

**ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค  
ในเขตพื้นที่ อำเภอลำปางหลวง จังหวัดกำแพงเพชร**  
**Factors Affecting Satisfaction of residential household electricity users in  
the Provincial Electricity Authority, Khanu Woralaksaburi District  
Kamphaeng Phet Province**

**บทคัดย่อ**

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในเขตพื้นที่ อำเภอลำปางหลวง จังหวัดกำแพงเพชร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตพื้นที่ อำเภอลำปางหลวง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามแบบเลือกตอบในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ประชาชนพื้นที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอลำปางหลวง จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดลำปาง จำนวน 400 คน ผลการศึกษพบว่า 1) ประชาชนที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ลักษณะอาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอลำปางหลวง จังหวัดกำแพงเพชร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอลำปางหลวง จังหวัดกำแพงเพชร ร้อยละ 38.2 ที่เหลืออีก ร้อยละ 61.8 มาจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้ศึกษา พิจารณาค่าสถิติและค่านัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05 พบตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอลำปางหลวง จังหวัดกำแพงเพชร ประกอบด้วย ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอลำปางหลวง

**Abstract**

The objectives of this research were 1) to study personal factors such as gender, age, status, education level, occupation, different monthly income. There will be satisfaction of electricity users who live in the Provincial Electricity Authority of Khanu

Woralaksaburi District. 2) to study marketing mix factors, namely products, prices, distribution channels Marketing promotion Personnel Physical characteristics Process. There will be a relationship with the satisfaction of household electricity users in the Provincial Electricity Authority of Khanu Woralaksaburi District. Kamphaeng Phet Province different, which is a quantitative research (Quantitative Research) by using a multiple choice questionnaire to collect data. The sample group used in this study were people living in Khanu Woralaksaburi District. Kamphaeng Phet Province, Lampang Province, 400 people. The results of the study showed that 1) people with different sex, age, status, education level, occupational characteristics and monthly income had different satisfaction of residential households in the Provincial Electricity Authority of Khanu Woralaksaburi District. Kamphaeng Phet Province were different at statistical significance at 0.05 level. Kamphaeng Phet Province 38.2 percent The remaining 61.8% came from other unstudied factors, considering the t value and the Sig value that was less than 0.05. The variables were found to correlate with the satisfaction of residential electricity users in the Provincial Electricity Authority of Khanu Woralaksaburi District. Kamphaeng Phet Province consists of price, people and physical components.

Keyword : Service Quality, Satisfaction, Provincial Electricity Authority of Khanu Woralaksaburi District

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ไฟฟ้าเป็นพลังงานที่มีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพ อีกทั้งยังเป็นปัจจัยพื้นฐานในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ เช่น ด้านอุตสาหกรรม และธุรกิจบริการ ดังนั้น การที่จะพัฒนาประเทศให้มีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจจึงจำเป็นต้องพัฒนาพลังงานไฟฟ้าให้อยู่ในระดับสูง เพื่อประโยชน์สูงสุดในการใช้พลังงานไฟฟ้าของประชาชนและประเทศชาติ รัฐบาลจึงเข้ามาควบคุมและดำเนินการเองในรูปแบบของรัฐวิสาหกิจ มีหน้าที่หลักในการผลิต และจำหน่ายพลังงานไฟฟ้าให้แก่ประชาชน ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ มี 2 หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการจำหน่ายพลังงานไฟฟ้า คือ 1. การไฟฟ้านครหลวง รับผิดชอบ

การให้บริการแก่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ 2. การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค รับผิดชอบการให้บริการแก่ประชาชนใน 4 ภาค

จากรายงานสถานการณ์การจำหน่ายไฟฟ้า ประจำปี 2564 ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พบว่า ปริมาณการจำหน่ายไฟฟ้าตลอดปี 2564 มีปริมาณ 139,687.83 ล้านหน่วย เพิ่มขึ้นจากปี 2563 คิดเป็น 3.45 เปอร์เซ็นต์และมีปริมาณผู้ใช้ไฟฟ้าตลอดปี 2564 จำนวน 21,257,532 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2563 คิดเป็น 2.52 เปอร์เซ็นต์ ในการวิจัยนี้เป็นการวิจัยในกลุ่มของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัย มีปริมาณการจำหน่ายไฟฟ้า 38,518.99 ล้านหน่วย เพิ่มขึ้น 3.64 % และมีจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้า 18,757,812 ราย เพิ่มขึ้น 2.45%

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอชาครบุรี จังหวัดกำแพงเพชร” ซึ่งจะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ลักษณะอาชีพ รายได้ต่อเดือน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอชาครบุรี จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เป็นข้อเสนอแนะ หรือเป็นแนวทางหนึ่งในการปรับปรุงระบบการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอชาครบุรี ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการตามค่านิยมองค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในเขตพื้นที่ อำเภอชาครบุรี จังหวัดกำแพงเพชร
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตพื้นที่ อำเภอชาครบุรี จังหวัดกำแพงเพชร

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอชาครบุรี จังหวัดกำแพงเพชร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตพื้นที่ อำเภอชาครบุรี จังหวัดกำแพงเพชร แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตพื้นที่ อำเภอชาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชร

### ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอชาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชร ทำการศึกษาผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอชาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชร ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ช่วงอายุตั้งแต่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ไปจนถึง มากกว่า 60 ปี ตัวแปรต้น ได้แก่ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ลักษณะอาชีพ รายได้ ต่อเดือน และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ตัวแปรตามได้แก่ความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัย ในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอชาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาได้แก่ผู้ใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พื้นที่อำเภอชาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 400 คน ระยะเวลาตั้งแต่เดือนกันยายน – พฤศจิกายน พ.ศ. 2565

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พื้นที่อำเภอชาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชรของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพสินค้า และบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอชาณุวรลักษบุรีให้มีความสอดคล้องกับปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน

2. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พื้นที่อำเภอชาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชรของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัย เพื่อเป็นแนวทางให้ส่วนที่เกี่ยวข้องพัฒนาระบบการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ไฟฟ้าในด้านต่างๆ

3. เพื่อเป็นแนวทางให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพัฒนาคุณภาพสินค้า และระบบการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ไฟฟ้า ทำให้เกิดความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นในองค์กรสูงสุด

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ถือได้ว่าเป็นกลุ่มเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ร่วมกัน เพื่อสร้างความแตกต่างในด้านการตลาดและการบริการประกอบไปด้วยหลายปัจจัย เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวัง ตลอดจนสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์และศุภร เสรีรัตน์ ได้สรุปเกี่ยวกับแนวความคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Market Mix) ไว้ในหนังสือการบริหารการตลาดยุคใหม่ว่ามีลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 7 ขั้นตอน คือ ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สนองต่อความจำเป็นและสร้างความพอใจให้กับมนุษย์ โดยผู้ขายจะแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คือการตีค่าผลิตภัณฑ์ให้ออกมาเป็นจำนวนเงิน โดยลูกค้าจะตัดสินใจซื้อด้วยการเปรียบเทียบว่าราคากับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หากลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าที่มีมูลค่ามากกว่าจำนวนเงินที่ต้องจ่าย ลูกค้าก็จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นจึงต้องกำหนดราคาโดยคำนวณให้เหมาะสมในทุกๆด้าน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นสถานที่การให้บริการเริ่มต้น โดยการเลือกสถานที่ตั้ง (Location) มีความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจที่ลูกค้าต้องมายังสถานที่ตั้งของผู้ให้บริการ ดังนั้นสถานที่จึงมีส่วนกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การเลือกที่ตั้งของสถานประกอบการจึงต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างแรกๆ

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นการเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ให้บริการ เพื่อแจ้งข่าวหรือชักจูงให้ผู้ให้บริการเลือกมาใช้บริการ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดบริการในการส่งเสริมทางการตลาดทำได้ 4 แบบด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) ประกอบไปด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อต่างๆ ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ เป็นต้น

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือหรือกิจกรรมทางการตลาดที่กระทำอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในการใช้บริการของลูกค้า

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นแผนงานการนำเสนออย่างต่อเนื่องเพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

5. บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อแสวงหาลูกค้า และการเสนอขาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ

6. สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น ธุรกิจโรงพยาบาลยนตร์ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็วในการจำหน่ายตัวหรือคุณประโยชน์อื่น

7. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการ และงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับลูกค้าเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็วและทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดขึ้นได้ต้องมีแรงจูงใจ(motive) หรือแรงผลักดัน(drive) และต้องมีมากพอที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ แต่ละคนจะมีความต้องการไม่เหมือนกัน บ้างก็เป็นความต้องการทางชีววิทยา(biological) ที่มาจากสภาวะตั้งเครียด บ้างก็เป็นความต้องการทางจิตวิทยา(psychological) ที่มาจากความต้องการ โดยทฤษฎีความพึงพอใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์(Maslow's theory motivation) อับราฮัม มาสโลว์ ฮาวิธีอธิบายว่าเพราะอะไรความต้องการจึงสามารถผลักดันผู้คนได้ ทำไมคนคนหนึ่งจึงจึงใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อให้ตนเองมีความปลอดภัย แต่อีกคนกลับพยายามเพื่อให้ได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่น โดยมาสโลว์ได้อธิบายไว้ว่า ความสำคัญของความต้องการจะถูกเรียงลำดับจากขั้นต่ำสุดซึ่งไปหาขั้นสูงสุด โดยทั่วไปเราจะต้องการขั้นต่ำสุดก่อน เมื่อได้รับขั้นที่ต่ำกว่าแล้วจึงจะมีความต้องการในขั้นที่สูงกว่าต่อไป

1.1 ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการที่เป็นพื้นฐานของชีวิต คือ ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เช่น ความต้องการเพื่อตอบสนองความเจ็บป่วย ความต้องการเพื่อตอบสนองความหิว

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการขั้นต่อมา ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับความต้องการทางกายแล้ว คือ ต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตัวอย่างความต้องการความปลอดภัย เช่น ต้องการบ้านที่ปลอดภัย ต้องการมีเงินเก็บออม

1.3 ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นความต้องการการยอมรับและความรักจากผู้อื่น ต้องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น มีหลายรูปแบบ เช่น ความสัมพันธ์ของพ่อ แม่ ลูก ความสัมพันธ์ของคู่รัก

1.4 ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการยกสถานภาพให้สูงขึ้น ต้องการเกียรติยศหรือความภาคภูมิใจ เช่น การมียศ การถูกผู้คนชื่นชม การได้รับตำแหน่งที่สูงขึ้น

1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุด ซึ่งไม่สามารถชี้ชัดลงไปได้ว่ามันคืออะไร เพราะแต่ละคนมีไม่เหมือนกัน เช่น ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของชีวิต

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็หมดลง และเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยากจะไม่สนใจต่องานศิลปะชิ้นล่าสุด หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่นหรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

### **แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล**

Hanna and Wozniak (2001) และ Shiffman and Kanuk (2003) ได้กล่าวไว้คล้ายๆกันว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น ศาสนา การศึกษา อายุ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณา สำหรับส่วนแบ่งการตลาด ด้วยการนำมาพิจารณาไปถึงความต้องการของแต่ละคน ความชื่นชอบ รวมไปถึงจำนวนที่จะใช้สินค้า

## ลักษณะของประชากรศาสตร์

Belch & Belch ได้ศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ พฤติกรรมการตัดสินใจและอัตราการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล ประกอบด้วย

1. อายุ ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการต่อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่น จะชอบความสวยงามที่แปลกใหม่ นิยมสินค้าประเภทแฟชั่น ซึ่งหากแบ่งช่วงกลุ่มอายุออกเป็นกลุ่มตามพฤติกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

2. เพศ ความแตกต่างกันทางเพศของผู้บริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคมากและมักมีทัศนคติการรับรู้และการตัดสินใจในการเลือกสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งจะได้รับอิทธิพลจากการเลี้ยงดู การปลูกฝังนิสัยตั้งแต่วัยเด็ก

3. สถานภาพการสมรส สถานภาพของผู้บริโภค เช่น สมรส โสด หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย มีความสำคัญในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค ซึ่งทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคที่หย่าร้าง หรือเป็นหม้ายจะเลือกแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่หรูหรา ทันสมัย มีเอกลักษณ์เป็นต้น

4. การศึกษา ผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สร้างรายได้สูงกว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำ จึงมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า

5. อาชีพ ผู้บริโภคแต่ละอาชีพจะมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพเกษตรกร หรือชาวนาจะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ หรือสินค้าเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานบริษัท จะซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ นักการตลาดจึงต้องศึกษาว่า สินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อจัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

6. รายได้ หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ ของบุคคลประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจในการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงิน สถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อราคาสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคตัดสินใจ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำจะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และมีความรู้สึกไวต่อราคามาก ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้สูง จะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาสูง โดยเน้นที่ภาพพจน์ของราคาสินค้าเป็นหลัก



## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกียรติคุณ จีรกาลวสาน (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการ: กรณีศึกษา การประปาส่วนภูมิภาค ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี” เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการให้บริการของ การประปาส่วนภูมิภาค ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี และเพื่อศึกษา ปัจจัยคุณภาพการบริการ (Service Quality) 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อการให้บริการของ การประปาส่วนภูมิภาค ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจาก ผู้ใช้บริการ การประปาส่วนภูมิภาค ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าส่วนเฉลี่ย รายคู่ด้วยวิธี LSD สามารถสรุปผลการวิจัยดังนี้

ปัจจัยคุณภาพการบริการ (Service Quality) 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ มีระดับความสำคัญมาก โดยมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการให้บริการ คือ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการได้มาตรฐาน ที่แสดงถึงความสามารถในการให้บริการตามระยะเวลาที่กำหนด และปัจจัยพนักงานวางตัวที่เหมาะสม มีความน่าเชื่อถือกับหน้าที่ในการให้บริการ ด้านความแน่นอน มีระดับความสำคัญปานกลาง โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการให้บริการ คือ ปัจจัยผู้รับบริการมีความมั่นใจในการให้บริการ และปัจจัยพนักงานที่ให้บริการสามารถตอบข้อซักถามที่ผู้รับบริการสงสัยได้อย่างชัดเจน ด้านวัตถุ/สิ่งที่สามารถจับต้องได้ มีระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการให้บริการ คือ ปัจจัยจำนวนสาขาที่ให้บริการใกล้บ้าน และปัจจัยอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการมีความทันสมัย ด้านความเข้าอกเข้าใจ มีระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการให้บริการ คือ ปัจจัยพนักงานให้ความสนใจ และเอาใจใส่ ในการแก้ไขปัญหาของผู้รับบริการ และปัจจัยพนักงานสามารถให้คำปรึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านความรับผิดชอบ มีระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการให้บริการ คือ ปัจจัยเวลาทำการในการให้บริการมีความเหมาะสม และปัจจัยพนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ

จิตติมา นิยม (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “คุณภาพในการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขตคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี” เพื่อศึกษาคุณภาพของการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขตคลองหลวง และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขตคลองหลวง โดยศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจาก ผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขตคลองหลวง จำนวน 420 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความ

แปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าส่วนเฉลี่ย รายคู่ด้วยวิธี LSD สามารถสรุปผลการวิจัยดังนี้

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการในภาพรวมผู้ใช้บริการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขตคลองหลวง ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อทำการพิจารณารายการจัดอันดับ พบว่าด้าน ความสามารถเป็นอันดับ 1 และด้านความน่าเชื่อถือเป็นอันดับ 2 และให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มาก ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขตคลองหลวง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขตคลองหลวงให้ความสำคัญเกี่ยวกับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายการจัดอันดับ พบว่า ผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วน ภูมิภาคเขตคลองหลวงให้ความสำคัญด้านคุณภาพบริการ เช่น ความสามารถของเจ้าหน้าที่ให้ การให้บริการ คุณภาพที่ได้มาตรฐานของงาน เป็นอันดับ 1 และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการ บริการ เช่น วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับการรับบริการ ข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการเป็นอันดับ 2 และให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม และนำมา วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความ เทียงตรงจากผู้เชี่ยวชาญ โดยมีค่า IOC มากกว่า 0.5 และทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ตามวิธีของครอนบาช ดังนั้นแบบสอบถามจึงมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปศึกษากับกลุ่ม อย่างได้ ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอ ขาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ โดยใช้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ อาชีพ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอ ขาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชร วิธีเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม (Independent Sample t – Test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศชาย และหญิง และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความ แตกต่างระหว่างของกลุ่มตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ รายได้ อาชีพ โดยหากพบว่ามี ความแตกต่างกันที่ระดับน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 จะทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีเปรียบเทียบ เชิงซ้อน Least Significant Difference (LSD) และวิธีถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Multiple regression Analysis) โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่าง ปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อตัวแปรความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร

### ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่อำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่อำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 โดยมีอายุส่วนใหญ่ระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 จำแนกตามสถานภาพพบว่า มีจำนวนสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 จำแนกตามการศึกษาพบว่า มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 จำแนกตามกลุ่มอาชีพพบว่า เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างทั่วไป จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.23 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุดคือด้านกระบวนการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ ด้านคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.34 ด้านส่งเสริมการขายและด้านสินค้ามีค่าเฉลี่ยที่ 4.26 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยที่ 4.21 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยที่ 4.18 และต่ำที่สุดคือด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ที่ค่าเฉลี่ย 3.99 ส่วนในด้านความพึงพอใจ โดยรวมของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.23

### การพิสูจน์สมมติฐาน

การพิสูจน์สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตพื้นที่ อำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร แตกต่างกัน จากการพิสูจน์สมมติฐานพบว่าประชาชนที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา

ลักษณะอาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การพิสูจน์สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตพื้นที่ อำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชรผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่าค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบคือ 0.05 ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร โดยค่า R เท่ากับ 0.618 หมายความว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก และค่า R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.382 หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร ร้อยละ 38.2 ที่เหลืออีก ร้อยละ 61.8 มาจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้ศึกษา

### อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้ จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า

ด้านเพศมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร จะมีพื้นที่อำนวยความสะดวกในการเข้าใช้บริการให้กับเพศหญิงโดยเฉพาะ เช่น การมีจุดพักคอยที่นั่งสำหรับเพศหญิงโดยเฉพาะและจุดบริการจำหน่ายสินค้าแสดงผลิตภัณฑ์งานสานทอพื้นบ้าน ด้วยเหตุนี้อาจจะทำให้ผู้ใช้บริการเพศหญิงและชายมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

ด้านอายุมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการแต่ละช่วงอายุได้รับการบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างเข้ารับบริการ เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ตฟรี เครื่องดื่มฟรี ด้วยเหตุนี้อาจจะทำให้ผู้ใช้บริการแต่ละช่วงอายุมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

ด้านสถานภาพมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากการบริการทำธุรกรรมมีหลักเกณฑ์สำหรับบุคคลที่สถานภาพต่างกัน ด้วยเหตุนี้อาจจะทำให้ผู้ใช้บริการที่สถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษามีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากการบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันอาจมีความคิดเห็นที่ต่างกันด้วยเหตุนี้อาจจะทำให้ผู้ใช้บริการที่ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

ด้านอาชีพมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากอาชีพที่ต่างกันย่อมมีความเชี่ยวชาญที่ต่างกันส่งผลให้มุมมองแง่คิดทัศนคติต่างกัน ด้วยเหตุนี้ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันจึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

ด้านรายได้ต่อเดือนมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกัน มีความจำเป็นต้องใช้เงินที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันอาจมีความจำเป็นต้องใช้เงินที่ต่างกันทำให้ผู้ใช้บริการที่รายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตินันท์ สุวิชากร (2561) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร ตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร ประกอบด้วย ด้านราคา ด้านคนและด้านองค์ประกอบทางกายภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตินันท์ สุวิชากร (2561) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้า

ส่วนภูมิภาคอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการจัดให้มีจุดให้บริการประชาชน ให้ครอบคลุมพื้นที่ที่รับผิดชอบ ให้ประชาชนสามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างทั่วถึง
2. ควรมีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในงานให้สามารถให้บริการประชาชนได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน
3. ควรมีการพัฒนากระบวนการให้บริการชำระค่าไฟฟ้าให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม เจาะลึก สำหรับความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในระแวกใกล้เคียง เนื่องจากในเขตพื้นที่มีการให้บริการที่แตกต่างกัน อาจจะมีผลทำให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน
2. ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึก โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงปัญหา ตลอดจนเข้าใจถึงทัศนคติของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอชาวไร่ชัยบุรี จังหวัดกำแพงเพชร

### เอกสารอ้างอิง

- การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. (2561). *ประกาศการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เรื่อง การทบทวนอัตราค่าไฟฟ้าตามหลักเกณฑ์การกำหนดอัตราค่าไฟฟ้าปี 2558*. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2565 จาก <http://www.pea.co.th/>.
- จรัสพงษ์ จงมีสุข. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่การให้บริการของการไฟฟ้านครหลวง*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตติมา นิยม. (2557). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

พัชรี อนุสิทธิ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.

รายงานสถานการณ์การใช้น้ำมันและไฟฟ้าของไทย กระทรวงพลังงาน. (2564). ปริมาณความต้องการ การพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทย ปี 2564. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2565 จาก [http://www.eppo.go.th/index.php/th/energyinformation/situationoilelectric?orders\[publishUp\]=publishUp&issearch=1](http://www.eppo.go.th/index.php/th/energyinformation/situationoilelectric?orders[publishUp]=publishUp&issearch=1)

สรายุทธ กันหลง. (2555). การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม Cronbach's *alpha*. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2565 จาก <http://www.ipernity.com>

สิทธิชัย บำเพ็ญเพียร. (2557). คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. (คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี). : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

G Rekettye. (2000). *Customer Satisfaction In The Hungarian Electricity Distribution*. Professor of Marketing, Pécs University, Hungary — Chief Advisor, Hungarian Energy Office.

Hanna & Wozniak (2001) and Shiffman and Kanuk (2003). New Jersey: Prentice.

Kotler, P. & Armstrong. (2002). *Principle of Marketing*. USA: Prentice-Hall.