



ปีที่ 18 ฉบับที่ 4 เดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน 2565

ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่ง ในจังหวัดสุพรรณบุรี

SOCIAL RESPONSIBILITY AND SERVICE QUALITY FACTORS AFFECTING THE CORPORATE IMAGE OF THE PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY IN SUPHANBURI PROVINCE

โสธยา สุภาพล, ลัดดาวัลย์ สำราญ*, วชรีวัลย์ ทองสมบัติ**

Soraya Supaphol, Laddawan Someran*, Watchareewan Thongsombat**

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
สุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี, e-Mail: soraya_784@hotmail.com (Corresponding Author)

Lecturer, Management Department, Faculty of Business Administration and Information of Technology,
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi-Suphanburi Center,
e-Mail: soraya_784@hotmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2021, October 31; Revised: 2022, February 24; Accepted: 2022, February 26)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กร และศึกษาปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน สุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยใช้ IOC เทคนิค และการทดสอบค่าความเชื่อมั่นพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับ

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี, e-Mail: noinoi5202@gmail.com

Asst. Prof., Management Department, Faculty of Business Administration and Information of Technology,
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi-Suphanburi Center, e-Mail: noinoi5202@gmail.com

**นักศึกษา (สาขาวิชาการจัดการ) คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
สุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี, e-Mail: watchareewan91@gmail.com

Student, (Management Department), Faculty of Business Administration and Information of Technology,
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi-Suphanburi Center, e-Mail: watchareewan91@gmail.com



เท่ากับ .98 สถิติที่ใช้วิจัย ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและภาพลักษณ์องค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด การทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ด้านความโปร่งใส ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี มีอำนาจทำนายร้อยละ 65.00 และปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านรูปธรรม ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจได้ และด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี มีอำนาจทำนายร้อยละ 76.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม, คุณภาพการให้บริการ, ภาพลักษณ์องค์กร, การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

ABSTRACT

This research aimed to study: 1) the level of opinion of social responsibility factors, service quality factors, and the corporate image, and 2) the social responsibility and service quality factors affecting the corporate image of the Provincial Electricity Authorities in Suphanburi province. The samples selected by means of accidental sampling consisted of 400 users of the Provincial Electricity Authority in Suphanburi province. The instrument for collecting data was a questionnaire. The quality of the questionnaire was checked by using IOC technique. And the reliability testing by Cronbach's alpha coefficient was found at .98. The statistics used for analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression. It was found that the opinion level on the overall social responsibility and corporate image factors were at a high level. The opinions on the overall service quality factor were at the highest level. Regarding the hypothesis testing, it was found that social responsibility factors consisted of transparency, occupational safety and work environment, and social



and environmental aspects that affected the corporate image of the Provincial Electricity Authorities in Suphanburi province with the predictive power of 65 percent, and service quality factors such as concrete aspect, trust, response to service providers, confidence and understanding and compassion that affected the corporate image of the Provincial Electricity Authorities in Suphanburi province with the predictive power of 76 percent, with a statistical significance level at .05.

Keywords: social responsibility, service quality, corporate image, the Provincial Electricity Authorities.

บทนำ

ปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมถือเป็นปัญหาสำคัญขององค์กร เป็นผลมาจากอุตสาหกรรมในอดีตที่นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิต ทำให้นาทรัพยากรธรรมชาติไปใช้และหมดไปอย่างรวดเร็ว สืบค้นถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ตามมา อุตสาหกรรมมีกระบวนการผลิตที่ปล่อยมลพิษออกมาโดยไม่มีการควบคุมดูแล เหล่านี้ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง ทั้งมลพิษทางน้ำ อากาศ ดิน มีทั้งกลิ่น เสียง สารเคมี และขยะ ทำให้สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม รวมถึงส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนด้วย (นิธิภัทร ยุทธภักดิ์บริการ, 2559) อีกทั้งปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรทั้งสิ้น

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) เป็นรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภค อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงมหาดไทย ก่อตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2503 มีหน้าที่ผลิต จัดให้ได้มา จัดส่ง และจำหน่ายพลังงานไฟฟ้า ให้แก่ประชาชน ธุรกิจ และอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในเขตจำหน่ายทั่วประเทศรวม 74 จังหวัด (ยกเว้น กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ) ซึ่งนอกจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจะมุ่งเน้นการให้บริการด้านพลังงานไฟฟ้าตามพันธกิจแล้ว ยังดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจทั้งด้านคุณภาพและบริการ โดยพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งในส่วนคุณภาพการให้บริการนั้น การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเน้นให้บริการทั้งด้านสภาพแวดล้อม การตอบสนองความต้องการ ความไว้วางใจในการให้บริการ การสร้างความมั่นใจได้ให้กับผู้ใช้บริการ และเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญเรื่องความโปร่งใสและ



การกำกับดูแลกิจการที่ดี มุ่งเน้นส่งเสริมด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปรับปรุงและจัดระเบียบสายสื่อสาร รวมถึงดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม สิ่งมีชีวิตในชุมชน สนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน พัฒนาระบบการต้นแบบแหล่งเรียนรู้เพื่อการใช้ไฟฟ้าอย่างปลอดภัยและถูกวิธี พัฒนาเทคโนโลยีด้านการประหยัดไฟฟ้าและด้านชุมชนปลอดภัย งานเหล่านี้ตบโจทย์นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน สามารถสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้ผู้ให้บริการรับรู้ว่าการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีการทำงานที่ดี ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ ทั้งนี้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดสุพรรณบุรีให้บริการดูแลด้านการไฟฟ้าแก่ผู้ให้บริการทั่วทั้งจังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินการโดยยึดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เน้นเรื่องการให้บริการและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ผู้บริหารการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดสุพรรณบุรีและหน่วยงานอื่นนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม คุณภาพการให้บริการ และการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Cochran (1977) กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนที่ 5% ได้จำนวน



ตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนที่ 3 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ส่วนที่ 4 ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร และส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ทั้งนี้แบบสอบถามมีค่าความตรงตามเนื้อหาโดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (item objective congruence index: IOC) พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า .50 การหาค่าความเชื่อมั่นหรือค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาคมีค่าอยู่ระหว่าง .79-.98 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ .98 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) สรุปได้ว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 สถานภาพโสด จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75 ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รองลงมาคือ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านงานปรับปรุงและจัดระเบียบสายสื่อสาร ด้านสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสำคัญ ด้านชุมชนปลอดภัยใช้ไฟ PEA ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความโปร่งใส

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านที่มี



ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความไว้วางใจ รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านรูปธรรม

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ รองลงมาคือ ด้านสถาบันหรือองค์กร ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านตราหือ

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม	ภาพลักษณ์องค์กร			<i>t</i>	<i>p</i>
	<i>B</i>	<i>SE</i>	β		
ค่าคงที่ (<i>a</i>)	0.88	0.12		7.04	.00
ด้านความโปร่งใส	0.12	0.04	0.13	2.67*	.00
ด้านคุณธรรมจริยธรรม	0.09	0.05	0.11	1.81	.70
ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.30	0.05	0.32	5.19*	.00
ด้านปรับปรุงและจัดระเบียบสายสื่อสาร	0.00	0.05	0.00	0.03	.97
ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม	0.13	0.05	0.15	2.36*	.01
ด้านสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสำคัญ	0.04	0.06	0.05	0.79	.42

Adjust *R* Square = 0.65 *R* = 0.81 *R* Square = 0.65 Durbin-Watson = 1.87

**p* < .05



จากตารางที่ 1 พบว่ามีตัวแปรทำนาย 3 ตัวแปร คือ ด้านความโปร่งใส ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยทั้ง 3 ตัวแปรดังกล่าว สามารถร่วมกันทำนายภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีอำนาจทำนายร้อยละ 65.00

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการอย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	ภาพลักษณ์องค์กร			<i>t</i>	<i>p</i>
	<i>B</i>	<i>SE</i>	β		
ค่าคงที่ (<i>a</i>)	0.50	0.10		4.65	.00
ด้านรูปธรรม	0.14	0.03	0.17	4.15*	.00
ด้านความไว้วางใจ	0.20	0.05	0.21	3.66*	.00
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	0.22	0.05	0.23	4.33*	.00
ด้านความมั่นใจได้	0.14	0.05	0.15	2.83*	.00
ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ	0.17	0.04	0.17	3.58*	.00

Adjust *R* Square = 0.75 *R* = 0.87 *R* Square = 0.77 Durbin-Watson = 1.92

**p*<.05

จากตารางที่ 2 พบว่ามีตัวแปรทำนาย 5 ตัวแปร คือ ด้านรูปธรรม ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจได้ และด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยทั้ง 5 ตัวแปรดังกล่าว สามารถร่วมกันทำนายภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีอำนาจทำนายร้อยละ 76.00



อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี การทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ด้านความโปร่งใส ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นองค์กรที่เน้นการให้บริการเกี่ยวกับไฟฟ้า โดยมีผู้ใช้บริการไฟฟ้าครอบคลุมหลายตำบล ดังนั้นการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ บุคลากรจะต้องปฏิบัติงานหรือให้บริการด้วยความเป็นธรรมเสมอ ไม่มีการเลือกปฏิบัติ และให้บริการตรวจวัด ตรวจสอบ ทดสอบ รับรอง ประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งจัดฝึกอบรมหรือให้คำปรึกษาเพื่อส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานตามมาตรฐานที่กำหนด มีการสร้างความสัมพันธ์อันดี พร้อมทั้งศึกษาปัญหาและความต้องการของประชาชนในแต่ละชุมชน เพื่อดูแล พัฒนา ปรับปรุง สนับสนุน และแก้ปัญหา ซึ่งกิจกรรมสู่ชุมชนประกอบด้วย การสร้างอาชีพ การเข้าไปปรับปรุง บำรุงรักษาอุปกรณ์ระบบจำหน่าย เสาสายไฟฟ้า ไฟฟ้าแสงสว่าง ตัดแต่งกิ่งไม้ใกล้แนวสายไฟฟ้า ช่อมโคไฟฟ้า และตรวจสอบเครื่องมือวัด เพื่อให้ผู้ใช้บริการปลอดภัย สอดคล้องกับ กิตติวัฒน์ ธชีพันธ์ (2556) ที่ศึกษากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนคร นครปฐม พบว่าการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนคร นครปฐม และสอดคล้องกับ อัจฉนา อ่อนรัตน์ (2560) ที่ศึกษา กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ส่งผลต่อระดับการรับรู้ตราสินค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พบว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลต่อการระดับการรับรู้ตราสินค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการอย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี การทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านรูปธรรม ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจได้ และด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นองค์กรที่เน้นการให้บริการ มีการ



ทำงานเป็นขั้นตอน เช่น มีระยะเวลาเก็บเงินค่ากระแสไฟฟ้าอย่างเหมาะสม พนักงานมีการจดหน่วย พิมพ์ใบแจ้งค่าใช้ไฟฟ้าได้ถูกต้องแม่นยำ และมีการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าเสมอ เช่น การตัดกิ่งไม้และต้นไม้ การไฟฟ้ามีพนักงานที่มีความสามารถและเชี่ยวชาญคอยให้บริการเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการมีความทันสมัย สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้ไฟฟ้าได้ดี มีการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ติดตามงานจนสำเร็จ สอดคล้องกับ คมดาว รงค์ชนะ และปราณี เอี่ยมละออภักดี (2559) ที่ศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในจังหวัดลำปาง พบว่าด้านรูปธรรมของการบริการ ด้านความไว้วางใจของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในจังหวัดลำปาง และสอดคล้องกับ ตริภักต์ บุญถม, อนุรักษ์ เรืองรอบ และบุญเกียรติ วิสุทธิภาส (2563) ที่ศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์และความจงรักภักดีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่าด้านการตอบสนองมีผลต่อภาพลักษณ์และความจงรักภักดีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และยังสอดคล้องกับ วรรณะ เสถียร (2559) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของการประชาสัมพันธ์ภูมิภาคสาขาพนัสนิคม พบว่าด้านความน่าเชื่อถือและการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของการประชาสัมพันธ์ภูมิภาคสาขาพนัสนิคม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรจัดฝึกอบรมผู้บริหารและพนักงานเกี่ยวกับมาตรฐานการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ปลูกฝังและเน้นย้ำในด้านความซื่อสัตย์และความโปร่งใสในการให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ควรจัดฝึกอบรมการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยสูง และควรจัดกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน เช่น กิจกรรมจิตอาสาทำความสะอาดชุมชน ปลูกต้นไม้ และรณรงค์เรื่องการประหยัดไฟ เพื่อช่วยเหลือและดูแลชุมชนอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง

2. การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรปรับปรุงพื้นที่ให้บริการบริการ เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ จุดบริการน้ำดื่ม ฯลฯ ให้เพียงพอกับผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ควรจัดฝึกอบรมเรื่องการให้บริการ เพิ่มทักษะการบริการให้แก่พนักงาน เพื่อ



ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจ รวมทั้งควรเพิ่มแรงจูงใจให้กับพนักงาน เช่น คำชื่นชมในการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่คาดว่าจะส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กร เช่น ปัจจัยด้านบทบาทหน้าที่ และด้านบุคลากร เป็นต้น
2. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.). (2564). *การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.pea.co.th> [2564, 5 มิถุนายน].
- กิติวัฒน์ ธชีพันธ์. (2556). *กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนคร นครปฐม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- คมดาว รงค์ชนะ และปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2559). *ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในจังหวัดลำปาง*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ตรีภักต์ บุญถม, อนุรักษ์ เรืองรอบ และบุญเกียรติ วิสิทธิ์กาศ. (2563). *คุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์และความจงรักภักดีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการ, วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- นิธิภัทร ยุทธภณธ์บริการ. (2559). *การรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาโรงไฟฟ้ากระบี่และโรงไฟฟ้าแม่เมาะ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พระราชบัญญัติการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2503. (2503, 27 กันยายน). *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 77 (ตอนที่ 783), หน้า 784-807.



- วรรณะ เสถียร. (2559). **คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาพนัสนิคม**. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อัชฌา อ่อนรัตน์. (2560). **กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลต่อระดับการรับรู้ตราสินค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค: กรณีศึกษากลุ่มลูกค้าในพื้นที่ 8 ชุมชนในอำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- Cochran, William G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York, NY: John Wiley & Sons.