

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันทุกองค์กรต่างมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยจำเป็นต้องสรรหาสินค้าและบริการที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้สูงสุด แต่การที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้าได้นั้น องค์กรต้องกระบบภายในที่สนับสนุนการให้บริการลูกค้า (Gilbert, 2000: Online) ซึ่งระบบภายในขององค์กรเกิดจากการที่หน่วยงานหนึ่งให้บริการแก่อีกหน่วยงานหนึ่งไปเป็นทอดๆ โดยหน่วยงานที่เป็นผู้รับบริการถือได้ว่าเป็นลูกค้าภายใน ดังนั้น จึงเกิดแนวคิดสำคัญที่ว่าหากมีการจัดบริการที่ดีขึ้นให้แก่ลูกค้าภายใน ต่อจากนั้นลูกค้าภายนอกก็จะได้รับบริการที่มีคุณภาพดีขึ้นด้วย (Bouranta, Ghitris and Paravantis, 2008: Online) ตามที่ Heskett และคณะได้อธิบายห่วงโซ่บริการแห่งกำไร (The Service-Profit Chain) ไว้ว่า ผลกำไรและการเติบโตขององค์กรเกิดขึ้นจากความภักดีของลูกค้า ความภักดีก็เกิดจากความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจก็เกิดจากคุณค่าบริการที่ได้รับ ซึ่งคุณค่านั้นก็ถูกสร้างโดยพนักงานที่มีความพึงพอใจและความภักดี และความพึงพอใจของพนักงานก็เป็นผลมาจากการสนับสนุนของบริการภายในที่เปี่ยมด้วยคุณภาพ และนโยบายที่ช่วยให้พนักงานสามารถส่งมอบบริการแก่ลูกค้า (Heskett et al., 1994: Online)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้เล็งเห็นความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า จึงกำหนดภารกิจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการโดยการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค, ฝายนโยบายและยุทธศาสตร์, 2552: ออนไลน์) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีพื้นที่ให้บริการประชาชนในส่วนภูมิภาคทุกจังหวัดทั่วประเทศ ยกเว้นจังหวัดนนทบุรี สมุทรปราการ และกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเขตรับผิดชอบของการไฟฟ้านครหลวง ดังนั้น พื้นที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 ภาคเหนือ จึงมีความน่าสนใจ เนื่องจากครอบคลุมจังหวัดเชียงใหม่ ที่ถือว่าเป็นเมืองหลักของภาคเหนือและเป็นศูนย์กลางการพาณิชย์อุตสาหกรรม มีการพัฒนาเติบโตอย่างรวดเร็ว มีศักยภาพในการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และการลงทุน จนเป็นเมืองเศรษฐกิจใหญ่อันดับ 2 ของประเทศไทยรองจากกรุงเทพมหานคร (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สถาบันวิจัยสังคม, 2551: ออนไลน์) ดังนั้น การให้บริการด้านสาธารณูปโภคจึงต้องสามารถตอบสนองกับการพัฒนาของจังหวัดและความต้องการของผู้ใช้ไฟฟ้าได้อย่างมีคุณภาพ

สายงานปฏิบัติการเครือข่ายเป็นหน่วยงานผู้ให้บริการภายในของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค มีหน้าที่ให้บริการเพื่อสนับสนุนสายงานจำหน่ายและบริการ ในการให้บริการแก่ลูกค้าภายนอกต่อไป ดังนั้น เพื่อตอบสนองภารกิจของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง สายงานปฏิบัติการเครือข่ายจึงกำหนดแผนปฏิบัติการประจำปี 2552 - 2557 ที่มุ่งเน้นการสร้างประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักรองผู้ว่าการปฏิบัติการเครือข่าย, คำสั่งที่ 4/2552 เรื่อง มอบหมายงานในสายงานปฏิบัติการเครือข่าย, 30 มีนาคม 2552) โดยทำการสำรวจความพึงพอใจของสายงานจำหน่ายและบริการซึ่งจัดว่าเป็นลูกค้าภายใน และหากพนักงานมีทั้งความพึงพอใจต่อการให้บริการภายในและมีความผูกพันต่อองค์กรก็จะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าภายนอกได้มากขึ้น ดังนั้นจึงควรทำการวัดความผูกพันต่อองค์กรของลูกค้าภายในด้วย (Employee-organization Engagement) เพราะความผูกพันของพนักงานจะทำให้เกิดความปรารถนาในการสร้างผลงานต่อองค์กร และระดับของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานก็มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานของหน่วยงาน ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ความสามารถในการทำกำไรของกิจการ และผลิตภาพของหน่วยงานด้วย (Harter et al., 2002 อ้างถึงใน Burk et al., 2009: Online)

ในการศึกษานี้ จึงทำการสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้าภายในที่มีต่อคุณภาพบริการของสายงานปฏิบัติการเครือข่าย และระดับความผูกพันของลูกค้าภายในที่มีต่อองค์กร โดยจะศึกษาว่าระดับความพึงพอใจต่อมิติคุณภาพบริการแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์กับระดับความผูกพันต่อองค์กรหรือไม่ และหากมีความสัมพันธ์กันแล้ว การพัฒนาคุณภาพบริการมิติใดบ้างที่จะทำให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น ผลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับปรุงการให้บริการของสายงานปฏิบัติงานเครือข่าย ซึ่งนอกจากจะทำให้การบริการภายในดีขึ้นแล้ว ยังเป็นการปรับปรุงในประเด็นที่สำคัญอย่างแท้จริง เพราะอาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับระดับความผูกพันต่อองค์กรของลูกค้าภายใน การศึกษานี้ จึงเกิดประโยชน์ทั้งฝ่ายผู้ให้บริการภายในและลูกค้าภายใน ส่งผลให้ระบบภายในของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีศักยภาพในการสนับสนุนการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าภายนอก

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพบริการภายในของผู้ให้บริการ
2. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้รับบริการ

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อมิตិคุณภาพบริการและความผูกพันต่อองค์กร

### 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพบริการภายในของผู้ให้บริการ
2. ทำให้ทราบระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้รับบริการ
3. ทำให้ทราบว่าความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการภายในมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรหรือไม่ และมิติคุณภาพบริการภายในด้านใดที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของผู้รับบริการ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการแก่ผู้รับบริการ และเพื่อเพิ่มความผูกพันที่มีต่อองค์กรของผู้รับบริการให้มากยิ่งขึ้น

### 1.4 นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการต่อบริการภายในที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ซึ่งอาจมีทั้งพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

**ผู้รับบริการ/ลูกค้าภายใน** หมายถึง บุคลากรของสายงานจำหน่ายและบริการในพื้นที่ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 ภาคเหนือ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 แผนกคือ แผนกปฏิบัติการและบำรุงรักษา แผนกก่อสร้าง และแผนกก่อสร้างและปฏิบัติการ โดยทั้ง 3 แผนกนี้เป็นผู้รับบริการจากสายงานปฏิบัติการเครือข่าย ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นลูกค้าในห่วงโซ่บริการภายในของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

**คุณภาพบริการภายใน** หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการภายในของผู้ให้บริการ ซึ่งประกอบด้วยความเป็นมืออาชีพ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ การทำงานที่เอื้ออำนวยต่อสถานการณ์ การติดต่อสื่อสาร และการคำนึงถึงผู้อื่น

**สายงานปฏิบัติการเครือข่าย** หมายถึง หน่วยงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค มีหน้าที่เป็นผู้ให้บริการภายในแก่สายงานจำหน่ายและบริการหรือผู้รับบริการ ซึ่งภายในสายงานปฏิบัติการเครือข่ายได้แบ่งออกเป็น 5 หน่วยงานผู้ให้บริการ คือ หน่วยงานควบคุมการจ่ายไฟ หน่วยงานระบบสื่อสาร หน่วยงานบำรุงรักษาและซ่อมแซมอุปกรณ์ป้องกันและตัดตอน หน่วยงานระบบฐานข้อมูลแผนที่ทางภูมิศาสตร์ และหน่วยงานวางแผนระบบไฟฟ้า (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สายงานปฏิบัติการเครือข่าย, 2552: 1-2)

**สายงานจำหน่ายและบริการ** หมายถึง หน่วยงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งเป็นผู้รับบริการจากสายงานปฏิบัติการเครือข่ายเพื่อมาดำเนินการต่อ โดยหน้าที่ในการให้บริการทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าภายนอก และจำหน่ายกระแสไฟฟ้าให้แก่ผู้ใช้ไฟได้อย่างพอเพียงมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ใช้ไฟได้รับความพึงพอใจในการรับบริการ (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สายงานปฏิบัติการเครือข่าย, 2552: 2)

**ความผูกพันต่อองค์กร** หมายถึง ความรู้สึกต่อองค์กรของพนักงานสายงานจำหน่ายและบริการ ที่ทำให้เกิดความขยันและมุ่งมั่นทำงานเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งพนักงานที่มีความผูกพันสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร พนักงานที่ไม่รู้สึกผูกพันต่อองค์กร และพนักงานที่ไม่มีความสุขต่อการทำงานในองค์กร