

บทคัดย่อ

เรื่อง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การให้บริการเสริมด้านระบบไฟฟ้า ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัย : กนกกาญจน์ ศรีแก้ว

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ธรรมวิมล สุขเสริม

คำสำคัญ : การรับรู้, ลักษณะของสื่อ, ภาพลักษณ์องค์กร, บริการเสริมด้านระบบไฟฟ้า

การศึกษานี้ วัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ลักษณะของสื่อ ภาพลักษณ์องค์กร และการรับรู้การให้บริการเสริมด้านระบบไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จังหวัดอุบลราชธานี (2) ศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้การให้บริการเสริมด้านระบบไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ และ(3) ศึกษาอิทธิพลของลักษณะของสื่อ และภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อการรับรู้การให้บริการเสริมด้านระบบไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทกิจการ ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 380 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติวิเคราะห์ความแตกต่าง (t-test) สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบกิจการประเภทกิจการขนาดเล็ก ดำเนินกิจการในช่วง 6-10 ปี และมีรายรับต่อเดือนของกิจการ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท ค่าเฉลี่ยของการรับรู้การให้บริการเสริมฯ ของลักษณะของสื่อมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ และน้อยที่สุด คือการขายโดยใช้พนักงาน ค่าเฉลี่ยของการรับรู้การให้บริการเสริมฯ ของภาพลักษณ์องค์กรมากที่สุด คือ การให้บริการของพนักงาน และน้อยที่สุด คือ การกำกับดูแลกิจการที่ดี ค่าเฉลี่ยของการรับรู้การให้บริการเสริมฯ มากที่สุด คือ การตีความข้อมูล และน้อยที่สุด คือ การเปิดรับข้อมูล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าประเภทกิจการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้การให้บริการเสริมฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ ระดับการศึกษาสูงสุด อายุของกิจการ และรายรับต่อเดือนของกิจการ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้การให้บริการเสริมด้านระบบไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน สำหรับลักษณะของสื่อ ด้านการ

ประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการขายโดยใช้พนักงาน ส่งผลต่อการรับรู้การให้บริการเสริมด้านระบบไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านการโฆษณาไม่ส่งผลต่อการรับรู้การให้บริการเสริมด้านระบบไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จังหวัดอุบลราชธานี

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ABSTRACT

TITLE : FACTORS AFFECTING PERCEPTION IN THE ELECTRICAL SYSTEM
SUPPLEMENTARY SERVICES OF THE PROVINCIAL ELECTRICITY
AUTHORITY, REGION 2 (NORTHEASTERN REGION), UBON RATCHATHANI
PROVINCE

AUTHOR : KANOKKARN SRIKAEW

DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

ADVISOR : THUMWIMON SUKSERM, Ph.D.

KEYWORDS : PERCEPTION, MEDIA CHARACTERISTICS, THE ELECTRICAL SYSTEM
SUPPLEMENTARY SERVICES

This study aimed to (1) study demographic characteristics, media characteristics, organizational image, and perception in the electrical system supplementary services of the provincial electricity authority region 2 (Northeastern region), Ubon Ratchathani Province, and (2) compare different the perception according to different demographic characteristics, (3) study the influence of media characteristics and organizational image on the perception in the electrical system supplementary services of the provincial electricity authority region 2 (Northeastern region), Ubon Ratchathani Province. This is a quantitative research. The sample group consisted of 380 business electricity users in Ubon Ratchathani Province. The data collection tool used was a questionnaire. The statistical analyses employed include frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and Multiple Regression Analysis.

The study found that the majority of respondents in this survey were female, with their highest level of education being at the bachelor's degree level. They were predominantly involved in small-sized business operations, operating their businesses for 6-10 years, and earning a monthly income of less than or equal to 50,000 baht from their businesses. The highest average perception of supplementary services was for public relations, while the lowest was for sales through employees. The highest average perception of organizational image aspect was for employee service, and the lowest was for Corporate Governance. For the perception of supplementary services, the

highest average was for interpreting information, and the lowest was for receiving feedback. The hypothesis testing results indicate that different types of businesses have a statistically significant effect on the perception of supplementary services at the 0.05 significance level. Gender, the highest level of education, the age of the business, and the monthly income of the business do not have a statistically significant effect on the perception of electrical system supplementary services of the provincial electricity authority region 2 (Northeastern region), Ubon Ratchathani Province. Public relations, sales promotion, and sales by employees, they have a statistically significant effect on the media characteristics perception of supplementary services of the provincial electricity authority region 2 (Northeastern region), Ubon Ratchathani Province at a significance level of 0.01. However, advertisement did not have a statistically significant effect on the perception of supplementary services. For organizational image, Corporate Governance, employee service, and the value and benefits of service have a statistically significant effect on the perception of the electrical system supplementary services of the provincial electricity authority region 2 (Northeastern region), Ubon Ratchathani Province at a statistically significant level of 0.05.