองได้ดีกว่าการใช้วิทยุ และโทรทัศน์ที่ประชาชนถือว่าเป็นสื่อที่ใช้สำหรับให้ความบันเทิง ในการศึกษาครั้งนี้ แม็คเนลลี่และฟอนซีกา ศึกษากลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยคอสตาริกัน พบว่า ฐานะทางเศรษฐกิจไม่มีผลต่อการสนใจข่าวสารทางการเมืองของนักศึกษา

โรบินสัน (Robinson, 1972) พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะใช้สื่อและมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกัน ไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มที่มีความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารดี และจะเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนี้ของตนให้มากขึ้น โดยใช้สื่อมวลชน

วัชรียา อานามวัฒน์ (2533) ศึกษาพฤติกรรมกับการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์ และการตอบสนองความต้องการ พบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสื่อโทรทัศน์ คือ กลุ่มเพศหญิงมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แต่ละวันมากกว่ากลุ่มเพศชาย และกลุ่มที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวันต่างกัน

ปีพมา สุชินัย ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติต่อสำนักงานคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.) ของเจ้าหน้าที่หน่วยรับตรวจในหน่วยราชการส่วนกลางและรัฐวิสาหกิจ” พบว่าการเปิดรับข่าวสาร มีผลต่อความรู้และทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อ สตง. กล่าวคือ กลุ่มเป้าหมายที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ สตง. ที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความรู้เกี่ยวกับ สตง. แตกต่างกัน และทำให้ทัศนคติที่มีต่อ สตง. ของกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน ไปด้วย (ปีพมา สุชินัย, 2534 : 80 - 83)

นพพร ปริบูรณ์ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความสนใจการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนที่มีความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ให้ความสนใจหนังสือพิมพ์รายวันถึง 70.30% (ที่อ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน) เพราะถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเรียนรู้ รับรู้ โดยซื้อหนังสือพิมพ์รายวันอ่านเอง จำนวน 47.76% อ่านหนังสือพิมพ์จากห้องสมุด จำนวน 51.48% อ่านหนังสือพิมพ์อย่างละเอียด จำนวน 64.80% แสดงว่านิสิตนักศึกษามีการอ่านหนังสือพิมพ์และสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องการอ่าน จำนวน 53.24% ส่วนสารที่ชอบเปิดอ่าน คือ สารเกี่ยวกับ

เศรษฐกิจภายในประเทศ และยังสามารถสรุปได้ว่านิสิตนักศึกษาชายชอบอ่านข่าวสารที่มีสาระ ได้แก่ การเมือง ธุรกิจ กีฬา เศรษฐกิจทั้งภายใน-ภายนอก มากกว่านิสิตนักศึกษาหญิง และหนังสือพิมพ์ที่ได้รับการนิยมน่านมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (นพพร ประิพนณะ, 2529)

พาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Plamgreen and Raybum, 1979) ได้วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์จากกลุ่มตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน โดยวัดค่าความคาดหวังจากการดูโทรทัศน์ว่ารายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้ต่าง ๆ การใช้ประโยชน์และการใช้สื่อสัมพันธ์ การช่วยให้สัมปัญหาต่างๆ การเป็นเพื่อนแก้เหงา และเพื่อความบันเทิง เขาพบว่า ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูง และมีความสัมพันธ์กันเชิงลบ คือความคาดหวังสูง - ความพึงพอใจต่ำ หรือ ความคาดหวังต่ำ - ความพึงพอใจสูง

กัลโลเวย์ และมาร์ค (Galloway and Mark, 1981) กล่าวว่า การบริโภคสื่อจะให้ผลเป็นการรับรู้ถึงความพึงพอใจ ซึ่งจะมีอิทธิพลไปในทางที่จะเสริมหรือเปลี่ยนแปลงการรับรู้

อุษา จันทรประภาศ ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุเสียงชุมชน ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี” โดยศึกษาวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 103 คน และกลุ่มจากหมู่บ้านที่ตั้งโดยรอบสถานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังมีพฤติกรรมการฟังรายการค่อนข้างบ่อย เพราะรูปแบบรายการน่าสนใจ และฟังเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรมากที่สุด ในส่วนของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ พบว่า ผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจระดับมาก เฉพาะเรื่องที่เป็นเนื้อหาสาระของรายการ และเมื่อทดสอบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจกับลักษณะทางประชากรของผู้ฟัง พบว่า ผู้ฟังทั้งเพศชายและหญิงที่มีช่วงอายุต่างกัน ประกอบอาชีพต่างกัน มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่ต่างกัน แต่ผู้ฟังที่มีการศึกษาต่างกัน มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ฟังที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีแนวโน้มการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสูง รองลงมาคือผู้ฟังที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา นอกจากนี้ ผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน ยังมีลักษณะการใช้ประโยชน์อย่างแท้จริงจากเนื้อหาสาระที่รายการนำเสนอ (อุษา จันทรประภาศ, 2534)

เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ : ศึกษาเฉพาะกรณี

ข้าราชการของกรุงเทพมหานคร” และพบว่า ระดับความรู้เกี่ยวกับพิษภัย ของบุหรี่ของกลุ่มเป้าหมายนั้น มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการไม่สูบบุหรี่กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับโทษและพิษภัยของบุหรี่ในระดับปานกลาง และในขณะเดียวกันก็ทัศนคติต่อการไม่สูบบุหรี่อยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล, 2524 : 137 - 138)

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (Yubol Benjarongkit, 1985) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับงานที่เกิดขึ้นในชีวิตความต้องการ และการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ของผู้ชมเพื่อศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ ระหว่างประสบการณ์จากเหตุการณ์ในชีวิต และการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางจิตวิทยา ความเคยชินในการชมโทรทัศน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ พบว่า เหตุการณ์ในชีวิตทั้งหมดที่เกิดขึ้น เป็นผลให้ความต้องการสิ่งแวดล้อมทางสังคมและรายการโทรทัศน์ทั้งหลายเปลี่ยนไป และการเปลี่ยนแปลงความต้องการเช่นว่านี้ ยังเป็นการช่วยอธิบายให้เห็นว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตของบุคคลมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้สื่อโทรทัศน์ด้วย

ชนิดา พลศรี (2530) ได้ศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ พบว่า ความคาดหวังของเยาวชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมนิทรรศการ และพฤติกรรมการชมนิทรรศการของเยาวชนในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับ

จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533) ได้ศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร คลื่นพิเศษ F.M. SCA. พบว่า ผู้โดยสารที่มีช่วงอายุ อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความเห็นความคาดหวัง และความพึงพอใจต่างกัน

รศ.ดร.สุทนต์ ศรีไสย์ (รายงานประจำปีการประปานครหลวง, 2538) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชนต่อการให้บริการของการประปานครหลวงในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล โดยการศึกษาวิจัยจะเน้นอยู่ที่กลุ่มตัวอย่างประชากรที่กำลังใช้น้ำประปาและกำลังขอดัดตั้งเพื่อใช้น้ำจากการประปานครหลวง ผลการวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของการประปานครหลวงในภาพรวมเกือบทุกข้อที่สำรวจอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านความสะดวกในการชำระเงินที่ผู้ใช้น้ำมีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับต่ำมาก เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ สำหรับผู้ใช้

น้ำที่กำลังขอดัดตั้งการใช้น้ำ พบว่า ผู้ที่กำลังขอดัดตั้งประปาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

จากการศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วพบว่า ผลกระทบของการสื่อสารมีตั้งแต่ระดับบุคคลขึ้นไปจนถึงระดับสังคม การตอบสนองของบุคคลเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจเป็นทิศทางเดียวกับสิ่งเร้าหรือตรงกันข้ามก็ได้ และการตอบสนองนี้จะมีผลต่อความพึงพอใจ ความรู้ของผู้ใช้น้ำของการประปานครหลวงได้ และการเปิดรับข่าวสารของบุคคลจะเลือกรับและจดจำเฉพาะข่าวสารที่ตนเองสนใจ โดยสามารถตอบสนอง ความต้องการและเป็นประโยชน์แก่ตนเองให้ได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย จากข่าวสารนั้น ซึ่งจะใช้ศึกษากลุ่มผู้ใช้น้ำของการประปานครหลวง ในเรื่องการเปิดรับข่าวสารสำหรับทฤษฎีการเลือกใช้สื่อ เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้น จะใช้ตรวจสอบว่าผู้ใช้น้ำของการประปานครหลวง มีความต้องการที่จะรับทราบข้อมูลข่าวสารอะไร จากสื่อใด สารอะไร ที่ตอบสนองความพึงพอใจของตน และปัจจัยใดที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อ ส่วนทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ ใช้ศึกษาว่า กลุ่มผู้ใช้น้ำของการประปานครหลวง นั้น เปิดรับสารเนื่องจากสาเหตุใด มีความคาดหวังอะไรจากสื่อที่ตนเองจะได้รับ นอกจากนี้ยังมีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อต้องการตรวจสอบการเปิดรับ ข่าวสารของประชาชนผู้ใช้น้ำ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ประเภทของข้อมูล

แหล่งที่มีของข้อมูล รวบรวมจาก 2 แหล่ง ดังนี้ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการให้ประชาชนผู้ใช้น้ำตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษา ค้นคว้าตำราที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และเอกสารต่าง ๆ จากห้องสมุด และจากการประปานครหลวง

รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Research) เป็นการวิจัยที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจจากการสุ่มตัวอย่างของประชากรในกลุ่มที่กำหนดมาทำการศึกษา โดยการออกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง (สุพรรณิ มังคะลี, 2532 : 83)

ลักษณะทางประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้ใช้น้ำในเขตพื้นที่รับผิดชอบของการประปานครหลวง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่กว้างขวางมีอัตราค่าถังการติดตั้งประปาเพิ่มมากขึ้นทุกปี และในปัจจุบันประชาชนผู้ใช้น้ำในพื้นที่ที่มีเป็นจำนวนมาก เป็นผู้ใช้น้ำที่ขอติดตั้งมาตรวัดน้ำทั้งสิ้นจำนวน 1,241,380 ราย

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบ Yamane ที่ 95% กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน $\pm 5\%$ ประชากรผู้ใช้น้ำในเขตพื้นที่ที่ต้องการศึกษามีจำนวนประมาณ 1 ล้านคนขึ้นไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2536)

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรกลุ่มตัวอย่างมีเป็นจำนวนมากถึง 1,241,380 ราย (ณ สิ้นปีงบประมาณ 2541) ดังนั้นจึงทำการศึกษา โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามดุลยพินิจ (Judgement) ของผู้วิจัย โดยใช้หลักเหตุและผล วิจารณ์ญาณในการเลือกโดยพิจารณาจุดมุ่งหมายของการวิจัยเป็นสำคัญ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2536)

สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่าง เลือกจากการแบ่งเขตพื้นที่รับผิดชอบของ กปน. โดยแบ่งออกเป็น 4 ภาคปกครอง ขึ้นตรงต่อผู้จัดการภาค 1 - 4 โดยเลือกภาคละ 1 สำนักงานสาขาดังนี้

ภาคที่ 1 เลือกสำนักงานประจำสาขาพระโขนง

ภาคที่ 2 เลือกสำนักงานประจำสาขาแมนศรี

ภาคที่ 3 เลือกสำนักงานประจำสาขานนทบุรี

ภาคที่ 4 เลือกสำนักงานประจำสาขาภาษีเจริญ

โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสำนักงานสาขาละ 100 ตัวอย่าง และจะเลือกจากกลุ่มตัวอย่าง ที่มาทำการติดต่อสำนักงานประจำสาขาด้วยตนเอง 50 ตัวอย่าง เลือกจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้น้ำตามบ้านพักอาศัย 20 ตัวอย่าง อาคารพาณิชย์หรือกิจการขนาดเล็ก 20 ตัวอย่าง และอาคารชุดนิติบุคคล 10 ตัวอย่าง (จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือและมีเวลาในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และสาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างตามกลุ่มตัวอย่างข้างต้น เพราะได้รับข้อมูลจาก กปน. ว่าเป็นพื้นที่ที่ครอบคลุมบริเวณโดยส่วนมาก และเป็นศูนย์กลางของแต่ละภาคปกครอง นอกจากนั้นยังเป็นพื้นที่ที่จะสะดวกต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากไม่ห่างไกลจนเกินไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสร้างโดยอาศัย แนวความคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสรุปเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา และผู้วิจัยได้พยายามสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมทุกเรื่องที่ต้องการศึกษามีความง่ายต่อการอ่านและการทำความเข้าใจ เพราะ

กลุ่มเป้าหมายของผู้วิจัยนั้น มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันออกไป ตั้งแต่การศึกษาที่ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาไปจนถึงระดับปริญญา ดังนั้นจึงมีความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามจึงสมควรมีรูปแบบที่ง่าย อ่านแล้วเข้าใจคำถามได้ง่าย เพื่อสะดวกแก่การตอบคำถามต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ เพื่อเก็บข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง จะเป็นรูปแบบคำถามปลายปิด (Closed - Ended Question) เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับรายได้ จำนวนผู้อาศัยในครอบครัว ลักษณะที่อยู่อาศัย เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ที่ผู้ใช้น้ำได้รับบริการจากการประปานครหลวง และประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จะเป็นรูปแบบคำถามปลายปิด ถามถึงการได้รับข่าวสารประเภทใด จากสื่อใดบ้าง และมีการติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่องหรือไม่

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำ ที่ได้รับจากข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และการบริการจากการประปานครหลวงว่ามีมากน้อยเพียงใด จะเป็นรูปแบบคำถามปลายปิด โดยใช้มาตราไลเกิร์ต (Likert Scales)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อใช้สอบถามความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำ

ผู้วิจัยใช้ทฤษฎี หลักการ แนวคิด และเนื้อหาสาระภายในขอบข่ายที่กล่าวมาแล้ว ดำเนินการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย โดยคัดแปลงปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับลักษณะประชากร ซึ่งเป็นประชาชนผู้ใช้น้ำในพื้นที่รับผิดชอบของการประปานครหลวง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถาม ให้ผู้เชี่ยวชาญ และคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือ
2. นำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญ และคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ ไปทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (pre-test) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อนำค่าที่ได้รับจากผลการทดสอบมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นตามลักษณะของข้อมูล สำหรับการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นในครั้งนี้จะใช้วิธีของ Cronbach's Coefficient Alpha (หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย,

2524 : 142) ได้ค่าเท่ากับ 0.8615 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์นี้ใกล้เคียงกับ 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง รวมทั้งอาศัยความช่วยเหลือและความร่วมมือจากพนักงานการประสานครหลวง และเจ้าหน้าที่ด้านบริการของสำนักงานประปาสาขา โดยจะเตรียมการตามขั้นตอนดังนี้

1. เตรียมแบบสอบถามที่ได้จัดทำไว้ โดยแยกออกเป็น 4 ชุด จำนวนชุดละ 100 ฉบับ เพื่อแยกไปตามสาขาที่กำหนดไว้ 4 สาขา
2. ติดต่อกับหัวหน้าส่วนบริการการใช้น้ำของทั้ง 4 สาขา เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการแจกแบบสอบถาม และขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ส่วนบริการการใช้น้ำในการช่วยแจกแบบสอบถามให้ผู้ใช้น้ำที่มาติดต่องานกับสาขา บางส่วนฝากไปกับเจ้าหน้าที่ที่ออกไปตรวจงานนอกสถานที่ เพื่อให้ผู้ใช้น้ำตามที่พักอาศัยและบางส่วนผู้วิจัยออกไปสอบถามและแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง
3. เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองบางส่วน และส่วนที่เหลือขอความอนุเคราะห์ให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานสาขาช่วยเก็บรวบรวมและฝากส่งทางรถไปรษณีย์ของปณ.
4. ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละชุดด้วยตนเอง และทำการสอบถามเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างครบถ้วน กรณีที่แบบสอบถามไม่สมบูรณ์จนกระทั่งรวบรวมแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ของคำตอบได้ครบ 400 ชุด เพื่อนำไปประมวลผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)
 - 1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เพื่อศึกษาและวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.3 หาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อหาค่าความสอดคล้องของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing Statistics) ได้แก่

2.1 การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่า

เฉลี่ย

2.2 การวิเคราะห์ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi - Square) เพื่อทดสอบความเป็นอิสระ

ของตัวแปร



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวง ได้ใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ได้ทำการตรวจทานและนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ จะทำการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้คือ

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป ได้แก่

1. ผลการแจกแจงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
2. ผลการแจกแจงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการประปา
นครหลวง
3. ผลการแจกแจงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.
4. ผลสรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร และ
ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของการประปานครหลวง

ตอนที่ 2 : ผลการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ผลการแจกแจงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 1-6

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	164	41.0
หญิง	236	59.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 59.0 เป็นหญิง ที่เหลือเป็นชาย ร้อยละ 41.0 ทั้งนี้ เนื่องจากพบว่าผู้ที่มาติดต่องานกับการประสานรหลวงส่วนมากเป็นหญิง

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	28	7.0
21 - 30 ปี	155	38.8
31 - 40 ปี	134	33.5
41 - 50 ปี	56	14.0
มากกว่า 50 ปี	27	6.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 38.8 เป็นผู้ที่มียุระหว่าง 21 - 30 ปี รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 33.5 น้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 7 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี ร้อยละ 14 และมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพทางสังคม

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	205	51.3
สมรส	187	44.5
หม้าย	17	4.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 51.30 เป็นผู้มีสถานภาพโสด รองลงมา คือผู้ที่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 44.50 และ สถานภาพหม้าย ร้อยละ 4.20 ตามลำดับ ซึ่งจะ เห็นได้ว่าผู้ที่มาติดต่อกับการประสานกรหลวงนั้น ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด อาจจะเนื่องมา จาก สถานภาพ โสดมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานและติดต่อกันมากกว่าสถานภาพอื่น ๆ อาทิ สถานภาพสมรส อาจจะมีบุตรที่ต้องเลี้ยงดูเวลาออกไปติดต่อกันจะเป็นการลำบากมาก ที่จะต้องนำเด็กมายังสถานที่ราชการ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ระดับรายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	41	10.3
ระหว่าง 5,001 -10,000 บาท	149	37.3
ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท	100	25.0
ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท	74	18.5
ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท	25	6.2
มากกว่า 50,000 บาท	11	2.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 37.3 รองลงมา ระหว่าง 10,001 - 20,000 ร้อยละ 25 ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 18.5 และน้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 10.3 จะสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 8.9 เนื่องจากผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงดังกล่าว ส่วนมากจะไม่ได้เป็นผู้มาติดต่องานด้วยตนเอง จะมอบหมายให้ผู้อื่นมาติดต่องานแทน โดยใช้หนังสือมอบอำนาจให้ดำเนินการแทน

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัยในครอบครัว

จำนวนผู้อยู่อาศัยในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 คน	97	24.3
3 - 6 คน	243	60.7
7 - 10 คน	46	11.5
มากกว่า 10 คน	14	3.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งหนึ่ง คือร้อยละ 60.7 จะมีผู้อยู่อาศัยในครอบครัว จำนวน 3-6 คน รองลงมาคือน้อยกว่า 3 คน ร้อยละ 24.3 7-10 คน ร้อยละ 11.5 และมากกว่า 10 คน ร้อยละ 3.5 ตามลำดับ จะสังเกตว่าในสังคมปัจจุบัน จะเป็นครอบครัวขนาดเล็กซึ่งแยกออกจากครอบครัวใหญ่ ดังนั้นปริมาณการใช้น้ำของแต่ละครัวเรือนจึงมากน้อยแตกต่างกัน และครอบครัวขนาดใหญ่ที่มีบุคคลภายในครอบครัวมากกว่า 10 คน กำลังจะหายไปจากเขตเมืองหลวงสังเกตจากการวิจัยพบว่า มีเพียงร้อยละ 3.5 เท่านั้น

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ลักษณะที่อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
บ้านส่วนตัว ชั้นเดียว	103	25.8
บ้านส่วนตัว 2 ชั้น	200	50.0
อาคารชุดนิติบุคคล	53	13.3
อาคารพาณิชย์ พักอาศัย	44	11.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า จำนวนครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างจะมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านส่วนตัว 2 ชั้น ร้อยละ 50 รองลงมาเป็นลักษณะบ้านส่วนตัว ชั้นเดียว ร้อยละ 25.8 อาคารชุดนิติบุคคล ร้อยละ 13.3 และอาคารพาณิชย์พักอาศัย ร้อยละ 11 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนมากจะพักอาศัยกันตามบ้านส่วนตัวมากถึงร้อยละ 75.80

2. ผลการแจกแจงพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการระปานครหลวงของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 7 - 14

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ใน 1 สัปดาห์

ประเภทของสื่อ	ไม่ได้ รับเลย	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 7 ครั้ง	รวม
สื่อบุคคล	89 (22.3)	95 (23.8)	121 (30.3)	73 (18.3)	22 (5.5)	400 (100.0)
วิทยุกระจายเสียง	45 (11.3)	137 (34.3)	149 (37.3)	53 (13.3)	16 (4.0)	400 (100.0)
โทรทัศน์	26 (6.5)	69 (17.3)	120 (30.0)	98 (24.5)	87 (21.8)	400 (100.0)
หนังสือพิมพ์	24 (6.0)	72 (18.0)	148 (37.0)	99 (24.8)	57 (14.3)	400 (100.0)
สื่อสิ่งพิมพ์	103 (25.8)	125 (31.3)	145 (36.3)	23 (5.8)	4 (1.0)	400 (100.0)

จากตารางที่ 7 พบว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภทของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยแล้ว 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จากสื่อบุคคลร้อยละ 30.3 วิทยุกระจายเสียงร้อยละ 37.3 โทรทัศน์ร้อยละ 30 หนังสือพิมพ์ร้อยละ 37 และสื่อสิ่งพิมพ์ร้อยละ 36.3 โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารค่อนข้างมากกว่าสื่ออื่น คือ 5 - 6 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ร้อยละ 24.5 และ 24.8 ส่วนสื่อที่เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้น้อย คือ สื่อสิ่งพิมพ์ โดยที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้รับสื่อเลยถึงร้อยละ 25.8 และได้รับเพียง 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 31.3

จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากคือ สื่อโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ สืบเนื่องได้จากระดับการแข่งขันทางการตลาดของสื่อทั้งสองประเภทนี้มีความรุนแรงมากอย่างชัดเจน

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของการประปานครหลวง จากประเภทของสื่อใน 1 สัปดาห์

ประเภทของสื่อ	ไม่ได้ รับเลย	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 7 ครั้ง	รวม
สื่อบุคคล	111 (27.8)	154 (38.5)	87 (21.8)	36 (9.0)	12 (3.0)	400 (100.0)
วิทยุกระจายเสียง	76 (19.0)	159 (39.8)	132 (33.0)	20 (5.0)	13 (3.3)	400 (100.0)
โทรทัศน์	56 (14.0)	93 (23.3)	149 (37.3)	70 (17.5)	32 (8.0)	400 (100.0)
หนังสือพิมพ์	47 (11.8)	111 (27.8)	167 (41.8)	63 (15.8)	12 (3.0)	400 (100.0)
สื่อสิ่งพิมพ์	136 (34.0)	133 (33.3)	92 (23.0)	34 (8.5)	5 (1.3)	400 (100.0)

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จาก กปน. โดยเฉลี่ยแล้วจากสื่อบุคคล 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 38.5 วิทยุกระจายเสียงได้รับ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 39.8 สำหรับสื่อโทรทัศน์ได้รับ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 37.3 และสื่อหนังสือพิมพ์ได้รับ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 41.8 และกลุ่มตัวอย่างจะไม่ได้รับสื่อสิ่งพิมพ์ถึงร้อยละ 34

จะเห็นได้ว่า การได้รับสื่อต่าง ๆ โดยจำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จาก กปน. ใน 1 สัปดาห์จะได้รับค่อนข้างน้อย และสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้น้อย อาจจะเป็นเพราะว่าเป็นสื่อที่ กปน. วางไว้ตามสำนักงานสาขาต่าง ๆ หรือ แจกจ่ายเฉพาะกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่จากการประปานครหลวง ต่อสัปดาห์

ข่าวสารที่เผยแพร่จากการประปานครหลวง	ไม่ได้รับเลย	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 7 ครั้ง	รวม
ข่าวน้ำไม่ไหล/การหยุดจ่ายน้ำ	50 (12.5)	106 (26.5)	142 (35.5)	63 (15.8)	39 (9.8)	400 (100.0)
การประหยัดน้ำ/การรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างมีคุณค่า	21 (5.3)	77 (19.3)	149 (37.3)	104 (26.0)	49 (12.3)	400 (100.0)
ข่าวสารด้านการให้บริการที่พัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพขึ้น	77 (19.3)	173 (43.3)	115 (28.8)	29 (7.3)	6 (1.5)	400 (100.0)
ข่าวสารการพัฒนา/การปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานขององค์กร	124 (31.0)	155 (38.8)	100 (25.0)	19 (4.8)	2 (0.5)	400 (100.0)

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวน้ำไม่ไหล/การหยุดจ่ายน้ำ และข่าวการประหยัดน้ำ/การรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างมีคุณค่าโดยเฉลี่ย 3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ในขณะที่ข่าวสารด้านการให้บริการกับข่าวสารการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานขององค์กรนั้นค่อนข้างน้อยอย่างเห็นได้ชัดประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ถึงร้อยละ 43.30 และ 38.80 ตามลำดับ

ทั้งนี้เนื่องจากการประปานครหลวง ได้เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำและการหยุดจ่ายน้ำ หรือน้ำประปาไม่ไหลมากเป็นพิเศษ จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารมากกว่าข่าวอื่น ๆ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการทราบ
ข่าวสารจากการประปานครหลวงในเรื่องต่าง ๆ

ข่าวสารที่เผยแพร่จากการประปานคร หลวง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
ข่าวน้ำไม่ไหล/หยุดจ่ายน้ำ	22 (5.5)	46 (11.5)	49 (12.3)	283 (70.8)	400 (100.0)
การประหยัดน้ำ/การรณรงค์ให้ใช้น้ำ อย่างมีคุณค่า	99 (24.8)	87 (21.8)	159 (39.8)	55 (13.8)	400 (100.0)
ข่าวสารด้านการให้บริการที่พัฒนา อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น	53 (13.3)	145 (36.3)	153 (38.3)	49 (12.3)	400 (100.0)
ข่าวการพัฒนา/การปรับปรุงระบบการ ปฏิบัติงานขององค์กร	229 (57.3)	123 (30.8)	34 (8.5)	14 (3.5)	400 (100.0)

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการทราบข่าวน้ำไม่ไหลมากที่สุด ถึงร้อยละ 70.8 ส่วนข่าวด้านการให้บริการที่พัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการทราบน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.3 ข่าวสารด้านการประหยัดน้ำ/การรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างมีคุณค่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการทราบในระดับปานกลาง คือ ร้อยละ 39.8 และข่าวสารการพัฒนา การปรับปรุงการปฏิบัติงานขององค์กรนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการทราบน้อยที่สุด กว่าข่าวสารด้านอื่น ๆ คือ ร้อยละ 57.3

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับข่าวสาร ความรู้ ที่การประปานครหลวงเผยแพร่

ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารของ กปน.	จำนวน	ร้อยละ
สนใจมากทุกข่าวที่ได้รับ	90	22.5
รู้สึกเฉย ๆ	39	9.8
สนใจเป็นบางข่าว	271	67.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสาร ความรู้ที่การประปานครหลวงเผยแพร่เพียงบางข่าวสารเท่านั้น ร้อยละ 67.8 รองลงมาคือสนใจทุกข่าวที่ได้รับ ร้อยละ 22.5 และรู้สึกเฉย ๆ ร้อยละ 9.8 ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 10 ที่กลุ่มตัวอย่าง เลือกต้องการทราบข่าวสารของการหยุดจ่ายน้ำหรือน้ำไม่ไหลมากที่สุด ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากข่าวสารนี้เป็นข่าวที่มีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่เคยเห็นข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำและรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างมีคุณค่า

ข่าวสารการประหยัดน้ำ	จำนวน	ร้อยละ
เคยเห็น	362	90.5
ไม่เคยเห็น	38	9.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนมากถึงร้อยละ 90.5 นั้นเคยพบเห็นข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ และการรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างมีคุณค่า ที่การประปานครหลวงทำการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนตามสื่อต่าง ๆ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการรับข่าวสาร การประหยัดน้ำ และการรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างมีคุณค่าที่เผยแพร่จากการประชาสัมพันธ์

พฤติกรรมการรับข่าวสาร	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ความสนใจข่าวสาร	10 (2.5)	71 (17.8)	210 (52.5)	90 (22.5)	19 (4.8)	400 (100.0)
โอกาสที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน	22 (5.5)	77 (19.3)	172 (43.0)	108 (27.0)	21 (5.3)	400 (100.0)
บอกกล่าว/เผยแพร่ข้อมูลให้คนใกล้ตัวรับทราบ	48 (12.0)	115 (28.8)	149 (37.3)	75 (18.8)	13 (3.3)	400 (100.0)

จากตารางที่ 13 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการประหยัดน้ำและการรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าที่เผยแพร่จาก กปน. ด้านความสนใจข่าวสาร โอกาสที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน และการบอกกล่าวเผยแพร่ข้อมูลต่อของกลุ่มเป้าหมายนั้น อยู่ในระดับปานกลาง คือ ร้อยละ 52.50, 43.0 และ 37.30 ตามลำดับ

สาเหตุที่ผู้ใช้น้ำให้ความสนใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ และการรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าไม่มากเท่าที่ควรนั้น อาจเนื่องมาจากเป็นสิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้นกับตนเอง หรืออาจจะมองว่าเป็นสิ่งที่ยังห่างไกลตนเองอยู่

ตารางที่ 14 แสดงผลการทดสอบความรู้เกี่ยวกับ กปน. ของกลุ่มตัวอย่าง

ความรู้เกี่ยวกับ กปน.	รู้จัก (เคย)	ไม่รู้จัก (ไม่เคย)	รวม
บริการทางโทรศัพท์ 1125	269 (67.3)	131 (32.7)	400 (100.0)
เคยใช้บริการ 1125	133 (33.3)	267 (66.7)	400 (100.0)
การประสานครหลวง สังกัดหน่วยงานใด	274 (68.5)	126 (31.5)	400 (100.0)

จากตารางที่ 14 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับ กปน. ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ด้านบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 รู้จักบริการนี้ถึงร้อยละ 67.30 แต่ไม่เคยใช้บริการร้อยละ 66.70 และทราบว่า กปน. สังกัดกระทรวงมหาดไทยร้อยละ 68.50 โดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับ กปน. พอสมควร

3. ผลการแจกแจงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อ กปน. ดังแสดงในตารางที่ 15 - 17

ตารางที่ 15 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างด้านการดำเนินงานของ กปน.

ความพึงพอใจ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	\bar{X}
- ผู้บริหารมีความรู้และประสบการณ์	11 (2.8)	53 (13.3)	235 (58.8)	88 (22.0)	13 (3.3)	400 (100.0)	3.10
- เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ	12 (3.0)	54 (13.5)	259 (64.8)	69 (17.3)	6 (1.5)	400 (100.0)	3.01
- ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ กำหนดเอาไว้อย่างรัดกุม	25 (6.3)	93 (23.3)	229 (57.3)	49 (12.3)	4 (1.0)	400 (100.0)	2.79
- มีระบบการทำงานที่ดีได้ระดับมาตรฐาน	18 (4.5)	117 (29.3)	215 (53.8)	42 (10.5)	8 (2.0)	400 (100.0)	2.76
- มีการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ	18 (4.5)	116 (29.0)	223 (55.8)	36 (9.0)	7 (1.8)	400 (100.0)	2.75
- มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน	35 (8.8)	122 (30.5)	179 (44.8)	58 (14.5)	6 (1.5)	400 (100.0)	2.70
- การวางแผนและการจัดสถานที่ในการทำงานค่อนข้างเหมาะสม	27 (6.8)	143 (35.8)	181 (45.3)	44 (11.0)	5 (1.3)	400 (100.0)	2.64
- มีการประชาสัมพันธ์องค์กรอย่างต่อเนื่อง	45 (11.3)	129 (32.3)	168 (42.0)	48 (12.0)	10 (2.5)	400 (100.0)	2.62
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการดำเนินงาน							2.79

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการดำเนินงานของ กปน. ในระดับปานกลาง ค่อนข้างน้อย ยกเว้นความพึงพอใจเกี่ยวกับผู้บริหารมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ และ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างมาก

ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจด้านการดำเนินงานของ กปน. คือ 2.79 แสดงว่า แนวโน้มของความพึงพอใจที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อการดำเนินงานของ กปน. มีค่อนข้างน้อย จากการวิจัยดังกล่าวเห็นควรปรับปรุงด้านการดำเนินงานขององค์กรให้ได้รับความพึงพอใจมากกว่านี้ ในด้านระบบการทำงาน การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย การวางผังสถานที่ทำงาน ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ การพัฒนาบุคลากรและการประชาสัมพันธ์องค์กร สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับความรู้ ประสบการณ์ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ ซึ่งได้รับความพึงพอใจค่อนข้างสูงกว่าด้านอื่นนั้น ก็เห็นควรให้ปรับปรุงให้อยู่ในระดับมากกว่านี้เช่นกัน เพราะมองโดยรวมแล้ว ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

ตารางที่ 16 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการ ของ กปน.

ความพึงพอใจ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	\bar{X}
- ให้บริการด้วยความ สุภาพและมีมนุษย สัมพันธ์ดี	21 (5.3)	53 (13.3)	227 (56.8)	86 (21.5)	13 (3.3)	400 (100.0)	3.04
- ให้บริการกับประชา ชนที่มาติดต่ออย่าง เป็นกันเองและเสมอ ภาคกัน	20 (5.0)	84 (21.0)	217 (54.3)	65 (16.3)	14 (3.5)	400 (100.0)	2.92
- เจ้าหน้าที่มีความตั้งใจ กระตือรือร้นในการ ปฏิบัติงาน	24 (6.0)	78 (19.5)	231 (57.8)	62 (15.5)	5 (1.3)	400 (100.0)	2.86
- ขั้นตอนในการติดต่อ ไม่มากจนเกินไป	22 (5.5)	113 (28.3)	197 (49.3)	64 (16.0)	4 (1.0)	400 (100.0)	2.79
- ได้รับความสะดวก และรวดเร็วในการ บริการ	32 (8.0)	114 (28.5)	182 (45.5)	62 (15.5)	10 (2.5)	400 (100.0)	2.76
- ระยะเวลาในการให้ บริการเหมาะสม	36 (9.0)	108 (27.0)	181 (45.3)	69 (17.3)	6 (1.5)	400 (100.0)	2.75
- การประสานครหลวง ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ ประชาชนอย่างเพียงพอ	32 (8.0)	122 (30.5)	189 (47.3)	49 (12.3)	8 (2.0)	400 (100.0)	2.70
- มีการใช้เทคโนโลยีที่ ทันสมัยเข้ามาช่วยใน การให้บริการ	32 (8.0)	35 (33.8)	180 (45.0)	45 (11.3)	8 (2.0)	400 (100.0)	2.65

ความพึงพอใจ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	\bar{X}
- เจ้าหน้าที่รักษาผล ประโยชน์ให้ผู้ใช้ อย่างเต็มที่	47 (11.8)	110 (27.5)	190 (47.5)	46 (11.5)	7 (1.8)	400 (100.0)	2.64
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการบริการจาก กปน.							2.79

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนมากมีความพึงพอใจ ในด้านบริการของกปน. ในระดับปานกลาง ก่อนข้างน้อย ยกเว้น ความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการด้วยความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งจะมีความพึงพอใจในระดับ ปานกลางค่อนข้างมาก ดังจะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน แต่ละองค์การหันมาให้ความสำคัญกับการบริการมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการให้บริการกับผู้ที่มาติดต่องานกับองค์กร จึงมีการพัฒนาบุคลากรของแต่ละองค์การเอง ให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการ การประปรานครหลวงเองก็เป็นองค์กรหนึ่งซึ่งมีการพัฒนาในด้านดังกล่าว และให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน

ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจด้านการบริการของกปน. คือ 2.79 แสดงว่าแนวโน้มของความพึงพอใจที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อด้านบริการของ กปน. มีค่อนข้างน้อยจากการวิจัยดังกล่าว เห็นควรปรับปรุงด้านการบริการขององค์กรให้ได้รับความพึงพอใจมากกว่านี้ทั้งในด้านการบริการด้วยความสุภาพ ถึงแม้ว่าจะมีค่าเฉลี่ยค่อนข้างสูงกว่าความพึงพอใจด้านอื่น แต่ก็ยังถือว่าค่อนข้างต่ำอยู่ ส่วนความพึงพอใจด้านอื่น อาทิ การให้บริการกับประชาชนอย่างเป็นกันเอง ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน ขั้นตอนการให้บริการ ความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการที่เหมาะสม การให้ข้อมูลข่าวสาร การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่รักษาผลประโยชน์ให้ผู้ใช้บริการ ยังคงต้องปรับปรุงเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 17 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างด้านข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก
 กปน.

ความพึงพอใจ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	\bar{X}
- สื่อที่ได้รับสามารถ ทำความเข้าใจได้ง่าย	13 (3.3)	72 (18.0)	212 (53.0)	87 (21.8)	16 (4.0)	400 (100.0)	3.05
- ด้านคุณภาพเนื้อหา ของข้อมูลทำการ เผยแพร่	12 (3.0)	108 (27.0)	217 (54.3)	56 (14.0)	7 (1.8)	400 (100.0)	2.85
- สื่อที่ใช้ในการเผย แพร่มีความเหมาะสม	14 (3.5)	108 (27.0)	221 (55.3)	49 (12.3)	8 (2.0)	400 (100.0)	2.82
- ใช้ช่องทางในการ นำเสนออย่าง เหมาะสม	16 (4.0)	117 (29.3)	221 (55.3)	38 (9.5)	8 (2.0)	400 (100.0)	2.76
- การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	20 (5.0)	139 (34.8)	190 (47.5)	45 (11.3)	6 (1.5)	400 (100.0)	2.70
- ด้านปริมาณข้อมูลที่ เผยแพร่อ่างเพียงพอ	18 (4.5)	154 (38.5)	178 (44.5)	44 (11.0)	6 (1.5)	400 (100.0)	2.67
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.							2.80

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนมากมีความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารเผยแพร่จาก กปน. ในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย ยกเว้น ความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อที่ได้รับสามารถทำความเข้าใจได้ง่าย จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่อนข้างมาก เนื่องจาก กปน. มีผู้นำที่มีความหลากหลายตั้งแต่ระดับล่างไปจนถึงระดับสูง ดังนั้นสื่อที่เผยแพร่ออกมาจึงเน้นให้ง่ายต่อการเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นด้านรูปแบบ ด้านภาษาที่ใช้สื่อความหมาย หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ

ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. คือ 2.80 แสดงว่าแนวโน้มของความพึงพอใจที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

ค่อนข้างน้อย จากการวิจัยดังกล่าว เห็นควรทำการปรับปรุง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กปน. ให้ได้รับความพึงพอใจมากกว่านี้ เนื่องจาก การตรวจสอบพบว่าระดับความพึงพอใจ ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้นอยู่ในระดับต่ำ ทั้งในด้านคุณภาพ เนื้อหาของข้อมูล ความเหมาะสมของสื่อที่ใช้เผยแพร่ช่องทางการนำเสนอ ความรวดเร็วในการเผยแพร่ ด้านปริมาณของข้อมูล ถึงแม้ว่าในด้านที่สื่อมีความเข้าใจง่ายที่มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจค่อนข้างสูงกว่า ด้านอื่นนั้น ก็เห็นควรปรับปรุงด้วยเช่นกัน เนื่องจากยังเป็นระดับที่ยังไม่น่าพึงพอใจเท่าที่ควร

4. ผลสรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารและความพึงพอใจของ ผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของ กปน.

ตารางที่ 18 แสดงผลสรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของ กปน.

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ควรมีการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ทันทต่อเหตุการณ์ และชัดเจน โดยเฉพาะข่าวเรื่อง การปิดเปิดน้ำ น้ำไม่ไหล และการขึ้นค่าน้ำประปา	111	25.99
2. ควรปรับปรุงบริการด้านการชำระเงินให้ทันสมัยมากขึ้นและควรมีหลาย ๆ วิธี	76	17.80
3. ควรอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญ ในการปฏิบัติงานสามารถตอบข้อซักถาม และให้คำแนะนำกับ ผู้ใช้น้ำได้ รวมถึงควรมีความสุภาพ และวิญญูณในการให้บริการ	47	11.01
4. ควรปรับปรุงบริการต่าง ๆ อาทิ การซ่อมท่อแตก - รั่ว, การปรับปรุงระบบเดินท่อและกำลังน้ำให้มีความรวดเร็วขึ้น	42	9.84
5. ควรมีที่จอดรถให้พอเพียงเพื่อสะดวกแก่การติดต่อกับองค์กร	33	7.73

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
6. ควรปรับปรุง คู่มือระบบน้ำประปาให้สะอาด ปราศจากเชื้อโรคเสมอ และสามารถดื่มได้	32	7.49
7. ควรปรับปรุงด้านเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในการทำงานให้มากขึ้นทัดเทียมกับองค์กรอื่น อาทิ เครื่องมือเครื่องใช้, บุคลากร	29	6.79
8. ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับ การประหยัดน้ำ, การดำเนินงานขององค์กร	28	6.56
9. ทำให้ประชาชน รู้จักคุณค่าและประหยัดน้ำมากขึ้น	19	4.46
10. มีความรู้สึกดี, สบาย และเป็นกันเองมาก เวลามาติดต่องานกับ กปน.	7	1.64
11. สื่อโทรทัศน์ ทำให้ประชาชนเข้าใจข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ได้มาก	2	0.47
12. ควรมีการติดตาม และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เผยแพร่ ออกไปว่ามีผลกระทบอย่างไรบ้าง	1	0.23
รวม	427	100

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ใช้น้ำมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ ของ กปน. โดยให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกดังนี้

1. ต้องการให้ กปน. มีการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ทันต่อเหตุการณ์และชัดเจน โดยเฉพาะข่าวสารเรื่อง เวลาการปิดเปิดน้ำประปา น้ำประปาไม่ไหล และการขึ้นค่าน้ำประปา

2. ต้องการให้ กปน. ปรับปรุงบริการด้านการชำระเงินค่าน้ำประปาให้ทันสมัยมากขึ้นและควรให้มีทางเลือกในการชำระเงินหลาย ๆ วิธี

3. ต้องการให้ กปน. อบรมบุคลากรให้มีความรู้ ความชำนาญ ในการปฏิบัติงาน ให้สามารถตอบข้อซักถาม และให้คำแนะนำกับผู้ใช้ น้ำได้ รวมถึงควรมีความสุภาพ และวิญญูณาในการให้บริการในตนเองด้วย โดยจะพบได้จากคำร้องเรียนของผู้ใช้น้ำในเรื่อง พนักงานพูดจาไม่สุภาพแสดงกิริยาไม่เหมาะสมกับผู้ใช้ น้ำ ซึ่งส่วนมากจะเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานในสนาม เช่น พนักงานอ่านมาตรวัดน้ำ พนักงานจัดเก็บ และพนักงานซ่อมท่อ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 19 -52

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวงแตกต่างกัน

จากสมมติฐานนี้สามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อย 4 สมมติฐาน ดังต่อไปนี้

1.1 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้ความบ่อยครั้งในการได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่จาก กปน. แตกต่างกัน

1.2 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้ความสนใจในข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. แตกต่างกัน

1.3 ระดับรายได้ที่แตกต่างกันทำให้ความบ่อยครั้งในการได้รับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. แตกต่างกัน

1.4 ระดับรายได้ที่แตกต่างกันทำให้ความสนใจในข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับการได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่จาก กปน.

สถานภาพ	การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. (ครั้ง/สัปดาห์)					รวม
	ไม่ได้รับเลย	1 - 2 ครั้ง	3 - 4 ครั้ง	5 - 6 ครั้ง	มากกว่า 7 ครั้ง	
โสด	4 (2.0)	56 (27.3)	115 (56.1)	27 (13.2)	3 (1.5)	205 (51.3)
สมรส	12 (6.8)	54 (30.7)	87 (49.4)	21 (11.9)	2 (1.1)	176 (44.0)
หย่าร้าง	1 (5.3)	8 (42.1)	9 (47.4)	1 (5.3)	0 (0.0)	19 (4.8)
รวม	17 (4.3)	118 (29.5)	211 (52.8)	49 (12.3)	5 (1.3)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 8.915 \text{ Significance} = 0.349 \text{ (P>0.05)}$$

จากตารางที่ 19 พบว่า สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้การรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. แตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วในแต่ละสถานภาพจะได้รับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ประมาณ 3 - 4 ครั้ง ต่อสัปดาห์

ตารางที่ 20 แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความสนใจใน
ข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

สถานภาพ	ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารและความรู้ของ กปน.		รวม
	สนใจ	ไม่สนใจ	
โสด	185 (90.2)	20 (9.8)	205 (51.3)
สมรส	160 (90.9)	16 (9.1)	176 (44.0)
หย่าร้าง	16 (84.2)	3 (15.8)	19 (4.8)
รวม	361 (90.3)	39 (9.8)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 0.87448 \text{ Significance} = 0.645 (P > 0.05)$$

จากตารางที่ 20 พบว่า สถานภาพทางสังคมแตกต่างกันไม่ทำให้ ความสนใจที่จะเปิดรับข่าวสารจาก กปน. แตกต่างกัน โดยเฉพาะในช่วงสถานภาพสมรส จะให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารและความรู้ที่เผยแพร่จาก กปน. มากเป็นพิเศษถึงร้อยละ 90.90

ตารางที่ 21 แสดงผลความแตกต่างระหว่างระดับรายได้ กับ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่จาก กปน.

ระดับรายได้	การเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างจาก กปน. (ครั้ง/สัปดาห์)					รวม
	ไม่ได้รับเลย	1 - 2 ครั้ง	3 - 4 ครั้ง	5 - 6 ครั้ง	มากกว่า 7 ครั้ง	
น้อยกว่า 10,000 บาท	6 (3.2)	48 (25.3)	104 (54.7)	29 (15.3)	3 (1.6)	190 (47.5)
ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท	10 (5.7)	62 (35.6)	84 (48.3)	16 (9.2)	2 (1.1)	174 (43.5)
มากกว่า 30,001 บาท	1 (2.8)	8 (22.2)	23 (63.9)	4 (11.1)	0 (0.0)	36 (9.0)
รวม	17 (4.3)	118 (29.5)	211 (52.8)	49 (12.3)	5 (1.3)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 10.70439 \text{ Significance} = 0.21902 (P > 0.05)$$

จากตารางที่ 21 พบว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่จาก กปน. แตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง คือ 3 - 4 ครั้ง ต่อสัปดาห์ หรือร้อยละ 52.80

ตารางที่ 22 แสดงผลความแตกต่างระหว่างระดับรายได้ กับ ความสนใจในข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

ระดับรายได้	ความสนใจในข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.		รวม
	สนใจ	ไม่สนใจ	
น้อยกว่า 10,000 บาท	166 (87.4)	24 (12.6)	190 (47.5)
ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท	159 (91.4)	15 (8.6)	174 (43.5)
มากกว่า 30,001 บาท	36 (100.0)	0 (0.0)	36 (100.0)
รวม	361 (90.3)	39 (9.8)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 5.93431 \text{ Significance} = 0.05145 (P > 0.05)$$

จากตารางที่ 22 พบว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความสนใจในข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. แตกต่างกัน โดยให้ความสนใจถึงร้อยละ 90.30

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวง

จากสมมติฐานนี้สามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อย 8 สมมติฐาน ได้ดังต่อไปนี้

2.1 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน. แตกต่างกัน

2.2 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของ กปน. แตกต่างกัน

2.3 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. แตกต่างกัน

2.4 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน. แตกต่างกัน

2.5 ระดับรายได้ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน. แตกต่างกัน

2.6 ระดับรายได้ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีการบริการของ กปน. แตกต่างกัน

2.7 ระดับรายได้ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. แตกต่างกัน

2.8 ระดับรายได้ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน. แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน.

สถานภาพ	ความพึงพอใจด้านการดำเนินงานของ กปน.					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
โสด	1 (0.5)	48 (23.4)	132 (64.4)	21 (10.2)	3 (1.5)	205 (51.3)
สมรส	8 (4.5)	40 (22.7)	105 (59.7)	22 (12.5)	1 (0.6)	176 (44.0)
หย่าร้าง	0 (0.0)	2 (10.5)	17 (89.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	19 (4.8)
รวม	9 (2.3)	90 (22.5)	254 (63.5)	43 (10.8)	4 (1.0)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 14.67358 \text{ Significance} = 0.06581 (P > 0.05)$$

จากตารางที่ 23 พบว่า สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน. แตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วเกินกว่าครึ่งคือร้อยละ 63.50 มีความพึงพอใจการดำเนินงานของ กปน. ปานกลาง

ตารางที่ 24 แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความพึงพอใจของผู้
ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของ กปน.

สถานภาพ	ความพึงพอใจด้านการบริการของ กปน.					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
โสด	5 (2.4)	48 (23.4)	131 (63.9)	19 (9.3)	2 (1.0)	205 (51.3)
สมรส	6 (3.4)	48 (27.3)	99 (56.3)	21 (11.9)	2 (1.1)	176 (44.0)
หย่าร้าง	0 (0.0)	8 (42.1)	11 (57.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	19 (4.8)
รวม	11 (2.8)	104 (26.0)	241 (60.3)	40 (10.0)	4 (1.0)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 7.23404 \text{ Significance} = 0.51160 (P > 0.05)$$

จากตารางที่ 24 พบว่าสถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันไม่ทำให้ความพึงพอใจ
ของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของ กปน. แตกต่างกัน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ถึง
ร้อยละ 60.3

ตารางที่ 25 แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความพึงพอใจ
ในข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

สถานภาพ	ความพึงพอใจในข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
โสด	1 (0.5)	43 (21.0)	128 (62.4)	29 (14.1)	4 (2.0)	205 (51.3)
สมรส	6 (3.4)	41 (23.3)	109 (61.9)	20 (11.4)	0 (0.0)	176 (44.0)
หย่าร้าง	0 (0.0)	4 (21.1)	14 (73.7)	1 (5.3)	0 (0.0)	19 (4.8)
รวม	7 (1.8)	88 (22.0)	251 (62.8)	50 (12.5)	4 (1.0)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 10.81805 \text{ Significance} = 0.21222 (P > 0.05)$$

จากตารางที่ 25 พบว่า สถานภาพทางสังคมที่แตกต่าง ไม่ทำให้ความพึงพอใจใน
ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ของผู้ใช้น้ำ แตกต่างกัน โดยมีความพึงพอใจในระดับ
ปานกลางถึงร้อยละ 62.80

ตารางที่ 26 แสดงผลความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.

สถานภาพ	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
โสด	1 (0.5)	48 (23.4)	136 (66.3)	19 (9.3)	1 (0.5)	205 (51.3)
สมรส	5 (2.8)	45 (25.6)	111 (63.1)	14 (8.0)	1 (0.6)	176 (44.0)
หย่าร้าง	0 (0.0)	3 (15.8)	16 (84.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	19 (4.8)
รวม	6 (1.5)	96 (24.0)	263 (65.8)	33 (8.3)	2 (0.5)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 7.68217 \text{ Significance} = 0.46512 (P > 0.05)$$

จากตารางที่ 26 พบว่า สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน. แตกต่างกัน คือ มีความพึงพอใจโดยรวมปานกลางถึงร้อยละ 65.80

ตารางที่ 27 แสดงผลความแตกต่างระหว่างระดับรายได้ กับ ความพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน.

ระดับรายได้	ความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กปน.					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
น้อยกว่า 10,000 บาท	2 (1.1)	42 (22.1)	122 (64.2)	22 (11.6)	2 (1.1)	190 (47.5)
ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท	5 (2.9)	44 (25.3)	106 (60.9)	17 (9.8)	2 (1.1)	174 (43.5)
มากกว่า 30,001 บาท	2 (5.6)	4 (11.1)	26 (72.2)	4 (11.1)	0 (0.0)	36 (9.0)
รวม	9 (2.3)	90 (22.5)	254 (63.5)	43 (10.8)	4 (1.0)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 7.26315 \text{ Significance} = 0.50853 (P > 0.05)$$

จากตารางที่ 27 พบว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน. แตกต่างกัน โดยเฉลี่ยจะมีความพอใจในระดับปานกลางถึงร้อยละ 63.50

ตารางที่ 28 แสดงผลความแตกต่างระหว่างระดับรายได้ กับ ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการบริการของ กปน.

ระดับรายได้	ความพึงพอใจในการบริการของ กปน.					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
น้อยกว่า 10,000 บาท	4 (2.1)	48 (25.3)	120 (63.2)	17 (8.9)	1 (0.5)	190 (47.5)
ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท	7 (4.0)	49 (28.2)	98 (56.3)	17 (9.8)	3 (1.7)	174 (43.5)
มากกว่า 30,001 บาท	0 (0.0)	7 (19.4)	23 (63.9)	6 (16.7)	0 (0.0)	36 (9.0)
รวม	11 (2.8)	104 (26.0)	241 (60.3)	40 (10.0)	4 (1.0)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 7.55961 \text{ Significance} = 0.47763 (P > 0.05)$$

จากตารางที่ 28 พบว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการบริการของ กปน. แตกต่างกัน โดยเฉลี่ยจะมีความพอใจในระดับปานกลางถึงร้อยละ 60.30

ตารางที่ 29 แสดงผลความแตกต่างระหว่างระดับรายได้ กับความพึงพอใจในข่าวสารข้อมูล ข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

ระดับรายได้	ความพึงพอใจในข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
น้อยกว่า 10,000 บาท	2 (1.1)	44 (23.2)	116 (61.1)	24 (12.6)	4 (2.1)	190 (47.5)
ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท	4 (2.3)	41 (23.6)	107 (61.5)	22 (12.6)	0 (0.0)	174 (48.5)
มากกว่า 30,001 บาท	1 (2.8)	3 (8.3)	28 (77.8)	4 (11.1)	0 (0.0)	36 (9.0)
รวม	7 (1.8)	88 (22.0)	251 (62.8)	50 (12.5)	4 (1.0)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 10.31894 \text{ Significance} = 0.24335 (P > 0.05)$$

จากตารางที่ 29 พบว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. แตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ถึงร้อยละ 62.80

ตารางที่ 30 แสดงผลความแตกต่างระหว่างระดับรายได้ กับ ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.

ระดับรายได้	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
น้อยกว่า 10,000 บาท	1 (0.5)	44 (23.2)	126 (66.3)	19 (10.0)	0 (0.0)	190 (47.5)
ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท	5 (2.9)	46 (26.4)	107 (61.5)	14 (8.0)	2 (1.1)	174 (43.5)
มากกว่า 30,001 บาท	0 (0.0)	6 (16.7)	30 (83.3)	0 (0.00)	0 (0.0)	36 (9.0)
รวม	6 (1.5)	96 (24.0)	263 (65.8)	33 (8.3)	2 (0.5)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 13.68587 \text{ Significance} = 0.099033 (P > 0.05)$$

จากตารางที่ 30 พบว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน. แตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงร้อยละ 65.80

สมมติฐานที่ 3 ประเภทของสื่อมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้น้ำที่ได้รับจากการประปานครหลวง

จากสมมติฐานนี้สามารถแบ่งออกเป็น 10 สมมติฐานย่อย ได้ดังต่อไปนี้

3.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

3.2 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสนใจข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

3.3 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

3.4 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์กับความสนใจข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

3.5 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

3.6 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความสนใจข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

3.7 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

3.8 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความสนใจข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

3.9 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

3.10 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความสนใจข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

ตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลกับการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

ความถี่ใน 1 สัปดาห์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F - test	F. Prob
ไม่ได้รับเลย	111	2.540	0.783	15.125	0.000 (< 0.05)
1 - 2 ครั้ง	154	2.617	0.649		
3 - 4 ครั้ง	87	3.000	0.682		
5 - 6 ครั้ง	36	3.417	0.770		
มากกว่า 7 ครั้ง	12	3.167	0.937		
รวม	400	2.767	0.765		

จากตารางที่ 31 พบว่าค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลของกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลกับความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่ออกจาก กปน.

ความถี่ใน 1 สัปดาห์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F - test	F. Prob
ไม่ได้รับเลย	111	1.090	0.287	1.206	0.307 (> 0.05)
1 - 2 ครั้ง	154	1.091	0.288		
3 - 4 ครั้ง	87	1.149	0.358		
5 - 6 ครั้ง	36	1.055	0.232		
มากกว่า 7 ครั้ง	12	1.000	0.000		
รวม	400	1.097	0.297		

จากตารางที่ 32 พบว่าค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลของกลุ่มที่มีความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่ออกจาก กปน. มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงกับการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่ออกจาก กปน.

ความถี่ใน 1 สัปดาห์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F - test	F. Prob
ไม่ได้รับเลย	76	2.394	0.895	15.023	0.000 (< 0.05)
1 - 2 ครั้ง	159	2.616	0.644		
3 - 4 ครั้ง	132	3.083	0.630		
5 - 6 ครั้ง	20	3.100	0.852		
มากกว่า 7 ครั้ง	13	3.077	0.954		
รวม	400	2.767	0.765		

จากตารางที่ 33 พบว่าค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงของกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงกับความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่ออกจาก กปน.

ความถี่ใน 1 สัปดาห์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F - test	F. Prob
ไม่ได้รับเลย	76	1.066	0.249	1.102	0.355 (> 0.05)
1 - 2 ครั้ง	159	1.094	0.293		
3 - 4 ครั้ง	132	1.114	0.318		
5 - 6 ครั้ง	20	1.050	0.223		
มากกว่า 7 ครั้ง	13	1.231	0.438		
รวม	400	1.097	0.297		

จากตารางที่ 34 พบว่าค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงของกลุ่ม ความสนใจข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเผยแพร่จาก กปน.

ความถี่ใน 1 สัปดาห์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F - test	F. Prob
ไม่ได้รับเลย	56	2.393	0.705	15.715	0.000 (< 0.05)
1 - 2 ครั้ง	93	2.419	0.697		
3 - 4 ครั้ง	149	2.919	0.663		
5 - 6 ครั้ง	70	3.100	0.783		
มากกว่า 7 ครั้ง	32	3.000	0.842		
รวม	400	2.767	0.765		

จากตารางที่ 35 พบว่าค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของกลุ่ม ที่มีการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์กับความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

ความถี่ใน 1 สัปดาห์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F - test	F. Prob
ไม่ได้รับเลย	56	1.143	0.353	0.393	0.814 (> 0.05)
1 - 2 ครั้ง	93	1.086	0.282		
3 - 4 ครั้ง	149	1.094	0.293		
5 - 6 ครั้ง	70	1.085	0.282		
มากกว่า 7 ครั้ง	32	1.094	0.296		
รวม	400	1.097	0.297		

จากตารางที่ 36 พบว่าค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของกลุ่ม ที่มีความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ กับ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

ความถี่ใน 1 สัปดาห์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F - test	F. Prob
ไม่ได้รับเลย	47	2.511	0.953	7.526	0.000 (< 0.05)
1 - 2 ครั้ง	111	2.549	0.710		
3 - 4 ครั้ง	167	2.874	0.704		
5 - 6 ครั้ง	63	3.079	0.655		
มากกว่า 7 ครั้ง	12	2.666	0.985		
รวม	400	2.767	0.765		

จากตารางที่ 37 พบว่าค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ของกลุ่ม ที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ กับ ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

ความถี่ใน 1 สัปดาห์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F - test	F. Prob
ไม่ได้รับเลย	47	1.106	0.311	1.2584	0.286 (> 0.05)
1 - 2 ครั้ง	111	1.099	0.300		
3 - 4 ครั้ง	167	1.102	0.303		
5 - 6 ครั้ง	63	1.047	0.215		
มากกว่า 7 ครั้ง	12	1.250	0.452		
รวม	400	1.097	0.297		

จากตารางที่ 38 พบว่าค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ของกลุ่ม ที่มีความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ กับการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

ความถี่ใน 1 สัปดาห์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F - test	F. Prob
ไม่ได้รับเลย	136	2.345	0.724	23.554	0.000 (< 0.05)
1 - 2 ครั้ง	133	2.872	0.679		
3 - 4 ครั้ง	92	2.989	0.655		
5 - 6 ครั้ง	34	3.294	0.675		
มากกว่า 7 ครั้ง	5	3.800	0.837		
รวม	400	2.767	0.765		

จากตารางที่ 39 พบว่าค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่ม ที่มีการเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์กับความสนใจเกี่ยวกับรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

ความถี่ใน 1 สัปดาห์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F - test	F. Prob
ไม่ได้รับเลย	136	1.095	0.295	0.912	0.457 (> 0.05)
1 - 2 ครั้ง	133	1.128	0.335		
3 - 4 ครั้ง	92	1.065	0.248		
5 - 6 ครั้ง	34	1.059	0.239		
มากกว่า 7 ครั้ง	5	1.200	0.447		
รวม	400	1.097	0.297		

จากตารางที่ 40 พบว่าค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่ม ที่มีความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 4 ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการประปานครหลวงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวง

จากสมมติฐานนี้สามารถแบ่งออกเป็น 12 สมมติฐานย่อย ได้ดังต่อไปนี้

4.1 ความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน.

4.2 ความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของ กปน.

4.3 ความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

4.4 ความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.

4.5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่เคยใช้บริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน.

4.6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่เคยใช้บริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของ กปน.

4.7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่เคยใช้บริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

4.8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่เคยใช้บริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.

4.9 ความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของ กปน. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กปน.

4.10 ความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของ กปน. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการของ กปน.

4.11 ความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของ กปน. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

4.12 ความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของ กปน. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.

ตารางที่ 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน.

ความรู้เกี่ยวกับบริการ 1125	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t - test	t. Prob
รู้จัก	269	2.855	0.662	0.104	0.747
ไม่รู้จัก	131	2.863	0.677		
รวม	400	2.858	0.569	(>0.05)	

จากตารางที่ 41 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน. ของกลุ่มที่มีความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของ กปน.

ความรู้เกี่ยวกับบริการ 1125	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t - test	t. Prob
รู้จัก	269	2.818	0.702	0.064	0.800
ไม่รู้จัก	131	2.779	0.660		
รวม	400	2.798	0.681	(>0.05)	

จากตารางที่ 42 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของ กปน. ของกลุ่มที่มีความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน.หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

ความรู้เกี่ยวกับบริการ 1125	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t - test	t. Prob
รู้จัก	269	2.851	0.635	0.227	0.634
ไม่รู้จัก	131	2.969	0.723		
รวม	400	2.910	0.679	(>0.05)	

จากตารางที่ 43 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ของกลุ่มที่มีความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.

ความรู้เกี่ยวกับบริการ 1125	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t - test	t. Prob
รู้จัก	269	2.810	0.627	1.233	0.268
ไม่รู้จัก	131	2.847	0.575		
รวม	400	2.828	0.601	(>0.05)	

จากตารางที่ 44 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน. ของกลุ่มที่มีความรู้เรื่องบริการทางโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำที่เคยใช้บริการโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้นำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน.

บริการทางโทรศัพท์ 1125	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t - test	t. Prob
เคย	133	2.947	0.666	2.319	0.129
ไม่เคย	267	2.813	0.662		
รวม	400	2.880	0.664	(>0.05)	

จากตารางที่ 45 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้นำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน. ของกลุ่มที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการ 1125 มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำที่เคยใช้บริการโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจของผู้นำที่มีต่อการบริการของ กปน.

บริการทางโทรศัพท์ 1125	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t - test	t. Prob
เคย	133	2.977	0.712	2.620	0.106
ไม่เคย	267	2.719	0.660		
รวม	400	2.848	0.686	(>0.05)	

จากตารางที่ 46 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้นำที่มีการบริการของ กปน. ของกลุ่มที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการ 1125 มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำที่เคยใช้บริการโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

บริการทางโทรศัพท์ 1125	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t - test	t. Prob
เคย	133	2.932	0.618	2.050	0.153
ไม่เคย	267	2.869	0.689		
รวม	400	2.900	0.653	(>0.05)	

จากตารางที่ 47 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ของกลุ่มที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการ 1125 มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำที่เคยใช้บริการโทรศัพท์ของ กปน. หมายเลข 1125 กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้นำที่มีต่อ กปน.

บริการทางโทรศัพท์ 1125	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t - test	t. Prob
เคย	133	2.947	0.631	3.826	0.051
ไม่เคย	267	2.760	0.590		
รวม	400	2.853	0.610	(>0.05)	

จากตารางที่ 48 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้นำที่มีต่อ กปน. ของกลุ่มที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการ 1125 มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของ กปน. กับความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กปน.

ความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงาน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t - test	t. Prob
ทราบ	274	2.894	0.640	7.203	0.008
ไม่ทราบ	126	2.778	0.714		
รวม	400	2.836	0.677	(<0.05)	

จากตารางที่ 49 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้นำที่มีต่อการดำเนินงานของ กปน. ของกลุ่มที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของ กปน. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของ กปน. กับความพึงพอใจด้านบริการของ กปน.

ความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงาน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t - test	t. Prob
ทราบ	274	2.861	0.654	10.536	0.001
ไม่ทราบ	126	2.682	0.745		
รวม	400	2.771	0.699	(<0.05)	

จากตารางที่ 50 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้นำที่มีต่อการบริการ กปน. ของกลุ่มที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของ กปน. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการประปา นครหลวง” เป็นการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจดังกล่าวเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้น้ำของการประปา นครหลวง จำนวน 400 ตัวอย่าง กำหนดตามเขตพื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานประปา สาขา 4 สาขา ได้แก่ สำนักงานประปาสาขาพระโขนง สำนักงานประปาสาขาแมนศรี สำนักงานประปาสาขานนทบุรี และสำนักงานประปาสาขาภาษีเจริญ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ครอบคลุมการให้บริการ โดยทั่วถึง ได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อ กปน.

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำ

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ โดยใช้ตารางแสดงจำนวนร้อยละในการแจกแจงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ของกลุ่มตัวอย่างและระดับความพึงพอใจ และใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi square) และ t - test ในการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลจากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างหรือผู้ใช้น้ำในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นหญิงคิดเป็นร้อยละ 59 มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 72.3 จากการสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นโสดร้อยละ 51.3 มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 - 20,000 บาท ถึงร้อยละ 62.3

มีจำนวนผู้อยู่อาศัยในครอบครัวประมาณ 3-6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 และมีบ้านพักอาศัยเป็นบ้านส่วนตัวสองชั้น ร้อยละ 60.8

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับ กปน.

จากการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความรู้เกี่ยวกับ กปน. ของกลุ่มผู้ใช้น้ำในด้านของความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร ความสนใจในข่าวสาร และการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ พบว่า

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มผู้ใช้น้ำโดยส่วนมากจะมีความถี่ที่ระดับ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเฉพาะวิทยุกระจายเสียงมีถึงร้อยละ 39.80 ยกเว้นความบ่อยครั้งในการรับสื่อประเภทโทรทัศน์กับหนังสือพิมพ์จะมีความถี่ในระดับ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ คือ ร้อยละ 37.30 และร้อยละ 41.80 ตามลำดับ

ส่วนข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. นั้น ผู้ใช้น้ำจะได้รับจากสื่อโทรทัศน์มากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 8 รองลงมาคือ วิทยุกระจายเสียงร้อยละ 3.3 สื่อหนังสือพิมพ์ร้อยละ 3 สื่อบุคคลร้อยละ 3 และสื่อสิ่งพิมพ์ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ สำหรับสื่อที่ไม่สามารถเข้าถึงผู้ใช้น้ำได้มากที่สุดคือ สื่อสิ่งพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 34 ซึ่งโดยรวมแล้ว ผู้ใช้น้ำได้รับข่าวสารที่เผยแพร่จากสื่อแต่ละประเภทในระดับความถี่ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์

สำหรับข่าวสารที่ผู้ใช้น้ำได้รับจาก กปน. นั้น ข่าวที่ผู้ใช้น้ำได้รับมากที่สุดคือ ข่าวการประหยัดน้ำ คิดเป็นร้อยละ 12.3 รองลงมาคือ ข่าวน้ำไม่ไหลกับข่าวการหยุดจ่ายน้ำ ร้อยละ 9.8 ส่วนข่าวด้านการให้บริการ และข่าวสารด้านการพัฒนาองค์กรนั้น ผู้ใช้น้ำได้รับจาก กปน. น้อยมาก (43.3) และน้อยที่สุด (31.0) ตามลำดับ

สำหรับข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่จาก กปน. นั้น พบว่ากลุ่มผู้ใช้น้ำมีความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับน้ำไม่ไหลกับการหยุดจ่ายน้ำมากที่สุด ถึงร้อยละ 70.8 ส่วนข่าวที่ผู้ใช้น้ำมีความต้องการน้อยที่สุด คือ ข่าวสารด้านการให้บริการที่พัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ 36.3 จะเห็นได้ว่าผู้ใช้น้ำให้ความสำคัญกับข่าวน้ำไม่ไหล / การหยุดจ่ายน้ำมากเป็นพิเศษกว่าข่าวอื่น ๆ เนื่องมาจากเป็นข่าวที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวันของผู้ใช้น้ำเองและครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับความสนใจเกี่ยวกับข่าวสาร ความรู้ที่เผยแพร่จาก กปน. นั้น พบว่าผู้ใช้น้ำให้ความสนใจเป็นบางข่าวเท่านั้น (ร้อยละ 67.8)

สำหรับข่าวสารการประหยัดน้ำและการรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างมีคุณค่านั้น กลุ่มผู้ใช้น้ำเคยเห็นข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. มากถึงร้อยละ 90.5 แต่ความต้องการทราบข่าวการประหยัดน้ำ กลับมีระดับปานกลาง คือ ร้อยละ 39.8 เท่านั้น ซึ่งให้เห็นว่า กปน. ได้ทำการเผยแพร่

แพร่ข่าวสารการประหยัดน้ำในปริมาณที่มาก ผู้ใช้น้ำจึงมีโอกาสรับข่าวสารมาก แต่เนื่องจากระดับความสำคัญของข่าวน้อยกว่าข่าวการหยุดจ่ายน้ำ หรือน้ำไม่ไหล กลุ่มผู้ใช้น้ำให้ความสนใจข่าวในระดับปานกลาง (ร้อยละ 52.5) โอกาสที่จะนำไปใช้ในชีวิตประจำวันก็อยู่ระดับปานกลาง (ร้อยละ 43) และการบอกกล่าวเผยแพร่ข้อมูลต่อให้คนใกล้ชิดรับทราบก็มีระดับปานกลาง (ร้อยละ 37.3) เช่นเดียวกัน

ทางด้านความรู้ที่ผู้ใช้น้ำมีต่อ กปน. เกี่ยวกับบริการทางโทรศัพท์เบอร์ 1125 ผู้ใช้น้ำรู้จักถึงร้อยละ 67.3 แต่เคยใช้บริการเพียงร้อยละ 33.3 เท่านั้น จะสังเกตว่าเพียงครึ่งหนึ่งเท่านั้นของกลุ่มผู้ใช้น้ำที่รู้จักบริการ 1125 และเคยใช้บริการ แต่สำหรับความรู้เกี่ยวกับต้นสังกัดของ กปน. นั้น กลุ่มผู้ใช้น้ำสามารถตอบถูกถึงร้อยละ 68.5 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้น้ำมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับ กปน. ในระดับปานกลางค่อนข้างมาก

3. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.

กลุ่มผู้ใช้น้ำส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการดำเนินงานและด้านการบริการในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย โดยความพึงพอใจด้านการดำเนินงานจะมีระดับสูงกว่าด้านบริการเล็กน้อย

ส่วนความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. มีระดับสูงกว่าด้านการดำเนินงานและด้านบริการเล็กน้อยแสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน. จะอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย (2.80)

ยกเว้น ความพึงพอใจที่มีระดับสูงอย่างเห็นได้ชัดกว่าจะมีอยู่ 4 ด้านตามลำดับ คือ

1. ความพึงพอใจผู้บริหารมีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ (3.10)
2. ความพึงพอใจสื่อที่ได้รับสามารถทำความเข้าใจง่าย (3.05)
3. ความพึงพอใจด้านความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.04)
4. ความพึงพอใจในเจ้าหน้าที่ขององค์กรมีความรู้ความสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ (3.01)

4. ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการบริการของการประปานครหลวง

จากการสอบถามพบว่าข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่ผู้ใช้น้ำเสนอมากที่สุด 3 อันดับ คือ

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ทันท่วงทีต่อการเกิดและชัดเจน โดยเฉพาะข่าวเรื่อง การปิด-เปิดน้ำ น้ำไม่ไหล และการขึ้นค่าน้ำประปา

2. ควรปรับปรุงบริการด้านการชำระเงินให้ทันสมัยมากขึ้น และควรจัดให้มีวิธีการชำระเงิน คำนวณชำระหลาย ๆ วิธี

3. ควรมีการอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญ ในการปฏิบัติงาน สามารถตอบข้อซักถาม และให้คำแนะนำกับผู้นำได้ รวมถึงควรมีความสุภาพและวิญญูณ ในการให้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ 4 ข้อ สรุปผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวงแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพทางสังคมและระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้การเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. แตกต่างกัน ทั้งในด้านความบ่อยครั้งในการได้รับข้อมูลข่าวสารและความสนใจในข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

สรุปคือ ผลการวิจัยที่ได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวงแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพทางสังคมและระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำแตกต่างกัน ทั้งในด้านการดำเนินงาน ด้านบริการ-และด้านข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

สรุปคือ ผลการวิจัยที่ได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 ประเภทของสื่อมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้น้ำที่ได้รับจาก กปน.

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อแต่ละประเภทของผู้ใช้น้ำไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้น้ำที่ได้รับจาก กปน. แต่มีความสัมพันธ์กับความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน.

สมมติฐานข้อที่ 4 ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับ กปน. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน.

ผลการวิจัย พบว่า ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ กปน. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทุก ๆ ด้าน ของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน. ยกเว้น ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการ

ดำเนินงาน ด้านบริการ และความพึงพอใจโดยรวมของกลุ่มที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของ กปน. ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กัน

การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการเปิดรับข่าวสารและปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน. เพื่อที่จะทราบว่าในภาวะการณปัจจุบันผู้ใช้น้ำของ กปน. นั้นเปิดรับข่าวสารหรือข้อมูลต่าง ๆ จาก กปน. อย่างไรและมีความพึงพอใจในลักษณะใด

ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพทางสังคมและระดับรายได้ของผู้ใช้น้ำไม่มีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เป็นเพราะว่าน้ำประปามีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน จึงเป็นเหตุจูงใจให้ผู้ใช้น้ำหันมาให้ความสำคัญกับข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่มาจาก กปน. โดยเฉพาะข่าวสารการหยุดจ่ายน้ำหรือข่าวน้ำประปาไม่ไหล เพราะเป็นข้อมูลข่าวสารที่มีผลกระทบต่อผู้ใช้น้ำทุกคน ไม่ว่าจะมีสถานภาพหรือระดับรายได้แตกต่างกันอย่างไร โดยจะเป็นไปตามทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร ที่กล่าวไว้ว่า มนุษย์เป็นผู้มีความเห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อให้ข่าวสารช่วยตัวเองให้ได้รับความสะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ แม็คเนลลีและฟอนซีกา (McNally and Fonseca , 1964) ที่ทำการศึกษากลุ่มนักศึกษา มหาวิทยาลัยคออสตาริก้า พบว่า ฐานะทางเศรษฐกิจไม่มีผลต่อการสนใจข่าวสารทางการเมืองของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนข่าวสารด้านอื่น ๆ เช่น การประหยัคน้ำหรือการรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ข่าวสารด้านการพัฒนาการบริการและงานดำเนินงานขององค์กร จะให้ความสนใจในการเปิดรับน้อยกว่า เนื่องจากเป็นข่าวสารที่มีผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของผู้ใช้น้ำน้อยกว่าดังกล่าว ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจึงน้อยตามไปด้วย ซึ่งตรงกับความเห็นของ ชาร์ล แอดคิน ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉลยเมย์ต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ

ส่วนด้านความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำในแต่ละสถานภาพในครัวเรือนและระดับรายได้ก็ไม่แตกต่างกันทั้งทางด้านการดำเนินงาน ด้านบริการ และข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. โดยจะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รศ.ดร.สุทรนุ ศรีไสย์

(2537) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชนต่อการให้บริการของการประปา นครหลวงในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งผลการวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจของประชาชน ต่อการ ใช้บริการของ กปน. ในภาพรวมเกือบทุกข้อที่สำรวจอยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ใช้น้ำจะมีการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ในระดับความถี่ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่าสื่อประเภทอื่น ซึ่งสอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้น้ำที่เปิดรับข่าวสารจาก กปน. โดยจะมีการเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่นเช่นกัน ตรงกับการศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชนของ สิริชัย สิริเกษ (2525) พบว่าโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีแนวโน้มของการได้รับความนิยมนสูงขึ้นอย่างมาก และสื่อที่เข้าถึงผู้ใช้น้ำได้น้อยที่สุดคือสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งนี้เนื่องจากในยุคทองของการเผยแพร่ข่าวสารในปัจจุบันจะมีการนำเสนอข่าวสารทางด้านโทรทัศน์มาก และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้น้ำและประชาชนทั่วไปได้มาก ดังจะเห็นได้ว่าปัจจุบันแต่ละครัวเรือนจะมีเครื่องรับโทรทัศน์มากกว่า 1 เครื่องขึ้นไป และเป็นสื่อที่สามารถแสดงให้เห็นได้ทั้งภาพและเสียง จึงเป็นที่สนใจแก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ที่เข้าถึงผู้ใช้น้ำได้น้อยที่สุดเนื่องจากเป็นสื่อที่ กปน. จัดวางไว้ตามสำนักงานสาขาต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้น้ำที่มาติดต่องานกับ กปน. หรือใช้เพื่อเจาะถึงกลุ่มเป้าหมายใดกลุ่มหนึ่งในบางกรณี เช่น ช่วงการรณรงค์ประหยัดน้ำตามสถานที่ต่าง ๆ โครงการรณรงค์พบปะผู้ใช้น้ำของ กปน. ฯลฯ โดยมีเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานเป็นผู้แจกสื่อจำพวกแผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ และสติ๊กเกอร์ ฯลฯ ดังนั้นผู้ที่ไม่ได้มาติดต่องานกับ กปน. และที่ กปน. ไม่ได้เจาะจงเลือกเป็นกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แต่ละครั้งจึงไม่ค่อยมีโอกาสได้รับสื่อประเภทนี้ ตามที่ แคทซ์ และคณะ (1974) อธิบายแบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจไว้ว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันไป และความต้องการที่แตกต่างกันนั้นทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของแต่ละบุคคลจะไม่เหมือนกัน โดยแตกต่างกันไปและความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันออกไปด้วยเช่นกัน

ในด้านการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้น้ำ เนื่องจากในระดับความถี่ที่ผู้ใช้น้ำเปิดรับสื่อมากน้อยแตกต่างกันนั้น การเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ถึงผู้ใช้น้ำแต่ละบุคคลนั้นก็ไม่ได้แตกต่างกันไป นั่นหมายความว่าเมื่อผู้ใช้น้ำเปิดรับสื่อมากหรือน้อย ครั้งเท่าใด ก็ไม่ทำให้การเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่จากการประปา นครหลวง มากขึ้นหรือน้อยลงตามไปด้วย

ส่วนในด้านความสนใจข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. นั้นพบว่า ในความถี่ของการเปิดสื่อแต่ละประเภทแตกต่างกันทำให้ความสนใจในข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปด้วย ทั้งนี้เพราะข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. มีความสำคัญต่อผู้ใช้น้ำในการดำรงชีวิตประจำวัน ดังนั้นเมื่อผู้ใช้น้ำยังมีความถี่ในการเปิดรับสื่อมากครั้งเท่าไร จะทำให้ผู้ใช้น้ำสนใจข่าวสารที่ได้รับมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งจะนำไปในทิศทางเดียวกัน

สำหรับความรู้เกี่ยวกับ กปน. นั้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทุก ๆ ด้านของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ กปน. นั้นหมายถึงผู้ใช้น้ำที่มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ของ กปน. เป็นอย่างดีนั้นย่อมพึงพอใจ กปน. ตามไปในทิศทางเดียวกันด้วย หมายความว่า ถ้าผู้ใช้น้ำมีความรู้เกี่ยวกับ กปน. ในลักษณะที่ไม่ดี ย่อมมีความไม่พอใจต่อ กปน. หรือถ้ามีความรู้เกี่ยวกับ กปน. ดีแล้วไม่ว่าจะเป็นในด้านใด ย่อมทำให้ผู้ใช้น้ำมีความพึงพอใจ กปน. ตามไปด้วย เช่น ผู้ใช้น้ำรู้จักบริการ 1125 และเคยใช้บริการและพบว่าให้บริการดี พุดจาไฟเพราะก็จะมีความพึงพอใจ แต่ถ้าสัมผัสแล้วเกิดปฏิกิริยาทางลบ ก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจ เช่นกัน ยกเว้น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้น้ำที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของ กปน. ในด้านการดำเนินงานด้านบริการ และความพึงพอใจโดยรวม ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กันนั้น เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้น้ำที่มีความรู้เกี่ยวกับสังกัดหน่วยงานของ กปน. อาจเป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดและติดต่อกับ กปน. บ่อยครั้ง และเมื่อติดต่อกันบ่อยครั้งเท่าใด ความพึงพอใจแต่ละครั้ง อาจเปลี่ยนแปลงไปทั้งในด้านดีหรือไม่ดี แต่สำหรับกลุ่มที่ไม่ทราบสังกัดหน่วยงานของ กปน. ก็อาจจะมี ความพึงพอใจหรือไม่พอใจ กปน. ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ขึ้นกับระดับความสัมพันธ์ของ กปน. กับผู้ใช้น้ำบุคคลนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะ

การประสานครหลวง เป็นองค์กรที่ต้องติดต่อให้บริการแก่ประชาชนตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านการดำเนินงานและด้านบริการและข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ยังอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย และผู้ใช้น้ำเปิดรับสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ เพื่อรับข่าวสารเกี่ยวกับ กปน. ในระดับสูงกว่าสื่ออื่น ๆ สำหรับข่าวสารเกี่ยวกับ กปน. ที่เผยแพร่ออกไปนั้น ผู้ใช้น้ำเคยเห็นถึงร้อยละ 90.50 แต่กลับให้ความสนใจข่าวสารในระดับปานกลางเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงข้อมูลบางประการที่สมควรเสนอแนะไว้ในที่นี้ และหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการประสานครหลวง และผู้ที่ประสงค์จะทำวิจัยในเรื่องนี้ต่อไป คือ

1. การใช้กลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างจริงจัง มีการเน้นเป้าหมายอย่างชัดเจนว่าต้องการสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายใด โดยอาจใช้หน่วยงานภายนอกองค์กรที่มีความรู้ ความชำนาญโดยตรงในการสร้างภาพลักษณ์ ภายใต้การดูแลควบคุมของฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กร เพื่อให้ได้ภาพลักษณ์ออกมาอย่างชัดเจน และมีประสิทธิภาพสูงสุด และที่สำคัญควรประสานงานภายในระหว่างสาขาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เรื่องต่าง ๆ เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. การปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะองค์กรที่ต้องมีการติดต่อกับประชาชนเป็นจำนวนมาก ควรเน้นการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการจัดให้มีการอบรมบุคลากร ปลุกจิตสำนึกงานด้านบริการอย่างสม่ำเสมอ ให้ความรู้ในแง่มุมต่าง ๆ ของการบริการที่ดี เน้นการปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ โดยไม่มีการแสวงหาผลประโยชน์จากหน้าที่การงาน และยึดผลประโยชน์ของประชาชนผู้บริโภคเป็นหลักสำคัญ

3. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ในด้านเนื้อหาการนำเสนอควรใช้ภาษา ถ้อยคำ และการนำเสนอที่ประชาชนทุกระดับชั้นสามารถเข้าใจได้ โดยเน้นความรู้เกี่ยวกับตัวองค์กรโดยตรงและผลผลิตขององค์กร ด้านช่องทางการเผยแพร่ ควรพิจารณาเพิ่มการเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ให้มากขึ้น เนื่องจากการวิจัยพบว่า สื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์สามารถเข้าถึงประชาชนผู้นับมากที่สุด และควรกำหนดเวลาในการนำเสนออย่างชัดเจนด้วย ในด้านกลุ่มเป้าหมาย ควรกำหนดให้ชัดเจนเพื่อจะใช้ผลิตสื่อได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยสำหรับการประสานครหลวง

จากผลการศึกษา เรื่องการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประสานครหลวงนั้น ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ในด้านการเปิดรับข่าวสาร ด้านความพึงพอใจและข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากผู้ใช้น้ำ มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการดำเนินงานของการประสานครหลวง

จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อความรู้ ความสามารถในการทำงานของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ กปน. นั้น อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างดี ส่วนด้านระบบการทำงานให้ได้มาตรฐาน การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ การวางแผนจัดสถานที่ในหน่วยงาน ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ การพัฒนาบุคลากร หรือแม้กระทั่งการประชาสัมพันธ์องค์กรนั้น ผู้ใช้น้ำจะมีความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กปน. โดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ จะมีค่อนข้างดีบางเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ดังนั้น กปน. จึงควรปรับปรุงและดำเนินการแก้ไขด้านต่าง ๆ เช่น ควรอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจ กับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานแต่ละด้าน ให้มีความรู้ความสามารถที่จะปฏิบัติงานนั้น ได้อย่างดี ควรมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในหน่วยงานเพื่อจัดเก็บข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ค้นหาเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการค้นหาหรือจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ ในด้านการจัดวางแผนและสถานที่การทำงานไม่ค่อเหมาะสม เนื่องจาก เวลาที่ผู้ใช้น้ำติดต่อกับ กปน. นั้น ต้องติดต่อหลายหน่วยงานมาก และแต่ละหน่วยงานก็อยู่กับคนละชั้น จึงทำให้เกิดความยุ่งยากในการติดต่อกันขึ้น สำหรับในด้านการประชาสัมพันธ์องค์กร ควรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนว่าต้องการสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายใด และควรมีการประสานงานภายในระหว่างสาขาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. ด้านการบริการของการประสานครหลวง

จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อ ความสุภาพเรียบร้อย และความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างดี แต่โดยส่วนมากพบว่า เป็นเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในองค์กร แต่สำหรับเจ้าหน้าที่ที่ออกไปปฏิบัติงานนอกองค์กรยังต้องมีการอบรมด้านดังกล่าวอยู่ เนื่องจากพบว่า มีผู้ใช้น้ำให้การร้องเรียนในเรื่องดังกล่าวเข้ามาถึงองค์กร สำหรับด้านการบริการประชาชนที่มาติดต่อด้วยความเป็นกันเอง เสมอภาคกัน ด้านความกระตือรือร้น ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ขั้นตอนการติดต่อกันที่มีมากเกินไป ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ รวมถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการยังคงต้องปรับปรุงเป็นอย่างมากเนื่องจาก พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำอย่างเห็นได้ชัด ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับงานด้านบริการของ กปน. ยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กปน. เองเป็นองค์กรที่ต้องให้บริการและต้อง

ติดต่อกับประชาชนเป็นจำนวนมาก จึงควรนำเสนอบริการที่ดีให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับตัวองค์กรในด้านต่าง ๆ มากยิ่งขึ้นต่อไป

3. ด้านข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จากการประปานครหลวง

จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำในเกือบทุกด้าน โดยเฉพาะในด้านปริมาณข้อมูลที่เผยแพร่จาก กปน. ไปยังผู้ใช้น้ำ ซึ่งยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้น้ำเนื่องจาก บางคนได้รับข้อมูลแต่บางคนไม่ได้รับข้อมูล จึงควรมีการเพิ่มปริมาณข้อมูลที่นำเสนอให้มากยิ่งขึ้น ด้านความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ของข้อมูลก็อยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกัน เช่น ข่าวที่ กปน. ต้องการหยุดจ่ายน้ำ หรือปิดน้ำ กรณีต้องการซ่อมแซมท่อประปานั้น เผยแพร่ออกไปในบางครั้งไม่ตรงกับ การปฏิบัติงานหรือบางครั้งล่าช้า จึงทำให้ผู้ใช้น้ำสำรองน้ำไว้ใช้ไม่ทัน จึงเกิดผลเสียต่อการดำเนินงานและธุรกิจอื่น ๆ ดังนั้น กปน. จึงควรมีการปรับปรุงการเผยแพร่ให้ทันต่อเหตุการณ์เพื่อไม่ให้เกิดผลเสียดังกล่าวตามมา สำหรับความพึงพอใจด้านการใช้สื่อ และช่องทางการนำเสนอที่เหมาะสมนั้นก็ยังอยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกัน จากการตรวจสอบพบว่าผู้ใช้น้ำมีความพึงพอใจสื่อโทรทัศน์ เพราะสามารถทำให้เข้าใจข่าวสารที่เผยแพร่จาก กปน. ได้มากเพราะฉะนั้นผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องจึงควรตรวจสอบและวิเคราะห์ให้ดีว่าควรเผยแพร่สื่อประเภทใดกับกลุ่มเป้าหมายใด เพื่อที่จะทำให้สื่ออื่น ๆ เกิดประโยชน์ให้มากที่สุด สำหรับด้านคุณภาพเนื้อหาของข้อมูลทำการเผยแพร่ควรปรับปรุงให้ถูกต้องในด้านการพิมพ์ข้อมูลเนื้อหาต่างๆ เพราะปรากฏว่าสื่อบางชนิดนำเสนอข้อมูลผิดพลาด ทำให้คลาดเคลื่อนต่อความเข้าใจของผู้ใช้น้ำ ซึ่งอาจจะมีผลกระทบทำให้เกิดผลเสียต่อ กปน. ได้ แต่สำหรับด้านความเข้าใจสื่อที่เผยแพร่ นั้น พบว่าผู้ใช้น้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างสูง เนื่องมาจากสื่อของ กปน. ในบางชิ้นมีข้อความที่เข้าใจได้ง่ายอ่านแล้วรู้ว่าการให้ทำอะไร แต่ก็พบว่ามีเพียงบางสื่อเท่านั้นที่เข้าใจได้ง่าย สำหรับสื่อที่อ่านแล้วมีความคลุมเครือ ก็ควรปรับปรุงแก้ไขให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้น้ำให้มากขึ้น และควรมีการติดตามวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เผยแพร่ออกไปจาก กปน. ด้วยว่ามีผลกระทบอะไรต่อองค์กรบ้าง ซึ่งจะช่วยให้รับทราบว่าผู้ใช้น้ำมีความรู้สึกเช่นไรต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับผู้สนใจจะทำการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ต่อไป ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะดังนี้

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำในแต่ละสาขาด้วย เพราะจะทำให้ทราบถึงผลการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ของแต่ละสาขา อันจะเป็นแนวทางปรับปรุงการดำเนินงาน การบริการ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อการพัฒนาองค์กรและภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป

2. ควรทำการศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการบริการของการประปานครหลวงกับการประปาส่วนภูมิภาคที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไร จากอดีตถึงปัจจุบัน ในด้านใดบ้าง และมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจด้วย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

จิตรารณณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534

ชัยนันท์ นันทพันธ์. **ประชาสัมพันธ์อย่างไรถึงได้ผล**. กรุงเทพมหานคร : บริษัทการพิมพ์, 2528.

ประจวบ อินอ้อด. **เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร**. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์ พลชัย, 2532.

พีระ จิรโสภณ. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. **การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์และทำปก เจริญผล, 2536.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์และทำปก เจริญผล, 2537.

วิเชียร เกตุสิงห์. **หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เรือนอักษร, 2524.

ศิริชัย ศิริกาเย. **มนุษย์กับสังคม**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520.

สุพิน ปัญญามาก. **การวางแผนงานประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.

สุพรรณิ มังคะลี. **การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2532.

วิทยานิพนธ์

จรัสศรี หาญสมวงศ์. **การศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไป ขององค์การขนส่งมวลชน กรุงเทพมหานคร คลื่นพิเศษ F.M. SCA. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.**

- ชนิตา พลศรี. ความคาดหวัง และความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ปีทมา สุชีนัย. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติต่อสำนักงานตรวจเงินแผ่นดินของเจ้าหน้าที่หน่วยรับตรวจในหน่วยราชการส่วนกลางและรัฐวิสาหกิจ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2534, หน้า 80 - 83.
- เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2524, หน้า 137-138.
- นพพร ปรีพูนณะ. การศึกษาความสนใจจากนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเขตพระนครต่อเรื่องต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์รายวัน. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- อุษา จันทร์ประกาศ. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

เอกสารอื่น

- การประปานครหลวง. รายงานประจำปีการประปานครหลวง. กรุงเทพฯ, 2537 - 2541.
- บุญเลิศ สุภคิลก. "เอกสารการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การประชาสัมพันธ์ส่วนภูมิภาค รุ่น 1". คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 9 พฤศจิกายน 2533.
- ไมตรี ลิ้มปิจาติ. และคณะ. น้ำเพื่อชีวิต : 30 ปี การประปานครหลวง. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ดาวฤกษ์, 2530
- วัชรียา อานามวัฒน์. การสำรวจทัศนคติของชาวกรุงเทพมหานคร ต่อรายการเวที-เวที. รายงานฝึกภาคปฏิบัติ คณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.

ภาษาอังกฤษ

Book

- Atkin, Charles K. **New Model for Mass Communication Research**. New York, The Free Press, 1973.
- Cutlip, Scott M. and Center, Allen H. **Effective Public Relations**. New Jersey : Printice Hall, 1978.
- Jerkin, Frank. **Public Relations**. Great Britain : Hargett Watson and Viney, 1980.
- John P. Robinson, Kline and Tichenor. **Mass Communication and information Current Perspectives in Mass Communications Research**. 1972.
- Katz, Ekugy and Other. **The uses of mass communications, current perspective on gratification research**. Beverly Hills : Sagt 1973.
- Mc Combx, Maxwell E., and Becker Lee B. **Using Mamm Communications Theory**. Eandlewood Cliffs, N.J.Prentice-Hall, 1979.
- Mcquail, Denis. **Mass Communication Theory, Second Edition**. London, Sage Publications, 1983. p. 180-186.
- Mcquail, Dennis. **Communication Models**. London : Longman, 1981.
- Schramm, Wilbur. **Mass Media and National Development**. Stanfoad University and UNESCO, 1973.
- Schramm, Wilbur. **Men, Messages and Media : A look at Human Communication**. New York : Harper & Row, 1964, P. 193-195.

Thesis

- J.J. Galloway and F.L. Mark. **Audience Uses and Gratifiction : An Expectancy Model**. Communication Researh 8, 1981.
- Palmgreen P., and J. D. Rayburn. **Uses and Gratification and Exposure to public telavidion : a discrepancy approach**. Communication Research, 6, 1979.
- Palmgreen, Phhillip, Wenner, Lawrence a and Rayburn. J.D. 1981. **Gratification Discrepanics and News Program Choice**. Communication Research, 1985.

Other Materials

Katz, E., Blumer, J.G. and Gurevitch. **"Utilization of Mass Communication by the individual."** in Mequail D. The Uses and Gratifications Approach, Past Troubles and Future, Mass Communication, Vol.3

Lawrence A. Wenner. **"Use and gratifications research : The past ten years,"** in **Media Gratification Research Current Perspectives.** (U.S.A. : Sage pub, p.14.)

Menelly, John T. and Fonesca, Engenio. **Media Use and Political Interest at U. of Costa Rica.** Journalism Quarterly, Vol. 41, No. 2, 1964.

Yubol Benjarongkit. **Life Events Need Salience and Audiences Use of Television.** Ph.D. Dissertation in the Graduate School of the Ohio State University, 1985.

๕๕๕

ภาคผนวก

ประวัติและวิวัฒนาการของการประปานครหลวง

น้ำคือสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตมนุษย์ จึงจำเป็นต้องจัดหา เก็บกัก หรือสร้างแหล่งน้ำ เพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภคในประเทศไทย ความพยายามในการจัดหาน้ำกินน้ำใช้ที่ใสสะอาด และมีคุณภาพดีมีมาแต่โบราณ หลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีเกี่ยวกับการพัฒนา แหล่งน้ำ ปรากฏให้เห็นตั้งแต่สมัยสุโขทัย เมื่อคนไทยเริ่มมีตัวอักษรใช้เป็นครั้งแรก และมีวิวัฒนาการอย่างชัดเจน โดยลำดับนับแต่นั้นเป็นต้นมา

สมัยสุโขทัย

จากหลักฐานทางโบราณคดี ในสมัยสุโขทัย มีการเก็บกักน้ำไว้ใช้กลางใจเมือง ดัง คำจารึกที่ปรากฏในศิลาจารึกสุโขทัยหลักที่ 1 ด้านที่สอง ของพ่อขุนรามคำแหงมหาราช ความว่า

“...กลางเมืองสุโขทัยนี้ มีน้ำตระพังโพย สีใสกินดี...ตั้งกินน้ำโขงเมื่อแล้ง รอบเมืองสุโขทัยนี้...” [คำว่า “ตระพังโพย” แปลว่า บ่ออสังกรย์ เข้าใจว่าหมายถึงบ่อที่มีน้ำใช้ตลอดปี]

นอกจากนี้ ยังพบ “ท่อน้ำดินเผาเคลือบ” ฝังอยู่ในดิน ลักษณะท่อนี้มีขนาดปากกว้าง 45 เซนติเมตร ปลายท่อนสอบเข้าเหลือเพียง 18 เซนติเมตร ความยาวท่อนละประมาณ 1.10 เมตร ทำให้สันนิษฐานได้ว่า คนไทยรู้จักใช้วิธีการกรองน้ำให้สะอาดโดยผ่านเส้นท่อ และมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคเพื่อบริการน้ำให้แก่ประชาชนมาเป็นเวลานานแล้ว

สมัยกรุงศรีอยุธยา

การพัฒนาการประปาในสมัยกรุงศรีอยุธยาเริ่มขึ้นในรัชสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เมื่อโปรดให้สร้างเมืองลพบุรี โดยได้รับความช่วยเหลือจากสถาปนิกและช่างสำรวจชาวต่างประเทศมีการนำเทคนิคใหม่ในการส่งน้ำจากแหล่งกำเนิดมาใช้ในประเทศไทยเป็นครั้งแรก โดยอาศัยตัวอย่างของประเทศฝรั่งเศส ซึ่งมีการส่งน้ำทางแม่น้ำแซนจากเมืองมาร์ลี ซึ่งเป็นแหล่งน้ำดิบ ไปตามท่อจนถึงพระราชวังแวร์ซายส์

ในสมัยกรุงศรีอยุธยา แหล่งน้ำดิบที่สำคัญคือลำห้วยซับเหล็ก อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี ซึ่งมีพื้นที่สูงกว่าระดับภายในตัวเมืองลพบุรีโดยเฉลี่ยประมาณ 14 เมตร น้ำไหลจากภูเขาลงมารวมกันเป็นแอ่งน้ำขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถปรับให้เป็นอ่างเก็บน้ำธรรมชาติซึ่งบรรจุน้ำมากพอที่จะจ่ายน้ำได้ตลอดทั้งปี และเป็นน้ำที่ใสสะอาด เหมาะแก่การอุปโภคบริโภค

การส่งน้ำประปาแบ่งออกเป็น 2 ช่วงใหญ่ ๆ ช่วงแรกเป็นลำรางส่งน้ำที่ใช้หินอัดแน่นเป็นรูปตัวยูให้น้ำไหลไปตามผิวดินจากแหล่งกำเนิดน้ำเป็นระยะทาง 4 กิโลเมตร ช่วงที่สอง ฝังท่อน้ำดินเผาซึ่งมีความหนาเฉลี่ย 2.4 เซนติเมตร ขนาดต่าง ๆ กัน เช่น ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 26-30 เซนติเมตร ยาวประมาณ 46 เซนติเมตร และขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 25.5 เซนติเมตร ยาว 50 เซนติเมตร เป็นต้น ท่อดินเผาที่สันนิษฐานว่าทำจากเตาเผาที่ตำบลเชิงกลัด อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

สมัยรัตนโกสินทร์

ในสมัยรัตนโกสินทร์ เมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงสถาปนากรุงเทพมหานครเป็นราชธานี ณ ฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาในปี 2325 ประชาชนยังคงอาศัยน้ำจากแม่น้ำลำคลองและน้ำฝนในการอุปโภคบริโภค ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 จนถึงรัชกาลที่ 4 จึงมีการขุดคลองเชื่อมโยงกับแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้นมากมายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

ต่อมา พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเล็งเห็นว่าประชาชนทั่วไปยังคงใช้น้ำที่ไม่สะอาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูแล้ง น้ำในแม่น้ำเจ้าพระยามีระดับต่ำ ทำให้น้ำทะเลเข้ามาถึง น้ำจะมีรสกร่อย ไม่เหมาะแก่การบริโภค และอาจส่งผลกระทบต่อเกิดของโรคระบาดได้ ประกอบกับได้ทรงพบเห็นความเจริญก้าวหน้าในด้านวิชาการต่าง ๆ ของการผลิตน้ำจากต่างประเทศเมื่อครั้งเสด็จประพาสยุโรป ในปี 2440 จึงทรงมีพระราชดำริในการจัดหาน้ำสะอาดให้กับประชาชนในเขตพระนคร และทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้กรมสุขาภิบาลเป็นหน่วยงานรับสนองพระราชดำริดังกล่าว เพื่อให้บรรดาพสกนิกรของพระองค์มีความเป็นอยู่สุขลักษณะ ปราศจากโรคภัยร้ายแรง

ต่อมาในปี 2446 กรมสุขาภิบาลได้จ้าง นายเดอ ลา โรเตียร์ ผู้ชำนาญวิชาช่างจากประเทศฝรั่งเศสเข้ามารับราชการเป็นช่างสุขาภิบาล ซึ่งได้ยื่นรายงานความเห็นในวิธีการจัดหาน้ำใช้ดังนี้

1. ทำท่อกันขังน้ำในที่ลุ่ม
2. ทดเอาน้ำแม่น้ำซึ่งมีน้ำดีไม่ต้องกรองมาใช้
3. เอาน้ำในลำแม่น้ำเจ้าพระยาในที่ซึ่งน้ำเค็มขึ้นไม่ถึงมากรองใช้

ในปี 2440 เจ้าพระยาเทเวศร์วงษ์วิวัฒน์ ผู้บัญชาการกรมสุขาภิบาลในขณะนั้น ได้มีจดหมายบันทึกการหาน้ำบริโภคไว้ว่า ในวันพฤหัสบดีที่ 15 กุมภาพันธ์ รัตนโกสินทร์ศก

124 ได้มีพระบรมราชโองการดำรัสเหนือเกล้าในที่ประชุมเสนาบดี พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ทำการหาน้ำบริโศก (วอเตอร์เว็ก) สำหรับกรุงเทพฯ และในปี 2450 เมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม รัตนโกสินทร์ศก 128 ได้ประกาศพระบรมราชโองการทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้กรมสุขาภิบาลจัดการทำน้ำมาใช้ในพระนครตามแบบอย่างที่เหมาะสมแก่ภูมิประเทศ การที่จะต้องทำนั้นคือ

1. ให้ตั้งที่ขังน้ำที่คลองเชียงราก แขวงเมืองปทุมธานี อันเป็นที่พื้นเขตน้ำเต็มขึ้นถึงทุกฤดู
2. ให้ขุดคลองแยกจากที่ขังน้ำนั้นเป็นทางลงมาถึงริมคลองสามเสนฝั่งเหนือแนวทางรถไฟ
3. ตั้งโรงสูบขึ้น ณ ตำบลนั้น สูบน้ำขึ้นขังยังที่เกรอะ กรองตามวิธีให้น้ำสะอาดบริสุทธิ์ ปราศจากสิ่งซึ่งจะเป็นเชื้อโรค แล้วจำหน่ายน้ำไปในที่ต่าง ๆ ตามควรแก่ท้องที่เขตพระนคร

กิจการดังกล่าวนี้ในเวลาต่อมา พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เรียกตามภาษาสันสกฤตว่า “การประปา” อันมีความหมายว่า กิจการที่จะนำน้ำมาใช้ในพระนคร

ในการพัฒนาการประปา ได้มีการกำหนดวิธีการเตรียมงานและการก่อสร้างถาวรวัตถุต่าง ๆ ที่สำคัญดังนี้

- ทำการซื้อที่ดินในระยะแรก รวมเนื้อที่จะต้องใช้ทั้งสิ้น 1,122 ไร่ 2 งาน 72 วา หรือ 449,072 ตารางวา และเริ่มขุดคลองรับน้ำจากแม่น้ำเจ้าพระยาที่เหนือวัดสามแล่ แขวงเมืองปทุมธานี เมื่อปลายเดือนกันยายน 2452

- เริ่มการฝังท่อจำหน่ายน้ำตลอดทั่วพระนคร ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2454 ใช้เวลารวมเสร็จสิ้น 2 ปี

- ก่อสร้างอาคารเพื่อใช้ติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องสูบน้ำ เครื่องกวนสารส้ม และเครื่องกรองน้ำ รวมทั้งถังพักน้ำและถังขังน้ำบริสุทธิ์ขึ้นที่ตำบลสามเสน และถังสูงช่วยแรงส่งน้ำรูปหอคอย 2 ถัง ที่ตำบลบ้านบาตร บริเวณสี่แยกวงจักรและถนนบำรุงเมือง แล้วเสร็จในปี 2457

ต่อมา เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2457 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงเปิดกิจการ “การประปากรุงเทพฯ” อย่างเป็นทางการ ประชาชนชาวกรุงเทพฯ จึงมีน้ำประปาใช้นับแต่นั้นเป็นต้นมา

เมื่อจำนวนประชากรเพิ่มสูงขึ้น ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำ จึงได้มีการขุดเจาะบ่อบาดาลขึ้นในปี 2496 ในจังหวัดพระนครและจังหวัดธนบุรี และต่อมาได้ทำการขุดเจาะเพิ่มเติมในจังหวัดสมุทรปราการและนนทบุรี ในปี 2501 และ 2503 ตามลำดับ

ในปี 2504 รัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้ว่าจ้างบริษัท เคอเกรมอนด์ ประเทศฝรั่งเศส เพื่อทำการก่อสร้างปรับปรุงโรงกรองน้ำสามเสนและธนบุรี ให้มีกำลังผลิตสูงขึ้นตามความต้องการของประชาชน จนแล้วเสร็จในปี 2506

และในวันที่ 16 สิงหาคม 2510 การประปากรุงเทพฯ การประปาธนบุรี การประปาสมุทรปราการ และการประปานครหลวง ได้รวมกิจการเข้าด้วยกัน จัดตั้งเป็นรัฐวิสาหกิจตามพระราชบัญญัติการประปานครหลวง พ.ศ. 2510 ใช้ชื่อว่า “การประปานครหลวง”

การผลิตจ่ายน้ำประปา

การประปานครหลวงมีหน้าที่ในการจัดหา น้ำสะอาดเพื่อการอุปโภคบริโภคแก่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ โดยใช้น้ำจากแหล่งน้ำ 2 แห่ง คือ

1. น้ำผิวดิน ใช้น้ำจากแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นน้ำดิบสำหรับนำมาผลิตเป็นน้ำประปา โดยมีสถานีสูบน้ำดิบ อยู่ที่ ตำบลสำแล จังหวัดปทุมธานี น้ำดิบจากแม่น้ำเจ้าพระยาจะถูกส่งผ่านคลองประปาเป็นระยะทางยาวประมาณ 31 กิโลเมตร เพื่อส่งน้ำดิบให้โรงงานผลิตน้ำสามแห่ง คือ

1. โรงงานผลิตน้ำบางเขน
2. โรงงานผลิตน้ำสามเสน
3. โรงงานผลิตน้ำธนบุรี

นอกจากนี้ยังมีโรงงานผลิตน้ำขนาดเล็กและโรงงานผลิตน้ำเสริมอีก 6 แห่ง คือ โรงงานผลิตน้ำหนองจอก โรงงานผลิตน้ำบางบัวทอง โรงงานผลิตน้ำเสริมพระราม 6 โรงงานผลิตน้ำเสริมทวีวัฒนา โรงงานผลิตน้ำเสริมมหาสวัสดิ์ และ โรงงานผลิตน้ำเสริมบางบัวทอง โดยโรงงานผลิตน้ำเสริมทั้ง 6 แห่งนี้ จะใช้น้ำผิวดินที่อยู่ใกล้กับบริเวณที่โรงงานเหล่านั้นตั้งอยู่

2. น้ำบาดาล กปน. มีบ่อบาดาลใช้งาน 80 บ่อ และบ่อสำรองอีก 26 บ่อ โดยสูบจ่ายน้ำให้บริการเฉพาะพื้นที่รอบนอกบริเวณปลายเส้นท่อที่น้ำประปาจากส่วนกลางไปไม่ถึง

กระบวนการผลิตน้ำประปา

การสูบน้ำดิบ การนำน้ำผ่านขบวนการผลิต จะต้องใช้เครื่องสูบน้ำ ตามกำลังผลิตของแต่ละโรงงานผลิตน้ำ และจะแยกวัสดุที่ปนมากับน้ำ โดยผ่านตะแกรงเหล็กอย่างหยาบและละเอียด เพื่อแยกวัสดุที่ไม่ต้องการออกจากขบวนการผลิต

การตกตะกอน กปน. มีชนิดของถังตกตะกอนหลายชนิด ทั้งชนิดเก้ารูปถังสี่เหลี่ยม และแบบทันสมัย และขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชีย ที่โรงงานผลิตน้ำบางเขน (Solid Contact) ทุกชนิดของถังตกตะกอน มีจุดประสงค์ในการทำงานอย่างเดียวกัน คือ เป็นการผสมสารเคมี กับน้ำดิบ และจับตะกอนให้ตกลงและระบายแยกตะกอนออกจากน้ำ ทำให้น้ำสะอาดใสขึ้นระดับหนึ่ง การตกตะกอนจะใช้สารเคมี ได้แก่ สารส้ม ปูนขาว และสารช่วยตกตะกอน

การกรอง น้ำที่ผ่านการตกตะกอนแล้วจะไหลเข้าสู่บ่อกรอง หรือบางโรงงานก็อาจใช้เครื่องสูบน้ำยกระดับช่วยอีกครั้งหนึ่ง เพื่อสามารถควบคุมระดับน้ำในการกรองได้ดีขึ้น ในบ่อกรองจะประกอบด้วยประตูระบายน้ำเข้าออก และระบบล้างบ่อกรอง หัวกรอง และสารกรอง ซึ่งประกอบด้วย หินหยาบ หินละเอียด และถ่านแอนทราไซท์ ความละเอียดและการเรียงตัวที่ดีของสารกรอง จะสามารถกรองน้ำที่ได้จากถังตกตะกอนให้ความขุ่นที่หลงเหลืออยู่หมดไป หรือสะอาดได้มาตรฐานตามกำหนด ไม่เกิน 2 NTU. (ความขุ่นของน้ำดื่ม)

การเติมสารเคมี กปน. ใช้สารเคมีหลักในการผลิตน้ำประปาอยู่ 4 ชนิด คือ

1. สารส้ม (Alum) ใช้เติมถังตกตะกอน เพื่อให้ น้ำตกตะกอนและแยกตะกอนออก
2. ปูนขาว (Lime) ใช้ปรับปรุงคุณภาพความเป็นกรดเป็นด่างของน้ำ ให้อยู่ในสถานะเป็นกลาง ที่มีความเป็นกรด-ด่าง (PH) ประมาณ 7
3. คลอรีน (Chlorine) เป็นสารที่เติมในน้ำดิบและน้ำบริสุทธิ์ที่ผ่านการกรองแล้ว เพื่อฆ่าเชื้อโรคและสิ่งเจือปนในน้ำ ทำให้น้ำบริสุทธิ์สะอาดปลอดภัยในการบริโภค
4. สารช่วยการตกตะกอน (Polymer) ใช้เติมในน้ำดิบร่วมกับสารส้ม เพื่อช่วยในการตกตะกอนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การใช้สารเคมีเหล่านี้ จะได้รับการตรวจสอบคุณภาพและกำหนดมาตรฐานในการใช้ โดยนักวิทยาศาสตร์และวิศวกรควบคุมการใช้อย่างใกล้ชิด และต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้การผลิตน้ำประปาได้มาตรฐานที่สุด

การควบคุมคุณภาพน้ำ การผลิตน้ำประปาไม่เพียงแต่จะต้องให้มีปริมาณที่เพียงพอเท่านั้น จะต้องมีคุณภาพที่ดี ได้มาตรฐานน้ำดื่มด้วย การตรวจสอบคุณภาพน้ำจึงถือว่าเป็นงานที่สำคัญอย่างยิ่ง กปน. จึงได้วางแผนในการตรวจสอบคุณภาพน้ำในทุกขั้นตอน ตั้งแต่คุณภาพน้ำในระบบน้ำดิบ โดยทำการตรวจสอบคุณภาพน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยา ตั้งแต่จังหวัด

พระนครศรีอยุธยาถึงกรุงเทพมหานคร และในคลองประปาเป็นประจำ เพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของคุณภาพน้ำ สํารวจสภาพแวดล้อมและหาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขโดยประสานงานกับหน่วยงานของรัฐ และเอกชน เพื่อติดตามมิให้น้ำมีคุณภาพเลวลง

การตรวจคุณภาพน้ำ

ในระบบผลิตมีการตรวจสอบการใช้สารเคมีอย่างเหมาะสมและวิเคราะห์คุณภาพน้ำทุก 4 ชั่วโมง เพื่อให้ น้ำประปามีคุณภาพได้มาตรฐานน้ำดื่มตลอดเวลา

ในระบบจ่ายน้ำมีการเก็บตัวอย่างน้ำเพื่อการวิเคราะห์ตามเกณฑ์กำหนดขององค์การอนามัยโลก (WHO) โดยวิเคราะห์คุณภาพน้ำจากทุกโรงงานผลิตน้ำประปา และสถานีสูบน้ำจ่ายน้ำเป็นประจำทุกวัน มีการวิเคราะห์คุณภาพน้ำจากบ้านผู้ใช้น้ำโดยการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร พบว่าได้มาตรฐานน้ำดื่มทางแบคทีเรียร้อยละ 98.7 ของตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์สูงเกินเกณฑ์กำหนดขององค์การอนามัยโลก (WHO) ซึ่งกำหนดคุณภาพทางด้านแบคทีเรียในรอบ 1 ปี ต้องได้มาตรฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 ของตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์งานวิจัยและพัฒนาคุณภาพน้ำประปา

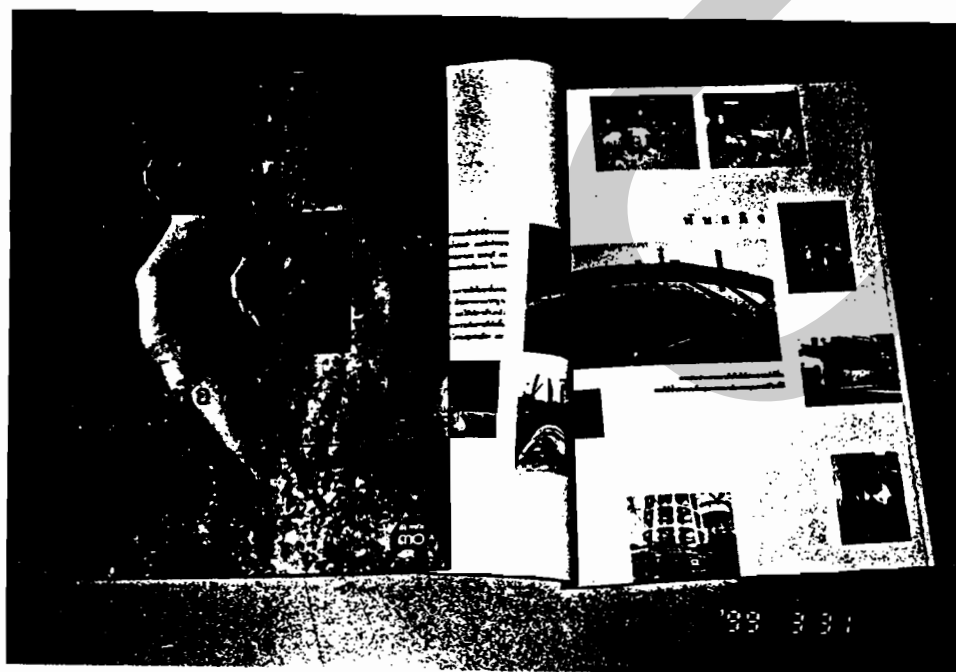
ทำการศึกษาวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิตน้ำ โดยเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้ น้ำประปามีคุณภาพที่อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานกำหนด โดยเฉพาะ โรงงานผลิตน้ำเสริมของการประปานครหลวงรอบนอก เช่น โรงงานผลิตน้ำเสริมหนองจอก ได้ศึกษาวิจัยกำจัดแมงกานีสที่ละลายในน้ำ โดยใช้ค่ากักตักในอัตราที่เหมาะสมและใช้ในปัจุบัน โรงงานผลิตน้ำเสริมคลองทวีวัฒนา จัดทำ Pilot Scale กำจัดกลิ่น สี ซึ่งเกิดจากคุณภาพน้ำดิบไม่เหมาะสม โดยใช้ Granular Activated Carbon Column จากการทดลองปรากฏว่าได้ผลเป็นอย่างดี ซึ่งสามารถจะนำไปใช้กับโรงงานผลิตน้ำขนาดใหญ่ ๆ ต่อไปได้

นอกจากนี้การประปานครหลวงได้ให้บริการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำให้กับหน่วยงานของรัฐและเอกชนทั่วไปด้วย

ตัวอย่างสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์องค์กรและโครงการต่างๆ



ตัวอย่างการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร



ตัวอย่างการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เห็นการบริการของการประปาหนวด

ชำระ
ค่าน้ำ-ค่าไฟ
ค่าโทรศัพท์

ในประเภท: ทางไกลต่างประเทศ
พร้อมโทรศัพท์เคลื่อนที่
ในเครือข่ายเว็ลคัมโฟนและ กสท.
ผ่าน
เว็ลคัม บักคอส และ เวย์วีซี พายินต์

PAY POINT
Service

บริการ
ชำระค่าน้ำ-ค่าไฟ
ค่าโทรศัพท์

บริการชำระค่าน้ำ-ค่าไฟ
ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริการชำระค่าน้ำ-ค่าไฟ
ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริการ "ชำระค่าน้ำ-ค่าไฟ"
ชำระค่าน้ำ-ค่าไฟ

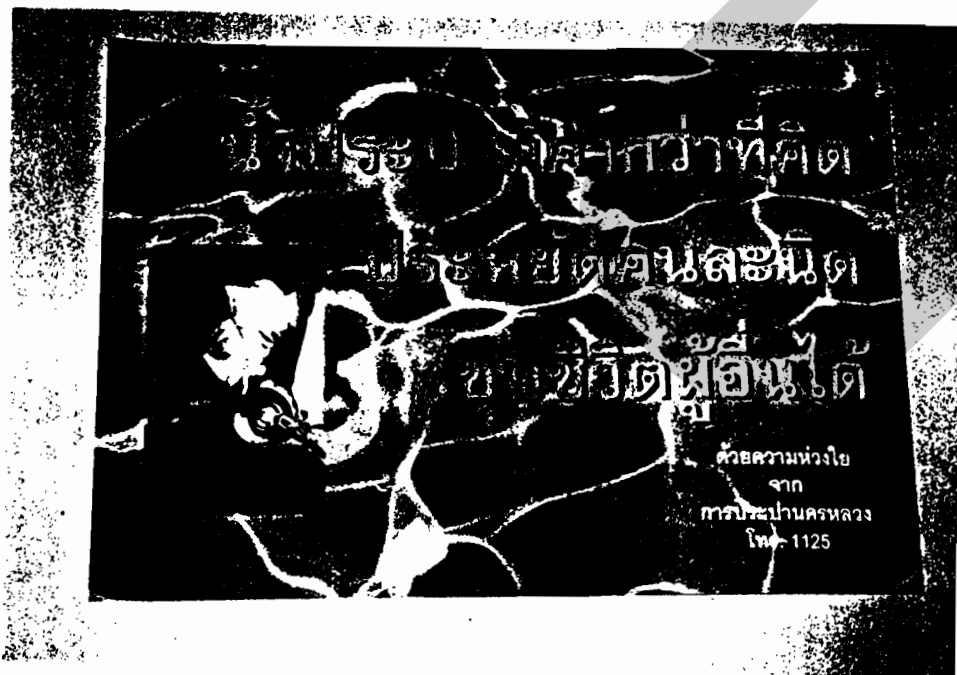
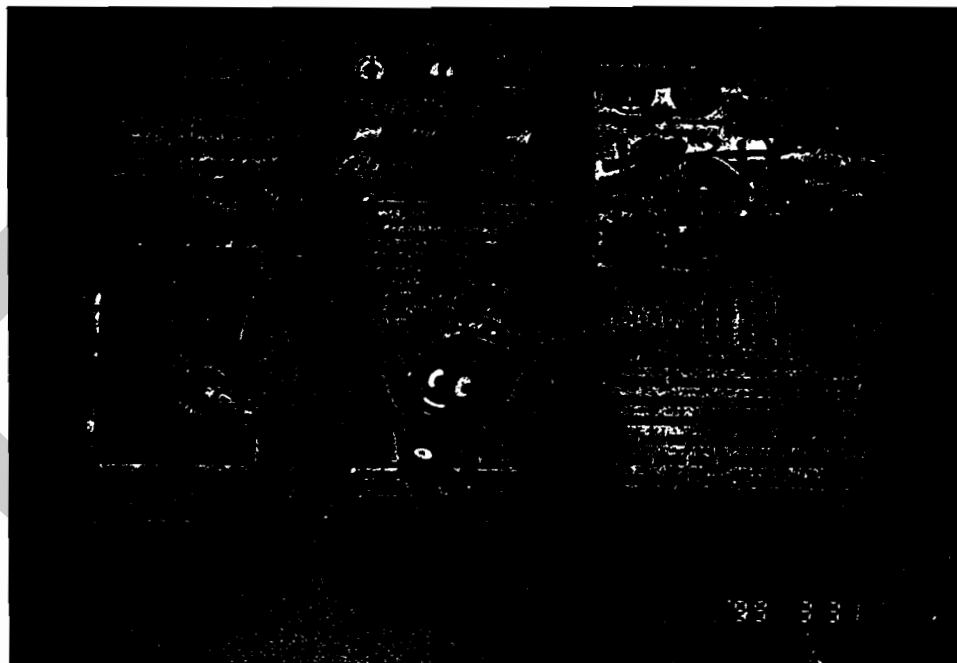
บริการชำระค่าน้ำ-ค่าไฟ
ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริการชำระค่าน้ำ-ค่าไฟ
ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่

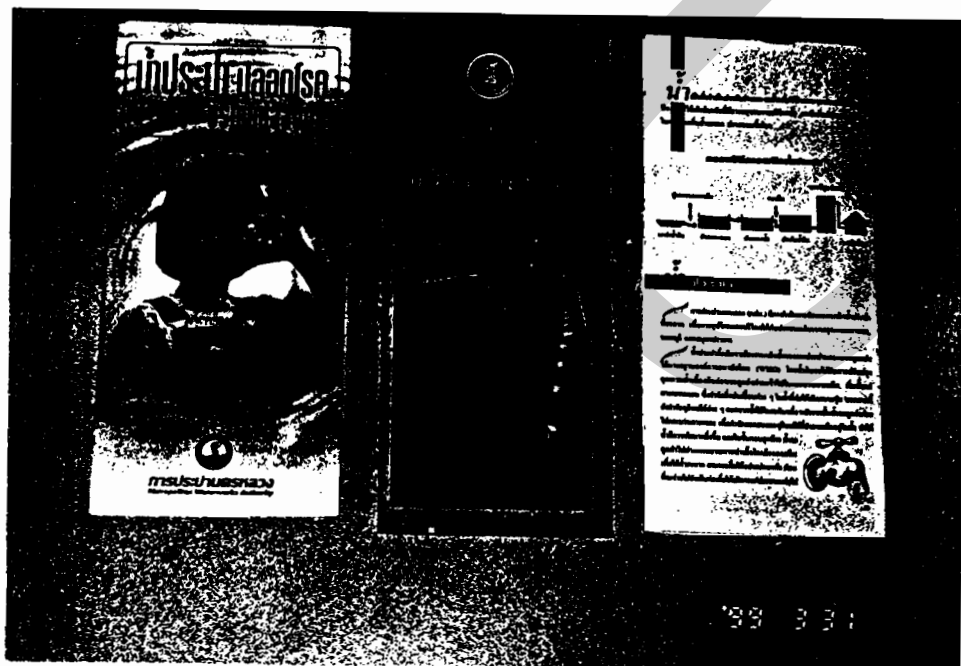
การประปาหนวด
การประปาหนวด

การขอติดตั้ง
ประปาใหม่

ตัวอย่างการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แผนการณรงค์เพื่อการประหยัดน้ำ



ตัวอย่างการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ด้านการดำเนินงานและการพัฒนาองค์กร



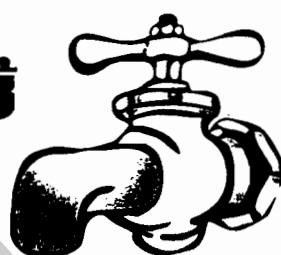
ตัวอย่างการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร และการบริการ

1

สารบัญ

- ❖ การกิจของเรา
- ❖ สถานที่ติดต่อบริการประปา
- ❖ การชำระค่าน้ำประปา
- ❖ ค่าน้ำสูงผิดปกติเกิดจากอะไร
- ❖ การขอติดตั้งประปาใหม่
- ❖ ข้อแนะนำสำหรับการเป็นผู้ใช้
- ❖ การติดตั้งถังพักน้ำและเครื่อง
- ❖ เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับน้ำประปา
- ❖ การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
- ❖ น้ำประปาดื่มได้

คู่มือการใช้
น้ำประปา



เป็นประจำเพร
ทอนในถังได้
การจัดทำ
ดินน้ำภายในบ้
ดินหรือใต้ดิน
น้ำแล้ว พร้อม



การประปานครหลวง
Metropolitan Waterworks Authority

การติดตั้งเครื่องสูบน้ำถูกต้อง ต้องมีท่อดูดจากถังพักน้ำ โดยไม่ต่อเครื่องสูบน้ำเข้ากับท่อประปาโดยตรงเพราะจะทำให้ มวลรวัดน้ำชำรุดเสียหายได้



การติดตั้งเครื่องสูบน้ำโดยมีถังพักน้ำบนดิน



แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง “ การศึกษาการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำที่มีต่อการประปานครหลวง ” เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ขอความกรุณาท่านตอบคำถามที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง อันจะช่วยเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบข่าวสาร การเผยแพร่ข้อมูลและการบริการ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนผู้ใช้น้ำได้มากที่สุด

กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าข้อที่ท่านเลือกเป็นคำตอบ หรือเขียนคำตอบลงในช่องว่างสำหรับคำถามอื่น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ น้อยกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี
 41-50 ปี มากกว่า 50 ปี
3. สถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง
4. ระดับรายได้ต่อเดือน
 น้อยกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท
 ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท
 ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท มากกว่า 50,00 บาท
5. จำนวนผู้อยู่อาศัยในครอบครัว
 น้อยกว่า 3 คน 3 - 6 คน
 7 - 10 คน มากกว่า 10 คน
6. ลักษณะที่อยู่อาศัยของท่านเป็น
 บ้านส่วนตัว ชั้นเดียว บ้านส่วนตัว 2 ชั้น
 อาคารชุดนิติบุคคล อาคารพาณิชย์พักอาศัย

กรุณาทำเครื่องหมายในช่องที่ตรงกับข้อมูลที่ท่านได้รับ

1 = ไม่ได้รับเลย 2 = 1 - 2 ครั้ง 3 = 3 - 4 ครั้ง 4 = 5 - 6 ครั้ง 5 = มากกว่า 7 ครั้ง

7. โดยปกติท่านจะได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อใด บ่อยครั้งเพียงใดใน 1 สัปดาห์

ประเภทของสื่อ	1	2	3	4	5
สื่อบุคคล					
วิทยุกระจายเสียง					
โทรทัศน์					
หนังสือพิมพ์					
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ป้ายประกาศ ฯลฯ					
อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

8. ใน 1 สัปดาห์ท่านได้รับข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ จาก การประปานครหลวง จากสื่อใด บ่อยครั้งเพียงใด

ประเภทของสื่อ	1	2	3	4	5
สื่อบุคคล					
วิทยุกระจายเสียง					
โทรทัศน์					
หนังสือพิมพ์					
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ฝ้ายประกาศ ฯลฯ					
อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

9. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่จากการประปานครหลวงมากน้อยอย่างไรใน 1 สัปดาห์

ข่าวสาร	1	2	3	4	5
ข่าวน้ำไม่ไหล / การหยุดจ่ายน้ำ					
การประหยัดน้ำ / การรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า					
ข่าวสารด้านการให้บริการที่พัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพขึ้น					
ข่าวสารการพัฒนา / การปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานขององค์กร					
ข่าวอื่น ๆ โปรดระบุ					

10. ท่านต้องการทราบข่าวสารจากการประปานครหลวงในเรื่องใด มากน้อยอย่างไร
(โปรดจัดอันดับความสำคัญ 3 อันดับ)

_____ ข่าวน้ำไม่ไหล / การหยุดจ่ายน้ำ
 _____ การประหยัดน้ำ / การรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
 _____ ข่าวสารด้านการให้บริการที่พัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพขึ้น
 _____ ข่าวการพัฒนา / การปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานขององค์กร
 _____ ข่าวอื่น ๆ โปรดระบุ

11. ท่านให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสาร และความรู้ที่การประปานครหลวงเผยแพร่อย่างไร

สนใจมากทุกข่าวที่ได้รับ รู้สึกเฉย ๆ
 สนใจเป็นบางข่าว ไม่สนใจเลย

12. จากการที่การประปานครหลวงได้ทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้ำ และรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่านั้น ท่านเคยเห็นข่าวสารที่เผยแพร่หรือไม่

เคยเห็น ไม่เคยเห็น

13. ข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารการประหยัดน้ำและการรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ข้อมูลเกี่ยวกับการประหยัดน้ำและการรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า.....	1	2	3	4	5
ท่านให้ความสนใจกับข่าวสาร					
เมื่อรับทราบข่าวสาร ท่านมีโอกาสได้นำไปใช้ในชีวิตรประจำวัน					
ท่านได้บอกกล่าว หรือเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้ต่อผู้ใกล้ชิดได้รับทราบ					

14. ท่านรู้จักบริการทางโทรศัพท์ของการประปานครหลวง หมายเลข 1125 หรือไม่

รู้จัก ไม่รู้จัก

15. ท่านเคยใช้บริการของการประปานครหลวง หมายเลข 1125 หรือไม่

เคย ไม่เคย

16. ท่านทราบหรือไม่ว่าการประปานครหลวง สังกัดหน่วยงานใด

สำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่ได้รับจากการประเมินครหลวง

กรุณาทำเครื่องหมายในช่องที่ตรงกับความรู้สึก และความคิดเห็นของท่าน

1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด

ความพึงพอใจในการดำเนินงานของการประเมินครหลวง

ความพึงพอใจ	1	2	3	4	5
17. ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์					
18. เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถ ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ					
19. มีระบบการทำงานที่ดี ได้ระดับมาตรฐาน					
20. มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน					
21. การวางแผน และการจัดสถานที่ในการทำงานค่อนข้างเหมาะสม					
22. ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ถูกวางเอาไว้อย่างรัดกุม					
23. มีการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ					
24. มีการประชาสัมพันธ์องค์การอย่างต่อเนื่อง					

ความพึงพอใจด้านการบริการ

ความพึงพอใจ	1	2	3	4	5
25. เจ้าหน้าที่มีความตั้งใจ กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน					
26. ได้รับความสะดวกและรวดเร็วในการบริการ					
27. ระยะเวลาในการให้บริการเหมาะสม					
28. ขั้นตอนในการติดต่อไม่มากจนเกินไป					
29. ให้บริการด้วยความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ดี					
30. ให้บริการกับประชาชนที่มาติดต่ออย่างเป็นกันเองและเสมอภาคกัน					
31. เจ้าหน้าที่รักษามาตรฐานประโยชน์ให้ผู้ใช้น้อย่างเต็มที่					
32. การประเมินครหลวงให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนอย่างเพียงพอ					
33. มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการให้บริการ					

ความพึงพอใจในด้านข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่

ความพึงพอใจ	1	2	3	4	5
34. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร มีความรวดเร็วทันเหตุการณ์					
35. ใช้ช่องทางในการนำเสนออย่างเหมาะสม					
36. ด้านคุณภาพเนื้อหาของข้อมูลที่ทำการเผยแพร่					
37. ด้านปริมาณข้อมูลที่เผยแพร่มีอย่างเพียงพอ					
38. สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่มีความเหมาะสม					
39. สื่อที่ได้รับสามารถทำความเข้าใจง่าย					

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้น้ำ

40. ท่านมีความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ความรู้และการบริการที่ท่านได้รับจากการประปานครหลวง

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการร่วมมือตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นางสาวอังฉรา ปรมาศิกุล

เกิด วันที่ 19 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2512 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

การศึกษา

- ประถมศึกษา จาก โรงเรียนโสมาถานุสรณ์
- มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนบางกะปิ กรุงเทพฯ
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ปริญญาโท นิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สถานที่ทำงาน การประปานครหลวง

ตำแหน่ง วิทยากร 3