

อโนทัย อัมพะมัต 2554: การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการดูแลระบบไฟฟ้า และการจำแนกกลุ่มของผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตพื้นที่การไฟฟ้านครหลวง ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:
อาจารย์ธีรรัตน์ วรพิเชฐ, Ph.D. 112 หน้า

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจและปัจจัยที่เกี่ยวกับการใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตพื้นที่การไฟฟ้านครหลวง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการดูแลระบบไฟฟ้า ของผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตพื้นที่การไฟฟ้านครหลวง 3) เพื่อจำแนกกลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตพื้นที่การไฟฟ้านครหลวง ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ การวิจัยเชิงพรรณนาจากการตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ไฟฟ้าหน่วยธุรกิจ แรงดันกลางและแรงดันสูงในเขตพื้นที่ของการไฟฟ้านครหลวง จำนวน 400 ตัวอย่าง จากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยสถิติที่นำมาใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การลำดับความสำคัญของปัจจัยจากค่าคะแนนเฉลี่ย และการจำแนกกลุ่ม(K Mean Cluster)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญมาก คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบริการ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเที่ยงตรงของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่นำมาใช้ การจำแนกกลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม โดยที่กลุ่มที่ 1 กลุ่มเน้นความสำคัญในบริการที่รวดเร็วแม่นยำ จำนวน 161 ตัวอย่าง ร้อยละ 40.50 กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความสำคัญเรื่องความเชี่ยวชาญ และการให้คำปรึกษา จำนวน 72 ตัวอย่าง ร้อยละ 18.00 กลุ่มที่ 3 กลุ่มเน้นความสำคัญในบริการแบบครบวงจร รวมทั้งบริการหลังการขาย จำนวน 167 ตัวอย่าง ร้อยละ 41.50