

สารนิพนธ์เรื่อง	พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการ PEA SHOP ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของการไฟฟ้า ส่วนภูมิภาค กรณีศึกษา PEA SHOP สาขา ศูนย์การค้ามาเก็ตวิลเลต หัวหิน
คำสำคัญ	พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการ
นักศึกษา	วิภาดา คงพั่ง
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ดร.ธนาชาติ จันทร์เวโรจน์
หลักสูตร	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชา ประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการ PEA SHOP ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษา PEA SHOP สาขา ศูนย์การค้ามาเก็ตวิลเลต หัวหิน ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างการรับรู้ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเตรียมพร้อมที่จะพาคณะกรเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคต โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ให้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS คำนวณค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยแจกแจงในรูปแบบของค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า เป็นผู้ที่มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ประเภทของผู้ใช้ไฟฟ้าของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นประเภทบ้านพัก/ที่อยู่อาศัย รู้จัก PEA SHOP จากที่อื่นๆ คือ ห้างสรรพสินค้า ใช้บริการ SHOP ในปีที่ผ่านมา (2558) 5 ครั้งขึ้นไป เหตุผลที่ใช้บริการคือ บริการชำระค่าไฟ มีค่ากระแสไฟฟ้าที่ชำระต่อเดือนไม่ถึง 1,000 บาท ใช้บริการ PEA SHOP ช่วงเวลา 15.01-19.00น. ระยะทางจากที่พักมา PEA SHOP

5 กิโลเมตรขึ้นไป และส่วนมากไม่เคยมีดัชนีการชำระค่าไฟฟ้า ในส่วนของความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ มีการแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านสถานที่ในการให้บริการ ด้านรูปแบบการให้บริการ ด้านการให้บริการของพนักงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการบริหารจัดการ ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านรูปแบบการให้บริการ และด้านสถานที่ในการให้บริการ

Thesis title	A study on behavior and satisfaction with PEA SHOP service affecting the PEA's image: a case study of PEA SHOP, HuaHin Market Village.
Keywords	Behavior and satisfaction with service
Author	Vipada Khongphueng
Advisor	Dr. Thanachat Chanweroj
Program	Master of Communication Arts Public Relations and Organizational Communication
Faculty	Communication Arts, Sripatum University
Academic year	2015

Abstract

The objective of this study was to apply obtained data to create good perception and image as well as develop quality service of PEA for meeting the incoming ASEAN Economic Community. This study was quantitative research. Purposive sampling was used to select the sample. The questionnaire was the research instrument. Data were analyzed by SPSS and calculated by descriptive statistics, frequency, percentage, mean and standard deviation.

The sample consisted of 400 people. The results of this study showed that the sample mostly were females; those aged 21-30 years; single people; those graduated with Bachelor's degree; business owners; and those with monthly income of 10,000 – 20,000baht. Type of electrical consumption was residential use. The sample knows PEA SHOP from department store. The sample used PEA SHOP services for five times or more in 2015. The reason of using PEA SHOP service is to pay electrical bill. The sample pays electrical bill below 1,000 baht per month. The sample uses PEA SHOP service during 15.01-19.00 hrs. The distance from their residence to PEA SHOP is 5 kilometers or

more. Most of them do not default payment of electrical bill. In terms of satisfaction with PEA SHOP service affecting PEA image, overall four aspects including Management, Place, Process, and Personnel were rated at high level. By considering each aspect, Management was an aspect with highest satisfaction level. It was followed by Personnel, Process, and Place, respectively.