

บทความวิจัย (ก.ค. – จ.ค. 2561)

ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในจังหวัดอุบลราชธานี

กัณตภณ หลอดโสภา, สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี จำนวนทั้งสิ้น 385 ราย โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า (1.) ลูกค้าที่มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (2.) ความพึงพอใจในการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความมั่นใจในการบริการ ด้านลักษณะภายนอก อาคารสถานที่ ด้านความรวดเร็ว และถูกต้อง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอุปกรณ์ ด้านพนักงาน ด้านการให้การต้อนรับ คำแนะนำ ความเชื่อถือ ตามลำดับ (3.) ทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อลักษณะของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือ ด้านความรวดเร็วถูกต้อง ด้านลักษณะภายนอกของพนักงาน ตามลำดับ

คำสำคัญ: ทัศนคติ, ภาพลักษณ์การบริการ, การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

Received: April 2, 2018, Accepted April 21, 2018

Customer Attitudes toward Service Images at Provincial Electricity Authority in Ubon Ratchathani Province

Kantaphon Loadsopa, Faculty of Business Administration
Faculty of Business Administration North College

Abstract

The purposes of this research were to survey the Customer Attitudes toward Service Images at Provincial Electricity Authority in Ubon Ratchathani Province The data entry equipment was collected from questionnaire by 385 customers and used simple random sampling. The statistics used in this research were percentage, frequency, average and standard deviation.

The findings of research showed that (1) regarding to the general Information, the most of customers were female and age around 31-40 years old.

The most customers also graduated a bachelor degree and the occupations were government officer and public enterprise. (2) Regarding to the satisfaction of customers toward services, every part was high level. The confidence service of customers was in the highest level. The appearance was in the second level. The buildings and maintenance were in the next level. The swiftness and the accuracy were in the third level, the facility was in the next level. The equipment was in the sixth level; the employee in Provincial Electricity Authority of Ubon Ratchathani province was in the seventh level. The reception, suggestion and reliability were in the last level. (3) In conclusion, the highest levels of customer attitudes toward services were reliability, swiftness and the appearance of employee in Provincial Electricity Authority of Ubon Ratchathani province.

Keywords: Attitudes, Service Images, Provincial Electricity Authority

บทนำ

ในปัจจุบันสภาพการแข่งขันที่สูงมากในปัจจุบัน องค์กรธุรกิจต้องสร้างความแตกต่าง และความแตกต่างนั้นต้องเป็นความแตกต่างที่มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า “การบริการ” ก็เป็นแนวทางหนึ่ง ที่สร้างความแตกต่างที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้า นอกเหนือจากความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ หรือ ภาพลักษณ์ของตราสินค้า เนื่องจากการบริการไม่ต้องลงทุนในการวิจัยและพัฒนามากเมื่อเปรียบเทียบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรือไม่ต้องลงทุนมากในการสร้างภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนในการสร้างตราสินค้า จากเหตุผลดังกล่าวทำให้องค์กรส่วนใหญ่ในทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญกับเรื่องการบริการลูกค้าจนอาจกล่าวได้ว่า ในปัจจุบันนี้ทุกธุรกิจคือ ธุรกิจบริการ โดยมีทั้งประเภทที่ส่งมอบบริการล้วน (Pure Service) และประเภทที่ใช้สินค้าเป็นสะพานในการเข้าถึงเพื่อให้บริการลูกค้า

ประชาชนทั่วไปได้ให้ความสนใจด้านการให้บริการขององค์กรทั้งในภาครัฐ , รัฐวิสาหกิจ และเอกชนโดยเฉพาะองค์กรที่มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของประชาชน เช่น กิจกรรมด้านน้ำมันและพลังงาน กิจกรรมด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม กิจกรรมด้านน้ำ และกิจกรรมด้านไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตประจำวัน ดังนั้น ในการสร้างกลยุทธ์ของแต่ละองค์กร ต้องสร้างให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนเพื่อให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด เนื่องจากองค์กรเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นองค์กรด้านการให้บริการจากกระแสของความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ได้ตระหนักถึงความสำคัญของผู้ใช้ไฟ และความรับผิดชอบต่อสังคมในอันที่จะยกระดับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคให้เป็นองค์กรชั้นนำ ตามวิสัยทัศน์ของผู้ว่าการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค นายอดิสร เกียรติโชควิวัฒน์ ซึ่งได้ให้วิสัยทัศน์ ว่า “การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เป็นองค์กรชั้นนำของภูมิภาค ที่ได้มาตรฐานระดับสากล ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ ในการประกอบธุรกิจพลังงาน ธุรกิจบริการ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ” โดยมีภารกิจคือ

“จัดหาและให้บริการพลังงานไฟฟ้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและประเทศข้างเคียงได้ ตามมาตรฐานสากลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ โดยการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องซึ่งการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance – CG) หรือ บรรษัทภิบาล จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในอันที่จะสร้างให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ให้เป็นองค์กรที่ยั่งยืน สามารถกำกับดูแลกิจการให้เจริญรุดหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ บนความถูกต้อง โปร่งใส และการมีจริยธรรมที่ดี โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจการเป็นหลัก (อุรรรา วัชรเสถียร, 2555)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ได้ให้ความสำคัญกับแผนปฏิบัติการด้านไฟฟ้าทั่วถึง ในขณะที่ภาพการรับรู้ของสังคมภายนอกต่อทัศนคติในการบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคยังไม่เด่นชัดเท่าที่ควร งานวิจัยนี้ จึงเป็นพื้นฐานในการบ่งชี้ว่า การให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี ดำเนินการอยู่นั้นยังเกิดผลต่อทัศนคติที่ดีของผู้ใช้ไฟหรือไม่ อย่างไร และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ควรพิจารณาดำเนินการจัดทำแผนงานอย่างไร เพื่อให้ควบคู่กับการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านไฟฟ้าทั่วถึง และมีความสอดคล้องกับทิศทางการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอย่างจริงจัง เพื่อให้ผู้ใช้ไฟเกิดทัศนคติและความพึงพอใจอย่างสูงสุดกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจทัศนคติของผู้ใช้บริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยผลสำเร็จของการเป็นการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อทราบภาพลักษณ์การบริการเต็มรูปแบบของผู้มาใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

ขอบเขตการวิจัย

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งได้จากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามที่ส่งถึงกลุ่มตัวอย่างของ Yamane's ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Yamane Taro 1973:725)

พื้นที่ศึกษา ได้แก่ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี

เนื้อหาการศึกษา ประกอบด้วย

1. ข้อมูลผู้ใช้บริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี
2. ความพึงพอใจผู้ใช้บริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี
3. ทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อลักษณะของพนักงานผู้ให้บริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคิดของลูกค้ำที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามวัดระดับทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยมีรายละเอียดดังนี้

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคิดของลูกค้ำที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการของการไฟฟ้าส่วน

ภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคิดของลูกค้ำที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในจังหวัดอุบลราชธานี ในครั้งนี้มีขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 14,066 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 14,066 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เสนอการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้อยู่ที่ ผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 ราย ซึ่งสามารถเก็บแบบสอบถามได้ทั้งหมด 385 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้วิจัยได้กำหนดโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่ลูกค้ำมีต่อลักษณะของพนักงานผู้ให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำหลักสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์แบบสอบถามโดยนำ ข้อมูลที่ได้จากคำถามที่กำหนดคำตอบให้เลือกตอบ ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป นำมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่าความสัมพันธ์ F-test, T-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดอุบลราชธานี มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 มีอายุระหว่าง 31 –40 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.6 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.2 และมีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 35.6

2. ความพึงพอใจในการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความมั่นใจในการบริการ ด้านลักษณะภายนอก อาคารสถานที่ ด้านความรวดเร็ว และถูกต้อง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอุปกรณ์ ด้านพนักงาน ด้านการให้การต้อนรับ คำแนะนำ ความเชื่อถือ เมื่อพิจารณาพึงพอใจในการบริการ ในรายด้านรายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านลักษณะภายนอก อาคารสถานที่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บริเวณที่ทำการสะอาด เรียบร้อย อาคารที่ทำการสวยงาม เป็นระเบียบ ทำเลที่ตั้งของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอยู่ในแหล่งชุมชน มีเคาน์เตอร์บริการเพียงพอกับความต้องการ ป้ายสถานที่ทำการและป้ายประกาศชัดเจน

2.2 ด้านอุปกรณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีบัตรคิวเพียงพอต่อความต้องการ มีปากกาสำหรับเขียนเตรียมพร้อมไว้เสมอ มีเอกสารนำเสนอหรือให้เกียรติความรู้เกี่ยวกับการใช้ไฟฟ้า มีบริการระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย มีเครื่องคิดเลขให้บริการ

2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ที่จอดรถเพียงพอและสะดวก มีบริการน้ำดื่ม ที่นั่งรอบริการสะดวกและเพียงพอ มีบริการหนังสือพิมพ์,วารสาร มีห้องน้ำสะอาด

2.4 ด้านพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บุคลิกภาพที่ดี พนักงานมีความยิ้มแย้ม แจ่มใส การแต่งกายที่สะอาด เรียบร้อย พูดจาไพเราะ

2.5 บริการด้านการให้การต้อนรับ คำแนะนำ ความเชื่อถือในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การกล่าวคำอำลาเมื่อเสร็จสิ้นการบริการ ความสามารถในการสื่อสาร ความมีชื่อเสียงของการไฟฟ้า ส่วนการกล่าวคำทักทายเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ความสามารถในการให้คำ แนะนำ

2.6 ด้านความรวดเร็ว และถูกต้องในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การบริการที่เป็นระบบ และเป็นขั้นตอน ความพร้อม ความต่อเนื่องสม่ำเสมอ การให้บริการด้วยความรวดเร็ว ความกระตือรือร้นในการให้บริการ การให้บริการที่ถูกต้อง

2.7 ด้านความมั่นใจในการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสามารถในการปฏิบัติงาน ความเชี่ยวชาญ ชำนาญในการปฏิบัติงาน การให้เกียรติลูกค้า การให้ความสำคัญกับลูกค้า การบริการที่เท่าเทียมกัน

3. ทศนคติที่ลูกค้ามีต่อลักษณะของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือ ด้านความรวดเร็วถูกต้อง ด้านลักษณะภายนอกของพนักงานตามลำดับ เมื่อพิจารณาที่ศนคติที่ลูกค้ามีต่อลักษณะของพนักงานในรายด้านรายละเอียดดังนี้

3.1 ด้านลักษณะภายนอกของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีเพียงพอกแก่การบริการ พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย พนักงานมีการใช้น้ำเสียงที่นุ่มนวล วาจาไพเราะ พนักงานมีความยิ้มแย้ม แจ่มใส มีสายตาเป็นมิตร พนักงานมีความเป็นกันเองและมีอัธยาศัยไมตรี พนักงานมีความสุภาพอ่อนน้อม มีมารยาทดี

3.2 ด้านความเชื่อถือในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับงานที่ให้บริการ พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ พนักงานมีความสามารถในการให้คำแนะนำ พนักงานมีความสามารถอธิบายที่เข้าใจง่าย พนักงานมีความสามารถจำรายละเอียดลูกค้าดี พนักงานมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ

3.3 ด้านความรวดเร็วถูกต้องในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความสามารถสร้างความมั่นใจ พนักงานยอมรับข้อผิดพลาด แก้ไขด้วยความเต็มใจ พนักงานมีความเชี่ยวชาญชำนาญในงาน พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาค พนักงานมีความพร้อมในการบริการเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้า ตลอดเวลา พนักงานให้บริการด้วยความต่อเนื่อง ไม่ชะงัก พนักงานให้บริการรวดเร็ว ทันต่อความต้องการ พนักงานให้บริการด้วยความกระตือรือร้น พนักงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความพึงพอใจในการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความมั่นใจในการบริการ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากผู้มาใช้บริการต่างก็มีความพึงพอใจในด้านความมั่นใจในการให้บริการมากที่สุด ทั้งในเรื่องของความสามารถในการปฏิบัติงาน ความเชี่ยวชาญ ชำนาญในการปฏิบัติงาน การให้เกียรติลูกค้า การให้ความสำคัญกับลูกค้า การบริการที่เท่าเทียมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิธร ชินราช (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรธนาคารกรุงไทย จากัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ ได้แก่ (1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการมีภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารกรุงไทย จากัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ โดยประยุกต์แนวคิดภาพลักษณ์องค์กรที่สังคมต้องการของ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้ ประกอบด้วย ด้านการเป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก ด้านการบริการและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ด้านระบบการบริหารและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ด้านการหาคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ส่วนรวม ด้านการปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมาย และ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการมีภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารกรุงไทย จากัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ ที่มี เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ รายได้ และอาชีพแตกต่างกัน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จากัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ ประเภทบุคคลธรรมดาทั่วไปที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

(Accidental Sampling) ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้านาคารกรุงไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 45 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท และอาชีพ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ ลูกค้านาคารกรุงไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวมและเป็น รายด้าน อยู่ในระดับมาก ภาพลักษณ์องค์กรโดยรวมและด้านการปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายต่างกันลูกค้านาคารกรุงไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวมด้านการเป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลกด้านการบริการและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้านระบบการบริหารและการจัดการที่มีประสิทธิภาพด้านการทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ส่วนรวมด้านการปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายและด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ทศนคติที่ลูกค้ามีต่อลักษณะของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้สร้างชื่อเสียงขององค์ไว้ดีและต้องสร้างประโยชน์แก่สาธารณะจึงทำให้องค์กรมีความน่าเชื่อถือจึงส่งผลให้การให้บริการของลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือตามมาด้วยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อีรารัตน์ พัฒนกิจจารุณ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์ตราฮีทของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อภาพลักษณ์ตราฮีทของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการวัดการรับรู้ภาพลักษณ์ ใน 2 ระดับ ได้แก่ ระดับการรู้จักและ ความคุ้นเคยต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และระดับความชื่นชอบที่มีต่อภาพลักษณ์ของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สรุปได้ดังนี้ ผลการศึกษาระดับการรู้จัก และความคุ้นเคยที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นอันดับแรกเมื่อกล่าวถึงธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ และนึกถึงสีม่วงมากที่สุดเมื่อกล่าวถึงธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามคุ้นเคยต่อภาพลักษณ์ตามโครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์ไทยพาณิชย์ ปี 2553 ทั้ง 4 ประการของคุณลักษณะเด่น ในระดับ “คุ้นเคย” โดยคุณลักษณะเด่นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การเป็นองค์กรที่มีการพัฒนา สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อบริการที่ดีเยี่ยมเหนือ ความคาดหวัง และด้านบุคลิกภาพของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามมีการรับรู้บุคลิกภาพของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ว่าเป็นธนาคารที่มีความ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจ มากที่สุด ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านลักษณะภายนอก อาคารสถานที่ ข้อที่บกพร่องคือต้องมีป้ายสถานที่ทำการและป้ายประกาศชัดเจนเพื่อความสะดวกต่อผู้มาใช้บริการ
 2. ด้านอุปกรณ์ ผู้มาใช้บริการมีความคิดเห็นว่าควรมีเครื่องคิดเลขให้บริการ เนื่องจากบางครั้งลูกค้าเกิดความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องคำนวณยอดเงิน
 3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกควรมีห้องน้ำสะอาดไว้ให้ลูกค้าใช้บริการอย่างเพียงพอและต้องมีความสะอาด มีกลิ่นหอม
 4. ด้านพนักงาน ควรปลูกฝังให้พนักงานพูดจาไพเราะต่อผู้มาใช้บริการเพื่อสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร
 5. บริการด้านการให้การต้อนรับ คำแนะนำ ความเชื่อถือ ควรอบรมให้พนักงานมีความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ผู้มาใช้บริการได้ทุกเรื่องและอย่างถูกต้อง
 6. ด้านความรวดเร็ว และถูกต้อง ควรมีการอบรมให้พนักงานบริการอย่างถูกต้องถูกต้องและแม่นยำในระบบการทำงานไม่ให้เกิดความผิดพลาดในระหว่างให้บริการลูกค้า
 7. ด้านความมั่นใจในการบริการ พนักงานควรมีการให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน
- ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ให้ทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้มากขึ้น เพื่อศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคและความภักดีของผู้ใช้บริการเพื่อเป็นประโยชน์มากขึ้นในการวิจัยครั้งต่อไป
2. ควรขยายการศึกษาไปยังการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในเขตอื่นๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบและนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ให้มากยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาถึงความพอใจ คาดหวังและความต้องการของลูกค้าผู้มาใช้บริการเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์การสร้างภาพลักษณ์ความภักดีของผู้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

ธีรรัตน์ พัฒนกิจจารุณ, การรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์ตราสัญลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน), ปรินญาณพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2553)

พรทิพย์ พิมลสินธุ์, ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ : ประกายพริก, 2540

ศศิธร ชินราช, “ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์”, ปรินญาณพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2551)

อรรวรา วัชรเสถียร, “การศึกษาทัศนคติของผู้ใช้ไฟฟ้ที่มีต่อการไฟฟ้าในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาผู้ใช้ไฟฟ้ในเขตจังหวัดอุดรดิติ.จังหวัดอุดรดิติ”, ปรินญาณพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร 2555)