

ถ้าไม่นับปัจจัยสี่ อย่าง อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรคแล้ว สิ่งที่คุณในยุคนี้ขาดไม่ได้เลยก็คงจะเป็น 'ไฟฟ้า' เพราะแม้แต่อินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นของทุกครัวเรือน ณ ชั่วโมงนี้ ก็ยังใช้งานไม่ได้หากขาดพลังงานไฟฟ้า ด้วยความสำคัญอย่างยิ่งยวดนี้เอง เราจึงอยากชวนคุณมาทำความรู้จักกับองค์กรที่เปรียบเสมือนต้นน้ำของแหล่งพลังงานไฟฟ้าของคนไทยทั่วประเทศอย่าง 'การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค' ผ่านการบอกเล่าถึงความเคลื่อนไหวครั้งใหญ่ขององค์กรแห่งนี้จากคุณนำชัย หล่อวัฒนตระกูล ผู้ว่าการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กับแนวคิดนอกกรอบของการ Rebranding การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคไปสู่องค์กรระดับสากลภายใต้แบรนด์ใหม่ว่า 'PEA' (Provincial Electricity Authority) + เหตุที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ต้องการดำเนินนโยบาย PEA Rebranding คืออะไร

สืบเนื่องจากระยะเวลาที่ผ่านมา แบรนด์ของเราเองอาจจะยังไม่ชัดเจน เพราะการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเป็นหน่วยงานราชการ ต่อมาเราใช้ตัวย่อว่า กฟภ. คนก็ไม่รู้จักอีก เพราะคนส่วนใหญ่จะติดอยู่กับตัวย่อ กฟผ. เราจึงมีแนวคิดจะ ย้ายสมัยก่อน SCG มีชื่อเดิมว่าปูนซีเมนต์ไทย แต่พอมีคนสับสนกับปูนตราช้าง ปูนตราเสือ เราจึงหนีออกมาทำแบรนด์ SCG วิธีคิดของเราก็คคล้ายๆ กันว่าเราต้องการสร้างความแตกต่างและไม่อยากให้คนจดจำการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสับสนจนเป็น กฟผ. เราประชาสัมพันธ์อะไรออกไป ใครๆ ก็คิดว่าเราเป็นกฟผ. จนประมาณที่เราจ่ายไปเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงดูเหมือนจะสูญเปล่า ดังนั้นเราจึงอยากจะทำออกมาเรียกตัวเองว่า PEA ให้คนทั่วไปรับรู้ได้ถึงความทันสมัย ไม่ใช่ราชการอีกต่อไป ประเด็นต่อมาก็คือ ประจวบเหมาะกับตอนนี้ประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC จึงเป็นเรื่องยากที่เราจะเอาชื่อเดิมคือ กฟภ. ไปใช้ แต่ถึงเราสร้างแบรนด์ตัวเองเป็น PEA มันก็ง่ายต่อความจดจำและง่ายต่อการทำธุรกิจในอนาคต เพราะถ้าหากเราบอกว่าเราเป็นการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคก็แปลว่าเราขายไฟฟ้าอย่างเดียวใช่ไหม ซึ่งมันไม่ใช่ แต่เมื่อเราบอกว่าเราเป็น PEA เราสามารถทำธุรกิจอะไรก็ได้ ถ้าดีโคไปเล็กลงมาหน่อยก็คือ อะไรที่เกี่ยวข้องพลังงาน เราสามารถทำได้หมด ไม่จำเป็นต้องทำเรื่องไฟฟ้าอย่างเดียว

+ อยากทราบบ้างในส่วนของการจัดการภายในองค์กร คุณมีกระบวนการปรับทัศนคติบุคลากรของ PEA อย่างไร

ต้องขออธิบายก่อนว่าแบรนด์ของ PEA บอกตัวตนของเราในหลายๆ ด้าน หนึ่งคือความทันสมัย เราต้องการให้บริการเหมือนเป็นบริษัทเอกชน ตอนนี้เราจึงทำ PEA Front Office เพื่อสนับสนุนเรื่องการให้บริการแก่ลูกค้า เราไม่อยากจะให้ตนเองเป็นราชการ เพราะในความเป็นราชการ มักจะบริการประชาชนได้ไม่ดีเท่าที่ควร เช่น มีความเป็นผู้ผูกขาดสูง เรื่อง service mind ต่ำ ซึ่งเรามองว่าถ้าเราเปลี่ยนตัวเองเป็น PEA ให้คนภายนอกเกิดความรู้สึกใหม่ว่าเราไม่ใช่ราชการ แต่เป็นหน่วยงานที่ต้องการให้บริการที่ดีกับลูกค้า คำว่า service ของเราจึงไม่ใช่แค่การขายพลังงานเพียงอย่างเดียว แต่ขายการบริการที่ดีด้วย ผมมองว่าเมื่อเราวางขอบเขตของการให้บริการใหญ่ขึ้น แบรนด์ของเราจึงต้องใหญ่ขึ้นด้วย จะใช้ตราราชการไม่ได้แล้ว เราจึงต้องออกแบบแบรนด์เชิงสัญลักษณ์ออกมาใหม่ให้มีความทันสมัยและเป็นมิตรมากขึ้น ในส่วนของบุคลากร ผมคิดว่าถ้าเราสร้างบรรยากาศขององค์กรได้ดี มันก็จะเป็นตัวหล่อหลอมให้พนักงานมีความเข้าใจในองค์กรของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พนักงานที่ต้องทำงานสัมผัสกับลูกค้า เมื่อเรามี PEA Front Office ก็จะทำให้เขาได้เจอกับลูกค้ามากขึ้น แล้ว service mind ก็จะเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

+ ต่อจากไปนี้ถ้าประชาชนมองเห็นแบรนด์ PEA คุณคาดหวังให้เขานึกถึงอะไร

หนึ่ง คือ ความทันสมัย สอง คือ การบริการ แต่ถ้าเมื่อไหร่ที่เขานึกถึงเราแล้วมีภาพเสาไฟฟ้าลอยขึ้นมาแบบนี้ถือว่าผิด ภาพแบบนี้ต้องหายไปเลย เพราะตราใบที่เขาใช้ไฟฟ้าได้ ใช้บริการที่ดี เขาจะไม่ตำราเรา เขาไม่ต้องรู้เรื่องหม้อแปลง เรื่องเสาไฟฟ้าหรอก แค่ให้เขาพึงพอใจกับการให้บริการของเรา ก็พอ อย่างเครือข่ายโทรศัพท์มือถือต่างๆ คุณรู้ไหมว่าเขาก็พาดสายไฟตามท้องถนน ไม่ต่างกับเราเลย แต่ลูกค้าทุกคนไม่รู้สึก เพราะเขาไม่พูดสิ่งและไม่จำเป็นต้องพูดถึง เพราะลูกค้าไม่แคร์เรื่องสายไฟ แค่เขาใช้โทรศัพท์ได้ก็พอแล้ว วันนี้ PEA ไม่จำเป็นต้องพูดถึงสายไฟ เสาไฟฟ้าอีกต่อไป แค่ให้บริการแล้วลูกค้าใช้งานได้ พึงพอใจก็พอแล้ว

+ ความท้าทายของ PEA จากนี้ไปคืออะไร

ความท้าทายแรกของเรา เราต้องการให้ลูกค้าของเราจดจำแบรนด์ PEA ให้ได้ และรับรู้ถึงภาพลักษณ์ที่ดีของเรา เช่น ทุกวันนี้พูดถึง SCG คนทั่วไปก็จะรู้สึกว่าเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีคุณภาพ แต่ปัจจุบัน PEA เป็นแบรนด์ใหม่ ก็อาจจะไม่มีความรู้สึกในใจลูกค้าในลักษณะนั้น ซึ่งในขณะนี้ สิ่งที่ผมเน้นย้ำคือเรื่อง service ที่ดี เรามุ่งหวังที่จะเป็นผู้ให้บริการที่ดีที่สุด เพื่อให้ลูกค้าพอใจ เหตุที่เราเน้นเรื่องการบริการก็เพราะ จุดเด่นของเราคือการมีฐานลูกค้าที่ใหญ่ที่สุดในโลกมากถึง 16 ล้านราย ไม่มีบริษัทจำหน่ายไฟฟ้าแบบขายปลีกหรือ Retail เจ้าใดในโลกที่มีลูกค้ามากขนาดนี้ ส่วนใหญ่มี 3 ล้านรายก็ถือว่าเยอะแล้ว อย่างไรก็ตาม การที่เรามีฐานลูกค้าเยอะก็มีข้อเสียคือการดึงลูกค้าให้อยู่กับเราไปตลอดมันก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่าย หมายความว่าเราเป็นลูกค้าของเราจริงๆ แต่ใจของเขาอาจจะไม่ได้อยู่กับเราได้ ซึ่งถ้าวันหนึ่งเขามีทางเลือกมากกว่า เขาก็อาจจะไปจากเราก็ได้ สิ่งที่น่ากังวล เรื่องการจ่ายเงิน เขาเป็นคนเอะใจเงินมาให้แท้ๆ แต่ต้องขอรบมาหาเราไกลเป็นสิบลกิโลเมตร วันนี้เราจึงขออำนวยความสะดวกลูกค้าด้วยการจัดให้มี PEA Front Office ในเมือง ให้เรากับลูกค้าใกล้ชิดกันมากขึ้น เพื่อให้เขาจะได้สนิทกับเราหรือเป็นเหมือนพวกเดียวกันมากขึ้น เป้าหมายหรือความท้าทายหลักของเราคือการทำให้ลูกค้า 16 ล้านราย อยากสนับสนุนและมีความรู้สึกที่ดีต่อเรา ต่างจากเดิมที่มีคนจะถกเรื่องเงินตลอดเวลา

+ ภาพในใจของ PEA ที่คุณวาดฝันว่าจะไปให้ถึงในอนาคตเป็นอย่างไร

ถ้าเราทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อองค์กรสำเร็จ ถ้าต่อไปก็จะไม่เป็นการขยับเข้าไปใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้น ด้วยการเซอร์วิสทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับเรื่องพลังงานภายในบ้าน คือจริงๆ แล้ว ในครัวเรือนแต่ละหลังเราคงมาช่วยผลิตกันไม่ได้มากมาย แต่ที่ผ่านมาเราไม่ขายเท่านั้นเอง ไม่ว่าจะเป็น หลอดไฟ ตู้เย็น แอร์ ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้า เราสามารถทำผลิตภัณฑ์มาขายผู้บริโภคได้ทั้งหมด ในขณะที่ที่ผ่านมาเรายึดติดอยู่กับการขายไฟฟ้าเท่านั้น อันนี้เมื่อเราทำ PEA-rebranding จึงต้องสื่อสารออกไปใหม่ว่าเราไม่ให้บริการไฟฟ้าอย่างเดียว ซึ่งการมี PEA Front Office จะเป็นจุดเริ่มต้นของบริการอื่นๆ ที่ตามมา เช่น บริการเดินไฟฟ้าในบ้าน บริการล้างแอร์ ขายหลอดไฟ LED ประหยัดพลังงาน เป็นต้น แต่ทั้งหมดนี้ เราไม่ได้ขายของเพียงอย่างเดียว เราให้บริการไปพร้อมกับสินค้าด้วย แล้วถ้าหากว่าเราบริการได้ดี ลูกค้าก็จะเข้ามาหาเราเอง ทางด้านบุคลากรของเราเองก็เช่นเดียวกัน เราเชื่อว่าไม่มีพนักงานคนไหนที่ไม่อยากดูแลลูกค้า เพียงแต่ในอดีตกระบวนการทำงานมันไม่เอื้อให้เขาได้ดูแลลูกค้าได้อย่างเต็มที่ เราถึงต้องสร้างกระบวนการทำงานใหม่เพื่อที่จะทำให้เขาได้บริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น เพราะเมื่อลูกค้าสามารถเข้าถึงได้โดยตรง มีบรรยากาศที่ระหว่างพนักงานกับลูกค้า พนักงานก็จะรู้สึกเองว่าเขาต้องดูแลลูกค้าให้ดี

Did you know?

+ ปัจจุบัน PEA ให้บริการลูกค้ามากถึง 16 ล้านราย ครอบคลุมพื้นที่ 74 จังหวัดทั่วประเทศ คิดเป็นพื้นที่กว่า 510,000 ตารางกิโลเมตร

+ หลอดไฟ LED สามารถลดการใช้พลังงานมากกว่าหลอดไฟปกติถึง 70% ซึ่งถ้าหากว่ามีการเปลี่ยนหลอดไฟถนนที่อยู่ประมาณ 4 ล้านหลอดในเขตภูมิภาคทั่วประเทศ จะสามารถช่วยชาติประหยัดเงินได้มากถึง 3,000 ล้านบาทต่อปี

+ ปัจจุบัน PEA ได้เปิดทำการ PEA Front Office เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนที่มาติดต่อเรื่องการใช้ไฟฟ้า ขอติดตั้งมิเตอร์ แฉกจ่ายไฟฟ้าขัดข้องหรือรับคำร้อง ทั้งยังมีการติดตั้งตู้ชำระเงินอัตโนมัติ (PEA Genius) มาแล้วจำนวน 4 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี อุบลราชธานี เชียงใหม่และภูเก็ต และจะเปิดให้บริการเพิ่มเป็น 24 แห่งในปีนี้ โดยปีหน้าตั้งเป้าว่าจะเพิ่มเป็น 40 แห่งทั่วประเทศ

ความหมาย

"ลายเส้นสีม่วงและทอง วางไว้ด้านบนตัวอักษร PEA แสดงถึงความรุ่งโรจน์ และพลวัตรของการขับเคลื่อนด้านพลังงานไฟฟ้าอย่างไม่มีวันหยุดยั้ง

เมื่อมองไกล ๆ สามารถเห็นเป็นตัวอักษร "P" ซึ่งหมายถึง Provincial หรือ Power

ตัวหนังสือ PEA ด้านล่าง ใช้ลักษณะเป็นอักษรหนา ทึบ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่ง และรากฐานที่มั่นคง เป็นองค์กรที่รับใช้สังคมไทยมาอย่างต่อเนื่อง ยาวนาน และสร้างพฤติกรรมให้ประชาชนเรียกองค์กรว่า "พีอีเอ"

ชื่อ Provincial Electricity Authority ด้านล่าง มีไว้เพื่อตอกย้ำการรับรู้ค่าเต็มที่มาที่ไปของ PEA

