

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พลังงานด้านไฟฟ้าเป็นสิ่งหนึ่งที่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ในยุคปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเมืองหรือชนบท ชีวิตความเป็นอยู่ตลอดทั้งวัน ธุรกิจน้อยใหญ่ต่างๆ ล้วนแต่มีปัจจัยมาจากไฟฟ้าเป็นส่วนประกอบสำคัญ ไฟฟ้าจึงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ประโยชน์ที่มีอย่างอนันต์ก็มิมีโทษมหันต์เช่นกัน การใช้ไฟฟ้าอย่างไม่ถูกวิธี ย่อมทำให้เกิดผลเสียทั้งแก่ชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งบางครั้งไม่สามารถประเมินค่าความเสียหายเป็นตัวเงินได้ ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรมีส่วนในการให้ความรู้เรื่องไฟฟ้าแก่ประชาชนในการใช้ไฟฟ้าอย่างถูกต้อง แต่การให้ความรู้อย่างเดียวไม่พอ ต้องแสวงหากลวิธีส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆที่เป็นประโยชน์จากการใช้ไฟฟ้าด้วย เช่น การประหยัดไฟฟ้าเพื่อการประหยัดพลังงานประเภทต่างๆที่ประเทศต้องนำเข้าจากต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท การใช้อุปกรณ์สำหรับรองรับกระแสไฟฟ้าอย่างถูกต้องเพื่อป้องกันอัคคีภัย ซึ่งแต่ละปีค่าความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สินมีเป็นจำนวนมหาศาลเช่นกัน

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ประเภทสาธารณูปโภค ในสังกัดกระทรวงมหาดไทย ได้รับการสถาปนาเมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2503 มีภารกิจในการให้บริการกระแสไฟฟ้าให้แก่ประชาชน ผู้ใช้ไฟฟ้า ธุรกิจอุตสาหกรรม ครอบคลุมพื้นที่ 73 จังหวัดทั่วประเทศ ยกเว้นกรุงเทพมหานคร นนทบุรีและ สมุทรปราการ ครอบคลุมพื้นที่ 510,000 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 99 ของพื้นที่ทั่วประเทศ ให้บริการกระแสไฟฟ้าแก่ประชาชนรวมทั้งสิ้นประมาณ 13 ล้านราย (ข้อมูล ณ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551) ซึ่งมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลความรู้ความเข้าใจ แก่ผู้ใช้ไฟฟ้าโดยตรง รวมทั้งการประชาสัมพันธ์องค์การให้มีภาพลักษณ์ที่ดีแก่สาธารณชนอีกด้วย

การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันที่มีแผนการ และกระทำต่อเนื่องกันไปในการสร้างหรือรักษาไว้ ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนซึ่งกันและกัน นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์อาจกล่าวได้ว่าเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ทำการห้วงการเป็นที่นิยมชมชอบและเชื่อถือศรัทธาองค์การ ซึ่งเป็นการทำงานประชาสัมพันธ์แบบมีแบบแผนและต่อเนื่อง เพื่อให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเกิดการยอมรับและมีทัศนคติที่

ตรงกัน โดยอาจมีการสื่อความทั้งการพูด การเขียน การชักชวน เผยแพร่ข่าวสารและการขอความคิดเห็น เพื่อจูงใจประชาชนให้ทราบและเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขององค์การอีกด้วย

สังคมปัจจุบันนี้กล่าวได้ว่าเป็นสังคมแบบเปิด ซึ่งสมาชิกทุกคนในสังคมมีสิทธิในการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆรอบตัว การที่จะทำให้ประชาชนยอมรับและเกิดศรัทธาหรือเกิดภาพพจน์ที่ดีขึ้นได้นั้น จำเป็นต้องนำกลไกการประชาสัมพันธ์เข้ามาใช้จึงจะได้ผล เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวความรู้ข่าวสาร จากหน่วยงาน ไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายโดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆที่มีประสิทธิภาพเพื่อนำเสนอสารและมีความเข้าใจที่ตรงกันทั้งบุคลากรภายในองค์กรและประชาชนภายนอก

โดยในปัจจุบันการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค(สำนักงานใหญ่)ได้แบ่งฝ่ายประชาสัมพันธ์ออกเป็น 2 กอง ได้แก่ กองประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ศึกษา วิเคราะห์สภาพปัญหางานประชาสัมพันธ์เพื่อนำไปจัดทำกลยุทธ์ด้านงานประชาสัมพันธ์ วางแผนประชาสัมพันธ์องค์กร และแผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน / โครงการ จัดทำแผนงานและงบประมาณด้านประชาสัมพันธ์ บริหารงานและควบคุมงบประมาณการดำเนินงานของกอง ผลิตและเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ ผลิตและเผยแพร่สื่อโสตทัศน ผลิตและเผยแพร่ นิตรรศการ งานบันทึกภาพ สำเนาภาพ และบริการงานโสตทัศน งานพัฒนาเสริมสร้างศักยภาพของงานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ งานธุรกรรมการเงินเกี่ยวกับการจัดทำสัญญาจัดซื้อ-จัดจ้างบริษัท หน่วยงาน องค์กรต่างๆ และสรุป วิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และกองสื่อสารองค์กรมีหน้าที่ศึกษา วิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กร ทั้งภายในและภายนอก เพื่อวางตำแหน่งภาพลักษณ์องค์กร วิจัยและพัฒนางานประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร จัดทำฐานข้อมูลประชาสัมพันธ์ งานด้านการสื่อสารภายในภายนอกองค์กร จัดกิจกรรมสัมพันธ์กับหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร สนับสนุนกิจกรรมประชาสัมพันธ์และสาธารณประโยชน์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ งานธุรกรรมการเงินเกี่ยวกับการจัดทำสัญญาจัดซื้อ-จัดจ้างบริษัท หน่วยงาน องค์กรต่างๆ สรุปและวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามแผนประชาสัมพันธ์องค์กร และแผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน / โครงการ แต่ละกองจะต้องทำการสื่อสารข่าวสารความเคลื่อนไหวไปยังบุคลากรในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่โดยผ่านการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ วารสาร โปสเตอร์ จดหมายข่าว เสียงตามสาย กิจกรรม นิตรรศการ อินทราเน็ต และ สื่อวีดิทัศน์

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมสื่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต่อไป นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ให้กับฝ่ายประชาสัมพันธ์ และฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงสื่อที่ใช้ใน

การประชาสัมพันธ์ให้ดีขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของปีต่อไปให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้นรวมทั้งสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ที่ตรงกันระหว่างบุคลากรภายในองค์กรและประชาชนทั่วไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้ไฟฟ้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้ไฟฟ้า

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยเป็นการศึกษาการเปิดรับข่าวสารและความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ คือ ผู้ใช้ไฟฟ้าทั่วไป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 109,454 คน อ้างอิงจากกองเศรษฐกิจพลังงานไฟฟ้า ฝ่ายนโยบายเศรษฐกิจพลังงาน (31 สิงหาคม พ.ศ. 2552) โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของทาโร ยามาเน่ ได้จำนวน 205 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้ไฟฟ้า ประกอบด้วย

2.1.1.1 เพศ

2.1.1.2 อายุ

2.1.1.3 ระดับการศึกษา

2.1.1.4 อาชีพ

2.1.1.5 รายได้ต่อเดือน

2.1.2 การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้ไฟฟ้า ประกอบด้วย

2.1.2.1 วัตถุประสงค์การเปิดรับข่าวสาร

2.1.2.2 แหล่งของข่าวสารที่เปิดรับ

2.1.2.3 ปริมาณการเปิดรับข่าวสารต่อสัปดาห์

2.1.2.4 การรับข่าวสารจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่

2.2.1 ความคิดเห็นที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ประกอบด้วย

2.2.1.1 ความน่าสนใจของสื่อโฆษณา

2.2.1.2 ความน่าเชื่อถือของสื่อประชาสัมพันธ์

2.2.1.3 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

2.2.1.4 การบริการของพนักงาน

2.2.1.5 ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ

3. ขอบเขตด้านสถานที่ คือ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 2 เดือน ตั้งแต่เดือน

กันยายน - ตุลาคม พ.ศ. 2552

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้ไฟฟ้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าได้ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
2. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุง พัฒนาและส่งเสริมสื่อการประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น
3. สามารถนำผลการวิจัยวิจัยมาเป็นแนวทางในการวางแผนการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

นิยามศัพท์เฉพาะ

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการที่ใช้ในการเลือกรับสารซึ่งเป็นสิ่งเร้าและจัดรูปแบบสารเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ ความน่าสนใจของสื่อ โฆษณา ความน่าเชื่อถือของการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร การบริการของพนักงาน และความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ

ความน่าสนใจของสื่อ โฆษณา หมายถึง รูปแบบ สวยงาม ดึงดูดใจ การออกแบบ เข้าใจง่าย มีการปรับปรุงตลอดเวลา เนื้อหาทันสมัย และใช้ภาษาเข้าใจง่าย

ความน่าเชื่อถือของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ข้อมูลมีความถูกต้อง ข้อมูลมีความอ้างอิงได้ตลอดเวลา มีฐานข้อมูลออนไลน์ตลอด 24 ชม. สามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ได้ 24 ชม. และชัดเจนและแม่นยำ

การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร หมายถึง จดจำชื่อ กฟภ. ได้ทุกครั้ง สามารถบอกสีของตราสัญลักษณ์ ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เจ้าหน้าที่มีการสวมใส่ยูนิฟอร์ม และจดจำเบอร์ Call center ได้

การบริการของพนักงาน หมายถึง แก้ไขปัญหาการใช้ไฟฟ้า แก้ไขปัญหาในระบบไฟฟ้า สถานที่ชำระค่าบริการ การช่วยเหลือสังคม และการให้คำปรึกษา

ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ หมายถึง ได้แก่ สามารถรับข้อมูลได้ทุก 15 นาที รับรองด้วยระบบ GPRS / GSM / CDMA ศูนย์บริการตรวจสอบข้อมูล 24 ชั่วโมง มีการติดตั้ง SERVER รองรับข้อมูล และการติดต่อมีความสะดวก

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงถึงการยอมรับเกี่ยวกับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคผ่านสื่อในด้านต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ

หนังสือพิมพ์ ได้แก่ วัตถุประสงค์การเปิดรับข่าวสาร แหล่งของข่าวสารที่เปิดรับ ปริมาณการเปิดรับข่าวสารต่อสัปดาห์ และการรับข่าวสารจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

วัตถุประสงค์การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง พฤติกรรมของผู้ใช้ไฟฟ้าในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ โดยจำแนกตามความต้องการ ได้แก่ เพื่อความรู้ เพื่อความบันเทิง เพื่อการศึกษา และเพื่อผ่อนคลาย

แหล่งของข่าวสารที่เปิดรับ หมายถึง แหล่งของข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ โดยผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และสื่อรณรงค์ต่างๆ

ปริมาณการเปิดรับข่าวสารต่อสัปดาห์ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสารต่อสัปดาห์ ของผู้ใช้ไฟฟ้า

การรับข่าวสารจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค หมายถึง การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในช่องทางสื่อต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และสื่อรณรงค์ต่างๆ

ผู้ใช้ไฟฟ้า หมายถึง ผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตพระนครศรีอยุธยา