

คุณภาพบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน

วุฒิชัย มีสุข^{1*} ชัชชัย สุจริต¹ กุลยา อุพงษ์¹

Received: May 27, 2025

Revised: August 19, 2025

Accepted: August 20, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของคุณภาพบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน 2) เพื่อทดสอบคุณภาพบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน จำนวน 371 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของคุณภาพบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน อยู่ในระดับมาก 2) คุณภาพบริการ ด้านดูแลเอาใจใส่ ด้านให้ความมั่นใจ ด้านตอบสนอง ด้านลักษณะกายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับตัวแปรของคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน (Sig. = 0.063) สำหรับภาพลักษณ์องค์กร ด้านติดต่อระหว่างบุคคล ด้านเอกลักษณ์องค์กร ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ และด้านการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับตัวแปรของภาพลักษณ์องค์กร ด้านชื่อเสียงองค์กร ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน (Sig. = 0.229)

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ ความพึงพอใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์องค์กร

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

* Corresponding author Email: wuttichai210913@gmail.com

Service quality and organizational image that affect services satisfaction of electricity consumers in Na Muen District Nan Province

Wuttichai Meesuk^{1*} Chatchai Sucharit¹ Kullaya Uppapong¹

Abstract

This research is a quantitative research. The objectives are 1) to study the perception of service quality, organizational image, and services satisfaction of electricity consumers in Na Muen District, Nan Province and 2) to test how service quality and organizational image that affect the services satisfaction of electricity consumers in Na Muen District, Nan Province. The sample group was 371 electricity consumers in Na Muen District, Nan Province. The research instruments was questionnaires. The statistics used in the research were mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results of the research revealed that 1) the level of opinions on service quality, organizational image, and service satisfaction of electricity consumers in Na Muen District, Nan Province was at a high level. 2) Service quality, including empathy, assurance, responsiveness, and tangibles affect the service satisfaction of electricity consumers at a statistically significant level of 0.05. The variable of service quality In terms of reliability did not affect the service satisfaction of electricity consumers in Na Muen District, Nan Province (Sig. = 0.063). For the variable of organizational image, including contact personal, corporative identity, physical environment, and service offering affected the services satisfaction of electricity consumers at a statistically significant level of 0.05. The variable of organizational image In terms of reputation did not affect the service satisfaction of electricity consumers in Na Muen District, Nan Province (Sig. = 0.229)

Keywords: organizational image, satisfaction in using services, service quality

¹ Faculty of management Science, Uttaradit Rajabhat University

บทนำ

ประเทศไทยมีไฟฟ้าดวงแรกสว่างไสวในพระที่นั่งจักรีมหาปราสาท ในวันเฉลิมพระชนมพรรษาของรัชกาลที่ 5 เมื่อวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2427 ซึ่งการไฟฟ้าไทยแบ่งออกเป็น 3 ยุค คือ ยุคแรกเริ่มไฟฟ้าไทย ระหว่าง พ.ศ. 2427-2511 ยุคก่อกำเนิดการไฟฟ้าฝ่ายการผลิตประเทศไทย หรือ กฟผ. พ.ศ. 2512-2534 และสุดท้ายยุคพลังงานไฟฟ้าสู่อินทรี พ.ศ. 2535-ปัจจุบัน (การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2567) กฟผ. เป็นรัฐวิสาหกิจด้านกิจการพลังงาน ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงพลังงานและกระทรวงการคลัง ดำเนินธุรกิจหลักในการผลิตจัดให้ได้มาและจำหน่ายพลังงานไฟฟ้าให้แก่การไฟฟ้านครหลวง หรือ กฟน. การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค หรือ กฟภ. ผู้ใช้ไฟฟ้าตามกฎหมายกำหนด และประเทศใกล้เคียง รวมถึงธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการไฟฟ้าภายใต้กรอบพระราชบัญญัติ กฟผ. ในปี พ.ศ. 2566 มีความต้องการพลังไฟฟ้าสุทธิสูงสุด 34,130.50 เมกะวัตต์ มีค่าเพิ่มขึ้นจากความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุดสุทธิของ พ.ศ. 2565 เป็นจำนวน 1,876 เมกะวัตต์ คิดเป็นร้อยละ 5.82 และในปี พ.ศ. 2567 คาดว่าความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุดสุทธิประมาณ 34,495 เมกะวัตต์ ซึ่งแสดงให้เห็นแนวโน้มทิศทางการต้องการพลังงานไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2566) กฟผ. ดำเนินงานที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพสูงสุดโดยอาศัยนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอก มุ่งสู่การเป็นองค์กรเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อให้เกิดการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติ แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ หรือ SDGs (การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2567)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (Provincial Electricity Authority: PEA) หรือ กฟภ. มีหน้าที่รับไฟฟ้าจาก กฟผ. มาจัดจำหน่ายไฟฟ้าให้กับประชาชนในพื้นที่ 74 จังหวัดทั่วประเทศ ยกเว้น กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ การดำเนินงานที่ผ่านมาแสดงให้เห็นการประสบผลสำเร็จอย่างยิ่ง สามารถขยายเขตระบบจำหน่ายไฟฟ้าให้บริการกับประชาชนในเขตพื้นที่รับผิดชอบได้อย่างทั่วถึง ทำให้การบริการด้านพลังงานไฟฟ้าสามารถรองรับธุรกิจอุตสาหกรรมที่ย้ายแหล่งการลงทุนจากในเมืองให้กระจายไปในชนบท และทำให้บริการประชาชนได้มากขึ้น เป็นการกระจายไปในชนบทและทำให้บริการประเภทอื่น ๆ สามารถเข้าไปให้บริการประชาชนได้มากขึ้น เป็นการกระจายความเจริญไปทั่วประเทศ นอกจากนั้น กฟภ. ตระหนักในความสำคัญของการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารงานให้ทันสมัย คล่องตัวและรวดเร็ว เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในเชิงธุรกิจและสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนในการตัดสินใจประกอบกิจการต่าง ๆ (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค, 2567) กฟภ. มีการแบ่งเขตรับผิดชอบออกเป็น 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ ซึ่งการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดน่านอยู่ในเขตรับผิดชอบของภาคเหนือในเขตย่อย กฟน.2 พิษณุโลก โดยมีการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอในสังกัด จำนวน 11 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ตามแต่ละอำเภอ หนึ่งในนั้นคือการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอนาหมื่น สังกัดในการไฟฟ้า

ส่วนภูมิภาคจังหวัดน่าน มีการจ่ายไฟฟ้าครั้งแรก ปี พ.ศ. 2528 มีผู้ใช้ไฟฟ้า 120 ราย และขยายเพิ่มขึ้น ปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้าทั้งหมด 5,112 ราย ความรับผิดชอบ 4 ตำบล 48 หมู่บ้าน มีปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า 12 เมกะวัตต์ มีระบบจำหน่ายไฟฟ้าแรงดันกลาง 109 วงจร/กิโลเมตร มีระบบจำหน่ายไฟฟ้าแรงดันต่ำ 317 วงจร/กิโลเมตร โดยมีการจัดตั้งสำนักงานครั้งแรกปี พ.ศ. 2532 ชื่อหน่วยบริการผู้ใช้ไฟย่อนาหมื่น พ.ศ. 2559 เปลี่ยนชื่อเป็น การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาย่อยอำเภอนาหมื่น ปี พ.ศ. 2567 เปลี่ยนชื่อเป็น การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอนาหมื่น (วุฒิชัย มีสุข, 2568)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอนาหมื่น เป็นหน่วยงานที่ให้บริการต่าง ๆ ในการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน ได้แก่ จัดหาพลังงานไฟฟ้า ซ่อมแซมระบบจำหน่ายไฟฟ้า ปรับปรุงระบบจำหน่ายไฟฟ้าให้มั่นคง ขยายเขตระบบจำหน่ายไฟฟ้า ติดตั้งมิเตอร์ไฟฟ้า ชำระค่าไฟฟ้า เป็นต้น โดยมุ่งเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยมีการดำเนินการตามภารกิจ (Mission) ของกฟภ. คือ “การให้บริการพลังงานไฟฟ้าและดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจทั้งด้านคุณภาพและบริการ โดยการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” ซึ่งนำโดยผู้จัดการ นายวุฒิชัย มีสุข ในการบริหารได้มุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจแก่ลูกค้า (วุฒิชัย มีสุข, 2568) ความพึงพอใจถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมบริการหรือองค์กรที่ให้บริการ เพราะเมื่อใดที่กลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการจะเกิดพฤติกรรมเชิงบวกต่อองค์กร เช่น การใช้บริการซ้ำการบอกต่อความภาคภูมิใจ เป็นต้น ดังนั้น องค์กรจึงมีการค้นหาวิธีที่ดีที่สุดในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Shamsudin et. al., 2020) โดยคุณภาพการให้บริการ 4 ด้าน คือ ด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้ใช้บริการ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (ภัทรวิ อ้อมชมพู, 2566) และผลงานวิจัยยืนยันว่า คุณภาพงานบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่ในการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (ฉัตร โชติช่วง, 2564) โดยนอกจากคุณภาพบริการยังมีอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ คือ ภาพลักษณ์องค์กร (ศราวุธ แดงขันธุ์, 2563) และผลงานวิจัยว่า คุณภาพบริการและภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจ (สากล ไชยประยา, 2566) ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าคุณภาพบริการและภาพลักษณ์องค์กรทั้งสองปัจจัยส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงตระหนักถึงการให้บริการอย่างมีคุณภาพและการสร้างภาพลักษณ์องค์กรเพื่อให้ผู้ใช้ไฟฟ้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการสูงสุด โดยผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอ นาหมื่น จังหวัดน่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของคุณภาพบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอ นาหมื่น จังหวัดน่าน และเพื่อทดสอบคุณภาพบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอ นาหมื่น

จังหวัดน่าน ผลวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงวิธีการและขั้นตอนการให้บริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ไฟฟ้า ลดปัญหาข้อร้องเรียนและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้ใช้ไฟฟ้า

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการเป็นหลักสำคัญในการทำการตลาดของธุรกิจในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์โดยตรงกับความสำเร็จของธุรกิจ โดยความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้ที่มารับบริการรับรู้คุณภาพการให้บริการหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับบริการที่ผู้เข้ารับบริการต้องการใช้บริการ และจะเปรียบเทียบกับสิ่งที่ตนเองได้รับมา จากบริการจริงกับบริการที่เคยคาดหวังเอาไว้ และได้สร้างเป็นเครื่องมือแบบประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” (Service Quality) ซึ่งผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ดังนี้ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ปรากฏให้เห็น 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่ให้ไว้กับผู้รับบริการนั้นตรงกับสัญญาบริการที่ให้มีความถูกต้อง มีความสม่ำเสมอ และเหมาะสมในทุกครั้งของการบริการ 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจและความพร้อมที่จะให้บริการ โดยสามารถที่จะตอบสนองความต้องการได้ทันเวลาตามที่ผู้รับบริการต้องการ 4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการจะต้องมีความรู้ และทักษะความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และ 5) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทร เอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการในแต่ละคน(Parasuraman et. al., 1988)

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อลูกค้าในด้านความจงรักภักดี และความตั้งใจในเชิงกายภาพของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มราคาให้กับสินค้าและบริการให้ตั้งราคาได้สูงโดยที่ผู้บริโภคไม่รู้สึกว่าแพงดูคุ้มค่ากับการใช้ผลิตภัณฑ์ เป็นความคุ้มค่ากับการเลือกใช้บริการ ทำให้กิจการนั้นประสบความสำเร็จ และส่งผลให้ประชาชนหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเชื่อถือสินค้าและบริการมากขึ้นจนเกิดความพึงพอใจ (Nguyen และ Leblanc, 2001) โดยภาพลักษณ์องค์กร เป็นภาพรวมขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง อาจหมายรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สังคมรู้จักเกี่ยวกับองค์กร ทั้งนี้เมื่อภาพลักษณ์ได้ถูกสร้างขึ้นมาแล้ว ย่อมมีแนวโน้มที่จะไปเหนี่ยวนำพฤติกรรมของสังคมให้เห็นคล้อยตามไปในทิศทางเดียวกันด้วย (Sukakern et. al., 2022) โดยสามารถแยกภาพลักษณ์องค์กรในธุรกิจให้บริการออกเป็นองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ 1) เอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) หมายถึง ความเกี่ยวข้องกับรูปลักษณะต่าง ๆ ของบริษัท 2) ชื่อเสียง (Reputation) การให้บริการจนกระทั่งได้รับชื่อเสียง 3) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อระหว่างจุดประสงค์ของบริษัท เป็นภาพลักษณ์สู่ลูกค้า

4) การให้บริการ (Service Offering) ประกอบด้วยสิ่งที่ถือว่าเป็นทั้งแกนหลักและส่งเสริม การบริการหลักจะเกี่ยวกับหลักการและเหตุผลที่ว่าทำไมลูกค้าเลือกใช้บริการของบริษัท ในขณะที่การบริการเสริมเป็นการบริการที่เพิ่มมูลค่าให้กับบริการอย่างหลากหลาย และ 5) การติดต่อระหว่างบุคคล (Contact Personnel) ต้องรู้ธรรมชาติของลูกค้าและให้บริการได้ตรงกับความต้องการของแต่ละบุคคล (Leblanc and Nguyen, 1996)

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง (สากุล ไชประภาส, 2566) โดยความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติของผู้ใช้บริการในทางบวก เมื่อได้รับบริการเป็นไปตามที่คาดหวังสามารถตอบสนองความต้องการส่งผลให้เกิดความรู้สึกประทับใจและเกิดความรู้สึกพึงพอใจในการบริการ (ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก, 2562) โดยความพึงพอใจจะประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบดังนี้ 1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) คือ การให้บริการกับผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม มีความเป็นธรรม เสมอภาค มีความยุติธรรม 2) การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึงระยะเวลาในการให้บริการมีคุณภาพ เป็นมาตรฐาน ตรงตามกำหนด 3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ ความเหมาะสมของการให้บริการกับผู้บริโภค 4) การให้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ (Continuous Service) คือ ขั้นตอนหรือกระบวนการในการให้บริการที่มีความสม่ำเสมอให้บริการแก่ผู้บริโภคตลอด และ 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพ ในด้านความสามารถ หรือคุณภาพในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น (Millet, 2012)

สมมุติฐานการวิจัย

1. คุณภาพบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน
2. ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้ไฟฟ้าอำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน จำนวนผู้ใช้ไฟฟ้าทั้งหมด 5,112 ราย (วุฒิชัย มีสุข, 2568)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้ไฟฟ้าอำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของ Taro Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.95 ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง 0.05 เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสม ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมีมากพอ ส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณค่าและน่าเชื่อถือ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ คือ 371 ราย ซึ่งใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) เนื่องจาก การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน มีพื้นที่ที่ต้องดูแลรับผิดชอบทั้งหมด 4 ตำบล รายละเอียดดังตารางที่ 1 ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยลงพื้นที่และดำเนินการด้วยตนเอง

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดของจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ตำบล	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. ตำบลบ่อแก้ว	1,488	$1,488 \times 371 / 5,112 = 108$
2. ตำบลนาทะนุง	1,312	$1,312 \times 371 / 5,112 = 95$
3. ตำบลปิงหลวง	1,190	$1,190 \times 371 / 5,112 = 86$
4. ตำบลเมืองลี	1,122	$1,122 \times 371 / 5,112 = 82$
รวมทั้งสิ้น	5,112	371

2. เครื่องมือวิจัย

ในการวิจัยเรื่องคุณภาพบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยคำถามดัดแปลงจากแนวคิดของ Parasuraman et. al. (1988)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้ ด้านเอกลักษณ์องค์กร ด้านชื่อเสียงองค์กร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการ และด้านการติดต่อระหว่างบุคคล โดยคำถามดัดแปลงจากทฤษฎีของ LeBlanc และ Nguyen (1996)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการที่ตรงต่อเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการบริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการบริการแบบก้าวหน้า โดยคำถามดัดแปลงจากแนวคิดของ Millet (2012)

เครื่องมือวิจัยทุกส่วนผู้วิจัยกำหนดเป็นอัตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนด 5 ระดับได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งอยู่ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

สำหรับคะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด 1 หมายถึง น้อยที่สุด ในการกำหนดความหมายค่าเฉลี่ยตามแนวคิดของ บุญชม ศรีสะอาด (2560) ในแต่ละช่วงห่างกัน 0.50 การแปลความหมายสำหรับการกำหนดความหมายค่าเฉลี่ย ตามแนวคิดของบุญชม ศรีสะอาด (2560) รายละเอียด ดังนี้

ช่วงคะแนนระหว่าง	4.50 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ช่วงคะแนนระหว่าง	3.50 - 4.49	หมายถึง	มาก
ช่วงคะแนนระหว่าง	2.50 - 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
ช่วงคะแนนระหว่าง	1.50 - 2.49	หมายถึง	น้อย
ช่วงคะแนนระหว่าง	1.00 - 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในส่วนที่ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รายละเอียด ดังนี้

3.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจในการใช้บริการ เพื่อนำมากำหนดข้อคำถามที่ใช้ในงานวิจัย

3.2 นำตัวแปรที่ได้ไปสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาตามโครงสร้างที่กำหนดไว้ โดยแยกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร และส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

3.3 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ข้อเสนอแนะและตรวจสอบความถูกต้อง

3.4 นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และสอดคล้องวัตถุประสงค์ของการทำ IOC โดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มี IOC > 0.5 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามรายข้อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จึงสามารถนำแบบสอบถามนี้ไปดำเนินการต่อไปได้

3.5 แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามจากการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

3.6 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่มากที่สุด คือ ผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าที่ได้จะต้องมากกว่า 0.70 ซึ่งเป็นการบ่งชี้ว่ามีความสอดคล้องภายในระหว่างข้อคำถามในแต่ละด้าน ซึ่งสามารถนำข้อคำถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ ผลวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นพบว่าผ่านเกณฑ์ทุกด้าน รายละเอียดดังตารางที่ 2

3.7 จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และตรวจสอบความถูกต้อง

3.8 นำแบบสอบถามไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

ตัวแปรและองค์ประกอบ	Cronbach's Alpha Coefficient
คุณภาพบริการ	
1. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.957
2. ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)	0.965
3. ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	0.956
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	0.976
5. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles)	0.963
รวมคุณภาพบริการ	0.957
ภาพลักษณ์องค์กร	
1. ด้านเอกลักษณ์องค์กร (Corporative Identity)	0.896
2. ด้านชื่อเสียง (Reputation)	0.922
3. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)	0.932
4. ด้านการให้บริการ (Service Offering)	0.962
5. ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล (Contact Personnel)	0.952
รวมภาพลักษณ์องค์กร	0.945
ความพึงพอใจของผู้รับบริการ	0.974

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลโดยทำการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของผู้รับบริการ ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้เทคนิค Enter Selection

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือ ผลวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 3-5 และส่วนที่สอง คือ การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 6-7 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.02	0.75	มาก	2
ด้านการตอบสนอง	3.94	0.82	มาก	4
ด้านการให้ความมั่นใจ	4.01	0.76	มาก	3
ด้านการดูแลเอาใจใส่	3.89	0.83	มาก	5
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.05	0.75	มาก	1
รวม	3.98	0.71	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.71) โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในเกณฑ์ระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.75) รองลงมาเป็นด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.75) ด้านการให้ความมั่นใจ ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.76) ด้านการตอบสนอง ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.82) และด้านการดูแลเอาใจใส่ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

ภาพลักษณ์องค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านเอกลักษณ์องค์กร	4.04	0.71	มาก	1
ด้านชื่อเสียงองค์กร	3.92	0.76	มาก	5
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.98	0.77	มาก	3
ด้านการให้บริการ	3.98	0.79	มาก	4
ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล	4.02	0.76	มาก	2
รวม	3.99	0.69	มาก	

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร อยู่ในเกณฑ์ระดับ มาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.69) โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในเกณฑ์ระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านเอกลักษณ์องค์กร ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.71) รองลงมาเป็นด้านการติดต่อระหว่างบุคคล ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.76) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.77) ด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.79) และด้านชื่อเสียงองค์กร ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
1. พึงพอใจที่ได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมจากเจ้าหน้าที่ ไม่มีการเลือกปฏิบัติ	3.99	0.92	มาก	1
2. พึงพอใจเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	3.95	0.88	มาก	2
3. ประทับใจที่เจ้าหน้าที่ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อ ความต้องการ	3.94	0.90	มาก	3
4. ประทับใจการไฟฟ้า ที่มีพนักงานและเคาน์เตอร์เพียงพอ ต่อการให้บริการ	3.93	0.87	มาก	4
5. ประทับใจที่การไฟฟ้า มีการให้บริการอย่างต่อเนื่องตาม วันเวลาราชการ	3.94	0.89	มาก	3
6. พึงพอใจที่การไฟฟ้ามีการดูแลและปรับปรุงภูมิทัศน์ ภายในและภายนอกสม่ำเสมอ	3.89	0.89	มาก	6
7. พึงพอใจที่การไฟฟ้ามีการอบรมให้แก่พนักงานและ เจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง	3.90	0.96	มาก	5
รวม	3.94	0.79	มาก	

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน อยู่ในเกณฑ์ระดับ มาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.79) โดยภาพรวมทุกข้ออยู่ในเกณฑ์ระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ มีความพึงพอใจที่ได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมจากเจ้าหน้าที่ ไม่มีการเลือกปฏิบัติ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.92) รองลงมาคือ มีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.88) ประทับใจที่เจ้าหน้าที่ให้บริการได้อย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการ และประทับใจที่การไฟฟ้า มีการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ตามวันเวลาราชการ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.90, S.D. = 0.89) ประทับใจการไฟฟ้าที่มีพนักงานและเคาน์เตอร์เพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.87) พึงพอใจที่การไฟฟ้ามีการอบรมให้แก่พนักงานและเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.96) และพึงพอใจที่การไฟฟ้ามีการดูแลและปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในและภายนอกสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.89) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมุติฐานที่ 1 คุณภาพบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน โดยตั้งสมมุติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : คุณภาพบริการไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน

H_1 : คุณภาพบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน

ผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน พบว่า ค่า $F = 223.006$ และ $Sig = 0.00$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณภาพบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่า 0.868 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่า 0.753 ส่วนผลการวิเคราะห์ค่าของความแปรปรวนของค่าประมาณของสัมประสิทธิ์ของพารามิเตอร์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (Variance Inflation Factor : VIF) และค่าการยอมรับ (Tolerance) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระตัวหนึ่งกับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ทั้งหมด ซึ่งหากตัวแปรอิสระทั้งหมดไม่มีความสัมพันธ์กัน ค่า VIF จะมีค่าเป็น 1 จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 2.830 ถึง 5.288 ซึ่งค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 และ Tolerance อยู่ระหว่าง 0.189 ถึง 0.353 สำหรับ Durbin-Watson มีค่า 1.936 จึงแสดงตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ภายใน รายละเอียดดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณภาพบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	.239	.026		3.104	.000*		
ด้านความน่าเชื่อถือ (X_1)	.099	.053	.093	1.863	.063	.269	3.711
ด้านการตอบสนอง (X_2)	.215	.058	.222	3.711	.000*	.189	5.288
ด้านการให้ความมั่นใจ (X_3)	.231	.054	.221	4.294	.000*	.255	3.926
ด้านการดูแลเอาใจใส่ (X_4)	.247	.055	.259	4.507	.000*	.205	4.876
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X_5)	.165	.046	.156	3.559	.000*	.353	2.830
R = .868 ^a $R^2 = .753$ Adjusted $R^2 = .750$ $df = 370$ $F = 223.006$							
S.E. _{est} = .395 p-value = .000 ^a Durbin-Watson = 1.936							

หมายเหตุ* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

a. Dependent Variable : ความพึงพอใจในการใช้บริการ

b. Predictors : Constant, ลักษณะทางกายภาพ (X_5), ความน่าเชื่อถือ (X_1), การให้ความมั่นใจ (X_3), การดูแลเอาใจใส่ (X_4), การตอบสนอง (X_2)

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์สมการถดถอย พหุคูณ ที่มีตัวแปรอิสระทั้งสิ้น 5 ตัวแปร โดยค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ เท่ากับ 0.753 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 75.30 โดยตัวแปรพยากรณ์ 4 ตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน โดยเรียงลำดับที่มีผลมากที่สุด คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยสามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรคุณภาพบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ด้านการดูแลเอาใจใส่ ผู้บริหารการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอนาหมื่นควรมุ่งเน้นการกำหนดนโยบายให้พนักงานหรือเจ้าหน้าที่การดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ โดยให้บริการด้วยความจริงใจและเห็นอกเห็นใจ รับฟังปัญหาหรือข้อซักถามอย่างใจเย็นและสุภาพ ยึดถือผลประโยชน์ผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญ มีความเข้าใจและตระหนักถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ จะมีผลทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.247 หน่วย ในด้านการให้ความมั่นใจ ผู้บริหารการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอนาหมื่นจะต้องสร้างระบบการทำงานที่ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกมั่นใจในการใช้บริการ มีมาตรฐานในการให้บริการ พัฒนาพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ความสามารถในการทำงานอย่างถูกต้อง และความเข้าใจในลำดับขั้นตอนการทำงาน จะมีผลทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.231 หน่วย สำหรับด้านการตอบสนอง ผู้บริหารการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอนาหมื่นควรมีการจัดระบบการให้บริการที่ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก มีระบบจัดคิวและระยะเวลาในการรอใช้บริการที่ชัดเจน สามารถตอบสนองต่อคำร้องขออย่างทันท่วงที จะมีผลทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.215 หน่วย สุดท้ายด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริหารการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอนาหมื่นควรมีการจัดสถานที่ให้บริการให้เป็นสัดส่วน สะดวกต่อการประสานงาน มีความเหมาะสมต่อการให้บริการ มีป้ายบอกรายละเอียดการให้บริการที่ชัดเจน และมีอุปกรณ์เครื่องมือที่เหมาะสม จะมีผลทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.165 หน่วย ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$Y = 0.139 + 0.247 (X_4) + 0.231 (X_3) + 0.215 (X_2) + 0.165 (X_5)$$

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมุติฐานที่ 2 ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน โดยตั้งสมมุติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ภาพลักษณ์องค์กรไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน

H_1 : ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน พบว่า ค่า $F = 300.006$ และ $Sig = 0.00$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่า 0.897 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่า 0.805 ส่วนผลการวิเคราะห์ค่าของความแปรปรวนของค่าประมาณของสัมประสิทธิ์ของพารามิเตอร์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (Variance Inflation Factor : VIF) และค่าการยอมรับ (Tolerance) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระตัวหนึ่งกับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ทั้งหมด ซึ่งหากตัวแปรอิสระทั้งหมดไม่มีความสัมพันธ์กัน ค่า VIF จะมีค่าเป็น 1 จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 3.332 ถึง 4.397 ซึ่งค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 และ Tolerance อยู่ระหว่าง 0.227 ถึง 0.300 สำหรับ Durbin-Watson มีค่า 1.938 จึงแสดงตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ภายใน รายละเอียดดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	.166	.110		3.514	.000*		
ด้านเอกลักษณ์องค์กร (X_1)	.203	.048	.183	4.190	.000*	.282	3.546
ด้านชื่อเสียงองค์กร (X_2)	.061	.050	.059	1.205	.229	.227	4.397
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (X_3)	.156	.049	.151	3.173	.002*	.237	4.222
ด้านการให้บริการ (X_4)	.156	.048	.157	3.288	.001*	.235	4.256
ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล (X_5)	.448	.044	.430	10.159	.000*	.300	3.332
$R = .897^a$ $R^2 = .805$ Adjusted $R^2 = .802$ $df = 369$ $F = 300.006$ $S.E._{est} = .352$ $p\text{-value} = .000^a$ Durbin-Watson = 1.938							

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

a. Dependent Variable : ความพึงพอใจของการใช้บริการ

b. Predictors : (Constant), การติดต่อระหว่างบุคคล (X_5), เอกลักษณ์องค์กร (X_1), สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (X_3), การให้บริการ (X_4), ชื่อเสียงองค์กร (X_2)

จากตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณที่มีตัวแปรอิสระทั้งสิ้น 5 ตัวแปร โดยค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ เท่ากับ 0.805 และสามารถอธิบาย

ความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 80.50 โดยตัวแปรพยากรณ์ 4 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน โดยเรียงลำดับที่มีผลมากที่สุด คือ ด้านการติดต่อระหว่างบุคคลด้านเอกลักษณ์องค์กร และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับการให้บริการ โดยสามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรภาพลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล ผู้บริหารการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอนาหมื่นควรมุ่งเน้นการให้บริการคุณภาพดี มีประสิทธิภาพในการให้บริการ สามารถตอบข้อสงสัย และแก้ไขปัญหาได้ทันที จะมีผลทำให้ความพึงพอใจของการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน เพิ่มขึ้น 0.448 หน่วย ในด้านเอกลักษณ์องค์กร ผู้บริหารการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอนาหมื่นควรมุ่งสร้างชื่อเสียงที่จดจำได้ง่าย สีและโลโก้ที่มีความโดดเด่นและสังเกตได้ง่าย และมีคุณภาพในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของประชาชน จะมีผลทำให้ความพึงพอใจของการใช้บริการ เพิ่มขึ้น 0.203 หน่วย ในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ผู้บริหารการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอนาหมื่นควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อความต้องการ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมให้บริการ และเจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย ดูน่าเชื่อถือ จะมีผลทำให้ความพึงพอใจของการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน เพิ่มขึ้น 0.156 หน่วย สำหรับด้านการให้บริการ ผู้บริหารการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอนาหมื่นสร้างระบบการให้บริการ รวดเร็ว สะดวกสบาย ไม่ยุ่งยาก ให้บริการด้วยความเสมอภาคทุกคน เจ้าหน้าที่มีการทักทาย ยิ้มแย้ม เป็นกันเอง และให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำชัดเจน เข้าใจง่าย จะมีผลทำให้ความพึงพอใจของการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน เพิ่มขึ้น 0.156 หน่วย โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$Y = (0.166) + 0.448 (X_5) + 0.203 (X_1) + 0.156 (X_3) + 0.156 (X_4)$$

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผล ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน ผลวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของคุณภาพบริการมีระดับความคิดเห็น ทั้ง 5 ด้านอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านลักษณะกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง และด้านการดูแลเอาใจใส่ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรวิ อ้อมชมพู (2566) ผลวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก สำหรับระดับความคิดเห็นของภาพลักษณ์องค์กรมีระดับความคิดเห็น ทั้ง 5 ด้านอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สากล ไชประภา (2566) ผลวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์องค์กรของโรงพยาบาลโคกศรีสุพรรณโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สุดท้าย

ระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน พบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจที่ได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมจากเจ้าหน้าที่ไม่มีการเลือกปฏิบัติ รองลงมาเป็น พึงพอใจเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ประทับใจที่เจ้าหน้าที่ให้บริการได้อย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการ มีการให้บริการอย่างต่อเนื่องตามวันเวลาราชการ มีพนักงานและเคาน์เตอร์เพียงพอต่อการให้บริการ มีการอบรมให้แก่พนักงานและเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง และมีการดูแลและปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในและภายนอกสม่ำเสมอ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Millet (2012) ที่ได้อธิบายปัจจัยกำหนดความพึงพอใจประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การให้บริการอย่างเสมอภาค ให้บริการอย่างทันเวลา ให้บริการอย่างเพียงพอ ให้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และให้บริการอย่างก้าวหน้า

2. คุณภาพบริการและภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน ผลวิจัยพบว่า ทั้ง 2 ตัวแปรส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยคุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านดูแลเอาใจใส่ ด้านให้ความมั่นใจ ด้านตอบสนอง และด้านลักษณะกายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าอำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน ในขณะที่ด้านความน่าเชื่อถือไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าอำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ วิวัฒน์ อยู่พร้อม (2563) ผลวิจัยยืนยันว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมมีผลทางบวกต่อภาพรวมความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเอาใจใส่ดูแลลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า ซึ่งด้านความน่าเชื่อถือไม่มีผลต่อภาพรวมความพึงพอใจในการใช้บริการ นอกจากนี้ผลวิจัยยังพบว่า ภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ ด้านติดต่อระหว่างบุคคล ด้านเอกลักษณ์องค์กร ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ ด้านการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าอำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน ในขณะที่ ด้านชื่อเสียงองค์กรไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าอำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ สากล ไชยประภาส (2566) พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรด้านการติดต่อระหว่างบุคคล และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ส่วนภาพลักษณ์องค์กร ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร ด้านชื่อเสียง และด้านการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา พบว่า คุณภาพบริการและภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้า อำเภอนาหมื่น จังหวัดน่าน ผู้บริหารการไฟฟ้าควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้คุณภาพบริการและภาพลักษณ์องค์กรโดยการส่งเสริมการให้บริการด้วยความถูกต้อง รอบคอบ ตรงเวลา ความเป็นมืออาชีพ ให้บริการอย่างรวดเร็ว ให้บริการตามมาตรฐานของการไฟฟ้าจัดให้มีการอบรมให้แก่พนักงานและเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง ให้บริการด้วยความเสมอภาคทุกคนมีการจัดระบบคิว และเวลาในการรอใช้บริการที่ชัดเจน ให้บริการเป็นรายบุคคลเพื่อให้บริการตามความต้องการที่แตกต่างกัน

กัน ยึดถือผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุด และควรมีการตรวจสอบและปรับปรุงอาคารสถานที่ ให้สะอาดเป็นระเบียบ จัดเป็นสัดส่วนสะดวกต่อการติดต่อประสานงาน มีการใช้ป้ายและสัญลักษณ์ที่ชัดเจน สามารถสังเกตได้ง่าย เพื่อช่วยเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการต่อไป

รายการอ้างอิง

การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (2566). รายงานประจำปี 2566. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.

https://www.egat.co.th/home/wp-content/uploads/2024/06/EGAT-Annual-Report-2023_2024-06-24.pdf

_____. (2567). ประวัติกิจการไฟฟ้าไทย. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.

<https://www.egat.co.th/home/annual-report/>

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. (2567). ประวัติความเป็นมา. การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. <https://www.pea.co.th/เกี่ยวกับเรา/ประวัติความเป็นมา>

ฉัตร โชติช่วง. (2564). คุณภาพงานบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก. (2562). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าวราชการสหกรณ์ จำกัด [การค้นคว้าอิสระปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 10. บริษัท สุวีริยาสาส์น จำกัด.

ภัทร์วี อ้อมชมพู. (2566). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองคลัง กรมวิชาการเกษตร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิวัฒน์ อยู่พรม. (2563). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทอยู่อาศัยในพื้นที่บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี [การค้นคว้าอิสระปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สากล ไชประภา. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลโคกศรีสุพรรณ อำเภอโคกศรีสุพรรณ จังหวัดสกลนคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

ศรายุทธ แดงจันทร์. (2563). คุณภาพบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจใช้ซ้ำคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- Leblance, G., & Nguyen, N. (1996). Cues used by customers evaluating corporate image in service firms: An empirical study in financial institutions. *Corporate Communications: An International Journal*, 7(2), 30-38.
- Millet, J.D. (2012). *Management in the Public Service: The quest for effective performance*. McGraw-Hill Book Company.
- Nguyen, N. & Leblanc, G. (2001). Corporate Image and Corporate Reputation in Customers' Retention Decisions in Services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8, 227-36.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Shamsudin, M. F., Yazid, M. F. M., Hasan, S., & Kadir, B. (2020). Review on service quality in fast food restaurant. Customer satisfaction as mediator. *Journal of Quality & Reliability Management*, 22(9), 913-949.
- Sukakern, A., Chumkong, T., Hayeeming, R., Chaijak, A., Tawiroon, K., Atthatham, P., thongchan, P., Boonlertworakul, S., & Dongnadeng, H. (2022). Relationship between corporate image and student loyalty: A case study of Prince of Songkla University, Trang campus. *SSRU Journal of Public Administration*, 5(3), 279-294.