

ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่

Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Provincial

Electricity Authority Phrao District, Chiang Mai Province

อรอนงค์ นีรันดร์ และศรัญญา กันทะบุตร*****บทคัดย่อ**

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ศึกษาคือ ผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 376 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41-50 ปี มีสถานภาพเป็นเจ้าบ้าน การศึกษาประถมศึกษา มีอาชีพเกษตรกร ใช้มิเตอร์ขนาด 5 แอมป์ มีรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และส่วนใหญ่มีค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 500 บาท

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการพบว่า ในภาพรวมปัจจัยที่ต้องให้ความสนใจได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ปัจจัยย่อยด้านบริการแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องตลอด 24 ชั่วโมง) และปัจจัยด้านบุคลากร พนักงานผู้ให้บริการ (ปัจจัยย่อยด้านพนักงานแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องมีความเชี่ยวชาญ มีความชำนาญในการแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้อง ด้านพนักงานแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ด้านพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ให้คำปรึกษาตอบข้อซักถามและอธิบายได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย ด้านพนักงาน สามารถชี้แจงค่าไฟฟ้าสูงเกินปกติได้ชัดเจนและแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้ไฟฟ้าได้ ด้านตัวแทนจดหน่วยมีความรอบคอบในการทำงาน) ปัจจัยที่มีความสำคัญและมีความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมในส่วนปัจจัยที่ไม่ต้องให้ความสำคัญมากนักคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ABSTRACT

The purposes of this independent study were to study the customer satisfaction towards services marketing mix of Provincial Electricity Authority Phrao District, Chiang Mai Province, Using a sample of 376 people who has households in Phrao District. This independent study uses questionnaires for collecting data, and descriptive statistics consisting of frequency, percentage, mean and critical analysis and satisfaction for analyzing data.

* นักศึกษาคณะศึกษาดูการธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

The study found that the most respondents were female, aged 41–50 years, householder status. The education levels of the most respondents were primary school degree, use meter 5 amp, working as farmers with monthly income of the family was not exceeded 10,000 Baht and their electricity bill was not exceed 500 Bath a month.

According to the study regarding the service marketing mix factors, found that overall factors that need attention include product factor (Sub-factor corrected power outages in service 24 hours a day) and people factor (Sub-factors staff has the expertise to solve power outages, staff can solve the power outages problem quickly, the front desk staff answer questions and explain clearly, staff can explain the extreme electricity bill and solve the problem, and spot bill agent has a thoroughness of the work.) The factors related to importance and satisfied with the products and service are place factor and the physical evidence factor. The factor is not to focus too much are price factor and promotion factor.

บทนำ

ไฟฟ้าเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เพราะไฟฟ้าเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความเจริญให้กับชุมชน เมือง และมีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพของประชาชน เนื่องจากไฟฟ้าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีส่วนช่วยส่งเสริมสวัสดิภาพความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น หน่วยงานภาครัฐบาล ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตและบริการได้มีการเติบโตเพิ่มจำนวนมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้มีความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้ามากขึ้น จึงต้องมีการผลิตกระแสไฟฟ้าให้เพียงพอต่อความต้องการของภาคประชาชน ภาครัฐบาล ภาคธุรกิจและต้องมีความเชื่อถือได้ในระบบไฟฟ้า ตลอดจนการให้บริการที่ดีด้วย กิจกรรมไฟฟ้าจัดอยู่ในประเภทสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของประชาชนส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นกิจการที่ใช้เงินลงทุนสูงมาก แต่มีอัตราผลตอบแทนต่ำ เนื่องจากกิจการไฟฟ้าต้องอยู่ในการควบคุมและกำกับให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาล เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศชาติ รัฐบาลจึงเข้ามาควบคุมการดำเนินงานในรูปแบบของรัฐวิสาหกิจ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่เลขที่ 304 หมู่ 4 ตำบลเวียง อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ สังกัดการไฟฟ้าเขต 1 ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ มีหน้าที่หลักในการจัดหากระแสไฟฟ้าให้บริการแก่ผู้ใช้ไฟฟ้างานติดตั้งมิเตอร์ (เครื่องวัดหน่วยการใช้ไฟฟ้า) งานขยายเขตระบบจำหน่ายไฟฟ้า งานแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้อง งานบำรุงรักษาระบบจำหน่าย งานจดหน่วยพิมพ์บิลเก็บเงินค่าไฟฟ้าโดยมีพนักงานจำนวนทั้งหมด 15 คน จำนวนผู้ใช้ไฟฟ้า 18,720 ราย (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค, 2556: 2) เฉลี่ยจำนวนพนักงานต่อจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้า 1:1, 248 ราย จะเห็นได้ว่าพนักงาน 1 คน จะต้องให้บริการผู้ใช้ไฟฟ้าถึง 1,248 ราย ซึ่งการให้บริการในด้านต่างๆ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าวอาจติดขัด ล่าช้า เกิดความผิดพลาดด้านการให้ข้อมูล ทำให้ผู้ใช้ไฟฟ้าเกิดผลกระทบทั้งในภาคครัวเรือน ภาคอุตสาหกรรม ภาคการเกษตร รวมถึงภาค รัฐบาล ปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น ปัญหาค่ากระแสไฟฟ้าขึ้นสูง ปัญหาแรงดันไฟฟ้าตก ไฟฟ้าดับ ระยะเวลาในการให้บริการที่ล่าช้า ทั้งในด้านการแก้ปัญหากระแสไฟฟ้าขัดข้องและการให้บริการติดตั้งมิเตอร์หม้อแปลงล่าช้า ปัญหาการถูกระงับกระแสไฟฟ้า ปัญหาการจดหน่วยกระแสไฟฟ้าผิด ปัญหา

ด้านการให้บริการรับชำระเงินล่าช้า ปัญหาด้านการสื่อสารของพนักงานที่รับแจ้งปัญหากระแสไฟฟ้าขัดข้องทางโทรศัพท์ที่ไม่ได้สอบถามรายละเอียดให้ชัดเจน รวมถึงการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าวต้องรับกระแสไฟฟ้าจากสถานีไฟฟ้าเชียงดาว สถานีไฟฟ้าแมริม และสถานีไฟฟ้าเวียงป่าเป้า ซึ่งมีระยะทางค่อนข้างไกลและมีต้นไม้ กิ่งไม้ที่มักจะพาดโดนสายไฟฟ้า ซึ่งเป็นหนึ่งในหลายสาเหตุที่ทำให้เกิดกระแสไฟฟ้าขัดข้อง (นพพล พุทธิศิริ, 2556: สัมภาษณ์) จึงทำให้ผู้ใช้ไฟฟ้าไม่ได้รับความสะดวกและเกิดความไม่พึงพอใจ

จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าว ทำให้เกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการให้บริการในทุกๆ ด้านของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ว่า ผู้ใช้ไฟฟ้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่อย่างไร เพื่อวิเคราะห์ถึงปัญหาที่จะต้องได้รับการแก้ไข เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ไฟฟ้าได้อย่างถูกต้องและได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค คือการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมุ่งไปสู่การเป็นองค์กรที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer-Centric Organization) โดยเน้นการสร้างและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมถึงการเพิ่มพูนสมรรถนะในการส่งมอบบริการผ่านการสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างเหมาะสม (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค, 2555: 20) ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง การให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ และส่งผลให้ประชาชนผู้ใช้ไฟฟ้าได้รับการบริการที่ดีในอนาคต

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ความความพึงพอใจได้นำกรอบแนวคิดมาจาก Martilla and James (1977 อ้างถึงในศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2550) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสำคัญกับผลที่ได้ (Importance-Performance Analysis: IPA) เรียกว่า IPA สรุปได้ ดังนี้

IPA เป็นเทคนิคที่ใช้วิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อวัดผลหรือประเมินการยอมรับ และพึงพอใจในตัวสินค้าของผู้บริโภคในการตลาดลักษณะเฉพาะรูปแบบต่างๆ เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ได้ง่ายสำหรับการประเมินหรือวัดผลในคุณลักษณะผลประกอบการและความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ หรืออีกนัยหนึ่งสิ่งนี้คือ ความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการตามที่ต้องการ

IPA มีข้อได้เปรียบในการประเมินผลการยอมรับของผู้บริโภคในโปรแกรมทางการตลาด เป็นการประเมินที่มีต้นทุนต่ำ มีเทคนิคการประเมินที่เข้าใจง่ายและให้ข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญในแง่ของส่วนประสมการตลาดกับกิจการ กิจการสามารถมุ่งความสนใจไปยังส่วนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือระบุพื้นที่ที่อาจใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น การนำเสนอผลการประเมิน IPA ในรูปกราฟ ทำให้สามารถแปลผล จัดการข้อมูลได้อย่างสะดวกและเข้าใจมากขึ้น ทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์และตัดสินใจด้านการตลาดได้ดียิ่งขึ้น ภายในกราฟแทนด้วยแกน x และแกน y โดยจะใช้ค่ากลางของข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นจุดตัดกึ่งกลางของกราฟ ลักษณะที่น่าสนใจของ IPA คือ ผลที่ได้ถูกแบ่งออกเป็น 4 Quadrants โดยวางความสำคัญบนแกน y และความพึงพอใจบนแกน x ประกอบไปด้วย Quadrant A

(Concentrate Here) หมายถึง คุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับสูงแต่ได้รับความพึงพอใจระดับต่ำ จึงต้องปรับปรุงพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการโดยเร่งด่วน Quadrant B (Keep Up The Good Work) หมายถึง คุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับสูงและได้รับความพึงพอใจในระดับสูง ซึ่งถือเป็นจุดแข็งขององค์กรและควรรักษาให้อยู่ในระดับนี้อย่างต่อเนื่อง Quadrants C (Low Priority) หมายถึง คุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับต่ำ และได้รับความพึงพอใจในระดับต่ำ เป็นคุณลักษณะที่ไม่มีผลต่อองค์กร ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อนได้ Quadrant D (Possible Overkill) หมายถึง คุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับต่ำและได้รับความพึงพอใจในระดับสูง แสดงถึงผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนความจำเป็นของคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า (ถึงอย่างไรก็ตามองค์กรควรรักษาระดับคุณภาพของสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับนี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) โดย Kotler (2003 อ้างถึงในศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555: 21-23) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจให้บริการจะใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) หรือ 7 P's เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า (Product) และบริการ (Service) ที่ธุรกิจพัฒนาและผลิตขึ้นเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการนั้นมีทั้งสิ่งที่จับต้องได้เช่น พัดลม ทีวี ฯลฯ และไม่สามารถจับต้องได้ เช่น การตัดผม สายการบิน ดารา นักร้อง ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ยังรวมถึงตราสินค้า (Brand) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) การรับประกัน (Guarantee) คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Quality)

2) ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระให้กับผู้ขายเพื่อให้ได้รับสินค้าและบริการ โดยธุรกิจต้องกำหนดราคาให้อยู่ในระดับที่ลูกค้าสามารถซื้อได้ การกำหนดราคานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับที่ธุรกิจยังมีกำไรและลูกค้าซื้อได้

3) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายให้มีความสะดวกสบายสูงสุด ด้วยการนำสินค้าและบริการไปส่งมอบให้กับลูกค้าในเวลาที่ต้องการ ซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า พฤติกรรมของลูกค้า สถานที่ตั้งของธุรกิจและที่ตั้งของลูกค้า โดยธุรกิจจะต้องออกแบบและพัฒนาระบบการจัดการช่องทางการตลาดให้เหมาะสมกับตัวสินค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ราคา และข้อมูลอื่นๆ ของสินค้าและบริการ โดยมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อชักจูงทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การส่งเสริมทางการตลาดอาจทำได้ 5 แบบซึ่งเรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix)

4.1) การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้าเป้าหมายโดยธุรกิจเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อหรือจัดจบบนที่โฆษณา เช่น การโฆษณาสินค้าออกใหม่ทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น

4.2) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) รูปแบบของการใช้สื่อหรือเครื่องมือต่างๆ เช่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ จดหมาย เป็นต้น

4.3) การขายโดยใช้บุคคล (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.4) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นรูปแบบของวิธีการเพื่อเพิ่มยอดขายของกลุ่มธุรกิจในระยะสั้น เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการโดยการลด แลก แจก แถม

4.5) การประชาสัมพันธ์และการพิมพ์เผยแพร่ (Public Relations) รูปแบบของการบอกข่าวและแจ้งข่าวแก่สาธารณชนต่อกิจกรรมที่ธุรกิจดำเนินการ เช่น การเขียนข่าวของสื่อมวลชน การแจกแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าใหม่

แนวคิดในปัจจุบันเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ได้มีนักวิชาการประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น เป็นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication-IMC) ด้วยการใช้เครื่องมือทั้ง 5 อย่าง ประสมประสานกันตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและงบประมาณของธุรกิจ

5) บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) หมายถึง การจัดการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยบุคลากรของธุรกิจโดยเริ่มตั้งแต่การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาและฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจและปลุกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ได้แก่ ทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า วิธีการเข้าทักทายหรือต้อนรับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ พนักงานนับว่าเป็นส่วนหนึ่งในทรัพยากรการตลาดที่มีค่ายิ่งของธุรกิจ เนื่องจากในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจเกี่ยวข้องกับความเร็วและความมีประสิทธิภาพในการรับรู้ จับทิศทางการให้คุณค่าและความต้องการของลูกค้าและตอบสนองได้อย่างดี และพนักงานเป็นผู้ที่ลูกค้าพบเป็นอันดับแรก หลังจากเข้ามาติดต่อในบริเวณสำนักงานหรือบริเวณที่ให้บริการ ดังนั้นลูกค้าจะรับรู้และเข้าใจถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจจากบุคลิกของพนักงานเป็นอันดับแรก ธุรกิจจึงต้องมีการพัฒนาฝึกอบรมพนักงานให้มีบุคลิกภาพที่ดี

6) กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction) มีการวางระบบและออกแบบกระบวนการให้บริการเป็นอย่างดี มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากที่สุด ลดขั้นตอนที่ทำให้ลูกค้ารอนาน จัดระบบการไหลของงานบริการให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด กลยุทธ์ที่สำคัญคือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการของการบริการที่ดี จึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติตั้งแต่ขั้นตอนการติดต่อสอบถามการบริการ การเจรจาและการตกลง การบริการเมื่อมีคำสั่งซื้อ รวมถึงการบริการหลังการขาย

7) ลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งต่างๆ ในสำนักงาน (Physical Evidence) หมายถึง การออกแบบวางผังสำนักงาน อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในสำนักงาน การจัดวางโต๊ะทำงาน เฟอร์นิเจอร์ภายในสำนักงาน อุปกรณ์อื่น ๆ ความสะอาดความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสำนักงาน เพราะในปัจจุบันการสร้างตราสินค้าหรือภาพลักษณ์ของธุรกิจไม่ได้อยู่ที่การสื่อสารการตลาดแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงอาคารสำนักงานที่จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งของธุรกิจ โดยมุมมองนี้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะรับรู้และเข้าใจภาพลักษณ์การให้บริการของธุรกิจจากสิ่งเหล่านี้ เนื่องจากเมื่อลูกค้าเข้ามาติดต่อกับธุรกิจลูกค้าจะมองไปรอบ ๆ ตัวธุรกิจใดมีการตกแต่งสถานที่ได้อย่างเหมาะสมจะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันได้มีการใช้บริษัทภายนอก (Outsource) มารับช่วงการบริการมากขึ้น เนื่องจากช่วยลดปัญหาการว่าจ้าง

พนักงานลง ซึ่งจะทำให้ลดต้นทุนทางด้านเงินเดือน โบนัส และสวัสดิการอื่น ๆ อีกทั้งบริษัทภายนอกยังมีความเชี่ยวชาญชำนาญเฉพาะด้าน เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย แม่บ้านทำความสะอาด เป็นต้น (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2549: 26-27)

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาถึงระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านพนักงาน และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามแนวคิดของ Kotler

2. ขั้นตอนการศึกษา

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา นำมาวิเคราะห์ผล ดังนี้

2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

2.2 การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ โดยใช้การวิเคราะห์ความสำคัญและสมรรถนะ (Importance-Performance Analysis: IPA) (Martilla & James, 1977 อ้างถึงในเกียรติพงษ์ มูลโพธิ์, 2555: 15) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ จะถูกแบ่งออกเป็น 4 Quadrants โดยวางความสำคัญบนแกน y และความพึงพอใจบนแกน x ในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้ค่าเฉลี่ยที่ได้จากการศึกษามาเป็นจุดกึ่งกลาง โดยจุดตัดแกน x อยู่ที่ 3.32 และจุดตัดแกน y อยู่ที่ 3.68

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้ไฟฟ้าจำนวน 376 ราย โดยการอ้างอิงจากตารางกำหนดขนาดตัวอย่าง ของ R. V. Krejcie และ D. W. Morgan (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550: 51) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ระดับความคลาดเคลื่อนที่ ± 5 จากจำนวนประชากรทั้งหมด 18,720 ราย โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยวิธีคัดเลือกตัวอย่างตามสะดวก

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ ขนาดมีเตอร์ รายได้เฉลี่ยของครัวเรือนต่อเดือน และค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร พนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

และด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความสำคัญ/ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.31 มีอายุ 41-50 ปี มากที่สุด ร้อยละ 33.78 มีสถานภาพเจ้าบ้าน ร้อยละ 47.34 การศึกษาสูงสุดคือ ระดับประถม ศึกษา ร้อยละ 35.37 อาชีพเกษตรกร ร้อยละ 27.39 ใช้มิเตอร์ขนาด 5 แอมป์ ร้อยละ 59.04 รายได้เฉลี่ยของครัวเรือนต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 48.94 และส่วนใหญ่มีค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 500 บาท ร้อยละ 50.53

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 และมีระดับความระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.32

ตารางที่ 1 แสดงระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.68 (สำคัญมาก)	3.29 (พอใจปานกลาง)
2. ด้านราคา	3.49 (สำคัญปานกลาง)	3.10 (พอใจปานกลาง)

3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.80 (สำคัญมาก)	3.57 (พอใจมาก)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.42 (สำคัญปานกลาง)	3.06 (พอใจปานกลาง)
5. ด้านบุคลากร พนักงานผู้ให้บริการ	3.74 (สำคัญมาก)	3.30 (พอใจปานกลาง)
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.80 (สำคัญมาก)	3.38 (พอใจปานกลาง)
7. ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	3.80 (สำคัญมาก)	3.55 (พอใจมาก)
ค่าเฉลี่ย	3.68	3.32

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 7 ด้าน

Quadrants	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
A (Concentrate Here) ต้องให้ความสนใจ	ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร พนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ
B (Keep Up The Good Work) พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม
C (Low Priority) ไม่ต้องให้ความสำคัญ	ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด
D (Possible Overkill) ให้บริการได้ดีมากแต่ลูกค้าไม่คอยให้ความสำคัญ	

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดและมีความพึงพอใจมากที่สุด ของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่เป็นรายด้าน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ความมั่นคงปลอดภัยของเสาไฟฟ้า สายไฟฟ้าและอุปกรณ์ในการส่ง กระแสไฟฟ้าที่ติดตั้งในที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.49)	ความเที่ยงตรงของมิเตอร์ไฟฟ้า (ค่าเฉลี่ย 3.49)
2. ด้านราคา	อัตราค่ากระแสไฟฟ้ามีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.61)	อัตราเงินประกันการใช้ไฟฟ้ามีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.15)
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ช่องทางในการติดต่อกับการไฟฟ้ามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.94)	สำนักงานการไฟฟ้าตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.78)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การประกาศแจ้งล่วงหน้าก่อนการดับกระแสไฟฟ้าเพื่อปรับปรุงซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.59)	การให้ข้อมูลคำแนะนำการใช้บริการกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว (ค่าเฉลี่ย 3.20)
5. ด้านบุคลากร พนักงานผู้ให้บริการ	พนักงานรับชำระเงินมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.88)	พนักงานรับชำระเงินมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.64)
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	การรับชำระเงินที่สำนักงานการไฟฟ้ามีความถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.93)	การรับชำระเงินที่สำนักงานการไฟฟ้ามีความถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.60)
7. ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	เครื่องมือ อุปกรณ์ พาหนะในการใช้ปฏิบัติงานในระบบไฟฟ้าได้มาตรฐานและมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.89)	ป้ายสัญลักษณ์ในสำนักงานการไฟฟ้ามีความชัดเจนและง่ายต่อ การเข้าใจ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการ

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่

Quadrants	ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ
A (Concentrate Here) ต้องให้ความสนใจ	<ul style="list-style-type: none"> - บริการแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องตลอด 24 ชั่วโมง - พนักงานแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องมีความเชี่ยวชาญ มีความชำนาญในการแก้ไขกระแส ไฟฟ้าขัดข้อง - พนักงานแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว - พนักงานหน้าเคาน์เตอร์ให้คำปรึกษา ตอบข้อซักถามและอธิบายได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย - พนักงานสามารถชี้แจงค่าไฟฟ้าสูงเกินปกติได้ชัดเจนและแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้ไฟฟ้าได้ - ตัวแทนจุดหน่วยมีความรอบคอบในการทำงาน - การขอบริการใช้ไฟฟ้าและบริการอื่นๆ มีความสะดวก รวดเร็ว - การปฏิบัติงานทันตามระยะเวลาที่แจ้งไว้ - ระยะเวลาในการขยายเขตระบบจำหน่ายไฟฟ้ามีความเหมาะสม - การแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องมีความรวดเร็ว - มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
B (Keep Up The Good Work) พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	<ul style="list-style-type: none"> - ความมั่นคงปลอดภัยของเสาไฟฟ้า สายไฟฟ้าและอุปกรณ์ในการส่งกระแสไฟฟ้าที่ติดตั้งในที่สาธารณะ - ความเที่ยงตรงของมิเตอร์ไฟฟ้า - สำนักงานการไฟฟ้ามองเห็นได้ชัดเจน - สำนักงานการไฟฟ้าตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง - พนักงานให้บริการผู้ใช้ไฟฟ้า ผู้มาติดต่ออย่างเท่าเทียมกัน - พนักงานต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม สุภาพ อ่อนน้อม - พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ - พนักงานรับชำระเงินมีความสุภาพ ยิ้มแย้ม - พนักงานรับชำระเงินมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ - ตัวแทนเก็บเงินมีความน่าเชื่อถือ - การจัดระบบคิวการรับบริการก่อน-หลัง - การให้บริการมีความถูกต้อง

	<ul style="list-style-type: none"> - ความรวดเร็วในการจัดส่งบิลแจ้งค่าไฟฟ้าล่วงหน้า - การรับชำระเงินที่สำนักงานการไฟฟ้ามีความถูกต้อง รวดเร็ว - การรับชำระเงินผ่านตัวแทนเก็บเงินมีความถูกต้อง ตรงเวลา - ภายนอกสำนักงานการไฟฟ้ามีการตกแต่งที่สวยงาม สะอาด ร่มรื่น - สถานที่จอดรถของสำนักงานการไฟฟ้ามีความสะดวกและเพียงพอต่อผู้มาติดต่อ - ภายในสำนักงานการไฟฟ้ามีบรรยากาศดี - ภายในสำนักงานการไฟฟ้ามีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ - ป้ายสัญลักษณ์ในสำนักงานการไฟฟ้ามีความชัดเจนและง่ายต่อการเข้าใจ - อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานมีความทันสมัย - เครื่องมือ อุปกรณ์ พาหนะในการใช้ปฏิบัติงานในระบบไฟฟ้าได้มาตรฐานและมีความทันสมัย - เว็บไซต์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเข้าถึงได้ง่ายและมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์
<p>C (Low Priority) ไม่ต้องให้ความสำคัญ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพและความน่าเชื่อถือในการจ่ายกระแสไฟฟ้ามีความสม่ำเสมอ ไฟไม่ตก ไฟไม่ดับ ไฟไม่เกิน - บริการแจ้งเตือนก่อนงดจ่ายกระแสไฟฟ้าสำหรับที่อยู่อาศัยที่ค้างชำระ - อัตราค่ากระแสไฟฟ้ามีความเหมาะสม - อัตราเงินประกันการใช้ไฟฟ้ามีความเหมาะสม - อัตราค่าธรรมเนียมอื่นๆ มีความเหมาะสม - ค่าปรับกรณีผิดสัญญาที่การไฟฟ้าคิดจากผู้ใช้ไฟมีความเหมาะสม - การให้ข้อมูล คำแนะนำการใช้บริการกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว - เอกสาร แผ่นพับที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นประโยชน์และมีความเพียงพอ - การถ่ายทอดความรู้และสร้างความเข้าใจในการใช้ไฟฟ้าอย่างปลอดภัยแก่ผู้ใช้ไฟฟ้าผ่านสื่อต่าง ๆ - การแจ้งเตือนอุบัติเหตุทางไฟฟ้า - การประกาศแจ้งล่วงหน้าก่อนการดับกระแสไฟฟ้าเพื่อปรับปรุงซ่อมบำรุง - การจัดและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม - การจัดนิทรรศการต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน - พนักงานช่างให้คำปรึกษาและแนะนำเกี่ยวกับระบบไฟฟ้าได้ดี - พนักงานแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องมีจำนวนเพียงพอ - พนักงานแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องมีความพร้อมในการให้บริการ
<p>D (Possible Overkill) ให้บริการได้ดีมากแต่ลูกค้าไม่</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การให้บริการมีความหลากหลาย - เคาเตอร์ให้บริการรับคำร้องติดต่อสอบถาม รับชำระค่าไฟฟ้ามีเพียงพอ

ค้อยให้ความสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางในการชำระค่าไฟฟ้ามีความสะดวกและมีหลากหลายรูปแบบ - ระยะเวลาเปิด-ปิดการให้บริการตั้งแต่ 8.30 – 16.30 น. ของการไฟฟ้ามีความเหมาะสม - ช่องทางในการติดต่อกับการไฟฟ้ามีความหลากหลาย - ช่องทางการรับแจ้งปัญหากระแสไฟฟ้าขัดข้องตลอด 24 ชั่วโมง - การให้บริการ ณ สถานที่ของผู้ใช้ไฟฟ้าด้วยความรวดเร็ว
------------------	--

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงาน

ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ปัญหาแรงดันไฟฟ้าตก ไฟฟ้าดับ ไฟฟ้าขัดข้อง (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมา คือ ปัญหาความล่าช้าในการแก้ไขกระแสไฟฟ้าดับ ไฟฟ้าขัดข้อง (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัญหาค่ากระแสไฟฟ้าสูงกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัญหาด้านการสื่อสาร เช่น โทรศัพท์สำนักงานติดต่อไม่ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.41)

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในส่วนปัจจัยย่อยด้านความมั่นคงปลอดภัยของเสาไฟฟ้า สายไฟฟ้าและอุปกรณ์ในการส่งกระแสไฟฟ้าที่ติดตั้งในเสาสาธารณะ ด้านความเที่ยงตรงของมิเตอร์ไฟฟ้า และด้านบริการแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องตลอด 24 ชั่วโมง ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว มีความสอดคล้องกับผลการศึกษานคร อินทาบัต (2550) ที่ได้ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ในปัจจัยย่อยด้านความมั่นคงปลอดภัยของเสาและสายไฟฟ้าที่ติดตั้งในเสาสาธารณะ ด้านความเที่ยงตรงของเครื่องวัดการใช้กระแสไฟฟ้า และด้านการปฏิบัติงานของหน่วยแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน

สำหรับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาสินค้า บริการและภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่มีแนวทางที่จะพัฒนาระบบจำหน่ายไฟฟ้าให้ทั่วถึงมีมาตรฐานความปลอดภัย ทั้งในด้านคุณภาพ (Quality) ความเชื่อถือได้ (Reliability) และประสิทธิภาพ (Efficiency) ของระบบไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณสมบัติและคุณลักษณะที่ตอบสนองกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า (Product/Service Attributes) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Relation) และการมีภาพลักษณ์ที่ดี (Image) ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ IPA พบว่า ปัจจัยย่อยด้านบริการแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องตลอด 24 ชั่วโมง ด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือในการจ่ายกระแสไฟฟ้ามีความสม่ำเสมอ ไฟไม่ตก ไฟไม่ดับ ไฟไม่เกินและด้านบริการแจ้งเตือนก่อนงดจ่ายกระแสไฟฟ้าสำหรับที่อยู่อาศัยที่ค้างชำระนั้นยังไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาสินค้า บริการและภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากแต่มีความพึงพอใจปานกลาง

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในส่วนปัจจัยย่อยด้านอัตราค่ากระแสไฟฟ้ามีความเหมาะสม ด้านค่าปรับกรณีผิดสัญญาที่การไฟฟ้าคิดจากผู้บริโภคมีความเหมาะสมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของนคร อินทะปัต (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ในปัจจัยย่อยด้านค่ากระแสไฟฟ้าประจำเดือนและด้านค่าปรับกรณีผิดสัญญาที่การไฟฟ้าคิดจากผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของวัชรินทร์ เตชาเสถียร (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของการประปาพุมธานี-รังสิต ในปัจจัยด้านราคาและค่าใช้จ่าย ซึ่งมีความพึงพอใจเฉลี่ยระดับปานกลางในเรื่องค่าบริการและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในส่วนปัจจัยย่อยด้านสำนักงานการไฟฟ้าตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง และด้านช่องทางในการชำระค่าไฟฟ้ามีความสะดวกและมีหลากหลายรูปแบบของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของนคร อินทะปัต (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ในปัจจัยย่อยด้านความสะดวกในการเดินทางมาสำนักงานเพื่อมาติดต่องาน และด้านความสะดวกในการชำระเงินค่ากระแสไฟฟ้าและค่าอื่นๆ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน

สำหรับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในด้านการบริการลูกค้า การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการอ่านหน่วยมิเตอร์และเก็บเงิน (Meter Reading Billing and Collection) เพื่อให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและกระจายการใช้ทรัพยากรในแต่ละช่วงเวลาอย่างเหมาะสม โดยการผสมผสานช่องทางการรับชำระเงินค่าไฟฟ้าในรูปแบบต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกับแนวโน้มของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอย่างแท้จริง ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ IPA พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในทุกด้าน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความมากและมีความพึงพอใจมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในส่วนปัจจัยย่อยด้านการให้ข้อมูล คำแนะนำการใช้บริการกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว ด้านการแจ้งเตือนอุบัติเหตุทางไฟฟ้า และด้านการประกาศแจ้งล่วงหน้าก่อนการดับกระแสไฟฟ้าเพื่อปรับปรุงซ่อมบำรุงของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของนคร อินทะปัต (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ในปัจจัยย่อยด้านการประชาสัมพันธ์และแจ้งข้อมูลข่าวสาร ด้านการแจ้งเตือนอุบัติเหตุทางไฟฟ้า และด้านการแจ้งดับไฟฟ้าและชี้แจงให้ทราบถึงสาเหตุซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของวัชรินทร์ เตชาเสถียร (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของการประปาพุมธานี-รังสิต ในปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ IPA พบว่าในภาพรวมของทุกปัจจัยย่อยยังคงไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาสินค้า บริการและภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในหัวข้อพัฒนาระบบการสื่อสารการตลาด ในปัจจัยย่อยด้านการให้ข้อมูล คำแนะนำการใช้บริการกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว ด้านเอกสารแผ่นพับที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เป็นประโยชน์และมีความเพียงพอ ด้านการถ่ายทอดความรู้และสร้างความเข้าใจในการใช้ไฟฟ้าอย่างปลอดภัยแก่ผู้ใช้ไฟฟ้าผ่านสื่อต่างๆ ด้านการแจ้งเตือนอุบัติเหตุทางไฟฟ้า ด้านการประกาศแจ้งล่วงหน้าก่อนการดับกระแสไฟฟ้าเพื่อปรับปรุงซ่อมบำรุง และด้านการจัดและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม ที่ต้องการให้การไฟฟ้าส่วนภูมิจากกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) การบริหารประสบการณ์ลูกค้า (CEM) มาใช้ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อองค์กรในระยะยาว เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากแต่มีความพึงพอใจปานกลาง

ปัจจัยด้านบุคลากร พนักงานผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานผู้ให้บริการในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในส่วนปัจจัยย่อยด้านพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ให้คำปรึกษาตอบข้อซักถามและอธิบายได้อย่างชัดเจนเข้าใจง่าย ด้านพนักงานต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม สุภาพ อ่อนน้อม ด้านพนักงานรับชำระเงินมีความสุภาพยิ้มแย้ม และด้านพนักงานสามารถชี้แจงค่าไฟฟ้าสูงเกินปกติได้ชัดเจนและแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้ไฟฟ้าได้ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว มีความสอดคล้องกับผลการศึกษานคร อินทาบัต (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ในปัจจัยย่อยด้านการให้บริการในสำนักงาน ด้านบุคลิกภาพของพนักงานผู้ให้บริการในสำนักงาน ด้านความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการในสำนักงาน และด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เช่นกัน

สำหรับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในด้านการพัฒนาขีดความสามารถและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ที่เน้นให้พนักงานทำงานอย่างเต็มความสามารถและพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ รวมทั้งมีความรับผิดชอบในการทำงาน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ IPA พบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องมีความเชี่ยวชาญ มีความชำนาญในการแก้กระแสไฟฟ้าขัดข้อง ด้านพนักงานแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ด้านพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ให้คำปรึกษาตอบข้อซักถามและอธิบายได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย ด้านพนักงานสามารถชี้แจงค่าไฟฟ้าสูงเกินปกติได้ชัดเจนและแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้ไฟฟ้าได้ และด้านตัวแทนจดหน่วยมีความรอบคอบในการทำงานนั้น ยังไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากแต่มีความพึงพอใจปานกลาง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในส่วนปัจจัยย่อยด้านการแก้กระแสไฟฟ้าขัดข้องมีความรวดเร็วของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว มีความสอดคล้องกับผลการศึกษานคร อินทาบัต (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ในปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการแก้กระแสไฟฟ้าขัดข้องซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษานคร เดชาเสถียร (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของการประปาปทุมธานี-รังสิต ในปัจจัยย่อยด้านการให้บริการ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน

สำหรับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาสินค้า บริการและภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดระบบคิวการรับบริการก่อน-หลัง ด้านความรวดเร็วในการจัดส่งบิลแจ้งค่าไฟฟ้าล่วงหน้า และด้านการรับชำระเงินที่สำนักงานการไฟฟ้ามีความถูกต้อง รวดเร็ว มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาสินค้า บริการและภาพลักษณ์ โดยมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้งานในด้านการจัดระบบคิว การอ่านหน่วยและพิมพ์บิลด้วยเครื่องพีซีที่มีการใช้ระบบบาร์โค้ด (Barcode) ในการรับชำระค่าไฟฟ้า แต่ปัจจัยย่อยด้านการขอบริการใช้ไฟฟ้าและบริการอื่นๆ มีความสะดวก รวดเร็ว ด้านการปฏิบัติงานทันตามระยะเวลาที่แจ้งไว้ ด้านระยะเวลาในการขยายเขตระบบจำหน่ายไฟฟ้ามีความเหมาะสม ด้านการแก้กระแสไฟฟ้าขัดข้องมีความรวดเร็ว และปัจจัยย่อยด้านการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่องยังไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานในขั้นตอนต่างๆ (Process Improvement) ให้มีประสิทธิภาพ มีมาตรฐานและสอดคล้องกับการใช้งานระบบสารสนเทศ และด้านการเพิ่มสมรรถนะขององค์กรให้ดียิ่งขึ้นโดยมีการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการ การปฏิบัติงานและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากแต่มีความพึงพอใจปานกลาง

ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในส่วนปัจจัยย่อยด้านภายนอกสำนักงานการไฟฟ้ามีการตกแต่งที่สวยงามสะอาดร่มรื่น ด้านสถานที่จอดรถของสำนักงานการไฟฟ้ามีความสะดวกและเพียงพอต่อผู้มาติดต่อ ด้านภายในสำนักงานการไฟฟ้ามีบรรยากาศดี ด้านภายในสำนักงานการไฟฟ้ามีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ ด้านป้ายสัญลักษณ์ในสำนักงานการไฟฟ้ามีความชัดเจนและง่ายต่อการเข้าใจ ด้านอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานมีความทันสมัย และด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ พาหนะในการใช้ปฏิบัติงานในระบบไฟฟ้าได้มาตรฐานและมีความทันสมัย และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของจรัสศักดิ์ เงยวิจิตร (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำประปาต่อการให้บริการของสำนักงานประปาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ สำหรับสถานที่จอดรถเพียงพอและสถานที่นั่งรอการชำระเงินหรือติดต่อประสานงาน ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของวัชรินทร์ เตชะเสถียร (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของการประปาปทุมธานี-รังสิต ในปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน

สำหรับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาสินค้า บริการและภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยมีแนวทางพัฒนาองค์กรให้มีความทันสมัยและสร้างภาพลักษณ์และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและองค์กรอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการนำเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว ทำได้ดีในทุกปัจจัยย่อย แต่ในส่วนปัจจัยย่อยด้านเว็บไซต์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเข้าถึงได้ง่ายและมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เป็นปัจจัยย่อยที่ต้องให้ความสนใจ เพราะเป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในปัจจัยย่อยทั้งหมด

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากข้อค้นพบปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากและมีความพึงพอใจปานกลาง รวมทั้งไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค คือ ปัจจัยย่อยด้านบริการแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องตลอด 24 ชั่วโมง (Quadrant A) ด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือในการจ่ายกระแสไฟฟ้ามีความสม่ำเสมอ ไฟไม่ตก

ไฟไม่ดับไฟไม่กิน ด้านบริการแจ้งเตือนก่อนงดจ่ายกระแสไฟฟ้าสำหรับที่อยู่อาศัยที่ค้างชำระ (Quadrant C) โดยการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าวควรมีการปรับปรุง ซ่อมแซมอุปกรณ์ระบบจำหน่ายให้ดีขึ้น มีการจ้างเหมาลิตรอนต้นไม้ กิ่งไม้ใกล้แนวสายไฟทุกเดือนเพื่อป้องกันกิ่งไม้พาดกับสายไฟฟ้า ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดไฟฟ้ารั่ว มีการบำรุงรักษาหม้อแปลงทุกไตรมาส รวมถึงการจัดทำแผนปรับปรุงระบบจำหน่ายอื่นๆ เช่น ปรับปรุงเสาไฟเอนเอง ปรับปรุงระบบจำหน่ายจากสายอลูมิเนียมเปลี่ยนให้เป็นสายเคเบิลอากาศ ที่สามารถป้องกันปัญหาไฟติดๆ ดับๆ และย้ายแนวระบบจำหน่ายจากแนวเขามาอยู่ใกล้แนวถนนเพื่ออำนวยความสะดวกการบำรุงรักษา เปลี่ยนแป้นมิเตอร์ที่ชำรุด เปลี่ยนมิเตอร์ที่มีอายุครบ 10 ปี มีการจัดทำอุปกรณ์ป้องกันสัตว์ที่จะเข้ามาทำความเสียหายให้แก่ระบบสายส่ง ระบบจำหน่าย รวมถึงการกำชับผู้รับเหมาแจ้งเตือนงดจ่ายไฟ ให้นำส่งใบแจ้งเตือนให้แก่ผู้ใช้ไฟฟ้าตามวันที่ที่กำหนด พร้อมทั้งให้ผู้ไฟฟ้าลงชื่อรับทราบ

ปัจจัยด้านราคา จากข้อค้นพบปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากและมีความพึงพอใจปานกลาง คือ ปัจจัยย่อยด้านอัตราค่ากระแสไฟฟ้ามีความเหมาะสม ด้านอัตราค่ากระแสไฟฟ้าและอัตราค่าธรรมเนียมอื่นๆ (Quadrant C) ซึ่งอัตราค่าบริการนั้น มีการกำหนดเป็นอัตราแน่นอนจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว จึงควรมีการจัดทำบอร์ดแสดงอัตราค่าไฟฟ้า อัตราเงินประกันการใช้ไฟฟ้า ค่าปรับค่าธรรมเนียมต่างๆ รวมถึงการจัดทำเอกสาร แผ่นพับแสดงอัตราค่าไฟและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ แจกให้แก่ผู้ใช้ไฟฟ้าได้ทราบ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จากข้อค้นพบ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากและมีความพึงพอใจปานกลาง คือ ปัจจัยย่อยด้านเคาน์เตอร์ให้บริการรับชำระค่าไฟมีเพียงพอ ด้านช่องทางในการชำระค่าไฟฟ้ามีความสะดวกและมีหลากหลายรูปแบบ ด้านระยะเวลาเปิด-ปิด การให้บริการตั้งแต่ 8.30 – 16.30 น. ของการไฟฟ้ามีความเหมาะสม และด้านช่องทางในการติดต่อกับการไฟฟ้ามีความหลากหลาย (Quadrant D คาบเกี่ยวกับ Quadrant B) ซึ่งการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าวทำได้ดีอยู่แล้ว และเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในด้านการบริการลูกค้า การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงช่องทางการรับชำระค่าไฟฟ้า ทั้งที่สำนักงานการไฟฟ้า เคาน์เตอร์เซอร์วิส ตัดบัญชีธนาคาร ตัดบัตรเครดิต รวมไปถึงช่องทางในการแจ้งกระแสไฟฟ้าขัดข้อง ซึ่งมีทั้งทางสำนักงานตลอด 24 ชั่วโมง และคอล เซนเตอร์ 1129 ทั่วประเทศ และทางระบบโซเชียลมีเดีย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากข้อค้นพบ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากและมีความพึงพอใจปานกลาง และไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค คือ ปัจจัยย่อยด้านการแจ้งเตือนอุบัติเหตุทางไฟฟ้า และด้านการประกาศแจ้งล่วงหน้าก่อนการดับกระแสไฟฟ้าเพื่อปรับปรุงซ่อมบำรุง (Quadrant C) ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าวไม่ต้องให้ความสำคัญมากนัก แต่เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในด้านการพัฒนาสินค้า บริการและภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในหัวข้อพัฒนาระบบการสื่อสารการตลาด การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าวควรมีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลการแจ้งเตือนอุบัติเหตุทางไฟฟ้าผ่านสถานีวิทยุชุมชน เอกสาร แผ่นพับต่าง ๆ รวมถึงการเข้าร่วมจัดนิทรรศการ กิจกรรมต่าง ๆ เช่น โครงการอำเภอยิ้มเคลื่อนที่ ร่วมงานวันสำคัญต่าง ๆ ของอำเภอ เช่น งานวันข้าวหอมมะลิ งานวันมะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง การจัดกิจกรรมภายในโรงเรียนต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ด้านการใช้ไฟฟ้าอย่างปลอดภัยและถูกวิธี รวมถึงการประกาศแจ้งล่วงหน้าก่อนการดับกระแสไฟฟ้า ซึ่งจะมีการแจ้งเตือนล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วัน ก่อนการดับกระแสไฟฟ้า ตามระเบียบของการไฟฟ้าส่วน

ภูมิภาคที่จะต้องแจ้งให้ผู้ใช้ไฟฟ้าทราบในกรณีมีการวางแผนดับกระแสไฟล่วงหน้าและกรณีเร่งด่วนจะมีการแจ้งส่วนท้องถิ่นให้ประชาสัมพันธ์เสียงตามสายก่อนที่จะดับไฟปฏิบัติงานทุกครั้ง รวมไปถึงศึกษาแนวทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตพื้นที่รับผิดชอบของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว

ปัจจัยด้านบุคลากร พนักงานผู้ให้บริการ จากข้อค้นพบ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากและมีความพึงพอใจปานกลาง รวมทั้งไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคคือ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องมีความเชี่ยวชาญ มีความชำนาญในการแก้กระแส ไฟฟ้าขัดข้อง ด้านพนักงานแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ด้านพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ให้คำปรึกษาตอบข้อซักถามและอธิบายได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย ด้านพนักงานสามารถชี้แจงค่าไฟฟ้าสูงเกินปกติได้ชัดเจนและแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้ไฟฟ้าได้ และด้านตัวแทนจำหน่ายมีความรอบคอบในการทำงาน (Quadrant A) ด้านพนักงานช่างให้คำปรึกษาและแนะนำเกี่ยวกับระบบไฟฟ้าได้ดี ด้านพนักงานแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องมีจำนวนเพียงพอ และปัจจัยย่อยด้านพนักงานแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องมีความพร้อมในการให้บริการ (Quadrant C) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าวควรส่งเสริมให้มีการจัดอบรมพนักงานในแผนกต่างๆ ให้มีความรู้ ความชำนาญในการแก้กระแสไฟฟ้าขัดข้อง การเน้นย้ำพนักงานช่างที่ได้รับมอบหมายจะต้องดำเนินการแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องโดยเร็ว หลังจากได้รับแจ้งเหตุกระแสไฟฟ้าขัดข้อง มีการควบคุมภายในโดยการใช้ (Check list) เพื่อตรวจสอบการทำงานอย่างสม่ำเสมอ มีการเปิดใบสั่งซ่อมทุกครั้งที่ได้รับแจ้งกระแสไฟฟ้าขัดข้องและต้องติดตามปิดใบสั่งซ่อมหลังจากดำเนินการแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องเรียบร้อยแล้ว ควรมีการจัดตารางการอยู่เวรแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องและกำชับให้มีการเข้าเวรตรงเวลา ถ้าหากไม่มาเข้าเวรควรมีการลงโทษทางวินัย ควรมีการอบรมมารยาทในการให้บริการ การปฏิบัติตัว การตอบคำถามผู้ใช้ไฟฟ้า รวมถึงชี้แจงถึงขั้นตอนการจดหน่วยให้แก่ตัวแทนจดหน่วยให้ทราบและย้ำถึงความรอบคอบในการจดหน่วยเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นตามมา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากข้อค้นพบ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากและมีความพึงพอใจปานกลาง และไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค คือ ปัจจัยย่อยด้านการขอบริการใช้ไฟฟ้าและบริการอื่นๆ มีความสะดวก รวดเร็ว ด้านการปฏิบัติงานทันตามระยะเวลาที่แจ้งไว้ ด้านระยะเวลาในการขยายเขตระบบจำหน่ายไฟฟ้ามีความเหมาะสม ด้านการแก้กระแสไฟฟ้าขัดข้องมีความรวดเร็ว และด้านมีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Quadrant A) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว ควรส่งเสริมให้ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานให้มากขึ้น เช่น การรับคำร้องขอใช้ไฟฟ้า โดยกรอกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ทันทีที่มีผู้มาติดต่อ โดยไม่ต้องเขียนคำร้องลงในแบบฟอร์มเสร็จแล้วจึงพิมพ์ออกมาให้ผู้ใช้ไฟฟ้าลงนาม รวมถึงการสืบค้น ตรวจสอบข้อมูลผู้ใช้ไฟฟ้าผ่านฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร ซึ่งจะช่วยให้การรับคำร้องมีความรวดเร็ว และข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปสู่กระบวนการงานถัดไปทันที ซึ่งจะทำให้การทำงานในขั้นตอนอื่น ๆ มีความรวดเร็วมากขึ้น ลดปัญหาข้อร้องเรียนต่าง ๆ รวมถึงเร่งรัดให้มีการเบิก พัสตุ อุปกรณ์ในการขยายเขตระบบจำหน่ายทันทีหลังจากมีการรับชำระค่าขยายเขตระบบจำหน่าย มีการเตรียมเครื่องมือ ยานพาหนะ อุปกรณ์ต่างๆ ให้มีความพร้อมและมีความเพียงพอในการใช้งาน มีการสำรองพัสดุคงคลัง (Safety Stock) เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ในการแก้กระแสไฟฟ้าขัดข้องได้ทันที มีการเน้นย้ำให้ตัวแทนเก็บเงินมีความรอบคอบในการเก็บเงินและเก็บเงินให้ตรงตามเวลาในทุกเดือน ในส่วนการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่องนั้น การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าวได้ดำเนินงานตามข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement: SLA) ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่ 11 กระบวนงาน คือ กระบวนงานรับชำระเงินค่าไฟฟ้า (P1) กระบวนงานแก้กระแสไฟฟ้าขัดข้อง (P2) กระบวนงานขอใช้ไฟฟ้า (P3) กระบวน

งานบริการด้านมิเตอร์ (P4) กระบวนการตอบข้อร้องเรียน (P5) กระบวนการดับไฟฟ้าล่วงหน้าแบบมีแผน (P6) กระบวนการจดหน่วย แฉงค่าไฟฟ้า (P7) กระบวนการจดหน่วย พิมพ์บิล แฉงค่าไฟฟ้า (P8) กระบวนการโอนชื่อผู้ใช้ไฟฟ้าและเปลี่ยนหลักทรัพย์ค้ำประกัน (P9) กระบวนการจ่ายคืนหลักประกันการใช้ไฟฟ้า (P10) และกระบวนการบำรุงรักษา (P11) เพื่อให้การทำงานของไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าวเป็นไปตามมาตรฐานและสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม จากข้อค้นพบ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากและมีความพึงพอใจปานกลาง รวมทั้งไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคคือ ปัจจัยย่อยด้านเว็บไซต์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเข้าถึงได้ง่ายและมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Quadrant B) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าวควรมีการพิมพ์ชื่อเว็บไซต์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคลงในใบแจ้งหนี้ค่ากระแสไฟฟ้า และมีการรับฟังคำแนะนำจากผู้ใช้ไฟฟ้าว่าต้องการทราบข้อมูลในด้านไหนเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ แล้วแจ้งไปยังการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่ เพื่อให้จัดหาข้อมูลเพิ่มเติมลงเผยแพร่ในเว็บไซต์ต่อไป

บรรณานุกรม

- กฤษดา ธรรม์ฤทธิ. (2554). *งานบริการคืองานของเรา*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. (2555). *แผนยุทธศาสตร์ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ.2555-2563*. กรุงเทพฯ: กองการพิมพ์ สำนักผู้ว่าการ.
- การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. (2556). *ข้อมูลผู้ใช้ไฟ*. เชียงใหม่: การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ.
- จิตตินันท์ นันทโพธิ์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- จิระศักดิ์ เงยวิจิตร. (2543). *ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำประปาต่อการให้บริการของสำนักงานประปาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชัยพร ภัทรวารีกุล. (2550). *ความพึงพอใจของผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรินท์.
- นคร อินทะปัด. (2550). *ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง).
- นพพล พุทธิศิริ. ผู้จัดการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพร้าว. (2556, 10 ตุลาคม). สัมภาษณ์.
- รุ่งฉัตร รัตมีโกเมน. (2554). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ช.รัตมี ซัพพลาย จำกัด*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วัชรินทร์ เตชาเสถียร. (2548). *ความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของการประปาพุมธานี-รังสิต*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2549). *เหนือคู่แข่ง ด้วยการตลาดเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊ค.
- ดิวิฤทธิ พงศกรรังศิลป์. (2555). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.

- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). *การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อำนาจ ชีระวนิช. (2551). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Martilla, J. A. & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 77-79.
- Kotler, Philip. (2009). *Marketing Management* (13rd ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management Analysis, Planning and Control*. Englewood Cliffs, NJ: PrenticeHall.
- Shelly, Maynard W. (1975). *Responding to Social Change*. Pennsylvania: Dowden Hutchison.