

รายงานฉบับสมบูรณ์ (FINAL REPORT)



เล่มที่

2

โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับ ลูกค้าและตลาด ประจำปี 2563

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.)



สารบัญ

1.	บทนำ.....	1
2.	ขอบเขตการศึกษาวิจัย	5
2.1	ประเด็นการสำรวจ.....	6
2.2	เนื้อหาการสำรวจ	6
2.3	ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและประเด็นการสำรวจ	7
3.	ระเบียบวิธีวิจัยในการสำรวจ	9
3.1	รายละเอียดกลุ่มลูกค้า.....	10
3.1.1	กลุ่มลูกค้าตลาดธุรกิจหลัก.....	10
3.1.2	กลุ่มลูกค้าตลาดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง.....	16
3.2	วิธีการสำรวจภาคสนาม	18
3.2.1	พื้นที่ในการเก็บข้อมูลการสำรวจ.....	18
3.2.2	ขั้นตอนการทำงานของทีมงานภาคสนาม	19
3.2.3	แนวทางการสำรวจภาคสนาม	21
3.2.4	แผนผังการแบ่งกลุ่มทีมงานภาคสนาม.....	22
3.3	โมเดลที่ใช้ในการวิเคราะห์ประเด็นการสำรวจ.....	23
4.	ผลการสำรวจ ปี 2563	25
4. 1	ผลการวิเคราะห์ในภาพรวม.....	26
4. 2	ผลการวิเคราะห์ภาคเหนือ	49
4.2.1	ผลการวิเคราะห์ กพน.1	72
4.2.2	ผลการวิเคราะห์ กพน.2.....	95
4.2.3	ผลการวิเคราะห์ กพน.3.....	118
4. 3	ผลการวิเคราะห์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	141
4.3.1	ผลการวิเคราะห์ กพฉ.1	164
4.3.2	ผลการวิเคราะห์ กพฉ.2.....	187
4.3.3	ผลการวิเคราะห์ กพฉ.3.....	210

4.4	ผลการวิเคราะห์ภาคกลาง	233
4.4.1	ผลการวิเคราะห์ กฟก.1	256
4.4.2	ผลการวิเคราะห์ กฟก.2	279
4.4.3	ผลการวิเคราะห์ กฟก.3	302
4.5	ผลการวิเคราะห์ภาคใต้	325
4.5.1	ผลการวิเคราะห์ กฟต.1	348
4.5.2	ผลการวิเคราะห์ กฟต.2	371
4.5.3	ผลการวิเคราะห์ กฟต.3	394

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2-1 ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและประเด็นการสำรวจ (ธุรกิจหลัก)	7
ตารางที่ 2-2 ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและประเด็นการสำรวจ (ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง).....	8
ตารางที่ 3-1 การกำหนดจำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก	11
ตารางที่ 3-2 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก: ลูกค้าปัจจุบัน.....	12
ตารางที่ 3-3 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก: ลูกค้าปัจจุบันที่เคยประสบปัญหาไฟฟ้าขัดข้องใน 1 ปี	12
ตารางที่ 3-4 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก: ลูกค้าคู่แข่ง กปน.....	15
ตารางที่ 3-5 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก: ลูกค้าคู่แข่งและอดีตลูกค้า	15
ตารางที่ 3-6 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก: ลูกค้าอนาคต	16
ตารางที่ 3-7 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง: ลูกค้าปัจจุบัน	17
ตารางที่ 3-8 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง: ลูกค้าคู่แข่งและผู้ที่เป็นลูกค้าในอนาคต	17
ตารางที่ 3-9 พื้นที่ในการเก็บข้อมูลการสำรวจ	18
ตารางที่ 3-10 ขั้นตอนการทำงานของทีมงานภาคสนามโดยละเอียด	20
ตารางที่ 3-11 แนวทางการสำรวจภาคสนาม	21
ตารางที่ 3-12 แผนผังการควบคุมงานภาคสนาม	22
ตารางที่ 3-13 โมเดลที่ใช้ในการวิเคราะห์ประเด็นการสำรวจ.....	23
ทั่วประเทศ	
ตารางที่ 4-1 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	27
ตารางที่ 4-2 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย	29
ตารางที่ 4-3 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ.....	31
ตารางที่ 4-4 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	44
ตารางที่ 4-5 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	45
ตารางที่ 4-6 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย	45
ตารางที่ 4-7 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ	46
ภาคเหนือ	
ตารางที่ 4-8 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	50
ตารางที่ 4-9 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย	52
ตารางที่ 4-10 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	54
ตารางที่ 4-11 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	67
ตารางที่ 4-12 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	68
ตารางที่ 4-13 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย	68
ตารางที่ 4-14 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	69

กฟน.1

ตารางที่ 4-15 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	73
ตารางที่ 4-16 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	75
ตารางที่ 4-17 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	77
ตารางที่ 4-18 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	90
ตารางที่ 4-19 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	91
ตารางที่ 4-20 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	91
ตารางที่ 4-21 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	92

กฟน.2

ตารางที่ 4-22 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	96
ตารางที่ 4-23 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	98
ตารางที่ 4-24 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	100
ตารางที่ 4-25 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	113
ตารางที่ 4-26 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	114
ตารางที่ 4-27 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	115
ตารางที่ 4-28 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	115

กฟน.3

ตารางที่ 4-29 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	119
ตารางที่ 4-30 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	121
ตารางที่ 4-31 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	123
ตารางที่ 4-32 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	136
ตารางที่ 4-33 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	137
ตารางที่ 4-34 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	137
ตารางที่ 4-35 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	138

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4-36 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	142
ตารางที่ 4-37 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	144
ตารางที่ 4-38 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	146
ตารางที่ 4-39 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	159
ตารางที่ 4-40 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	160
ตารางที่ 4-41 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	160
ตารางที่ 4-42 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	161

กฟฉ.1

ตารางที่ 4-43 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	165
ตารางที่ 4-44 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	167
ตารางที่ 4-45 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	169
ตารางที่ 4-46 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	182
ตารางที่ 4-47 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	183
ตารางที่ 4-48 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	183
ตารางที่ 4-49 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	184

กฟฉ.2

ตารางที่ 4-50 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	188
ตารางที่ 4-51 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	190
ตารางที่ 4-52 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	192
ตารางที่ 4-53 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	205
ตารางที่ 4-54 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	206
ตารางที่ 4-55 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย	206
ตารางที่ 4-56 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	207

กฟฉ.3

ตารางที่ 4-57 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	211
ตารางที่ 4-58 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	213
ตารางที่ 4-59 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	215
ตารางที่ 4-60 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	228
ตารางที่ 4-61 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	229
ตารางที่ 4-62 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย	229
ตารางที่ 4-63 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	230

ภาคกลาง

ตารางที่ 4-64 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	234
ตารางที่ 4-65 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	236
ตารางที่ 4-66 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	238
ตารางที่ 4-67 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	251
ตารางที่ 4-68 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	252
ตารางที่ 4-69 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย	252
ตารางที่ 4-70 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	253

กฟภ.1

ตารางที่ 4-71 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	257
ตารางที่ 4-72 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	259
ตารางที่ 4-73 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	261
ตารางที่ 4-74 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	274
ตารางที่ 4-75 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	275
ตารางที่ 4-76 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย	275
ตารางที่ 4-77 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	276

กฟภ.2

ตารางที่ 4-78 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	280
ตารางที่ 4-79 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	282
ตารางที่ 4-80 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	284
ตารางที่ 4-81 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	297
ตารางที่ 4-82 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	298
ตารางที่ 4-83 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย	298
ตารางที่ 4-84 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	299

กฟก.3

ตารางที่ 4-85 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	303
ตารางที่ 4-86 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	305
ตารางที่ 4-87 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	307
ตารางที่ 4-88 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	320
ตารางที่ 4-89 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	321
ตารางที่ 4-90 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย	321
ตารางที่ 4-91 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	322

ภาคใต้

ตารางที่ 4-92 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	326
ตารางที่ 4-93 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	328
ตารางที่ 4-94 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	330
ตารางที่ 4-95 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	343
ตารางที่ 4-96 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	344
ตารางที่ 4-97 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย	344
ตารางที่ 4-98 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ.....	345

กฟต.1

ตารางที่ 4-99 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่.....	349
ตารางที่ 4-100 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	351
ตารางที่ 4-101 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	353
ตารางที่ 4-102 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	366
ตารางที่ 4-103 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่	367
ตารางที่ 4-104 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	367
ตารางที่ 4-105 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ	368

กฟต.2

ตารางที่ 4-106 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่	372
ตารางที่ 4-107 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	374
ตารางที่ 4-108 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	376
ตารางที่ 4-109 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	389
ตารางที่ 4-110 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่	390
ตารางที่ 4-111 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	390
ตารางที่ 4-112 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ	391

กฟต.3

ตารางที่ 4-113 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่	395
ตารางที่ 4-114 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	397
ตารางที่ 4-115 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ	399
ตารางที่ 4-116 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร	412
ตารางที่ 4-117 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่	413
ตารางที่ 4-118 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย.....	413
ตารางที่ 4-119 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ	414

สารบัญแผนภูมิ

ทั่วประเทศ

แผนภูมิที่ 4-1 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	26
แผนภูมิที่ 4-2 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย.....	26
แผนภูมิที่ 4-3 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	47
แผนภูมิที่ 4-4 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย.....	47
แผนภูมิที่ 4-5 ธุรกิจเสริม.....	48
แผนภูมิที่ 4-6 ธุรกิจใหม่.....	48

ภาคเหนือ

แผนภูมิที่ 4-7 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	49
แผนภูมิที่ 4-8 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย.....	49
แผนภูมิที่ 4-9 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	70
แผนภูมิที่ 4-10 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย.....	70
แผนภูมิที่ 4-11 ธุรกิจเสริม.....	71
แผนภูมิที่ 4-12 ธุรกิจใหม่.....	71

กฟน.1

แผนภูมิที่ 4-13 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	72
แผนภูมิที่ 4-14 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย.....	72
แผนภูมิที่ 4-15 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	93
แผนภูมิที่ 4-16 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย.....	93
แผนภูมิที่ 4-17 ธุรกิจเสริม.....	94
แผนภูมิที่ 4-18 ธุรกิจใหม่.....	94

กฟน.2

แผนภูมิที่ 4-19 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	95
แผนภูมิที่ 4-20 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย.....	95
แผนภูมิที่ 4-21 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	116
แผนภูมิที่ 4-22 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย.....	116
แผนภูมิที่ 4-23 ธุรกิจเสริม.....	117
แผนภูมิที่ 4-24 ธุรกิจใหม่.....	117

กฟน.3

แผนภูมิที่ 4-25 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	118
แผนภูมิที่ 4-26 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	118
แผนภูมิที่ 4-27 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	139
แผนภูมิที่ 4-28 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	139
แผนภูมิที่ 4-29 ธุรกิจเสริม.....	140
แผนภูมิที่ 4-30 ธุรกิจใหม่	140

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

แผนภูมิที่ 4-31 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	141
แผนภูมิที่ 4-32 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	141
แผนภูมิที่ 4-33 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	162
แผนภูมิที่ 4-34 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	162
แผนภูมิที่ 4-35 ธุรกิจเสริม.....	163
แผนภูมิที่ 4-36 ธุรกิจใหม่	163

กฟฉ.1

แผนภูมิที่ 4-37 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	164
แผนภูมิที่ 4-38 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	164
แผนภูมิที่ 4-39 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	185
แผนภูมิที่ 4-40 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	185
แผนภูมิที่ 4-41 ธุรกิจเสริม.....	186
แผนภูมิที่ 4-42 ธุรกิจใหม่	186

กฟฉ.2

แผนภูมิที่ 4-43 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	187
แผนภูมิที่ 4-44 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	187
แผนภูมิที่ 4-45 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	208
แผนภูมิที่ 4-46 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	208
แผนภูมิที่ 4-47 ธุรกิจเสริม.....	209
แผนภูมิที่ 4-48 ธุรกิจใหม่	209

กฟฉ.3

แผนภูมิที่ 4-49 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	210
แผนภูมิที่ 4-50 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	210
แผนภูมิที่ 4-51 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	231

แผนภูมิที่ 4-52 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	231
แผนภูมิที่ 4-53 ธุรกิจเสริม	232
แผนภูมิที่ 4-54 ธุรกิจใหม่	232
ภาคกลาง	
แผนภูมิที่ 4-55 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	233
แผนภูมิที่ 4-56 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	233
แผนภูมิที่ 4-57 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	254
แผนภูมิที่ 4-58 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	254
แผนภูมิที่ 4-59 ธุรกิจเสริม	255
แผนภูมิที่ 4-60 ธุรกิจใหม่	255
กฟก.1	
แผนภูมิที่ 4-61 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	256
แผนภูมิที่ 4-62 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	256
แผนภูมิที่ 4-63 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	277
แผนภูมิที่ 4-64 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	277
แผนภูมิที่ 4-65 ธุรกิจเสริม	278
แผนภูมิที่ 4-66 ธุรกิจใหม่	278
กฟก.2	
แผนภูมิที่ 4-67 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	279
แผนภูมิที่ 4-68 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	279
แผนภูมิที่ 4-69 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	300
แผนภูมิที่ 4-70 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	300
แผนภูมิที่ 4-71 ธุรกิจเสริม	301
แผนภูมิที่ 4-72 ธุรกิจใหม่	301
กฟก.3	
แผนภูมิที่ 4-73 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	302
แผนภูมิที่ 4-74 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	302
แผนภูมิที่ 4-75 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	323
แผนภูมิที่ 4-76 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	323
แผนภูมิที่ 4-77 ธุรกิจเสริม	324
แผนภูมิที่ 4-78 ธุรกิจใหม่	324

ภาคใต้

แผนภูมิที่ 4-79 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	325
แผนภูมิที่ 4-80 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	325
แผนภูมิที่ 4-81 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	346
แผนภูมิที่ 4-82 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	346
แผนภูมิที่ 4-83 ธุรกิจเสริม.....	347
แผนภูมิที่ 4-84 ธุรกิจใหม่	347

กฟต.1

แผนภูมิที่ 4-85 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	348
แผนภูมิที่ 4-86 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	348
แผนภูมิที่ 4-87 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	369
แผนภูมิที่ 4-88 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	369
แผนภูมิที่ 4-89 ธุรกิจเสริม.....	370
แผนภูมิที่ 4-90 ธุรกิจใหม่	370

กฟต.2

แผนภูมิที่ 4-91 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	371
แผนภูมิที่ 4-92 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	371
แผนภูมิที่ 4-93 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	392
แผนภูมิที่ 4-94 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	392
แผนภูมิที่ 4-95 ธุรกิจเสริม.....	393
แผนภูมิที่ 4-96 ธุรกิจใหม่	393

กฟต.3

แผนภูมิที่ 4-97 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	394
แผนภูมิที่ 4-98 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย	394
แผนภูมิที่ 4-99 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร.....	415
แผนภูมิที่ 4-100 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย.....	415
แผนภูมิที่ 4-101 ธุรกิจเสริม	416
แผนภูมิที่ 4-102 ธุรกิจใหม่.....	416

สารบัญแผนภาพ

ทั่วประเทศ

แผนภาพที่ 4-1 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	34
แผนภาพที่ 4-2 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	35
แผนภาพที่ 4-3 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	36
แผนภาพที่ 4-4 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	37
แผนภาพที่ 4-5 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	38
แผนภาพที่ 4-6 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการในภาพรวม	39
แผนภาพที่ 4-7 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม	40
แผนภาพที่ 4-8 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	41
แผนภาพที่ 4-9 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	42
แผนภาพที่ 4-10 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม	43

ภาคเหนือ

แผนภาพที่ 4-11 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	57
แผนภาพที่ 4-12 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	58
แผนภาพที่ 4-13 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	59
แผนภาพที่ 4-14 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	60
แผนภาพที่ 4-15 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	61
แผนภาพที่ 4-16 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	62
แผนภาพที่ 4-17 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม	63
แผนภาพที่ 4-18 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	64
แผนภาพที่ 4-19 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	65
แผนภาพที่ 4-20 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม	66

กฟน.1

แผนภาพที่ 4-21 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	80
แผนภาพที่ 4-22 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	81
แผนภาพที่ 4-23 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	82
แผนภาพที่ 4-24 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	83
แผนภาพที่ 4-25 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	84
แผนภาพที่ 4-26 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	85
แผนภาพที่ 4-27 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม	86

แผนภาพที่ 4-28 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	87
แผนภาพที่ 4-29 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	88
แผนภาพที่ 4-30 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม	89

กฟน.2

แผนภาพที่ 4-31 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	103
แผนภาพที่ 4-32 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	104
แผนภาพที่ 4-33 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	105
แผนภาพที่ 4-34 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	106
แผนภาพที่ 4-35 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	107
แผนภาพที่ 4-36 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	108
แผนภาพที่ 4-37 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop ในภาพรวม	109
แผนภาพที่ 4-38 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	110
แผนภาพที่ 4-39 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	111
แผนภาพที่ 4-40 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม	112

กฟน.3

แผนภาพที่ 4-41 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	126
แผนภาพที่ 4-42 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	127
แผนภาพที่ 4-43 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	128
แผนภาพที่ 4-44 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	129
แผนภาพที่ 4-45 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	130
แผนภาพที่ 4-46 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	131
แผนภาพที่ 4-47 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop ในภาพรวม	132
แผนภาพที่ 4-48 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	133
แผนภาพที่ 4-49 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	134
แผนภาพที่ 4-50 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม	135

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

แผนภาพที่ 4-51 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	149
แผนภาพที่ 4-52 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	150
แผนภาพที่ 4-53 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	151
แผนภาพที่ 4-54 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	152
แผนภาพที่ 4-55 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	153
แผนภาพที่ 4-56 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	154

แผนภาพที่ 4-57 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม	155
แผนภาพที่ 4-58 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	156
แผนภาพที่ 4-59 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	157
แผนภาพที่ 4-60 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม	158
กฟฉ.1	
แผนภาพที่ 4-61 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม.....	172
แผนภาพที่ 4-62 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	173
แผนภาพที่ 4-63 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม.....	174
แผนภาพที่ 4-64 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	175
แผนภาพที่ 4-65 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม.....	176
แผนภาพที่ 4-66 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	177
แผนภาพที่ 4-67 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม	178
แผนภาพที่ 4-68 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	179
แผนภาพที่ 4-69 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	180
แผนภาพที่ 4-70 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม	181
กฟฉ.2	
แผนภาพที่ 4-71 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม.....	195
แผนภาพที่ 4-72 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	196
แผนภาพที่ 4-73 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม.....	197
แผนภาพที่ 4-74 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	198
แผนภาพที่ 4-75 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม.....	199
แผนภาพที่ 4-76 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	200
แผนภาพที่ 4-77 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม	201
แผนภาพที่ 4-78 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	202
แผนภาพที่ 4-79 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	203
แผนภาพที่ 4-80 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม	204
กฟฉ.3	
แผนภาพที่ 4-81 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม.....	218
แผนภาพที่ 4-82 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	219
แผนภาพที่ 4-83 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม.....	220
แผนภาพที่ 4-84 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	221
แผนภาพที่ 4-85 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม.....	222

แผนภาพที่ 4-86 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	223
แผนภาพที่ 4-87 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม	224
แผนภาพที่ 4-88 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	225
แผนภาพที่ 4-89 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	226
แผนภาพที่ 4-90 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม	227
ภาคกลาง	
แผนภาพที่ 4-91 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	241
แผนภาพที่ 4-92 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	242
แผนภาพที่ 4-93 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	243
แผนภาพที่ 4-94 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	244
แผนภาพที่ 4-95 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	245
แผนภาพที่ 4-96 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	246
แผนภาพที่ 4-97 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม	247
แผนภาพที่ 4-98 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	248
แผนภาพที่ 4-99 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	249
แผนภาพที่ 4-100 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม	250
กฟภ.1	
แผนภาพที่ 4-101 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	264
แผนภาพที่ 4-102 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	265
แผนภาพที่ 4-103 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	266
แผนภาพที่ 4-104 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	267
แผนภาพที่ 4-105 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	268
แผนภาพที่ 4-106 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	269
แผนภาพที่ 4-107 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม	270
แผนภาพที่ 4-108 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	271
แผนภาพที่ 4-109 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	272
แผนภาพที่ 4-110 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม	273
กฟภ.2	
แผนภาพที่ 4-111 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	287
แผนภาพที่ 4-112 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	288
แผนภาพที่ 4-113 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	289
แผนภาพที่ 4-114 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม	290

แผนภาพที่ 4-115 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	291
แผนภาพที่ 4-116 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	292
แผนภาพที่ 4-117 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม.....	293
แผนภาพที่ 4-118 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	294
แผนภาพที่ 4-119 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	295
แผนภาพที่ 4-120 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม.....	296
กฟภ.3	
แผนภาพที่ 4-121 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	310
แผนภาพที่ 4-122 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	311
แผนภาพที่ 4-123 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	312
แผนภาพที่ 4-124 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม.....	313
แผนภาพที่ 4-125 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	314
แผนภาพที่ 4-126 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	315
แผนภาพที่ 4-127 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม.....	316
แผนภาพที่ 4-128 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	317
แผนภาพที่ 4-129 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	318
แผนภาพที่ 4-130 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม.....	319
ภาคใต้	
แผนภาพที่ 4-131 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	333
แผนภาพที่ 4-132 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	334
แผนภาพที่ 4-133 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	335
แผนภาพที่ 4-134 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม.....	336
แผนภาพที่ 4-135 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	337
แผนภาพที่ 4-136 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	338
แผนภาพที่ 4-137 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม.....	339
แผนภาพที่ 4-138 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	340
แผนภาพที่ 4-139 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	341
แผนภาพที่ 4-140 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม.....	342
กฟต.1	
แผนภาพที่ 4-141 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	356
แผนภาพที่ 4-142 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	357
แผนภาพที่ 4-143 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	358

แผนภาพที่ 4-144 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการจัดการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม.....	359
แผนภาพที่ 4-145 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	360
แผนภาพที่ 4-146 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	361
แผนภาพที่ 4-147 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม.....	362
แผนภาพที่ 4-148 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	363
แผนภาพที่ 4-149 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	364
แผนภาพที่ 4-150 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม.....	365
กฟต.2	
แผนภาพที่ 4-151 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	379
แผนภาพที่ 4-152 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	380
แผนภาพที่ 4-153 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	381
แผนภาพที่ 4-154 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการจัดการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม.....	382
แผนภาพที่ 4-155 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	383
แผนภาพที่ 4-156 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	384
แผนภาพที่ 4-157 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม.....	385
แผนภาพที่ 4-158 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	386
แผนภาพที่ 4-159 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	387
แผนภาพที่ 4-160 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม.....	388
กฟต.3	
แผนภาพที่ 4-161 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม	402
แผนภาพที่ 4-162 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม	403
แผนภาพที่ 4-163 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม	404
แผนภาพที่ 4-164 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการจัดการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม.....	405
แผนภาพที่ 4-165 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	406
แผนภาพที่ 4-166 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการ	407
แผนภาพที่ 4-167 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม	408
แผนภาพที่ 4-168 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม	409
แผนภาพที่ 4-169 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม	410
แผนภาพที่ 4-170 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม.....	411

1. บทนำ



ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

จากนโยบายภาครัฐที่มีการสนับสนุนผู้ผลิตไฟฟ้ารายย่อย (Small Power Producer: SPP) ให้มีการจำหน่ายไฟฟ้าโดยตรงให้กับลูกค้า ทำให้ไม่ได้มีการจำหน่ายไฟฟ้าแค่เฉพาะจากการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ที่รับไฟฟ้ามาจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิต (กฟผ.) เท่านั้นเหมือนในอดีต ประกอบกับวัตถุดิบในการผลิตกระแสไฟฟ้าประเภทก๊าซธรรมชาติที่กำลังจะหมดไป และนโยบายการขายไฟฟ้าของประเทศเพื่อนบ้าน ส่งผลต่อโครงสร้างในการตอบสนองต่ออุปทานของอุตสาหกรรมไฟฟ้าในประเทศไทย ทำให้ตลาดการจัดหาและจำหน่ายไฟฟ้านั้นมีทิศทางและโครงสร้างที่เปลี่ยนไป

อีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของ กฟภ. คือ การสนับสนุนจากภาครัฐให้เกิดผู้บริโภคที่ผลิตไฟฟ้าใช้เอง (Prosumers) รวมทั้งมุมมองที่มีต่อการสนับสนุนการขายไฟฟ้าคืนให้กับองค์กรด้านพลังงานไฟฟ้าของภาครัฐ ทั้ง กฟน. และ กฟภ. ทำให้ในอนาคตนั้นธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้าซึ่งเป็นธุรกิจหลักของ กฟภ. จะต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้เล่นในตลาดที่มากขึ้น รวมทั้งต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างด้านรายได้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ดังนั้น กฟภ. มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัว พร้อมทั้งมองหาธุรกิจใหม่เพื่อที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลง รวมถึงมองหาแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่เป็นต้นแบบทางธุรกิจ (Business Model) ในอนาคตที่จะนำมาซึ่งความยั่งยืนขององค์กร

นอกจากนี้ การเปลี่ยนระบบการประเมินรัฐวิสาหกิจจากระบบการประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Performance Appraisal: SEPA) มาเป็นระบบประเมินผลใหม่ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM) เพื่อส่งเสริมให้รัฐวิสาหกิจตอบสนองกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ/ธุรกิจ การแข่งขัน ความต้องการของผู้ใช้บริการ และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล และนโยบายที่สำคัญที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาการสำรวจเพื่อให้ครอบคลุมประเด็นที่เปลี่ยนแปลงไป

ด้วยเหตุนี้ โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาด ประจำปี 2563 จึงมีการปรับโครงสร้างและเนื้อหาในการสำรวจให้สอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งในส่วนพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า รวมถึงแนวโน้มทางการตลาดและโอกาสทางธุรกิจ เพื่อให้ กฟภ. สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุดเพื่อรักษาระดับและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สามารถวางกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์หลักเกณฑ์และแนวทางของระบบประเมินผลใหม่ และสามารถคาดการณ์แนวโน้มของตลาดอุตสาหกรรมไฟฟ้าเพื่อค้นหาแนวทางและกลยุทธ์ในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

- เพื่อดำเนินธุรกิจของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคให้เกิดความยั่งยืน โดยคำนึงถึงความต้องการ ความคาดหวังของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนไป ในการสร้างโมเดลทางธุรกิจใหม่

วัตถุประสงค์ทางการวิจัย

- เพื่อให้เกิดการสำรวจตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ (SE-AM) หมวด 4 การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า และได้มาซึ่งตัวชี้วัดที่สอดคล้องตามแผน ยุทธศาสตร์ของ กฟผ. ในเรื่องระดับความพึงพอใจลูกค้า
- เพื่อเข้าใจในตลาดธุรกิจหลักและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยทบทวนปัจจัยความต้องการ ความคาดหวัง ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจลูกค้า ตลอดจนประเมินประสิทธิภาพในการจำแนกลูกค้า กลุ่มลูกค้า และส่วนตลาด การรับฟังเสียงลูกค้า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุน การสร้างความสัมพันธ์ และการจัดการข้อร้องเรียนลูกค้า
- เพื่อวิเคราะห์สารสนเทศที่ได้จากการวิจัยการตลาด ในด้านการแบ่งส่วนตลาด (Market Segment), ขนาดของตลาด (Market Size), การตลาดตามเป้าหมาย (Target Marketing), ตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning), การเติบโตของตลาด (Market Growth), ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) และแนวโน้มตลาด (Market Trends)
- เพื่อนำสารสนเทศที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด และนำข้อมูลดังกล่าวไป เชื่อมโยงกับข้อมูลส่วนอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (Customer Data Analytics) ในการพัฒนาธุรกิจใหม่ และเกิดเป็น Best Practice ในอนาคต

2. ขอบเขตการศึกษาวิจัย



2.1 ประเด็นการสำรวจ

เพื่อให้การสำรวจมีประเด็นที่ครอบคลุมตามระบบ SE-AM จึงมีการกำหนดประเด็นการสำรวจดังนี้

1. ความต้องการ
2. ความคาดหวัง
3. ความพึงพอใจ
4. ความไม่พึงพอใจ
5. ความภักดี
6. ความผูกพัน
7. ความปลื้มปิติ
8. การเปรียบเทียบสารสนเทศจากเสียงของลูกค้าต่อคู่แข่งและคู่แข่ง
9. ทักษะที่มีต่อแบรนด์และภาพลักษณ์ขององค์กรด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)
10. สาเหตุที่เลิกใช้บริการ กฟภ. (อดีตลูกค้า กฟภ.)

2.2 เนื้อหาการสำรวจ

การสำรวจครอบคลุมเนื้อหาตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญในธุรกิจหลัก
2. ผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญในตลาดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง/ธุรกิจเสริม
3. การแก้ไขไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้อง
4. การรับฟังเสียงของลูกค้า
5. การสนับสนุนการค้นหาสารสนเทศและการทำธุรกรรมที่สำคัญ
6. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM)
7. การจัดการข้อร้องเรียน (Customer Complaints Management)
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหรือการใช้บริการ (Key Purchase/Usage Driver)
9. การสื่อสารแบรนด์และภาพลักษณ์องค์กร
10. การสื่อสารและการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ภายใต้สถานการณ์ไม่ปกติ
11. การดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม
12. การกำกับกิจการที่ดีในมุมมองของลูกค้า
13. ประเด็นอื่น ๆ การยอมรับที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่น่าเสนอโดย กฟภ. หรือหน่วยงานในเครือของ กฟภ. เช่น การปรับเปลี่ยนองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และ ลูกค้า Prosumer

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและประเด็นการสำรวจ

ประเด็นการสำรวจมีความสัมพันธ์กับเนื้อหาการสำรวจแต่ละข้อของธุรกิจหลักและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ดังตารางที่ 2-1 และตารางที่ 2-2

ตารางที่ 2-1 ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและประเด็นการสำรวจ (ธุรกิจหลัก)

เนื้อหาการสำรวจ: ธุรกิจหลัก	ประเด็นการสำรวจ							
	ความต้องการ	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ	ความปลื้มปิติ	ความภักดี	ความผูกพัน	การเปรียบเทียบ เสียงของลูกค้า
1. ผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญในตลาดธุรกิจหลัก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. การแก้ไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้อง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—
3. การรับฟังเสียงของลูกค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. การสนับสนุนการค้นหาสารสนเทศและการทำธุรกรรมสำคัญ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. การจัดการข้อร้องเรียน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ	✓	✓	—	—	—	✓	✓	—
8. การสื่อสารแบรนด์และภาพลักษณ์ขององค์กร	✓	✓	✓	✓	—	✓	✓	✓
9. การสื่อสารและการให้บริการอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์ที่ไม่ปกติ	✓	✓	✓	✓	—	✓	✓	✓
10. การดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม	✓	✓	✓	✓	—	✓	✓	✓
11. การกำกับดูแลกิจการที่ดีในมุมมองของลูกค้า	✓	✓	✓	✓	—	✓	✓	✓
12. ทิศทางการปรับเปลี่ยนองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล	✓	✓	✓	✓	—	✓	✓	✓
ทฤษฎี/หลักการที่ใช้	Kano Model	Zone of Tolerance และ AI	Importance Performance Analysis	Critical-Incident Technique	Delight Model	NPS/ Loyalty Model	Customer Engagement Behaviors	Best in Class

* หมายเหตุ : ✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและประเด็นการสำรวจ, — หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและประเด็นการสำรวจ

ตารางที่ 2-2 ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและประเด็นการสำรวจ (ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง)

เนื้อหาการสำรวจ: ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	ประเด็นการสำรวจ							
	ความต้องการ	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ	ความปลื้มปิติ	ความภักดี	ความผูกพัน	การเปรียบเทียบเสียงของลูกค้า
1. ผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญในตลาดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	✓	✓	✓	—	✓	✓	✓	✓
2. การแก้ไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้อง	—	—	—	—	—	—	—	—
3. การรับฟังเสียงของลูกค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. การสนับสนุนการค้นหาสารสนเทศและการทำธุรกรรมสำคัญ	—	—	—	—	—	—	—	—
5. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	—	—	—	—	—	—	—	—
6. การจัดการข้อร้องเรียน	—	—	—	—	—	—	—	—
7. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ	✓	✓	—	—	—	✓	✓	—
8. การสื่อสารแบรนด์และภาพลักษณ์ขององค์กร	—	—	—	—	—	—	—	—
9. การสื่อสารและการให้บริการอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์ที่ไม่ปกติ	✓	✓	✓	✓	—	✓	✓	✓
10. การดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม	—	—	—	—	—	—	—	—
11. การกำกับดูแลกิจการที่ดีในมุมมองของลูกค้า	—	—	—	—	—	—	—	—
12. ทิศทางการปรับเปลี่ยนองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล	—	—	—	—	—	—	—	—
ทฤษฎี/หลักการที่ใช้	Kano Model	Zone of Tolerance และ AI	Importance Performance Analysis	Critical-Incident Technique	Delight Model	NPS/ Loyalty Model	Customer Engagement Behaviors	Best in Class

* หมายเหตุ : ✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและประเด็นการสำรวจ, — หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและประเด็นการสำรวจ

3. ระเบียบวิธีวิจัยในการสำรวจ



3.1 รายละเอียดกลุ่มลูกค้า

3.1.1 กลุ่มลูกค้าตลาดธุรกิจหลัก

ลูกค้าตลาดธุรกิจหลัก คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจหลักของ กฟผ. เช่น การขอติดตั้งไฟฟ้า การขอขยายเขตรบบไฟฟ้า การบริการมิเตอร์ การชำระค่าไฟฟ้า การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง เป็นต้น

การกำหนดจำนวนตัวอย่าง เป็นไปตามหลักวิชาการโดยคำนึงถึงสัดส่วนการกระจายในเชิงจำนวนลูกค้าและรายได้ค่าไฟฟ้าของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการของ กฟผ. โดยทำการสุ่มลูกค้าทั้งหมด 12 เขต เขตละ 2 จังหวัด และตัวอย่างที่ทำการสุ่มสำรวจต้องกระจายครอบคลุมพื้นที่จังหวัดที่ทำการสุ่ม โดยใช้ทฤษฎีการสุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

$$\text{จากสมการ} \quad n = \frac{N}{1+(Ne^2)} \quad n \text{ คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง}$$

N คือ จำนวนสมาชิกทั้งหมดในประชากรกลุ่มเป้าหมาย

e คือ ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

- หากแทน N ซึ่งคือจำนวนประชากรทั้งหมด ด้วย 100,000 คน แทน e ด้วย 0.05 ในสูตร จะได้ จำนวนตัวอย่าง (n) เท่ากับ 398 คน
- หากแทน N ซึ่งคือจำนวนประชากรทั้งหมด ด้วย 1,000,000 คน แทน e ด้วย 0.05 ในสูตร จะได้ จำนวนตัวอย่าง (n) เท่ากับ 400 คน
- หากแทน N ซึ่งคือจำนวนประชากรทั้งหมด ด้วย 10,000,000 คน แทน e ด้วย 0.05 ในสูตร จะได้ จำนวนตัวอย่าง (n) เท่ากับ 400 คน

จากการแทนค่าสูตรข้างต้น จะเห็นว่า การใช้ $e = 0.05$ ในสูตรยามาเน่และขนาดประชากรที่ใหญ่ขึ้นเรื่อย ๆ สุดท้ายแล้วจำนวนตัวอย่างที่เราคำนวณได้จะมาบรรจบกันที่ตัวเลข 400

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรที่เหมาะสมตามบริบทของ กฟผ. โดยคำนึงถึงสัดส่วนการกระจายในเชิงจำนวนลูกค้าและรายได้ค่าไฟฟ้าของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างสามารถเป็นตัวแทนประชากรใน 3 มุมมอง ดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 การกำหนดจำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก

การกำหนดจำนวนตัวอย่าง	ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง	ความเชื่อมั่น	ความคลาดเคลื่อน
1. ตัวแทนประชากรกลุ่มลูกค้าในระดับภาค	กลุ่มตัวอย่าง 630 ราย/ภาค	95%	น้อยกว่า 5%
2. ตัวแทนประชากรกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มตามบริบทขององค์กร สำหรับธุรกิจหลัก	กลุ่มเอกชนรายใหญ่ 720 ราย	95%	น้อยกว่า 5%
	กลุ่มเอกชนรายย่อย 1,080 ราย	95%	น้อยกว่า 5%
	ภาครัฐและอื่น ๆ 720 ราย	95%	น้อยกว่า 5%
3. ตัวแทนประชากรกลุ่มลูกค้าที่เคยประสบปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในรอบ 1 ปี ในระดับองค์กร (กระจายทุกกลุ่มลูกค้าตามบริบทของ กฟภ. และทุก กฟข.)	กลุ่มตัวอย่าง 480 ราย	95%	น้อยกว่า 5%

3.1.1.1 ลูกค้าปัจจุบัน

ลูกค้าปัจจุบันของธุรกิจหลัก มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2,567 ราย ประกอบด้วย 6 ประเภท ได้แก่

- กลุ่มลูกค้าที่สอดคล้องตามบริบทขององค์กร สำหรับธุรกิจหลัก ได้แก่ (1) เอกชนรายใหญ่ (2) เอกชนรายย่อย และ (3) ภาครัฐและอื่น ๆ
- ประเภทลูกค้าตามหน่วยงานที่ให้บริการ ได้แก่ การไฟฟ้าภาค การไฟฟ้าเขต (กฟข.) และการไฟฟ้าในพื้นที่ (กฟฟ.)
- ประเภทลูกค้าตามโครงสร้างอัตราค่าไฟฟ้า
- ประเภทลูกค้าตามการจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า ได้แก่ ลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และลูกค้ามูลค่าสูง (High Value)
- ประเภทลูกค้าตามประเภทพื้นที่ให้บริการ ได้แก่ เมืองใหญ่ นิคมอุตสาหกรรม เขตอุตสาหกรรม เขตเศรษฐกิจพิเศษ เขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล
- ประเภทลูกค้าอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับมุมมองหรือทิศทางตามยุทธศาสตร์ของ กฟภ. และรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินงานของ กฟภ. เช่น ลูกค้าที่ผลิตไฟฟ้าใช้เอง (Prosumer) เป็นต้น

การเก็บข้อมูลจะแบ่งออกเป็น 2 วิธี ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ หรือ การสัมภาษณ์แบบโทรศัพท์ ตามที่ลูกค้าสะดวก โดยมีรายละเอียดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจดังตารางที่ 3-2 และตารางที่ 3-3

ตารางที่ 3-2 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก: ลูกค้าปัจจุบัน

พื้นที่บริการ	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่นๆ		รวม
	อุตสาหกรรม	พาณิชย์รายใหญ่	พาณิชย์รายย่อย	บ้านอยู่อาศัย	ภาครัฐ	อื่นๆ	
ภาคเหนือ	90	92	91	183	91	90	637
กฟน.1	30	31	31	60	30	30	212
กฟน.2	30	30	30	60	30	30	210
กฟน.3	30	31	30	63	31	30	215
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	90	91	94	187	92	90	644
กฟฉ.1	30	31	31	61	31	30	214
กฟฉ.2	30	30	32	63	30	30	215
กฟฉ.3	30	30	31	63	31	30	215
ภาคกลาง	91	93	95	184	90	90	643
กฟก.1	31	31	30	60	30	30	212
กฟก.2	30	31	35	63	30	30	219
กฟก.3	30	31	30	61	30	30	212
ภาคใต้	90	90	92	184	95	92	643
กฟต.1	30	30	32	63	34	31	220
กฟต.2	30	30	30	61	30	31	212
กฟต.3	30	30	30	60	31	30	211
รวม	361	366	372	738	368	362	2,567
รวมทั้งหมด	727		1,110		730		

* หมายเหตุ: ทางบริษัทฯ จะพยายามศึกษา Prosumer จำนวน 30 ตัวอย่าง

* F2F (Face to Face Interview) คือ การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ (Personal Interview)

* CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing) คือ การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview)

ตารางที่ 3-3 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก: ลูกค้าปัจจุบันที่เคยประสบปัญหาไฟฟ้าขัดข้องใน 1 ปี

พื้นที่บริการ	เอกชนรายใหญ่	เอกชนรายย่อย	ภาครัฐและอื่นๆ	รวม
ภาคเหนือ	82	79	47	208
กฟน.1	28	20	10	58
กฟน.2	31	33	13	77
กฟน.3	23	26	24	73
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	101	82	56	239
กฟฉ.1	27	23	22	72
กฟฉ.2	36	39	16	91
กฟฉ.3	38	20	18	76
ภาคกลาง	87	96	36	219
กฟก.1	36	38	12	86
กฟก.2	30	20	10	60
กฟก.3	21	38	14	73
ภาคใต้	87	88	57	232
กฟต.1	30	33	21	84
กฟต.2	33	24	19	76
กฟต.3	24	31	17	72
รวมทั้งหมด	357	345	196	898

3.1.1.2 ลูกค้ายูเทียบ

ลูกค้ายูเทียบ ประกอบด้วย ลูกค้าการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) และลูกค้าของบริษัทเอกชนอื่น ๆ ที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายคลึงกัน สามารถเทียบเคียงกับ กฟน. อีกไม่น้อยกว่า 1 แห่ง

ยูเทียบในการประเมินด้านการมุ่งเน้นส่วนได้เสียและลูกค้า

กฟน. ได้ให้การบริการด้านการจำหน่ายไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์เกี่ยวเนื่องให้กับผู้บริโภคในเขตภูมิภาคของประเทศไทย การที่จะเลือกยูเทียบที่เหมาะสมในด้านนี้ ทางคณะที่ปรึกษาจึงเลือกยูเทียบที่มีความคล้ายคลึงกันในด้านผลิตภัณฑ์ และ บริการ หรือ พื้นที่การให้บริการ หรือ ประเภทของลูกค้า กล่าวคือ ยูเทียบที่ทางคณะที่ปรึกษามองว่าเหมาะสมประกอบด้วย

- **การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.)** ที่มีธุรกิจอันคล้ายคลึงกับ กฟน. ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ และการบริการ ตลอดจนการกำหนดลูกค้าและส่วนตลาดออกเป็น ตลาดธุรกิจหลัก และตลาดธุรกิจเสริม เพียงแต่ครอบคลุมคนละพื้นที่กับ กฟน.เท่านั้น นอกจากนี้ยังจัดอยู่ในรัฐวิสาหกิจกลุ่ม A ซึ่งอยู่ในกลุ่มเดียวกับ กฟน.ตามผลประเมินรัฐวิสาหกิจปี 2562 นอกจากนั้นแล้วยังมีสิ่งที่น่าสนใจตามอง คือ พื้นที่ที่มีการซ้อนทับกันระหว่าง กฟน. และ กฟน. โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพื้นที่ปริมณฑลที่อาจจะทำให้เกิดให้มีการทับซ้อนในกลุ่มลูกค้าเนื่องจากอยู่ในพื้นที่เดียวกัน และ ทำให้ลูกค้าในบางกลุ่มสามารถเลือกใช้บริการจากหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งได้ นอกเหนือจากนั้น กฟน. ยังต้องมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่ใกล้เคียงกับ กฟน. อีกด้วย
- **การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.)** มีความคล้ายคลึงกับ กฟน. ด้านการเป็นผลิตภัณฑ์และบริการด้านสาธารณูปโภคเช่นเดียวกัน และครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการเดียวกันกับ กฟน. ประกอบกับการพัฒนาธุรกิจหลัก และธุรกิจเกี่ยวเนื่องเพื่อแสวงหาโอกาสทางด้านธุรกิจใหม่ ๆ และมีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้าน Contact Center ร่วมกัน เป็นองค์กรที่ได้รับรางวัลนวัตกรรมการบริการที่เป็นเลิศ นอกจากนี้ยังจัดอยู่ในรัฐวิสาหกิจกลุ่ม A ซึ่งอยู่ในกลุ่มเดียวกันกับ กฟน. ตามผลการประเมินรัฐวิสาหกิจปี 2562 อย่างไรก็ตามก็อาจมีความแตกต่างที่ความต่อเนื่องของการให้บริการด้านการประปาอาจจะไม่สำคัญยิ่งยวดเท่ากับไฟฟ้า ทำให้เหมาะสมที่จะมาเป็นยูเทียบในเรื่องการดูแลลูกค้า และ ทำงานในการบริการลูกค้าที่มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม นอกจากนั้น กปภ. ยังต้องมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่ใกล้เคียงกับ กฟน. อีกด้วย
- **ไปรษณีย์ไทย (ปณท.)** มีสำนักงานที่ให้บริการในพื้นที่ทั่วทุกจังหวัดของประเทศไทยรวมทั้งพื้นที่ห่างไกล ตลอดจนมีการแบ่งประเภทของลูกค้าที่มีเป็นลูกค้ากลุ่ม Key Account คล้ายคลึงกับ กฟน. และมีการแบ่งประเภทของพื้นที่การให้บริการในลักษณะที่คล้ายคลึงกับ กฟน. นอกจากนี้ยังจัดอยู่ในรัฐวิสาหกิจกลุ่ม A ซึ่งอยู่ในกลุ่มเดียวกับ กฟน. ตามผลการประเมินรัฐวิสาหกิจปี 2562 อีกด้วย ทำให้เหมาะสมที่จะมาเป็นยูเทียบในเรื่องการดูแลลูกค้า และ ทำงานในการบริการลูกค้าที่มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม นอกเหนือจากนั้น ปณท. ยังต้องมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนในกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันที่ใกล้เคียงกับ กฟน. อีกด้วย

คู่เทียบในการประเมินด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม

สำหรับในปีนี้การประเมินผลงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจจะมีความเกี่ยวเนื่องกับด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) และด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม (Knowledge Management & Innovation Management: KM & IM) เพิ่มเติมทำให้ทางคณะที่ปรึกษาเห็นความสำคัญในการนำเอาคู่เทียบที่มีบทบาทด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย โดยในปีนี้ ที่ปรึกษาได้นำเสนอคู่เทียบ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเอาระบบเทคโนโลยีเข้ามา

- **AIS (เอไอเอส)** เป็นผู้นำอันดับหนึ่งในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมที่แข็งแกร่งที่สุดในโลก และเป็นธุรกิจที่มีผู้ให้บริการจำนวนมากในหมวดธุรกิจโทรคมนาคมด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมที่ลูกค้าต้องการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีการติดขัดในเรื่องสัญญาณหรือความสามารถในการใช้งาน เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. ที่จำเป็นจะต้องให้กระแสไฟฟ้าตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ยิ่งไปกว่านั้น ปัจจุบัน AIS ได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมายกระดับกลุ่มคนในระดับฐานรากของประเทศ ภายใต้แนวคิด Digital For Thais โดยร่วมกับภาครัฐในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยในประเทศ นอกเหนือจากนั้น AIS ยังต้องมีการบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่ใกล้เคียงกับ กฟผ. อีกด้วย
- **TRUE (ทรู)** เป็นผู้นำด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่เชื่อมโยงผู้คน องค์กร เศรษฐกิจ สังคมเข้าด้วยกัน ประกอบกับมีความมุ่งมั่นในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมสร้างสรรค์คุณค่าเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นองค์กรที่ลูกค้าต้องการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีการติดขัดในเรื่องสัญญาณหรือความสามารถในการใช้งาน เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. ที่จำเป็นจะต้องให้กระแสไฟฟ้าตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากนั้น TRUE ยังต้องมีการบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่ใกล้เคียงกับ กฟผ. อีกด้วย

1. ลูกค้าการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.)

การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 404 ราย โดยเก็บข้อมูลด้วย *การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ* ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ ดังตารางที่ 3-4 ซึ่งมีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรที่เหมาะสมตามบริบทของคู่เทียบ ในพื้นที่การให้บริการของคู่เทียบ ตลอดจนนอกพื้นที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจ

- กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพมหานคร
- สมุทรปราการ: อำเภอเมือง, บางบ่อ, บางพลี, พระประแดง, พระสมุทรเจดีย์, บางเสาธง
- นนทบุรี: อำเภอเมือง, บางกรวย, บางใหญ่, บางบัวทอง, ไทรน้อย, ปากเกร็ด

ตารางที่ 3-4 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก: ลูกค้าคู่เทียบ กฟน.

จังหวัด	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่นๆ		รวม
	อุตสาหกรรม	พาณิชย์รายใหญ่	บ้านอยู่อาศัย	พาณิชย์รายย่อย	ภาครัฐ	อื่นๆ	
กรุงเทพมหานคร	60		144		20		224
นนทบุรี	30		50		10		90
สมุทรปราการ	30		50		10		90
รวมทั้งหมด	120		244		40		404

2. ลูกค้าคู่เทียบอื่น ๆ

ลูกค้าคู่เทียบขององค์กรที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการคล้ายคลึงกับ กฟน. และสามารถเทียบเคียงกันได้ ซึ่งได้แก่ การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.), ไพรชาณียไทย (ปนท.), AIS (เอไอเอส) และ TRUE (ทรู) มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย/องค์กร

3.1.1.3 ผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต

ผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต ประกอบด้วย ลูกค้าของคู่แข่ง (ลูกค้าของผู้ผลิตไฟฟ้ารายเล็กหรือ SPP ในนิคมอุตสาหกรรม) จำนวน 52 ราย และอดีตลูกค้า กฟน. จำนวน 51 ราย ผ่าน การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ หรือแบบโทรศัพท์ ตามที่ลูกค้าสะดวก โดยมีรายละเอียดจำนวนตัวอย่างดังตารางที่ 3-5 และผู้ที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าในอนาคตอื่น ๆ (อาทิ ลูกค้า Off-Grid) จำนวน 249 ราย ผ่าน การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ โดยมีรายละเอียดจำนวนตัวอย่างดังตารางที่ 3-6

การกำหนดคู่แข่ง ได้แก่ ผู้ผลิตไฟฟ้ารายเล็ก หรือ SPP เนื่องจากเป็นองค์กรที่มีผลิตภัณฑ์และบริการ และพื้นที่ให้บริการเช่นเดียวกับ กฟน. รวมถึงมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกันกับ กฟน.

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะตรงกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย และเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต

ตารางที่ 3-5 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก: ลูกค้าคู่แข่งและอดีตลูกค้า

พื้นที่บริการ	อดีตลูกค้า	ลูกค้าคู่แข่ง (ผู้ผลิตไฟฟ้ารายเล็ก SPP)
อยุธยา, สระบุรี, ชลบุรี, ระยอง, จังหวัดอื่น ๆ	51	52
รวม	103	

ตารางที่ 3-6 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจหลัก: ลูกค้าอนาคต

พื้นที่บริการ	เขต	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ราย)
ภาคเหนือ (60 ราย)	กพน.1 : เชียงราย, พะเยา	20
	กพน.2 : พิชญ์โลก, อุตรดิตถ์	20
	กพน.3 : ลพบุรี, อุทัยธานี	20
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (67 ราย)	กพฉ.1 : อุดรธานี, เลย	22
	กพฉ.2 : อุบลราชธานี, ศรีสะเกษ	25
	กพฉ.3 : นครราชสีมา, สุรินทร์	20
ภาคกลาง (60 ราย)	กพก.1 : พระนครศรีอยุธยา, สระบุรี	20
	กพก.2 : ชลบุรี, ตราด	20
	กพก.3 : สมุทรสาคร, กาญจนบุรี	20
ภาคใต้ (62 ราย)	กพต.1 : เพชรบุรี, ชุมพร	20
	กพต.2 : สุราษฎร์ธานี, พังงา	21
	กพต.3 : สงขลา, สตูล	21
รวมทั้งหมด		249

3.1.2 กลุ่มลูกค้าตลาดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ลูกค้าตลาดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจเสริมของ กฟผ. เช่น การก่อสร้างและติดตั้งระบบไฟฟ้า การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า การจัดการพลังงาน การขายและการให้เช่าอุปกรณ์ไฟฟ้า การบริการความเชี่ยวชาญ การบริหารจัดการทรัพย์สิน และกลุ่มลูกค้า รวมถึงมีการสอบถามลูกค้าเกี่ยวกับความสนใจต่อธุรกิจใหม่ของ กฟผ. เช่น PEA Solar Hero Application, PEA Care and Services, PEA IHAPM หรือ PEA VOLTA Application เป็นต้น

3.1.2.1 ลูกค้าปัจจุบัน

ลูกค้าปัจจุบันของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1,041 ราย ประกอบด้วย 4 ประเภท ได้แก่

- กลุ่มลูกค้าที่สอดคล้องตามบริบทขององค์กร สำหรับธุรกิจเสริม ได้แก่ (1) ภาคเอกชน (2) ภาครัฐ
- ประเภทลูกค้าตามหน่วยงานที่ให้บริการ ได้แก่ สำนักงานใหญ่ การไฟฟ้าภาค การไฟฟ้าเขต (กฟข.) และการไฟฟ้าในพื้นที่ (กฟฟ.)
- ประเภทลูกค้าที่สอดคล้องตามการจำแนกกลุ่มลูกค้า หรือการแบ่งประเภทลูกค้าของตลาดธุรกิจหลัก
- ประเภทลูกค้าอื่นๆ ที่สอดคล้องกับมุมมองหรือทิศทางตามยุทธศาสตร์ของ กฟผ. และรูปแบบอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินของ กฟผ.

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรที่เหมาะสมตามบริบทของ กฟผ. โดยในการสุ่มตัวอย่างทางบริษัทฯ จะคำนึงถึงสัดส่วนการกระจายในเชิงจำนวนลูกค้าและรายได้ตามกลุ่มประเภทธุรกิจเสริมของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการของ กฟผ. โดยจะทำการสุ่มลูกค้าปัจจุบันครบทุก กฟผ. โดยกลุ่มตัวอย่างลูกค้าปัจจุบันจะต้องสามารถเป็นตัวแทนประชากรใน 2 มุมมอง ได้แก่ ตัวแทนประชากรกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มประเภทธุรกิจในระดับองค์กร และตัวแทนประชากรกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มตามบริบทขององค์กรในระดับองค์กร โดยจะทำการเก็บข้อมูลผ่าน *การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ* และมีรายละเอียดจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังตารางที่ 3-7

ตารางที่ 3-7 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง: ลูกค้าปัจจุบัน

พื้นที่บริการ	ลูกค้าปัจจุบัน	
	ภาคเอกชน	ภาครัฐ
กรุงเทพฯ, นนทบุรี, สมุทรปราการ, ภาคเหนือ, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ภาคกลาง, ภาคใต้	641	400
รวม	1,041	

3.1.2.2 ลูกค้าของคู่แข่งและผู้ที่เป็นลูกค้าในอนาคต

ลูกค้าของคู่แข่งและผู้ที่เป็นลูกค้าในอนาคตของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ประกอบด้วย 3 ประเภท

- ลูกค้าของคู่แข่งหรือคู่แข่ง ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายคลึงกัน โดยดำเนินธุรกิจในตลาดเดียวกัน หรือสามารถเทียบเคียงกับการดำเนินธุรกิจของ กฟผ. ได้จำนวน 30 ราย
- อดีตลูกค้า จำนวน 32 ราย
- ผู้ที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าในอนาคตอื่นๆ จำนวน 34 ราย

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรที่เหมาะสม ทั้งนี้สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะเฉพาะ อันได้แก่ อดีตลูกค้า และผู้ที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าในอนาคตอื่นๆ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความสอดคล้องกับประเด็นการวิจัย โดยจะทำการเก็บข้อมูลผ่าน *การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ* และมีรายละเอียดจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังตารางที่ 3-8

ตารางที่ 3-8 จำนวนตัวอย่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง: ลูกค้าคู่แข่งและผู้ที่เป็นลูกค้าในอนาคต

พื้นที่บริการ	ลูกค้าคู่แข่งและผู้ที่เป็นลูกค้าในอนาคต		
	อดีตลูกค้า	ลูกค้าของคู่แข่งหรือคู่แข่ง	ผู้ที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าในอนาคตอื่นๆ
กรุงเทพฯ, นนทบุรี, สมุทรปราการ, ภาคเหนือ, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ภาคกลาง, ภาคใต้	32	30	34
รวม	96		

3.2 วิธีการสำรวจภาคสนาม

3.2.1 พื้นที่ในการเก็บข้อมูลการสำรวจ

ในการสำรวจปี 2563 นี้ มีการกำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูลที่แตกต่างจากการสำรวจปี 2562 เพื่อให้มีการกระจายกลุ่มตัวอย่างในการเป็นตัวแทนของประชากรทั่วประเทศ โดยมีรายละเอียดพื้นที่การเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าปัจจุบันของธุรกิจหลัก ดังตารางที่ 3-9

ตารางที่ 3-9 พื้นที่ในการเก็บข้อมูลการสำรวจ

ภาค	เขต	จังหวัด	อำเภอ		
			หลัก	รอง	รอง
ภาคเหนือ	กพน.1	เชียงราย	เมือง	พาน	แม่จัน
		พะเยา	เมือง	ดอกคำใต้	จุน
	กพน.2	พิษณุโลก	เมือง	นครไทย	วังทอง
		อุตรดิตถ์	เมือง	ลับแล	ท่าปลา
	กพน.3	ลพบุรี	เมือง	พัฒนานิคม	บ้านหมี่
		อุทัยธานี	เมือง	ทัพทัน	สว่างอารมณ์
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	กพฉ.1	อุดรธานี	เมือง	กุมภวาปี	บ้านผือ
		เลย	เมือง	วังสะพุง	เชียงคาน
	กพฉ.2	อุบลราชธานี	เมือง	วารินชำราบ	เขื่องใน
		ศรีสะเกษ	เมือง	ราษีไศล	อุทุมพรพิสัย
	กพฉ.3	นครราชสีมา	เมือง	โชคชัย	โนนไทย
		สุรินทร์	เมือง	เขวาสินรินทร์	จอมพระ
ภาคกลาง	กพก.1	พระนครศรีอยุธยา	เมือง	บางปะอิน	นครหลวง
		สระบุรี	เมือง	แก่งคอย	หนองแค
	กพก.2	ชลบุรี	เมือง	บ้านบึง	หนองใหญ่
		ตราด	เมือง	เขาสมิง	บ่อไร่
	กพก.3	สมุทรสาคร	เมือง	กระทุ่มแบน	บ้านแพ้ว
		กาญจนบุรี	เมือง	ท่ามะกา	ท่าม่วง
ภาคใต้	กพต.1	เพชรบุรี	เมือง	เขาย้อย	บ้านลาด
		ชุมพร	เมือง	หลังสวน	สวี
	กพต.2	สุราษฎร์ธานี	เมือง	กาญจนดิษฐ์	นาสาร
		พังงา	เมือง	กะปง	ตะกั่วป่า
	กพต.3	สงขลา	เมือง	หาดใหญ่	บางกล่ำ
		สตูล	เมือง	ควนโดน	ละงู

3.2.2 ขั้นตอนการทำงานของทีมงานภาคสนาม

การสำรวจในปี 2563 มีการแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 วิธี ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ (Personal Interview) และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) โดยจำนวนตัวอย่างการสัมภาษณ์แบบเข้าพบต้องไม่น้อยกว่า 50% ของจำนวนตัวอย่างการสำรวจภาคสนามทั้งหมด

การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ (Personal Interview)

1. ใช้การเก็บข้อมูลผ่านแท็บเล็ต (Tablet) ที่ลงโปรแกรมแบบสอบถามไว้
2. ในแบบสอบถามจะต้องมีข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งได้แก่ (1) หมายเลขผู้ใช้ไฟฟ้า (2) ชื่อ-นามสกุล (3) ที่อยู่ (4) เบอร์โทรศัพท์ จึงจะถือว่าแบบสอบถามชุดนั้นผ่านเกณฑ์
3. สำหรับกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่) และกลุ่มลูกค้าภาครัฐ และอื่น ๆ (ภาครัฐและอื่น) จะมีการโทรนัดจากรายชื่อก่อน โดยอ้างอิงจากรายชื่อจากฐานข้อมูลลูกค้าของ กฟผ.
4. สำหรับกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย) จะใช้การเดินสุ่มในพื้นที่

การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview)

1. ใช้การเก็บข้อมูลผ่านระบบการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์
2. ในแบบสอบถามจะต้องมีข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งได้แก่ (1) หมายเลขผู้ใช้ไฟฟ้า (2) ชื่อ-นามสกุล (3) ที่อยู่ (4) เบอร์โทรศัพท์ จึงจะถือว่าแบบสอบถามชุดนั้นผ่านเกณฑ์
3. สำหรับกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่) และกลุ่มลูกค้าภาครัฐ และอื่น ๆ (ภาครัฐและอื่น) จะมีการโทรนัดจากรายชื่อก่อน โดยอ้างอิงจากรายชื่อจากฐานข้อมูลลูกค้าของ กฟผ.
4. มีการบันทึกเสียงตลอดระยะเวลาการสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการตรวจสอบคุณภาพและปรับปรุงคุณภาพงาน

โดยทั้งสองวิธีจะประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ทั้งช่วงก่อน ระหว่าง และหลังการเก็บข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3-10

ตารางที่ 3-10 ขั้นตอนการทำงานของทีมงานภาคสนามโดยละเอียด

รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ
ก่อนการเก็บข้อมูล - คัดเลือกพนักงานสัมภาษณ์ที่มีประสบการณ์ในการสัมภาษณ์ และมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. - การอธิบายรายละเอียดงานจะเป็นการประชุมที่บริษัทหรือใช้การประชุมออนไลน์ โดยอิงจากความสะดวกในการเดินทางเป็นหลัก - ทีมนักวิจัยและหัวหน้าภาคสนามจะอธิบายรายละเอียดแบบสอบถามให้กับหัวหน้าทีมและพนักงานสัมภาษณ์ รวมถึงอธิบายผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. เพื่อให้เข้าใจลักษณะของแบบสอบถาม - จากนั้นจึงลงแสดงบทบาทสมมติ (Role play) โดยให้พนักงานสัมภาษณ์แต่ละคนทดลองเป็นผู้สัมภาษณ์จริง เพื่อดูความสับสนในการสัมภาษณ์และความสามารถในการอธิบายแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจ	- นักวิจัย - หัวหน้าภาคสนาม - หัวหน้าทีมและพนักงานสัมภาษณ์
ระหว่างการเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ (Personal Interview) - หัวหน้าทีมและทีมพนักงานสัมภาษณ์เข้าพบเจ้าหน้าที่ประจำเขตของ กฟผ. เพื่อแนะนำตัว ประสานงาน และขอคำแนะนำเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าในแต่ละพื้นที่ - พนักงานสัมภาษณ์เดินทางไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มลูกค้าในพื้นที่รับผิดชอบ - ทุกทีมจะต้องส่งแผนการเดินทางในการออกสัมภาษณ์ทั้งหมดให้กับหัวหน้าภาคสนามก่อนการเก็บข้อมูลจริง โดยแผนดังกล่าวอ้างอิงจากพื้นที่ที่ทางที่ปรึกษาวางขอบเขตไว้ให้ และต้องมีการอัปเดตแผนการเดินทาง 2 วัน/ครั้ง ในการเก็บข้อมูลจริง เพื่อให้ฝ่ายควบคุมคุณภาพสามารถสุ่มตรวจสอบการทำงานได้โดยไม่ให้ทีมทราบล่วงหน้า ทำให้ทราบสถานการณ์จริงในการเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) - โปรแกรมการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จะทำการสุ่มรายชื่อจากฐานข้อมูลลูกค้าของ กฟผ. - พนักงานสัมภาษณ์แนะนำตัวและเริ่มสัมภาษณ์ในโควตาที่สุ่มได้ - มีการบันทึกเสียงตลอดระยะเวลาการสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการตรวจสอบคุณภาพและปรับปรุงคุณภาพงาน	- หัวหน้าภาคสนาม - หัวหน้าทีมและพนักงานสัมภาษณ์ - ฝ่ายควบคุมคุณภาพ
หลังการเก็บข้อมูล ในระหว่างการเก็บข้อมูลจะมีการตรวจสอบข้อมูลเพื่อควบคุมคุณภาพคู่ขนานกันไปจนกระทั่งเก็บข้อมูลครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด โดยมีรายละเอียดดังนี้ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง : (การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ) หัวหน้าทีมดูวิธีการสุ่มและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ โดยกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินการกับ กฟผ. หรือหน่วยงานที่กำหนด การสัมภาษณ์ : หัวหน้าทีมดูวิธีการสัมภาษณ์ว่าลักษณะการพูดคุยถูกต้องตามแบบสอบถามหรือไม่ เชิญชวนให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสัมภาษณ์หรือไม่ และกลุ่มตัวอย่างเข้าใจสิ่งที่เราต้องการถามหรือไม่ การตรวจสอบชุดแบบสอบถาม : หัวหน้าทีมตรวจสอบชุดแบบสอบถามที่สัมภาษณ์สำเร็จว่ามีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์หรือไม่ การอภิปรายประจำวัน : แต่ละวันหลังจากสัมภาษณ์เสร็จสิ้น จะมีการรวบรวมชุดแบบสอบถามทั้งหมดเพื่อตรวจสอบโควตา จากนั้นจึงประชุมกันภายในทีมว่าในแต่ละวันที่ได้สัมภาษณ์นั้นพบปัญหาใดบ้าง เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหาวิธีแก้ไข ทำให้การสัมภาษณ์ในวันถัดไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น การส่งชุดแบบสอบถาม : คำตอบในแบบสอบถามทั้งจากโปรแกรมในแท็บเล็ต (จากการสัมภาษณ์แบบเข้าพบ) และโปรแกรมการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์) จะถูกบันทึกอัตโนมัติเข้าสู่ระบบแบบ Real-time เพื่อให้ผู้ควบคุมงานภาคสนามตรวจสอบโควตา และเพื่อให้ฝ่ายควบคุมคุณภาพสุ่มโทรสอบถามลูกค้าเพื่อยืนยันการสัมภาษณ์ รวมถึงตรวจสอบคำตอบเพื่อควบคุมคุณภาพของข้อมูล	- หัวหน้าภาคสนาม - หัวหน้าทีมและพนักงานสัมภาษณ์ - ฝ่ายควบคุมคุณภาพ

3.2.3 แนวทางการสำรวจภาคสนาม

ในการเก็บข้อมูลปี 2563 มีการแบ่งวิธีการสำรวจภาคสนามออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ (Personal Interview) และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Survey) โดยจะมีแนวทางการสำรวจแตกต่างกันตามประเภทลูกค้า โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3-11

ตารางที่ 3-11 แนวทางการสำรวจภาคสนาม

กลุ่มลูกค้า	วิธีการสัมภาษณ์	แนวทางการสำรวจ
ธุรกิจหลัก		
ลูกค้าปัจจุบัน		
เอกชนรายย่อย	■ แบบเข้าพบ	ใช้การสุ่มโดยการเดินเก็บข้อมูลตามบ้านในแต่ละจังหวัด โดยแต่ละจังหวัดจะมีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจาก 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองและอำเภอรองอีก 2 อำเภอ โดยจะเก็บข้อมูลทั้งในเขตเทศบาล (50%) และนอกเขตเทศบาล (50%) * ในประเด็นที่พบว่า มีผู้ตอบน้อย จะทำการสำรวจแบบเฉพาะเจาะจง โดยอิงจากรายชื่อลูกค้าที่มีการดำเนินการในประเด็นนั้น ๆ แล้วทำการสำรวจเพิ่มเติมเพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างในแต่ละประเด็นอย่างน้อย 25 รายในแต่ละพื้นที่ (ขึ้นกับอัตราส่วนการใช้บริการ)
เอกชนรายใหญ่	■ ทางโทรศัพท์	เนื่องจากในการสำรวจปี 2562 มีกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่แจ้งว่าสะดวกให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์มากกว่า 65% อีกทั้งลูกค้ากลุ่มนี้มีช่วงเวลาที่สะดวกให้สัมภาษณ์ไม่แน่นอน ในปี 2563 จึงกำหนดให้ใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกเวลาที่สะดวกในการให้สัมภาษณ์เองได้ โดยการโทรนัดหมายล่วงหน้าก่อนสัมภาษณ์จากฐานข้อมูลรายชื่อลูกค้าของ กฟภ. โดยจะใช้การสุ่มนัดเพื่อให้เกิดการกระจายตัวอย่างที่ดี และในการตอบแบบสอบถามอาจมีผู้ตอบได้มากกว่า 1 ท่าน เนื่องจากอาจมีผู้เกี่ยวข้องที่เคยดำเนินการกับ กฟภ. มากกว่า 1 ท่าน โดยจะมีการบันทึกไว้ว่าท่านใดเป็นผู้ตอบคำถามในข้อใด
ภาครัฐและอื่น ๆ	■ แบบเข้าพบ (ภาครัฐ)	ใช้การโทรนัดหมายล่วงหน้าก่อนสัมภาษณ์จากฐานข้อมูลรายชื่อลูกค้าของ กฟภ. โดยจะใช้การสุ่มนัดเพื่อให้เกิดการกระจายตัวอย่างที่ดี และในการตอบแบบสอบถามอาจมีผู้ตอบได้มากกว่า 1 ท่าน เนื่องจากอาจมีผู้เกี่ยวข้องที่เคยดำเนินการกับ กฟภ. มากกว่า 1 ท่าน โดยจะมีการบันทึกไว้ว่าท่านใดเป็นผู้ตอบคำถามในข้อใด
	■ ทางโทรศัพท์ (อื่น ๆ)	เนื่องจากกลุ่มลูกค้าอื่น ๆ เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะ รวมถึงในการสำรวจปี 2562 มีกลุ่มลูกค้าอื่น ๆ ที่แจ้งว่าสะดวกให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์คิดเป็น 79% ในปี 2563 จึงใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์โดยคัดกรองจากรายชื่อลูกค้าของ กฟภ. โดยการใช้การโทรนัดหมายล่วงหน้าก่อนสัมภาษณ์
ลูกค้าคู่แข่ง		
กฟน.	■ แบบเข้าพบ	ใช้การสุ่มโดยการเดินเก็บข้อมูลตามบ้านในพื้นที่การดูแลของ กฟน. โดยจะครอบคลุมในส่วนของพื้นที่กรุงเทพเหนือ กรุงเทพกลาง กรุงเทพตะวันออก กรุงเทพใต้ กรุงเทพมหานคร และกรุงเทพมหานคร
คู่แข่งอื่น ๆ	■ แบบเข้าพบ ■ ทางโทรศัพท์	ให้ลูกค้าปัจจุบันของ กฟภ. ประเมินองค์กรคู่แข่งในด้านต่าง ๆ โดยมีองค์กรคู่แข่ง ได้แก่ AIS, TRUE, 3, และ การประปาส่วนภูมิภาค

ตารางที่ 3-11 แนวทางการสำรวจภาคสนาม (ต่อ)

กลุ่มลูกค้า	วิธีการสัมภาษณ์	แนวทางการสำรวจ
ผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต		
อดีตลูกค้า	■ ทางโทรศัพท์	เนื่องจากกลุ่มลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่องเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะ จึงทำการขอรายชื่อลูกค้าอดีตของ กฟภ. เพื่อนัดหมายในการสัมภาษณ์
คู่แข่งทั่วไป	■ ทางโทรศัพท์	ใช้การติดต่ออุตสาหกรรมที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรม เนื่องจากอุตสาหกรรมเหล่านั้นมีโอกาสที่จะใช้บริการของผู้ผลิตไฟฟ้าเอกชนรายเล็ก (SPP) คู่แข่งในนิคมดังกล่าว
ผู้มีศักยภาพเป็นลูกค้าในอนาคตอื่น ๆ	■ แบบเข้าพบ	ค้นหาลูกค้าอนาคตจากผู้ที่มีศักยภาพในการใช้ไฟฟ้าที่จะมีกิจการใหม่ และยังไม่ได้มีการใช้ไฟฟ้ามาก่อน แต่มีความต้องการที่จะใช้ไฟฟ้า
ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง		
ลูกค้าปัจจุบัน		
เอกชน	■ ทางโทรศัพท์	เนื่องจากกลุ่มลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่องเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะ จึงใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์โดยคัดกรองจากรายชื่อลูกค้าของ กฟภ. เพื่อเป็นการยืนยันตัวตนว่าเป็นลูกค้าปัจจุบันของ กฟภ. จริงและนัดหมายในการสัมภาษณ์ โดยในการโทรนัดหมายจะทำการสุ่มนัดเพื่อให้เกิดการกระจายตัวอย่างที่ดี
ภาครัฐ		
ลูกค้าคู่แข่ง และผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต		
อดีตลูกค้า	■ ทางโทรศัพท์	เนื่องจากกลุ่มลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่องเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะ จึงใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์โดยคัดกรองจากรายชื่อลูกค้าของ กฟภ. เพื่อนัดหมายในการสัมภาษณ์ โดยจะต้องเป็นลูกค้าที่ก่อนหน้านี้ 1 ปีที่ผ่านมาเคยใช้บริการเสริมของ กฟภ. แต่ 1 ปีที่ผ่านมาไม่ได้ใช้ กฟภ.
คู่แข่ง/คู่เทียบ	■ ทางโทรศัพท์	เนื่องจากกลุ่มลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่องเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะ จึงใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์โดยคัดกรองจากรายชื่อลูกค้าของ กฟภ. เพื่อนัดหมายในการสัมภาษณ์ เนื่องจากลูกค้าสามารถใช้บริการธุรกิจเสริมได้หลายบริษัท รวมทั้งค้นหาและคัดกรองจากรายชื่อหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

3.2.4 แผนผังการแบ่งกลุ่มทีมงานภาคสนาม

ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม สำหรับการสัมภาษณ์แบบเข้าพบจะมีทีมงานสัมภาษณ์ 4-5 ทีม/ภาค โดยแต่ละทีมจะมีหัวหน้ารับผิดชอบในพื้นที่ต่าง ๆ อย่างชัดเจน ส่วนการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จะมีพนักงานสัมภาษณ์ประจำอยู่มากกว่า 12 ราย โดยมีรายละเอียดการควบคุมงานภาคสนามดังตารางที่ 3-12

ตารางที่ 3-12 แผนผังการควบคุมงานภาคสนาม

วิธีการสัมภาษณ์	ผู้จัดการงานภาคสนาม	พื้นที่	จำนวนพนักงานสัมภาษณ์
การสัมภาษณ์แบบเข้าพบ	คุณแสงอรุณ ป้อมถาวร	ภาคเหนือ	4 ทีม
		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5 ทีม
	คุณชัชวาล ชูสุวรรณ	ภาคกลาง	4 ทีม
		ภาคใต้	5 ทีม
การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์	คุณลลิตา ศรีจุฬางกูร	ทั่วประเทศ	มากกว่า 12 ราย

3.3 โมเดลที่ใช้ในการวิเคราะห์ประเด็นการสำรวจ

จากประเด็นการสำรวจที่กำหนด สามารถนำโมเดลจากกรอบแนวคิดการศึกษาและหลักการทางสถิติต่าง ๆ มาใช้วิเคราะห์ได้ ดังตารางที่ 3-13

ตารางที่ 3-13 โมเดลที่ใช้ในการวิเคราะห์ประเด็นการสำรวจ

หัวข้อ	โมเดล	การวิเคราะห์
สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน		
1. สภาพแวดล้อมภายใน	7-S Framework	- หลักการ 7S ที่ใช้ตรวจสอบการทำงานขององค์กรเพื่อระบุส่วนที่ควรเปลี่ยนแปลง และวิธีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับปัจจัยตัวอื่น ๆ - ประกอบด้วย 7 ส่วน ได้แก่ Shared Value, Strategy, Structure, System, Style, Staff, Skills
	GE McKinsey 9-Box Matrix	- การจัดวางตำแหน่งของหน่วยธุรกิจภายในเมทริกซ์ 9 ช่อง โดยแบ่งตามจุดแข็งในการแข่งขัน (แกน X) และความน่าสนใจของอุตสาหกรรม (แกน Y) ทำให้เกิดแผนเชิงวิเคราะห้สำหรับการจัดการหน่วยธุรกิจเหล่านั้น - ประกอบด้วย 3 ประเภท ได้แก่ หน่วยธุรกิจ Invest/Grow, หน่วยธุรกิจ Selectivity/Earning, หน่วยธุรกิจ Harvest/Divest
2. สภาพแวดล้อมภายนอก	PESTEL Analysis	- การสังเกตปัจจัยสภาพแวดล้อมในเชิงมหภาค (Macro-Environmental Factors) โดยสามารถนำผลจากการวิเคราะห์ไประบุอุปสรรคและจุดอ่อนใน SWOT ต่อไปได้ - ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ การเมือง, เศรษฐกิจ, สังคม, เทคโนโลยี, สิ่งแวดล้อม, กฎหมาย
สภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดและผลิตภัณฑ์ของ กฟภ.		
3. สภาพแวดล้อมในการแข่งขัน	Five Forces Analysis	- การวิเคราะห์แรงกดดันที่ทำให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรม - ประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อ, อำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์, อุปสรรคจากผู้ประกอบการรายใหม่, อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ และการแข่งขันระหว่างคู่แข่งในตลาด
สารสนเทศจากตลาด		
4. การแบ่งส่วนตลาด (Market Segment)	STP Model	- การจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด เพื่อจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้า - ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ การแบ่งส่วนตลาด, การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งองค์กร

ตารางที่ 3-13 โมเดลที่ใช้ในการวิเคราะห์ประเด็นการสำรวจ (ต่อ)

หัวข้อ	โมเดล	การวิเคราะห์
สารสนเทศจากลูกค้า		
5. ความต้องการและความคาดหวัง	Kano Model, Zone of Tolerance และ AI	- การวิเคราะห์โดยใช้ Regression Analysis เพื่อจำแนก Attribute ออกมาเป็น 4 ประเภท ผ่านการหาความชัน (Slope) ระหว่างความพึงพอใจในเรื่องนั้น ๆ และความพึงพอใจโดยรวม - การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย - การวิเคราะห์ระดับความต่างค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังสูงสุดและความพึงพอใจ กับความคาดหวังต่ำสุดและความพึงพอใจ เพื่อสร้าง Zone of Tolerance
6. ความพึงพอใจ	Importance Performance	- การวิเคราะห์ Relative Importance โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่าง Attribute ต่าง ๆ และความพึงพอใจโดยรวม โดยใช้คำสั่ง Relaimpo ใน R - การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ
7. ความไม่พึงพอใจแฝง	Critical Incident Technique	- การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและความพึงพอใจโดยรวม ผ่านการวิเคราะห์ความชัน (Slope) - การวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
8. ความภักดี	NPS/Loyalty Model	- การคำนวณโดยใช้หลัก NPS เพื่อแบ่งกลุ่มลูกค้า รวมถึงการคำนวณโดยใช้คะแนนความพึงพอใจ ความตั้งใจที่จะแนะนำ และความตั้งใจที่จะใช้บริการในอนาคตในการแบ่งกลุ่มลูกค้า โดยดูจากค่าคะแนน - การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความภักดี
9. ความผูกพัน	Customer Engagement Model	- การคำนวณ Engagement Index ผ่านการหาค่าเฉลี่ยข้อคำถามความผูกพัน - การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความผูกพัน
10. Delight	Delight Model	- การจำแนกกลุ่มลูกค้า Delight ผ่านการหา Top 2 Box ใน 3 ส่วนประกอบ ได้แก่ Arousal, Joy และ Surprise - การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย - การวิเคราะห์ Top 2 Box
11. ภาพลักษณ์	Brand Image	- การใช้การวิเคราะห์แบบ Multivariate โดยใช้ Correspondent Analysis ในการสร้าง Perceptual Map ของแบรนด์ผู้ให้บริการ - การวิเคราะห์ความถี่ (Frequency)
12. ธรรมาภิบาล (CG)	Corporate Governance	- การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย - การวิเคราะห์ Top 2 Box
13. ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	Corporate Social Responsibility	- การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย - การวิเคราะห์ Top 2 Box

4. ผลการสำรวจ ปี 2563



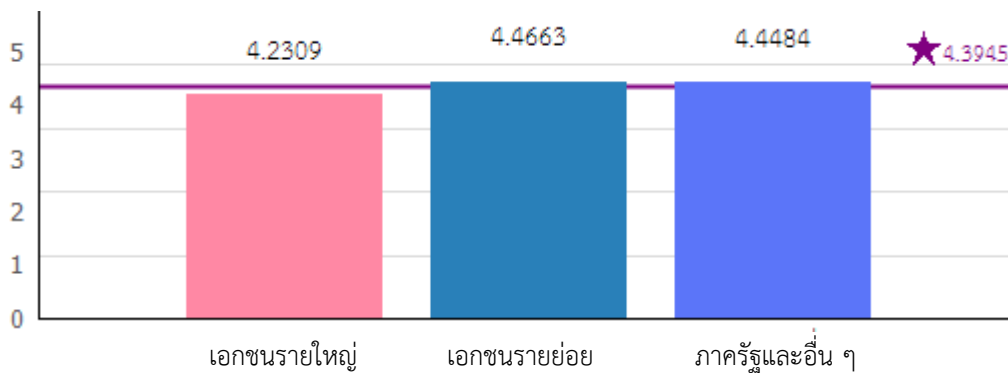
4.1 ผลการวิเคราะห์ในภาพรวม

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

ทั่วประเทศ

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของ กฟผ. ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.3945 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-1

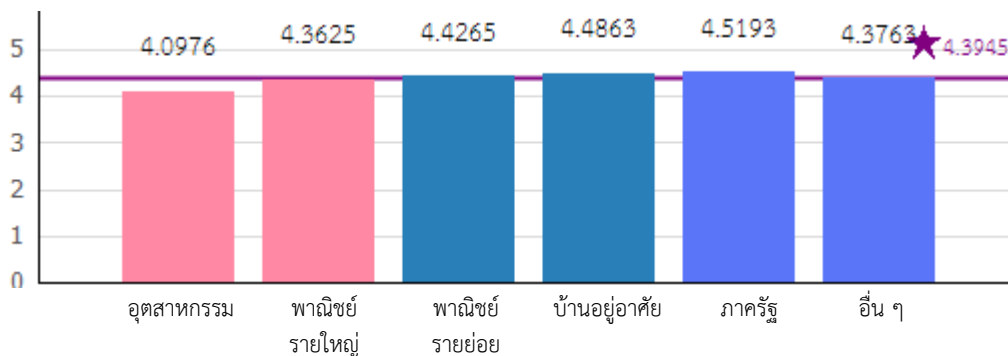
แผนภูมิที่ 4-1 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-2

แผนภูมิที่ 4-2 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

ทั่วประเทศ

ตารางที่ 4-1 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.5159	4.3109	▼ -0.2051	4.2519	▼ -0.2641	4.4330	▼ -0.0830
การขอขยายระบบไฟฟ้า	4.2310	4.2261	▼ -0.0048	4.1464	▼ -0.0846	4.4545	▲ 0.2236
การให้บริการมิเตอร์	4.4997	4.3228	▼ -0.1770	4.3567	▼ -0.1430	4.2711	▼ -0.2286
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.5613	★ 4.6431	▲ 0.0818	★ 4.5696	▲ 0.0083	★ 4.6722	▲ 0.1109
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.5651	★ 4.6193	▲ 0.0542	★ 4.5613	▼ -0.0038	★ 4.6499	▲ 0.0848
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3962	4.3153	▼ -0.0809	4.2043	▼ -0.1919	4.3743	▼ -0.0218
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3680	4.2768	▼ -0.0912	4.1771	▼ -0.1909	4.4248	▲ 0.0568
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2794	3.9091	▼ -0.3703	3.5397	▼ -0.7397	4.5556	▲ 0.2762
การให้บริการ Contact Center	4.3049	4.2151	▼ -0.0898	4.2115	▼ -0.0935	4.2222	▼ -0.0827
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.5594	★ 4.5833	▲ 0.0239	★ 4.5362	▼ -0.0232	★ 4.7037	▲ 0.1443
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3488	4.4333	▲ 0.0845	4.4722	▲ 0.1234	4.3750	▲ 0.0262
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4172	4.3501	▼ -0.0671	4.2970	▼ -0.1202	4.4026	▼ -0.0147
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4380	4.3587	▼ -0.0793	4.2662	▼ -0.1718	4.4499	▲ 0.0119
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.5097	4.5208	▲ 0.0110	4.5030	▼ -0.0067	4.5361	▲ 0.0264
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.4456	4.4009	▼ -0.0447	4.3573	▼ -0.0883	4.4438	▼ -0.0018
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3242	4.2450	▼ -0.0792	4.1887	▼ -0.1356	4.3005	▼ -0.0237

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-1 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ตารางที่ 4-2 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.5159	★ 4.6444	▲ 0.1285	★ 4.6239	▲ 0.1080	★ 4.6601	▲ 0.1442
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2310	4.3889	▲ 0.1579	4.3333	▲ 0.1024	4.4444	▲ 0.2135
การให้บริการมิเตอร์	4.4997	4.4902	▼ -0.0095	4.4343	▼ -0.0654	4.5169	▲ 0.0172
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.5613	☆ 4.5259	▼ -0.0354	★ 4.5327	▼ -0.0286	4.5226	▼ -0.0387
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.5651	4.5189	▼ -0.0462	4.5089	▼ -0.0562	☆ 4.5239	▼ -0.0412
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3962	4.4512	▲ 0.0550	4.4250	▲ 0.0289	4.4663	▲ 0.0701
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3680	4.4737	▲ 0.1057	4.5214	▲ 0.1534	4.4489	▲ 0.0809
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2794	4.3303	▲ 0.0509	4.3778	▲ 0.0984	4.3268	▲ 0.0474
การให้บริการ Contact Center	4.3049	4.4243	▲ 0.1193	☆ 4.5278	▲ 0.2229	4.3651	▲ 0.0602
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.5594	★ 4.6209	▲ 0.0615	4.4921	▼ -0.0673	★ 4.7111	▲ 0.1517
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3488	4.0476	▼ -0.3012	4.0427	▼ -0.3061	4.0519	▼ -0.2970
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4172	4.3982	▼ -0.0190	4.3751	▼ -0.0421	4.4098	▼ -0.0074
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4380	4.4262	▼ -0.0118	4.4026	▼ -0.0354	4.4381	▲ 0.0001
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.5097	4.4597	▼ -0.0501	4.4479	▼ -0.0619	4.4657	▼ -0.0440
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4456	4.4130	▼ -0.0326	4.3847	▼ -0.0609	4.4273	▼ -0.0183
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3242	4.3177	▼ -0.0065	4.2832	▼ -0.0411	4.3351	▲ 0.0109

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-2 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้ความสำคัญพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การให้บริการ Contact Center
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้ความสำคัญพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้ความสำคัญพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การให้บริการ Contact Center
- การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4-3 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.5159	4.5759	▲ 0.0600	4.4568	▼ -0.0591	4.5856	▲ 0.0696
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2310	4.2209	▼ -0.0100	4.4074	▲ 0.1764	4.1708	▼ -0.0601
การให้บริการมิเตอร์	4.4997	★ 4.6040	▲ 0.1043	4.4444	▼ -0.0553	4.6486	▲ 0.1488
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.5613	★ 4.5798	▲ 0.0185	4.5044	▼ -0.0569	★ 4.7484	▲ 0.1871
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.5651	★ 4.6190	▲ 0.0539	★ 4.5354	▼ -0.0298	★ 4.8082	▲ 0.2431
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3962	4.4467	▲ 0.0505	4.4641	▲ 0.0679	4.3016	▼ -0.0946
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3680	4.5676	▲ 0.1996	★ 4.5249	▲ 0.1569	★ 4.7222	▲ 0.3542
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2794	4.2982	▲ 0.0188	★ 4.5278	▲ 0.2484	3.0741	▼ -1.2053
การให้บริการ Contact Center	4.3049	4.2804	▼ -0.0245	4.3203	▲ 0.0153	4.1111	▼ -0.1938
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.5594	4.5022	▼ -0.0572	4.5111	▼ -0.0483	4.5000	▼ -0.0594
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3488	4.4286	▲ 0.0797	4.4286	▲ 0.0797		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4172	4.5129	▲ 0.0957	4.4094	▼ -0.0078	4.6182	▲ 0.2010
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4380	4.5349	▲ 0.0969	4.4565	▲ 0.0185	4.6145	▲ 0.1765
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.5097	4.5725	▲ 0.0627	4.4770	▼ -0.0327	4.6711	▲ 0.1614
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.4456	4.5397	▲ 0.0941	4.4734	▲ 0.0278	4.6071	▲ 0.1615
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3242	4.4131	▲ 0.0888	4.3478	▲ 0.0236	4.4794	▲ 0.1552

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ
 เหตุ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-3 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การให้บริการ Contact Center

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การให้บริการมิเตอร์
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

ทั่วประเทศ

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวมทั่วประเทศ พบว่า

- จุดแข็งของ กฟภ. คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-1 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าทั่วประเทศ 4.3945 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

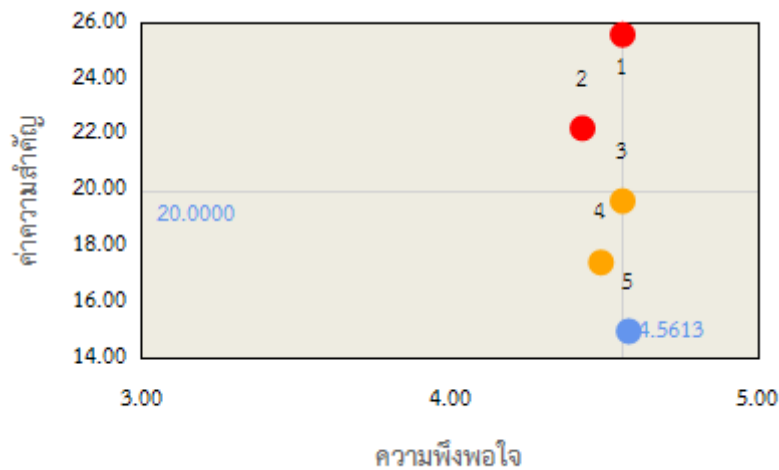
- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม ทั่วประเทศ พบว่า

- จุดอ่อนของ กฟภ. คือ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-2 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้าทั่วประเทศ 4.5613 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
2 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
3 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน
4 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

สิ่งที่ควรรักษาไว้
5 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวมทั่วประเทศ พบว่า

- จุดอ่อนของ กฟภ. คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-3 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้าทั่วประเทศ 4.5651 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

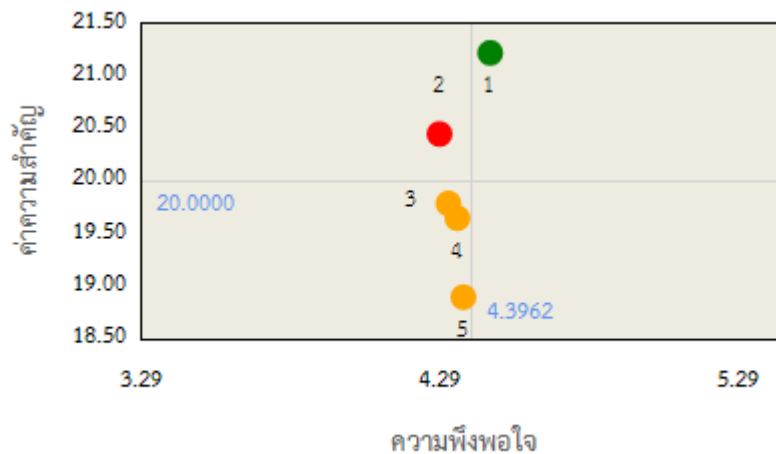
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกา)	-
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย	2 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
	3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟภ. ในการชำระค่าไฟฟ้า

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม ทั่วประเทศ พบว่า

- จุดแข็งของ กฟภ. คือ ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
- จุดอ่อนของ กฟภ. คือ มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-4 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้าทั่วประเทศ 4.3962 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
2 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
3 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง
4 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)
5 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

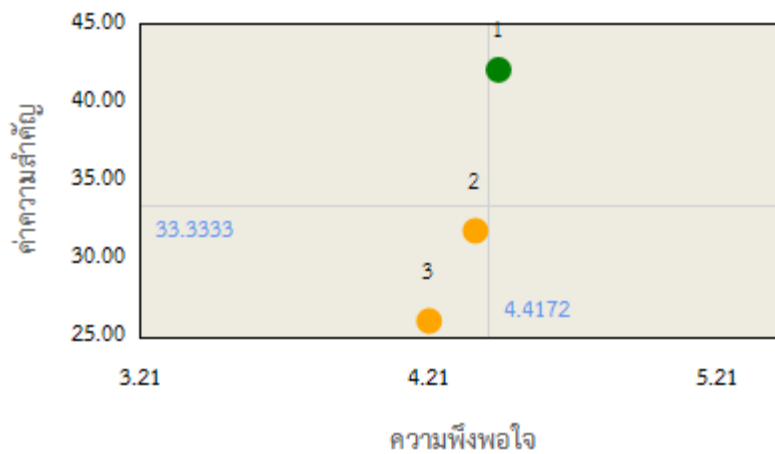
สิ่งที่ควรรักษาไว้
-

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม ทั่วประเทศ พบว่า

- จุดแข็งของ กฟภ. คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-5 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม



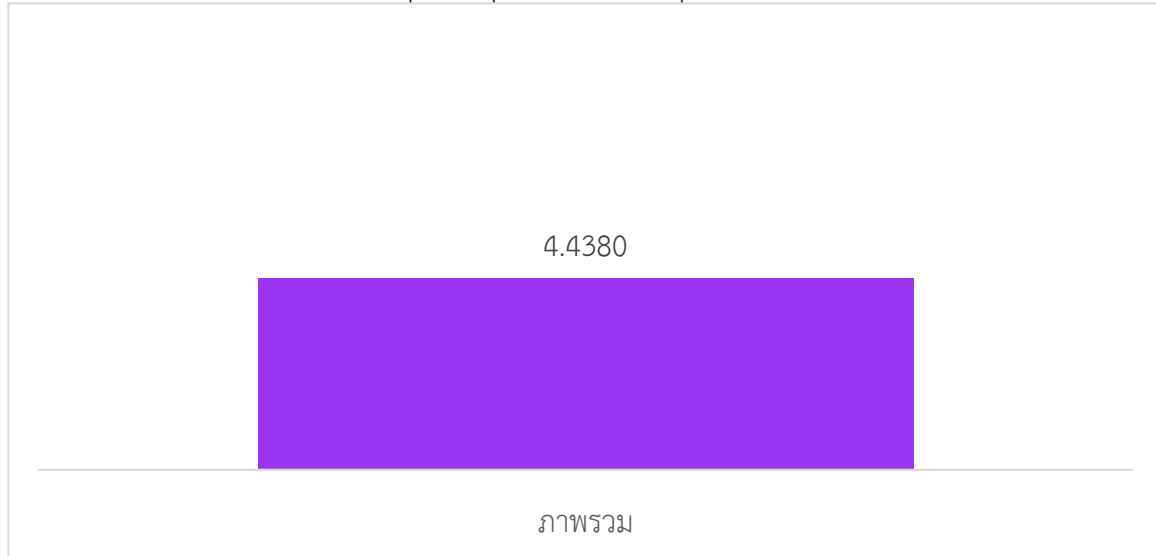
- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้าทั่วประเทศ 4.4172 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
2 ความเพียงพอของไฟฟ้า	-
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

ภาพรวม

แผนภาพที่ 4-6 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการในภาพรวม



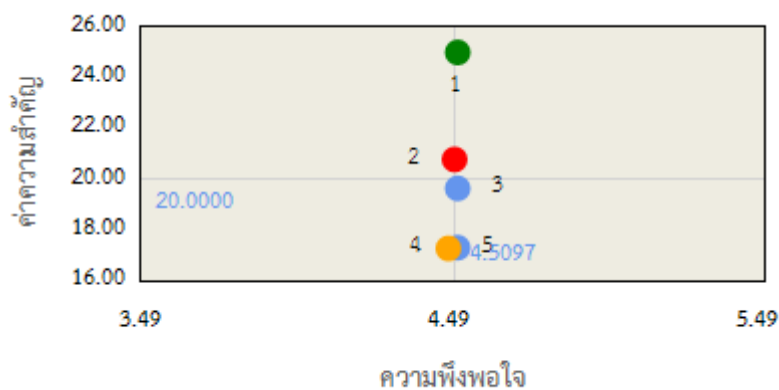
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดแข็งของ กฟผ.

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวมทั่วประเทศ พบว่า

- จุดแข็งของ กฟภ. คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- จุดอ่อนของ กฟภ. คือ จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-7 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้าทั่วประเทศ 4.5097 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

2 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

5 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

3 จุดให้บริการมีความทันสมัย

4 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

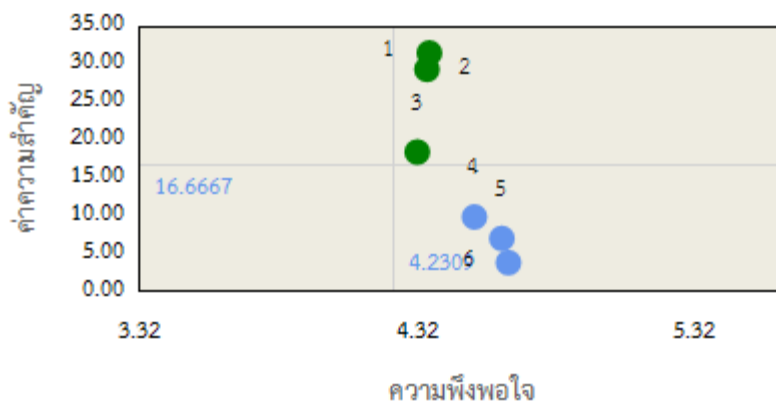
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวมทั่วประเทศ พบว่า

- จุดแข็งของ กฟภ. คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-8 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ทั่วประเทศ 4.2309 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

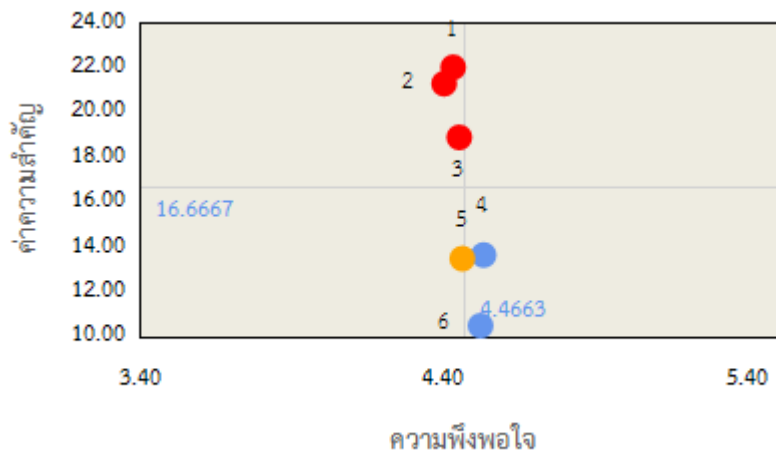
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวมทั่วประเทศ พบว่า

- จุดอ่อนของ กฟผ. คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-9 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยทั่วประเทศ 4.4663 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop

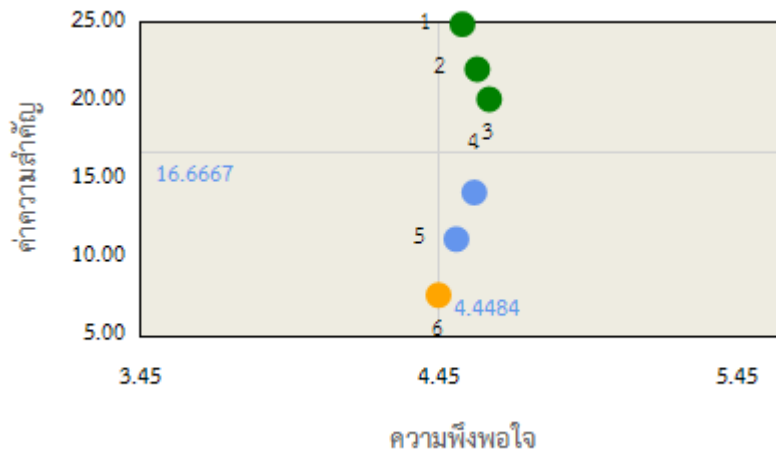
สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
6 การชำระค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวมทั่วประเทศ พบว่า

- จุดแข็งของ กฟภ. คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-10 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



หมายเหตุ : • ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน

• จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ทั่วประเทศ 4.4484 คะแนน (ข้อ A1)

• จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

4. วิเคราะห์ความภักดี

ทั่วประเทศ

กฟภ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่าเดิม
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-4 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม		เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	
Loyal	45.5006	33.7001	▼ -11.8004	50.1802	▲ 4.6796	50.1370	▲ 4.6364	
Positive	42.1504	44.9794	▲ 2.8290	44.9550	▲ 2.8046	35.0685	▼ -7.0819	
Hesitant	10.2454	17.3315	▲ 7.0861	4.0541	▼ -6.1914	12.6027	▲ 2.3573	
At Risk	2.1036	3.9890	▲ 1.8854	0.8108	▼ -1.2928	2.1918	▲ 0.0882	

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-4 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

ตารางที่ 4-5 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	45.5006	33.7001	▼ -11.8004	23.5457	▼ -21.9549	43.7158	▼ -1.7847
Positive	42.1504	44.9794	▲ 2.8290	46.2604	▲ 4.1100	43.7158	▲ 1.5655
Hesitant	10.2454	17.3315	▲ 7.0861	24.3767	▲ 14.1313	10.3825	▲ 0.1371
At Risk	2.1036	3.9890	▲ 1.8854	5.8172	▲ 3.7136	2.1858	▲ 0.0822

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-5 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่

ตารางที่ 4-6 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	45.5006	50.1802	▲ 4.6796	48.9247	▲ 3.4241	50.8130	▲ 5.3124
Positive	42.1504	44.9550	▲ 2.8046	45.1613	▲ 3.0109	44.8509	▲ 2.7006
Hesitant	10.2454	4.0541	▼ -6.1914	4.5699	▼ -5.6755	3.7940	▼ -6.4514
At Risk	2.1036	0.8108	▼ -1.2928	1.3441	▼ -0.7595	0.5420	▼ -1.5616

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-6 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย

ตารางที่ 4-7 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	45.5006	50.1370	▲ 4.6364	58.1522	▲ 12.6516	41.9890	▼ -3.5116
Positive	42.1504	35.0685	▼ -7.0819	36.6848	▼ -5.4656	33.4254	▼ -8.7250
Hesitant	10.2454	12.6027	▲ 2.3573	4.3478	▼ -5.8976	20.9945	▲ 10.7491
At Risk	2.1036	2.1918	▲ 0.0882	0.8152	▼ -1.2884	3.5912	▲ 1.4875

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-7 พบว่า

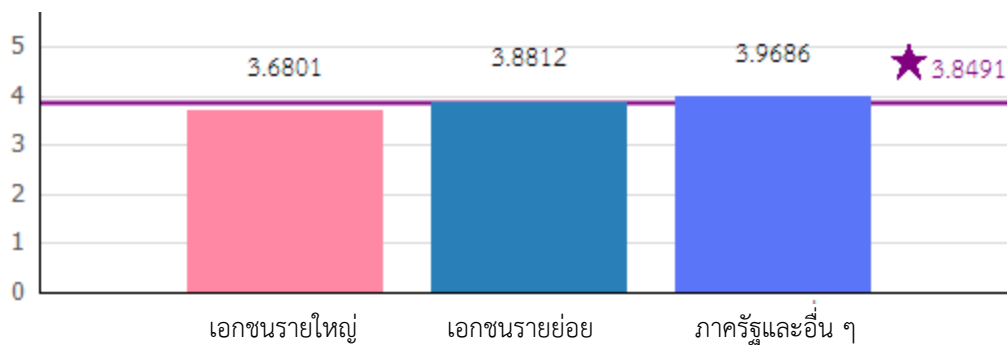
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าภาครัฐ
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

ทั่วประเทศ

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ กฟผ. ในป็นี้อยู่ในระดับที่ 3.8491 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังนั้น กฟผ. ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-3

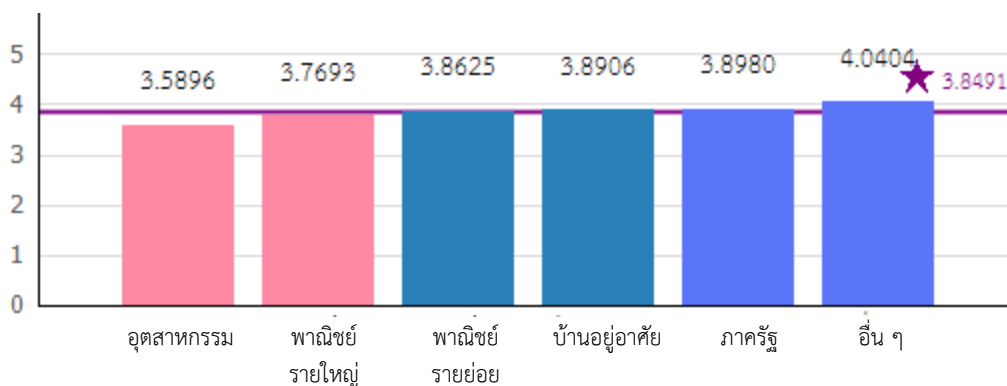
แผนภูมิที่ 4-3 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-4

แผนภูมิที่ 4-4 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



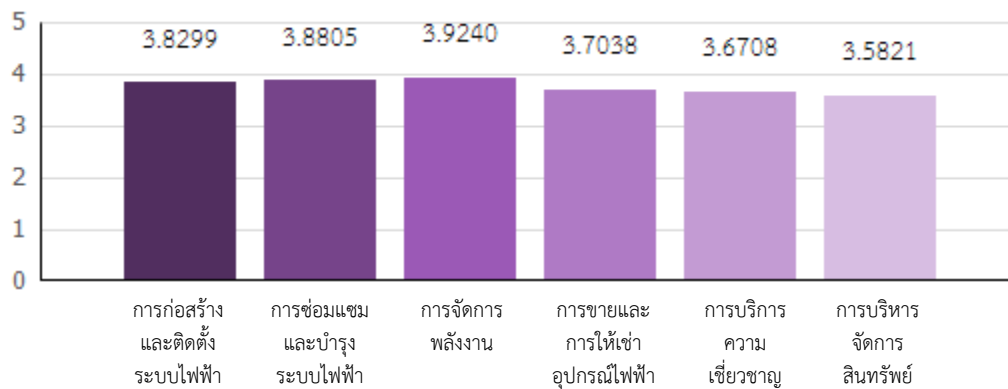
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ทั่วประเทศ

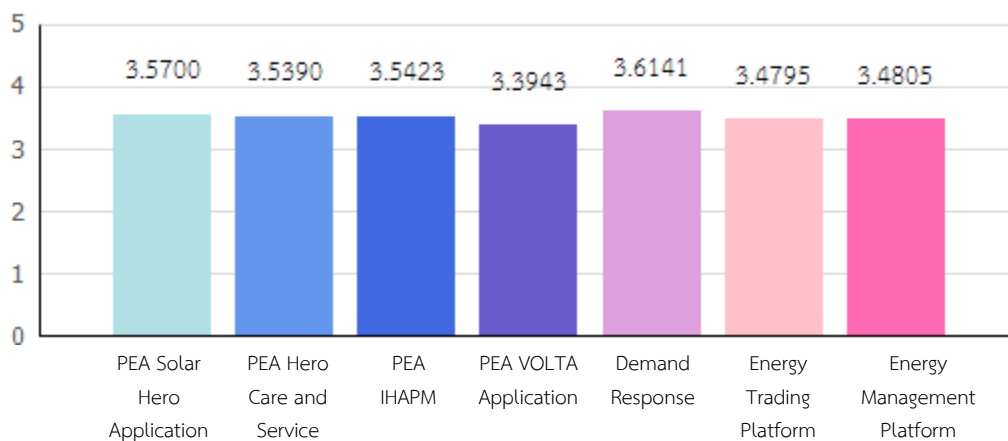
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในภาพรวมระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การจัดการพลังงานเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า และอันดับสาม คือ ธุรกิจก่อสร้าง ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-5

แผนภูมิที่ 4-5 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในภาพรวมระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ Demand Response เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ PEA Solar Hero Application และอันดับสาม คือ PEA IHAPM ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-6

แผนภูมิที่ 4-6 ธุรกิจใหม่



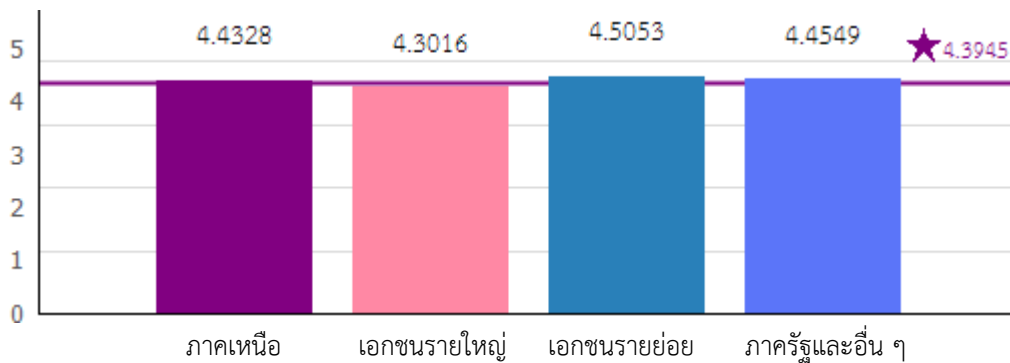
4.2 ผลการวิเคราะห์ภาคเหนือ

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

ภาคเหนือ

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของกฟภ. ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.3945 ในขณะที่ ภาคเหนือ อยู่ที่ 4.4328 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-7

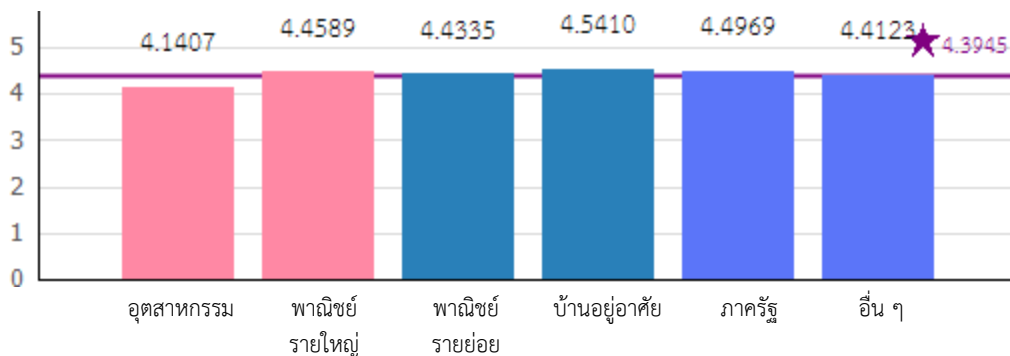
แผนภูมิที่ 4-7 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-8

แผนภูมิที่ 4-8 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

ภาคเหนือ

ตารางที่ 4-8 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4994	4.2077	▼ -0.2917	4.1111	▼ -0.3883	4.3580	▼ -0.1414
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2435	4.0933	▼ -0.1502	3.9708	▼ -0.2727	4.4815	▲ 0.2380
การให้บริการมิเตอร์	☆ 4.6310	4.3889	▼ -0.2421	4.3651	▼ -0.2659	4.5556	▼ -0.0755
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	☆ 4.6760	☆ 4.6355	▼ -0.0406	☆ 4.5556	▼ -0.1205	☆ 4.6617	▼ -0.0143
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.6774	☆ 4.6842	▲ 0.0068	☆ 4.5802	▼ -0.0972	☆ 4.7322	▲ 0.0548
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4509	4.3604	▼ -0.0904	4.4074	▼ -0.0434	4.3333	▼ -0.1175
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4476	4.3030	▼ -0.1446	4.1724	▼ -0.2752	4.5556	▲ 0.1079
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2000		—		—		—
การให้บริการ Contact Center	4.4286	4.1111	▼ -0.3175	4.1111	▼ -0.3175	4.1111	▼ -0.3175
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.5421	☆ 4.6889	▲ 0.1468	☆ 4.6543	▲ 0.1122	☆ 5.0000	▲ 0.4579
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3567	4.4445	▲ 0.0877	4.4620	▲ 0.1053	4.3778	▲ 0.0211
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4928	4.4359	▼ -0.0569	4.3926	▼ -0.1002	4.4783	▼ -0.0145
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5130	4.3944	▼ -0.1186	4.2840	▼ -0.2290	4.5024	▼ -0.0106
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.6094	4.5755	▼ -0.0339	4.5312	▼ -0.0782	4.6145	▲ 0.0051
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.5632	4.4969	▼ -0.0663	4.3975	▼ -0.1657	4.5942	▲ 0.0310
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3714	4.3040	▼ -0.0673	4.2444	▼ -0.1269	4.3623	▼ -0.0090

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-8 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การชำระค่าไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การชำระค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ตารางที่ 4-9 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4994	4.5556	▲ 0.0561	4.5556	▲ 0.0561	4.5556	▲ 0.0561
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2435		—		—		—
การให้บริการมิเตอร์	☆ 4.6310	4.4074	▼ -0.2236	4.3778	▼ -0.2532	4.4444	▼ -0.1866
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	☆ 4.6760	☆ 4.6997	▲ 0.0237	☆ 4.6911	▲ 0.0150	☆ 4.7037	▲ 0.0277
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.6774	4.6783	▲ 0.0009	4.6869	▲ 0.0094	4.6741	▼ -0.0033
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4509	4.5274	▲ 0.0766	4.5000	▲ 0.0491	4.5394	▲ 0.0885
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4476	☆ 4.7778	▲ 0.3302	☆ 4.8095	▲ 0.3619	☆ 4.7460	▲ 0.2984
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2000	4.2593	▲ 0.0593		—	4.2593	▲ 0.0593
การให้บริการ Contact Center	4.4286	4.5556	▲ 0.1270	4.5556	▲ 0.1270	4.5556	▲ 0.1270
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.5421	☆ 4.7460	▲ 0.2039	☆ 4.7037	▲ 0.1616	☆ 4.7778	▲ 0.2357
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3567	4.2000	▼ -0.1567	4.0222	▼ -0.3345	4.3778	▲ 0.0211
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4928	4.4761	▼ -0.0167	4.3944	▼ -0.0984	4.5167	▲ 0.0239
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5130	4.5393	▲ 0.0263	4.4969	▼ -0.0160	4.5604	▲ 0.0474
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.6094	4.6000	▼ -0.0094	4.5775	▼ -0.0319	4.6108	▲ 0.0014
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.5632	4.5864	▲ 0.0231	4.5702	▲ 0.0070	4.5944	▲ 0.0312
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3714	4.3771	▲ 0.0058	4.3358	▼ -0.0356	4.3977	▲ 0.0263

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-9 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า

- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การให้บริการ Contact Center
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การให้บริการ Contact Center
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การให้บริการ Contact Center
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4-10 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4994	4.5942	▲ 0.0948	★ 4.7037	▲ 0.2043	4.5838	▲ 0.0844
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2435	4.4141	▲ 0.1706	4.5556	▲ 0.3121	4.3725	▲ 0.1291
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.6310	★ 4.7407	▲ 0.1097	★ 4.6667	▲ 0.0356	4.7500	▲ 0.1190
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.6760	4.6484	▼ -0.0277	4.6030	▼ -0.0731	★ 4.8611	▲ 0.1851
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.6774	★ 4.6686	▼ -0.0088	4.5889	▼ -0.0885	★ 4.8562	▲ 0.1788
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4509	4.4799	▲ 0.0291	4.4905	▲ 0.0397	4.4074	▼ -0.0434
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4476	4.5926	▲ 0.1450	4.6000	▲ 0.1524	4.5556	▲ 0.1079
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2000	4.0222	▼ -0.1778	★ 4.6667	▲ 0.4667	1.4444	▼ -2.7556
การให้บริการ Contact Center	4.4286	★ 4.7037	▲ 0.2751	★ 4.6444	▲ 0.2159	★ 5.0000	▲ 0.5714
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.5421	4.3611	▼ -0.1810	4.5556	▲ 0.0135	4.3162	▼ -0.2258
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3567	4.2222	▼ -0.1345	4.2222	▼ -0.1345		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4928	4.5752	▲ 0.0824	4.4481	▼ -0.0447	4.7037	▲ 0.2109
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5130	4.5924	▲ 0.0794	4.5214	▲ 0.0084	4.6642	▲ 0.1512
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.6094	4.6558	▲ 0.0465	4.5877	▼ -0.0217	4.7257	▲ 0.1163
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.5632	4.5948	▲ 0.0316	4.5946	▲ 0.0314	4.5951	▲ 0.0318
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3714	4.4303	▲ 0.0590	4.3895	▲ 0.0181	4.4716	▲ 0.1002

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-10 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การให้บริการ Contact Center
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.
- การขอติดตั้งไฟฟ้า

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การขอขยายเขตรบบไฟฟ้า

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การให้บริการ Contact Center
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การขอขยายเขตรบบไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการ Contact Center
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การขอขยายเขตรบบไฟฟ้า

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

ภาคเหนือ

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม ภาคเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-11 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาคเหนือ 4.4328 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม ภาคเหนือ พบว่า

- จุดอ่อนของ ภาค คือ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-12 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้าภาคเหนือ 4.6760 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
2 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
3 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน
4 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย
5 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง

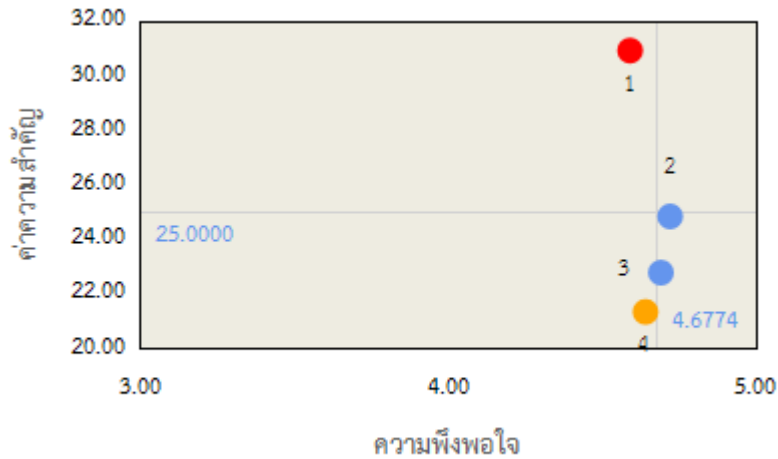
สิ่งที่ควรรักษาไว้
-

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม ภาคเหนือ พบว่า

- จุดอ่อนของ ภาค คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-13 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้าภาคเหนือ 4.6774 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

1 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเมื่อมี โอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

4 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

สิ่งที่ควรรักษาไว้

2 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)

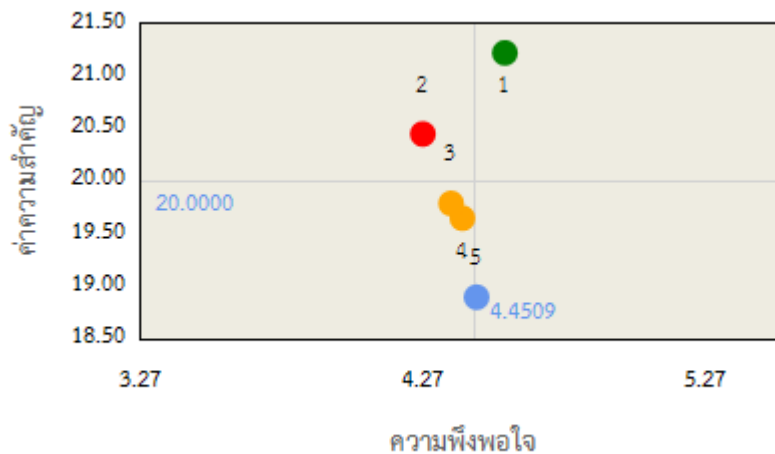
3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟภ. ในการชำระค่า ไฟฟ้า

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม ภาคเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
- จุดอ่อนของ ภาค คือ มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-14 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้าภาคเหนือ 4.4509 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

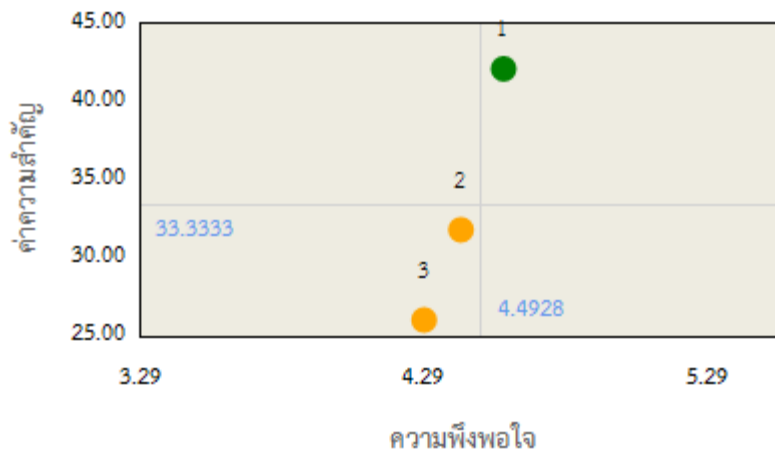
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ* 2 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์ 1 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร 3 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง 4 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)	สิ่งที่ควรรักษาไว้ 5 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม ภาคเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-15 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

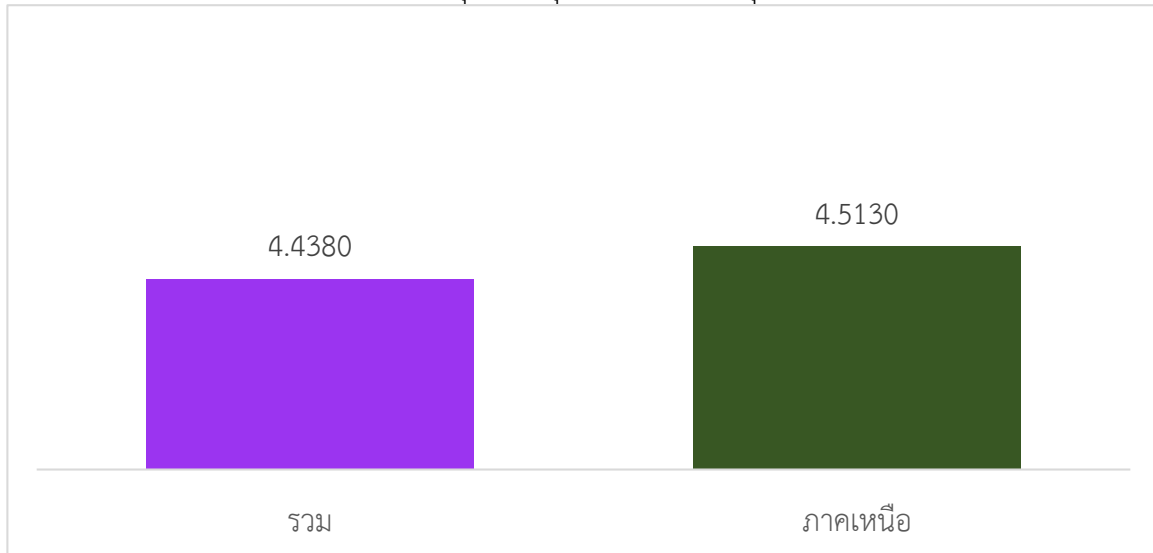


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้าภาคเหนือ 4.4928 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ* -	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์ 1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร 2 ความเพียงพอของไฟฟ้า 3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	สิ่งที่ควรรักษาไว้ -

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-16 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



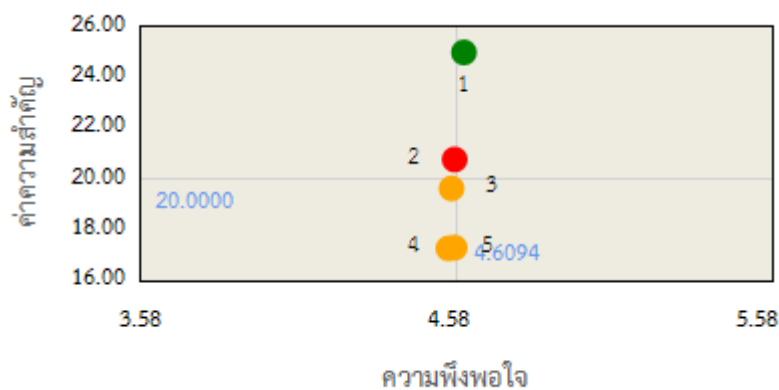
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดแข็งของภาคเหนือ

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม ภาคเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- จุดอ่อนของ ภาค คือ จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-17 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้าภาคเหนือ 4.6094 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

2 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 3 จุดให้บริการมีความทันสมัย
- 4 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม
- 5 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

-

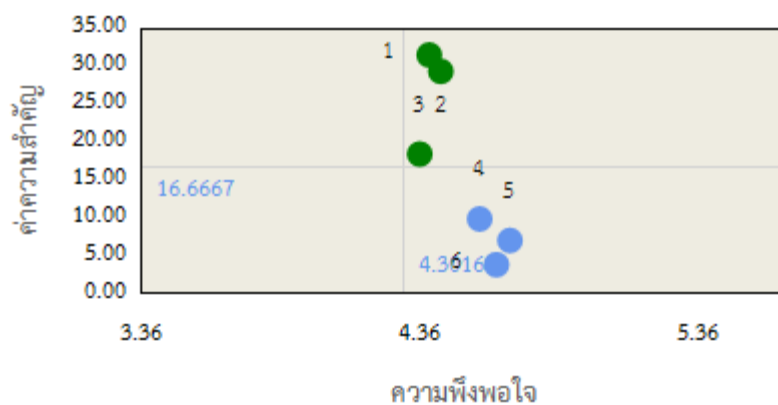
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม ภาคเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-18 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ภาคเหนือ 4.3016 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

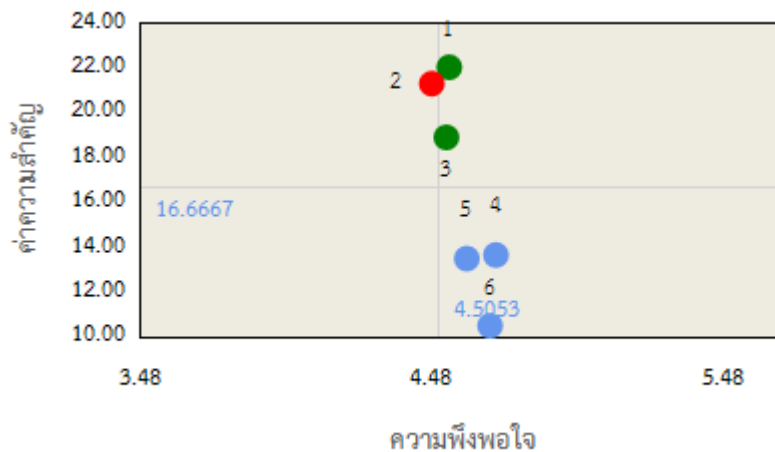
- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม ภาคเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- จุดอ่อนของ ภาค คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-19 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยภาคเหนือ 4.5053 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	6 การชำระค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม ภาคเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-20 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ภาคเหนือ 4.4549 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

4. วิเคราะห์ความภักดี

ภาคเหนือ

กฟภ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่าเดิม
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-11 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	47.8807	37.9121	▼ -9.9686	54.7445	▲ 6.8638	47.5138	▼ -0.3669
Positive	39.0895	40.1099	▲ 1.0204	38.3212	▼ -0.7683	39.2265	▲ 0.1370
Hesitant	11.3030	18.6813	▲ 7.3783	6.2044	▼ -5.0986	11.6022	▲ 0.2992
At Risk	1.7268	3.2967	▲ 1.5699	0.7299	▼ -0.9969	1.6575	▼ -0.0694

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-11 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่

ตารางที่ 4-12 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอเจนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอเจนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	47.8807	37.9121	▼ -9.9686	31.1111	▼ -16.7696	44.5652	▼ -3.3155
Positive	39.0895	40.1099	▲ 1.0204	35.5556	▼ -3.5339	44.5652	▲ 5.4757
Hesitant	11.3030	18.6813	▲ 7.3783	26.6667	▲ 15.3637	10.8696	▼ -0.4334
At Risk	1.7268	3.2967	▲ 1.5699	6.6667	▲ 4.9398		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-12 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอเจนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม*

ตารางที่ 4-13 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอเจนรายย่อย

	ภาพรวม	เอเจนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	47.8807	54.7445	▲ 6.8638	53.8462	▲ 5.9655	55.1913	▲ 7.3106
Positive	39.0895	38.3212	▼ -0.7683	38.4615	▼ -0.6279	38.2514	▼ -0.8381
Hesitant	11.3030	6.2044	▼ -5.0986	6.5934	▼ -4.7096	6.0109	▼ -5.2921
At Risk	1.7268	0.7299	▼ -0.9969	1.0989	▼ -0.6279	0.5464	▼ -1.1804

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-13 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอเจนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย*

ตารางที่ 4-14 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	47.8807	47.5138	▼ -0.3669	51.6484	▲ 3.7677	43.3333	▼ -4.5474
Positive	39.0895	39.2265	▲ 0.1370	42.8571	▲ 3.7677	35.5556	▼ -3.5339
Hesitant	11.3030	11.6022	▲ 0.2992	5.4945	▼ -5.8085	17.7778	▲ 6.4748
At Risk	1.7268	1.6575	▼ -0.0694		—	3.3333	▲ 1.6065

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-14 พบว่า

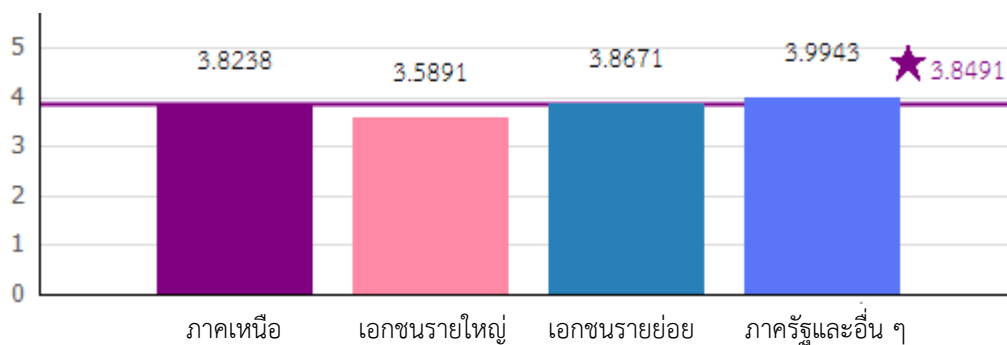
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ*
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ*

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

ภาคเหนือ

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ กฟผ. ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.8491 ในขณะที่ ภาคเหนือ อยู่ที่ 3.8238 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังนั้น ภาค ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-9

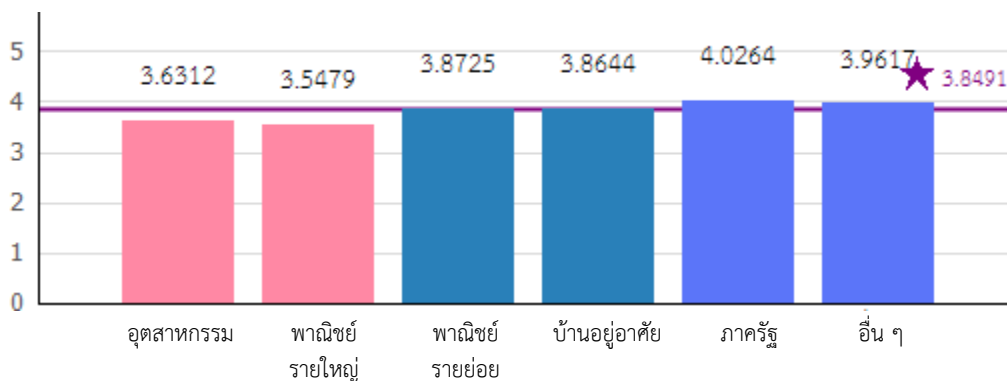
แผนภูมิที่ 4-9 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-10

แผนภูมิที่ 4-10 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



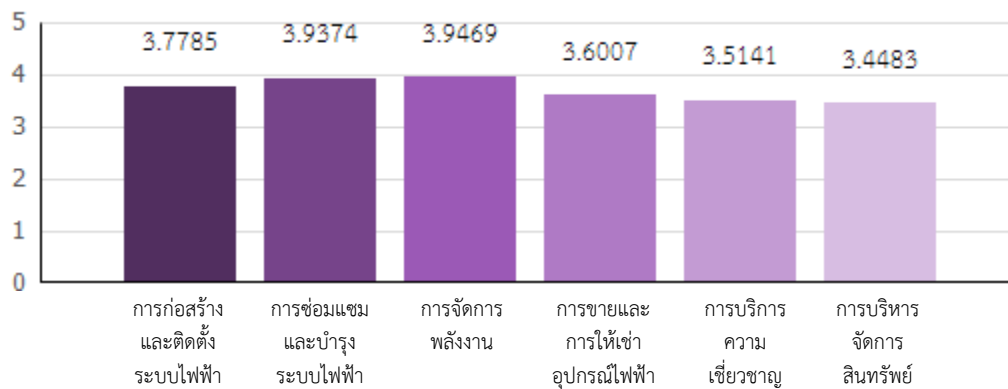
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ภาคเหนือ

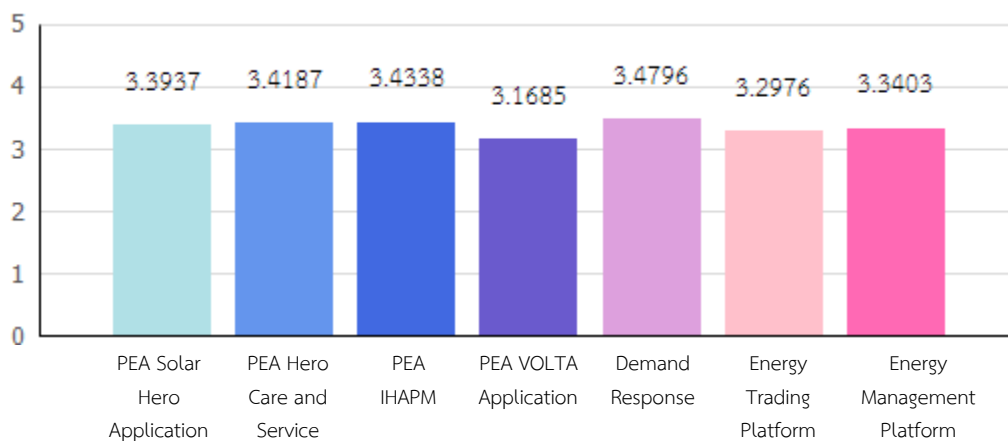
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในภาคเหนือระบุว่าจะมีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การจัดการพลังงานเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า และอันดับสาม คือ ธุรกิจก่อสร้าง ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-11

แผนภูมิที่ 4-11 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในภาคเหนือระบุว่าจะมีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ Demand Response เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ PEA IHAPM และอันดับสาม คือ PEA Hero Care and Service ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-12

แผนภูมิที่ 4-12 ธุรกิจใหม่



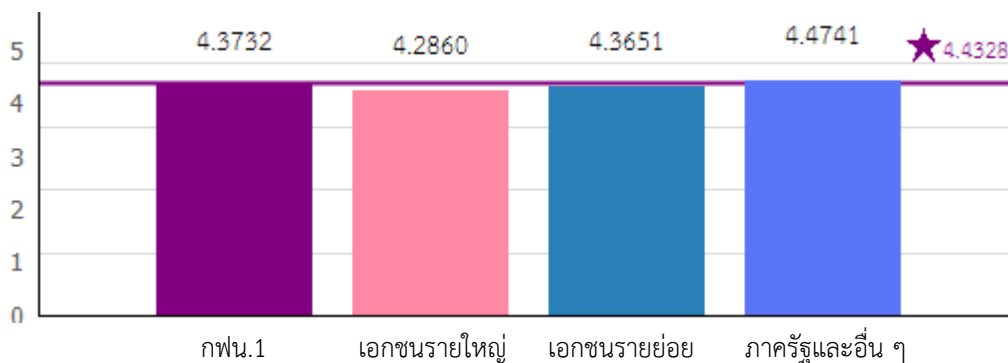
4.2.1 ผลการวิเคราะห์ กพน.1

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กพน.1

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.4328 ในขณะที่ กพน.1 อยู่ที่ 4.3732 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-13

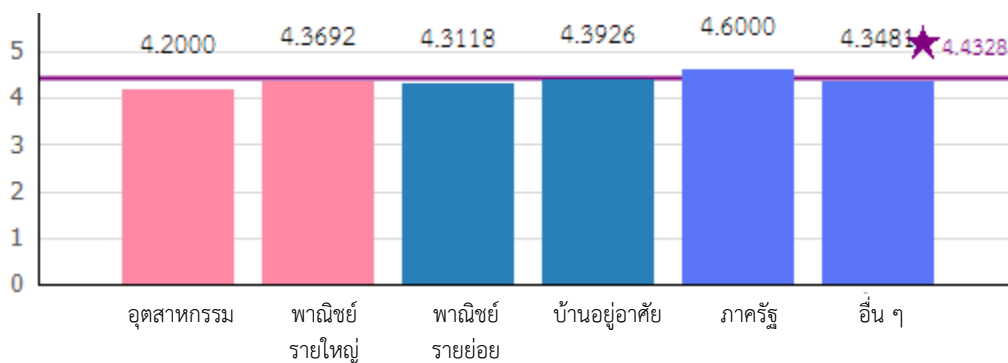
แผนภูมิที่ 4-13 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-14

แผนภูมิที่ 4-14 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กฟน.1

ตารางที่ 4-15 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4419	4.1919	▼ -0.2499	4.0222	▼ -0.4196	4.3333	▼ -0.1085
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3228	4.0556	▼ -0.2672	3.8148	▼ -0.5079	★ 4.7778	▲ 0.4550
การให้บริการมิเตอร์	4.6402	4.5556	▼ -0.0847	4.5556	▼ -0.0847		—
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.7280	★ 4.8000	▲ 0.0720	★ 5.0000	▲ 0.2720	4.7500	▲ 0.0220
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.7546	☆ 4.7310	▼ -0.0236	4.6768	▼ -0.0778	☆ 4.7531	▼ -0.0015
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4789	4.4603	▼ -0.0186	4.5152	▲ 0.0362	4.4248	▼ -0.0541
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3737	4.3464	▼ -0.0273	4.2889	▼ -0.0848	4.4286	▲ 0.0548
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3333		—		—		—
การให้บริการ Contact Center	3.8889	3.8889	— 0.0000	3.8889	— 0.0000		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.7037	★ 4.8222	▲ 0.1185	★ 4.7778	▲ 0.0741	★ 5.0000	▲ 0.2963
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.4248	4.6667	▲ 0.2418	☆ 4.6825	▲ 0.2577	4.5556	▲ 0.1308
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.5807	4.4536	▼ -0.1272	4.4963	▼ -0.0844	4.4122	▼ -0.1685
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5765	4.4681	▼ -0.1084	4.4667	▼ -0.1099	4.4695	▼ -0.1070
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop	4.6918	4.6905	▼ -0.0013	4.6543	▼ -0.0375	4.7241	▲ 0.0323
การติดต่อสื่อสารกับ กฟน.	4.6310	4.5628	▼ -0.0682	4.4667	▼ -0.1644	4.6559	▲ 0.0249
การดำเนินงานของ กฟน. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4570	4.3734	▼ -0.0836	4.2296	▼ -0.2274	4.5125	▲ 0.0555

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-15 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ตารางที่ 4-16 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4419	★ 4.7778	▲ 0.3359	4.5556	▲ 0.1137	★ 5.0000	▲ 0.5581
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3228		—		—		—
การให้บริการมิเตอร์	4.6402	4.2222	▼ -0.4180	3.9630	▼ -0.6772	★ 5.0000	▲ 0.3598
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.7280	☆ 4.7344	▲ 0.0063	4.6984	▼ -0.0296	☆ 4.7514	▲ 0.0234
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.7546	★ 4.7656	▲ 0.0110	★ 4.7993	▲ 0.0447	4.7481	▼ -0.0065
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4789	4.5778	▲ 0.0989	4.3333	▼ -0.1456	4.6825	▲ 0.2036
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3737	4.7037	▲ 0.3300	★ 5.0000	▲ 0.6263	4.5556	▲ 0.1818
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3333	4.5556	▲ 0.2222		—	4.5556	▲ 0.2222
การให้บริการ Contact Center	3.8889		—		—		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.7037	4.5556	▼ -0.1481	4.5556	▼ -0.1481	4.5556	▼ -0.1481
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.4248	4.2381	▼ -0.1867	3.8889	▼ -0.5359	4.3778	▼ -0.0471
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.5807	4.6239	▲ 0.0432	4.4695	▼ -0.1112	4.7037	▲ 0.1230
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5765	4.6288	▲ 0.0523	4.5269	▼ -0.0496	4.6815	▲ 0.1050
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.6918	4.7020	▲ 0.0102	4.6000	▼ -0.0918	★ 4.7576	▲ 0.0658
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.6310	4.6825	▲ 0.0515	★ 4.6989	▲ 0.0679	4.6741	▲ 0.0430
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4570	4.5360	▲ 0.0790	4.4122	▼ -0.0448	4.6000	▲ 0.1430

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-16 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การขอติดตั้งไฟฟ้า

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ตารางที่ 4-17 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4419	4.5111	▲ 0.0693	★ 4.8222	▲ 0.3804	4.4489	▲ 0.0070
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3228	4.4872	▲ 0.1644	★ 4.7778	▲ 0.4550	4.3580	▲ 0.0353
การให้บริการมิเตอร์	4.6402	★ 4.7778	▲ 0.1376	★ 4.8519	▲ 0.2116	★ 4.7576	▲ 0.1174
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.7280	4.6543	▼ -0.0737	4.6444	▼ -0.0836	★ 4.7778	▲ 0.0498
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.7546	★ 4.7516	▼ -0.0030	4.6852	▼ -0.0694	★ 4.9111	▲ 0.1565
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4789	4.3333	▼ -0.1456	4.4074	▼ -0.0715	4.2222	▼ -0.2567
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3737	4.1111	▼ -0.2626	4.1111	▼ -0.2626	4.1111	▼ -0.2626
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3333	4.0000	▼ -0.3333	★ 4.8519	▲ 0.5185	1.4444	▼ -2.8889
การให้บริการ Contact Center	3.8889		—		—		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.7037	4.6667	▼ -0.0370	4.5556	▼ -0.1481	★ 4.7778	▲ 0.0741
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.4248	4.1111	▼ -0.3137	4.1111	▼ -0.3137		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.5807	4.6444	▲ 0.0637	4.6148	▲ 0.0341	4.6741	▲ 0.0934
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5765	4.6074	▲ 0.0309	4.6889	▲ 0.1124	4.5259	▼ -0.0506
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.6918	★ 4.6782	▼ -0.0136	4.6741	▼ -0.0177	4.6825	▼ -0.0093
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.6310	4.6222	▼ -0.0088	4.7333	▲ 0.1023	4.5111	▼ -0.1199
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4570	4.4222	▼ -0.0348	4.6000	▲ 0.1430	4.2444	▼ -0.2126

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-17 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การให้บริการมิเตอร์
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กพน.1

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟน.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-21 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟน.1 4.3732 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
	4 การชำระค่าไฟฟ้า
	5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กพน.1 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน

แผนภาพที่ 4-22 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กพน.1 4.7280 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

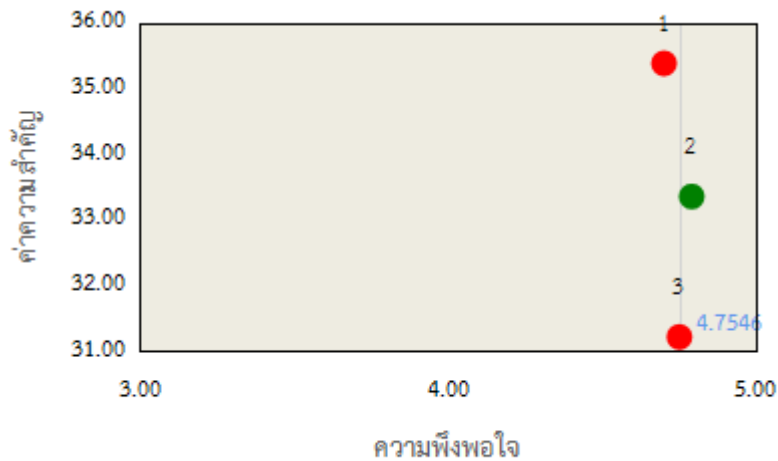
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	-
2 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง	-
4 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย	
5 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์	

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟน.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
- จุดอ่อนของ เขต คือ ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟภ. ในการชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-23 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟน.1 4.7546 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

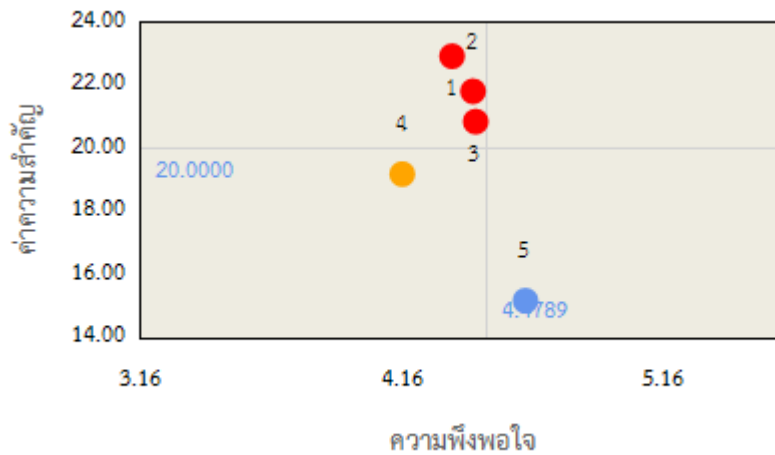
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	2 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟภ. ในการชำระค่าไฟฟ้า (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	-

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กพน.1 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง) มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

แผนภาพที่ 4-24 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



หมายเหตุ : • ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน

• จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กพน.1 4.4789 คะแนน (ข้อ B15)

• จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	-
2 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง) (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	
3 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	5 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม ภาพที่ 1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-25 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

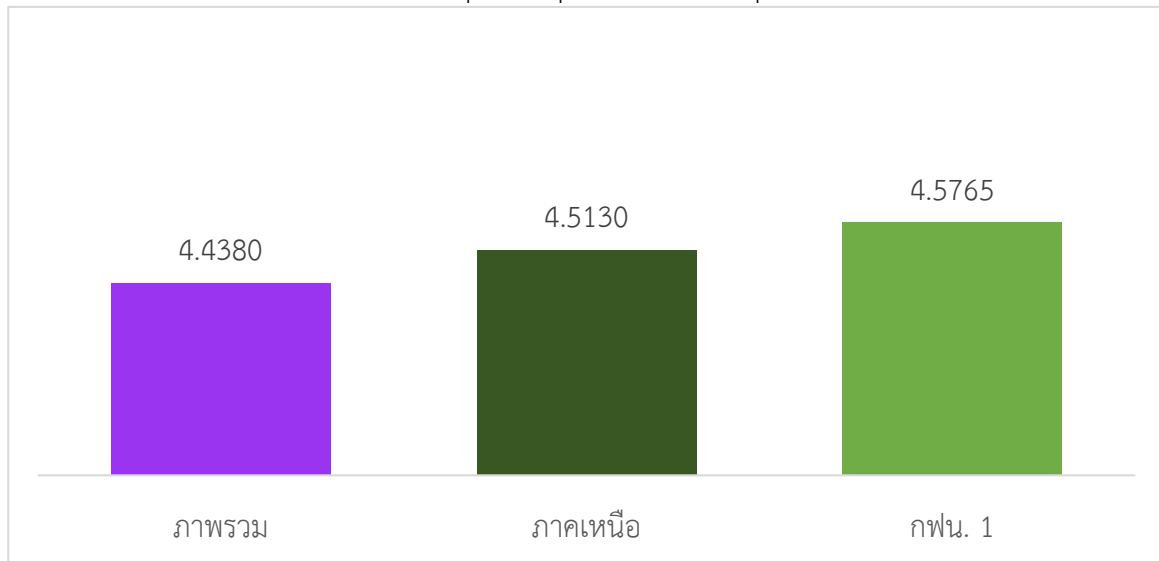


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟน.1 4.5807 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
2 ความเพียงพอของไฟฟ้า	-
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-26 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



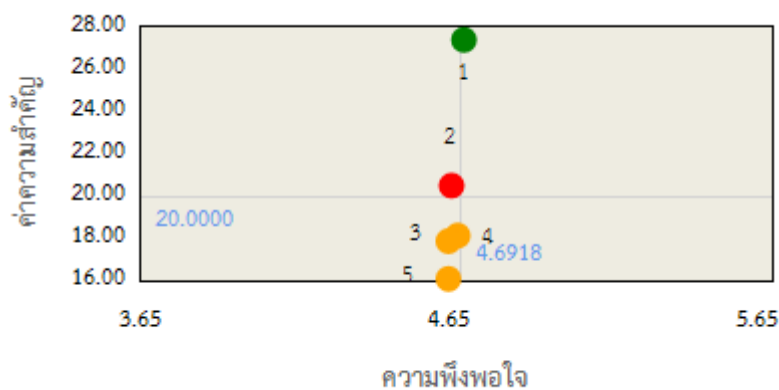
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดแข็งของ กฟน. 1

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม กฟน.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- จุดอ่อนของ เขต คือ จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-27 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟน.1 4.6918 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

2 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

3 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

4 จุดให้บริการมีความทันสมัย

5 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

-

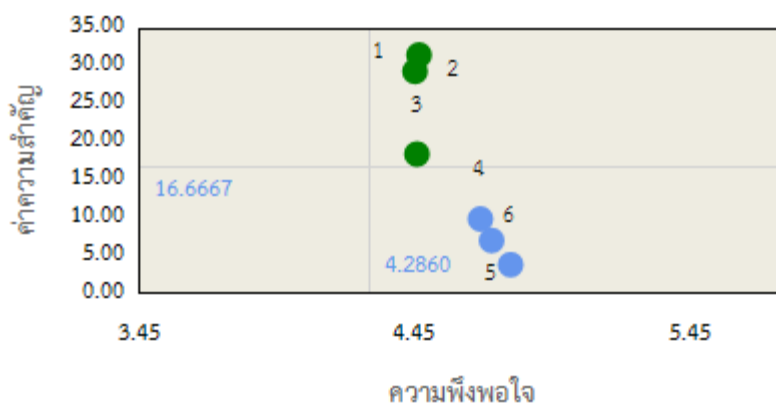
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟน.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-28 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟน.1 4.2860 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

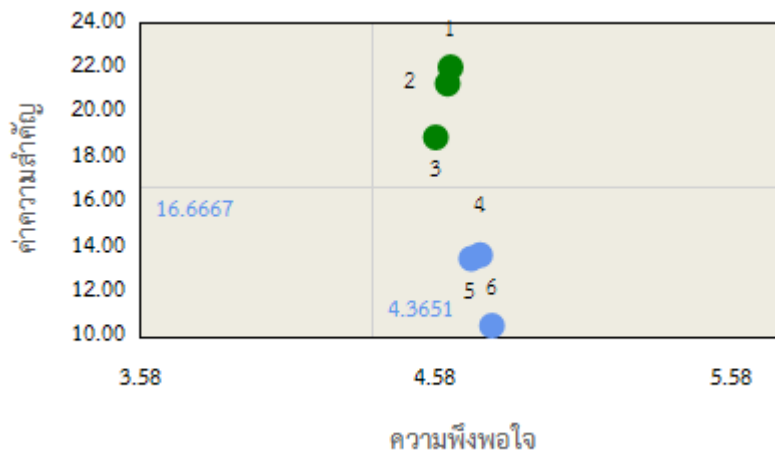
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟน.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-29 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟน.1 4.3651 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

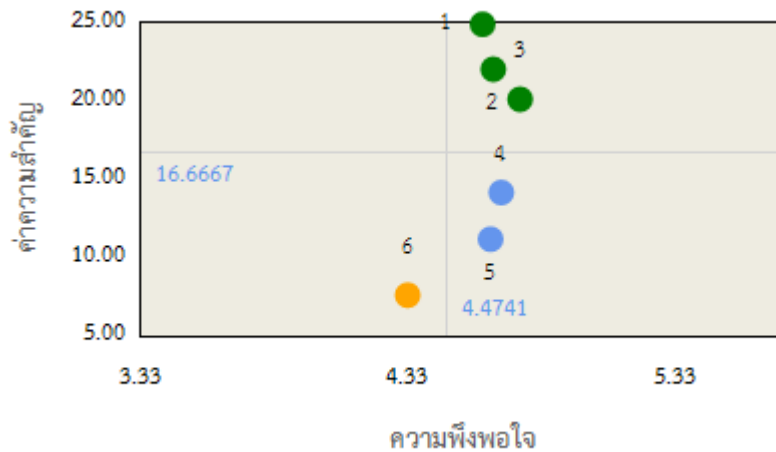
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop
	6 การชำระค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟน.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-30 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ กฟน.1 4.4741 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟน.1

กฟน. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟน. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอที่ดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟน. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟน. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-18 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	43.8679	32.7869	▼ -11.0810	46.1538	▲ 2.2859	51.6667	▲ 7.7987
Positive	37.2642	42.6230	▲ 5.3588	37.3626	▲ 0.0985	31.6667	▼ -5.5975
Hesitant	16.0377	19.6721	▲ 3.6344	15.3846	▼ -0.6531	13.3333	▼ -2.7044
At Risk	2.8302	4.9180	▲ 2.0878	1.0989	▼ -1.7313	3.3333	▲ 0.5031

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-18 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟน. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟน. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

ตารางที่ 4-19 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอเจนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอเจนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	43.8679	32.7869	▼ -11.0810	33.3333	▼ -10.5346	32.2581	▼ -11.6099
Positive	37.2642	42.6230	▲ 5.3588	33.3333	▼ -3.9308	51.6129	▲ 14.3488
Hesitant	16.0377	19.6721	▲ 3.6344	23.3333	▲ 7.2956	16.1290	▲ 0.0913
At Risk	2.8302	4.9180	▲ 2.0878	10.0000	▲ 7.1698		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-19 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอเจนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม*

ตารางที่ 4-20 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอเจนรายย่อย

	ภาพรวม	เอเจนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	43.8679	46.1538	▲ 2.2859	38.7097	▼ -5.1582	50.0000	▲ 6.1321
Positive	37.2642	37.3626	▲ 0.0985	45.1613	▲ 7.8971	33.3333	▼ -3.9308
Hesitant	16.0377	15.3846	▼ -0.6531	16.1290	▲ 0.0913	15.0000	▼ -1.0377
At Risk	2.8302	1.0989	▼ -1.7313		—	1.6667	▼ -1.1635

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-20 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอเจนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย*

ตารางที่ 4-21 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	43.8679	51.6667	▲ 7.7987	60.0000	▲ 16.1321	43.3333	▼ -0.5346
Positive	37.2642	31.6667	▼ -5.5975	33.3333	▼ -3.9308	30.0000	▼ -7.2642
Hesitant	16.0377	13.3333	▼ -2.7044	6.6667	▼ -9.3711	20.0000	▲ 3.9623
At Risk	2.8302	3.3333	▲ 0.5031		—	6.6667	▲ 3.8365

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-21 พบว่า

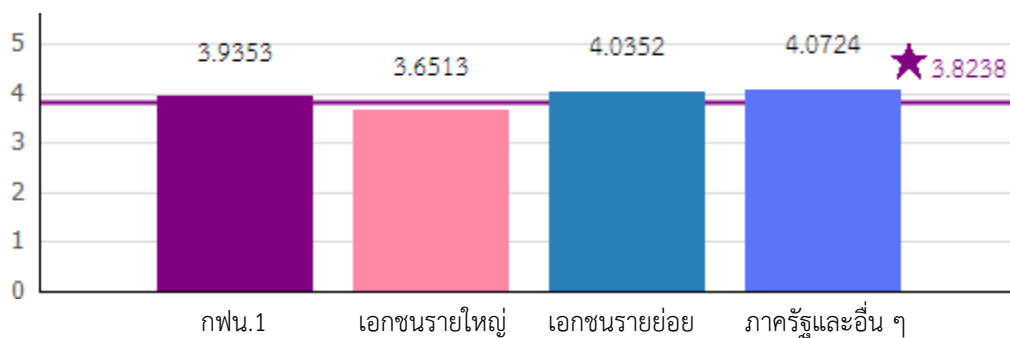
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ*
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ*

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กพน.1

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.8238 ในขณะที่ กพน.1 อยู่ที่ 3.9353 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-15

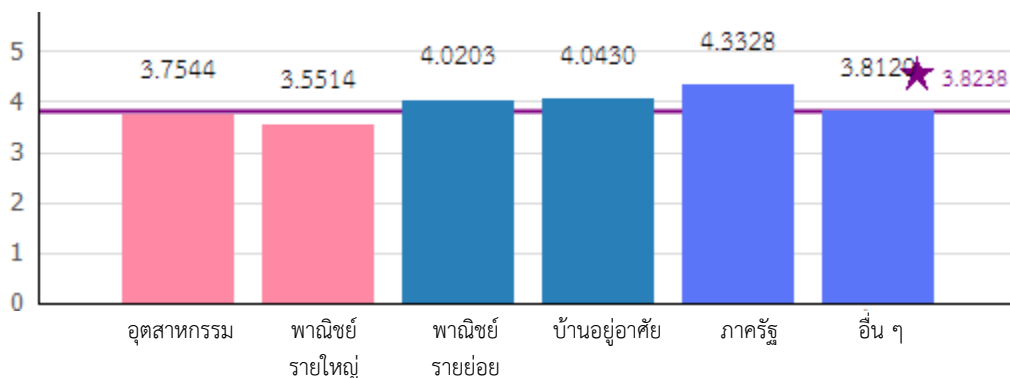
แผนภูมิที่ 4-15 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-16

แผนภูมิที่ 4-16 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



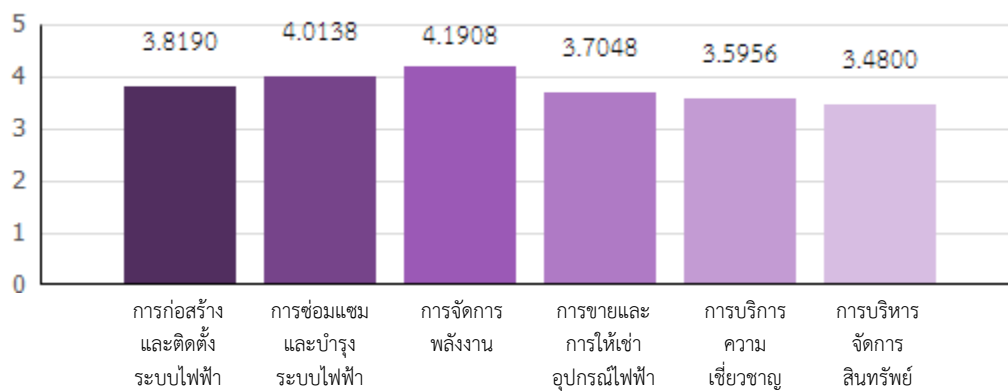
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กพน.1

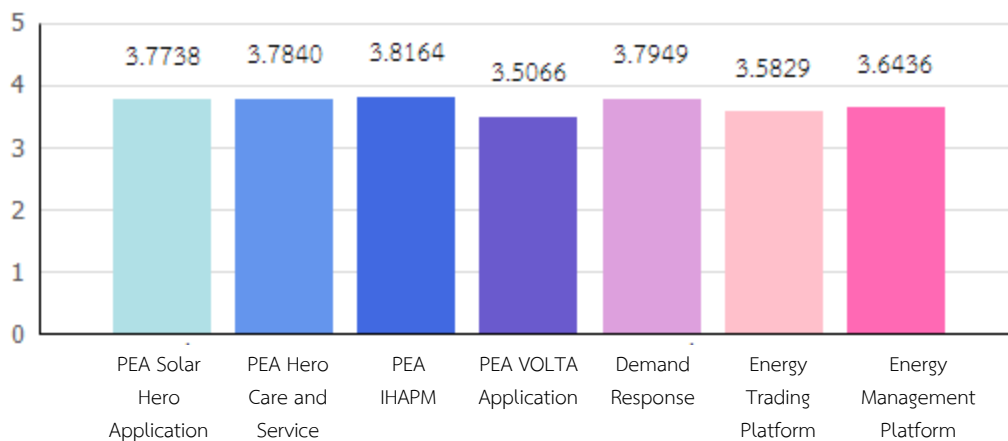
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กพภ. ในเขต กพน.1 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การจัดการพลังงานเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า และอันดับสาม คือ ธุรกิจก่อสร้าง ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-17

แผนภูมิที่ 4-17 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กพภ. ในเขต กพน.1 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ PEA IHAPM เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ Demand Response และอันดับสาม คือ PEA Hero Care and Service ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-18

แผนภูมิที่ 4-18 ธุรกิจใหม่



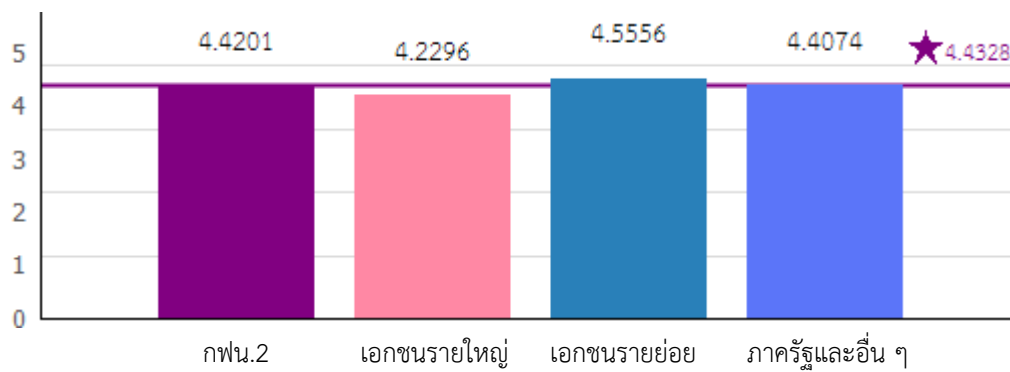
4.2.2 ผลการวิเคราะห์ กฟน.2

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กฟน.2

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.4328 ในขณะที่ กฟน.2 อยู่ที่ 4.4201 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ภาครัฐและอื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-19

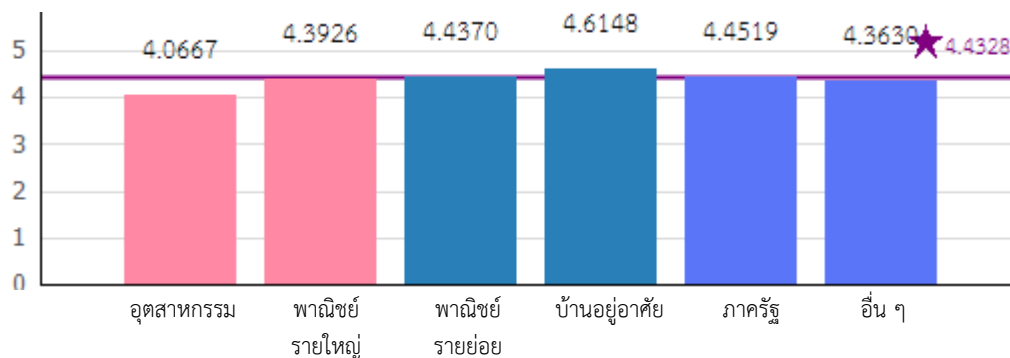
แผนภูมิที่ 4-19 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-20

แผนภูมิที่ 4-20 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กพ.น.2

ตารางที่ 4-22 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4359	3.8889	▼ -0.5470	3.8889	▼ -0.5470		—
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2727	4.1852	▼ -0.0875	4.1852	▼ -0.0875		—
การให้บริการมิเตอร์	4.5556	4.1111	▼ -0.4444	4.1111	▼ -0.4444		—
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	☆ 4.5776	4.3457	▼ -0.2320	3.8889	▼ -0.6888	☆ 4.4762	▼ -0.1014
การชำระค่าไฟฟ้า	4.5713	☆ 4.5989	▲ 0.0276	☆ 4.4872	▼ -0.0842	☆ 4.6508	▲ 0.0795
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3824	4.1828	▼ -0.1996	4.3333	▼ -0.0491	4.1111	▼ -0.2713
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.0123	4.0123	— 0.0000	4.0000	▼ -0.0123	4.1111	▲ 0.0988
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	☆ 4.6667		—		—		—
การให้บริการ Contact Center	4.5062	4.4074	▼ -0.0988	☆ 5.0000	▲ 0.4938	4.1111	▼ -0.3951
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.8025	☆ 5.0000	▲ 0.1975	☆ 5.0000	▲ 0.1975		—
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.1111	4.0476	▼ -0.0635	4.0370	▼ -0.0741	4.1111	— 0.0000
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3905	4.3407	▼ -0.0497	4.2889	▼ -0.1016	☆ 4.3926	▲ 0.0021
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4116	4.2296	▼ -0.1820	4.0815	▼ -0.3302	4.3778	▼ -0.0339
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.4914	☆ 4.4359	▼ -0.0555	☆ 4.4872	▼ -0.0042	4.3846	▼ -0.1067
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4307	4.3333	▼ -0.0974	4.3037	▼ -0.1270	4.3630	▼ -0.0677
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3185	4.2222	▼ -0.0963	4.2296	▼ -0.0889	4.2148	▼ -0.1037

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-22 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การชำระค่าไฟฟ้า

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการ Contact Center
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ตารางที่ 4-23 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4359		—		—		—
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2727		—		—		—
การให้บริการมิเตอร์	4.5556	4.1111	▼ -0.4444		—	4.1111	▼ -0.4444
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	☆ 4.5776	☆ 4.6515	▲ 0.0739	☆ 4.6475	▲ 0.0699	☆ 4.6535	▲ 0.0758
การชำระค่าไฟฟ้า	4.5713	4.5456	▼ -0.0258	4.5259	▼ -0.0454	4.5556	▼ -0.0158
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3824	4.5286	▲ 0.1462	☆ 4.7333	▲ 0.3509	4.4921	▲ 0.1097
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.0123		—		—		—
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	☆ 4.6667	☆ 4.6667	— 0.0000		—	☆ 4.6667	— 0.0000
การให้บริการ Contact Center	4.5062	4.5556	▲ 0.0494	☆ 4.5556	▲ 0.0494	4.5556	▲ 0.0494
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.8025	☆ 4.8519	▲ 0.0494		—	☆ 4.8519	▲ 0.0494
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.1111		—		—		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3905	4.3877	▼ -0.0028	4.3185	▼ -0.0720	4.4222	▲ 0.0317
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4116	4.4617	▲ 0.0501	4.4667	▲ 0.0550	4.4593	▲ 0.0476
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.4914	4.5274	▲ 0.0361	4.5200	▲ 0.0286	4.5309	▲ 0.0395
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4307	4.4617	▲ 0.0310	4.3926	▼ -0.0381	4.4963	▲ 0.0656
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3185	4.3630	▲ 0.0444	4.2148	▼ -0.1037	4.4370	▲ 0.1185

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-23 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4-24 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4359	4.5354	▲ 0.0995		—	4.5354	▲ 0.0995
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2727	4.3778	▲ 0.1051		—	4.3778	▲ 0.1051
การให้บริการมิเตอร์	4.5556	★ 4.7265	▲ 0.1709		—	☆ 4.7265	▲ 0.1709
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	☆ 4.5776	☆ 4.6276	▲ 0.0500	★ 4.5556	▼ -0.0221	★ 4.9365	▲ 0.3589
การชำระค่าไฟฟ้า	4.5713	4.6011	▲ 0.0298	☆ 4.5111	▼ -0.0602	★ 4.9012	▲ 0.3299
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3824	4.4872	▲ 0.1048	4.4815	▲ 0.0991	4.5556	▲ 0.1732
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.0123		—		—		—
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	★ 4.6667		—		—		—
การให้บริการ Contact Center	4.5062	4.5556	▲ 0.0494	★ 4.5556	▲ 0.0494		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.8025	★ 4.6667	▼ -0.1358		—	4.6667	▼ -0.1358
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.1111	4.5556	▲ 0.4444	★ 4.5556	▲ 0.4444		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3905	4.4444	▲ 0.0540	4.2593	▼ -0.1312	4.6296	▲ 0.2392
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4116	4.5185	▲ 0.1069	4.3481	▼ -0.0635	4.6889	▲ 0.2772
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.4914	4.4921	▲ 0.0007	4.2727	▼ -0.2186	4.6708	▲ 0.1794
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4307	4.4815	▲ 0.0508	4.4074	▼ -0.0233	4.5556	▲ 0.1249
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3185	4.3481	▲ 0.0296	4.2000	▼ -0.1185	4.4963	▲ 0.1778

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-24 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า

- การให้บริการ Contact Center
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการ Contact Center
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กพน.2

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจข้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

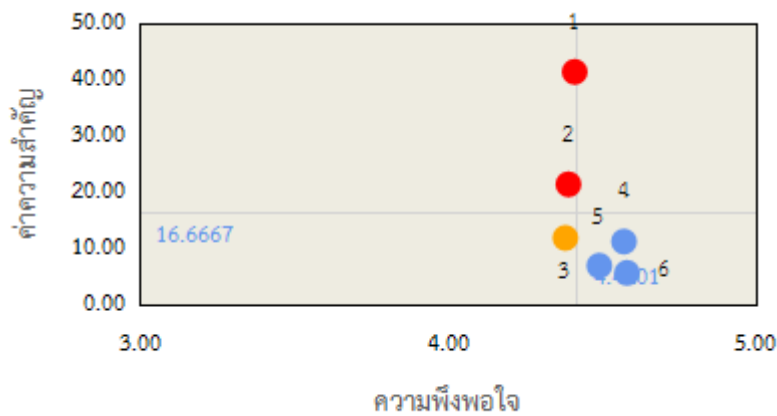
3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟน.2 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-31 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟน.2 4.4201 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

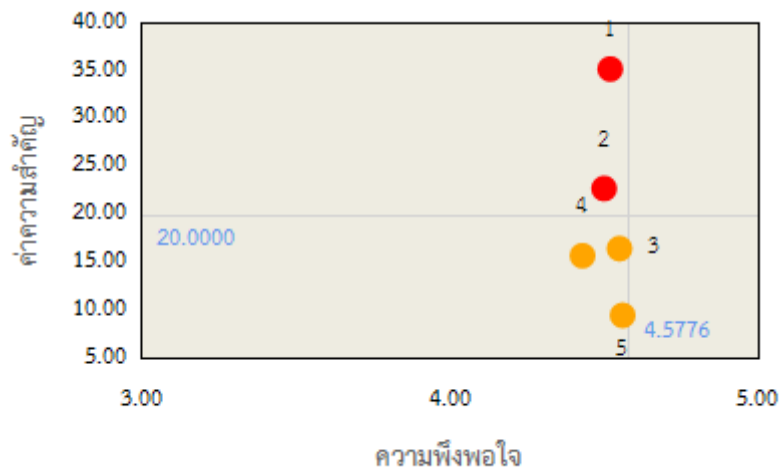
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	-
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4 การชำระค่าไฟฟ้า
	5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กพน.2 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน

แผนภาพที่ 4-32 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กพน.2 4.5776 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
2 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
3 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง
4 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย
5 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

สิ่งที่ควรรักษาไว้
-

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟน.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง) การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟน. ในการชำระค่าไฟฟ้า
- จุดอ่อนของ เขต คือ ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

แผนภาพที่ 4-33 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟน.2 4.5713 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

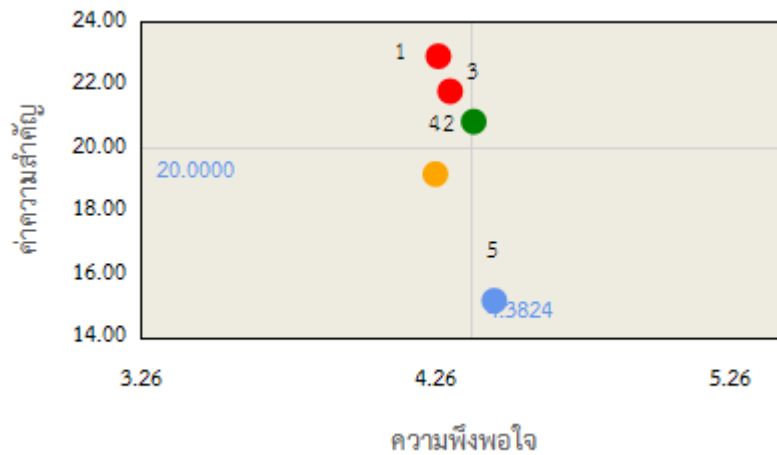
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	2 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
	3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟน. ในการชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	-

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กฟน.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ
- จุดอ่อนของ เขต คือ มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)

แผนภาพที่ 4-34 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กฟน.2 4.3824 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	3 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ
2 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง) (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	5 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม ภาพที่ 2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-35 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

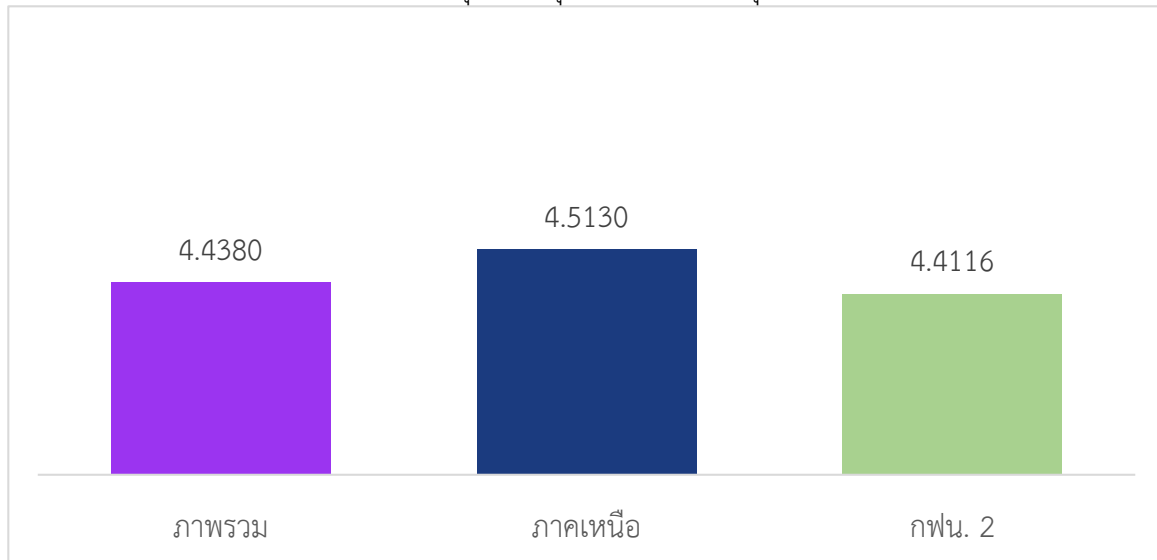


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟน.2 4.3905 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ* -	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์ 1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร 2 ความเพียงพอของไฟฟ้า 3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	สิ่งที่ควรรักษาไว้ -

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-36 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



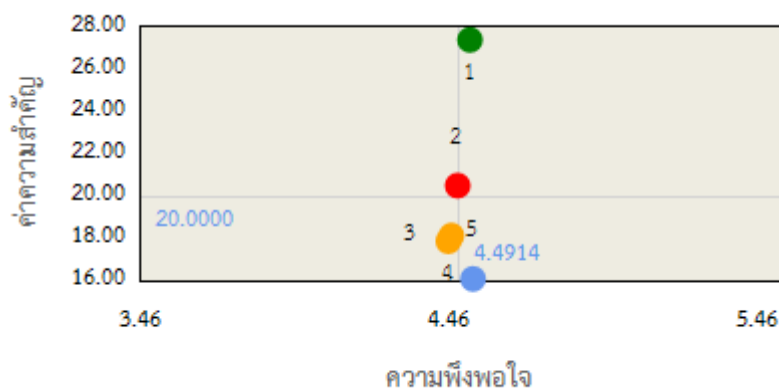
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดอ่อนของ กฟน. 2

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม กฟผ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- จุดอ่อนของ เขต คือ จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-37 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟผ.2 4.4914 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

2 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

3 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

4 จุดให้บริการมีความทันสมัย

สิ่งที่ควรรักษาไว้

5 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

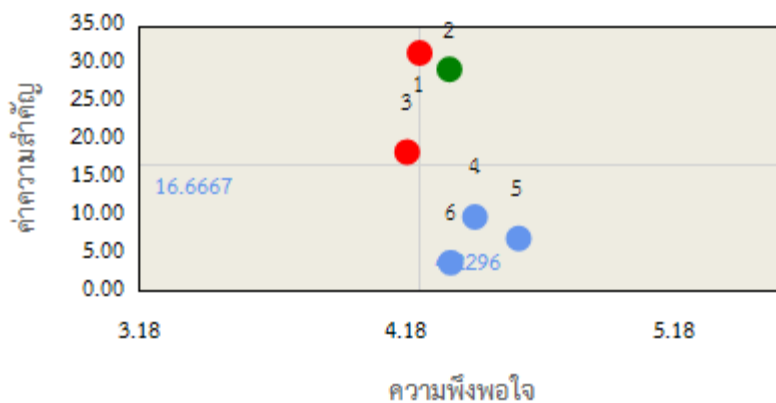
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟน.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์
- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-38 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟน.2 4.2296 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

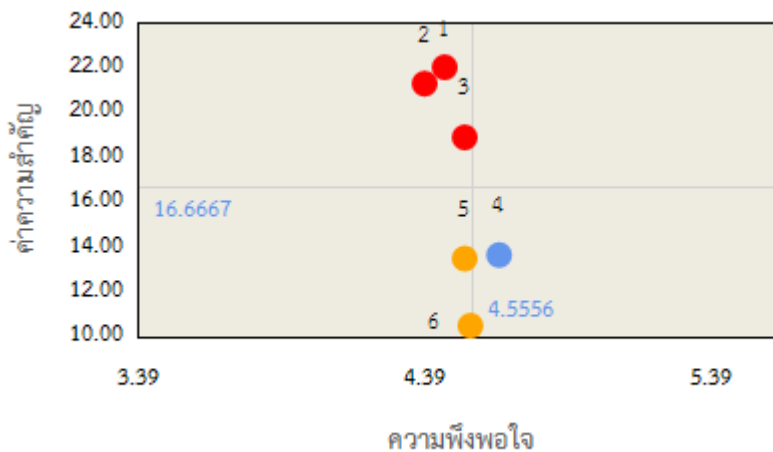
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟน.2 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-39 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟน.2 4.5556 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	-
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop	4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
6 การชำระค่าไฟฟ้า	

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟน.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-40 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ กฟน.2 4.4074 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟน.2

กฟน. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟน. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอที่ดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟน. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟน. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-25 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม		เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	
Loyal	48.5714	38.3333	▼ -10.2381	57.7778	▲ 9.2063	45.0000	▼ -3.5714	
Positive	40.0000	40.0000	— 0.0000	38.8889	▼ -1.1111	41.6667	▲ 1.6667	
Hesitant	10.0000	18.3333	▲ 8.3333	2.2222	▼ -7.7778	13.3333	▲ 3.3333	
At Risk	1.4286	3.3333	▲ 1.9048	1.1111	▼ -0.3175		—	

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-25 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟน. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย*
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟน. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่*

ตารางที่ 4-26 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	48.5714	38.3333	▼ -10.2381	26.6667	▼ -21.9048	50.0000	▲ 1.4286
Positive	40.0000	40.0000	— 0.0000	36.6667	▼ -3.3333	43.3333	▲ 3.3333
Hesitant	10.0000	18.3333	▲ 8.3333	30.0000	▲ 20.0000	6.6667	▼ -3.3333
At Risk	1.4286	3.3333	▲ 1.9048	6.6667	▲ 5.2381		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-26 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่*
- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม*

ตารางที่ 4-27 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	48.5714	57.7778	▲ 9.2063	56.6667	▲ 8.0952	58.3333	▲ 9.7619
Positive	40.0000	38.8889	▼ -1.1111	36.6667	▼ -3.3333	40.0000	— 0.0000
Hesitant	10.0000	2.2222	▼ -7.7778	3.3333	▼ -6.6667	1.6667	▼ -8.3333
At Risk	1.4286	1.1111	▼ -0.3175	3.3333	▲ 1.9048		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-27 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย
- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย

ตารางที่ 4-28 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	48.5714	45.0000	▼ -3.5714	46.6667	▼ -1.9048	43.3333	▼ -5.2381
Positive	40.0000	41.6667	▲ 1.6667	46.6667	▲ 6.6667	36.6667	▼ -3.3333
Hesitant	10.0000	13.3333	▲ 3.3333	6.6667	▼ -3.3333	20.0000	▲ 10.0000
At Risk	1.4286		—		—		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

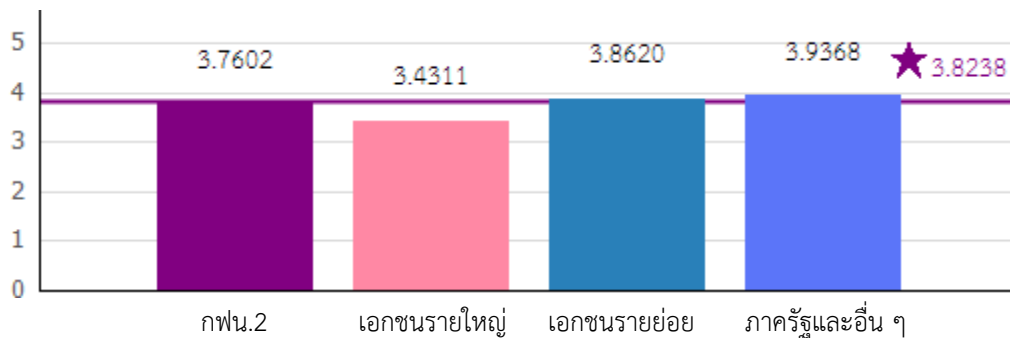
เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-28

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กพน.2

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.8238 ในขณะที่ กพน.2 อยู่ที่ 3.7602 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-21

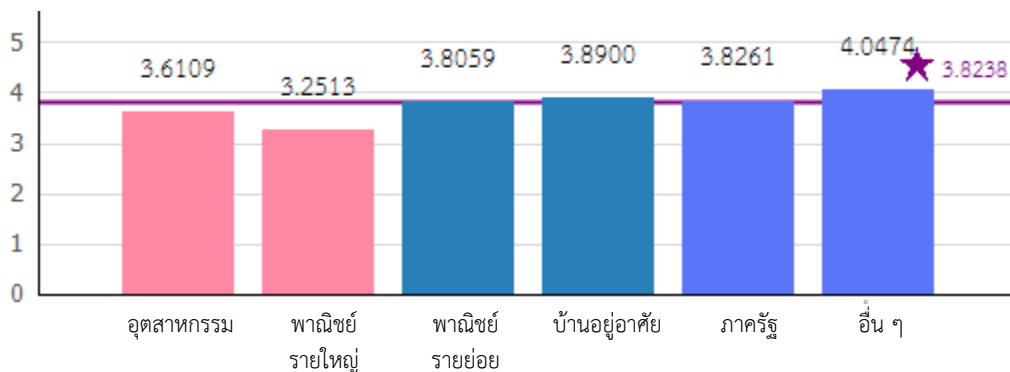
แผนภูมิที่ 4-21 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-22

แผนภูมิที่ 4-22 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



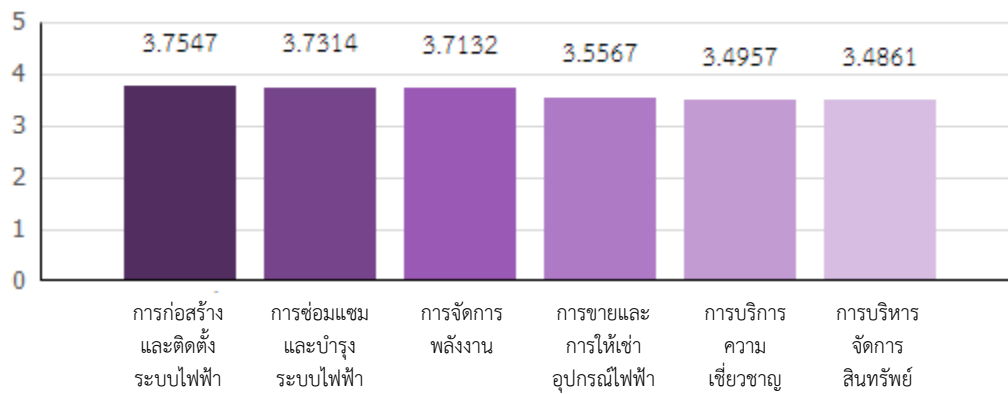
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กพน.2

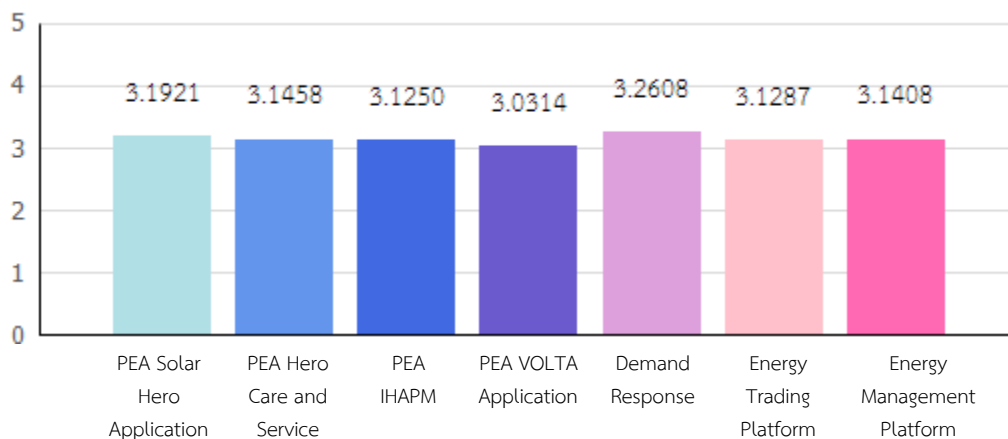
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในเขต กพน.2 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ ธุรกิจก่อสร้างเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า และอันดับสาม คือ การจัดการพลังงาน ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-23

แผนภูมิที่ 4-23 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในเขต กพน.2 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ Demand Response เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ PEA Solar Hero Application และอันดับสาม คือ PEA Hero Care and Service ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-24

แผนภูมิที่ 4-24 ธุรกิจใหม่



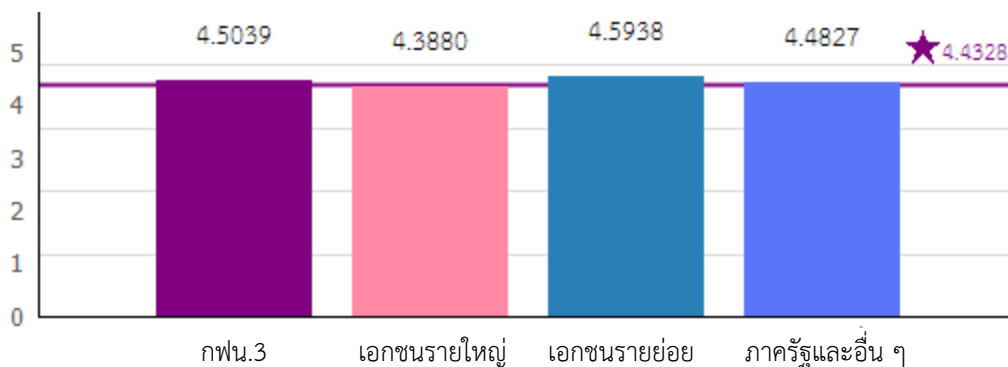
4.2.3 ผลการวิเคราะห์ กพน.3

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กพน.3

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.4328 ในขณะที่ กพน.3 อยู่ที่ 4.5039 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-25

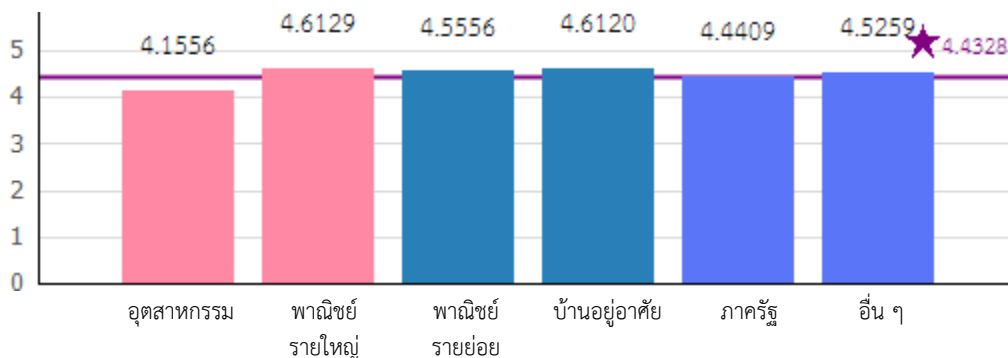
แผนภูมิที่ 4-25 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-26

แผนภูมิที่ 4-26 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กฟน.3

ตารางที่ 4-29 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.6581	4.3889	▼ -0.2692	4.3778	▼ -0.2803	4.4074	▼ -0.2507
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.1111	4.0707	▼ -0.0404	3.9206	▼ -0.1905	4.3333	▲ 0.2222
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.7143	4.5556	▼ -0.1587	4.5556	▼ -0.1587	4.5556	▼ -0.1587
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.7377	★ 4.8519	▲ 0.1142	★ 4.9111	▲ 0.1735	★ 4.8261	▲ 0.0884
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.7100	★ 4.7333	▲ 0.0233	★ 4.5926	▼ -0.1174	★ 4.8068	▲ 0.0967
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.5008	4.4783	▼ -0.0225	4.3580	▼ -0.1427	4.5556	▲ 0.0548
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.5897	4.4074	▼ -0.1823	4.1919	▼ -0.3978	4.7460	▲ 0.1563
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	3.6667		—		—		—
การให้บริการ Contact Center	4.5556	3.6667	▼ -0.8889	3.6667	▼ -0.8889		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.1852	4.2593	▲ 0.0741	4.2593	▲ 0.0741		—
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.4188	4.5556	▲ 0.1368	★ 4.6296	▲ 0.2108	4.4074	▼ -0.0114
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.5059	4.5118	▲ 0.0059	4.3926	▼ -0.1134	4.6272	▲ 0.1213
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5494	4.4827	▼ -0.0667	4.3037	▼ -0.2457	4.6559	▲ 0.1066
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop	4.6347	★ 4.5926	▼ -0.0421	4.4222	▼ -0.2124	4.7143	▲ 0.0796
การติดต่อสื่อสารกับ กฟน.	4.6258	4.5920	▼ -0.0339	4.4222	▼ -0.2036	★ 4.7563	▲ 0.1304
การดำเนินงานของ กฟน. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3385	4.3151	▼ -0.0234	4.2741	▼ -0.0644	4.3548	▲ 0.0163

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-29 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

ตารางที่ 4-30 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.6581	4.1111	▼ -0.5470		—	4.1111	▼ -0.5470
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.1111		—		—		—
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.7143	★ 4.8519	▲ 0.1376	★ 5.0000	▲ 0.2857	4.5556	▼ -0.1587
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.7377	4.7143	▼ -0.0234	4.7333	▼ -0.0043	★ 4.7062	▼ -0.0314
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.7100	4.7222	▲ 0.0122	★ 4.7366	▲ 0.0266	★ 4.7158	▲ 0.0058
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.5008	4.4872	▼ -0.0136	4.4872	▼ -0.0136	4.4872	▼ -0.0136
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.5897	★ 4.7980	▲ 0.2082	★ 4.7778	▲ 0.1880	★ 4.8222	▲ 0.2325
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	3.6667	3.5778	▼ -0.0889		—	3.5778	▼ -0.0889
การให้บริการ Contact Center	4.5556		—		—		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.1852	★ 5.0000	▲ 0.8148	★ 5.0000	▲ 0.8148		—
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.4188	4.1111	▼ -0.3077	4.1111	▼ -0.3077		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.5059	4.4170	▼ -0.0890	4.3926	▼ -0.1134	4.4286	▼ -0.0774
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5494	4.5269	▼ -0.0225	4.4963	▼ -0.0531	4.5414	▼ -0.0079
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.6347	4.5659	▼ -0.0688	4.6068	▼ -0.0278	4.5481	▼ -0.0865
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.6258	4.6129	▼ -0.0129	4.6148	▼ -0.0110	4.6120	▼ -0.0138
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3385	4.2354	▼ -0.1031	4.3778	▲ 0.0393	4.1675	▼ -0.1710

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-30 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การให้บริการมิเตอร์
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า

ตารางที่ 4-31 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.6581	★ 4.8170	▲ 0.1589	4.1111	▼ -0.5470	★ 4.8611	▲ 0.2030
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.1111	4.2222	▲ 0.1111	3.6667	▼ -0.4444	4.4074	▲ 0.2963
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.7143	4.7037	▼ -0.0106	4.1111	▼ -0.6032	4.7778	▲ 0.0635
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.7377	4.6708	▼ -0.0669	4.6222	▼ -0.1154	4.8095	▲ 0.0719
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.7100	4.6640	▼ -0.0461	4.5897	▼ -0.1203	4.7926	▲ 0.0826
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.5008	4.5370	▲ 0.0363	4.5169	▲ 0.0161	★ 5.0000	▲ 0.4992
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.5897	4.6889	▲ 0.0991	★ 4.6543	▲ 0.0646	★ 5.0000	▲ 0.4103
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	3.6667	4.1111	▲ 0.4444	4.1111	▲ 0.4444		—
การให้บริการ Contact Center	4.5556	★ 5.0000	▲ 0.4444	★ 5.0000	▲ 0.4444	★ 5.0000	▲ 0.4444
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.1852	4.0556	▼ -0.1296	4.5556	▲ 0.3704	3.9841	▼ -0.2011
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.4188	4.1111	▼ -0.3077	4.1111	▼ -0.3077		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.5059	4.6357	▲ 0.1298	4.4695	▼ -0.0364	4.8074	▲ 0.3015
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5494	4.6503	▲ 0.1009	4.5269	▼ -0.0225	4.7778	▲ 0.2284
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.6347	★ 4.7739	▲ 0.1392	★ 4.7276	▲ 0.0929	★ 4.8291	▲ 0.1944
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.6258	4.6794	▲ 0.0536	4.6416	▲ 0.0157	4.7185	▲ 0.0927
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3385	4.5191	▲ 0.1806	4.3692	▲ 0.0307	4.6741	▲ 0.3356

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-31 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการ Contact Center
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการ Contact Center
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการ Contact Center
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การชำระค่าไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การให้บริการมิเตอร์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กพน.3

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟน.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-41 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟน.3 4.5039 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4 การชำระค่าไฟฟ้า
	5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กพน.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน

แผนภาพที่ 4-42 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กพน.3 4.7377 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

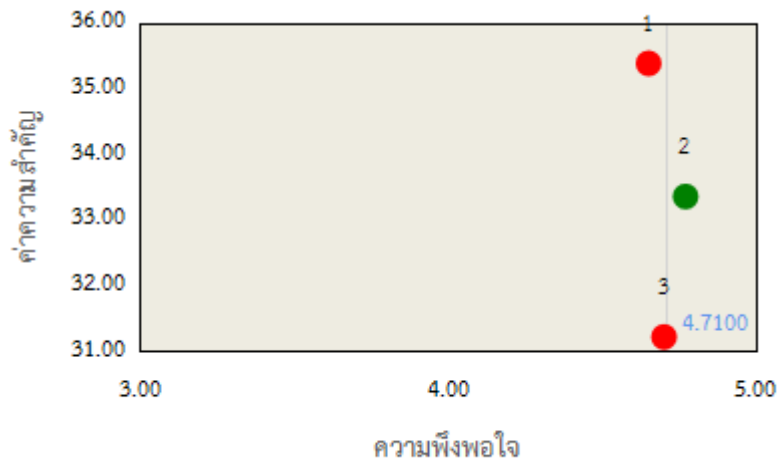
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)
	2 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย	3 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง
5 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์	

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟน.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
- จุดอ่อนของ เขต คือ ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟน. ในการชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-43 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟน.3 4.7100 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

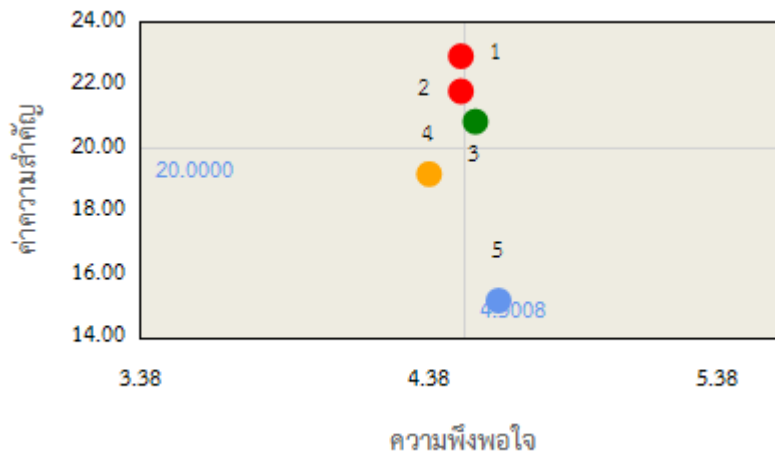
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	2 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟน. ในการชำระค่าไฟฟ้า (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	-

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กฟน.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ
- จุดอ่อนของ เขต คือ มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)

แผนภาพที่ 4-44 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กฟน.3 4.5008 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	3 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ
2 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง) (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	5 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม ภาพที่ 3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-45 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

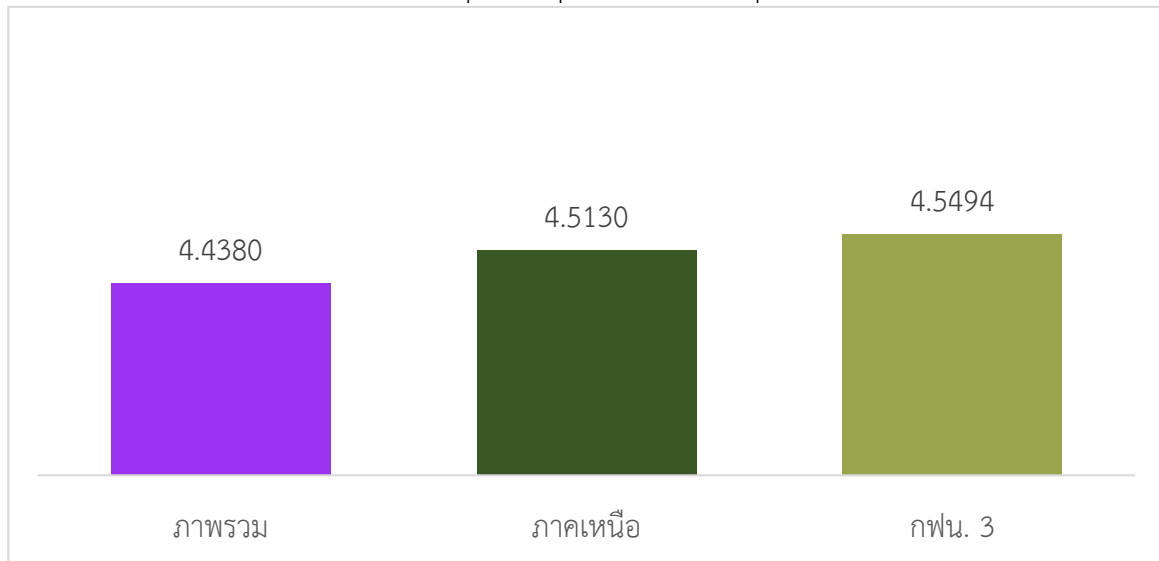


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟผ. 4.5059 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
2 ความเพียงพอของไฟฟ้า	-
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-46 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



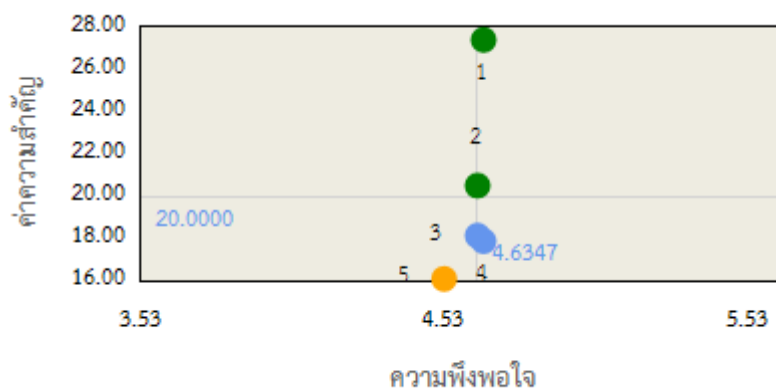
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดแข็งของ กฟน. 3

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม กฟผ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-47 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟผ.3 4.6347 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- 2 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 5 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 3 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม
- 4 จุดให้บริการมีความทันสมัย

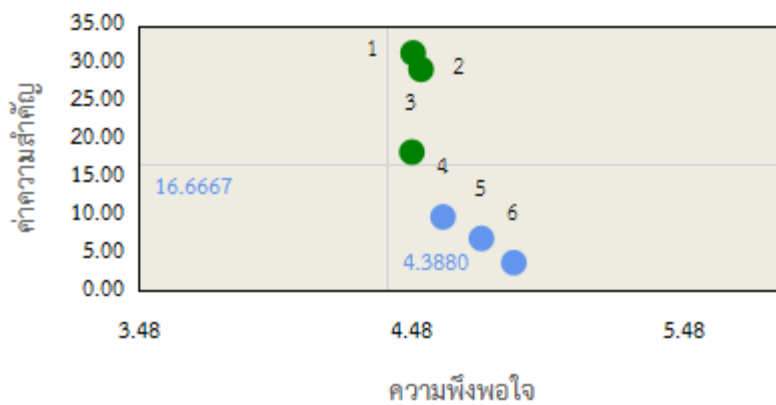
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟน.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-48 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟน.3 4.3880 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

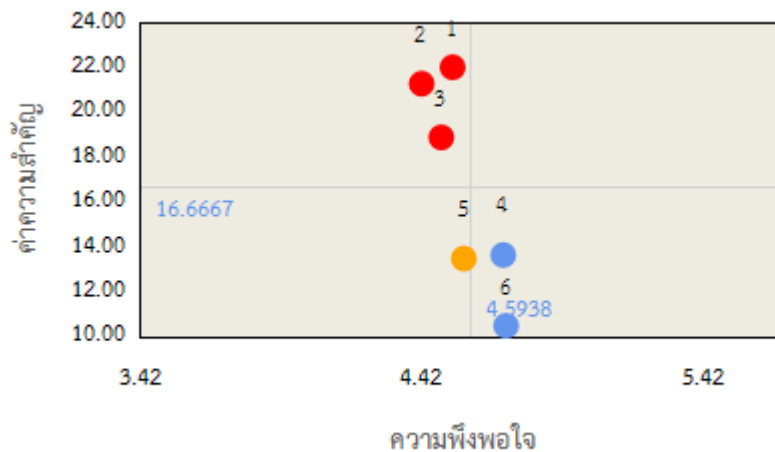
- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟน.3 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-49 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟน.3 4.5938 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-

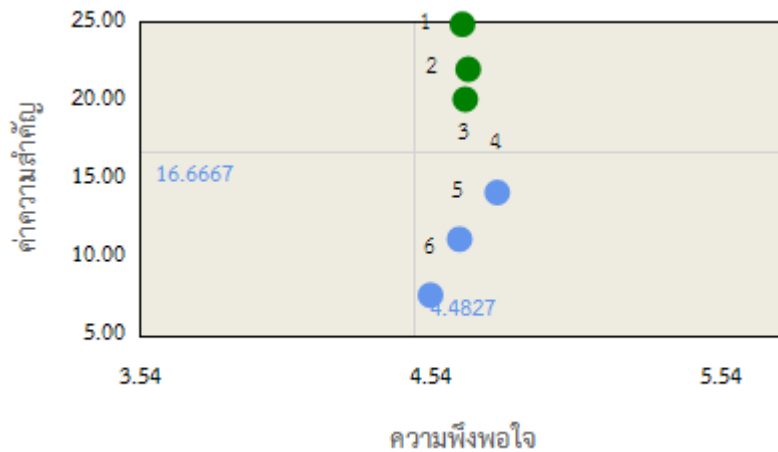
สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
6 การชำระค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟน.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-50 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



หมายเหตุ : • ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟน. 4.3945 คะแนน

• จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ กฟน.3 4.4827 คะแนน (ข้อ A1)

• จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- 3 การชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟน./PEA Shop
- 5 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟน.3

กฟน. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟน. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอที่ดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟน. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟน. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟน. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-32 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	51.1628	42.6230	▼ -8.5398	60.2151	▲ 9.0523	45.9016	▼ -5.2612
Positive	40.0000	37.7049	▼ -2.2951	38.7097	▼ -1.2903	44.2623	▲ 4.2623
Hesitant	7.9070	18.0328	▲ 10.1258	1.0753	▼ -6.8317	8.1967	▲ 0.2897
At Risk	0.9302	1.6393	▲ 0.7091		—	1.6393	▲ 0.7091

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-32 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟน. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย*
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟน. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ*

ตารางที่ 4-33 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	51.1628	42.6230	▼ -8.5398	33.3333	▼ -17.8295	51.6129	▲ 0.4501
Positive	40.0000	37.7049	▼ -2.2951	36.6667	▼ -3.3333	38.7097	▼ -1.2903
Hesitant	7.9070	18.0328	▲ 10.1258	26.6667	▲ 18.7597	9.6774	▲ 1.7704
At Risk	0.9302	1.6393	▲ 0.7091	3.3333	▲ 2.4031		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-33 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่
- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม

ตารางที่ 4-34 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	51.1628	60.2151	▲ 9.0523	66.6667	▲ 15.5039	57.1429	▲ 5.9801
Positive	40.0000	38.7097	▼ -1.2903	33.3333	▼ -6.6667	41.2698	▲ 1.2698
Hesitant	7.9070	1.0753	▼ -6.8317		—	1.5873	▼ -6.3197
At Risk	0.9302		—		—		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-34 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย

ตารางที่ 4-35 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	51.1628	45.9016	▼ -5.2612	48.3871	▼ -2.7757	43.3333	▼ -7.8295
Positive	40.0000	44.2623	▲ 4.2623	48.3871	▲ 8.3871	40.0000	— 0.0000
Hesitant	7.9070	8.1967	▲ 0.2897	3.2258	▼ -4.6812	13.3333	▲ 5.4264
At Risk	0.9302	1.6393	▲ 0.7091		—	3.3333	▲ 2.4031

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

- ▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม
- ▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-35 พบว่า

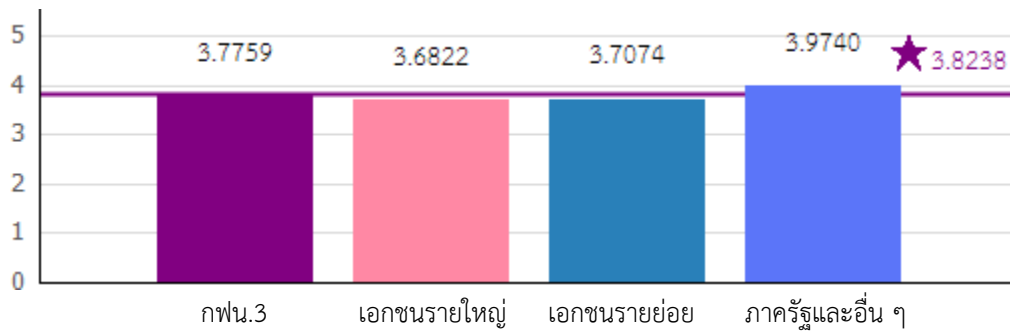
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กพน.3

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.8238 ในขณะที่ กพน.3 อยู่ที่ 3.7759 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-27

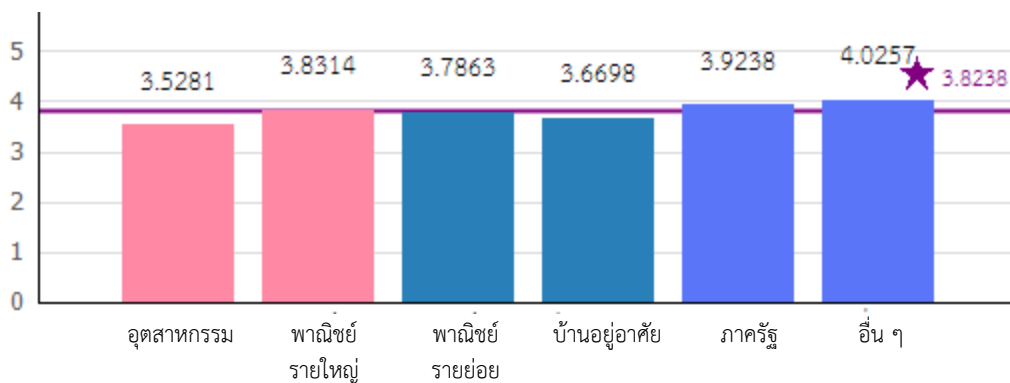
แผนภูมิที่ 4-27 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-28

แผนภูมิที่ 4-28 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



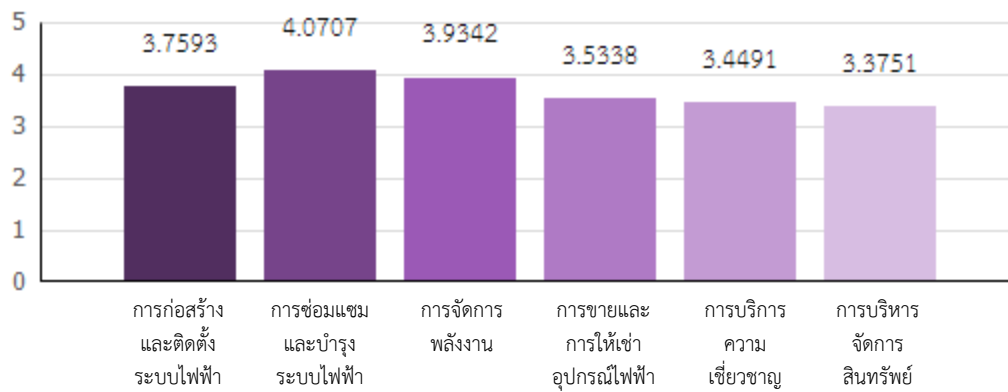
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กพน.3

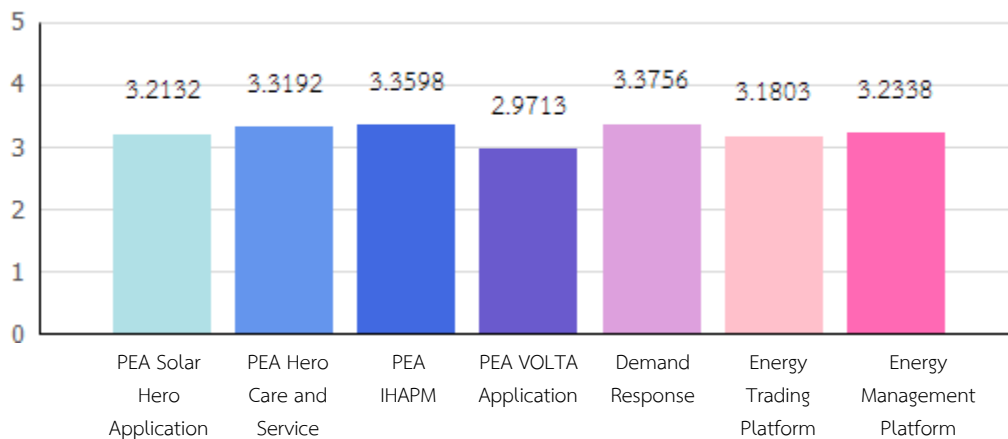
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในเขต กพน.3 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้าเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การจัด การพลังงาน และอันดับสาม คือ ธุรกิจก่อสร้าง ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-29

แผนภูมิที่ 4-29 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในเขต กพน.3 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ Demand Response เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ PEA IHAPM และอันดับสาม คือ PEA Hero Care and Service ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-30

แผนภูมิที่ 4-30 ธุรกิจใหม่



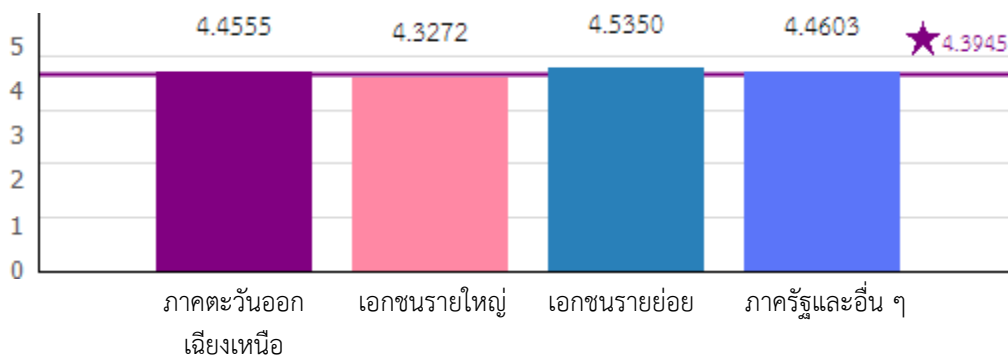
4.3 ผลการวิเคราะห์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของกฟภ. ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.3945 ในขณะที่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ที่ 4.4555 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-31

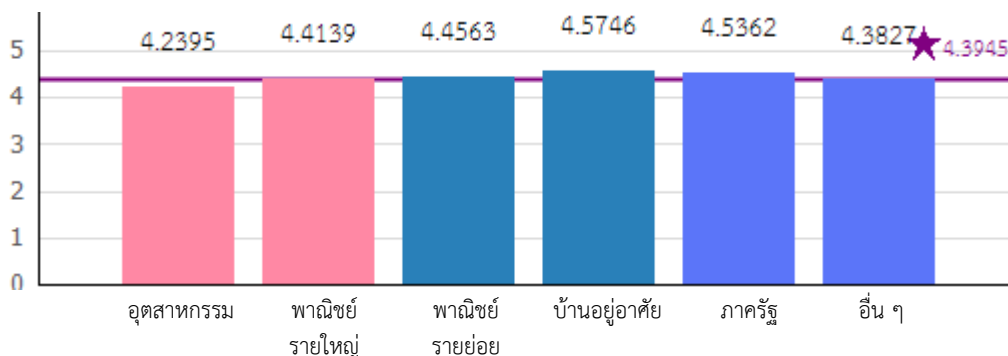
แผนภูมิที่ 4-31 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-32

แผนภูมิที่ 4-32 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4-36 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.6040	☆ 4.4976	▼ -0.1064	4.4510	▼ -0.1530	★ 4.6296	▲ 0.0257
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3697	★ 4.5979	▲ 0.2282	☆ 4.6389	▲ 0.2692	4.4667	▲ 0.0970
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.5088	★ 4.5556	▲ 0.0468	★ 4.7172	▲ 0.2084	4.3778	▼ -0.1310
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4888	4.4933	▲ 0.0046	4.5333	▲ 0.0446	★ 4.4667	▼ -0.0221
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.5051	4.4135	▼ -0.0915	4.5048	▼ -0.0003	4.3620	▼ -0.1430
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3808	4.3003	▼ -0.0804	4.3725	▼ -0.0082	4.2637	▼ -0.1171
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2977	4.2903	▼ -0.0073	4.2037	▼ -0.0940	4.3450	▲ 0.0474
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3210	3.7407	▼ -0.5802	3.4444	▼ -0.8765	4.3333	▲ 0.0123
การให้บริการ Contact Center	4.3926	4.4286	▲ 0.0360	★ 4.7778	▲ 0.3852	3.9630	▼ -0.4296
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.4701	4.3333	▼ -0.1368	4.1111	▼ -0.3590	★ 4.7037	▲ 0.2336
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3464	4.3863	▲ 0.0398	4.5238	▲ 0.1774	4.1111	▼ -0.2353
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4127	4.3468	▼ -0.0659	4.3679	▼ -0.0448	4.3260	▼ -0.0867
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4720	4.4107	▼ -0.0614	4.3926	▼ -0.0795	4.4286	▼ -0.0435
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.4870	4.4838	▼ -0.0032	4.5616	▲ 0.0746	4.4176	▼ -0.0694
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4079	4.3837	▼ -0.0242	4.4667	▲ 0.0588	4.3016	▼ -0.1063
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3651	4.3076	▼ -0.0575	4.3778	▲ 0.0127	4.2381	▼ -0.1270

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-36 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการ Contact Center
- การให้บริการมิเตอร์
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4-37 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.6040	★ 4.6340	▲ 0.0300	★ 4.6190	▲ 0.0151	★ 4.6444	▲ 0.0405
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3697	4.4667	▲ 0.0970	☆ 4.5556	▲ 0.1859	4.4074	▲ 0.0377
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.5088	4.4074	▼ -0.1014	4.1111	▼ -0.3977	4.4444	▼ -0.0643
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4888	4.4870	▼ -0.0017	4.5026	▲ 0.0139	4.4793	▼ -0.0095
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.5051	4.4959	▼ -0.0092	4.4579	▼ -0.0472	☆ 4.5154	▲ 0.0103
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3808	4.4472	▲ 0.0664	4.3856	▲ 0.0049	4.4907	▲ 0.1100
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2977	4.0707	▼ -0.2270	4.0000	▼ -0.2977	4.1111	▼ -0.1866
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3210	☆ 4.5000	▲ 0.1790	★ 5.0000	▲ 0.6790	4.4783	▲ 0.1573
การให้บริการ Contact Center	4.3926	4.4815	▲ 0.0889	4.5000	▲ 0.1074	4.4667	▲ 0.0741
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.4701	☆ 4.5111	▲ 0.0410	4.4074	▼ -0.0627	★ 4.6667	▲ 0.1966
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3464	4.2000	▼ -0.1464	4.2222	▼ -0.1242	4.1111	▼ -0.2353
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4127	4.3911	▼ -0.0216	4.3333	▼ -0.0794	4.4201	▲ 0.0074
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4720	4.4559	▼ -0.0161	4.3948	▼ -0.0773	4.4866	▲ 0.0146
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.4870	4.4343	▼ -0.0526	4.4155	▼ -0.0715	4.4437	▼ -0.0433
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4079	4.3468	▼ -0.0611	4.2719	▼ -0.1360	4.3844	▼ -0.0234
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3651	4.3420	▼ -0.0230	4.3097	▼ -0.0554	4.3583	▼ -0.0068

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-37 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้ความสำคัญพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การให้บริการ Contact Center
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้ความสำคัญพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้ความสำคัญพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การให้บริการ Contact Center
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

ตารางที่ 4-38 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.6040	★ 4.6357	▲ 0.0317	4.2778	▼ -0.3262	4.6897	▲ 0.0858
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3697	4.1877	▼ -0.1820	4.4286	▲ 0.0589	4.1111	▼ -0.2586
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.5088	4.5315	▲ 0.0228	4.4603	▼ -0.0485	4.5749	▲ 0.0661
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4888	4.4908	▲ 0.0021	4.3973	▼ -0.0915	★ 4.7185	▲ 0.2297
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.5051	★ 4.6004	▲ 0.0953	★ 4.5395	▲ 0.0344	★ 4.7407	▲ 0.2357
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3808	4.4286	▲ 0.0478	4.4103	▲ 0.0295	4.6667	▲ 0.2859
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2977	★ 4.6667	▲ 0.3690	★ 4.5556	▲ 0.2579	★ 5.0000	▲ 0.7023
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3210	4.1852	▼ -0.1358	★ 4.4667	▲ 0.1457	2.7778	▼ -1.5432
การให้บริการ Contact Center	4.3926	4.0222	▼ -0.3704	4.2222	▼ -0.1704	3.2222	▼ -1.1704
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.4701	4.5556	▲ 0.0855		—	4.5556	▲ 0.0855
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3464	4.3333	▼ -0.0131	4.3333	▼ -0.0131		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4127	4.5116	▲ 0.0989	4.3816	▼ -0.0311	4.6444	▲ 0.2317
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4720	4.5580	▲ 0.0859	4.4106	▼ -0.0614	4.7086	▲ 0.2366
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.4870	4.5640	▲ 0.0771	4.4611	▼ -0.0259	4.6710	▲ 0.1840
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4079	4.5263	▲ 0.1184	4.4155	▲ 0.0076	4.6395	▲ 0.2316
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3651	4.4579	▲ 0.0928	4.3623	▼ -0.0028	4.5556	▲ 0.1905

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-38 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การให้บริการมิเตอร์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การให้บริการมิเตอร์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

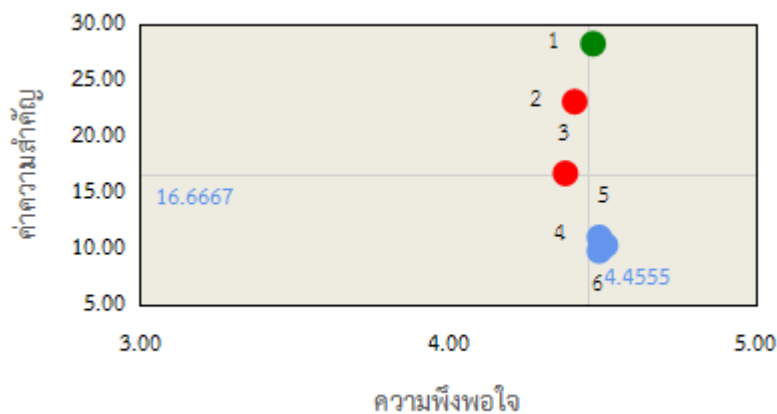
3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- จุดอ่อนของ ภาค คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-51 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4.4555 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

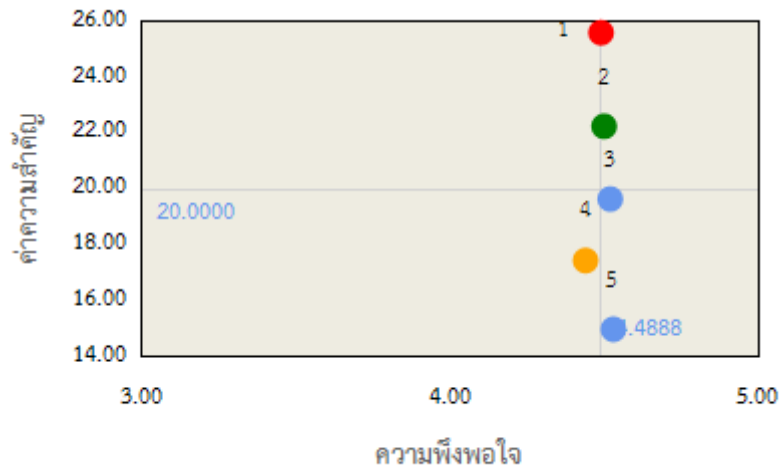
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์
- จุดอ่อนของ ภาค คือ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)

แผนภาพที่ 4-52 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4.4888 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

1 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

2 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

4 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

สิ่งที่ควรรักษาไว้

3 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน

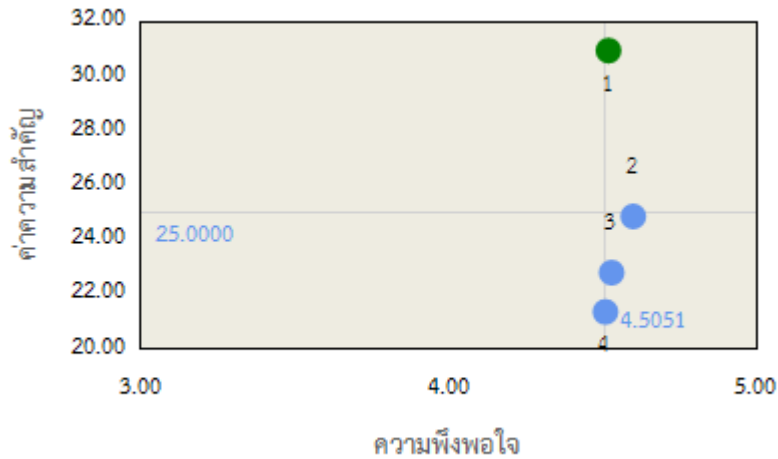
5 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-53 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4.5051 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

2 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)

3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟภ. ในการชำระค่าไฟฟ้า

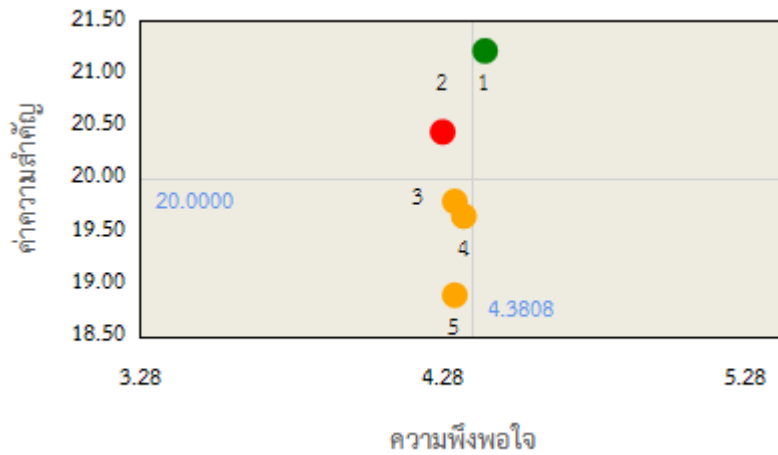
4 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
- จุดอ่อนของ ภาค คือ มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-54 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4.3808 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

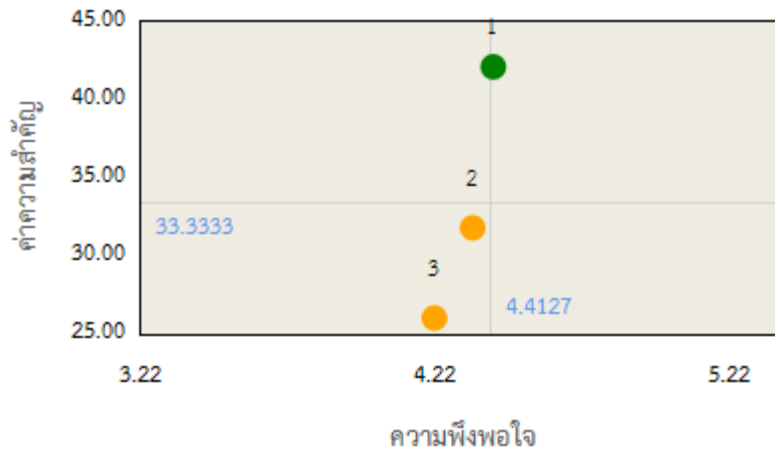
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	1 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	-
4 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)	
5 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ	

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-55 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม



หมายเหตุ : • ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน

• จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4.4127 คะแนน (ข้อ B22)

• จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

2 ความเพียงพอของไฟฟ้า

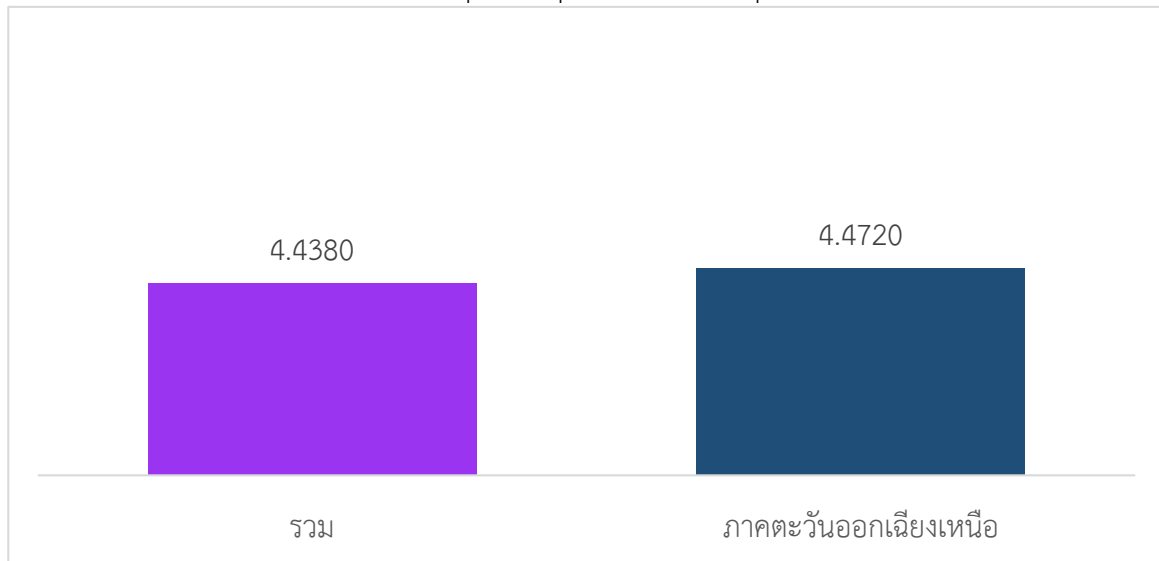
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)

สิ่งที่ควรรักษาไว้

-

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-56 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



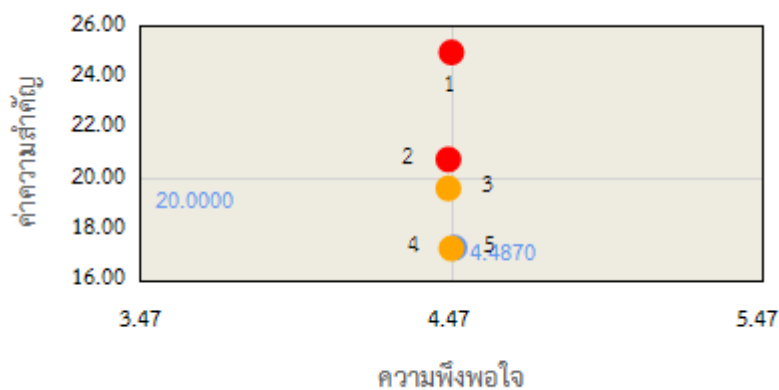
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดแข็งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

- จุดอ่อนของ ภาค คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-57 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4.4870 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส) 2 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	-
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 จุดให้บริการมีความทันสมัย 5 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง	4 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

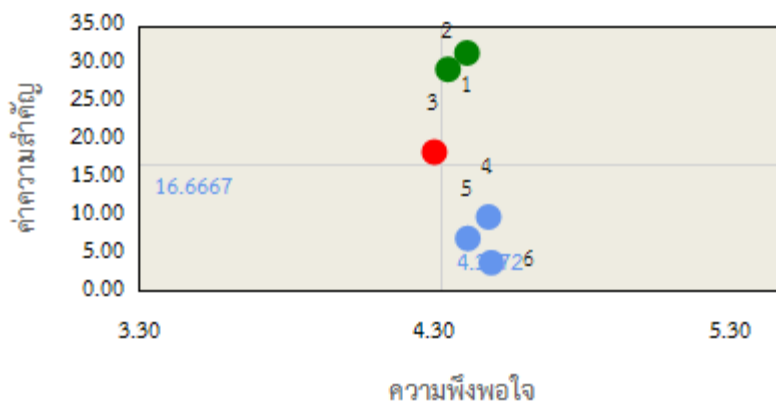
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์
- จุดอ่อนของ ภาค คือ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-58 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ 4.3272 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

- จุดอ่อนของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-59 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ 4.5350 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

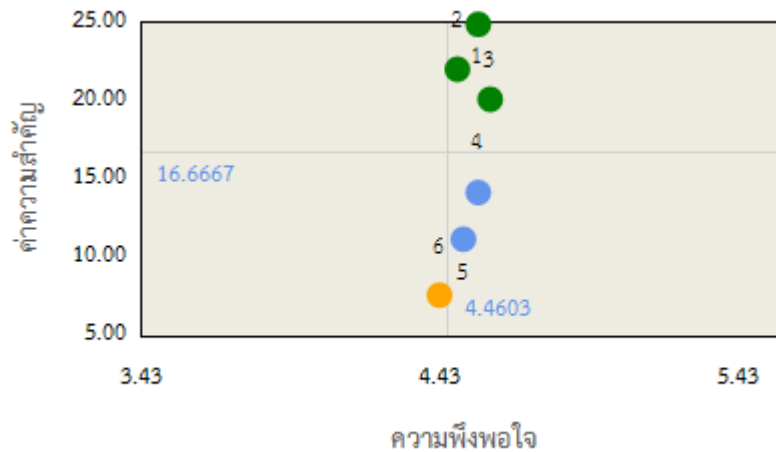
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	-
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	-
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	
6 การชำระค่าไฟฟ้า	

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-60 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



หมายเหตุ : • ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน

• จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4.4603 คะแนน (ข้อ A1)

• จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

4. วิเคราะห์ความภักดี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กฟภ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-39 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	47.2050	30.3867	▼ -16.8182	54.0925	▲ 6.8876	53.2967	▲ 6.0917
Positive	42.2360	55.8011	▲ 13.5651	41.9929	▼ -0.2431	29.1209	▼ -13.1151
Hesitant	8.2298	12.1547	▲ 3.9249	2.8470	▼ -5.3828	12.6374	▲ 4.4075
At Risk	2.3292	1.6575	▼ -0.6717	1.0676	▼ -1.2616	4.9451	▲ 2.6159

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-39 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ*
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ*

ตารางที่ 4-40 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอเจนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอเจนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	47.2050	30.3867	▼ -16.8182	25.5556	▼ -21.6494	35.1648	▼ -12.0401
Positive	42.2360	55.8011	▲ 13.5651	58.8889	▲ 16.6529	52.7473	▲ 10.5112
Hesitant	8.2298	12.1547	▲ 3.9249	14.4444	▲ 6.2146	9.8901	▲ 1.6603
At Risk	2.3292	1.6575	▼ -0.6717	1.1111	▼ -1.2181	2.1978	▼ -0.1314

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-40 พบว่า

ตารางที่ 4-41 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอเจนรายย่อย

	ภาพรวม	เอเจนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	47.2050	54.0925	▲ 6.8876	48.9362	▲ 1.7312	56.6845	▲ 9.4795
Positive	42.2360	41.9929	▼ -0.2431	45.7447	▲ 3.5087	40.1070	▼ -2.1291
Hesitant	8.2298	2.8470	▼ -5.3828	4.2553	▼ -3.9745	2.1390	▼ -6.0908
At Risk	2.3292	1.0676	▼ -1.2616	1.0638	▼ -1.2654	1.0695	▼ -1.2597

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-41 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอเจนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย

ตารางที่ 4-42 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	47.2050	53.2967	▲ 6.0917	60.8696	▲ 13.6646	45.5556	▼ -1.6494
Positive	42.2360	29.1209	▼ -13.1151	28.2609	▼ -13.9752	30.0000	▼ -12.2360
Hesitant	8.2298	12.6374	▲ 4.4075	7.6087	▼ -0.6211	17.7778	▲ 9.5480
At Risk	2.3292	4.9451	▲ 2.6159	3.2609	▲ 0.9317	6.6667	▲ 4.3375

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-42 พบว่า

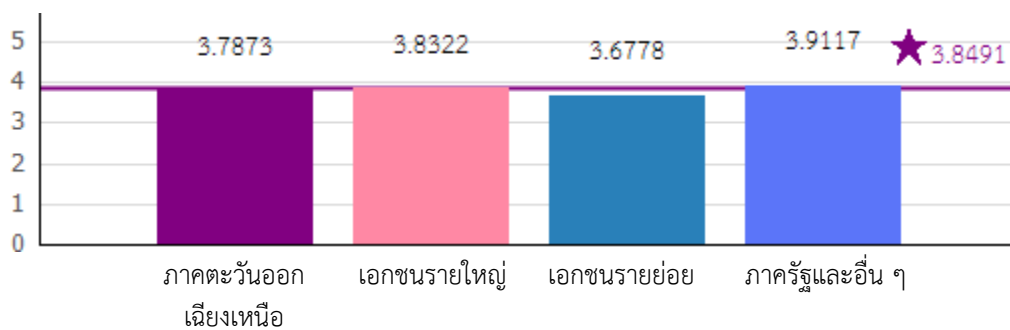
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ*
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ*

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ กฟภ. ในปัจจุบันอยู่ในระดับที่ 3.8491 ในขณะที่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ที่ 3.7873 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ดังนั้น ภาค ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-33

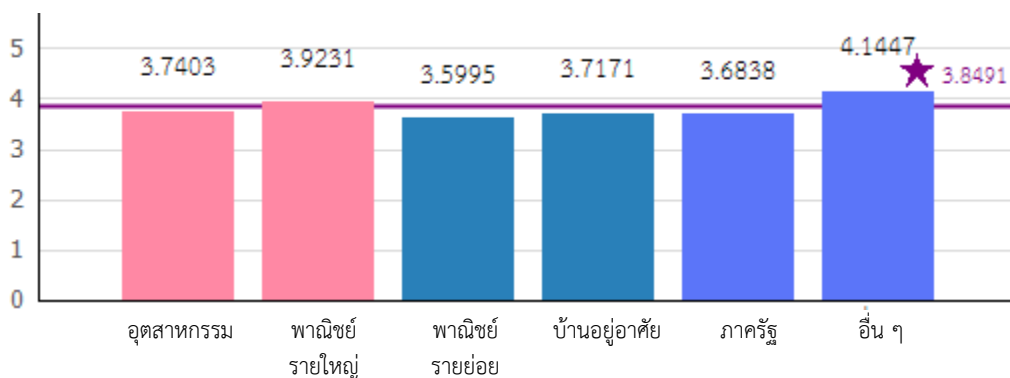
แผนภูมิที่ 4-33 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ อื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-34

แผนภูมิที่ 4-34 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



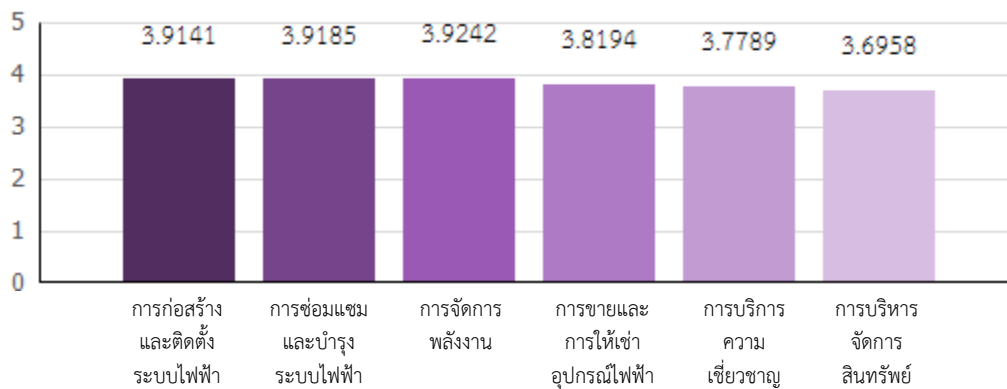
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

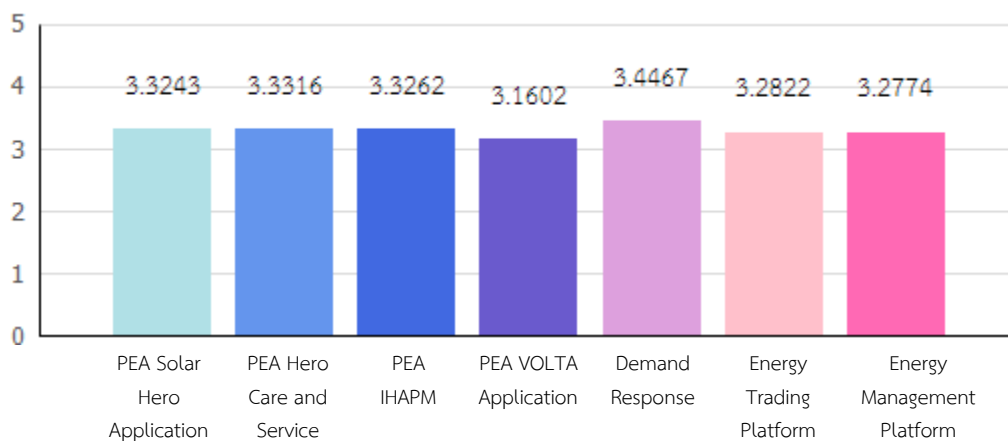
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การจัดการพลังงานเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า และอันดับสาม คือ ธุรกิจก่อสร้าง ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-35

แผนภูมิที่ 4-35 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ Demand Response เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ PEA Hero Care and Service และอันดับสาม คือ PEA IHAPM ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-36

แผนภูมิที่ 4-36 ธุรกิจใหม่



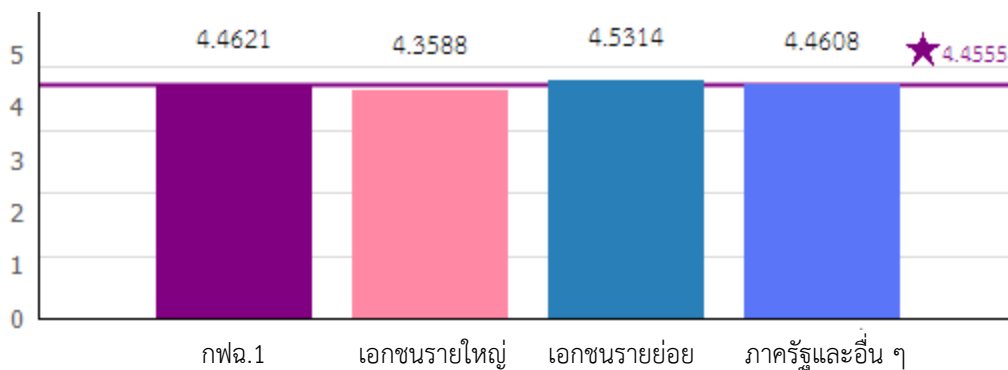
4.3.1 ผลการวิเคราะห์ กฟผ.1

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กฟผ.1

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.4555 ในขณะที่ กฟผ.1 อยู่ที่ 4.4621 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-37

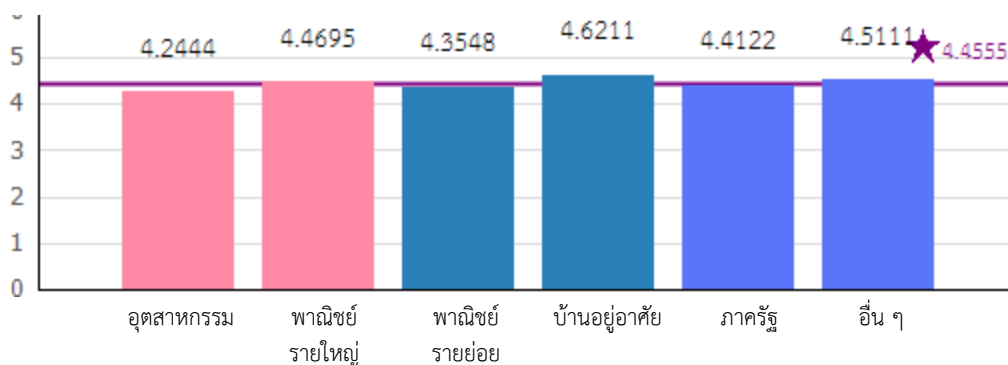
แผนภูมิที่ 4-37 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายย่อย ภาครัฐ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-38

แผนภูมิที่ 4-38 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กฟผ.1

ตารางที่ 4-43 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.7563	★ 4.6543	▼ -0.1020	4.5556	▼ -0.2007	★ 5.0000	▲ 0.2437
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3918	☆ 4.6364	▲ 0.2446	★ 4.6667	▲ 0.2749	☆ 4.5556	▲ 0.1637
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.5556	★ 4.6667	▲ 0.1111		—	★ 4.6667	▲ 0.1111
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4739	4.4074	▼ -0.0664	4.2889	▼ -0.1850	4.4921	▲ 0.0182
การชำระค่าไฟฟ้า	4.5010	4.3333	▼ -0.1676	4.4074	▼ -0.0936	4.3086	▼ -0.1923
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3765	4.2099	▼ -0.1667	4.2444	▼ -0.1321	4.1895	▼ -0.1870
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.1481	4.0889	▼ -0.0593	3.8889	▼ -0.2593	4.2889	▲ 0.1407
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3846	4.1111	▼ -0.2735		—	4.1111	▼ -0.2735
การให้บริการ Contact Center	4.2222	4.4074	▲ 0.1852	★ 4.7778	▲ 0.5556	3.6667	▼ -0.5556
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.3889	4.2593	▼ -0.1296	3.8889	▼ -0.5000	★ 5.0000	▲ 0.6111
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.4188	4.4444	▲ 0.0256	4.4444	▲ 0.0256		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4538	4.4681	▲ 0.0143	4.3926	▼ -0.0612	4.5412	▲ 0.0874
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4953	4.4536	▼ -0.0418	4.3481	▼ -0.1472	4.5556	▲ 0.0602
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	★ 4.5067	4.5179	▲ 0.0112	★ 4.5714	▲ 0.0647	4.4695	▼ -0.0372
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.4039	4.3443	▼ -0.0597	4.3926	▼ -0.0114	4.2975	▼ -0.1065
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4019	4.4026	▲ 0.0007	4.4519	▲ 0.0500	4.3548	▼ -0.0470

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-43 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การให้บริการ Contact Center
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการ Contact Center
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การให้บริการมิเตอร์
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ตารางที่ 4-44 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.7563	★ 4.5556	▼ -0.2007	★ 4.5556	▼ -0.2007		—
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3918	4.1111	▼ -0.2807		—	4.1111	▼ -0.2807
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.5556	★ 4.5556	— 0.0000		—	★ 4.5556	— 0.0000
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4739	4.4856	▲ 0.0118	☆ 4.5125	▲ 0.0387	4.4713	▼ -0.0026
การชำระค่าไฟฟ้า	4.5010	☆ 4.5169	▲ 0.0159	★ 4.5412	▲ 0.0402	☆ 4.5046	▲ 0.0036
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3765	★ 4.5362	▲ 0.1597	4.4343	▲ 0.0578	★ 4.6296	▲ 0.2531
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.1481	4.1111	▼ -0.0370		—	4.1111	▼ -0.0370
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3846	4.4222	▲ 0.0376		—	4.4222	▲ 0.0376
การให้บริการ Contact Center	4.2222	4.1111	▼ -0.1111	4.1111	▼ -0.1111	4.1111	▼ -0.1111
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.3889	4.2593	▼ -0.1296	4.2593	▼ -0.1296		—
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.4188	4.2593	▼ -0.1595	4.3333	▼ -0.0855	4.1111	▼ -0.3077
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4538	4.4251	▼ -0.0287	4.3978	▼ -0.0559	4.4390	▼ -0.0148
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4953	4.4686	▼ -0.0267	4.4122	▼ -0.0831	4.4973	▲ 0.0019
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	☆ 4.5067	4.4513	▼ -0.0554	4.3909	▼ -0.1157	4.4815	▼ -0.0252
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4039	4.3527	▼ -0.0513	4.2975	▼ -0.1065	4.3807	▼ -0.0233
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4019	4.3478	▼ -0.0540	4.2832	▼ -0.1187	4.3807	▼ -0.0212

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-44 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การให้บริการมิเตอร์
- การชำระค่าไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4-45 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.7563	★ 4.8095	▲ 0.0533	4.1111	▼ -0.6452	★ 4.8444	▲ 0.0882
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3918	4.0476	▼ -0.3442		—	4.0476	▼ -0.3442
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.5556	4.5111	▼ -0.0444	★ 4.5556	— 0.0000	4.5062	▼ -0.0494
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4739	4.4667	▼ -0.0072	4.3968	▼ -0.0770	4.7460	▲ 0.2722
การชำระค่าไฟฟ้า	4.5010	★ 4.6072	▲ 0.1063	★ 4.5407	▲ 0.0398	4.7607	▲ 0.2597
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3765	4.4141	▲ 0.0376	4.4141	▲ 0.0376		—
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.1481	★ 4.7778	▲ 0.6296	★ 4.5556	▲ 0.4074	★ 5.0000	▲ 0.8519
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3846	4.3333	▼ -0.0513	4.3333	▼ -0.0513		—
การให้บริการ Contact Center	4.2222	4.1111	▼ -0.1111	4.1111	▼ -0.1111		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.3889	★ 4.7778	▲ 0.3889		—	★ 4.7778	▲ 0.3889
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.4188	4.5556	▲ 0.1368	★ 4.5556	▲ 0.1368		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4538	4.4827	▲ 0.0289	4.3262	▼ -0.1276	4.6444	▲ 0.1907
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4953	4.5774	▲ 0.0821	4.3978	▼ -0.0975	4.7630	▲ 0.2676
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	★ 4.5067	4.5817	▲ 0.0750	4.3704	▼ -0.1363	4.7695	▲ 0.2629
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4039	4.5410	▲ 0.1370	4.3405	▼ -0.0634	4.7481	▲ 0.3442
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4019	4.4827	▲ 0.0808	4.3118	▼ -0.0900	4.6593	▲ 0.2574

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

- ▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ
- ▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ
- ★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1
- ★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2
- ★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-45 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การชำระค่าไฟฟ้า

- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การให้บริการมิเตอร์
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กฟฉ.1

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟผ.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การชำระค่าไฟฟ้า
- จุดอ่อนของ เขต คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-61 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟผ.1 4.4621 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

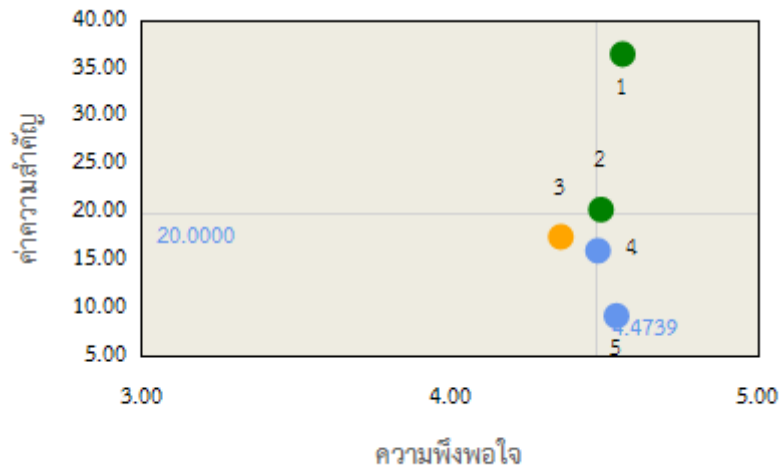
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	2 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
	5 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กพล.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)

แผนภาพที่ 4-62 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กพล. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กพล.1 4.4739 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

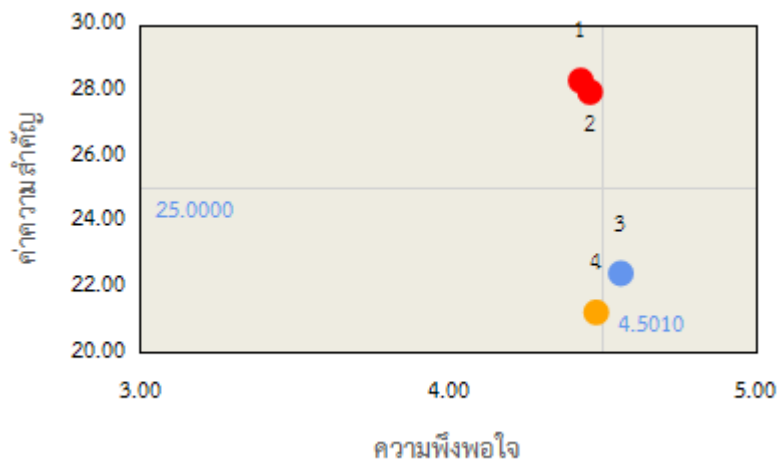
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์
	2 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย	4 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน
	5 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟผ.1 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟผ. ในการชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-63 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟผ.1 4.5010 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

- 1 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกา)
- 2 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟผ. ในการชำระค่าไฟฟ้า (ปรับปรุงเมื่อมีโอกา)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 4 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

สิ่งที่ควรรักษาไว้

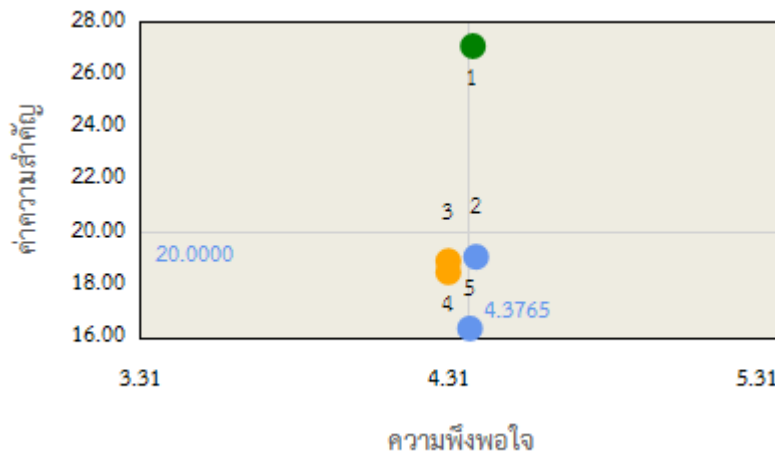
- 3 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กฟผ.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ

แผนภาพที่ 4-64 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กฟผ.1 4.3765 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

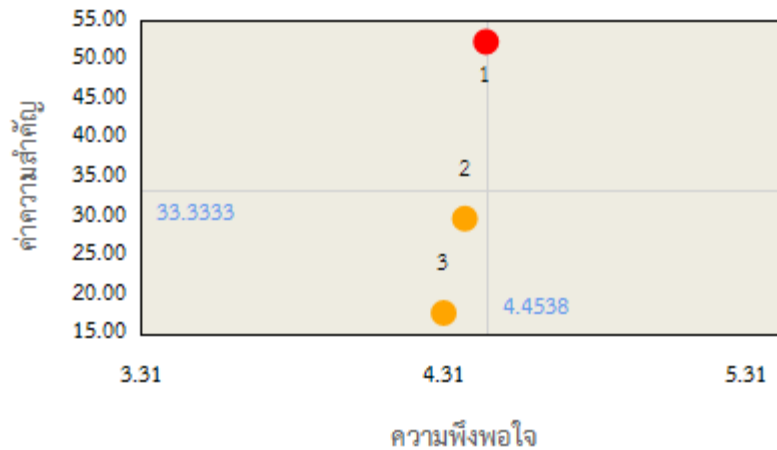
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ* -	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์ 1 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร 3 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง 4 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ	สิ่งที่ควรรักษาไว้ 2 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง) 5 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กฟผ.1 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-65 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

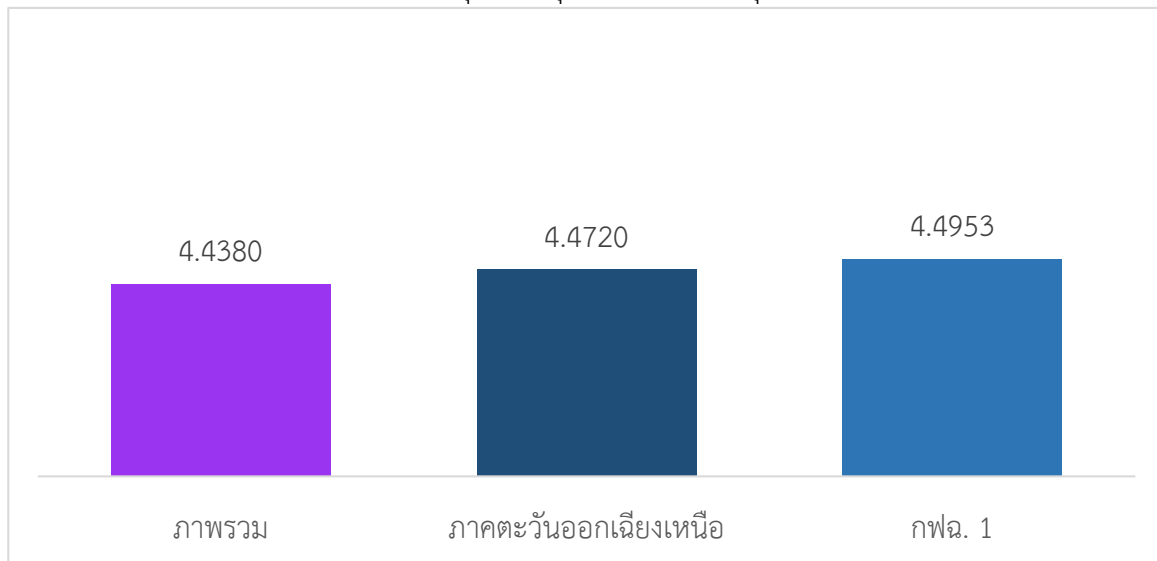


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟผ.1 4.4538 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	-
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
2 ความเพียงพอของไฟฟ้า	-
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-66 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



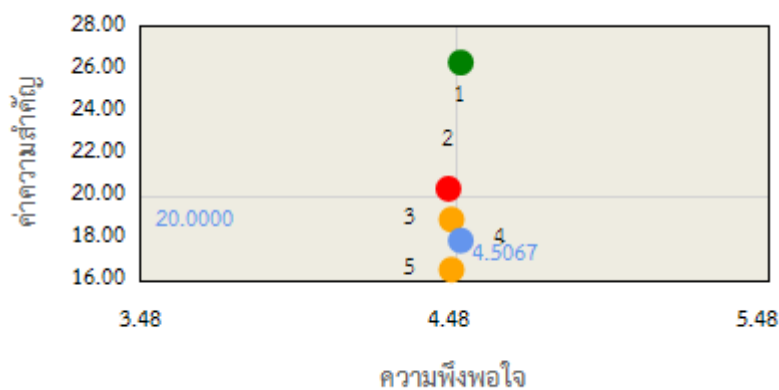
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดแข็งของ กฟฉ. 1

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม กฟผ.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- จุดอ่อนของ เขต คือ จุดให้บริการมีความทันสมัย

แผนภาพที่ 4-67 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟผ.1 4.5067 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ* 2 จุดให้บริการมีความทันสมัย (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์ 1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร 3 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ 5 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม	สิ่งที่ควรรักษาไว้ 4 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

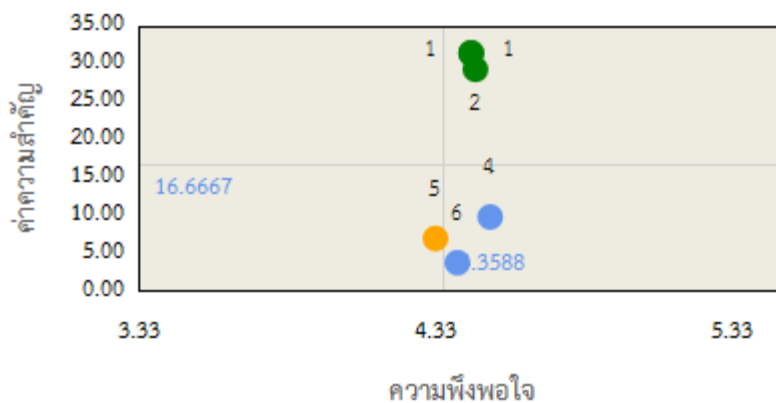
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟผ.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์
- จุดอ่อนของ เขต คือ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-68 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟผ.1 4.3588 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

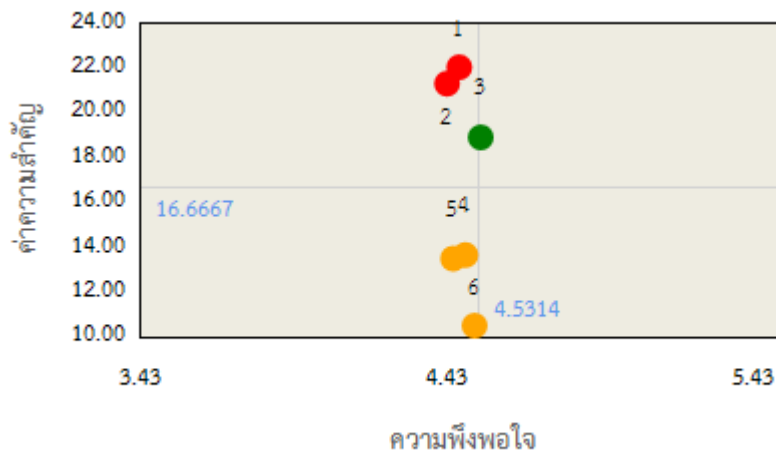
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
5 การชำระค่าไฟฟ้า	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟผ.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-69 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟผ.1 4.5314 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

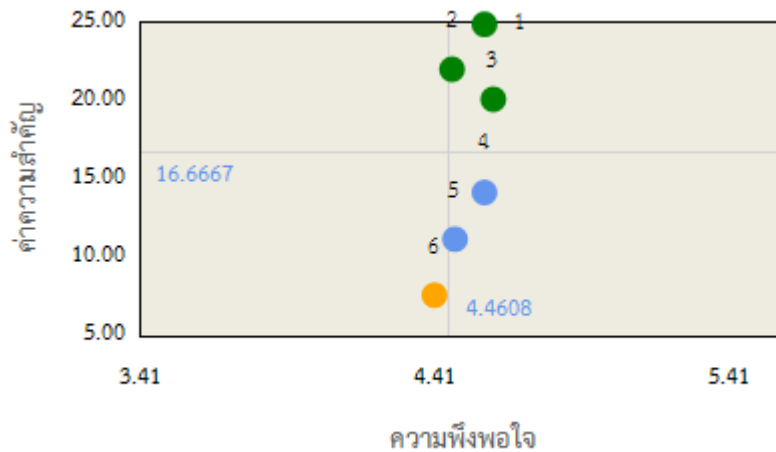
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	-
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	
6 การชำระค่าไฟฟ้า	

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟผ.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-70 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและ กฟผ.1 4.4608 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟผ.1

กฟผ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-46 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม		เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	
Loyal	45.3271	27.8689	▼ -17.4583	55.4348	▲ 10.1077	47.5410	▲ 2.2139	
Positive	42.9907	54.0984	▲ 11.1077	40.2174	▼ -2.7733	36.0656	▼ -6.9251	
Hesitant	10.2804	16.3934	▲ 6.1131	4.3478	▼ -5.9325	13.1148	▲ 2.8344	
At Risk	1.4019	1.6393	▲ 0.2375		—	3.2787	▲ 1.8768	

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-46 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

ตารางที่ 4-47 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	45.3271	27.8689	▼ -17.4583	20.0000	▼ -25.3271	35.4839	▼ -9.8432
Positive	42.9907	54.0984	▲ 11.1077	56.6667	▲ 13.6760	51.6129	▲ 8.6222
Hesitant	10.2804	16.3934	▲ 6.1131	20.0000	▲ 9.7196	12.9032	▲ 2.6229
At Risk	1.4019	1.6393	▲ 0.2375	3.3333	▲ 1.9315		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-47 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม*

ตารางที่ 4-48 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	45.3271	55.4348	▲ 10.1077	45.1613	▼ -0.1658	60.6557	▲ 15.3286
Positive	42.9907	40.2174	▼ -2.7733	51.6129	▲ 8.6222	34.4262	▼ -8.5644
Hesitant	10.2804	4.3478	▼ -5.9325	3.2258	▼ -7.0546	4.9180	▼ -5.3623
At Risk	1.4019		—		—		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-48 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย*

ตารางที่ 4-49 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	45.3271	47.5410	▲ 2.2139	51.6129	▲ 6.2858	43.3333	▼ -1.9938
Positive	42.9907	36.0656	▼ -6.9251	32.2581	▼ -10.7326	40.0000	▼ -2.9907
Hesitant	10.2804	13.1148	▲ 2.8344	12.9032	▲ 2.6229	13.3333	▲ 3.0530
At Risk	1.4019	3.2787	▲ 1.8768	3.2258	▲ 1.8239	3.3333	▲ 1.9315

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-49 พบว่า

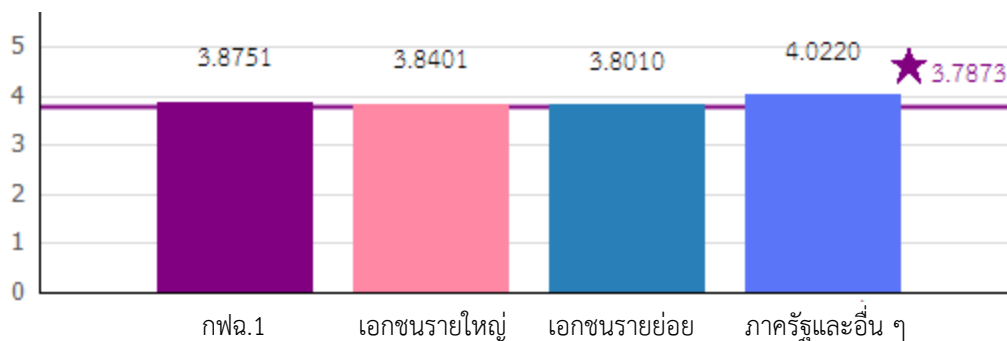
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ*
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ*

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กฟผ.1

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.7873 ในขณะที่ กฟผ.1 อยู่ที่ 3.8751 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-39

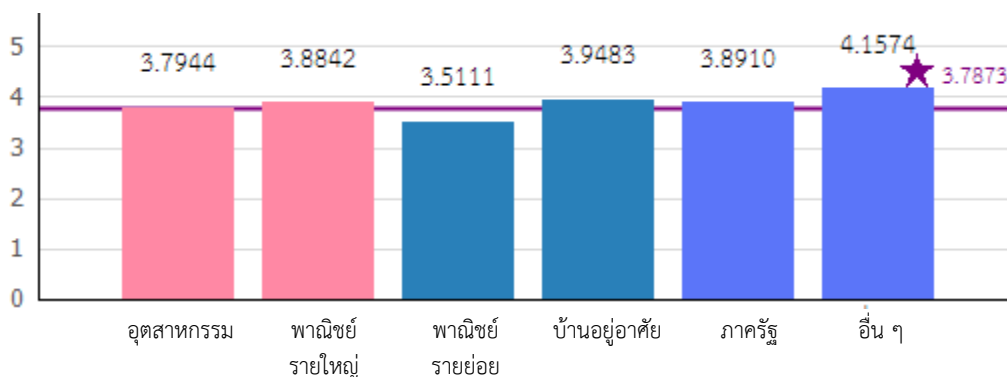
แผนภูมิที่ 4-39 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-40

แผนภูมิที่ 4-40 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



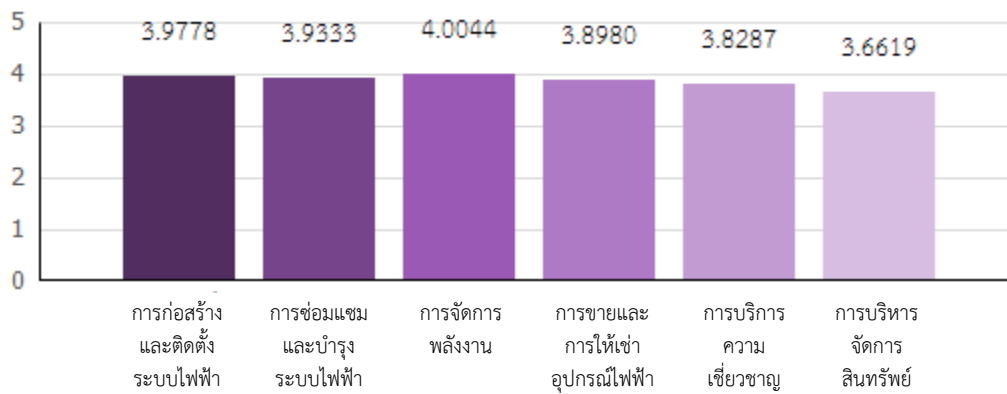
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กฟผ.1

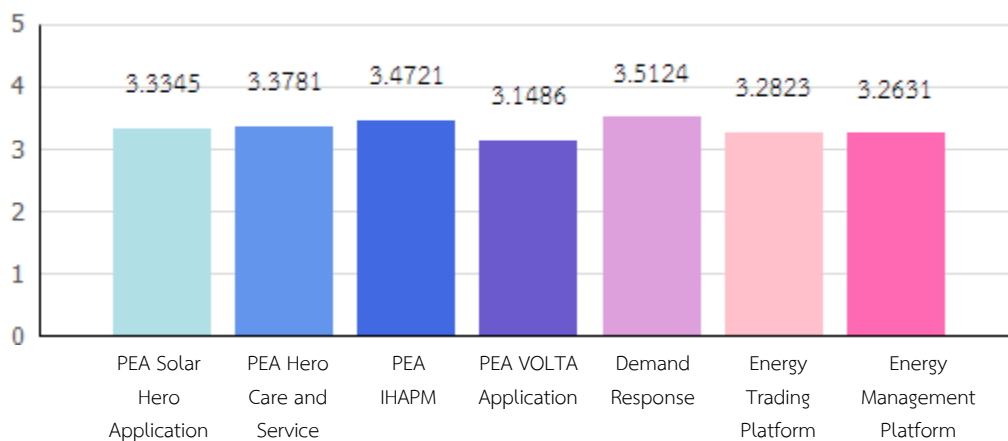
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟผ. ในเขต กฟผ.1 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การจัดการพลังงานเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ธุรกิจก่อสร้าง และอันดับสาม คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-41

แผนภูมิที่ 4-41 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟผ. ในเขต กฟผ.1 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ Demand Response เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ PEA IHAPM และอันดับสาม คือ PEA Hero Care and Service ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-42

แผนภูมิที่ 4-42 ธุรกิจใหม่



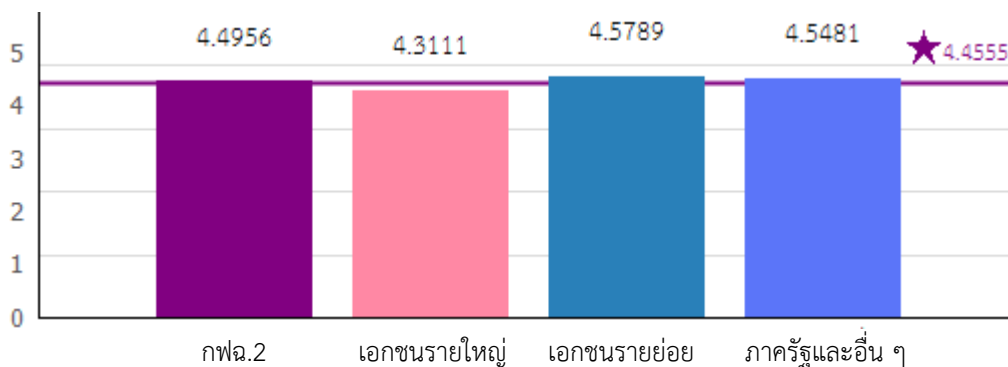
4.3.2 ผลการวิเคราะห์ กฟฉ.2

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กฟฉ.2

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.4555 ในขณะที่ กฟฉ.2 อยู่ที่ 4.4956 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-43

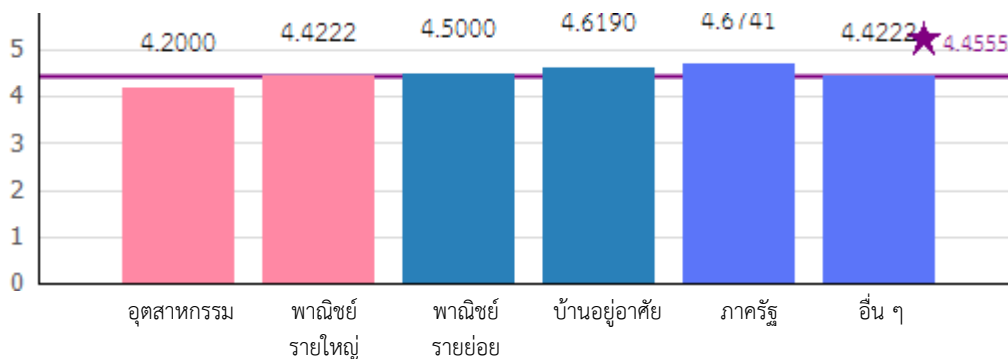
แผนภูมิที่ 4-43 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-44

แผนภูมิที่ 4-44 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กฟผ.2

ตารางที่ 4-50 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.5778	4.4815	▼ -0.0963	★ 4.7778	▲ 0.2000	3.8889	▼ -0.6889
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3216	★ 4.4815	▲ 0.1598	4.5556	▲ 0.2339	4.3333	▲ 0.0117
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.5948	★ 4.7037	▲ 0.1089	★ 5.0000	▲ 0.4052	4.3333	▼ -0.2614
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.6693	★ 4.6444	▼ -0.0248	★ 4.6049	▼ -0.0643	★ 5.0000	▲ 0.3307
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.6790	4.3939	▼ -0.2851	4.4530	▼ -0.2260	4.3086	▼ -0.3704
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4530	4.2840	▼ -0.1690	4.2727	▼ -0.1803	4.2889	▼ -0.1641
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2469	4.2545	▲ 0.0076	4.0476	▼ -0.1993	4.3148	▲ 0.0679
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2778	3.8889	▼ -0.3889	3.2222	▼ -1.0556	★ 4.5556	▲ 0.2778
การให้บริการ Contact Center	4.5556	4.1111	▼ -0.4444		—	4.1111	▼ -0.4444
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.5556	4.3778	▼ -0.1778	4.2593	▼ -0.2963	★ 4.5556	— 0.0000
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2727	4.4667	▲ 0.1939	4.5556	▲ 0.2828	4.3334	▲ 0.0606
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4377	4.2148	▼ -0.2229	4.2741	▼ -0.1637	4.1556	▼ -0.2822
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5680	4.3926	▼ -0.1754	4.4222	▼ -0.1457	4.3630	▼ -0.2050
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.5742	4.4044	▼ -0.1697	4.4783	▼ -0.0959	4.3416	▼ -0.2326
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.4667	4.3630	▼ -0.1037	4.4667	— 0.0000	4.2593	▼ -0.2074
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4605	4.2889	▼ -0.1716	4.2889	▼ -0.1716	4.2889	▼ -0.1716

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-50 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การติดตั้งไฟฟ้า
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ตารางที่ 4-51 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.5778	☆ 4.6889	▲ 0.1111	4.6444	▲ 0.0667	☆ 4.7333	▲ 0.1556
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3216	4.5556	▲ 0.2339	4.5556	▲ 0.2339	4.5556	▲ 0.2339
การให้บริการมิเตอร์	☆ 4.5948	4.5062	▼ -0.0886		—	4.5062	▼ -0.0886
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	☆ 4.6693	4.6402	▼ -0.0290	4.6214	▼ -0.0479	4.6491	▼ -0.0201
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.6790	☆ 4.7124	▲ 0.0334	☆ 4.6935	▲ 0.0145	☆ 4.7222	▲ 0.0432
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4530	4.4986	▲ 0.0456	4.3889	▼ -0.0641	4.5749	▲ 0.1219
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2469	4.2000	▼ -0.0469	4.5556	▲ 0.3086	3.9630	▼ -0.2840
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2778	4.4815	▲ 0.2037	☆ 5.0000	▲ 0.7222	4.4343	▲ 0.1566
การให้บริการ Contact Center	4.5556	4.6444	▲ 0.0889	☆ 4.8519	▲ 0.2963	4.3333	▼ -0.2222
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.5556	☆ 4.7778	▲ 0.2222	4.5556	— 0.0000	☆ 5.0000	▲ 0.4444
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2727	3.2222	▼ -1.0505	3.2222	▼ -1.0505		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4377	4.4713	▲ 0.0336	4.3472	▼ -0.0905	4.5344	▲ 0.0967
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5680	4.5836	▲ 0.0157	4.5417	▼ -0.0263	4.6049	▲ 0.0370
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.5742	4.6181	▲ 0.0439	4.5749	▲ 0.0007	4.6423	▲ 0.0681
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.4667	4.4480	▼ -0.0187	4.4583	▼ -0.0083	4.4427	▼ -0.0240
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4605	4.5088	▲ 0.0483	4.5139	▲ 0.0534	4.5062	▲ 0.0457

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-51 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center

- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การให้บริการ Contact Center
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4-52 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.5778	4.5556	▼ -0.0222	4.2000	▼ -0.3778	4.6491	▲ 0.0713
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3216	4.1919	▼ -0.1297	4.4667	▲ 0.1450	3.9630	▼ -0.3587
การให้บริการมิเตอร์	☆ 4.5948	4.5833	▼ -0.0114	4.4286	▼ -0.1662	4.7037	▲ 0.1089
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	☆ 4.6693	☆ 4.7460	▲ 0.0768	☆ 4.7488	▲ 0.0795	☆ 4.7407	▲ 0.0715
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.6790	☆ 4.7718	▲ 0.0928	☆ 4.8400	▲ 0.1610	4.6296	▼ -0.0494
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4530	☆ 4.7222	▲ 0.2692	4.7222	▲ 0.2692		—
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2469		—		—		—
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2778	3.4444	▼ -0.8333	4.1111	▼ -0.1667	2.7778	▼ -1.5000
การให้บริการ Contact Center	4.5556	4.5556	— 0.0000	4.5556	— 0.0000		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.5556	4.5556	— 0.0000		—	4.5556	— 0.0000
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2727	4.2889	▲ 0.0162	4.2889	▲ 0.0162		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4377	4.6074	▲ 0.1697	4.4963	▲ 0.0586	☆ 4.7185	▲ 0.2808
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5680	4.7185	▲ 0.1506	4.6741	▲ 0.1061	☆ 4.7630	▲ 0.1950
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.5742	4.6813	▲ 0.1072	☆ 4.7531	▲ 0.1789	4.6068	▲ 0.0327
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.4667	4.6000	▲ 0.1333	4.5852	▲ 0.1185	4.6148	▲ 0.1481
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4605	4.5556	▲ 0.0951	4.6741	▲ 0.2136	4.4370	▼ -0.0234

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-52 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การให้บริการ Contact Center
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การให้บริการ Contact Center
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การให้บริการมิเตอร์
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กฟผ.2

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟผ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การชำระค่าไฟฟ้า
- จุดอ่อนของ เขต คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-71 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟผ.2 4.4956 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	2 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
	5 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟผ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์
- จุดอ่อนของ เขต คือ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)

แผนภาพที่ 4-72 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟผ.2 4.6693 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
2 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
3 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย
5 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง

สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟผ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟผ. ในการชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-73 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟผ.2 4.6790 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

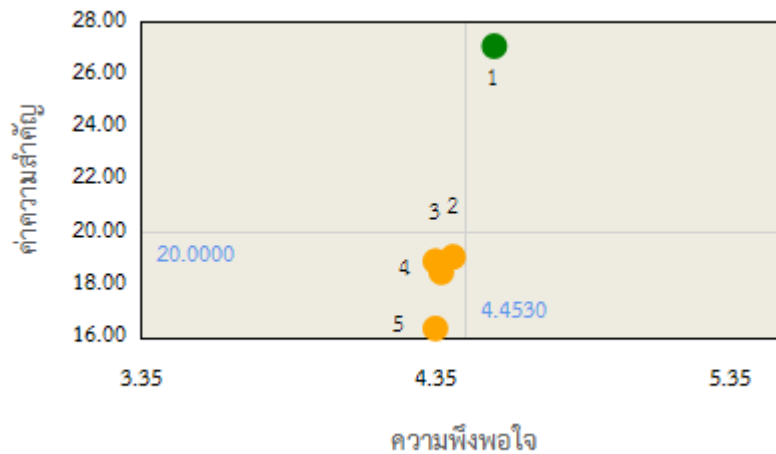
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์
	2 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟผ. ในการชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย	3 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กฟผ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ

แผนภาพที่ 4-74 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กฟผ.2 4.4530 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

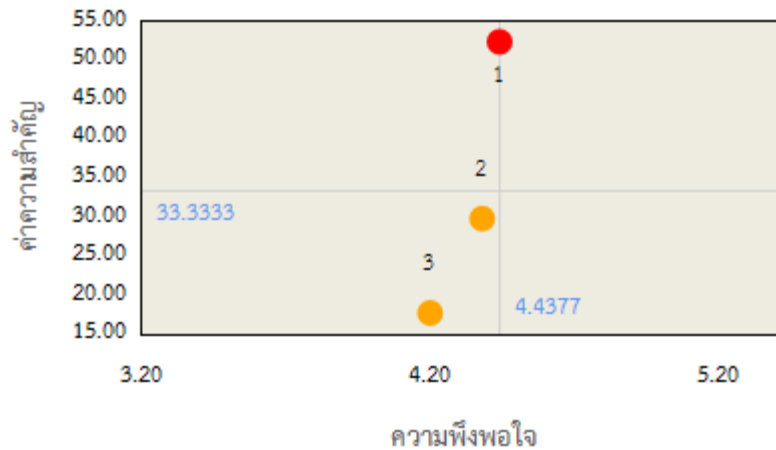
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
2 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)	-
3 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	
4 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ	
5 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กฟผ.2 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-75 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

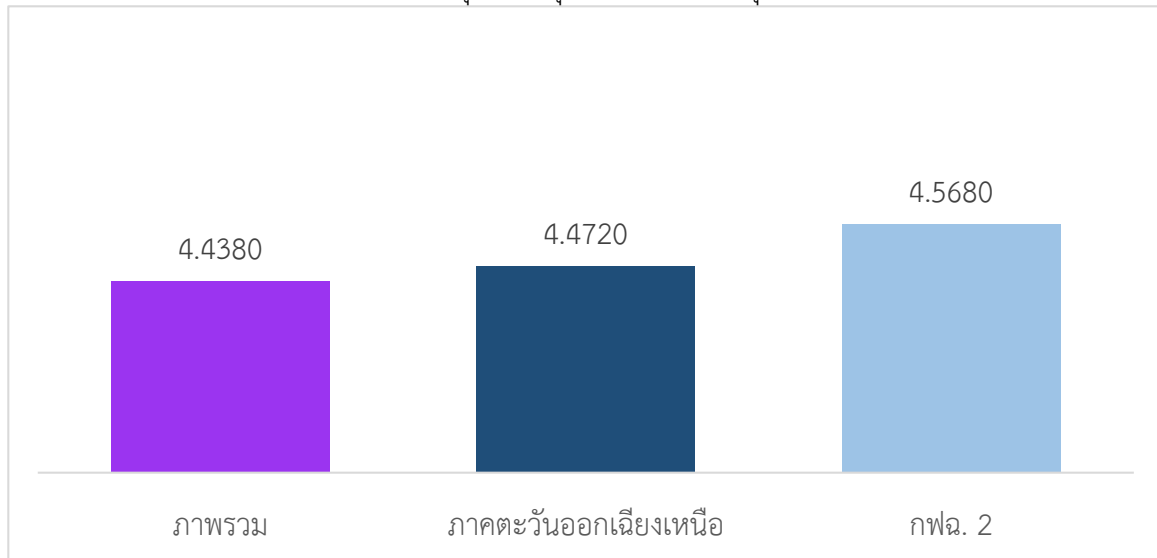


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟผ.2 4.4377 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	-
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
2 ความเพียงพอของไฟฟ้า	-
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-76 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



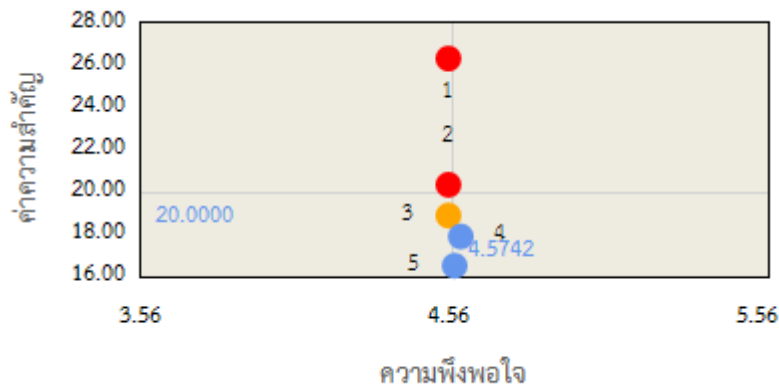
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดแข็งของ กฟผ. 2

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม กฟภ.2 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน จุดให้บริการมีความทันสมัย

แผนภาพที่ 4-77 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟภ.2 4.5742 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

- 1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
- 2 จุดให้บริการมีความทันสมัย (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 3 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 4 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง
- 5 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

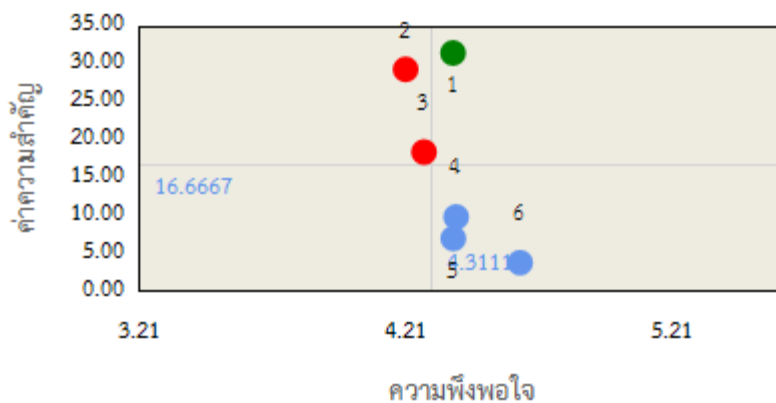
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟผ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- จุดอ่อนของ เขต คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-78 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟผ.2. 3111 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

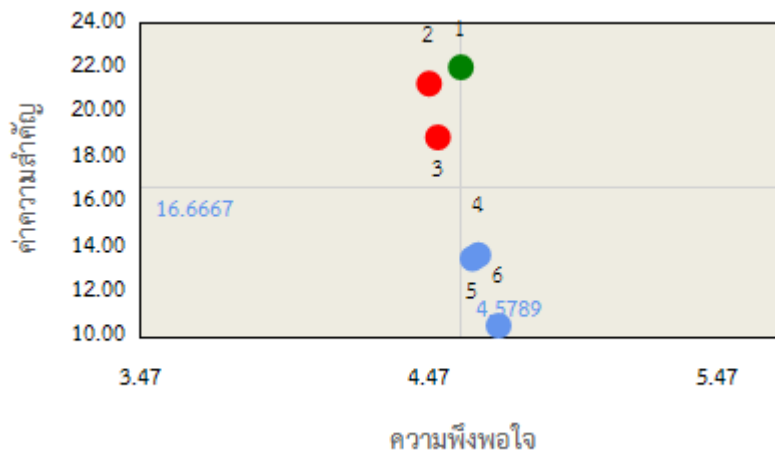
สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
5 การชำระค่าไฟฟ้า
6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟผ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- จุดอ่อนของ เขต คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-79 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟผ.2 4.5789 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

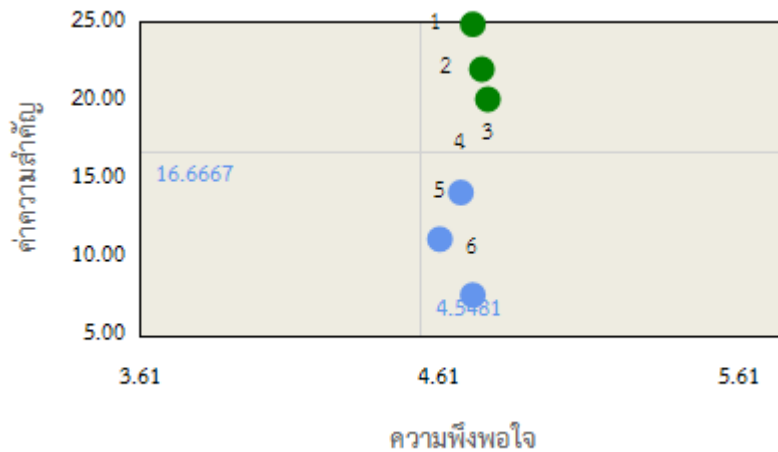
สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
6 การชำระค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟผ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-80 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ กฟผ.2 4.5481 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟผ.2

กฟผ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-53 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม			เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	56.7442	31.6667	▼ -25.0775	66.3158	▲ 9.5716	66.6667	▲ 9.9225		
Positive	33.9535	55.0000	▲ 21.0465	31.5789	▼ -2.3745	16.6667	▼ -17.2868		
Hesitant	6.5116	11.6667	▲ 5.1550	1.0526	▼ -5.4590	10.0000	▲ 3.4884		
At Risk	2.7907	1.6667	▼ -1.1240	1.0526	▼ -1.7381	6.6667	▲ 3.8760		

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-53 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

ตารางที่ 4-54 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	56.7442	31.6667	▼ -25.0775	30.0000	▼ -26.7442	33.3333	▼ -23.4109
Positive	33.9535	55.0000	▲ 21.0465	56.6667	▲ 22.7132	53.3333	▲ 19.3798
Hesitant	6.5116	11.6667	▲ 5.1550	13.3333	▲ 6.8217	10.0000	▲ 3.4884
At Risk	2.7907	1.6667	▼ -1.1240		—	3.3333	▲ 0.5426

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-54 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่*

ตารางที่ 4-55 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	56.7442	66.3158	▲ 9.5716	62.5000	▲ 5.7558	68.2540	▲ 11.5098
Positive	33.9535	31.5789	▼ -2.3745	31.2500	▼ -2.7035	31.7460	▼ -2.2075
Hesitant	6.5116	1.0526	▼ -5.4590	3.1250	▼ -3.3866		—
At Risk	2.7907	1.0526	▼ -1.7381	3.1250	▲ 0.3343		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-55 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย*
- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย*

ตารางที่ 4-56 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	56.7442	66.6667	▲ 9.9225	76.6667	▲ 19.9225	56.6667	▼ -0.0775
Positive	33.9535	16.6667	▼ -17.2868	13.3333	▼ -20.6202	20.0000	▼ -13.9535
Hesitant	6.5116	10.0000	▲ 3.4884	6.6667	▲ 0.1550	13.3333	▲ 6.8217
At Risk	2.7907	6.6667	▲ 3.8760	3.3333	▲ 0.5426	10.0000	▲ 7.2093

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-56 พบว่า

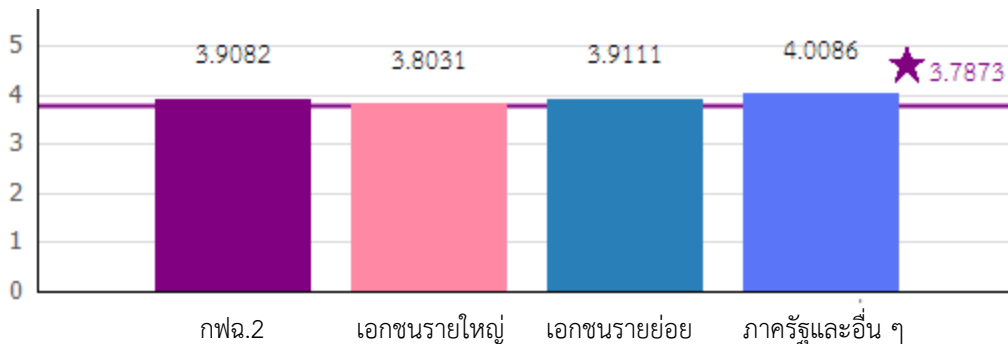
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ*
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ*

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กฟผ.2

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.7873 ในขณะที่ กฟผ.2 อยู่ที่ 3.9082 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-45

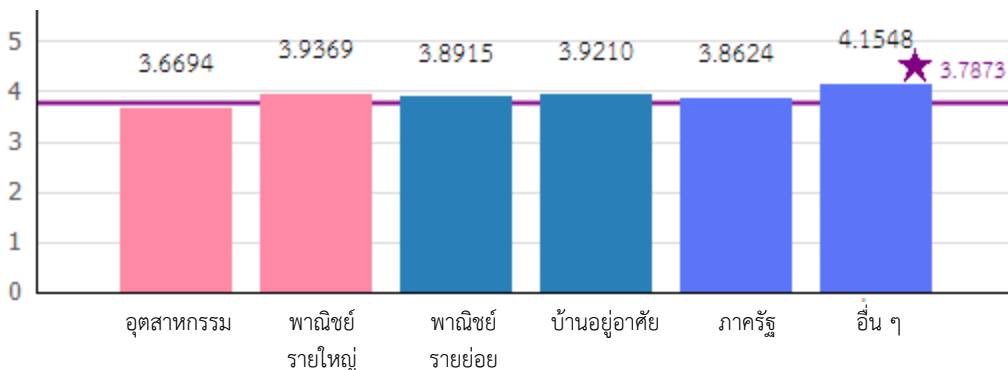
แผนภูมิที่ 4-45 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-46

แผนภูมิที่ 4-46 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



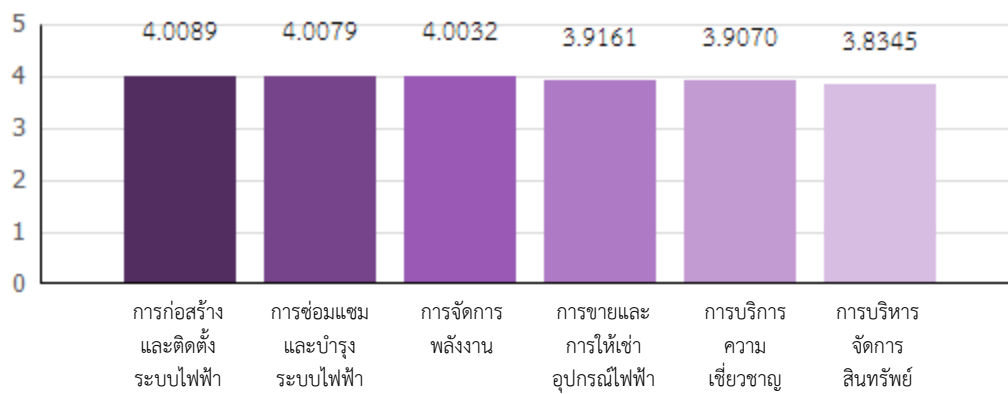
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กฟผ.2

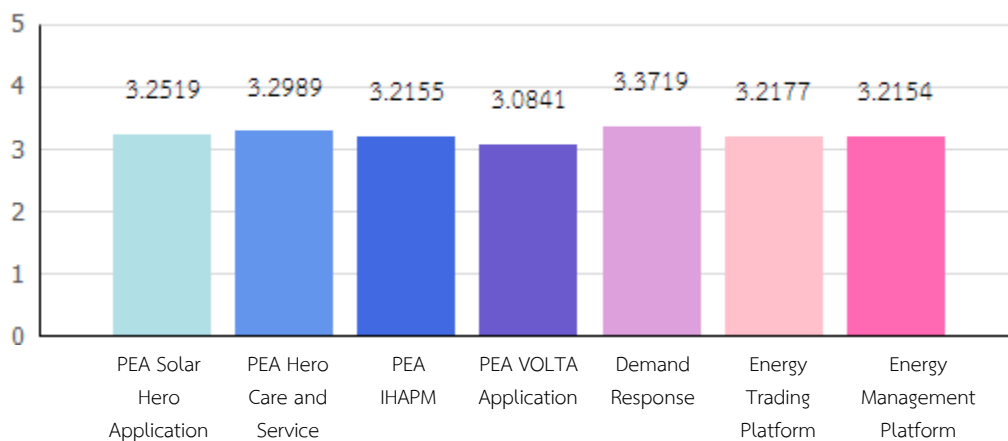
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟผ. ในเขต กฟผ.2 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ ธุรกิจก่อสร้างเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า และอันดับสาม คือ การจัดการพลังงาน ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-47

แผนภูมิที่ 4-47 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟผ. ในเขต กฟผ.2 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ Demand Response เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ PEA Hero Care and Service และอันดับสาม คือ PEA Solar Hero Application ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-48

แผนภูมิที่ 4-48 ธุรกิจใหม่



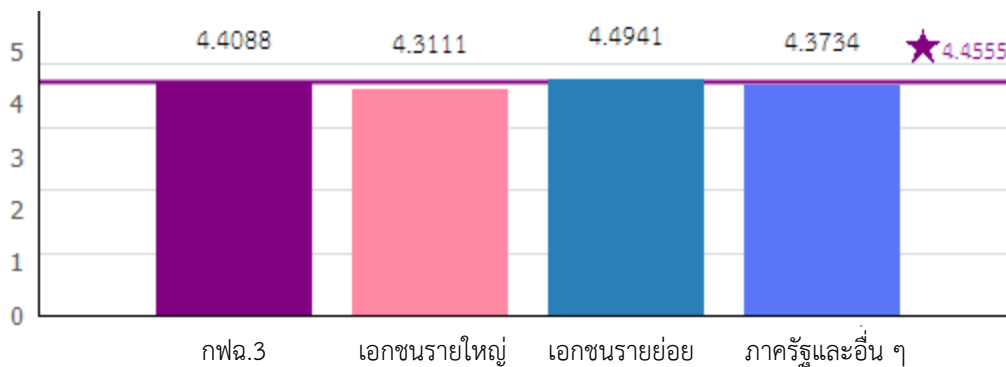
4.3.3 ผลการวิเคราะห์ กฟผ.3

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กฟผ.3

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.4555 ในขณะที่ กฟผ.3 อยู่ที่ 4.4088 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ภาครัฐและอื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-49

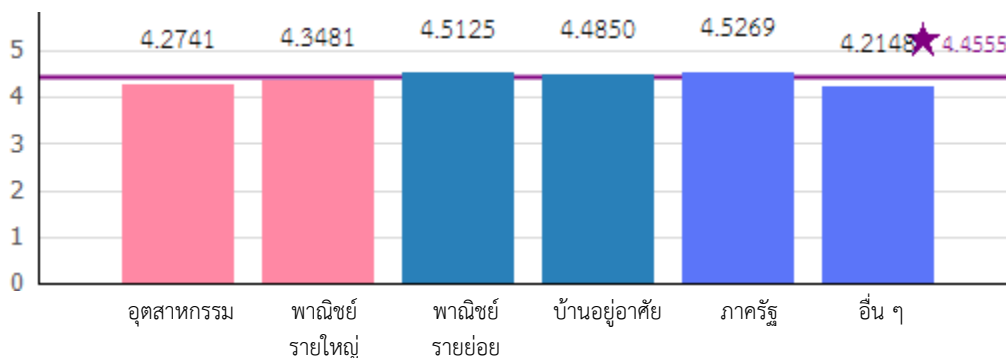
แผนภูมิที่ 4-49 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-50

แผนภูมิที่ 4-50 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กพล.3

ตารางที่ 4-57 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม		เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.4815		4.3333	▼ -0.1481	4.1111	▼ -0.3704	★ 5.0000	▲ 0.5185
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3987	★	4.6667	▲ 0.2680	4.6667	▲ 0.2680		—
การให้บริการมิเตอร์	4.3675		4.3333	▼ -0.0342	4.4815	▲ 0.1140	3.8889	▼ -0.4786
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.3381		4.4762	▲ 0.1381	4.6296	▲ 0.2916	4.4343	▲ 0.0963
การชำระค่าไฟฟ้า	4.3609		4.4986	▲ 0.1376	4.6239	▲ 0.2630	★ 4.4359	▲ 0.0750
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2982		4.3801	▲ 0.0819	4.5556	▲ 0.2573	4.2889	▼ -0.0094
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	★ 4.5556	★	4.7576	▲ 0.2020	★ 4.8095	▲ 0.2540	★ 4.6667	▲ 0.1111
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3016		3.5185	▼ -0.7831	3.5185	▼ -0.7831		—
การให้บริการ Contact Center	4.4074	★	4.5556	▲ 0.1481	★ 4.7778	▲ 0.3704	4.1111	▼ -0.2963
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.4286			—		—		—
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3333		4.2778	▼ -0.0556	★ 4.7037	▲ 0.3704	4.0222	▼ -0.3111
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3468		4.3556	▲ 0.0088	4.4370	▲ 0.0903	4.2741	▼ -0.0727
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3530		4.3852	▲ 0.0322	4.4074	▲ 0.0544	4.3630	▲ 0.0100
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.3852		4.5214	▲ 0.1362	4.6329	▲ 0.2477	4.4330	▲ 0.0478
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.3530		4.4444	▲ 0.0915	4.5407	▲ 0.1878	4.3481	▼ -0.0048
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2331		4.2296	▼ -0.0034	4.3926	▲ 0.1595	4.0667	▼ -0.1664

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-57 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- คุณภาพผลิตภัณฑ์

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การให้บริการ Contact Center
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การให้บริการมิเตอร์
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

ตารางที่ 4-58 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.4815	★ 4.5556	▲ 0.0741	★ 4.5556	▲ 0.0741	★ 4.5556	▲ 0.0741
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3987	★ 4.5556	▲ 0.1569	★ 4.5556	▲ 0.1569	★ 4.5556	▲ 0.1569
การให้บริการมิเตอร์	4.3675	4.2381	▼ -0.1294	4.1111	▼ -0.2564	4.2889	▼ -0.0786
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.3381	4.3278	▼ -0.0103	★ 4.3675	▲ 0.0295	4.3086	▼ -0.0294
การชำระค่าไฟฟ้า	4.3609	4.2723	▼ -0.0887	4.1541	▼ -0.2068	4.3333	▼ -0.0276
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2982	4.2444	▼ -0.0538	4.3016	▲ 0.0033	4.2137	▼ -0.0846
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	★ 4.5556	3.8889	▼ -0.6667	3.4444	▼ -1.1111	4.3333	▼ -0.2222
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3016	★ 5.0000	▲ 0.6984		—	★ 5.0000	▲ 0.6984
การให้บริการ Contact Center	4.4074	4.5111	▲ 0.1037	★ 4.3333	▼ -0.0741	★ 4.6296	▲ 0.2222
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.4286	4.4074	▼ -0.0212	★ 4.5556	▲ 0.1270	4.3333	▼ -0.0952
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3333	★ 5.0000	▲ 0.6667	★ 5.0000	▲ 0.6667		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3468	4.2766	▼ -0.0702	4.2545	▼ -0.0923	4.2875	▼ -0.0593
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3530	4.3144	▼ -0.0386	4.2258	▼ -0.1272	4.3580	▲ 0.0051
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.3852	4.2593	▼ -0.1259	4.2850	▼ -0.1002	4.2479	▼ -0.1373
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.3530	4.2388	▼ -0.1142	4.0538	▼ -0.2992	4.3298	▼ -0.0232
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2331	4.1678	▼ -0.0652	4.1254	▼ -0.1076	4.1887	▼ -0.0444

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-58 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การให้บริการ Contact Center
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

ตารางที่ 4-59 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.4815	★ 4.5278	▲ 0.0463	★ 4.5556	▲ 0.0741	4.5238	▲ 0.0423
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3987	4.2727	▼ -0.1260	4.3333	▼ -0.0654	4.2593	▼ -0.1394
การให้บริการมิเตอร์	4.3675	4.4747	▲ 0.1072	4.4815	▲ 0.1140	4.4667	▲ 0.0991
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.3381	4.2458	▼ -0.0923	4.0303	▼ -0.3078	★ 4.6768	▲ 0.3387
การชำระค่าไฟฟ้า	4.3609	4.4302	▲ 0.0693	4.2698	▼ -0.0911	★ 4.8384	▲ 0.4774
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2982	4.1852	▼ -0.1131	4.0476	▼ -0.2506	4.6667	▲ 0.3684
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	★ 4.5556	★ 4.6296	▲ 0.0741	★ 4.5556	— 0.0000	★ 5.0000	▲ 0.4444
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3016	★ 4.7778	▲ 0.4762	★ 4.7778	▲ 0.4762		—
การให้บริการ Contact Center	4.4074	3.6667	▼ -0.7407	4.1111	▼ -0.2963	3.2222	▼ -1.1852
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.4286	4.4444	▲ 0.0159		—	4.4444	▲ 0.0159
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3333	4.1111	▼ -0.2222	4.1111	▼ -0.2222		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3468	4.4463	▲ 0.0995	4.3262	▼ -0.0206	4.5704	▲ 0.2236
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3530	4.3807	▲ 0.0277	4.1685	▼ -0.1845	4.6000	▲ 0.2470
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.3852	4.4298	▲ 0.0446	4.2644	▼ -0.1208	4.6296	▲ 0.2444
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.3530	4.4390	▲ 0.0860	4.3262	▼ -0.0268	4.5556	▲ 0.2026
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2331	4.3370	▲ 0.1039	4.1111	▼ -0.1220	4.5704	▲ 0.3373

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-59 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์

- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.
- การชำระค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กฟผ.3

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

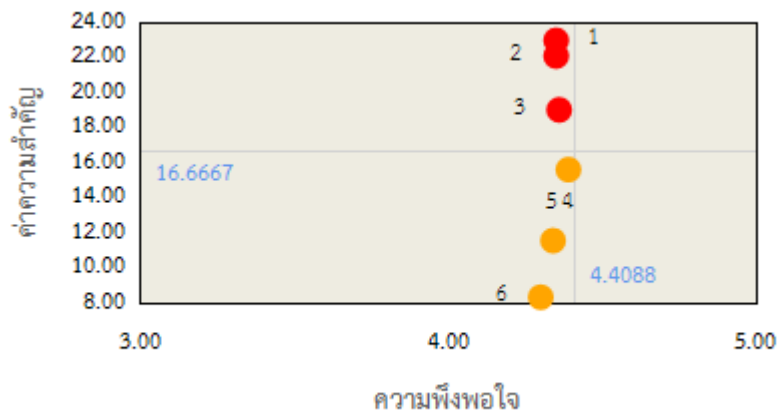
3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟผ.3 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-81 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟผ.3 4.4088 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับค่าความสำคัญของการบริการโดยรวม

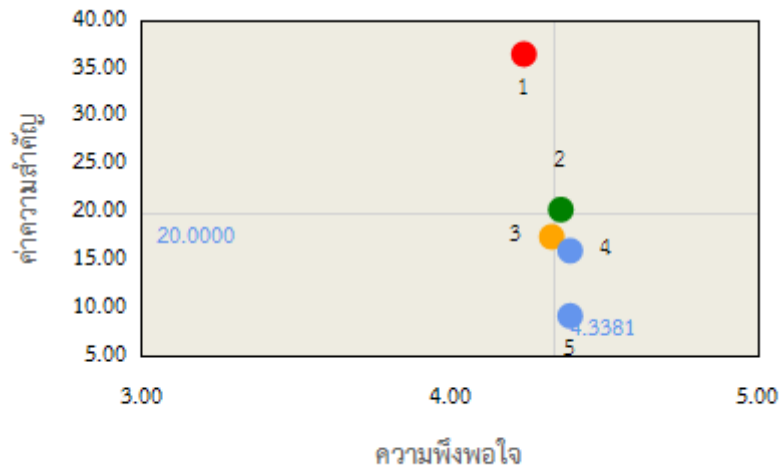
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	-
2 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
3 การชำระค่าไฟฟ้า (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	-
5 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	
6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟผ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)
- จุดอ่อนของ เขต คือ การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-82 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟผ.3 4.3381 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

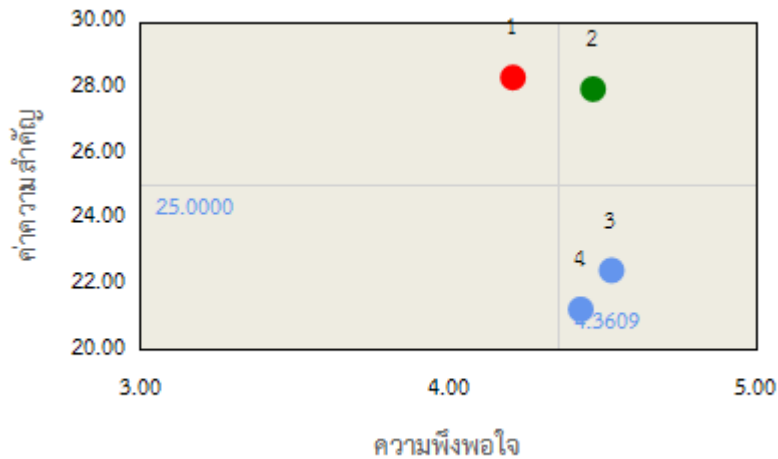
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	2 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย	4 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน
	5 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟผ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟผ. ในการชำระค่าไฟฟ้า
- จุดอ่อนของ เขต คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-83 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟผ.3 4.3609 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	2 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟผ. ในการชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	3 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
	4 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กฟผ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ

แผนภาพที่ 4-84 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กฟผ.3 4.2982 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

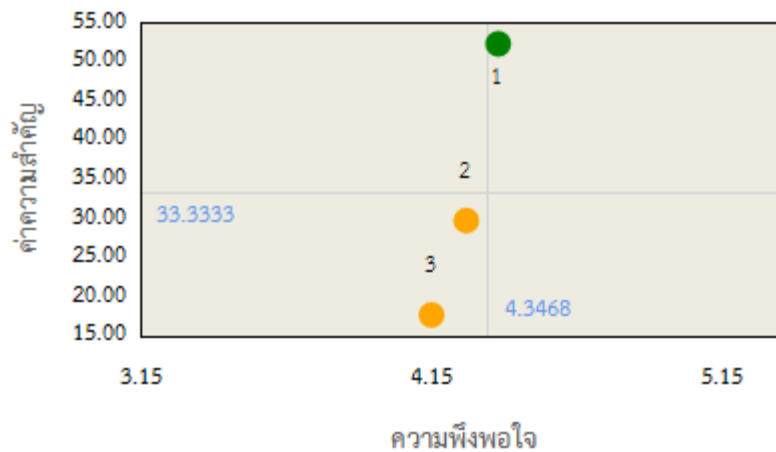
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
2 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)	-
3 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	
4 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ	
5 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กฟผ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-85 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

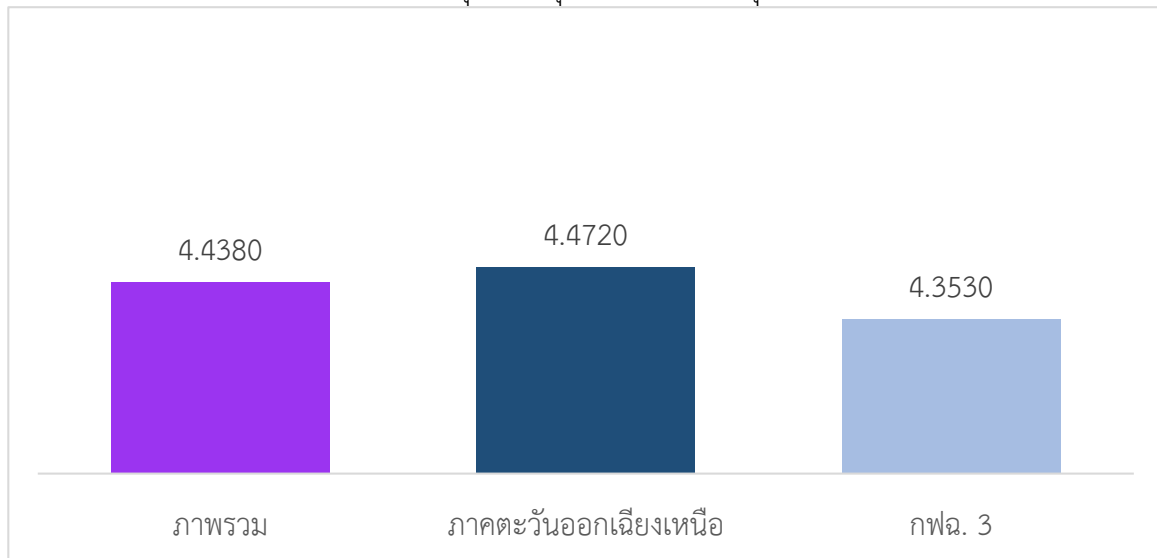


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟผ.3 4.3468 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
2 ความเพียงพอของไฟฟ้า	-
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-86 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



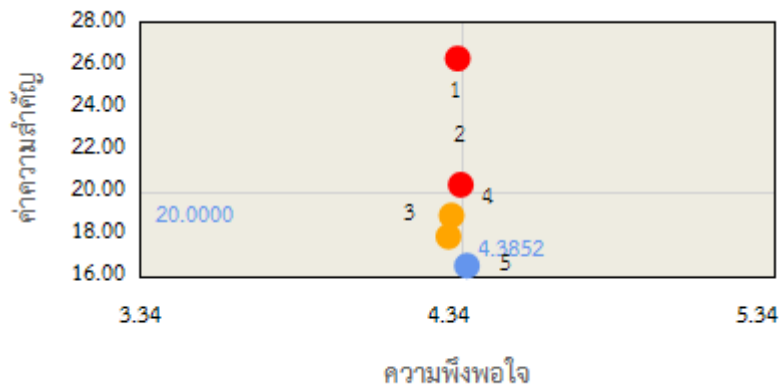
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดอ่อนของ กฟผ. 3

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม กฟผ.3 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน จุดให้บริการมีความทันสมัย

แผนภาพที่ 4-87 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม



หมายเหตุ : • ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน

- จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟผ.3 4.3852 คะแนน (ข้อ B25)

- จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

- 1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน (ปรับปรุงเร่งด่วน)
- 2 จุดให้บริการมีความทันสมัย (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 3 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ
- 4 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 5 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

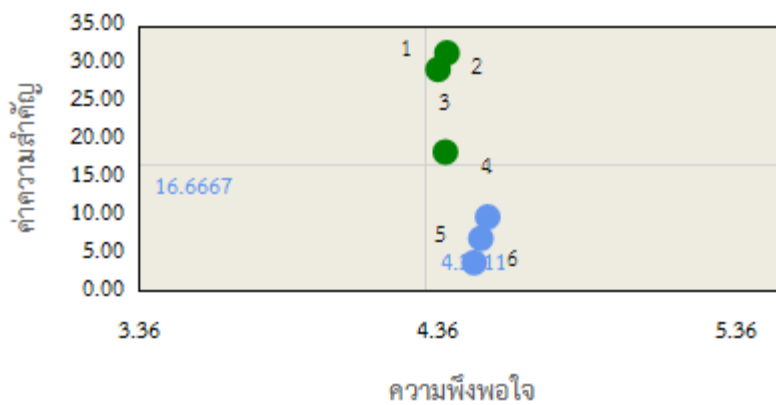
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟผ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-88 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟผ.3 4.3111 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

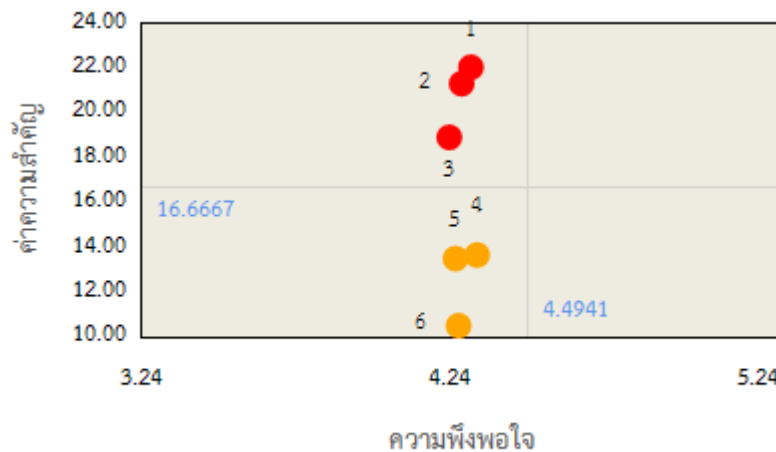
- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟผ.3 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-89 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟผ.3 4.4941 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
6 การชำระค่าไฟฟ้า

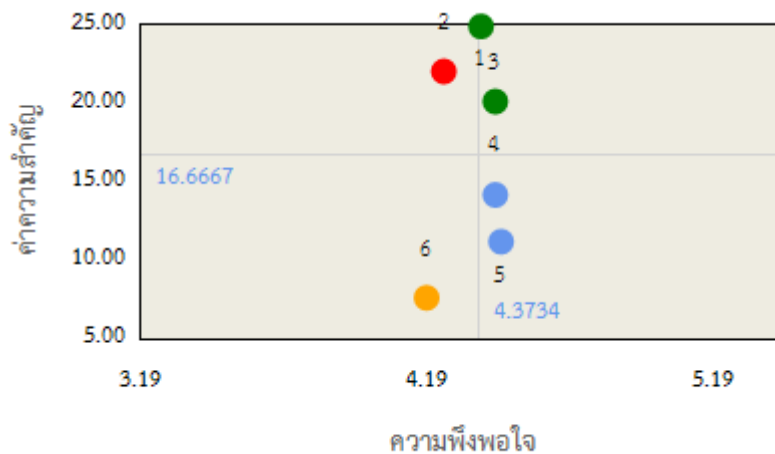
สิ่งที่ควรรักษาไว้
-

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟผ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การชำระค่าไฟฟ้า
- จุดอ่อนของ เขต คือ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-90 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ กฟผ.3 4.3734 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า (ปรับปรุงเร่งด่วน)	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟผ.3

กฟผ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-60 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	39.5349	31.6667	▼ -7.8682	40.4255	▲ 0.8906	45.9016	▲ 6.3668
Positive	49.7674	58.3333	▲ 8.5659	54.2553	▲ 4.4879	34.4262	▼ -15.3412
Hesitant	7.9070	8.3333	▲ 0.4264	3.1915	▼ -4.7155	14.7541	▲ 6.8471
At Risk	2.7907	1.6667	▼ -1.1240	2.1277	▼ -0.6630	4.9180	▲ 2.1273

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-60 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

ตารางที่ 4-61 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	39.5349	31.6667	▼ -7.8682	26.6667	▼ -12.8682	36.6667	▼ -2.8682
Positive	49.7674	58.3333	▲ 8.5659	63.3333	▲ 13.5659	53.3333	▲ 3.5659
Hesitant	7.9070	8.3333	▲ 0.4264	10.0000	▲ 2.0930	6.6667	▼ -1.2403
At Risk	2.7907	1.6667	▼ -1.1240		—	3.3333	▲ 0.5426

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-61 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่*

ตารางที่ 4-62 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	39.5349	40.4255	▲ 0.8906	38.7097	▼ -0.8252	41.2698	▲ 1.7350
Positive	49.7674	54.2553	▲ 4.4879	54.8387	▲ 5.0713	53.9683	▲ 4.2008
Hesitant	7.9070	3.1915	▼ -4.7155	6.4516	▼ -1.4554	1.5873	▼ -6.3197
At Risk	2.7907	2.1277	▼ -0.6630		—	3.1746	▲ 0.3839

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-62 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย*
- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย*

ตารางที่ 4-63 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	39.5349	45.9016	▲ 6.3668	54.8387	▲ 15.3038	36.6667	▼ -2.8682
Positive	49.7674	34.4262	▼ -15.3412	38.7097	▼ -11.0578	30.0000	▼ -19.7674
Hesitant	7.9070	14.7541	▲ 6.8471	3.2258	▼ -4.6812	26.6667	▲ 18.7597
At Risk	2.7907	4.9180	▲ 2.1273	3.2258	▲ 0.4351	6.6667	▲ 3.8760

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-63 พบว่า

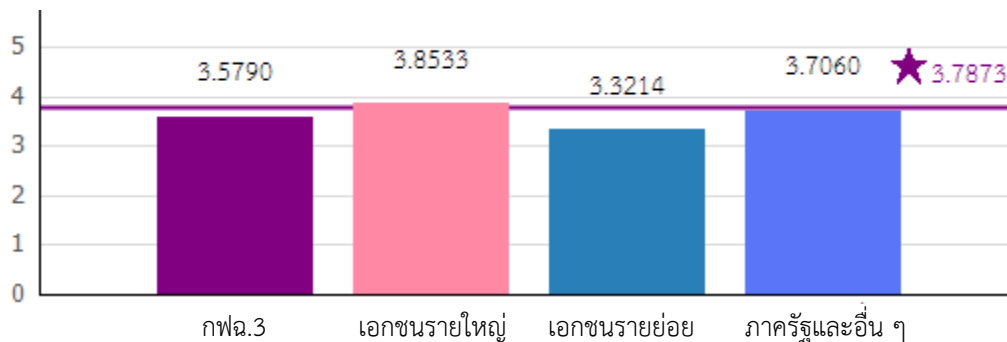
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มี **ความภักดี (Loyal)** สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ **กลุ่มลูกค้าภาครัฐ**
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มี **ความเสี่ยง (At Risk)** สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ **กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ**

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กฟผ.3

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.7873 ในขณะที่ กฟผ.3 อยู่ที่ 3.579 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-51

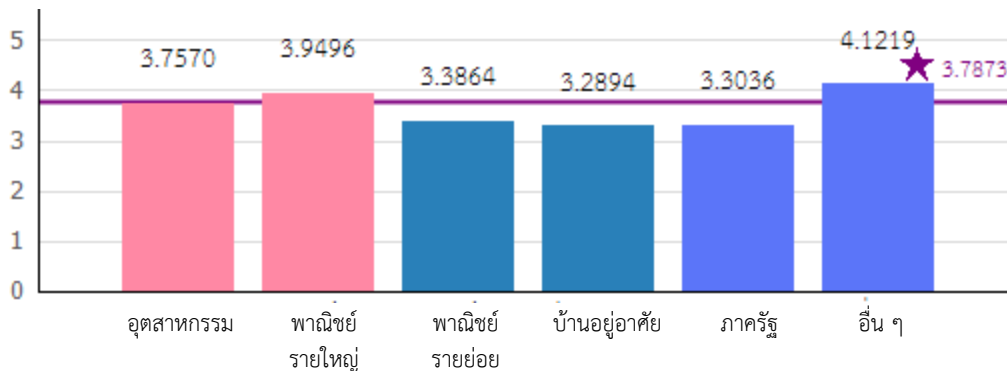
แผนภูมิที่ 4-51 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ อื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-52

แผนภูมิที่ 4-52 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



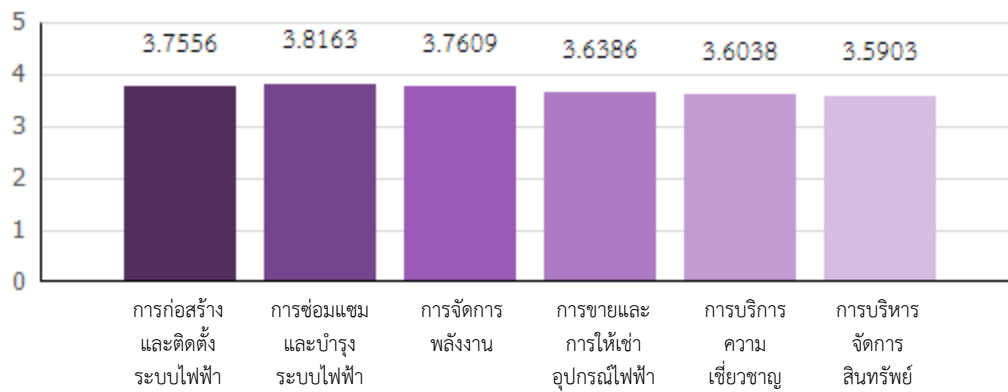
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กฟผ.3

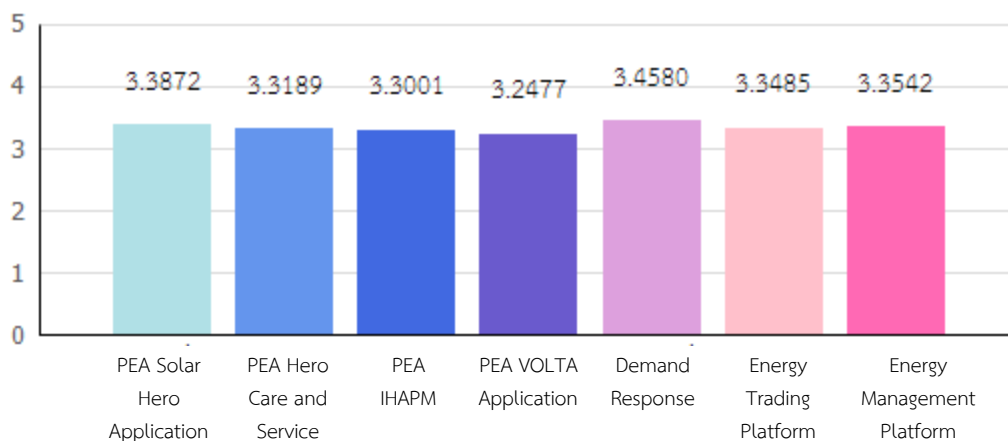
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟผ. ในเขต กฟผ.3 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้าเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การจัดการพลังงาน และอันดับสาม คือ ธุรกิจก่อสร้าง ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-53

แผนภูมิที่ 4-53 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟผ. ในเขต กฟผ.3 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ Demand Response เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ PEA Solar Hero Application และอันดับสาม คือ Energy Management Platform ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-54

แผนภูมิที่ 4-54 ธุรกิจใหม่



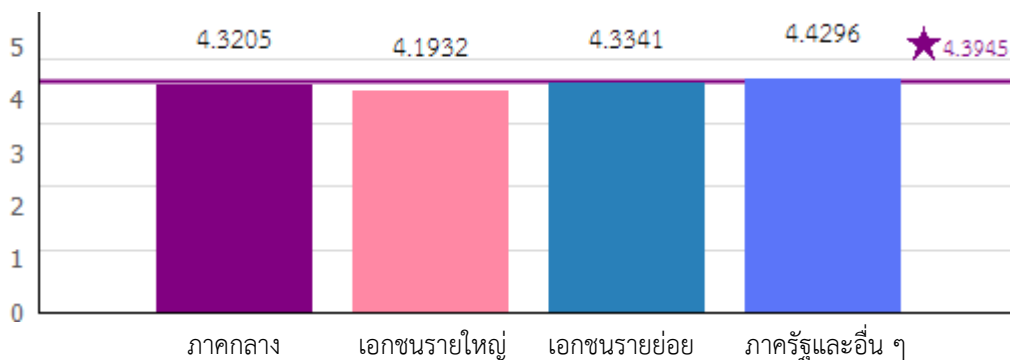
4.4 ผลการวิเคราะห์ภาคกลาง

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

ภาคกลาง

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของกฟภ. ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.3945 ในขณะที่ ภาคกลาง อยู่ที่ 4.3205 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-55

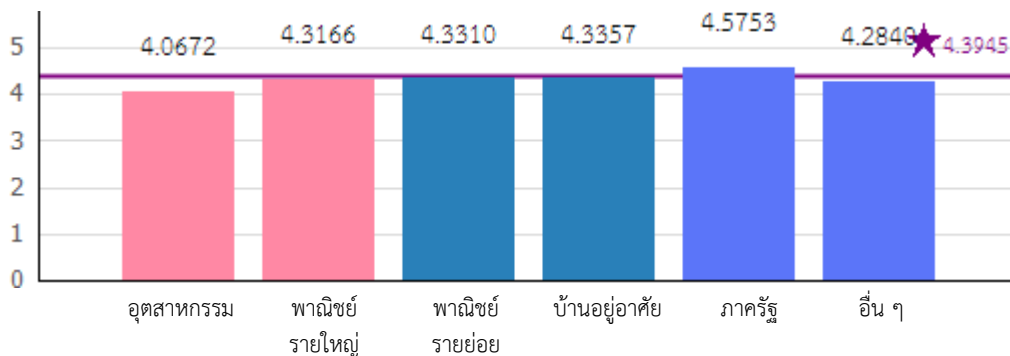
แผนภูมิที่ 4-55 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-56

แผนภูมิที่ 4-56 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

ภาคกลาง

ตารางที่ 4-64 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	☆ 4.4787	4.2963	▼ -0.1824	4.2099	▼ -0.2689	4.5556	▲ 0.0768
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2222	4.3439	▲ 0.1217	4.2889	▲ 0.0667	4.4815	▲ 0.2593
การให้บริการมิเตอร์	4.3651	4.1389	▼ -0.2262	4.1111	▼ -0.2540	4.1667	▼ -0.1984
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4739	☆ 4.6938	▲ 0.2199	☆ 4.6190	▲ 0.1451	☆ 4.7166	▲ 0.2426
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.4896	☆ 4.6856	▲ 0.1960	4.6028	▲ 0.1132	☆ 4.7368	▲ 0.2472
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3384	4.2082	▼ -0.1302	3.8822	▼ -0.4563	4.4074	▲ 0.0690
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3333	4.3492	▲ 0.0159	4.2593	▼ -0.0741	4.6190	▲ 0.2857
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3111	4.4074	▲ 0.0963	3.6667	▼ -0.6444	☆ 4.7778	▲ 0.4667
การให้บริการ Contact Center	4.2121	4.0877	▼ -0.1244	4.0303	▼ -0.1818	4.1667	▼ -0.0455
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.5402	☆ 4.6049	▲ 0.0647	☆ 4.6444	▲ 0.1042	4.5556	▲ 0.0153
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3862	4.5556	▲ 0.1693	☆ 4.7778	▲ 0.3915	4.3333	▼ -0.0529
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3371	4.3140	▼ -0.0231	4.2332	▼ -0.1039	4.3931	▲ 0.0559
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3358	4.3357	— 0.0000	4.2430	▼ -0.0928	4.4265	▲ 0.0908
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.4321	4.5336	▲ 0.1015	4.5068	▲ 0.0747	4.5556	▲ 0.1234
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.3800	4.3865	▲ 0.0065	4.2869	▼ -0.0931	4.4839	▲ 0.1039
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2390	4.2440	▲ 0.0050	4.1111	▼ -0.1279	4.3740	▲ 0.1350

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-64 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ตารางที่ 4-65 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	☆ 4.4787	☆ 5.0000	▲ 0.5213	☆ 5.0000	▲ 0.5213	☆ 5.0000	▲ 0.5213
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2222	4.1111	▼ -0.1111	4.1111	▼ -0.1111		—
การให้บริการมิเตอร์	4.3651	☆ 4.7778	▲ 0.4127	☆ 4.7778	▲ 0.4127		—
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4739	4.3315	▼ -0.1425	4.3500	▼ -0.1239	4.3222	▼ -0.1517
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.4896	4.3512	▼ -0.1384	4.3806	▼ -0.1090	☆ 4.3358	▼ -0.1538
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3384	4.4120	▲ 0.0736	4.3496	▲ 0.0112	☆ 4.4586	▲ 0.1202
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3333	4.3439	▲ 0.0106	4.3778	▲ 0.0444	4.3333	— 0.0000
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3111	4.1746	▼ -0.1365	3.6667	▼ -0.6444	4.2137	▼ -0.0974
การให้บริการ Contact Center	4.2121	4.2727	▲ 0.0606	4.5556	▲ 0.3434	4.1667	▼ -0.0455
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.5402	☆ 4.5556	▲ 0.0153	☆ 4.5556	▲ 0.0153		—
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3862	3.6667	▼ -0.7196	3.6667	▼ -0.7196	3.6667	▼ -0.7196
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3371	4.2529	▼ -0.0842	4.2749	▼ -0.0623	4.2415	▼ -0.0956
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3358	4.2465	▼ -0.0892	4.2842	▼ -0.0515	4.2271	▼ -0.1087
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.4321	4.2812	▼ -0.1509	4.3127	▼ -0.1195	4.2640	▼ -0.1682
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.3800	4.2895	▼ -0.0905	4.2982	▼ -0.0817	4.2850	▼ -0.0950
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2390	4.1780	▼ -0.0610	4.1439	▼ -0.0951	4.1957	▼ -0.0433

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-65 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้ความสำคัญพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การให้บริการ Contact Center

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้ความสำคัญพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การให้บริการ Contact Center
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้ความสำคัญพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ตารางที่ 4-66 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	☆ 4.4787	4.5394	▲ 0.0607	★ 5.0000	▲ 0.5213	4.5309	▲ 0.0521
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2222	4.0850	▼ -0.1373	4.5556	▲ 0.3333	4.0222	▼ -0.2000
การให้บริการมิเตอร์	4.3651	4.5294	▲ 0.1643		—	4.5294	▲ 0.1643
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4739	4.5920	▲ 0.1180	4.5274	▲ 0.0535	★ 4.7106	▲ 0.2367
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.4896	☆ 4.6029	▲ 0.1133	4.5303	▲ 0.0407	★ 4.7908	▲ 0.3012
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3384	4.4568	▲ 0.1184	4.5556	▲ 0.2171	4.2000	▼ -0.1384
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3333	4.1111	▼ -0.2222	4.1111	▼ -0.2222	4.1111	▼ -0.2222
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.3111	★ 4.8519	▲ 0.5407	★ 4.8519	▲ 0.5407		—
การให้บริการ Contact Center	4.2121	4.3333	▲ 0.1212	4.4074	▲ 0.1953	3.8889	▼ -0.3232
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.5402	4.5000	▼ -0.0402	4.5556	▲ 0.0153	4.4747	▼ -0.0655
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3862	☆ 4.7778	▲ 0.3915	☆ 4.7778	▲ 0.3915		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3371	4.4914	▲ 0.1542	4.4123	▲ 0.0752	4.5704	▲ 0.2332
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3358	4.4741	▲ 0.1383	4.4716	▲ 0.1359	4.4765	▲ 0.1408
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.4321	4.5556	▲ 0.1234	4.4510	0.0188	★ 4.6681	▲ 0.2359
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.3800	4.5136	▲ 0.1336	4.4617	▲ 0.0817	4.5654	▲ 0.1854
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2390	4.3284	▲ 0.0894	4.3235	▲ 0.0845	4.3333	▲ 0.0943

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-66 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การให้บริการ Contact Center
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การให้บริการ Contact Center
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

ภาคกลาง

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม ภาคกลาง พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-91 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาคกลาง 4.3205 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม ภาคกลาง พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)
- จุดอ่อนของ ภาค คือ การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-92 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้าภาคกลาง 4.4739 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

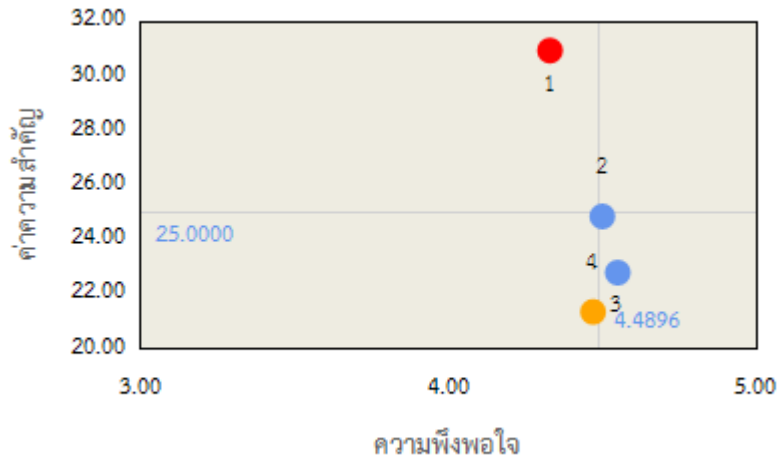
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	1 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน	5 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง
4 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย	

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม ภาคกลาง พบว่า

- จุดอ่อนของ ภาค คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-93 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้าภาคกลาง 4.4896 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

1 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

4 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

สิ่งที่ควรรักษาไว้

2 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)

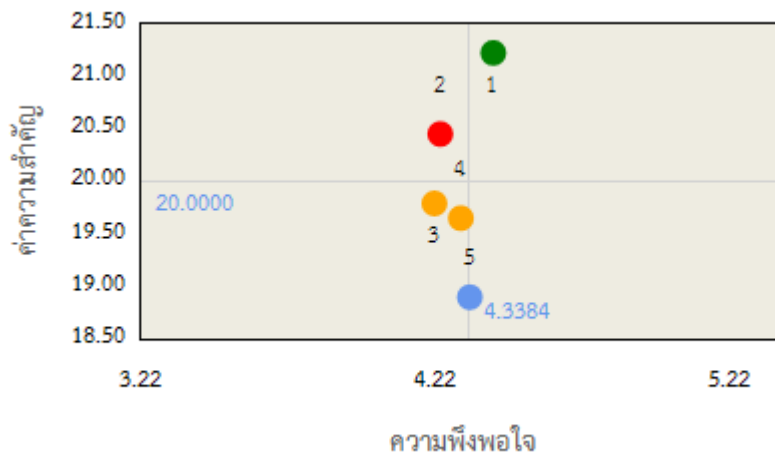
3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟภ. ในการชำระค่าไฟฟ้า

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม ภาคกลาง พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
- จุดอ่อนของ ภาค คือ มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-94 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้าภาคกลาง 4.3384 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

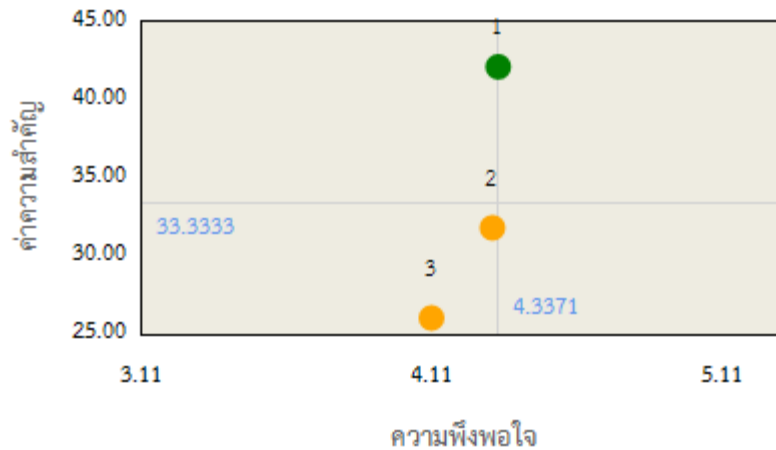
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	1 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	5 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ
4 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)	

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม ภาคกลาง พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-95 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

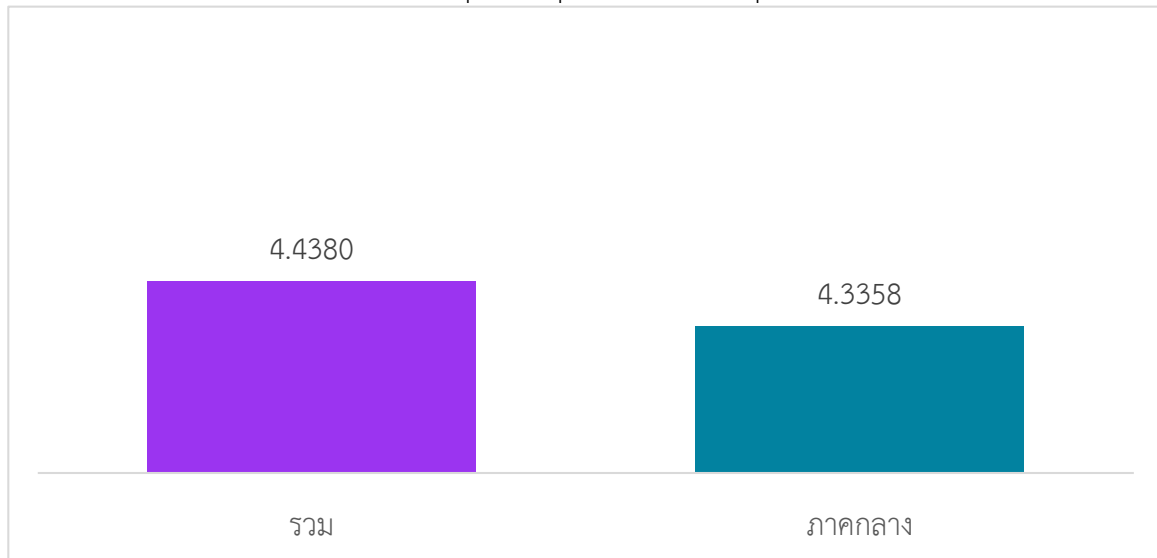


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้าภาคกลาง 4.3371 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ* -	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์ 1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร 2 ความเพียงพอของไฟฟ้า 3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	สิ่งที่ควรรักษาไว้

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-96 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



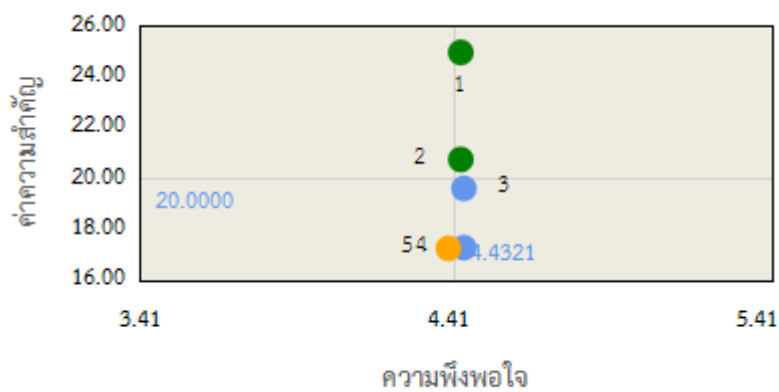
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดอ่อนของภาคกลาง

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม ภาคกลาง พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-97 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้าภาคกลาง 4.4321 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- 2 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 5 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 3 จุดให้บริการมีความทันสมัย
- 4 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

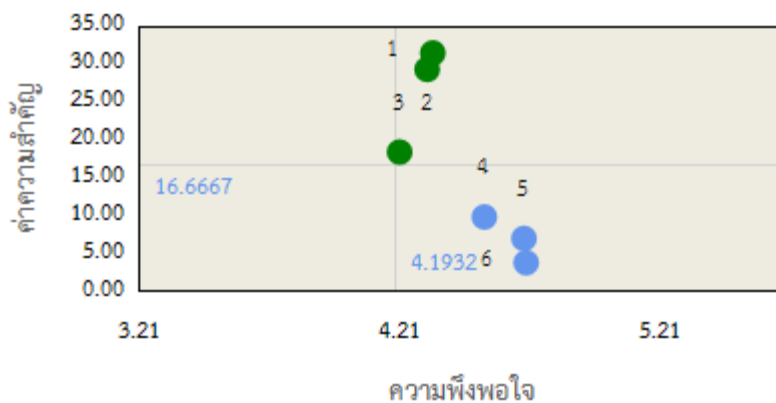
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม ภาคกลาง พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-98 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ภาคกลาง 4.1932 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม ภาคกลาง พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- จุดอ่อนของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-99 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยภาคกลาง 4.3341 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

สิ่งที่ควรรักษาไว้
6 การชำระค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม ภาคกลาง พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-100 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ภาคกลาง 4.4296 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- 3 การชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- 5 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

4. วิเคราะห์ความภักดี

ภาคกลาง

กฟผ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟผ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟผ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-67 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม		เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	
Loyal	37.1695	32.6087	▼ -4.5608	32.9749	▼ -4.1946	48.3333	▲ 11.1638	
Positive	49.9222	42.3913	▼ -7.5309	63.0824	▲ 13.1602	37.2222	▼ -12.7000	
Hesitant	10.7309	19.0217	▲ 8.2908	3.5842	▼ -7.1467	13.3333	▲ 2.6024	
At Risk	2.1773	5.9783	▲ 3.8010	0.3584	▼ -1.8189	1.1111	▼ -1.0662	

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-67 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่

ตารางที่ 4-68 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	37.1695	32.6087	▼ -4.5608	21.9780	▼ -15.1915	43.0108	▲ 5.8412
Positive	49.9222	42.3913	▼ -7.5309	40.6593	▼ -9.2629	44.0860	▼ -5.8362
Hesitant	10.7309	19.0217	▲ 8.2908	28.5714	▲ 17.8405	9.6774	▼ -1.0535
At Risk	2.1773	5.9783	▲ 3.8010	8.7912	▲ 6.6139	3.2258	▲ 1.0485

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-68 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่*
- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่*

ตารางที่ 4-69 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	37.1695	32.9749	▼ -4.1946	32.6316	▼ -4.5379	33.1522	▼ -4.0173
Positive	49.9222	63.0824	▲ 13.1602	62.1053	▲ 12.1830	63.5870	▲ 13.6647
Hesitant	10.7309	3.5842	▼ -7.1467	4.2105	▼ -6.5204	3.2609	▼ -7.4701
At Risk	2.1773	0.3584	▼ -1.8189	1.0526	▼ -1.1247		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-69

ตารางที่ 4-70 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	37.1695	48.3333	▲ 11.1638	62.2222	▲ 25.0527	34.4444	▼ -2.7251
Positive	49.9222	37.2222	▼ -12.7000	37.7778	▼ -12.1445	36.6667	▼ -13.2556
Hesitant	10.7309	13.3333	▲ 2.6024		—	26.6667	▲ 15.9357
At Risk	2.1773	1.1111	▼ -1.0662		—	2.2222	▲ 0.0449

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-70 พบว่า

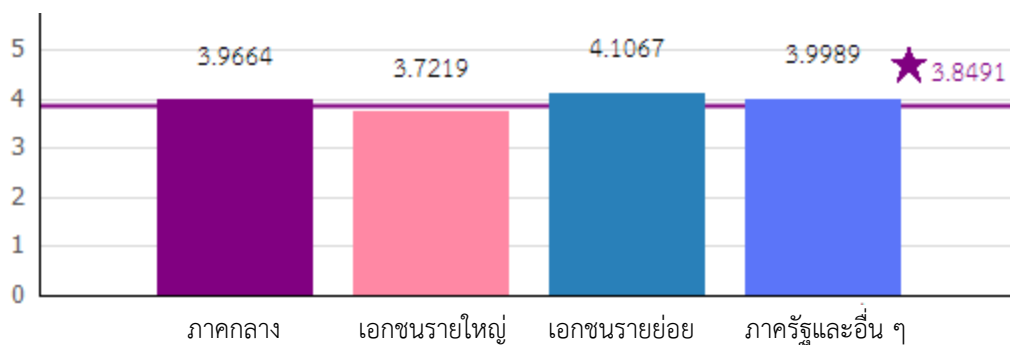
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ*
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ*

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

ภาคกลาง

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ กฟภ. ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.8491 ในขณะที่ ภาคกลาง อยู่ที่ 3.9664 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังนั้น ภาค ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-57

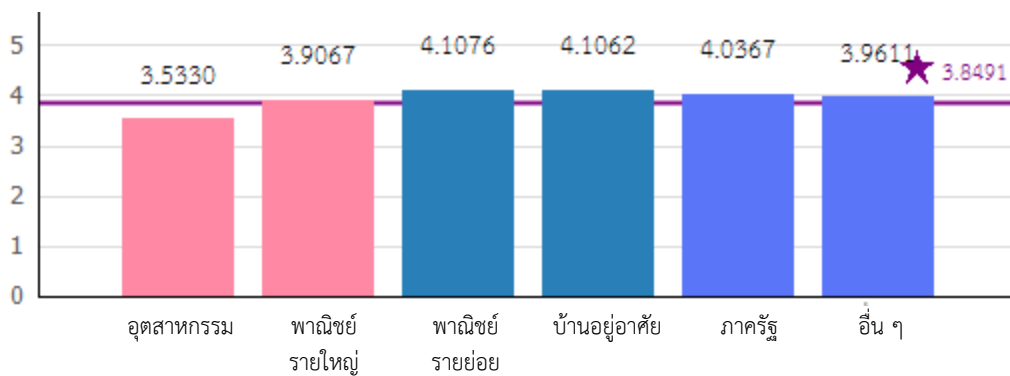
แผนภูมิที่ 4-57 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-58

แผนภูมิที่ 4-58 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



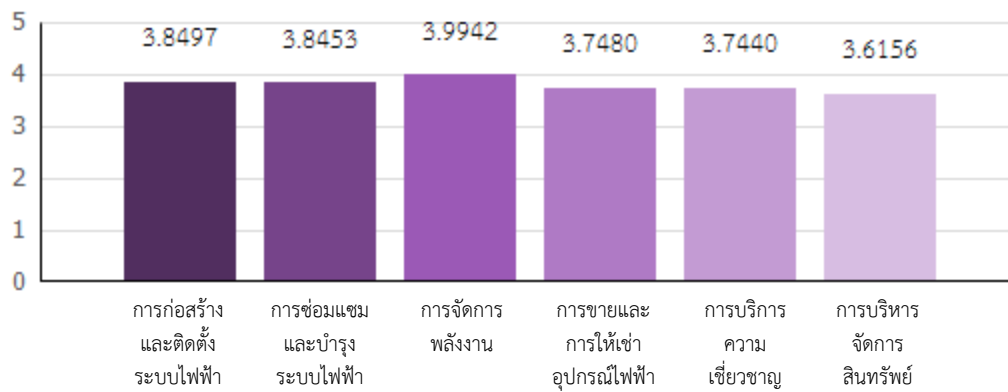
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ภาคกลาง

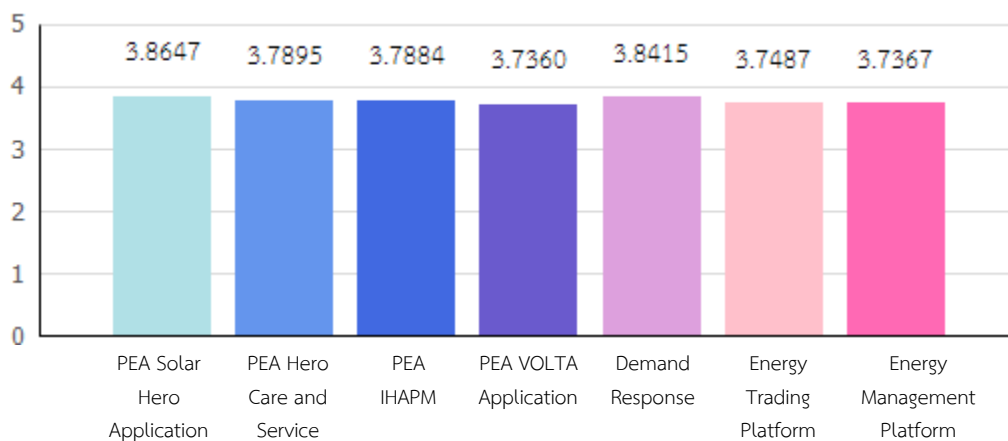
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในภาคกลางระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การจัดการพลังงานเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ธุรกิจก่อสร้าง และอันดับสาม คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-59

แผนภูมิที่ 4-59 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในภาคกลางระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ PEA Solar Hero Application เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ Demand Response และอันดับสาม คือ PEA Hero Care and Service ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-60

แผนภูมิที่ 4-60 ธุรกิจใหม่



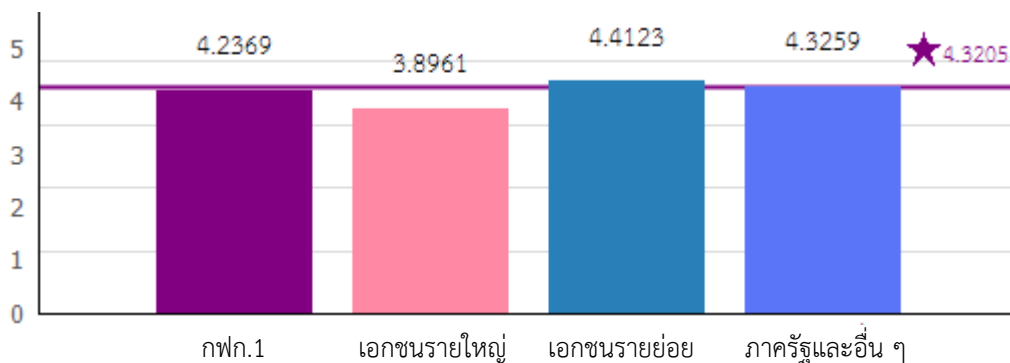
4.4.1 ผลการวิเคราะห์ กฟก.1

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กฟก.1

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.3205 ในขณะที่ กฟก.1 อยู่ที่ 4.2369 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-61

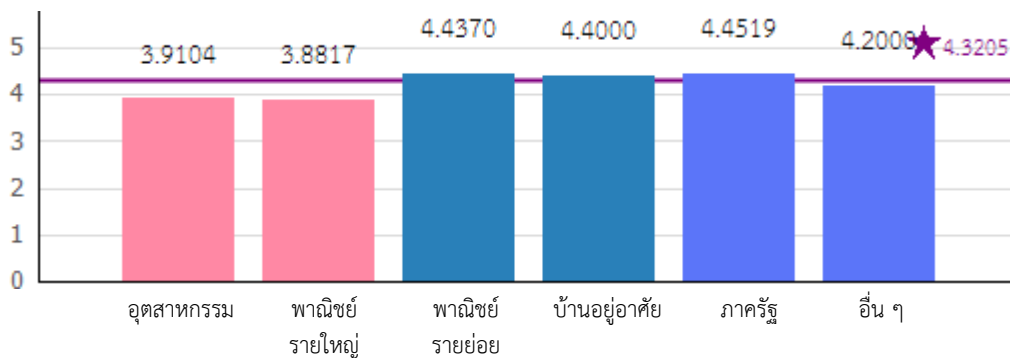
แผนภูมิที่ 4-61 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-62

แผนภูมิที่ 4-62 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กฟผ.1

ตารางที่ 4-71 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4359	4.0617	▼ -0.3742	4.2222	▼ -0.2137	2.7778	▼ -1.6581
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	3.8642	4.1111	▲ 0.2469	4.1111	▲ 0.2469	—	
การให้บริการมิเตอร์	3.7556	3.6667	▼ -0.0889	4.1111	▲ 0.3556	2.7778	▼ -0.9778
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.5047	★ 4.5986	▲ 0.0939	4.4568	▼ -0.0479	★ 4.6566	▲ 0.1519
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.5530	★ 4.6531	▲ 0.1001	★ 4.6667	▲ 0.1137	★ 4.6444	▲ 0.0914
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.1990	4.0370	▼ -0.1619	3.7778	▼ -0.4212	4.1667	▼ -0.0323
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	★ 4.5214	4.4747	▼ -0.0466	4.4074	▼ -0.1140	★ 4.7778	▲ 0.2564
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.5062	★ 4.7778	▲ 0.2716		—	★ 4.7778	▲ 0.2716
การให้บริการ Contact Center	3.9630	4.0222	▲ 0.0593	★ 4.5556	▲ 0.5926	3.8889	▼ -0.0741
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.6000	★ 4.7778	▲ 0.1778	★ 5.0000	▲ 0.4000	4.5556	▼ -0.0444
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2778	★ 4.7778	▲ 0.5000	★ 5.0000	▲ 0.7222	4.5556	▲ 0.2778
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3124	4.1613	▼ -0.1511	4.2545	▼ -0.0579	4.0681	▼ -0.2443
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.2809	4.2043	▼ -0.0766	4.2545	▼ -0.0264	4.1541	▼ -0.1268
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.4797	4.4897	▲ 0.0100	4.5200	▲ 0.0403	4.4636	▼ -0.0161
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.3291	4.2401	▼ -0.0890	4.2401	▼ -0.0890	4.2401	▼ -0.0890
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.1950	4.1039	▼ -0.0910	4.0108	▼ -0.1842	4.1971	▲ 0.0022

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-71 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การให้บริการมิเตอร์
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ตารางที่ 4-72 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4359	★ 5.0000	▲ 0.5641	★ 5.0000	▲ 0.5641	★ 5.0000	▲ 0.5641
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	3.8642		—		—		—
การให้บริการมิเตอร์	3.7556		—		—		—
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.5047	4.4806	▼ -0.0240	★ 4.5111	▲ 0.0064	4.4652	▼ -0.0395
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.5530	★ 4.5160	▼ -0.0370	★ 4.5556	▲ 0.0026	★ 4.4963	▼ -0.0567
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.1990	4.3684	▲ 0.1695	4.2941	▲ 0.0952	4.4286	▲ 0.2296
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	★ 4.5214	★ 4.7778	▲ 0.2564		—	★ 4.7778	▲ 0.2564
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.5062	4.1111	▼ -0.3951	3.6667	▼ -0.8395	4.2593	▼ -0.2469
การให้บริการ Contact Center	3.9630		—		—		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.6000		—		—		—
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2778	3.5185	▼ -0.7593	3.2222	▼ -1.0556	3.6667	▼ -0.6111
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3124	4.3728	▲ 0.0605	4.3481	▲ 0.0358	4.3852	▲ 0.0728
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.2809	4.3235	▲ 0.0425	4.3481	▲ 0.0672	4.3111	▲ 0.0302
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.4797	4.4427	▼ -0.0371	4.4630	▼ -0.0168	4.4302	▼ -0.0495
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.3291	4.3926	▲ 0.0635	4.3630	▲ 0.0338	4.4074	▲ 0.0783
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.1950	4.2346	▲ 0.0396	4.2148	▲ 0.0198	4.2444	▲ 0.0495

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-72 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ตารางที่ 4-73 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4359	☆ 4.5852	▲ 0.1493		—	☆ 4.5852	▲ 0.1493
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	3.8642	3.5556	▼ -0.3086	☆ 4.5556	▲ 0.6914	3.2222	▼ -0.6420
การให้บริการมิเตอร์	3.7556	3.8889	▲ 0.1333		—	3.8889	▲ 0.1333
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.5047	4.4879	▼ -0.0168	4.4370	▼ -0.0676	4.5833	▲ 0.0786
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.5530	4.5349	▼ -0.0181	4.4667	▼ -0.0863	☆ 4.6923	▲ 0.1393
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.1990	4.1481	▼ -0.0508	4.3016	▲ 0.1026	3.9333	▼ -0.2656
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	☆ 4.5214		—		—		—
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.5062	☆ 4.8519	▲ 0.3457	☆ 4.8519	▲ 0.3457		—
การให้บริการ Contact Center	3.9630	3.6667	▼ -0.2963		—	3.6667	▼ -0.2963
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.6000	4.5556	▼ -0.0444		—	4.5556	▼ -0.0444
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2778	☆ 4.7037	▲ 0.4259	☆ 4.7037	▲ 0.4259		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3124	4.3778	▲ 0.0654	4.3037	▼ -0.0087	4.4519	▲ 0.1395
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.2809	4.2963	▲ 0.0154	4.3333	▲ 0.0524	4.2593	▼ -0.0217
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.4797	4.5136	▲ 0.0339	4.3086	▼ -0.1711	☆ 4.7265	▲ 0.2468
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.3291	4.3259	▼ -0.0032	4.2741	▼ -0.0551	4.3778	▲ 0.0486
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.1950	4.2296	▲ 0.0347	4.2296	▲ 0.0347	4.2296	▲ 0.0347

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-73 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การให้บริการมิเตอร์

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การให้บริการมิเตอร์

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กฟก.1

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

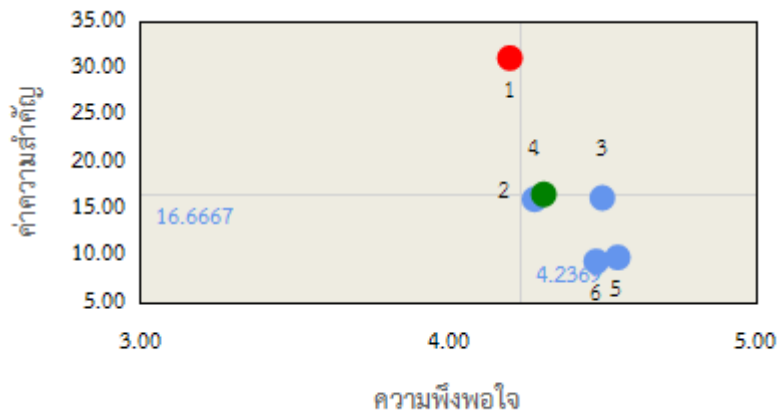
3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟภ.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์
- จุดอ่อนของ เขต คือ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-101 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟภ.1 4.2369 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

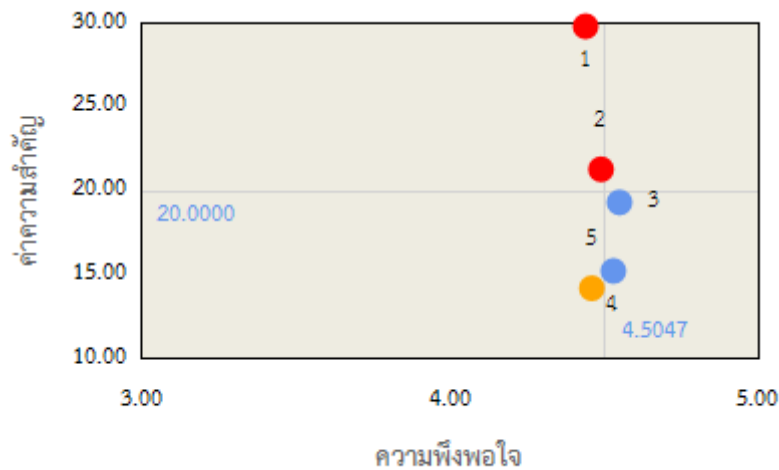
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	3 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	4 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟภ.1 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)

แผนภาพที่ 4-102 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟภ.1 4.5047 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
2 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ) (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
5 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน
4 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟภ.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์
- จุดอ่อนของ เขต คือ การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)

แผนภาพที่ 4-103 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟภ.1 4.5530 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

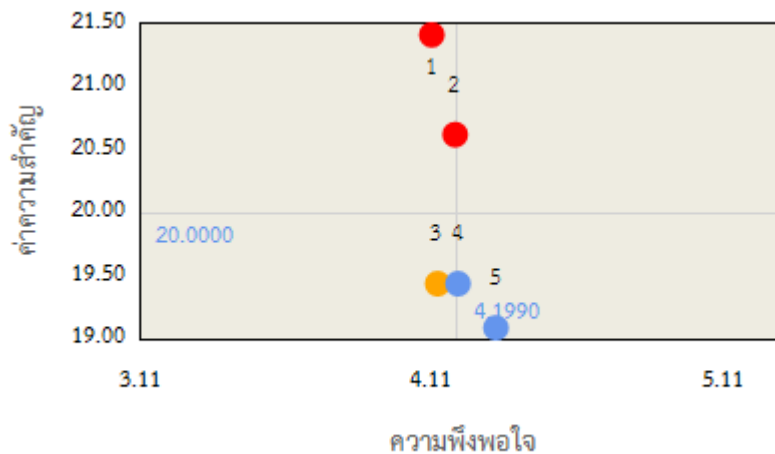
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง) (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	2 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย	3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟภ. ในการชำระค่าไฟฟ้า

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กฟภ.1 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)

แผนภาพที่ 4-104 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



หมายเหตุ : • ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน

• จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กฟภ.1 4.1990 คะแนน (ข้อ B15)

• จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

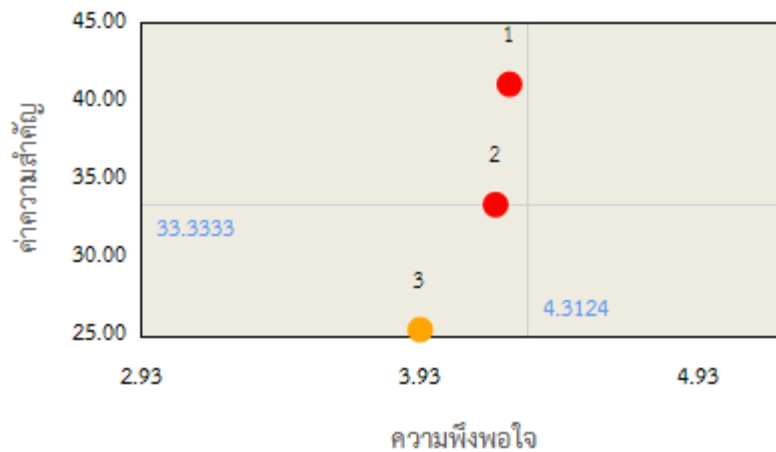
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	-
2 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง) (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	4 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ
	5 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กฟก.1 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า ความเพียงพอของไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-105 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

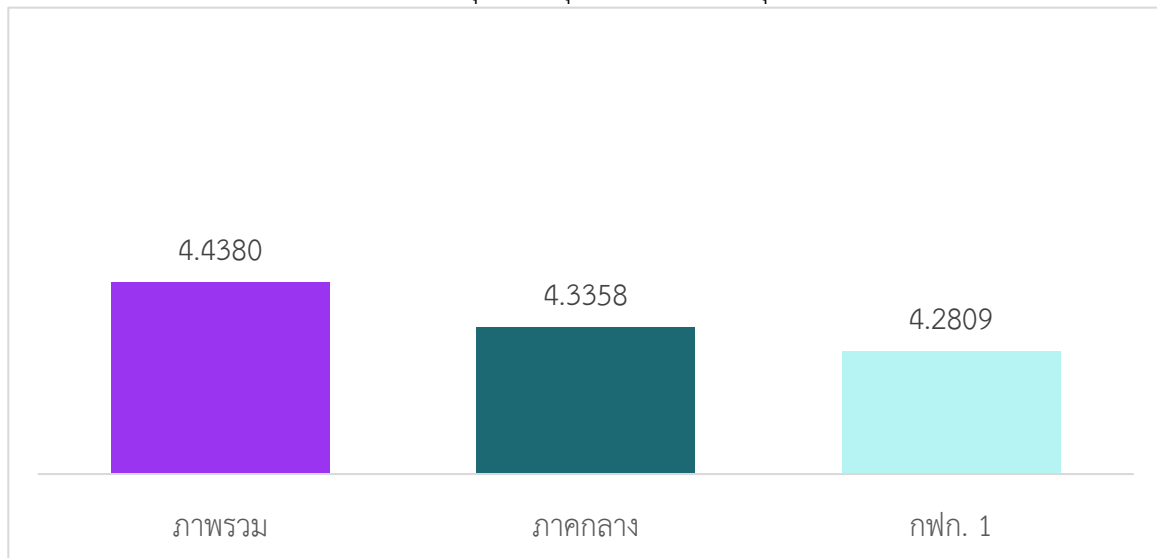


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟก. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟก.1 4.3124 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า (ปรับปรุงเร่งด่วน)	-
2 ความเพียงพอของไฟฟ้า (ปรับปรุงเร่งด่วน)	-
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	-

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-106 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



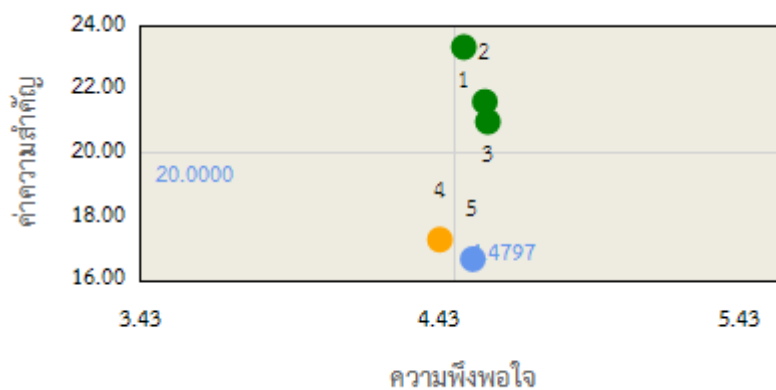
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดอ่อนของ กฟภ. 1

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม กฟภ.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน จุดให้บริการมีความทันสมัย จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-107 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟภ.1 4.4797 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- 2 จุดให้บริการมีความทันสมัย
- 3 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 4 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 5 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

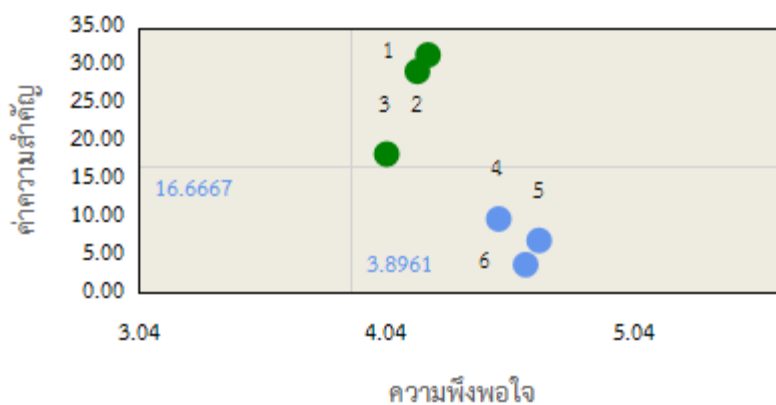
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟภ.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-108 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟภ.1 3.8961 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

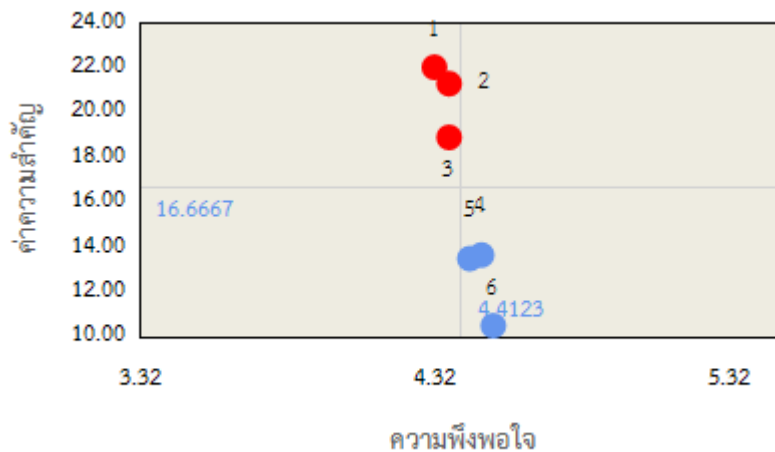
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟภ.1 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-109 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟภ.1 4.4123 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
-

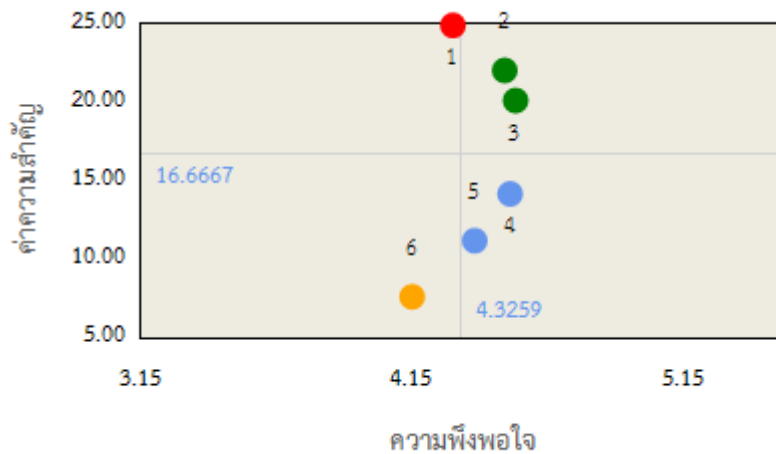
สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
6 การชำระค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟภ.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า
- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-110 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ กฟภ.1 4.3259 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3 การชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟก.1

กฟก. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟก. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟก. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟก. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟก. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟก. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟก. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟก. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟก. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-74 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	34.4340	19.3548	▼ -15.0791	43.3333	▲ 8.8994	36.6667	▲ 2.2327
Positive	48.1132	48.3871	▲ 0.2739	51.1111	▲ 2.9979	43.3333	▼ -4.7799
Hesitant	13.2075	20.9677	▲ 7.7602	4.4444	▼ -8.7631	18.3333	▲ 5.1258
At Risk	4.2453	11.2903	▲ 7.0450	1.1111	▼ -3.1342	1.6667	▼ -2.5786

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-74 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟก. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟก. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่

ตารางที่ 4-75 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	34.4340	19.3548	▼ -15.0791	19.3548	▼ -15.0791	19.3548	▼ -15.0791
Positive	48.1132	48.3871	▲ 0.2739	41.9355	▼ -6.1777	54.8387	▲ 6.7255
Hesitant	13.2075	20.9677	▲ 7.7602	25.8065	▲ 12.5989	16.1290	▲ 2.9215
At Risk	4.2453	11.2903	▲ 7.0450	12.9032	▲ 8.6579	9.6774	▲ 5.4321

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-75 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่

ตารางที่ 4-76 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	34.4340	43.3333	▲ 8.8994	53.3333	▲ 18.8994	38.3333	▲ 3.8994
Positive	48.1132	51.1111	▲ 2.9979	40.0000	▼ -8.1132	56.6667	▲ 8.5535
Hesitant	13.2075	4.4444	▼ -8.7631	3.3333	▼ -9.8742	5.0000	▼ -8.2075
At Risk	4.2453	1.1111	▼ -3.1342	3.3333	▼ -0.9119		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-76 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย

ตารางที่ 4-77 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	34.4340	36.6667	▲ 2.2327	46.6667	▲ 12.2327	26.6667	▼ -7.7673
Positive	48.1132	43.3333	▼ -4.7799	53.3333	▲ 5.2201	33.3333	▼ -14.7799
Hesitant	13.2075	18.3333	▲ 5.1258		—	36.6667	▲ 23.4591
At Risk	4.2453	1.6667	▼ -2.5786		—	3.3333	▼ -0.9119

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-77 พบว่า

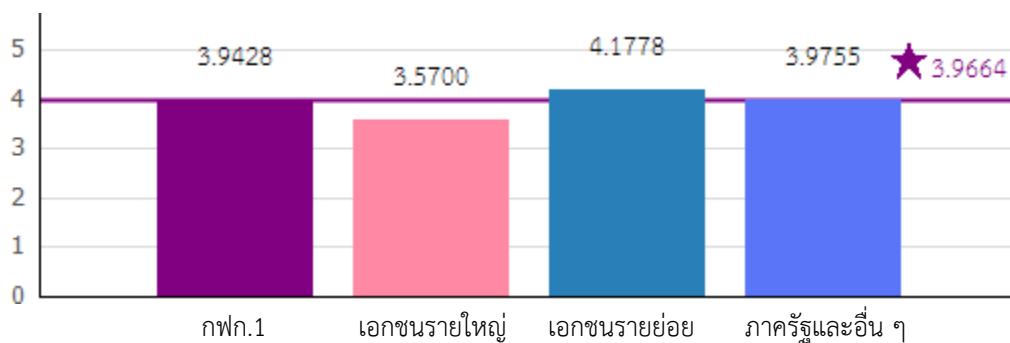
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ*

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กฟก.1

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.9664 ในขณะที่ กฟก.1 อยู่ที่ 3.9428 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-63

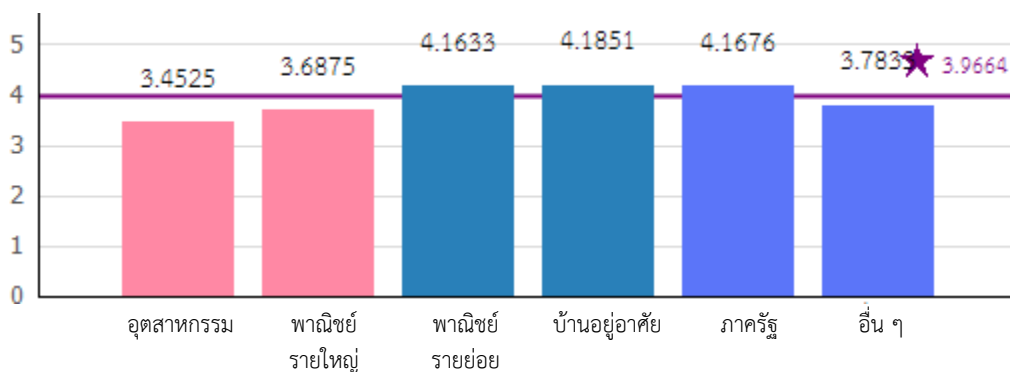
แผนภูมิที่ 4-63 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-64

แผนภูมิที่ 4-64 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



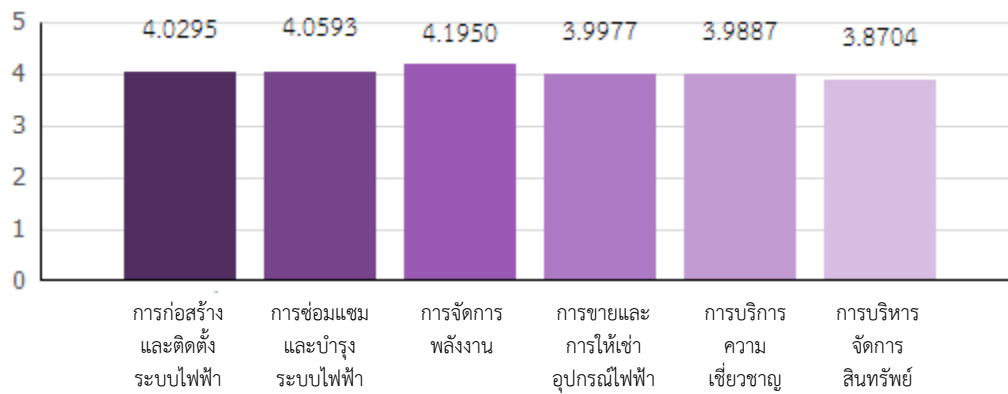
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กฟก.1

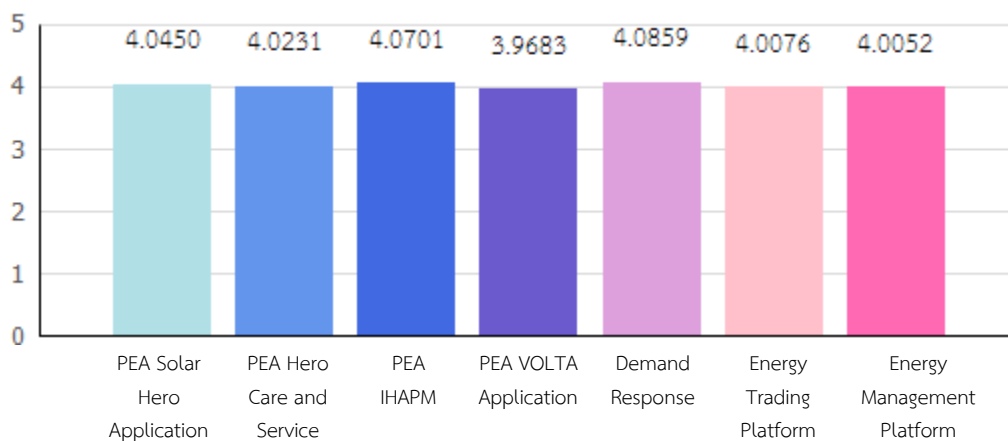
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟก. ในเขต กฟก.1 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การจัดการพลังงานเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า และอันดับสาม คือ ธุรกิจก่อสร้าง ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-65

แผนภูมิที่ 4-65 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟก. ในเขต กฟก.1 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ Demand Response เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ PEA IHAPM และอันดับสาม คือ PEA Solar Hero Application ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-66

แผนภูมิที่ 4-66 ธุรกิจใหม่



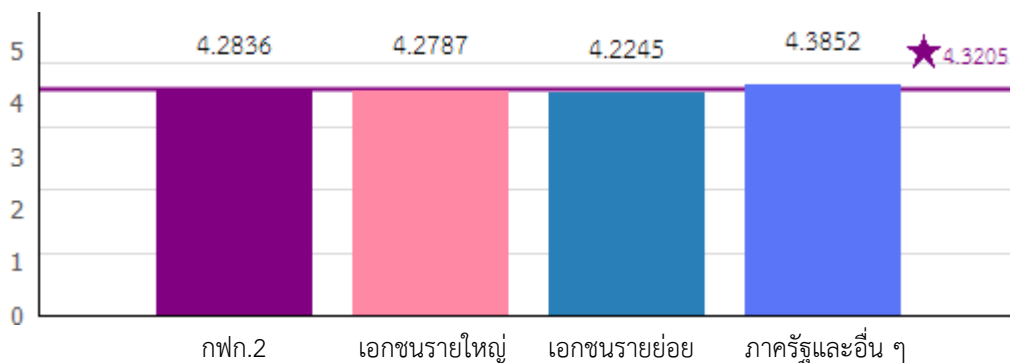
4.4.2 ผลการวิเคราะห์ กฟก.2

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กฟก.2

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.3205 ในขณะที่ กฟก.2 อยู่ที่ 4.2836 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-67

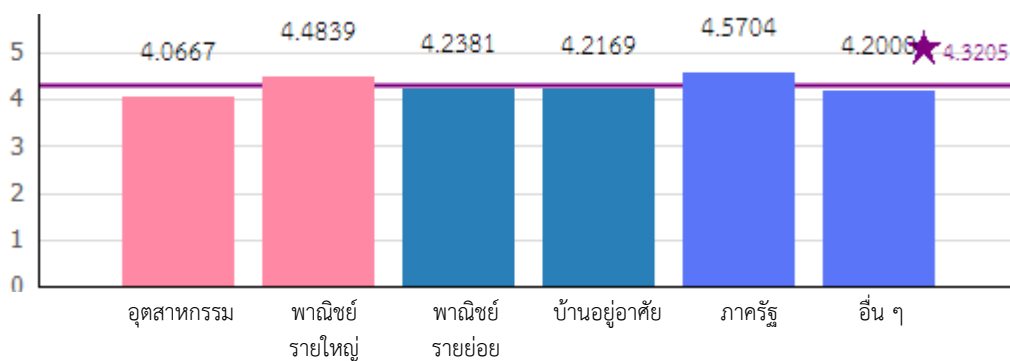
แผนภูมิที่ 4-67 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-68

แผนภูมิที่ 4-68 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กฟก.2

ตารางที่ 4-78 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.3410	4.2099	▼ -0.1311	4.1667	▼ -0.1743	4.5556	▲ 0.2146
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2840	4.6111	▲ 0.3272	4.6444	▲ 0.3605	4.5556	▲ 0.2716
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.4370	4.1852	▼ -0.2519	4.0000	▼ -0.4370	4.5556	▲ 0.1185
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.3939	★ 4.8611	▲ 0.4672	★ 4.7778	▲ 0.3838	★ 4.8730	▲ 0.4791
การชำระค่าไฟฟ้า	4.4091	★ 4.7895	▲ 0.3804	4.4568	▲ 0.0477	★ 4.8927	▲ 0.4836
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	★ 4.4222	4.2889	▼ -0.1333	3.6296	▼ -0.7926	4.7284	▲ 0.3062
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3778	4.4074	▲ 0.0296	4.3016	▼ -0.0762	4.7778	▲ 0.4000
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2000	3.6667	▼ -0.5333	3.6667	▼ -0.5333		—
การให้บริการ Contact Center	4.2323	3.8444	▼ -0.3879	3.8444	▼ -0.3879		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.7531	★ 5.0000	▲ 0.2469	★ 5.0000	▲ 0.2469	★ 5.0000	▲ 0.2469
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2000	4.3333	▲ 0.1333	★ 4.7037	▲ 0.5037	3.2222	▼ -0.9778
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.2775	4.3370	▲ 0.0595	4.1111	▼ -0.1664	4.5556	▲ 0.2780
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3364	4.4244	▲ 0.0880	4.2296	▼ -0.1067	4.6129	▲ 0.2765
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.3825	4.6202	▲ 0.2377	4.5556	▲ 0.1731	4.6703	▲ 0.2878
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.3770	4.5337	▲ 0.1567	4.2444	▼ -0.1325	4.8136	▲ 0.4367
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2491	4.3515	▲ 0.1024	4.1407	▼ -0.1084	4.5556	▲ 0.3064

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-78 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การชำระค่าไฟฟ้า

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การให้บริการมิเตอร์

ตารางที่ 4-79 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.3410		—		—		—
การขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2840	4.1111	▼ -0.1728	4.1111	▼ -0.1728		—
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.4370		—		—		—
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.3939	4.1532	▼ -0.2407	4.2083	▼ -0.1856	4.1252	▼ -0.2687
การชำระค่าไฟฟ้า	4.4091	4.1713	▼ -0.2378	4.1765	▼ -0.2326	★ 4.1685	▼ -0.2407
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	★ 4.4222	★ 4.5111	▲ 0.0889	★ 4.3778	▼ -0.0444	★ 4.6444	▲ 0.2222
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3778	4.1111	▼ -0.2667	4.1111	▼ -0.2667		—
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2000	★ 4.3333	▲ 0.1333		—	★ 4.3333	▲ 0.1333
การให้บริการ Contact Center	4.2323	4.2381	▲ 0.0058	★ 4.5556	▲ 0.3232	4.1111	▼ -0.1212
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.7531	★ 4.5556	▼ -0.1975	★ 4.5556	▼ -0.1975		—
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2000	3.6667	▼ -0.5333		—	3.6667	▼ -0.5333
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.2775	4.0884	▼ -0.1891	4.1365	▼ -0.1410	4.0617	▼ -0.2158
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3364	4.1519	▼ -0.1845	4.2000	▼ -0.1364	4.1252	▼ -0.2112
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.3825	4.1348	▼ -0.2477	4.1919	▼ -0.1906	4.1038	▼ -0.2787
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.3770	4.1429	▼ -0.2341	4.1619	▼ -0.2151	4.1323	▼ -0.2447
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2491	4.0748	▼ -0.1743	4.0984	▼ -0.1507	4.0617	▼ -0.1874

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-79 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การให้บริการ Contact Center

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการ Contact Center

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4-80 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.3410	4.4000	▲ 0.0590		—	4.4000	▲ 0.0590
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.2840	4.0000	▼ -0.2840		—	4.0000	▼ -0.2840
การให้บริการมิเตอร์	★ 4.4370	4.6049	▲ 0.1679		—	4.6049	▲ 0.1679
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.3939	4.6023	▲ 0.2084	4.5385	▲ 0.1445	★ 4.7407	▲ 0.3468
การชำระค่าไฟฟ้า	4.4091	★ 4.6239	▲ 0.2148	4.5556	▲ 0.1464	★ 4.8519	▲ 0.4427
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	★ 4.4222	★ 4.6444	▲ 0.2222	★ 4.8222	▲ 0.4000	4.4667	▲ 0.0444
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3778		—		—		—
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2000		—		—		—
การให้บริการ Contact Center	4.2323	4.4222	▲ 0.1899	4.4568	▲ 0.2245	4.1111	▼ -0.1212
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.7531	★ 4.8519	▲ 0.0988	★ 4.7778	▲ 0.0247	★ 5.0000	▲ 0.2469
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2000		—		—		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.2775	4.5259	▲ 0.2484	4.4222	▲ 0.1447	4.6296	▲ 0.3521
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3364	4.5481	▲ 0.2118	4.5852	▲ 0.2488	4.5111	▲ 0.1747
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.3825	4.5556	▲ 0.1731	4.4815	▲ 0.0990	4.6322	▲ 0.2497
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.3770	4.6000	▲ 0.2230	★ 4.6000	▲ 0.2230	4.6000	▲ 0.2230
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2491	4.4296	▲ 0.1805	4.3481	▲ 0.0990	4.5111	▲ 0.2620

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-80 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การให้บริการ Contact Center
- การขอติดตั้งไฟฟ้า

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การให้บริการ Contact Center
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การให้บริการมิเตอร์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขอติดตั้งไฟฟ้า

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กฟก.2

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

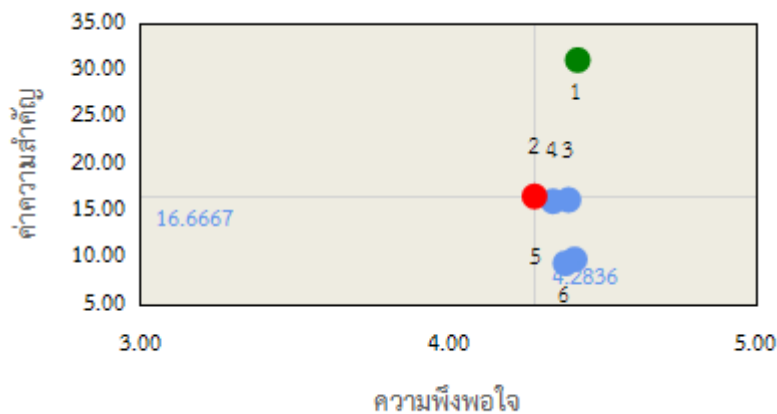
3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟภ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- จุดอ่อนของ เขต คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-111 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟภ.2 4.2836 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

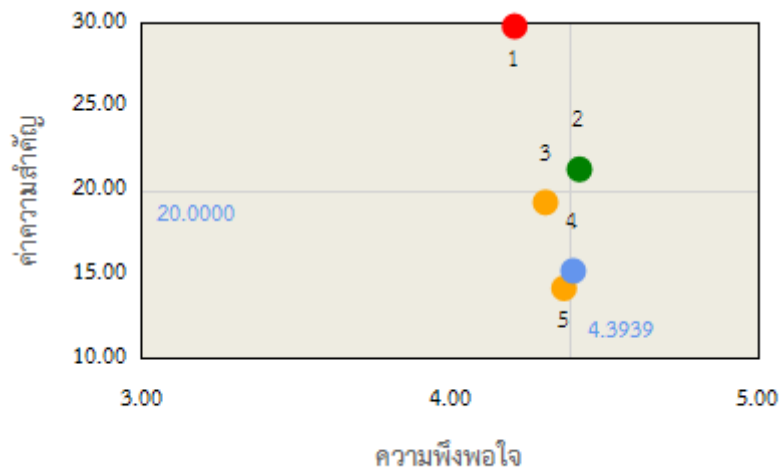
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	1 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	3 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	4 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟภ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)
- จุดอ่อนของ เขต คือ การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-112 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟภ.2 4.3939 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

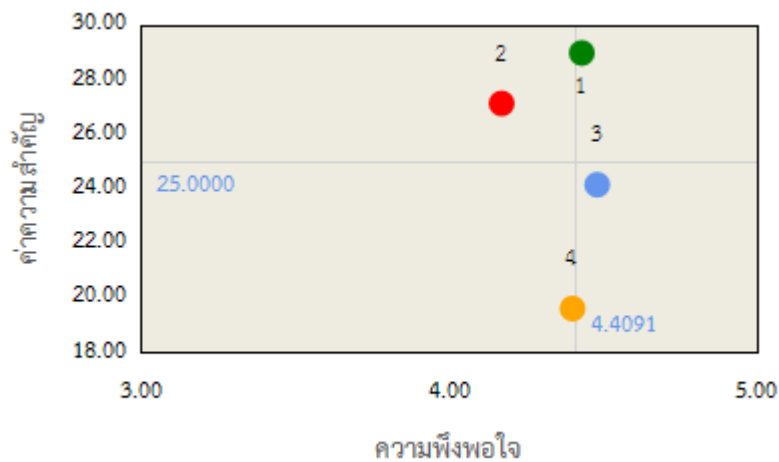
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	2 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน	4 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง
5 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย	

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟภ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
- จุดอ่อนของ เขต คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-113 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟภ.2 4.4091 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

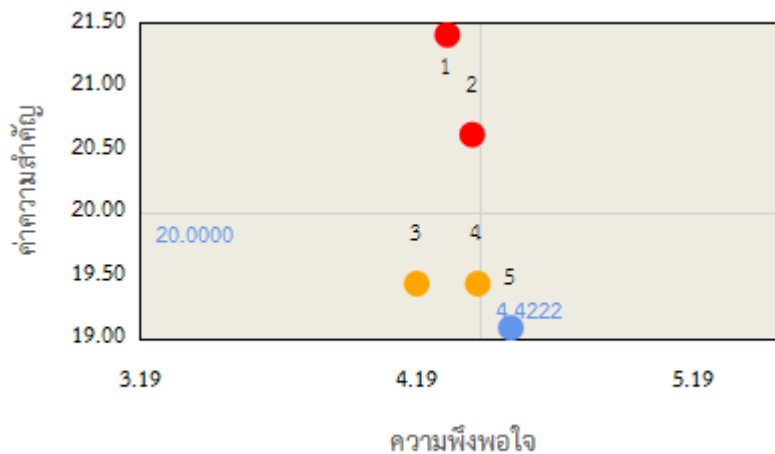
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ* 2 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์ 1 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร 4 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย	สิ่งที่ควรรักษาไว้ 3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟภ. ในการชำระค่าไฟฟ้า

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กฟภ.2 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)

แผนภาพที่ 4-114 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กฟภ.2 4.4222 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

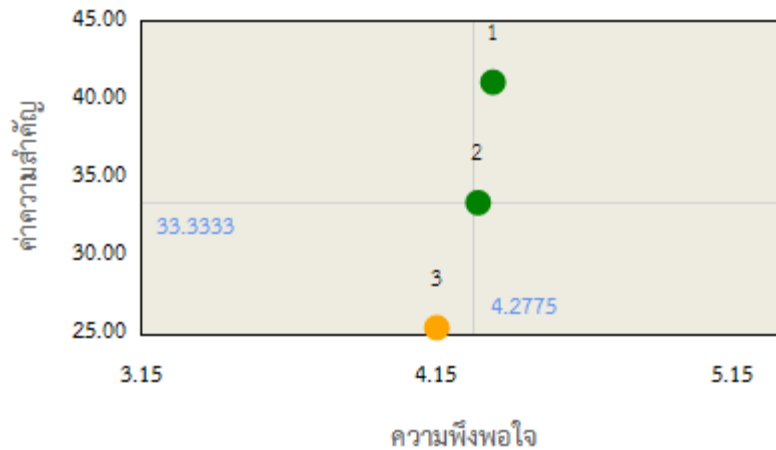
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	-
2 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง) (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	5 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
4 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ	

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กฟก.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า ความเพียงพอของไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-115 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

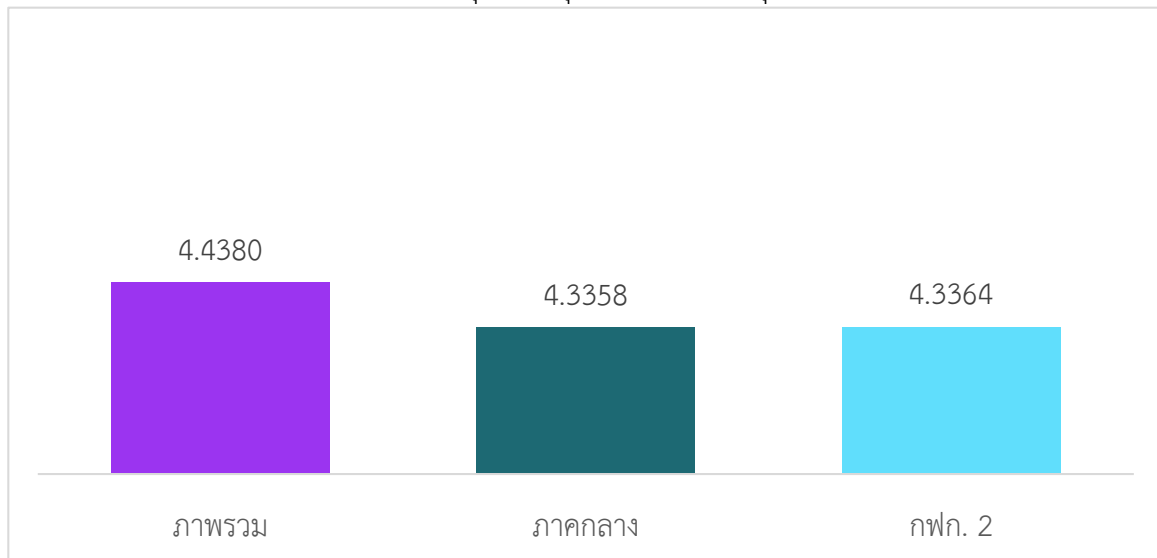


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟก. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟก.2 4.2775 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
	2 ความเพียงพอของไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	-

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-116 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดแข็งของ กฟภ. 2

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม กฟภ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน จุดให้บริการมีความทันสมัย
- จุดอ่อนของ เขต คือ จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-117 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม



หมายเหตุ : • ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน

• จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟภ.2 4.3825 คะแนน (ข้อ B25)

• จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

3 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน

2 จุดให้บริการมีความทันสมัย

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

4 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

5 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

สิ่งที่ควรรักษาไว้

-

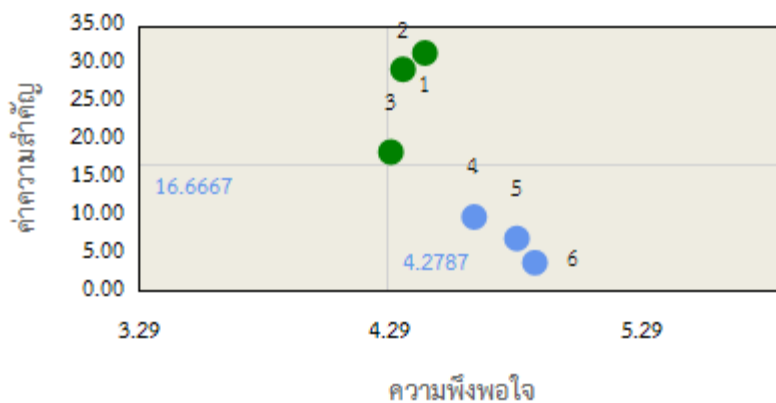
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟภ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-118 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟภ.2 4.2787 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟภ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-119 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟภ.2 4.2245 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
6 การชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ควรรักษาไว้
-

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟผ.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-120 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ กฟผ.2 4.3852 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟก.2

กฟก. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟก. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟก. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟก. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟก. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟก. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟก. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟก. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟก. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-81 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	34.2466	36.0656	▲ 1.8190	25.5102	▼ -8.7364	46.6667	▲ 12.4201
Positive	56.6210	45.9016	▼ -10.7194	73.4694	▲ 16.8484	40.0000	▼ -16.6210
Hesitant	6.8493	11.4754	▲ 4.6261	1.0204	▼ -5.8289	11.6667	▲ 4.8174
At Risk	2.2831	6.5574	▲ 4.2743		—	1.6667	▼ -0.6164

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-81 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟก. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟก. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่

ตารางที่ 4-82 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	34.2466	36.0656	▲ 1.8190	26.6667	▼ -7.5799	45.1613	▲ 10.9147
Positive	56.6210	45.9016	▼ -10.7194	36.6667	▼ -19.9543	54.8387	▼ -1.7823
Hesitant	6.8493	11.4754	▲ 4.6261	23.3333	▲ 16.4840		—
At Risk	2.2831	6.5574	▲ 4.2743	13.3333	▲ 11.0502		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-82 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่*
- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม*

ตารางที่ 4-83 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	34.2466	25.5102	▼ -8.7364	22.8571	▼ -11.3894	26.9841	▼ -7.2624
Positive	56.6210	73.4694	▲ 16.8484	74.2857	▲ 17.6647	73.0159	▲ 16.3949
Hesitant	6.8493	1.0204	▼ -5.8289	2.8571	▼ -3.9922		—
At Risk	2.2831		—		—		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-83

ตารางที่ 4-84 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	34.2466	46.6667	▲ 12.4201	56.6667	▲ 22.4201	36.6667	▲ 2.4201
Positive	56.6210	40.0000	▼ -16.6210	43.3333	▼ -13.2877	36.6667	▼ -19.9543
Hesitant	6.8493	11.6667	▲ 4.8174		—	23.3333	▲ 16.4840
At Risk	2.2831	1.6667	▼ -0.6164		—	3.3333	▲ 1.0502

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-84 พบว่า

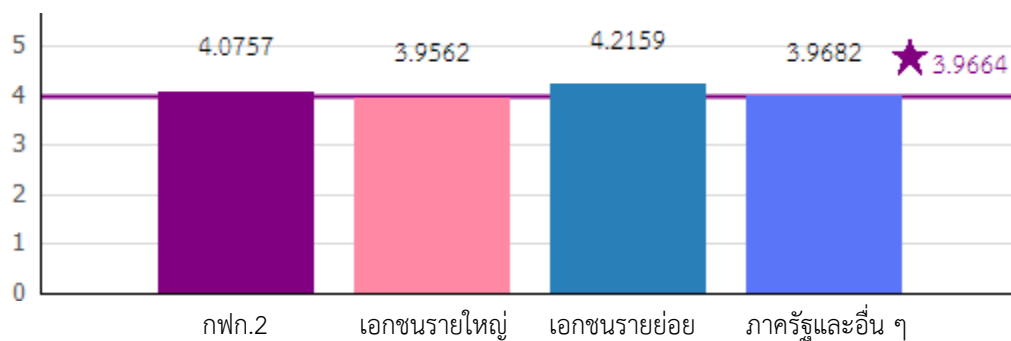
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มี **ความภักดี (Loyal)** สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ กลุ่มลูกค้าอื่นๆ*
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มี **ความเสี่ยง (At Risk)** สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอื่นๆ*

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กฟก.2

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.9664 ในขณะที่ กฟก.2 อยู่ที่ 4.0757 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-69

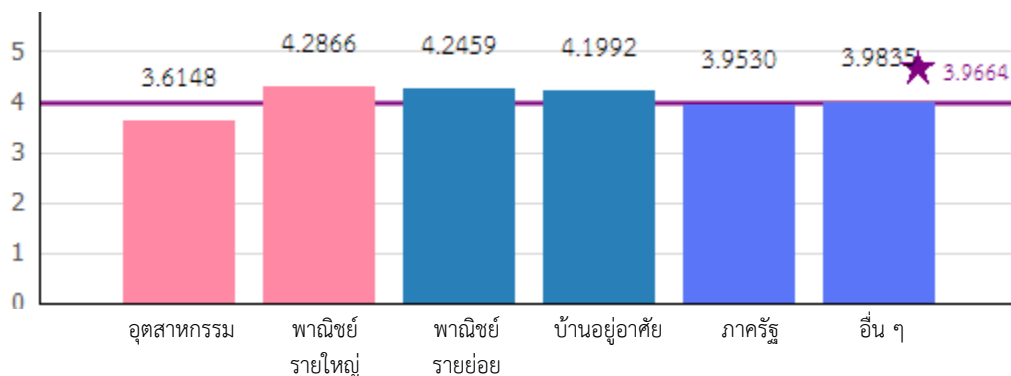
แผนภูมิที่ 4-69 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม ภาครัฐ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-70

แผนภูมิที่ 4-70 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



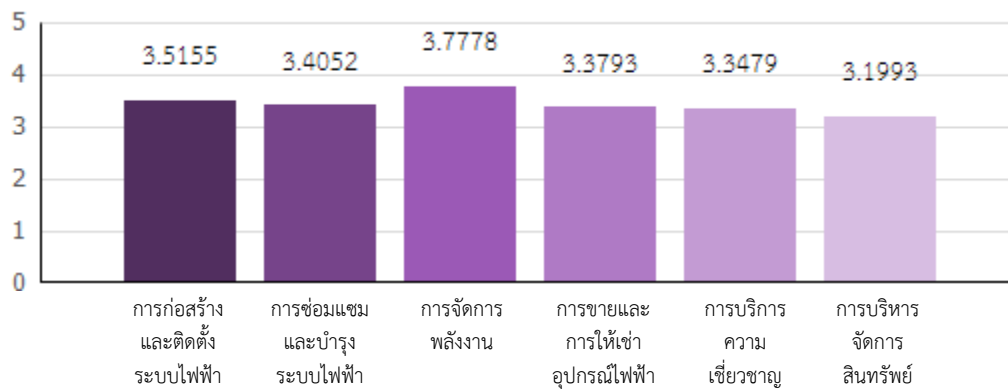
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กฟก.2

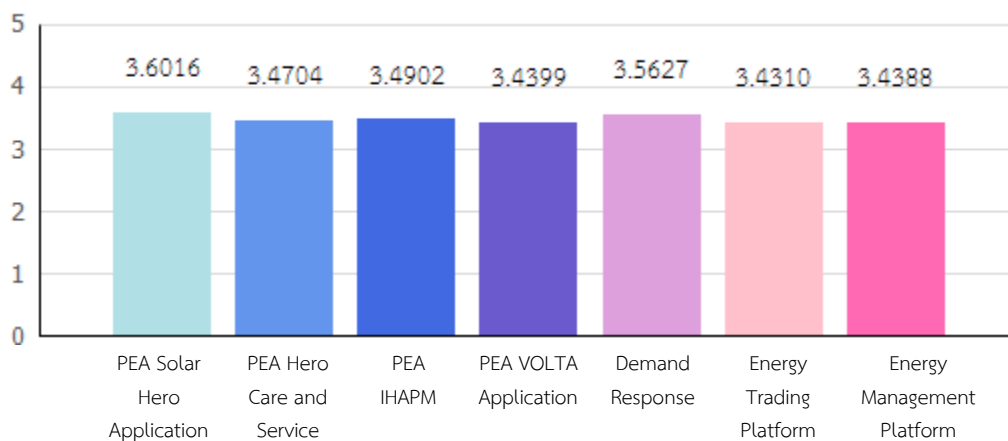
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟก. ในเขต กฟก.2 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การจัดการพลังงานเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ ธุรกิจก่อสร้าง และอันดับสาม คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-71

แผนภูมิที่ 4-71 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟก. ในเขต กฟก.2 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ PEA Solar Hero Application เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ Demand Response และอันดับสาม คือ PEA IHAPM ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-72

แผนภูมิที่ 4-72 ธุรกิจใหม่



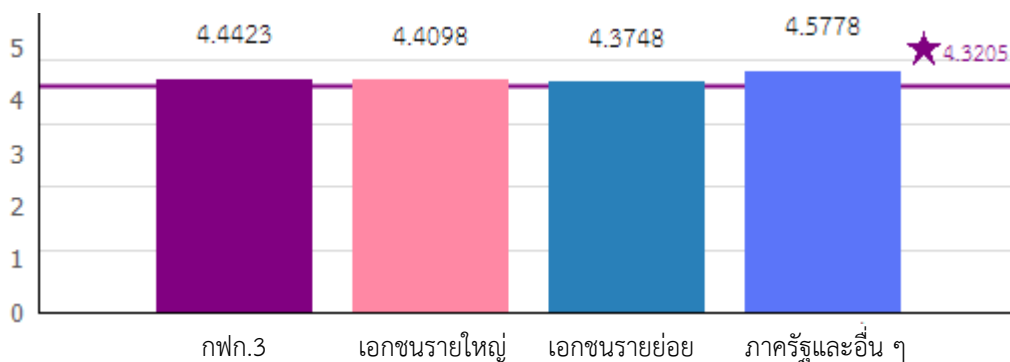
4.4.3 ผลการวิเคราะห์ กฟก.3

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กฟก.3

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.3205 ในขณะที่ กฟก.3 อยู่ที่ 4.4423 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-73

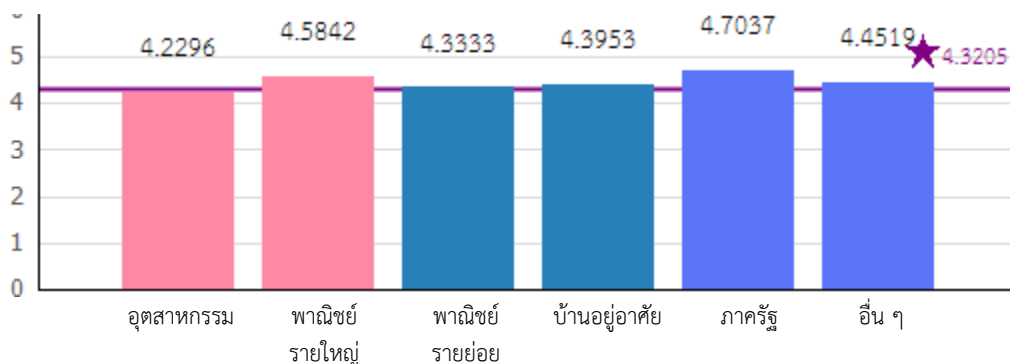
แผนภูมิที่ 4-73 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-74

แผนภูมิที่ 4-74 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กฟภ.3

ตารางที่ 4-85 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม		เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.6752		★ 4.7778	▲ 0.1026	4.3333	▼ -0.3419	★ 5.0000	▲ 0.3248
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3846		4.2222	▼ -0.1624	4.1111	▼ -0.2735	4.4074	▲ 0.0228
การให้บริการมิเตอร์	4.4963		4.3016	▼ -0.1947	4.3333	▼ -0.1630	4.2889	▼ -0.2074
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.5409		4.6049	▲ 0.0641	★ 4.7222	▲ 0.1814	4.5556	▲ 0.0147
การชำระค่าไฟฟ้า	4.5065		★ 4.6263	▲ 0.1198	★ 4.6162	▲ 0.1097	★ 4.6364	▲ 0.1299
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4338		4.3862	▼ -0.0475	4.3580	▼ -0.0758	4.4074	▼ -0.0264
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2337		4.1111	▼ -0.1226	3.9333	▼ -0.3004	4.4074	▲ 0.1737
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.1111			—		—		—
การให้บริการ Contact Center	4.2778		4.2593	▼ -0.0185	4.1111	▼ -0.1667	4.4444	▲ 0.1667
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.2889		4.3778	▲ 0.0889	4.4074	▲ 0.1185	4.3333	▲ 0.0444
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	★ 4.6111		★ 4.6296	▲ 0.0185	★ 4.7778	▲ 0.1667	★ 4.5556	▼ -0.0556
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4235		4.4463	▲ 0.0228	4.3333	▼ -0.0901	4.5556	▲ 0.1321
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3899		4.3807	▼ -0.0092	4.2444	▼ -0.1455	4.5125	▲ 0.1226
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.4439		4.4885	▲ 0.0446	4.4444	▲ 0.0006	4.5249	▲ 0.0810
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4340		4.3880	▼ -0.0460	4.3778	▼ -0.0562	4.3978	▼ -0.0361
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2725		4.2787	▲ 0.0062	4.1852	▼ -0.0874	4.3692	▲ 0.0966

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-85 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การให้บริการ Contact Center
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล

ตารางที่ 4-86 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม		เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.6752			—		—		—
การขอขยายระบบไฟฟ้า	4.3846			—		—		—
การให้บริการมิเตอร์	4.4963	★ 4.7778	▲ 0.2815	★ 4.7778	▲ 0.2815		—	
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.5409	★ 4.3968	▼ -0.1440	4.3333	▼ -0.2075	★ 4.4269	▼ -0.1140	
การชำระค่าไฟฟ้า	4.5065	4.3788	▼ -0.1277	4.4370	▼ -0.0694	★ 4.3487	▼ -0.1578	
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4338	★ 4.4035	▼ -0.0303	4.3968	▼ -0.0370	★ 4.4074	▼ -0.0264	
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2337	4.3086	▲ 0.0749	★ 4.4444	▲ 0.2107	4.2698	▲ 0.0361	
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.1111	4.1111	— 0.0000		—	4.1111	— 0.0000	
การให้บริการ Contact Center	4.2778	4.3333	▲ 0.0556	★ 4.5556	▲ 0.2778	4.2593	▼ -0.0185	
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.2889		—		—		—	
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	★ 4.6111	4.1111	▼ -0.5000	4.1111	▼ -0.5000		—	
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4235	4.3114	▼ -0.1121	4.3630	▼ -0.0605	4.2860	▼ -0.1375	
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3899	4.2723	▼ -0.1177	4.3185	▼ -0.0714	4.2495	▼ -0.1404	
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.4439	4.3230	▼ -0.1209	4.3257	▼ -0.1182	4.3216	▼ -0.1222	
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.4340	4.3455	▼ -0.0884	4.3926	▼ -0.0414	4.3224	▼ -0.1116	
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2725	4.2332	▼ -0.0393	4.1259	▼ -0.1466	4.2860	▲ 0.0134	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-86 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การให้บริการ Contact Center
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การให้บริการ Contact Center
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ตารางที่ 4-87 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	★ 4.6752	4.6444	▼ -0.0308	★ 5.0000	▲ 0.3248	4.6257	▼ -0.0495
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.3846	4.6444	▲ 0.2598	4.5556	▲ 0.1709	4.6667	▲ 0.2821
การให้บริการมิเตอร์	4.4963	4.6296	▲ 0.1333		—	4.6296	▲ 0.1333
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	☆ 4.5409	★ 4.7076	▲ 0.1667	★ 4.6329	▲ 0.0920	★ 4.8222	▲ 0.2814
การชำระค่าไฟฟ้า	4.5065	☆ 4.6556	▲ 0.1491	4.5714	▲ 0.0650	★ 4.8519	▲ 0.3454
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4338	4.5873	▲ 0.1535	☆ 4.5873	▲ 0.1535		—
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.2337	4.1111	▼ -0.1226	4.1111	▼ -0.1226	4.1111	▼ -0.1226
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.1111		—		—		—
การให้บริการ Contact Center	4.2778	4.2593	▼ -0.0185	4.2593	▼ -0.0185		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.2889	4.2000	▼ -0.0889	4.4074	▲ 0.1185	3.8889	▼ -0.4000
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	★ 4.6111	★ 5.0000	▲ 0.3889	★ 5.0000	▲ 0.3889		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4235	4.5704	▲ 0.1469	4.5111	▲ 0.0876	4.6296	▲ 0.2061
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3899	4.5778	▲ 0.1878	4.4963	▲ 0.1064	4.6593	▲ 0.2693
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.4439	4.5983	▲ 0.1544	4.5556	▲ 0.1117	4.6481	▲ 0.2043
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4340	4.6148	▲ 0.1809	4.5111	▲ 0.0771	☆ 4.7185	▲ 0.2846
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2725	4.3259	▲ 0.0534	4.3926	▲ 0.1201	4.2593	▼ -0.0133

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-87 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

- การให้บริการมิเตอร์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การให้บริการมิเตอร์
- คุณภาพผลิตภัณฑ์

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กฟก.3

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

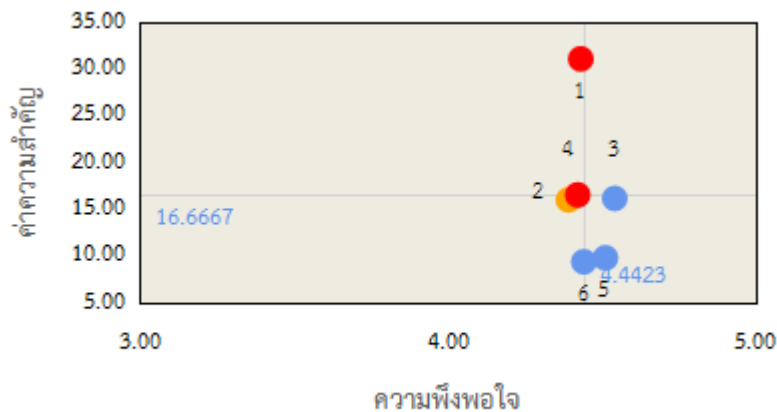
3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟภ.3 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-121 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟภ.3 4.4423 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

- 1 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 4 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 3 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟภ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)

แผนภาพที่ 4-122 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟภ.3 4.5409 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

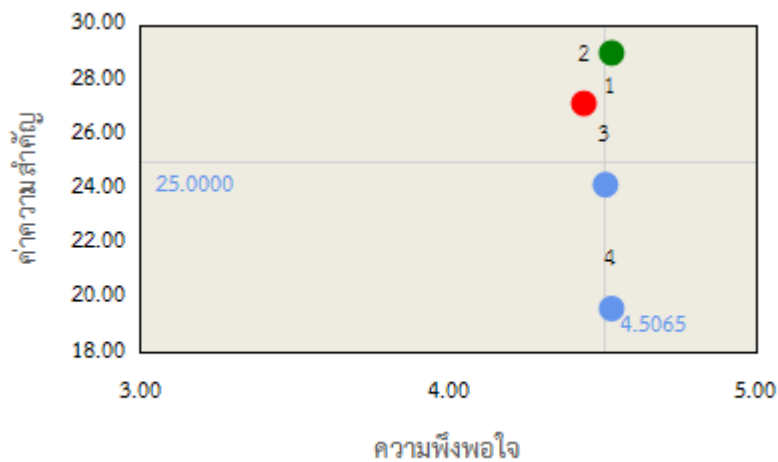
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
	1 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์
	2 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน	4 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง
	5 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟภ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
- จุดอ่อนของ เขต คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-123 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟภ.3 4.5065 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

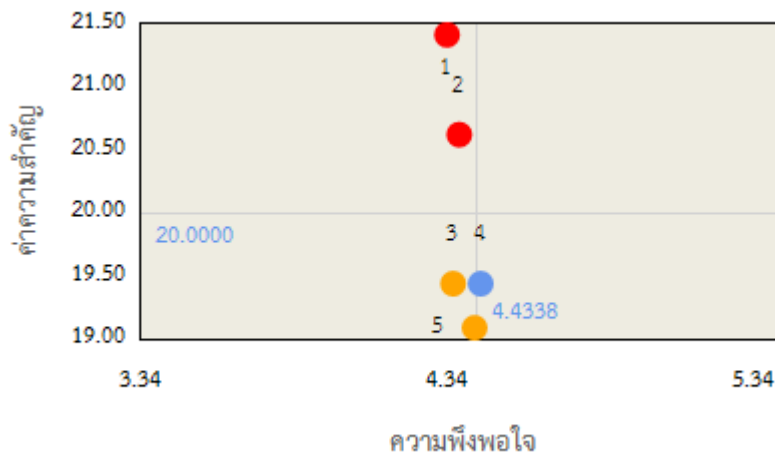
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ* 2 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์ 1 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร -	สิ่งที่ควรรักษาไว้ 3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟภ. ในการชำระค่าไฟฟ้า 4 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กฟภ.3 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)

แผนภาพที่ 4-124 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กฟภ.3 4.4338 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)
2 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง) (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
3 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง
5 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ

สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กฟก.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า ความเพียงพอของไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-125 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

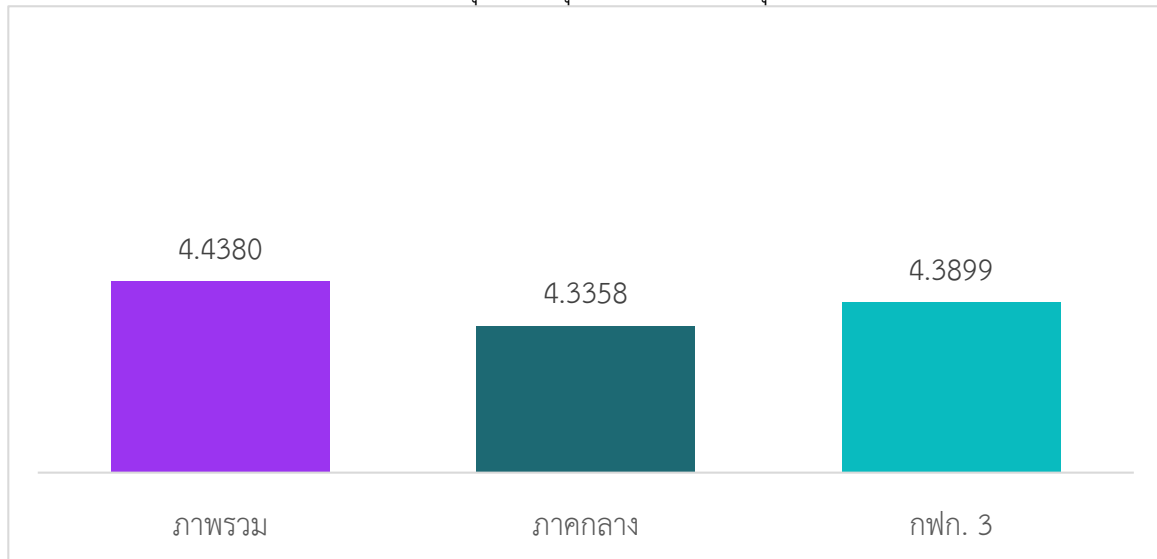


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟก. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟก.3 4.4235 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
	2 ความเพียงพอของไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	-

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-126 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



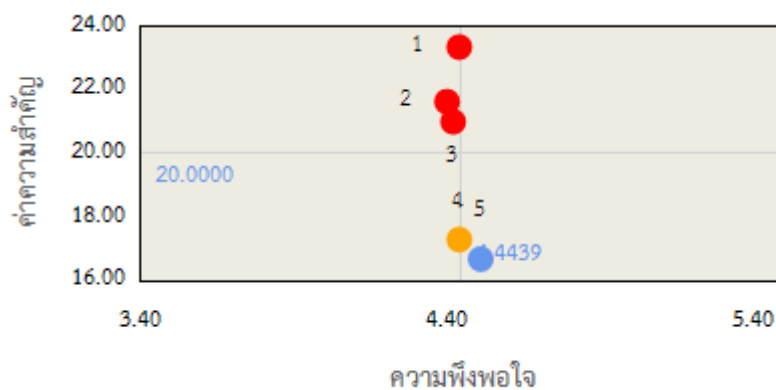
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดแข็งของ กฟก. 3

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม กฟภ.3 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน จุดให้บริการมีความทันสมัย จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-127 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม



หมายเหตุ : • ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน

- จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟภ.3 4.4439 คะแนน (ข้อ B25)

- จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	-
2 จุดให้บริการมีความทันสมัย (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	
3 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง	5 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

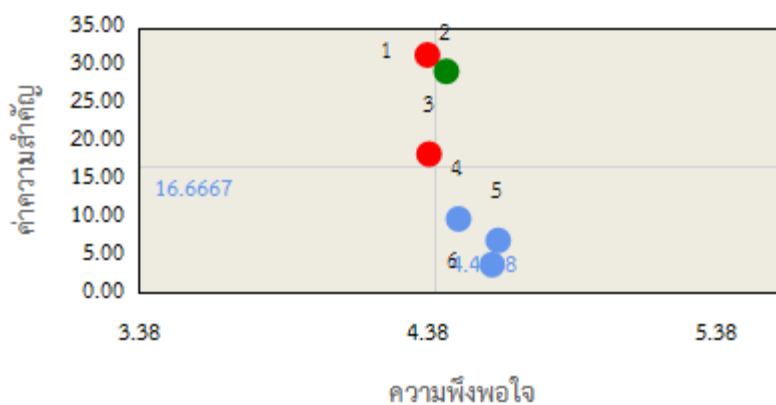
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟภ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์
- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-128 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟภ.3 4.4098 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

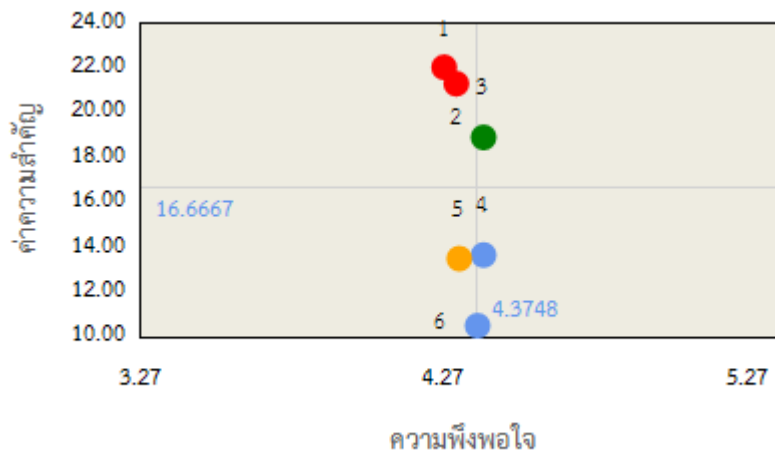
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟภ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-129 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟภ.3 4.3748 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

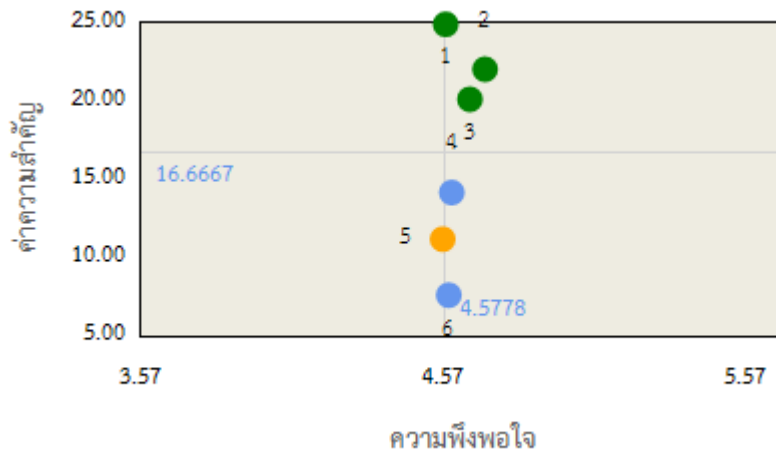
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	6 การชำระค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟภ.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-130 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ กฟภ.3 4.5778 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
5 คุณภาพผลิตภัณฑ์	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟภ.3

กฟภ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอที่ดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-88 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม		เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	
Loyal	42.9245	42.6230	▼ -0.3016	30.7692	▼ -12.1553	61.6667	▲ 18.7421	
Positive	44.8113	32.7869	▼ -12.0244	63.7363	▲ 18.9249	28.3333	▼ -16.4780	
Hesitant	12.2642	24.5902	▲ 12.3260	5.4945	▼ -6.7696	10.0000	▼ -2.2642	

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-88 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

ตารางที่ 4-89 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอเจนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอเจนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	42.9245	42.6230	▼ -0.3016	20.0000	▼ -22.9245	64.5161	▲ 21.5916
Positive	44.8113	32.7869	▼ -12.0244	43.3333	▼ -1.4780	22.5806	▼ -22.2307
Hesitant	12.2642	24.5902	▲ 12.3260	36.6667	▲ 24.4025	12.9032	▲ 0.6391

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-89 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอเจนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่*

ตารางที่ 4-90 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอเจนรายย่อย

	ภาพรวม	เอเจนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	42.9245	30.7692	▼ -12.1553	23.3333	▼ -19.5912	34.4262	▼ -8.4983
Positive	44.8113	63.7363	▲ 18.9249	70.0000	▲ 25.1887	60.6557	▲ 15.8444
Hesitant	12.2642	5.4945	▼ -6.7696	6.6667	▼ -5.5975	4.9180	▼ -7.3461

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-90

ตารางที่ 4-91 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม		ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง		ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	42.9245	61.6667	▲ 18.7421		83.3333	▲ 40.4088	40.0000	▼ -2.9245
Positive	44.8113	28.3333	▼ -16.4780		16.6667	▼ -28.1447	40.0000	▼ -4.8113
Hesitant	12.2642	10.0000	▼ -2.2642			—	20.0000	▲ 7.7358

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-91 พบว่า

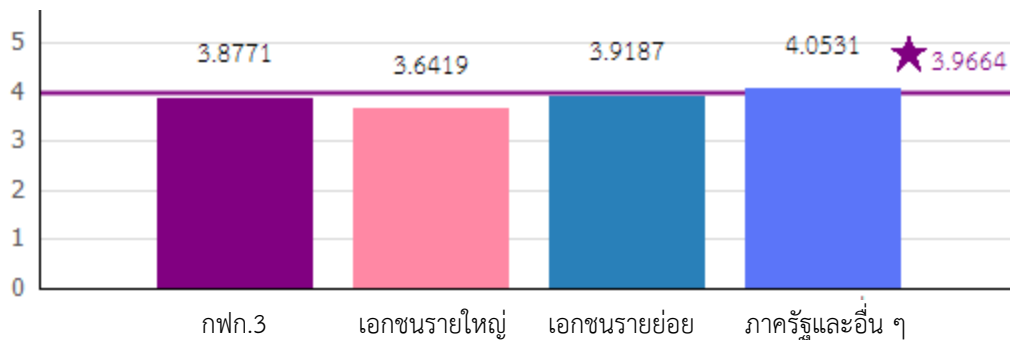
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ*

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กฟก.3

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.9664 ในขณะที่ กฟก.3 อยู่ที่ 3.8771 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-75

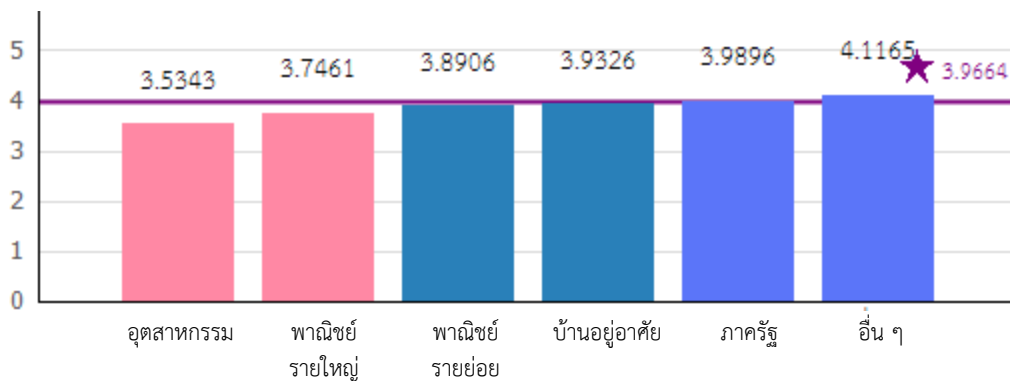
แผนภูมิที่ 4-75 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-76

แผนภูมิที่ 4-76 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



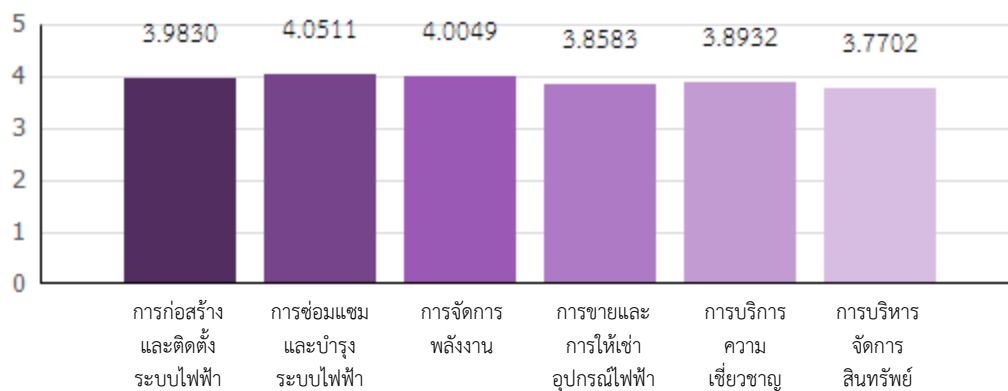
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กฟก.3

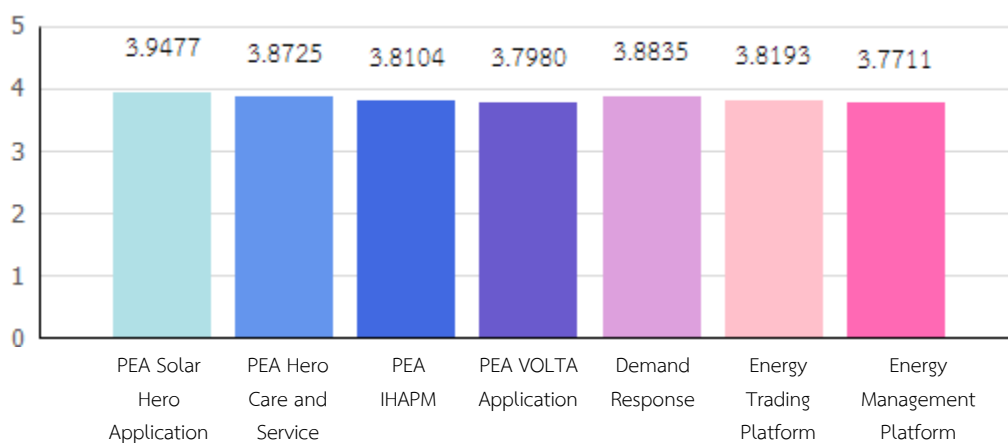
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟก. ในเขต กฟก.3 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้าเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การจัดการพลังงาน และอันดับสาม คือ ธุรกิจก่อสร้าง ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-77

แผนภูมิที่ 4-77 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟก. ในเขต กฟก.3 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ PEA Solar Hero Application เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ Demand Response และอันดับสาม คือ PEA Hero Care and Service ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-78

แผนภูมิที่ 4-78 ธุรกิจใหม่



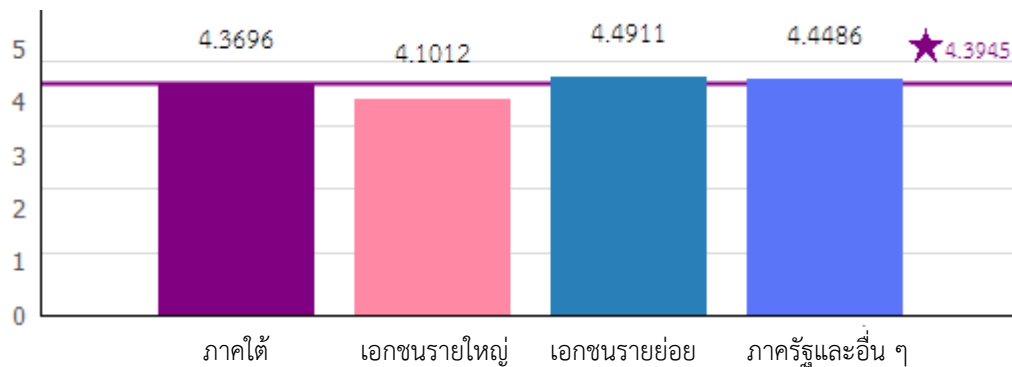
4.5 ผลการวิเคราะห์ภาคใต้

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

ภาคใต้

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของกฟผ. ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.3945 ในขณะที่ ภาคใต้ อยู่ที่ 4.3696 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-79

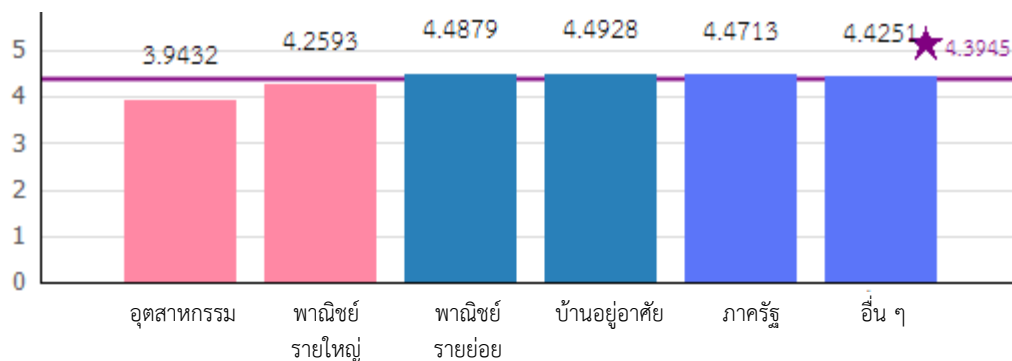
แผนภูมิที่ 4-79 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-80

แผนภูมิที่ 4-80 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

ภาคใต้

ตารางที่ 4-92 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4634	4.2281	▼ -0.2353	4.1919	▼ -0.2715	4.2778	▼ -0.1856
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.0123	3.8395	▼ -0.1728	3.6325	▼ -0.3799	4.3778	▲ 0.3654
การให้บริการมิเตอร์	4.4315	4.1852	▼ -0.2463	4.1852	▼ -0.2463	4.1852	▼ -0.2463
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.5998	★ 4.6771	▲ 0.0773	★ 4.5694	▼ -0.0304	★ 4.7237	▲ 0.1239
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.5902	★ 4.6587	▲ 0.0686	★ 4.5432	▼ -0.0469	★ 4.7135	▲ 0.1233
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4176	4.3972	▼ -0.0204	4.1605	▼ -0.2571	4.5037	▲ 0.0861
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3924	4.1619	▼ -0.2305	4.0947	▼ -0.2978	4.3889	▼ -0.0035
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2593	3.6667	▼ -0.5926	3.6667	▼ -0.5926		—
การให้บริการ Contact Center	4.2988	4.3185	▲ 0.0198	4.2222	▼ -0.0765	4.7037	▲ 0.4049
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.6825	★ 4.7333	▲ 0.0508	★ 4.6667	▼ -0.0159	★ 5.0000	▲ 0.3175
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3210	4.4010	▲ 0.0800	4.2099	▼ -0.1111	4.5238	▲ 0.2028
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4270	4.3037	▼ -0.1233	4.1951	▼ -0.2319	4.4123	▼ -0.0146
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4318	4.2938	▼ -0.1380	4.1457	▼ -0.2862	4.4420	▲ 0.0101
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.5091	4.4917	▼ -0.0174	4.4152	▼ -0.0938	4.5608	▲ 0.0518
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4325	4.3358	▼ -0.0967	4.2790	▼ -0.1535	4.3926	▼ -0.0399
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3219	4.1235	▼ -0.1985	4.0222	▼ -0.2997	4.2247	▼ -0.0972

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-92 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การให้บริการ Contact Center

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

ตารางที่ 4-93 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4634	☆ 4.6111	▲ 0.1477	4.5556	▲ 0.0921	☆ 4.6667	▲ 0.2033
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.0123	4.5556	▲ 0.5432		—	4.5556	▲ 0.5432
การให้บริการมิเตอร์	4.4315	☆ 4.8222	▲ 0.3907	☆ 4.5556	▲ 0.1240	☆ 5.0000	▲ 0.5685
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	☆ 4.5998	4.5714	▼ -0.0284	☆ 4.5820	▼ -0.0178	4.5661	▼ -0.0337
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.5902	4.5539	▼ -0.0363	4.5206	▼ -0.0696	4.5705	▼ -0.0197
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4176	4.4293	▲ 0.0117	4.5226	▲ 0.1050	4.3880	▼ -0.0296
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3924	4.5704	▲ 0.1780	☆ 4.6000	▲ 0.2076	4.5556	▲ 0.1632
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2593	4.2941	▲ 0.0349	4.4074	▲ 0.1481	4.2698	▲ 0.0106
การให้บริการ Contact Center	4.2988	4.4530	▲ 0.1542	4.5556	▲ 0.2568	4.4074	▲ 0.1086
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.6825	☆ 4.6581	▼ -0.0244	4.1111	▼ -0.5714	☆ 4.7037	▲ 0.0212
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3210	4.0000	▼ -0.3210	4.1111	▼ -0.2099	3.9630	▼ -0.3580
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4270	4.4750	▲ 0.0480	4.5024	▲ 0.0754	4.4614	▲ 0.0344
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4318	4.4654	▲ 0.0335	4.4396	▲ 0.0078	4.4783	▲ 0.0464
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.5091	4.5148	▲ 0.0058	4.4884	▼ -0.0207	4.5286	▲ 0.0196
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4325	4.4332	▲ 0.0007	4.4058	▼ -0.0267	4.4469	▲ 0.0143
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3219	4.3752	▲ 0.0533	4.3478	▲ 0.0259	4.3889	▲ 0.0670

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-93 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การให้บริการ Contact Center
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การให้บริการมิเตอร์
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การให้บริการ Contact Center
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4-94 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.4634	4.5232	▲ 0.0598	4.2593	▼ -0.2042	4.5385	▲ 0.0750
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.0123	4.1634	▲ 0.1511	4.1111	▲ 0.0988	4.1795	▲ 0.1671
การให้บริการมิเตอร์	4.4315	4.5556	▲ 0.1240	4.2593	▼ -0.1723	4.6825	▲ 0.2510
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.5998	☆ 4.5914	▼ -0.0084	★ 4.4863	▼ -0.1135	4.7636	▲ 0.1638
การชำระค่าไฟฟ้า	☆ 4.5902	★ 4.6070	▲ 0.0168	☆ 4.4824	▼ -0.1077	☆ 4.8413	▲ 0.2511
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4176	4.4308	▲ 0.0132	4.4524	▲ 0.0348	3.2222	▼ -1.1954
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3924	4.5873	▲ 0.1949	★ 4.5152	▲ 0.1227	★ 4.8519	▲ 0.4594
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.2593	4.3778	▲ 0.1185	4.2222	▼ -0.0370	★ 5.0000	▲ 0.7407
การให้บริการ Contact Center	4.2988	4.1634	▼ -0.1354	4.1453	▼ -0.1535	4.2222	▼ -0.0765
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.6825	★ 4.6889	▲ 0.0063	4.3333	▼ -0.3492	4.7778	▲ 0.0952
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.3210	4.4667	▲ 0.1457	4.4667	▲ 0.1457		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.4270	4.4747	▲ 0.0478	4.3965	▼ -0.0305	4.5556	▲ 0.1286
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4318	4.5152	▲ 0.0833	4.4246	▼ -0.0073	4.6087	▲ 0.1769
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.5091	4.5168	▲ 0.0077	4.4109	▼ -0.0982	4.6227	▲ 0.1137
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.4325	4.5247	▲ 0.0921	4.4246	▼ -0.0080	4.6280	▲ 0.1955
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.3219	4.4343	▲ 0.1124	4.3170	▼ -0.0050	4.5556	▲ 0.2336

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-94 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การให้บริการมิเตอร์

- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

ภาคใต้

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม ภาคใต้ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-131 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาคใต้ 4.3696 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม ภาคใต้ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)
- จุดอ่อนของ ภาค คือ การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-132 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้าภาคใต้ 4.5998 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
2 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
4 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน
5 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม ภาคใต้ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-133 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้าภาคใต้ 4.5902 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

2 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)

3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟผ. ในการชำระค่าไฟฟ้า

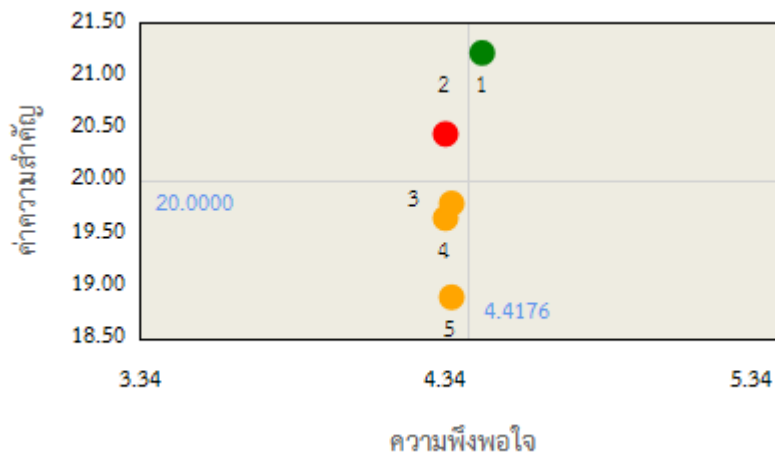
4 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม ภาคใต้ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
- จุดอ่อนของ ภาค คือ มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-134 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้าภาคใต้ 4.4176 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

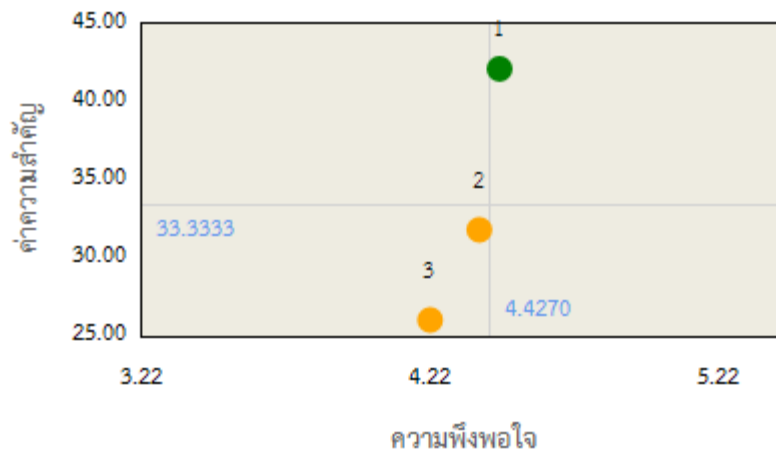
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	1 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
3 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง	-
4 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)	
5 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ	

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม ภาคใต้ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-135 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

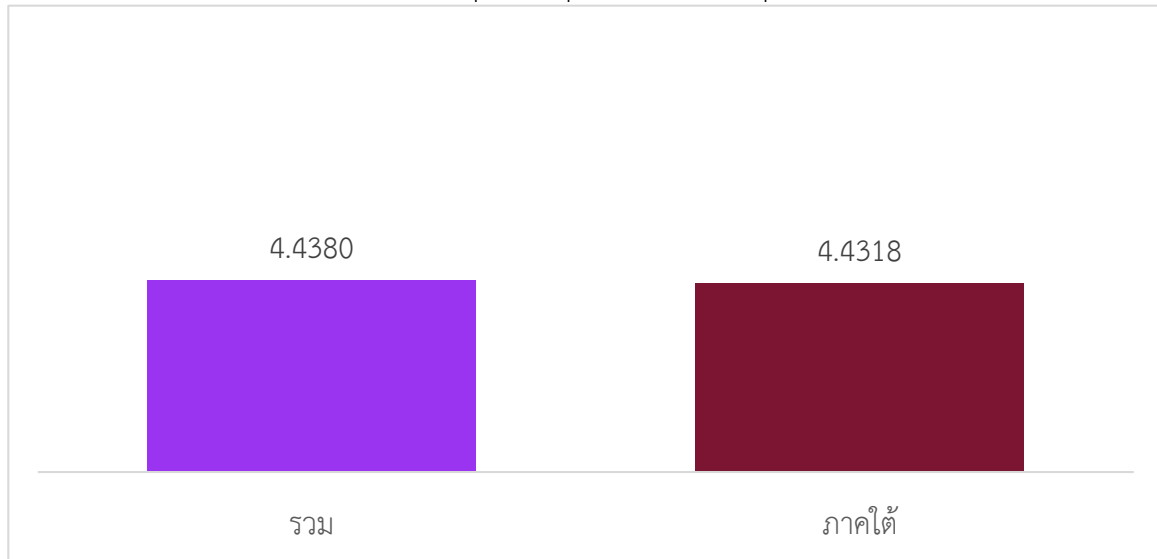


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้าภาคใต้ 4.4270 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ* -	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์ 1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร 2 ความเพียงพอของไฟฟ้า 3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	สิ่งที่ควรรักษาไว้ -

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-136 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



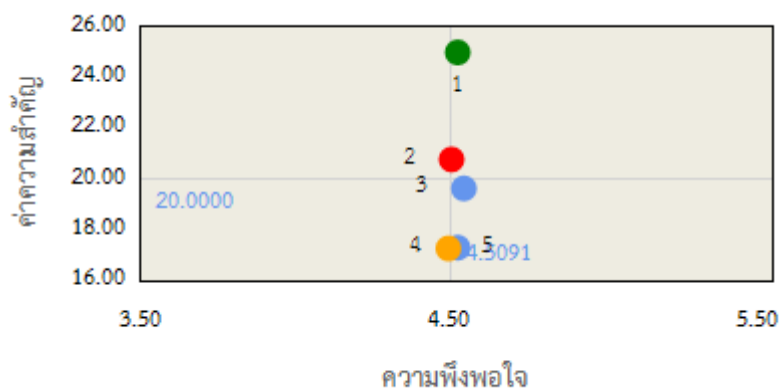
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดอ่อนของภาคใต้

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม ภาครัฐ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาครัฐ คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- จุดอ่อนของ ภาครัฐ คือ จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-137 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :**
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้าภาคใต้ 4.5091 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

2 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

5 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

3 จุดให้บริการมีความทันสมัย

4 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

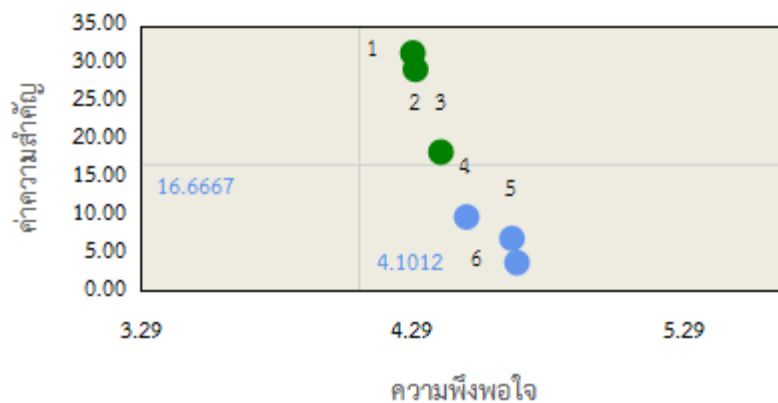
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม ภาคใต้ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-138 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ภาคใต้ 4.1012 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

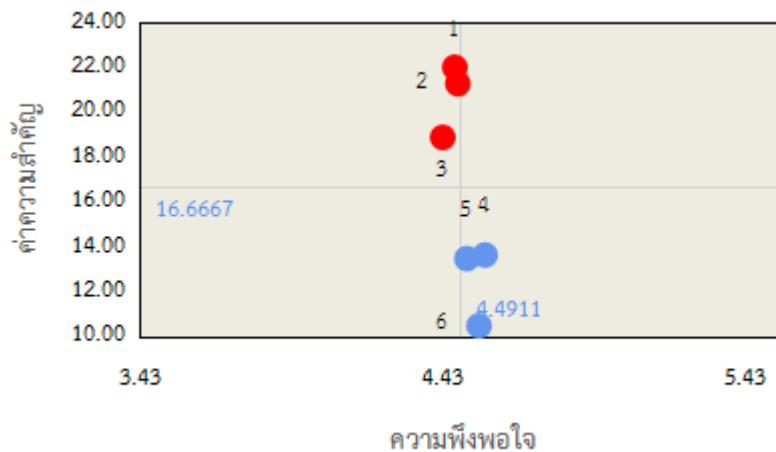
- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม ภาคใต้ พบว่า

- จุดอ่อนของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-139 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยภาคใต้ 4.4911 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส) 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส) 3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	-
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า 5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop 6 การชำระค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม ภาคใต้ พบว่า

- จุดแข็งของ ภาค คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-140 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ภาคใต้ 4.4486 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

4. วิเคราะห์ความภักดี

ภาคใต้

กฟภ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-95 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	49.7667	33.8889	▼ -15.8778	59.0580	▲ 9.2913	51.3369	▲ 1.5702
Positive	37.3250	41.6667	▲ 4.3416	36.2319	▼ -1.0932	34.7594	▼ -2.5657
Hesitant	10.7309	19.4444	▲ 8.7135	3.6232	▼ -7.1078	12.8342	▲ 2.1033
At Risk	2.1773	5.0000	▲ 2.8227	1.0870	▼ -1.0903	1.0695	▼ -1.1078

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-95 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่

ตารางที่ 4-96 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	49.7667	33.8889	▼ -15.8778	15.5556	▼ -34.2112	52.2222	▲ 2.4555
Positive	37.3250	41.6667	▲ 4.3416	50.0000	▲ 12.6750	33.3333	▼ -3.9917
Hesitant	10.7309	19.4444	▲ 8.7135	27.7778	▲ 17.0468	11.1111	▲ 0.3802
At Risk	2.1773	5.0000	▲ 2.8227	6.6667	▲ 4.4894	3.3333	▲ 1.1560

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-96 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่*
- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่*

ตารางที่ 4-97 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	49.7667	59.0580	▲ 9.2913	60.8696	▲ 11.1028	58.1522	▲ 8.3855
Positive	37.3250	36.2319	▼ -1.0932	33.6957	▼ -3.6294	37.5000	▲ 0.1750
Hesitant	10.7309	3.6232	▼ -7.1078	3.2609	▼ -7.4701	3.8043	▼ -6.9266
At Risk	2.1773	1.0870	▼ -1.0903	2.1739	▼ -0.0034	0.5435	▼ -1.6338

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-97 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย*

ตารางที่ 4-98 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	49.7667	51.3369	▲ 1.5702	57.8947	▲ 8.1280	44.5652	▼ -5.2015
Positive	37.3250	34.7594	▼ -2.5657	37.8947	▲ 0.5697	31.5217	▼ -5.8033
Hesitant	10.7309	12.8342	▲ 2.1033	4.2105	▼ -6.5204	21.7391	▲ 11.0082
At Risk	2.1773	1.0695	▼ -1.1078		—	2.1739	▼ -0.0034

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-98 พบว่า

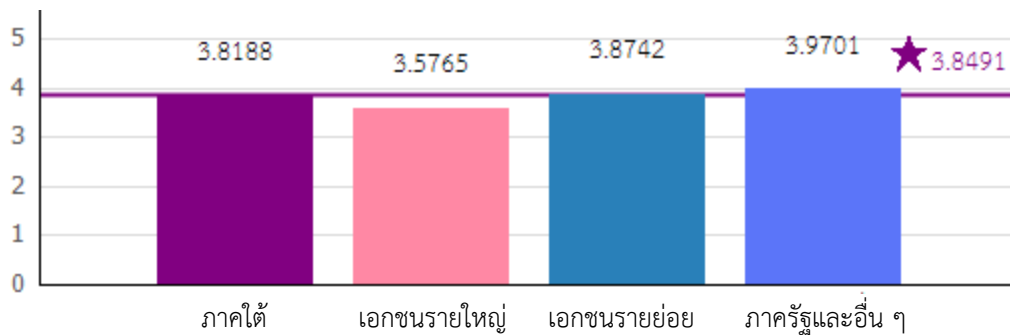
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ*

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

ภาคใต้

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ กฟผ. ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.8491 ในขณะที่ ภาคใต้ อยู่ที่ 3.8188 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังนั้น ภาค ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-81

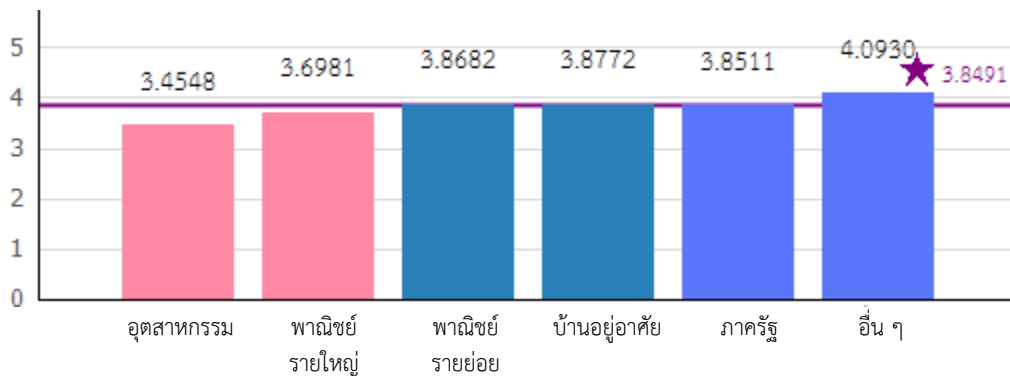
แผนภูมิที่ 4-81 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-82

แผนภูมิที่ 4-82 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



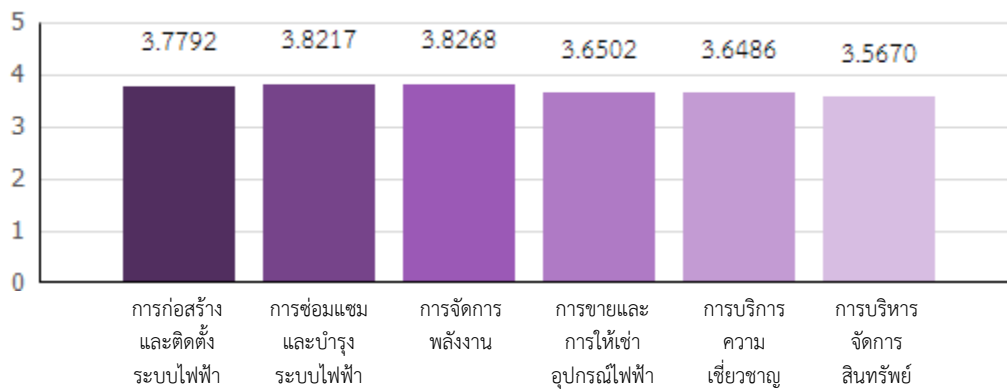
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ภาคใต้

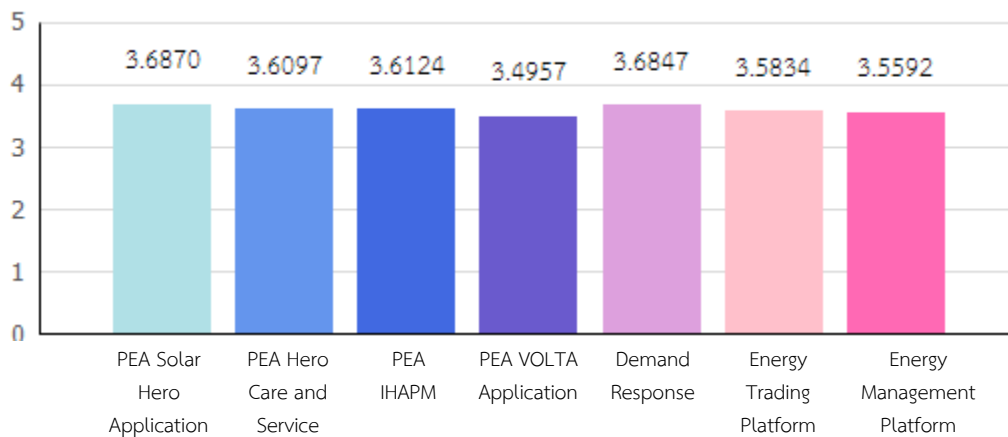
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟผ. ในภาคใต้ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การจัดการพลังงานเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า และอันดับสาม คือ ธุรกิจก่อสร้าง ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-83

แผนภูมิที่ 4-83 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟผ. ในภาคใต้ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ PEA Solar Hero Application เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ Demand Response และอันดับสาม คือ PEA IHAPM ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-84

แผนภูมิที่ 4-84 ธุรกิจใหม่



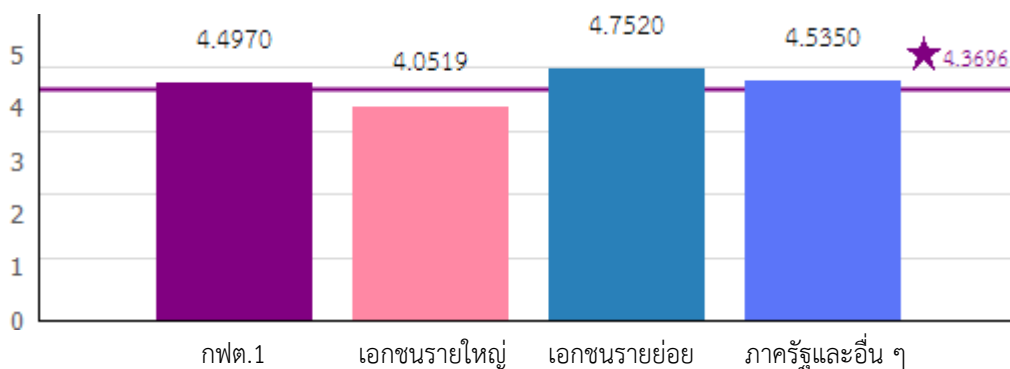
4.5.1 ผลการวิเคราะห์ กฟต.1

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กฟต.1

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.3696 ในขณะที่ กฟต.1 อยู่ที่ 4.497 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-85

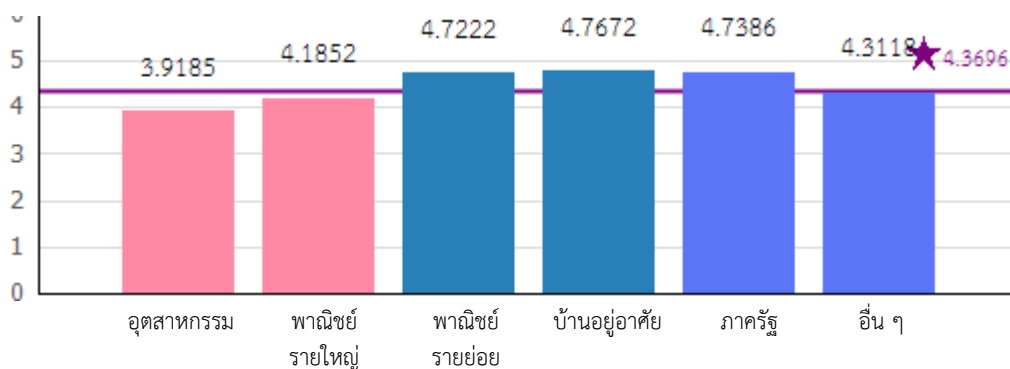
แผนภูมิที่ 4-85 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ อื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-86

แผนภูมิที่ 4-86 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กฟต.1

ตารางที่ 4-99 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.5230	4.5556	▲ 0.0325	★ 4.8222	▲ 0.2992	4.2222	▼ -0.3008
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.6296	★ 4.8222	▲ 0.1926	★ 5.0000	▲ 0.3704	4.1111	▼ -0.5185
การให้บริการมิเตอร์	4.4510	4.2889	▼ -0.1621	4.2593	▼ -0.1917	4.3333	▼ -0.1176
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.7322	★ 4.6501	▼ -0.0821	4.5132	▼ -0.2190	★ 4.7607	▲ 0.0285
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.7360	★ 4.6239	▼ -0.1121	4.4815	▼ -0.2545	★ 4.6872	▼ -0.0488
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.6085	4.2889	▼ -0.3196	4.3580	▼ -0.2504	4.2593	▼ -0.3492
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.6049	4.2593	▼ -0.3457	4.2593	▼ -0.3457	4.2593	▼ -0.3457
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.4074		—		—		—
การให้บริการ Contact Center	4.2804	4.1111	▼ -0.1693	4.1111	▼ -0.1693		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.7037		—		—		—
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.5111	4.5556	▲ 0.0444	★ 4.5556	▲ 0.0444	4.5556	▲ 0.0444
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.5434	4.3259	▼ -0.2175	4.2593	▼ -0.2842	4.3926	▼ -0.1508
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5636	4.3259	▼ -0.2377	4.3481	▼ -0.2155	4.3037	▼ -0.2599
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.6321	4.5472	▼ -0.0849	4.4815	▼ -0.1506	★ 4.6015	▼ -0.0306
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.6040	4.4000	▼ -0.2040	4.3481	▼ -0.2559	4.4519	▼ -0.1522
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4990	4.2667	▼ -0.2323	4.1704	▼ -0.3286	4.3630	▼ -0.1360

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-99 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การติดตั้งไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การติดตั้งไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

ตารางที่ 4-100 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.5230	4.7037	▲ 0.1807	4.7037	▲ 0.1807	4.7037	▲ 0.1807
การขอขยายระบบไฟฟ้า	4.6296	4.5556	▼ -0.0741		—	4.5556	▼ -0.0741
การให้บริการมิเตอร์	4.4510	★ 4.8519	▲ 0.4009	4.5556	▲ 0.1046	★ 5.0000	▲ 0.5490
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.7322	4.7689	▲ 0.0367	★ 4.7867	▲ 0.0545	★ 4.7600	▲ 0.0278
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.7360	4.7475	▲ 0.0114	4.7778	▲ 0.0418	4.7318	▼ -0.0042
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.6085	★ 4.7845	▲ 0.1760	★ 4.9192	▲ 0.3107	4.7172	▲ 0.1087
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.6049	4.6768	▲ 0.0718	4.7460	▲ 0.1411	4.6444	▲ 0.0395
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.4074	4.4921	▲ 0.0847	4.5556	▲ 0.1481	4.4815	▲ 0.0741
การให้บริการ Contact Center	4.2804	4.5556	▲ 0.2751	★ 4.7778	▲ 0.4974	4.4667	▲ 0.1862
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.7037	★ 4.8889	▲ 0.1852		—	★ 4.8889	▲ 0.1852
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.5111	4.5556	▲ 0.0444		—	4.5556	▲ 0.0444
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.5434	4.6772	▲ 0.1338	4.7083	▲ 0.1649	4.6614	▲ 0.1179
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5636	4.6632	▲ 0.0995	4.6667	▲ 0.1030	4.6614	▲ 0.0977
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.6321	4.6989	▲ 0.0668	4.6806	▲ 0.0484	4.7086	▲ 0.0765
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.6040	4.7006	▲ 0.0965	4.7361	▲ 0.1321	4.6825	▲ 0.0785
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4990	4.6304	▲ 0.1314	4.5417	▲ 0.0427	4.6755	▲ 0.1765

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-100 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การให้บริการมิเตอร์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า

- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การให้บริการ Contact Center
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การให้บริการมิเตอร์
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.

- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การให้บริการ Contact Center

ตารางที่ 4-101 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.5230	4.4701	▼ -0.0529	4.1111	▼ -0.4119	4.5000	▼ -0.0230
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	4.6296	4.4815	▼ -0.1481	3.8889	▼ -0.7407	★ 4.7778	▲ 0.1481
การให้บริการมิเตอร์	4.4510	4.4074	▼ -0.0436	4.1111	▼ -0.3399	4.6444	▲ 0.1935
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.7322	★ 4.7647	▲ 0.0325	★ 4.7427	▲ 0.0105	★ 4.7926	▲ 0.0604
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.7360	★ 4.8246	▲ 0.0885	★ 4.8025	▲ 0.0664	★ 4.8788	▲ 0.1428
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.6085	★ 4.7884	▲ 0.1799	★ 4.7884	▲ 0.1799		—
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.6049	4.6667	▲ 0.0617	4.6825	▲ 0.0776	4.5556	▼ -0.0494
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.4074	4.1111	▼ -0.2963	4.1111	▼ -0.2963		—
การให้บริการ Contact Center	4.2804	4.1481	▼ -0.1323	4.1111	▼ -0.1693	4.3333	▲ 0.0529
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	★ 4.7037	4.3333	▼ -0.3704	4.3333	▼ -0.3704		—
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.5111	4.1111	▼ -0.4000	4.1111	▼ -0.4000		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.5434	4.5487	▲ 0.0053	4.6340	▲ 0.0906	4.4552	▼ -0.0882
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.5636	4.6376	▲ 0.0740	4.6340	▲ 0.0704	4.6416	▲ 0.0779
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.6321	4.6049	▼ -0.0272	4.6094	▼ -0.0227	4.6000	▼ -0.0321
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.6040	4.6513	▲ 0.0472	4.6863	▲ 0.0822	4.6129	▲ 0.0089
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.4990	4.5214	▲ 0.0224	4.4641	▼ -0.0349	4.5842	▲ 0.0852

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-101 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.
- การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การให้บริการ Contact Center

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กฟต.1

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจข้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟต.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-141 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟต.1 4.4970 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

2 คุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

3 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟท./PEA Shop

4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

5 การชำระค่าไฟฟ้า

6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟต.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง
- จุดอ่อนของ เขต คือ การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

แผนภาพที่ 4-142 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟต.1 4.7322 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

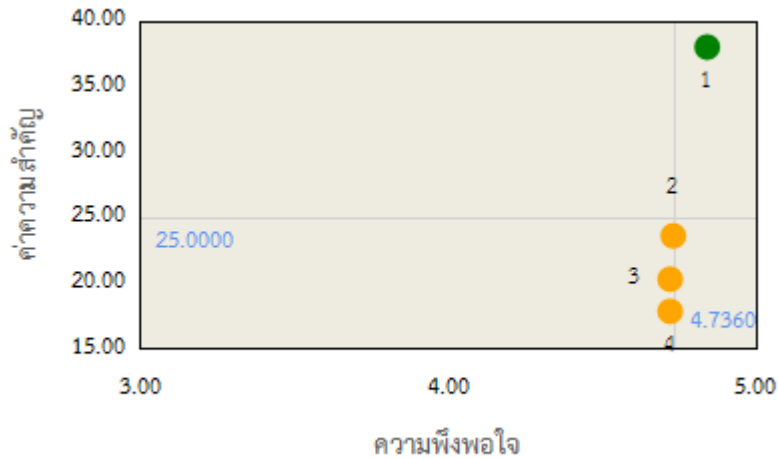
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกา)	1 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง
3 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย (ปรับปรุงเมื่อมีโอกา)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)	-
5 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน	

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟต.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-143 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟต.1 4.7360 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 2 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
- 3 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย
- 4 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟท. ในการชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ควรรักษาไว้

-

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กฟต.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
- จุดอ่อนของ เขต คือ มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-144 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กฟต.1 4.6085 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

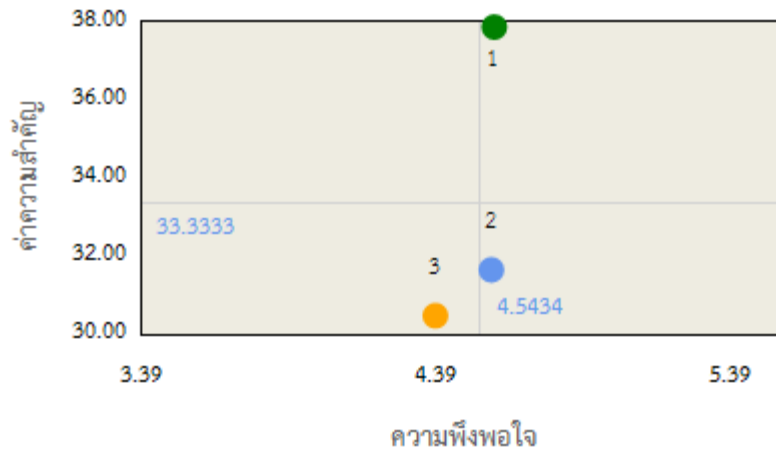
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)	1 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง
	3 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)	-
5 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ	

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กฟต.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-145 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

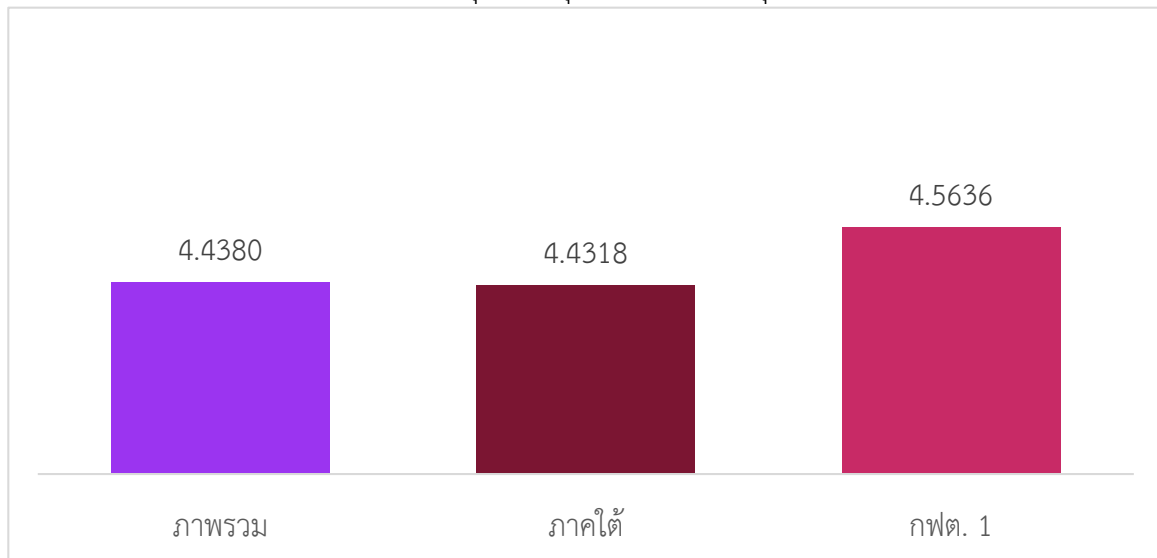


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟต.1 4.5434 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ* -	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์ 1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร 3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	สิ่งที่ควรรักษาไว้ 2 ความเพียงพอของไฟฟ้า

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-146 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



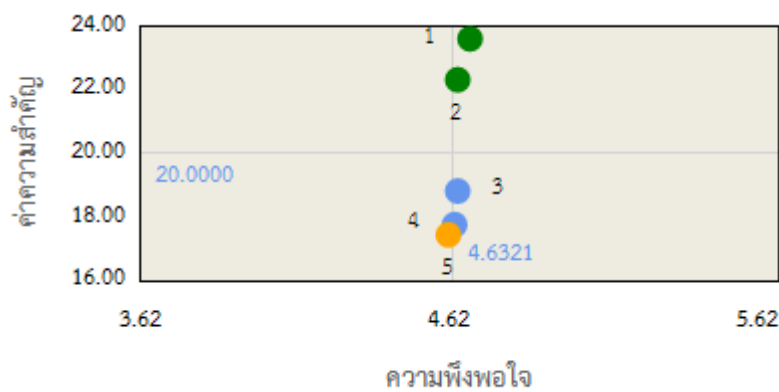
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดแข็งของ กฟต. 1

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม กฟต.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-147 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟต.1 4.6321 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- 2 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 5 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 3 จุดให้บริการมีความทันสมัย
- 4 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

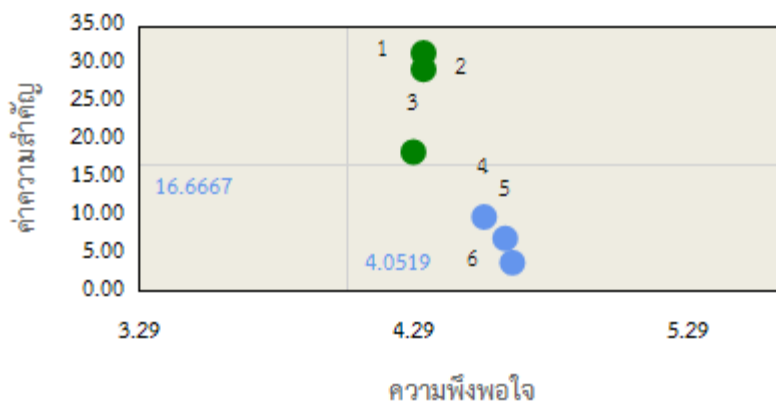
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟต.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-148 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟต.1 4.0519 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

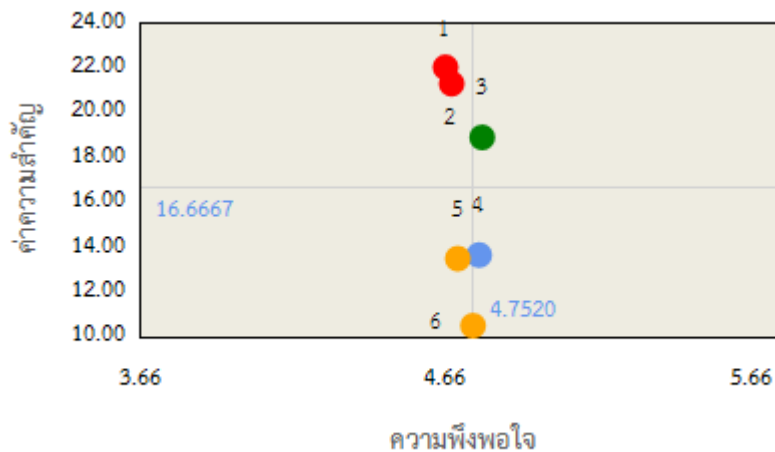
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟท./PEA Shop
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟต.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-149 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟต.1 4.7520 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟท./PEA Shop
6 การชำระค่าไฟฟ้า

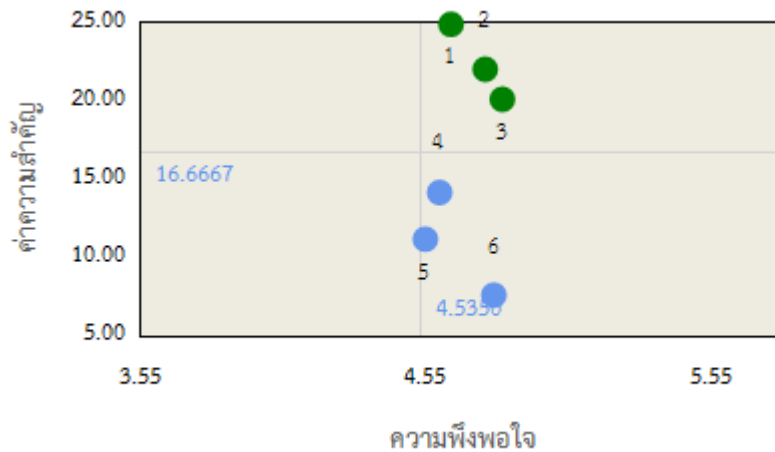
สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟต.1 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-150 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ กฟต.1 4.5350 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟท./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟต.1

กฟภ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-102 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	61.8182	28.3333	▼ -33.4848	84.2105	▲ 22.3923	60.0000	▼ -1.8182
Positive	26.8182	43.3333	▲ 16.5152	15.7895	▼ -11.0287	27.6923	▲ 0.8741
Hesitant	10.4545	26.6667	▲ 16.2121		—	10.7692	▲ 0.3147
At Risk	0.9091	1.6667	▲ 0.7576		—	1.5385	▲ 0.6294

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-102 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย*
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ*

ตารางที่ 4-103 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	61.8182	28.3333	▼ -33.4848	13.3333	▼ -48.4848	43.3333	▼ -18.4848
Positive	26.8182	43.3333	▲ 16.5152	40.0000	▲ 13.1818	46.6667	▲ 19.8485
Hesitant	10.4545	26.6667	▲ 16.2121	43.3333	▲ 32.8788	10.0000	▼ -0.4545
At Risk	0.9091	1.6667	▲ 0.7576	3.3333	▲ 2.4242		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-103 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม*

ตารางที่ 4-104 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	61.8182	84.2105	▲ 22.3923	81.2500	▲ 19.4318	85.7143	▲ 23.8961
Positive	26.8182	15.7895	▼ -11.0287	18.7500	▼ -8.0682	14.2857	▼ -12.5325
Hesitant	10.4545		—		—		—
At Risk	0.9091		—		—		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-104 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย*

ตารางที่ 4-105 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	60.7759	60.0000	▼ -0.7759	76.4706	▲ 15.6947	41.9355	▼ -18.8404
Positive	28.0172	27.6923	▼ -0.3249	17.6471	▼ -10.3702	38.7097	▲ 10.6924
Hesitant	10.3448	10.7692	▲ 0.4244	5.8824	▼ -4.4625	16.1290	▲ 5.7842
At Risk	0.8621	1.5385	▲ 0.6764		▼	3.2258	▲ 2.3637

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-105 พบว่า

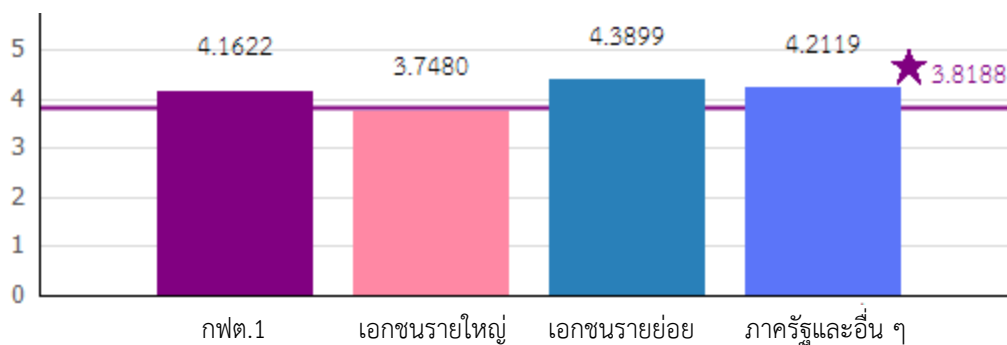
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าภาครัฐ
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กฟต.1

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.8188 ในขณะที่ กฟต.1 อยู่ที่ 4.1622 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-87

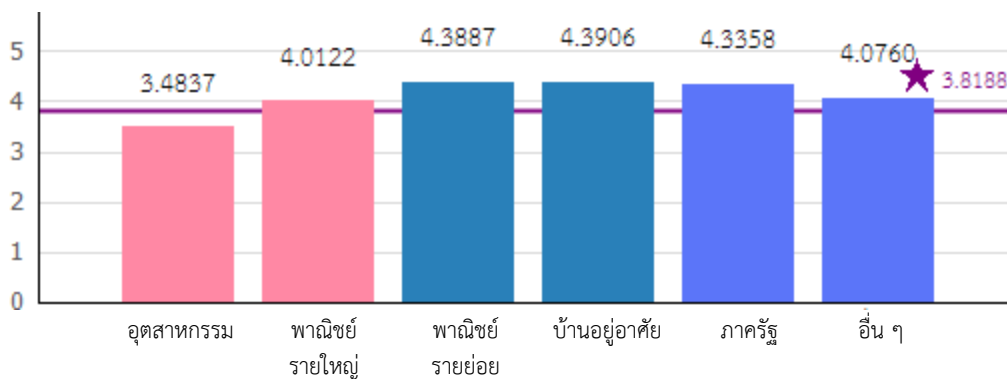
แผนภูมิที่ 4-87 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-88

แผนภูมิที่ 4-88 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



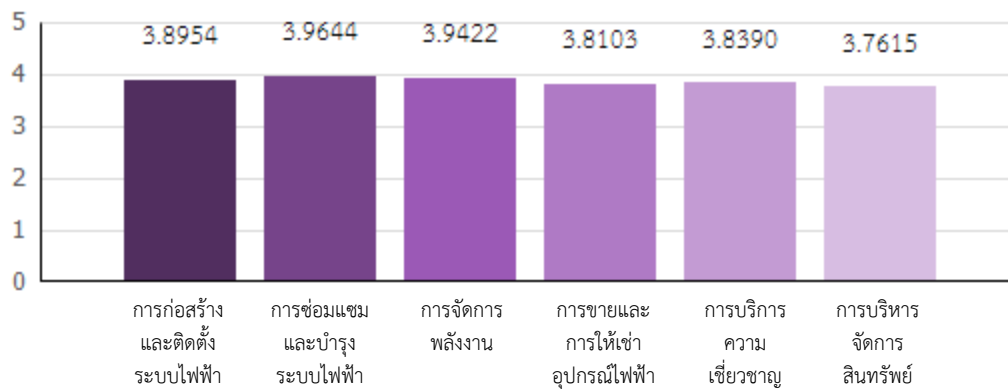
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กฟต.1

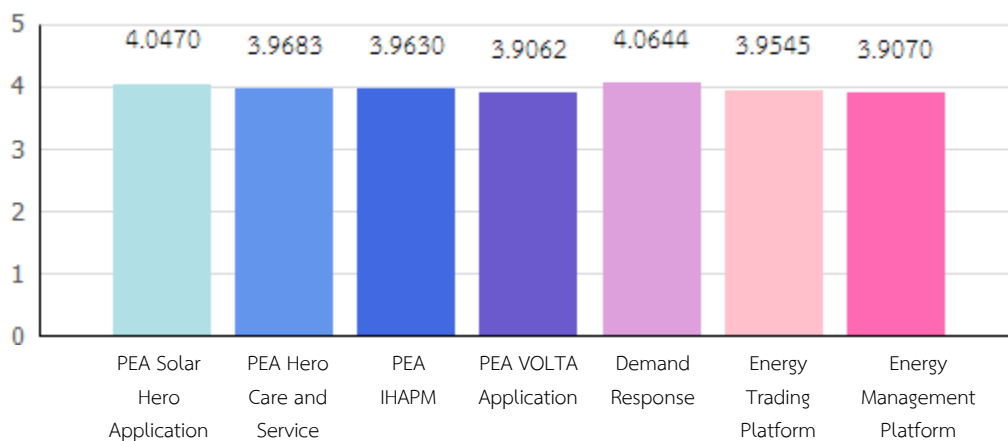
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในเขต กฟต.1 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้าเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การจัดการพลังงาน และอันดับสาม คือ ธุรกิจก่อสร้าง ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-89

แผนภูมิที่ 4-89 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในเขต กฟต.1 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ Demand Response เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ PEA Solar Hero Application และอันดับสาม คือ PEA Hero Care and Service ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-90

แผนภูมิที่ 4-90 ธุรกิจใหม่



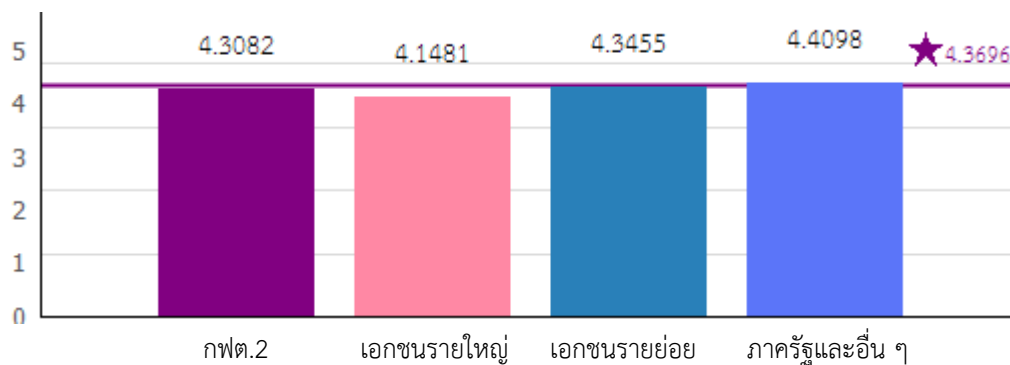
4.5.2 ผลการวิเคราะห์ กฟต.2

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กฟต.2

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.3696 ในขณะที่ กฟต.2 อยู่ที่ 4.3082 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-91

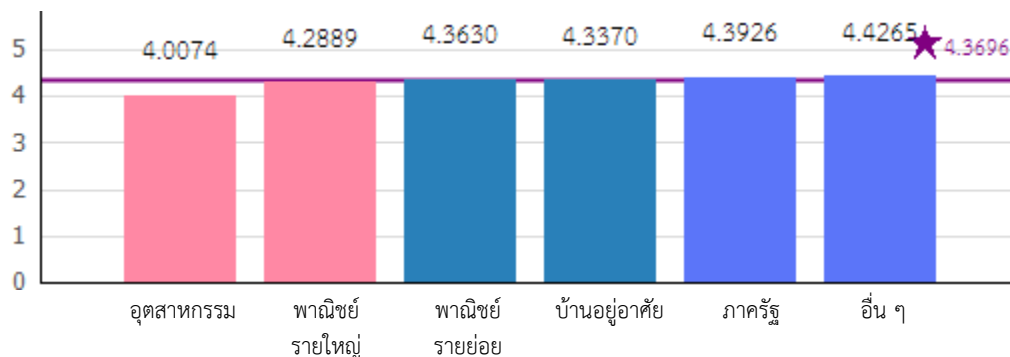
แผนภูมิที่ 4-91 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อื่น ๆ ภาครัฐ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-92

แผนภูมิที่ 4-92 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กฟต.2

ตารางที่ 4-106 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	☆ 4.5778	4.4444	▼ -0.1333	4.2593	▼ -0.3185	☆ 5.0000	▲ 0.4222
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	3.5333	3.0000	▼ -0.5333	2.4815	▼ -1.0519	4.5556	▲ 1.0222
การให้บริการมิเตอร์	☆ 4.6923	☆ 4.7778	▲ 0.0855	☆ 4.6667	▼ -0.0256	☆ 5.0000	▲ 0.3077
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4492	☆ 4.7500	▲ 0.3008	☆ 4.6296	▲ 0.1804	☆ 4.7778	▲ 0.3286
การชำระค่าไฟฟ้า	4.4188	4.7076	▲ 0.2888	4.5214	▲ 0.1026	☆ 4.8044	▲ 0.3856
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.1871	4.4478	▲ 0.2607	4.1111	▼ -0.0760	4.5741	▲ 0.3869
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.0707	3.8889	▼ -0.1818	3.8718	▼ -0.1989	4.1111	▲ 0.0404
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.4074	3.6667	▼ -0.7407	3.6667	▼ -0.7407		—
การให้บริการ Contact Center	4.4074	4.4444	▲ 0.0370	4.2889	▼ -0.1185	4.7037	▲ 0.2963
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.8148	☆ 4.8519	▲ 0.0370	☆ 4.7778	▼ -0.0370	☆ 5.0000	▲ 0.1852
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2593	4.2444	▼ -0.0148	4.1111	▼ -0.1481	4.3778	▲ 0.1185
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3417	4.3111	▼ -0.0306	4.2741	▼ -0.0676	4.3481	▲ 0.0064
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3166	4.3407	▲ 0.0242	4.2000	▼ -0.1166	4.4815	▲ 0.1649
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.3333	4.4542	▲ 0.1209	4.4444	▲ 0.1111	4.4636	▲ 0.1303
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.3187	4.3556	▲ 0.0369	4.3778	▲ 0.0591	4.3333	▲ 0.0147
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.1740	4.0815	▼ -0.0925	3.9926	▼ -0.1814	4.1704	▼ -0.0036

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-106 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การให้บริการมิเตอร์
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การให้บริการ Contact Center
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การให้บริการมิเตอร์
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขอขยายเขตรบบไฟฟ้า
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ตารางที่ 4-107 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	☆ 4.5778		—		—		—
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	3.5333		—		—		—
การให้บริการมิเตอร์	☆ 4.6923		—		—		—
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4492	4.3658	▼ -0.0834	☆ 4.3103	▼ -0.1389	4.3926	▼ -0.0566
การชำระค่าไฟฟ้า	4.4188	4.3185	▼ -0.1003	4.0651	▼ -0.3537	☆ 4.4390	▲ 0.0202
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.1871	3.9444	▼ -0.2427	3.6667	▼ -0.5205	4.0588	▼ -0.1283
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.0707	4.1111	▲ 0.0404	4.2593	▲ 0.1886	3.6667	▼ -0.4040
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.4074	☆ 4.4444	▲ 0.0370	☆ 4.3333	▼ -0.0741	☆ 4.5556	▲ 0.1481
การให้บริการ Contact Center	4.4074	☆ 4.3778	▼ -0.0296	☆ 4.3333	▼ -0.0741	4.4074	— 0.0000
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.8148	☆ 4.8889	▲ 0.0741		—	☆ 4.8889	▲ 0.0741
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2593	4.1111	▼ -0.1481	4.1111	▼ -0.1481		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3417	4.3504	▲ 0.0087	☆ 4.2889	▼ -0.0528	4.3807	▲ 0.0390
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3166	4.2821	▼ -0.0345	4.1852	▼ -0.1314	4.3297	▲ 0.0131
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	4.3333	4.2475	▼ -0.0859	4.1724	▼ -0.1609	4.2844	▼ -0.0490
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.3187	4.2723	▼ -0.0464	4.1704	▼ -0.1483	4.3224	▲ 0.0037
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.1740	4.1600	▼ -0.0141	4.1556	▼ -0.0184	4.1621	▼ -0.0119

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-107 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การให้บริการ Contact Center
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.

ตารางที่ 4-108 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	☆ 4.5778	4.6111	▲ 0.0333		—	4.6111	▲ 0.0333
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	3.5333	3.8889	▲ 0.3556		—	3.8889	▲ 0.3556
การให้บริการมิเตอร์	☆ 4.6923	4.6190	▼ -0.0733		—	4.6190	▼ -0.0733
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	4.4492	4.3968	▼ -0.0524	4.3185	▼ -0.1307	4.5926	▲ 0.1434
การชำระค่าไฟฟ้า	4.4188	4.3713	▼ -0.0475	4.1605	▼ -0.2583	☆ 4.7778	▲ 0.3590
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.1871	4.0409	▼ -0.1462	4.0864	▼ -0.1007	3.2222	▼ -0.9649
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.0707	☆ 4.6667	▲ 0.5960	☆ 4.3333	▲ 0.2626	☆ 5.0000	▲ 0.9293
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.4074	☆ 5.0000	▲ 0.5926	☆ 5.0000	▲ 0.5926		—
การให้บริการ Contact Center	4.4074	4.3333	▼ -0.0741	☆ 4.3333	▼ -0.0741		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	☆ 4.8148	☆ 4.7333	▼ -0.0815		—	☆ 4.7333	▼ -0.0815
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2593	4.4074	▲ 0.1481	☆ 4.4074	▲ 0.1481		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3417	4.3588	▲ 0.0171	4.2148	▼ -0.1269	4.4982	▲ 0.1565
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.3166	4.3443	▲ 0.0277	4.2000	▼ -0.1166	4.4839	▲ 0.1673
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	4.3333	4.3450	▲ 0.0117	4.1852	▼ -0.1481	4.5226	▲ 0.1893
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.3187	4.3515	▲ 0.0329	4.1259	▼ -0.1927	4.5699	▲ 0.2512
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.1740	4.2860	▲ 0.1120	4.0963	▼ -0.0777	4.4695	▲ 0.2955

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-108 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กฟต.2

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

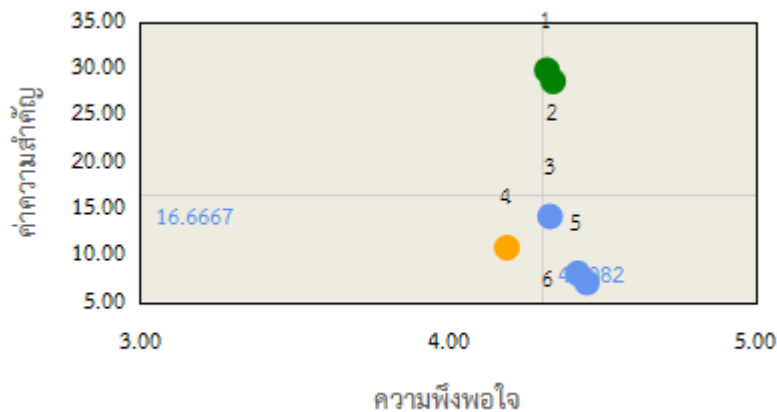
3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟต.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-151 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟต.2 4.3082 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

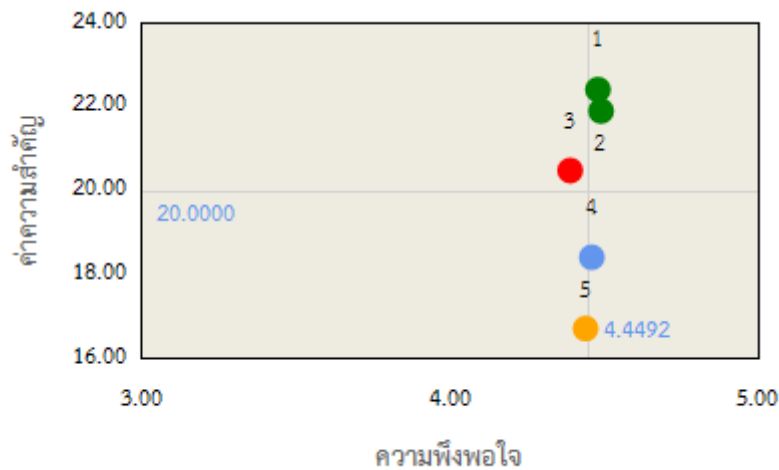
- 3 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟต.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์
- จุดอ่อนของ เขต คือ ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

แผนภาพที่ 4-152 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟต.2 4.4492 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

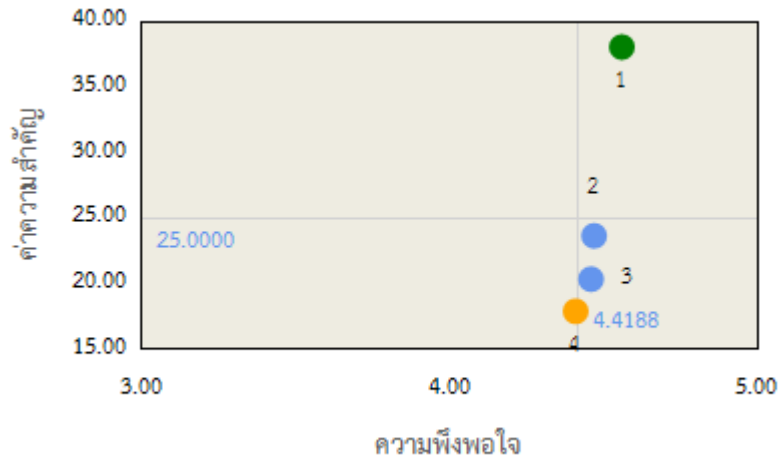
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
3 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย (ปรับปรุงเร่งด่วน)	1 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง
	2 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
5 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน	4 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟต.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-153 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟต.2 4.4188 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

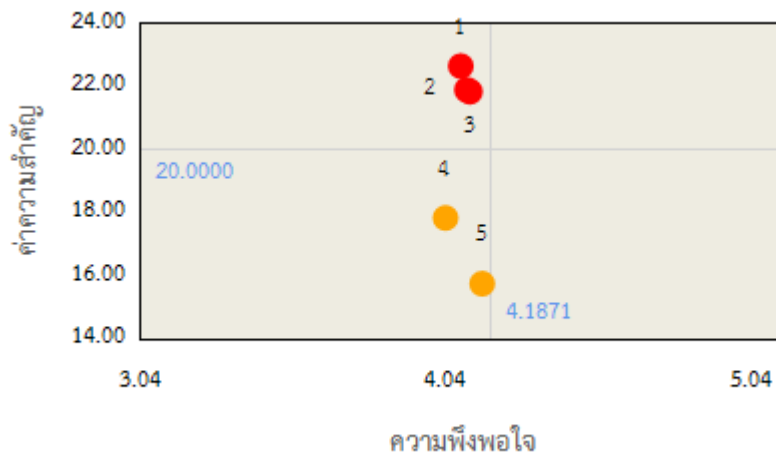
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟท. ในการชำระค่าไฟฟ้า	2 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)
	3 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กฟต.2 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ

แผนภาพที่ 4-154 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กฟต.2 4.1871 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

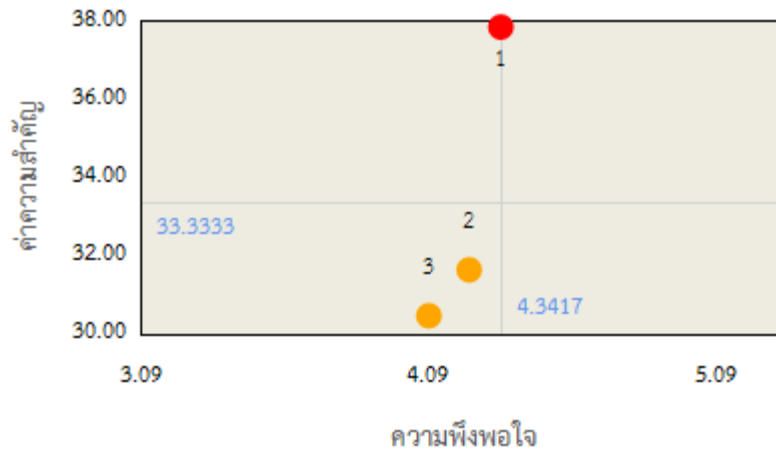
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	-
2 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
3 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)	-
5 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ	

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กฟต.2 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-155 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

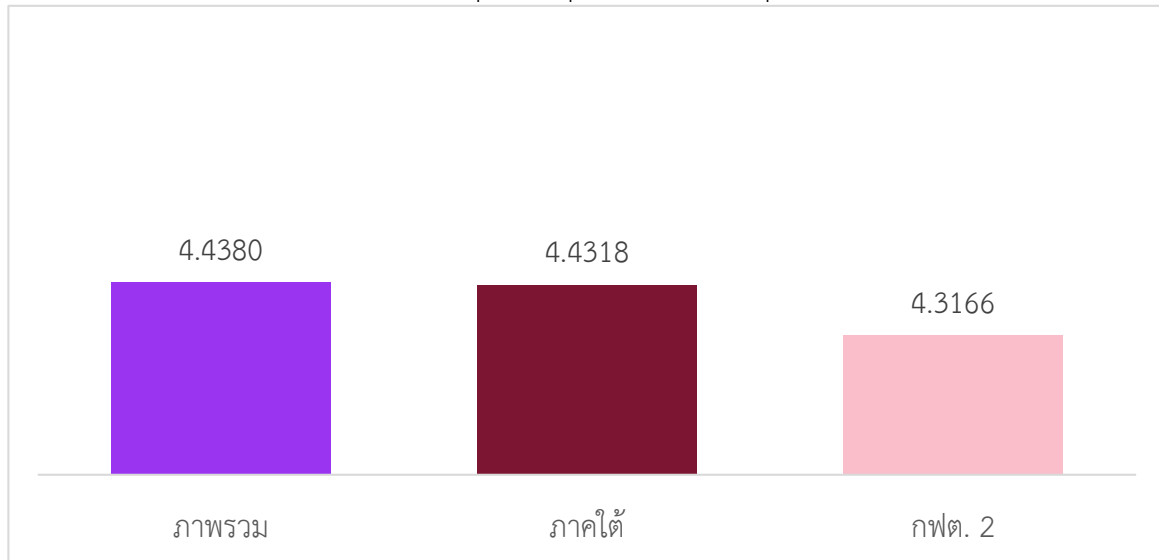


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟต.2 4.3417 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า (ปรับปรุงเร่งด่วน)	-
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
2 ความเพียงพอของไฟฟ้า	-
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-156 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



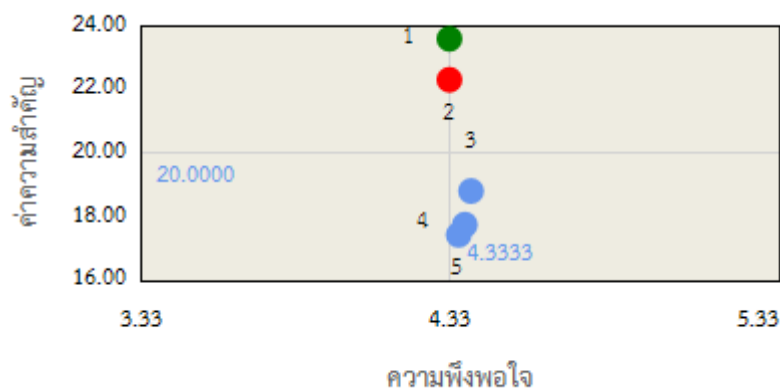
เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดอ่อนของ กฟต. 2

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม กฟต.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- จุดอ่อนของ เขต คือ จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-157 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟต.2 4.3333 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

2 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

3 จุดให้บริการมีความทันสมัย

4 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

5 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

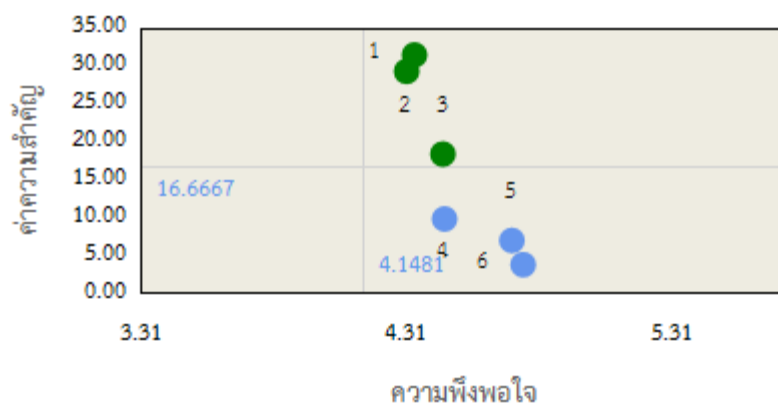
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟต.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-158 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟต.2 4.1481 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟท./PEA Shop
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟต.2 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์
- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-159 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟต.2 4.3455 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*
1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)
3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 คุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร
5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟท./PEA Shop
6 การชำระค่าไฟฟ้า

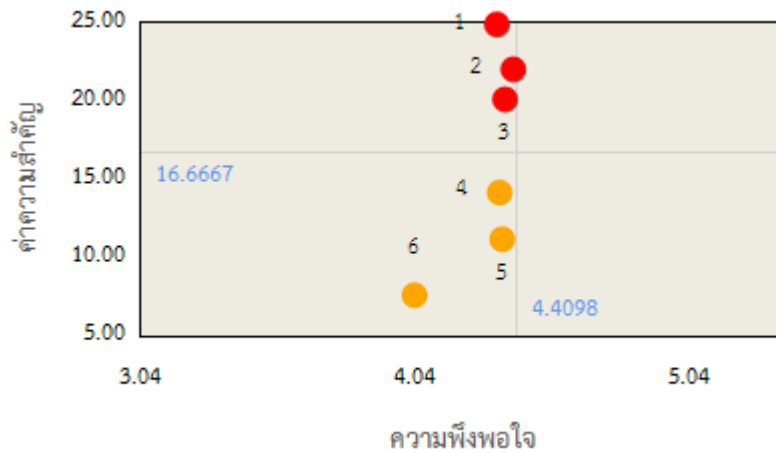
สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟต.2 พบว่า

- จุดอ่อนของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-160 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ กฟต.2 4.4098 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (ปรับปรุงเร่งด่วน)
- 2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)
- 3 การชำระค่าไฟฟ้า (ปรับปรุงเร่งด่วน)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

-

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

- 4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟท./PEA Shop
- 5 คุณภาพผลิตภัณฑ์
- 6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

-

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟต.2

กฟภ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-109 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	46.6981	40.0000	▼ -6.6981	53.8462	▲ 7.1480	42.6230	▼ -4.0752
Positive	38.6792	38.3333	▼ -0.3459	35.1648	▼ -3.5144	44.2623	▲ 5.5830
Hesitant	11.7925	15.0000	▲ 3.2075	8.7912	▼ -3.0012	13.1148	▲ 1.3223
At Risk	2.8302	6.6667	▲ 3.8365	2.1978	▼ -0.6324		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-109 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย*
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่*

ตารางที่ 4-110 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	46.6981	40.0000	▼ -6.6981	13.3333	▼ -33.3648	66.6667	▲ 19.9686
Positive	38.6792	38.3333	▼ -0.3459	56.6667	▲ 17.9874	20.0000	▼ -18.6792
Hesitant	11.7925	15.0000	▲ 3.2075	23.3333	▲ 11.5409	6.6667	▼ -5.1258
At Risk	2.8302	6.6667	▲ 3.8365	6.6667	▲ 3.8365	6.6667	▲ 3.8365

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-110 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่*
- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่*

ตารางที่ 4-111 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	46.6981	53.8462	▲ 7.1480	60.0000	▲ 13.3019	50.8197	▲ 4.1216
Positive	38.6792	35.1648	▼ -3.5144	26.6667	▼ -12.0126	39.3443	▲ 0.6650
Hesitant	11.7925	8.7912	▼ -3.0012	6.6667	▼ -5.1258	9.8361	▼ -1.9564
At Risk	2.8302	2.1978	▼ -0.6324	6.6667	▲ 3.8365		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-111 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย*
- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อยที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายย่อย*

ตารางที่ 4-112 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	46.6981	42.6230	▼ -4.0752	46.6667	▼ -0.0314	38.7097	▼ -7.9884
Positive	38.6792	44.2623	▲ 5.5830	53.3333	▲ 14.6541	35.4839	▼ -3.1954
Hesitant	11.7925	13.1148	▲ 1.3223		—	25.8065	▲ 14.0140
At Risk	2.8302		—		—		—

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

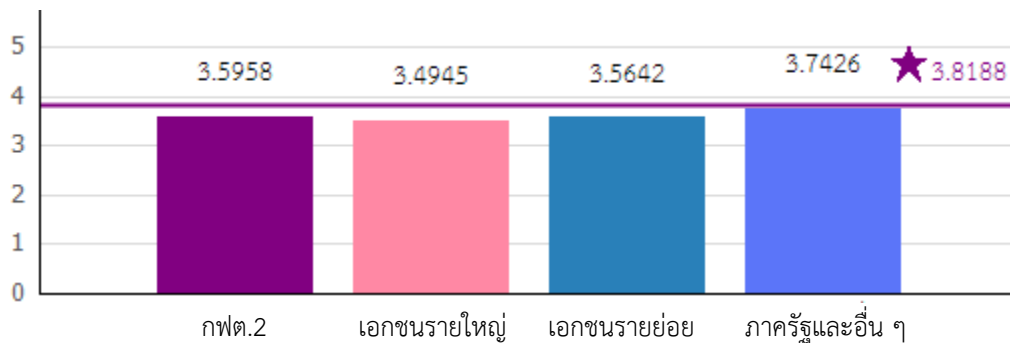
เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-112

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กฟต.2

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.8188 ในขณะที่ กฟต.2 อยู่ที่ 3.5958 กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ภาครัฐ และอื่น ๆ ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-93

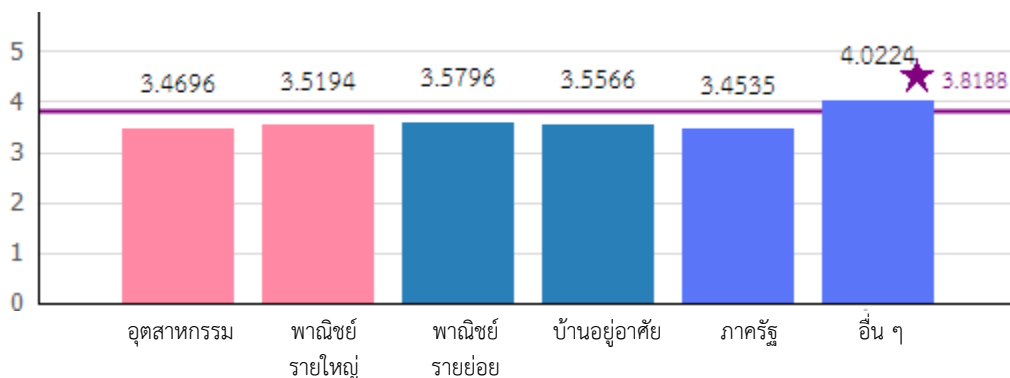
แผนภูมิที่ 4-93 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-94

แผนภูมิที่ 4-94 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



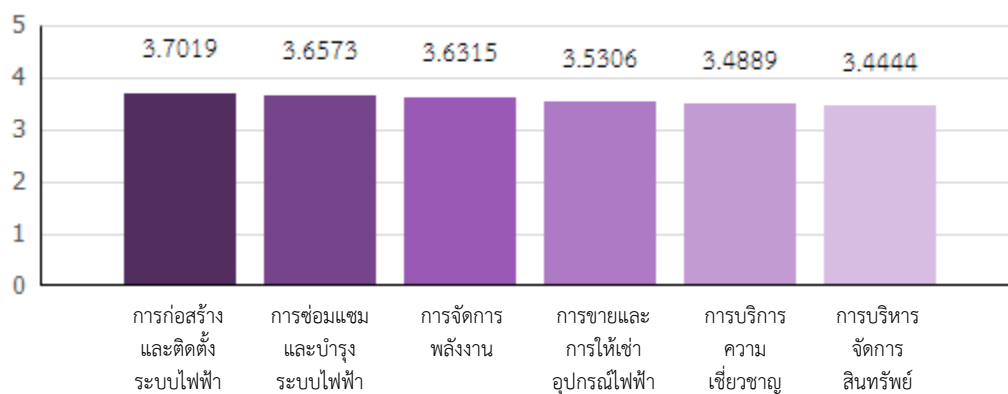
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กฟต.2

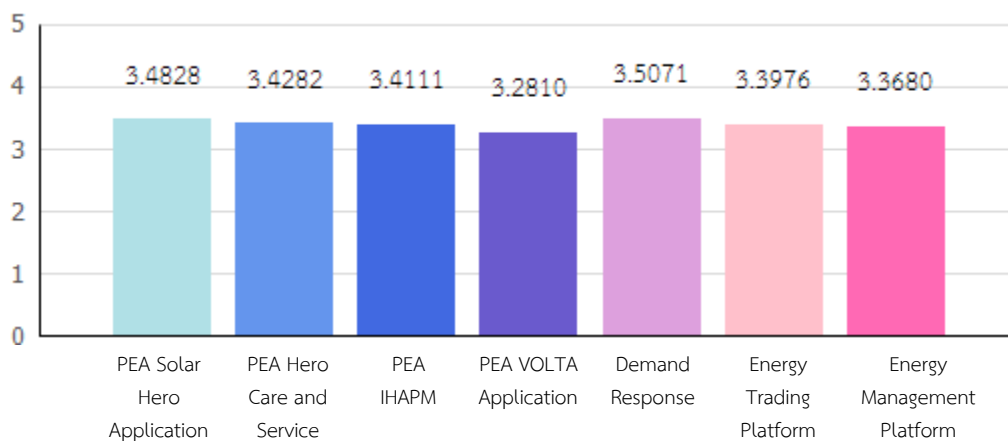
จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในเขต กฟต.2 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ ธุรกิจก่อสร้างเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า และอันดับสาม คือ การจัดการพลังงาน ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-95

แผนภูมิที่ 4-95 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในเขต กฟต.2 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ Demand Response เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ PEA Solar Hero Application และอันดับสาม คือ PEA Hero Care and Service ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-96

แผนภูมิที่ 4-96 ธุรกิจใหม่



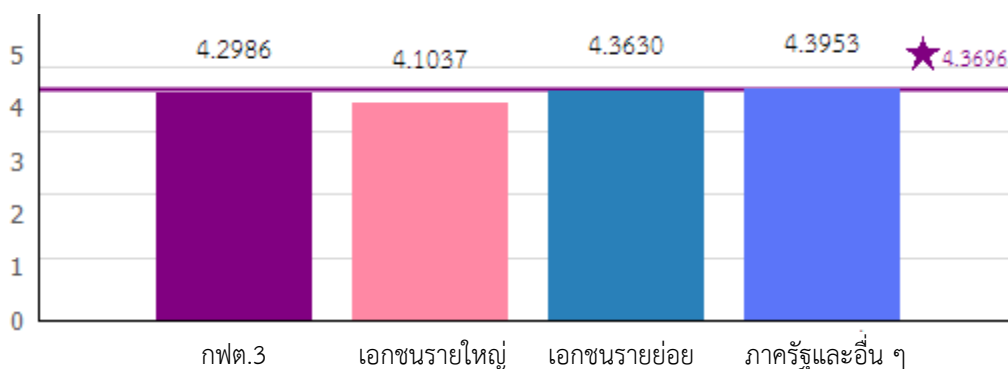
4.5.3 ผลการวิเคราะห์ กฟต.3

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม

กฟต.3

จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 4.3696 ในขณะที่ กฟต.3 อยู่ที่ 4.2986 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-97

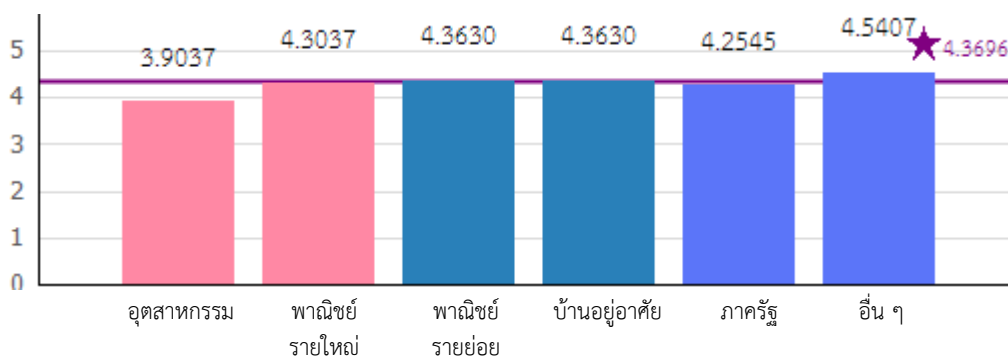
แผนภูมิที่ 4-97 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่า ระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-98

แผนภูมิที่ 4-98 คะแนนความพึงพอใจโดยรวมแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจตามหัวข้อการสำรวจ

กฟต.3

ตารางที่ 4-113 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.2381	3.5926	▼ -0.6455	3.0741	▼ -1.1640	4.1111	▼ -0.1270
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	3.8254	3.6667	▼ -0.1587	3.2963	▼ -0.5291	4.4074	▲ 0.5820
การให้บริการมิเตอร์	4.1453	3.6032	▼ -0.5421	3.7556	▼ -0.3897	3.2222	▼ -0.9231
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.6237	★ 4.6379	▲ 0.0141	★ 4.7333	▲ 0.1096	4.6162	▼ -0.0076
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.6194	★ 4.6444	▲ 0.0250	★ 4.6364	▲ 0.0169	★ 4.6481	▲ 0.0287
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4383	4.4630	▲ 0.0247	4.0123	▼ -0.4259	★ 4.7333	▲ 0.2951
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3651	4.3778	▲ 0.0127	4.3131	▼ -0.0519	4.5556	▲ 0.1905
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.0123	3.6667	▼ -0.3457	3.6667	▼ -0.3457		—
การให้บริการ Contact Center	4.1605	4.2000	▲ 0.0395	4.2000	▲ 0.0395		—
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.5111	★ 4.5556	▲ 0.0444	★ 4.5556	▲ 0.0444		—
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2323	4.4667	▲ 0.2343	4.2593	▲ 0.0269	★ 4.7778	▲ 0.5455
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3913	4.2741	▼ -0.1172	4.0519	▼ -0.3394	4.4963	▲ 0.1050
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4102	4.2148	▼ -0.1954	3.8889	▼ -0.5213	4.5407	▲ 0.1305
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	★ 4.5659	4.4756	▼ -0.0903	4.3148	▼ -0.2511	4.6239	▲ 0.0580
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.3681	4.2519	▼ -0.1162	4.1111	▼ -0.2570	4.3926	▲ 0.0245
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2859	4.0222	▼ -0.2637	3.9037	▼ -0.3822	4.1407	▼ -0.1452

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-113 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การให้บริการ Contact Center

ลูกค้าอุตสาหกรรมให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การให้บริการ Contact Center

ลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การชำระค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การขยายเขตระบบไฟฟ้า
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.

ตารางที่ 4-114 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.2381	4.3333	▲ 0.0952	4.1111	▼ -0.1270	4.5556	▲ 0.3175
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	3.8254		—		—		—
การให้บริการมิเตอร์	4.1453	★ 4.7778	▲ 0.6325	4.5556	▲ 0.4103	★ 5.0000	▲ 0.8547
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.6237	★ 4.6111	▼ -0.0126	★ 4.6741	▲ 0.0504	★ 4.5785	▼ -0.0452
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.6194	4.6000	▼ -0.0194	★ 4.7037	▲ 0.0843	4.5481	▼ -0.0713
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4383	4.4265	▼ -0.0117	★ 4.7037	▲ 0.2654	4.3131	▼ -0.1251
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3651	4.4444	▲ 0.0794		—	4.4444	▲ 0.0794
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.0123	3.9630	▼ -0.0494		—	3.9630	▼ -0.0494
การให้บริการ Contact Center	4.1605	4.1111	▼ -0.0494		—	4.1111	▼ -0.0494
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.5111	4.2889	▼ -0.2222	4.1111	▼ -0.4000	4.3333	▼ -0.1778
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2323	3.8444	▼ -0.3879		—	3.8444	▼ -0.3879
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3913	4.3877	▼ -0.0036	4.4963	▲ 0.1050	4.3333	▼ -0.0579
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4102	4.4420	▲ 0.0318	4.4519	▲ 0.0416	4.4370	▲ 0.0268
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop	★ 4.5659	★ 4.6063	▲ 0.0405	4.6089	0.0430	★ 4.6049	0.0390
การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.	4.3681	4.3136	▼ -0.0545	4.2889	▼ -0.0792	4.3259	▼ -0.0422
การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2859	4.3235	▲ 0.0375	4.3333	▲ 0.0474	4.3185	▲ 0.0326

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-114 พบว่า

ลูกค้าเอกชนรายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าพาณิชย์รายย่อยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การชำระค่าไฟฟ้า
- การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การให้บริการมิเตอร์
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ลูกค้าบ้านอยู่อาศัยให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ

ตารางที่ 4-115 ผลคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่น ๆ		ภาครัฐ		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง	ค่าเฉลี่ย	ผลต่าง
การขอติดตั้งไฟฟ้า	4.2381	4.5214	▲ 0.2833	★ 4.5556	▲ 0.3175	4.5185	▲ 0.2804
การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า	3.8254	4.1111	▲ 0.2857	4.3333	▲ 0.5079	3.9630	▲ 0.1376
การให้บริการมิเตอร์	4.1453	★ 4.7778	▲ 0.6325	★ 4.5556	▲ 0.4103	★ 5.0000	▲ 0.8547
การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า	★ 4.6237	4.6389	▲ 0.0152	4.4921	▼ -0.1317	4.8444	▲ 0.2207
การชำระค่าไฟฟ้า	★ 4.6194	4.6402	▲ 0.0208	4.4844	▼ -0.1350	★ 4.8693	▲ 0.2499
การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.4383	4.4248	▼ -0.0134	4.4248	▼ -0.0134		—
การแก้ไขปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง	4.3651	4.1111	▼ -0.2540	4.1111	▼ -0.2540		—
การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ	4.0123	4.3333	▲ 0.3210	3.6667	▼ -0.3457	★ 5.0000	▲ 0.9877
การให้บริการ Contact Center	4.1605	4.1111	▼ -0.0494	4.1111	▼ -0.0494	4.1111	▼ -0.0494
การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	4.5111	★ 4.8519	▲ 0.3407		—	★ 4.8519	▲ 0.3407
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.2323	★ 5.0000	▲ 0.7677	★ 5.0000	▲ 0.7677		—
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.3913	4.5118	▲ 0.1206	4.3118	▼ -0.0794	4.7185	▲ 0.3273
ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.4102	4.5556	▲ 0.1453	4.4122	▲ 0.0020	4.7037	▲ 0.2935
สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟผ./PEA Shop	★ 4.5659	4.5983	▲ 0.0324	4.4203	▼ -0.1456	4.7395	▲ 0.1736
การติดต่อสื่อสารกับ กฟผ.	4.3681	4.5628	▲ 0.1948	4.4265	▲ 0.0584	4.7037	▲ 0.3356
การดำเนินงานของ กฟผ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ	4.2859	4.4900	▲ 0.2040	4.3692	▲ 0.0832	4.6148	▲ 0.3289

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในประเด็นนั้นๆ

ผลต่าง คือ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในประเด็นนั้นๆ ในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเปรียบเทียบกับกลุ่มลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

▼ ค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมในประเด็นนั้นๆ

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 1

★ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 2

☆ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับที่ 3

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-115 พบว่า

ลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การให้บริการมิเตอร์
- การชำระค่าไฟฟ้า

- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

ลูกค้าภาครัฐให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การให้บริการมิเตอร์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

ลูกค้าอื่น ๆ ให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าในภาพรวมในเรื่องของ

- การให้บริการมิเตอร์
- การจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- การชำระค่าไฟฟ้า
- การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
- การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
- สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop
- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- การติดต่อสื่อสารกับ กฟภ.
- ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- การดำเนินงานของ กฟภ. ในสถานการณ์ไม่ปกติ
- การขอติดตั้งไฟฟ้า
- การขอขยายเขตระบบไฟฟ้า

3.1. การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

กฟต.3

รายละเอียดการวิเคราะห์เพิ่มเติม

- 1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าในภาพรวม 4.3945 คะแนน
- 2) *กรณีอยู่ในกลุ่ม “สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ” ให้เปรียบเทียบกับความพึงพอใจโดยรวม (4.3945 คะแนน) เพิ่มเติม (หมายเหตุ: อ้างอิง * ตามคำอธิบายใต้แผนภาพ)
 - หากคะแนนมากกว่า หมายถึง ยังทำได้ดี ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส
 - หากคะแนนน้อยกว่า หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน
- 3) จุดตัดแกนความพึงพอใจและจุดตัดค่าความสำคัญ
 - จุดตัดความพึงพอใจ คำนวณจาก ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการนั้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าแต่ละพื้นที่
 - จุดตัดค่าความสำคัญ คำนวณจาก ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในแต่ละหัวข้อ
- 4) การบริการที่มีแนวโน้มความพึงพอใจช้อย่อยแตกต่างจากความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นที่ยังไม่ถูกสอบถาม แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

3.1 ภาพรวม

3.1.1 การบริการโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวม กฟต.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 4-161 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้า กฟต.3 4.2986 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการโดยรวม

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

- 1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2 คุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

- 3 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟท./PEA Shop
- 4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
- 5 การชำระค่าไฟฟ้า
- 6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.1.2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟต.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง
- จุดอ่อนของ เขต คือ การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

แผนภาพที่ 4-162 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟต.3 4.6237 คะแนน (ข้อ B7)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

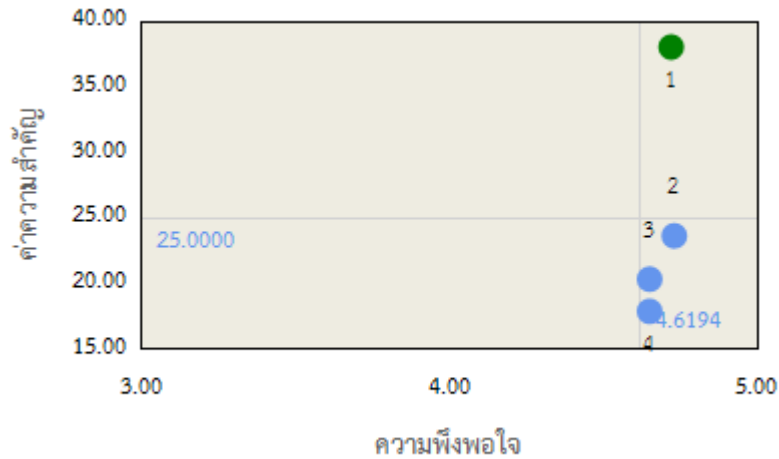
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
2 การให้บริการ แจ้งค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกา)	1 ใบแจ้งค่าไฟฟ้ามีความถูกต้อง
3 ช่องทางการแจ้งค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย (ปรับปรุงเมื่อมีโอกา)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 ช่องทางแจ้งค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ได้รับเสมอ)
	5 มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนครบกำหนดชำระเงิน

3.1.3 การชำระค่าไฟฟ้า

เมื่อวิเคราะห์ด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม กฟต.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

แผนภาพที่ 4-163 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการชำระค่าไฟฟ้าในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชำระค่าไฟฟ้าของกลุ่มลูกค้า กฟต.3 4.6194 คะแนน (ข้อ B11)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการชำระค่าไฟฟ้า

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

-

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 การให้บริการ ชำระค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางออนไลน์

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

-

สิ่งที่ควรรักษาไว้

2 การชำระค่าไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ (ชำระได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง)

3 ช่องทางชำระค่าไฟฟ้ามีความหลากหลาย

4 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ กฟท. ในการชำระค่าไฟฟ้า

3.1.4 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

เมื่อวิเคราะห์ด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม กฟต.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
- จุดอ่อนของ เขต คือ มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-164 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้องของกลุ่มลูกค้า กฟต.3 4.4383 คะแนน (ข้อ B15)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

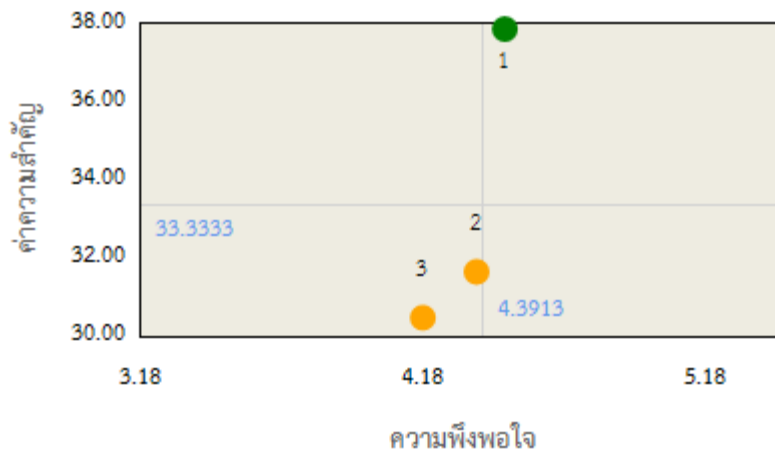
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
1 มีการชี้แจงสาเหตุ และ ระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	3 ความสุภาพและน้ำเสียงของพนักงานในการให้บริการ
2 มีการติดตาม และ แจ้งผลการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง (ปรับปรุงเร่งด่วน)	
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
4 ช่องทางในการแจ้งไฟฟ้าขัดข้องมีประสิทธิภาพ (สะดวก มีผู้รับเรื่อง)	-
5 มีการรับเรื่อง สอบถามรายละเอียดไฟฟ้าขัดข้องอย่างมีประสิทธิภาพ	

3.1.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อวิเคราะห์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กฟต.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-165 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

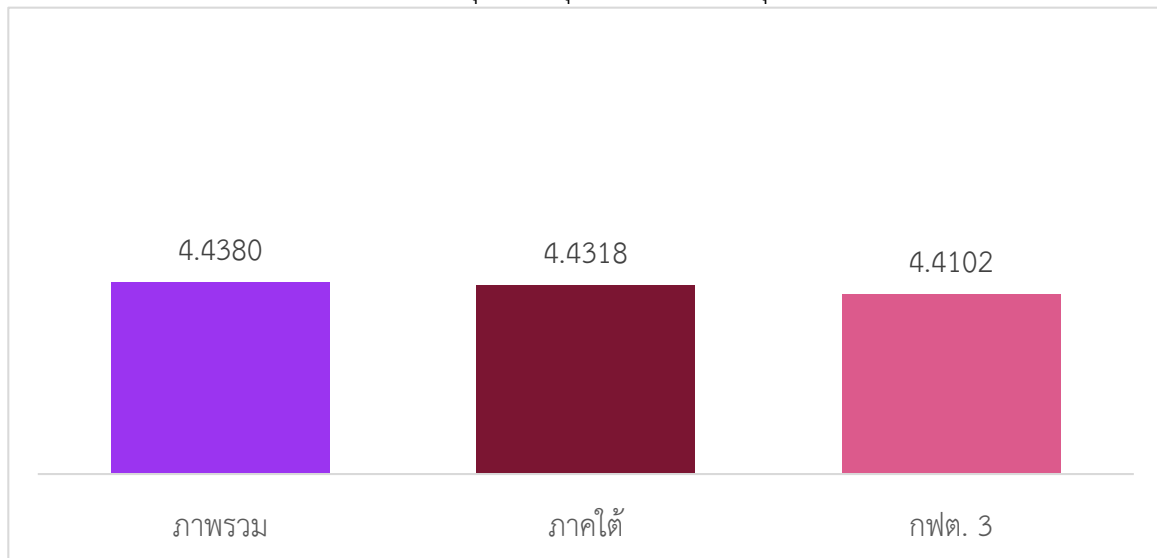


- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า กฟต.3 4.3913 คะแนน (ข้อ B22)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความปลอดภัยของระบบจ่ายไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
2 ความเพียงพอของไฟฟ้า	-
3 ความเสถียรของไฟฟ้า (ไม่มีไฟดับ ไฟกะพริบ ไฟตก)	

3.1.6 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ

แผนภาพที่ 4-166 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ



เมื่อวิเคราะห์ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เป็นจุดอ่อนของ กฟต. 3

3.1.7 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop

เมื่อวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม กฟต.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน
- จุดอ่อนของ เขต คือ จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ

แผนภาพที่ 4-167 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟภ./PEA Shop ในภาพรวม



- หมายเหตุ :**
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟภ. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานของกลุ่มลูกค้า กฟต.3 4.5659 คะแนน (ข้อ B25)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*

2 จุดให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ (ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส)

สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์

1 จุดให้บริการมีการจัดแบ่งประเภทบริการที่ชัดเจน

สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร

4 จุดให้บริการเปิดทำการในเวลาที่เหมาะสม

5 มีจุดให้บริการครอบคลุมทั่วถึง

สิ่งที่ควรรักษาไว้

3 จุดให้บริการมีความทันสมัย

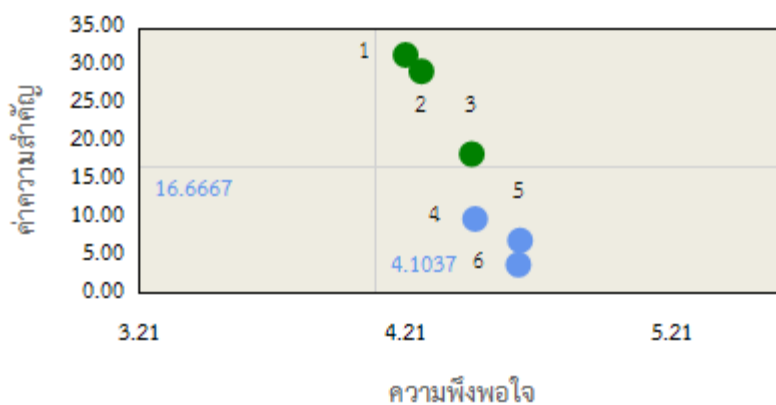
3.2 วิเคราะห์แยกรายประเภทลูกค้า

3.2.1 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม กฟต.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-168 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายใหญ่ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ กฟต.3 4.1037 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟท./PEA Shop
	5 การชำระค่าไฟฟ้า
	6 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า

3.2.2 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อย

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม กฟต.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

แผนภาพที่ 4-169 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าเอกชนรายย่อยในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าเอกชนรายย่อย กฟต.3 4.3630 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

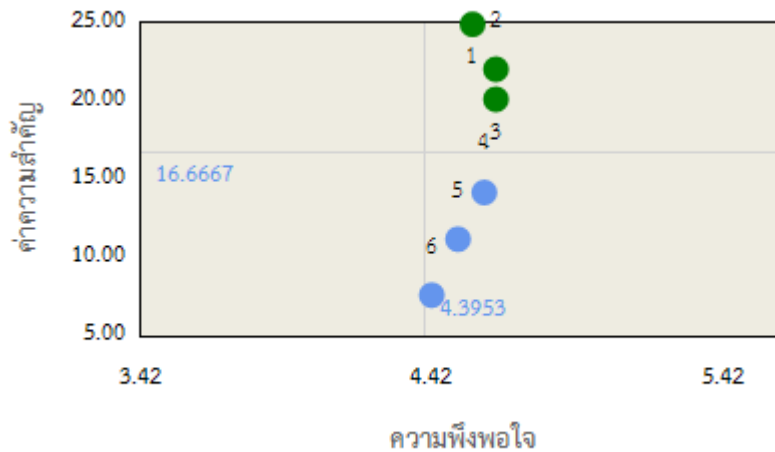
สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	3 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	5 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟท./PEA Shop
	6 การชำระค่าไฟฟ้า

3.2.3 วิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม กฟต.3 พบว่า

- จุดแข็งของ เขต คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า การชำระค่าไฟฟ้า

แผนภาพที่ 4-170 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ในภาพรวม



- หมายเหตุ :
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟท. 4.3945 คะแนน
 - จุดตัดความพึงพอใจ = ความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ กฟต.3 4.3953 คะแนน (ข้อ A1)
 - จุดตัดค่าความสำคัญ = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ

สิ่งที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ*	สิ่งที่ต้องรักษาไว้และประชาสัมพันธ์
-	1 ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ
	2 การได้รับแจ้งค่าไฟฟ้า
	3 การชำระค่าไฟฟ้า
สิ่งที่ควรดูแลเมื่อมีทรัพยากร	สิ่งที่ควรรักษาไว้
-	4 สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงาน กฟท./PEA Shop
	5 คุณภาพผลิตภัณฑ์
	6 การแจ้งการเกิดปัญหาไฟฟ้าขัดข้อง

4. วิเคราะห์ความภักดี

กฟต.3

กฟภ. สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโดยมองลูกค้าเป็นสินทรัพย์ 4 ประเภทกล่าวคือ

ลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี ตั้งใจที่จะแนะนำ และ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี (Positive)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ดี แต่อาจเปลี่ยนใจหากมีผู้ให้บริการอื่นๆ เข้ามาเสนอข้อเสนอดีกว่า
ลูกค้าที่ลังเล (Hesitant)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำ หรือใช้ ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคต
ลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk)	ลูกค้าที่มอง กฟภ. ในทางที่ไม่ดี และ จะไม่แนะนำ หรือ ใช้ผลิตภัณฑ์ และ บริการของ กฟภ. ในอนาคตอย่างแน่นอน

โดยหากวิเคราะห์แยกตามประเภทลูกค้าจะสามารถทราบถึงความแข็งแกร่งของสินทรัพย์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-116 ผลคะแนนความภักดีจำแนกตามประเภทลูกค้าตามบริบทองค์กร

	ภาพรวม		เอกชนรายใหญ่		เอกชนรายย่อย		ภาครัฐและอื่น ๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	40.2844	33.3333	▼ -6.9510	37.7778	▼ -2.5066	50.8197	▲ 10.5353	
Positive	46.9194	43.3333	▼ -3.5861	58.8889	▲ 11.9695	32.7869	▼ -14.1325	
Hesitant	9.9526	16.6667	▲ 6.7141	2.2222	▼ -7.7304	14.7541	▲ 4.8015	
At Risk	2.8436	6.6667	▲ 3.8231	1.1111	▼ -1.7325	1.6393	▼ -1.2043	

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้น ๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-116 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่น ๆ*
- กลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กรที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟภ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่*

ตารางที่ 4-117 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายใหญ่

	ภาพรวม	เอกชนรายใหญ่		อุตสาหกรรม		พาณิชย์รายใหญ่	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	40.2844	33.3333	▼ -6.9510	20.0000	▼ -20.2844	46.6667	▲ 6.3823
Positive	46.9194	43.3333	▼ -3.5861	53.3333	▲ 6.4139	33.3333	▼ -13.5861
Hesitant	9.9526	16.6667	▲ 6.7141	16.6667	▲ 6.7141	16.6667	▲ 6.7141
At Risk	2.8436	6.6667	▲ 3.8231	10.0000	▲ 7.1564	3.3333	▲ 0.4897

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-117 พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่
- กลุ่มลูกค้าเอกชนรายใหญ่ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม กลุ่มลูกค้าพาณิชย์รายใหญ่

ตารางที่ 4-118 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าเอกชนรายย่อย

	ภาพรวม	เอกชนรายย่อย		พาณิชย์รายย่อย		บ้านอยู่อาศัย	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	40.2844	37.7778	▼ -2.5066	40.0000	▼ -0.2844	36.6667	▼ -3.6177
Positive	46.9194	58.8889	▲ 11.9695	56.6667	▲ 9.7472	60.0000	▲ 13.0806
Hesitant	9.9526	2.2222	▼ -7.7304	3.3333	▼ -6.6193	1.6667	▼ -8.2859
At Risk	2.8436	1.1111	▼ -1.7325		—	1.6667	▼ -1.1769

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-118

ตารางที่ 4-119 ผลคะแนนความภักดีของลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ

	ภาพรวม	ภาครัฐและอื่นๆ		ภาครัฐ		อื่นๆ	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง	ร้อยละ	ผลต่าง
Loyal	40.2844	50.8197	▲ 10.5353	48.3871	▲ 8.1027	53.3333	▲ 13.0490
Positive	46.9194	32.7869	▼ -14.1325	45.1613	▼ -1.7581	20.0000	▼ -26.9194
Hesitant	9.9526	14.7541	▲ 4.8015	6.4516	▼ -3.5010	23.3333	▲ 13.3807
At Risk	2.8436	1.6393	▼ -1.2043		—	3.3333	▲ 0.4897

หมายเหตุ ร้อยละ คือ ร้อยละของประเภทลูกค้ากลุ่มต่างๆ

ผลต่าง คือ ค่าความแตกต่างระหว่างร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ กับสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▲ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

▼ ค่าร้อยละของสัดส่วนลูกค้าประเภทนั้นๆ ที่ต่ำกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังแสดงในตารางที่ 4-119 พบว่า

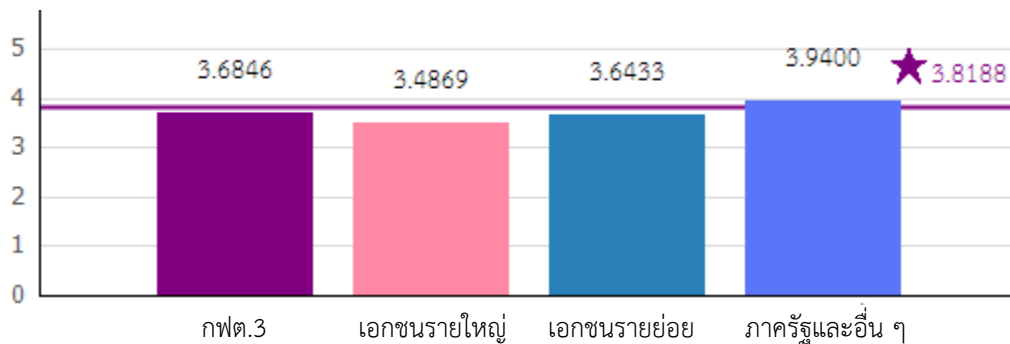
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความภักดี (Loyal) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรรักษาไว้ คือ *กลุ่มลูกค้าภาครัฐ กลุ่มลูกค้าอื่นๆ*
- กลุ่มลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ ที่มีสัดส่วนของลูกค้าที่มีความเสี่ยง (At Risk) สูงกว่าสัดส่วนลูกค้าในภาพรวมที่ กฟผ. ควรดูแลเป็นพิเศษ คือ *กลุ่มลูกค้าอื่นๆ*

5. การวิเคราะห์ความผูกพัน

กฟต.3

จากผลการศึกษาพบว่าความผูกพันโดยรวมของ ภาค ในปีนี้อยู่ในระดับที่ 3.8188 ในขณะที่ กฟต.3 อยู่ที่ 3.6846 โดยที่หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ภาครัฐและอื่น ๆ และ กลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย ดังนั้น เขต ควรที่จะดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-99

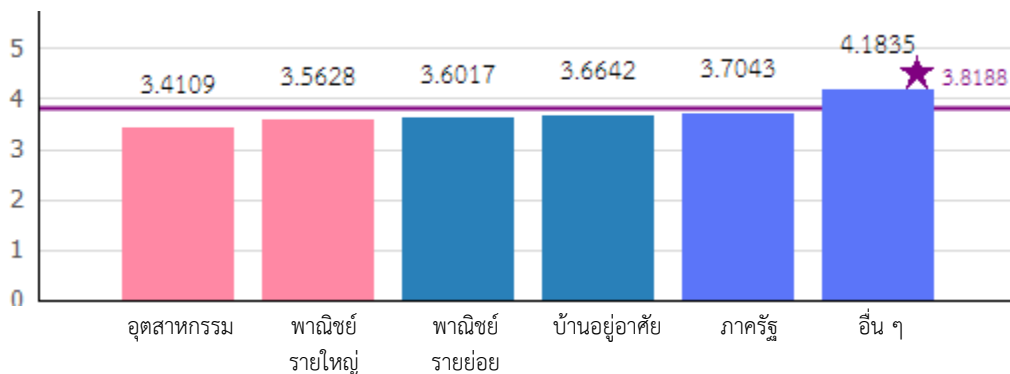
แผนภูมิที่ 4-99 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าตามบริบทองค์กร



หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

และ หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มลูกค้าย่อย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ให้คะแนนสูงกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ อุตสาหกรรม พาณิชย์รายใหญ่ พาณิชย์รายย่อย บ้านอยู่อาศัย ภาครัฐ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-100

แผนภูมิที่ 4-100 คะแนนความผูกพันแยกกลุ่มลูกค้าย่อย



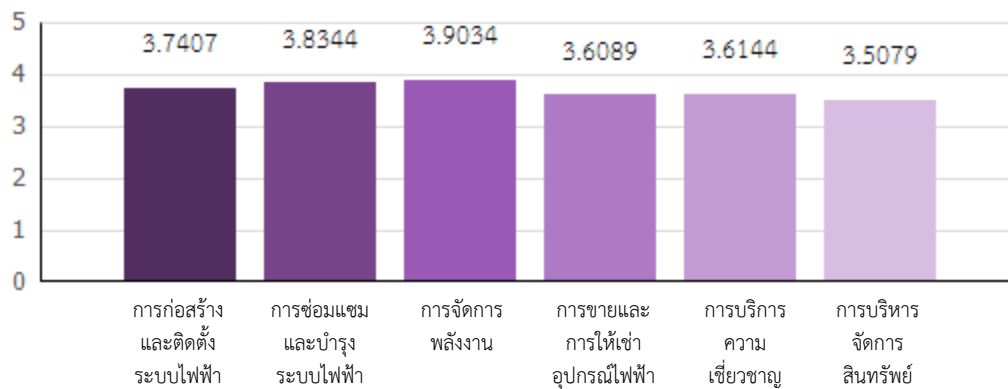
หมายเหตุ ★ ค่าเฉลี่ยโดยรวม

6. การวิเคราะห์ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กฟต.3

จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเสริมที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในเขต กฟต.3 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ การจัดการพลังงานเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การซ่อมแซมและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า และอันดับสาม คือ ธุรกิจก่อสร้าง ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-101

แผนภูมิที่ 4-101 ธุรกิจเสริม



จากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการ กฟภ. ในเขต กฟต.3 ระบุว่ามีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต ได้แก่ PEA Solar Hero Application เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ Demand Response และอันดับสาม คือ PEA IHAPM ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4-102

แผนภูมิที่ 4-102 ธุรกิจใหม่

