

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารและความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้ไฟฟ้า 2) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และ 3) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้ไฟฟ้า การรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้ไฟฟ้าทั่วไปในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 205 ชุด ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และค่า One-way ANOVA : F-test สรุปผลดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารและความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้ไฟฟ้า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 35 – 44 ปี มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท

2. การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้ไฟฟ้า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การเปิดรับข่าวสารเพื่อความรู้ มีแหล่งข่าวที่เปิดรับ คือ หนังสือพิมพ์ มีปริมาณการเปิดรับข่าวสาร/สัปดาห์ ประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตทุกวัน และมีการรับข่าวสารจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ประเภทหนังสือพิมพ์

3. ผู้ใช้ไฟฟ้ามีระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าสนใจของสื่อโฆษณา ด้านความน่าเชื่อถือของสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ ผู้ใช้ไฟฟ้ามีระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอยู่ในระดับมากที่สุด

4. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้ไฟฟ้า

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสารและความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้ไฟฟ้า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การเปิดรับข่าวสารเพื่อความรู้ เนื่องจากผู้ใช้ไฟฟ้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงาน และมีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จึงเลือกที่จะอ่านข่าวสารเพื่อเพิ่มความรู้และนำไปใช้ประโยชน์กับชีวิตประจำวันหรืองานที่รับผิดชอบได้ มีแหล่งข่าวที่เปิดรับ คือ หนังสือพิมพ์ เนื่องจากเป็นแหล่งข่าวที่เข้าถึงได้ง่ายที่สุด ข่าวสารมีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน และสามารถหาอ่านได้ง่าย มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตทุกวัน เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของทุกคนมากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งข่าวสารที่มีความสะดวกรวดเร็วในการค้นหาข้อมูล ข่าวสารที่ต้องการ จึงมีการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นทุกวัน และมีการรับข่าวสารจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคประเภทหนังสือพิมพ์ เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ง่ายและมีความสะดวกในการให้ข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้ทราบอย่างละเอียดและเข้าใจง่ายที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุขพร มาณะสกุลเจริญ (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย พบว่า การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด มีความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ในเกณฑ์มาก ส่วนความแตกต่างทางประชากรมีการเปิดรับสื่อแต่ละประเภทแตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ดาราวรรณ ศรีสุกใส (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีผลต่อความรู้ ทักษะคิด และการใช้รถไฟฟ้า บีทีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้า บีทีเอสผ่านสื่อมวลชน คือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล คือ พ่อ แม่ ญาติ เพื่อนมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ รถไฟฟ้า บีทีเอส

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้ามีระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าสนใจของสื่อโฆษณา ด้านความน่าเชื่อถือของสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ ผู้ใช้ไฟฟ้ามีระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.)

มีการออกแบบที่สวยงาม มีสีสันสะดุดตา ข้อมูลอ่านแล้วเข้าใจง่าย ซึ่งมีการให้บริการออนไลน์ โดยผ่าน Call center และบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อความสะดวกสำหรับผู้ใช้ไฟฟ้า ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการ เพื่อตอบปัญหาและข้อสงสัยรวมถึงให้คำปรึกษาเกี่ยวกับข้อมูลการใช้ไฟฟ้า ช่องทางและวิธีการชำระเงิน รวมถึงข้อซักถามอื่นๆ ซึ่งปัจจุบันการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ได้มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ไฟฟ้า ให้ได้รับข้อมูล ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ได้สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนุชรี คิริเสถียร (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยคริสเตียน ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทนักศึกษามีการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ประเภทโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ผ่านสื่อเฉพาะกิจ ประเภทอินเทอร์เน็ต และผ่านสื่อบุคคล ประเภทผู้ปกครอง/ญาติ มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด และการรับรู้เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทนักศึกษามีการรับรู้เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับมาก ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน เนื่องจากผู้ใช้ไฟฟ้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงาน จึงมีวิธีการเลือกในการรับรู้ข่าวสารซึ่งต้องใช้เหตุผลมากกว่าและเมื่อมีความคิดเห็นว่าสื่อที่บริโภคตรงต่อความต้องการจึงมีความพึงพอใจสูงกว่า

3. ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

3.1 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้ไฟฟ้า พบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีเพศ และอาชีพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ด้านความน่าสนใจของสื่อโฆษณาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิธินี วรรณสกล (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจจากสื่อประเภทต่างๆต่างกัน

3.2 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้ไฟฟ้า พบว่า

3.2.1 ผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีวัตถุประสงค์การเปิดรับข่าวสารต่างกัน มีระดับความคิดเห็น ที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ด้านความน่าสนใจของสื่อโฆษณา และด้านความน่าเชื่อถือของสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสารการ

ประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีผลต่อความรู้ ทัศนคติ และการใช้รถไฟฟ้า บีทีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ของ คาราวรรณ ศรีสุกใส (2542 : บทคัดย่อ) ในเรื่องความรู้เกี่ยวกับโครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส

3.2.2 ผู้ใช้ไฟฟ้า ที่มีแหล่งของข่าวสารที่เปิดรับต่างกัน มีระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ด้านความน่าสนใจของสื่อโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร และด้านความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต ของ สุขพร มาฆะสกุลเจริญ (2544 : บทคัดย่อ) ในเรื่องการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ และความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์

3.2.3 ผู้ใช้ไฟฟ้า ที่มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารต่อสัปดาห์ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ด้านความน่าสนใจของสื่อโฆษณา และด้านการบริการของพนักงานแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต ของ สุขพร มาฆะสกุลเจริญ (2544 : บทคัดย่อ) ในเรื่องการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ และความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 ด้านความน่าสนใจของสื่อโฆษณา ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบในการจัดวางตัวอักษร การใช้สีสັນให้สะดุดตาและตรงกับเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการเพิ่มรูปภาพ หรือตัวการ์ตูนเพื่อดึงดูดใจให้ผู้อ่านเกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือของสื่อประชาสัมพันธ์ ควรมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการผู้ใช้ไฟฟ้า ตลอด 24 ชม. เพื่อให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามให้กับผู้ใช้ไฟฟ้าได้อย่างทันถ่วงที และเพื่อให้ผู้ใช้ไฟฟ้าเกิดความมั่นใจในข้อมูลที่ได้รับว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง

1.3 ด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ควรมีการประชาสัมพันธ์ โดยเน้นย้ำชื่อและอักษรย่อของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ให้ชัดเจน และบ่อยครั้งขึ้น รวมถึงเมื่อมีการลงข้อมูล ข่าวสารในสื่อต่างๆ ควรมีการจัดทำรูปแบบสื่อโดยเน้นโลโก้ให้ชัดเจน ซึ่งอาจทำขนาดของโลโก้ให้ใหญ่ขึ้นหรือเน้นสีให้เกิดมิติ เพื่อให้สะดุดตามากยิ่งขึ้น

1.4 ด้านการบริการของพนักงาน ควรจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ทั้งระบบ ทั้งข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้ไฟฟ้าอย่างถูกวิธี การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อเกิดไฟฟ้าขัดข้อง ช่องทางการชำระค่าบริการ รวมถึงการให้คำปรึกษาในเรื่องอื่นๆ ที่ผู้ใช้ไฟฟ้าเกิดความสงสัย เพื่อให้ผู้ใช้ไฟฟ้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สูงสุด

1.5 ด้านความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ ควรมีการเปิดช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้ไฟฟ้ากับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เช่น Call center หรือ Internet เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และควรมีการพัฒนาช่องทางการให้บริการเพิ่มมากขึ้นด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาถึงการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.2 ควรมีการศึกษาถึงความเชื่อถือและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา