

กพ.3

(Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน
3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ความพึงพอใจของลูกค้า

กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

กลุ่มพาณิชย์

กลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอื่นๆ

- จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ
4. เป้าหมาย
5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน
6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 1

กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

กลุ่มพาณิชย์

กลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอื่นๆ

- จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ
7. เป้าหมาย

ร้อยละ 75

156 เรื่อง/ล้านราย/ปี

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				งบประมาณ			หน่วยงานหลัก
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	(หน่วย : ล้านบาท)			หน่วยงานรอง
						งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
1. งานเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า หมวด 3 ข้อ 3.1 ก(1)3	1.1 ถ่ายทอดผลการทบทวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด เป้าหมาย 1 ครั้ง	-	-	1	-				ผลส.กบล.
	1.2 ถ่ายทอดผลการทบทวนกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า ให้กับผู้ปฏิบัติงานหน่วยงานในสังกัด เป้าหมาย 1 ครั้ง	-	-	1	-				ผลส.กบล.

กพน.3

(Customer Value Preposition)

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				งบประมาณ (หน่วย : ล้านบาท)			หน่วยงานหลัก
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4				หน่วยงานรอง
						งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
2. งานติดตามข้อมูลป้อนกลับ หมวด 3 ข้อ 3.1 ก(2)2 - กรณีจำนวนไม่ครบตามเป้าหมายให้สำรวจ ทุกรายและระบุข้อเท็จจริงในรายงานด้วย หมวด 3 ข้อ 3.1 ข2	2.1 ติดตามข้อมูลป้อนกลับจากงานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์ เป้าหมาย 156 ราย (กพฟ. 1-3 ไตรมาสละ 3 ราย)	39	39	39	39				ผลส.กบล.
	2.2 ติดตามข้อมูลป้อนกลับงานขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์ เป้าหมาย 156 ราย (กพฟ. 1-3 ไตรมาสละ 3 ราย)	39	39	39	39				ผลส.กบล.
	2.3 ติดตามข้อมูลป้อนกลับจากงานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย เป้าหมาย 12 ราย (กพข. ไตรมาสละ 3 ราย)	3	3	3	3				ผลส.กบล.
	2.4 สรุปข้อมูลเสี่ยงจากข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าปี 2558 เป้าหมาย *ฟวธ.(ภ1) 1 ครั้ง	-	-	-	-				
	2.5 สรุปข้อมูลเสี่ยงจากข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าปี 2559 เป้าหมาย 4 ครั้ง (ทุกไตรมาส)	1	1	1	1				ผลส.กบล.
	2.6 สรุปผลประเมินระดับความพึงพอใจจากระบบบริหาร จัดการคิวและกล่องประเมินผลความพึงพอใจ (Smart Queue System & Smile Box) 2.6.1 กพฟ. เป้าหมาย 12 ครั้ง (ทุก กพฟ. 1-3 เดือนละ 1 ครั้ง)	3	3	3	3				ผลส.กบล.
	2.6.2 กพข./ฟวธ.(ภ1) เป้าหมาย 4 ครั้ง (ไตรมาสละ 1 ครั้ง)	1	1	1	1				ผลส.กบล.

กพ.3

(Customer Value Proposition)

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				งบประมาณ (หน่วย : ล้านบาท)			หน่วยงานหลัก
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4				หน่วยงานรอง
						งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
3. งานประเมินผลความพึงพอใจ และเสียงของลูกค้า หมวด 3 ข้อ 3.1 ข1	3.1 ประสานงานและร่วมดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ ของลูกค้า ของสายงานฯ เป้าหมาย 1 ครั้ง	-	-	-	1	0.04			ผลส.กบล.
	3.2 รวบรวมข้อมูลเสียงของลูกค้าจากช่องทางเยี่ยมเยียนลูกค้า การดูแลลูกค้ารายสำคัญ ประชุมผู้ใช้ไฟรายใหญ่ ตามแบบฟอร์ม VOC-CRM-001 เป้าหมาย 4 ครั้ง (ไตรมาสละ 1 ครั้งๆ ละ 3 กิจกรรม)	1	1	1	1				ผลส.กบล.
	3.3 ตั้งคณะทำงานฯ เพื่อวิเคราะห์ผลสำรวจฯ และข้อมูลป้อนกลับ เป้าหมาย *ผวธ.(ก1) 1 ครั้ง	-	-	-	-				
	3.4 คณะทำงานฯ วิเคราะห์ผลสำรวจความพึงพอใจ และข้อมูล ป้อนกลับ และจัดทำแผนปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการ เป้าหมาย *ผวธ.(ก1) 2 ครั้ง	-	-	-	-				
4. งานสนับสนุนลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ หมวด 3 ข้อ 3.2ก(1)1	4.1 จัดทำรายงานผลประเมินประสิทธิภาพการส่งจ่ายตามความ ต้องการใช้ไฟฟ้าของลูกค้าปี 2559 ให้สายงาน (ว) ภายในไตรมาสที่ 2 เป้าหมาย 1 ครั้ง	-	1	-	-				ผลส.กบล.
	4.2 วิเคราะห์ความต้องการสนับสนุนของลูกค้าตามเกณฑ์ประเมินผลฯ เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง	-	-	-	1				ผลส.กบล.

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				งบประมาณ (หน่วย : ล้านบาท)			หน่วยงานหลัก
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4				หน่วยงานรอง
						งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
5. งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (กลุ่มอุตสาหกรรม) หมวด 3 ข้อ 3.2 ข(1)1 - บริการตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องหาจุดร้อน (Thermal Viewer) - บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วยโดยไม่ดับกระแสไฟฟ้า (กลุ่มอุตสาหกรรม)	5.1 บริการเสริมพิเศษแก่ลูกค้ารายใหญ่ที่มีค่าไฟฟ้า 20 ล้านบาท/เดือน โดยพิจารณากิจกรรมตามความเหมาะสม เป้าหมาย 7 ราย 1.บริษัท ซี.เอ.เอส.เปเปอร์ มิลล์ จำกัด 2.บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน) 3.บริษัท มหพันธ์ไฟเบอร์ซีเมนต์ จำกัด (มหาชน) 4.บริษัท อินโดรามา โพลีดิงส์ จำกัด 5.บริษัท เอ็นเอ็มบี-มินิแบ ไทย จำกัด 6.บริษัท เอ็ม เมททอล (ประเทศไทย) จำกัด 7.บริษัท ล็กกีสปีนนิ่ง จำกัด (งานฉีดน้ำล้างลูกถ้วย ก่อนดำเนินการให้บริษัททำหนังสือยินยอมก่อน) 5.2 ปรับปรุงข้อมูลลูกค้า High Value และลูกค้ารายสำคัญ KAM ลงในระบบ BIC_SAP เป้าหมาย 160 ราย (ปีละ 1 ครั้ง) 5.3 จัดทำแผนเยี่ยมเยียนลูกค้าในระบบ BIC_SAP 5.3.1 ลูกค้ารายใหญ่ เป้าหมาย 275 ราย 5.3.2 ลูกค้ากลุ่ม High Value					0.06			ผตบ.กบข. ผปอ.กบข. ผลส.กบล. ผลส.กบล. ผลส.กบล.

	เป้าหมาย 49 ราย	13	12	12	12				
แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				งบประมาณ			หน่วยงานหลัก หน่วยงานรอง
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	(หน่วย : ล้านบาท)			
						งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
5. งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ต่อ) (กลุ่มอุตสาหกรรม, พาณิชย์) รผก. จำนวน 1 ราย/ไตรมาส อช. จำนวน 3 ราย/ไตรมาส ผจก.1-2-3 จำนวน 6 ราย/ไตรมาส <u>ค่าของที่ระลึกเดิมขึ้นละ 1,000.- บาท</u> (KAM 30 ราย)	5.4 เยี่ยมเยียนลูกค้าและบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ลงในโปรแกรม BIC_SAP 5.4.1 ลูกค้ารายใหญ่ เป้าหมาย 275 ราย 5.4.2 ลูกค้ากลุ่ม High Value เป้าหมาย 49 ราย	69	69	69	68	0.54			ผลส.กบล.
		13	12	12	12	0.10			ผลส.กบล.
	5.5 เยี่ยมเยือนลูกค้าโดยผู้บริหารระดับสูง และบันทึกผล การเยี่ยมเยือนลูกค้าลงในระบบ BIC_SAP เป้าหมาย รผก.(ภ1) 4 ราย อช.น.3 12 ราย ผจก. น.3 312 ราย	4	4	4	-				ผลส.กบล.
		78	78	78	78				
	5.6 สรุปผลความพึงพอใจของลูกค้าต่อเจ้าหน้าที่ KAM เป้าหมาย 1 ครั้ง (KAM ประจำ กฟฟ. ทุกรายปีละ 1 ครั้ง)	-	-	-	1				ผลส.กบล.
	5.7 ประชุมคณะกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ เป้าหมาย 1 ครั้ง	-	1	-	-	0.08			ผลส.กบล.

กพน.3

(Customer Value Proposition)

	5.8 ประชุมคณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟข. เป้าหมาย 4 ครั้ง	1	1	1	1				ผลส.กบล.
แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				งบประมาณ			หน่วยงานหลัก หน่วยงานรอง
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	(หน่วย : ล้านบาท)			
						งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
5. งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ต่อ) (กลุ่มอุตสาหกรรม, พาณิชย์)	5.9 งานสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ เป้าหมาย 7 กฟฟ. (เฉพาะ กฟฟ. ที่มีรายได้เกิน 100 ล้านบาท/เดือน) 5.10 สรุปรข้อมูลเสี่ยงจากกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า ปี 2558 เป้าหมาย *ผวธ.(ภ1) 1 ครั้ง	-	-	7	-	0.70			ผลส.กบล.
6. แผนงานเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า (บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย์, อุตสาหกรรม, อื่นๆ) หมวด 3 ข้อ 3.2 ข(1)1	6.1 เพิ่มจำนวนลูกค้าที่ลงทะเบียนขอใช้บริการ SMS ที่มาชำระค่าไฟฟ้าที่ จุดบริการของ กฟผ. เป้าหมาย % รอค่าเป้าหมายจาก กบว.(ภ1) 6.2 รายงานผลการดำเนินงานการสื่อสารผ่าน SMS เป้าหมาย 4 ครั้ง (ไตรมาสละ 1 ครั้ง)					0.01			ผสบ.กรท. ที่ประชุม มอบหมาย ให้ กบว.(ภ1) ประสานงาน ผสบ.กรท.
		1	1	1	1	0.01			

กพน.3

(Customer Value Preposition)

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				งบประมาณ (หน่วย : ล้านบาท)			หน่วยงานหลัก
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4				หน่วยงานรอง
						งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
6. แผนงานเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า (ต่อ) (บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย์, อุตสาหกรรม, อื่นๆ) หมวด 3 ข้อ 3.2 ข(1)1	6.3 เพิ่มจำนวนผู้ใช้ไฟรายใหญ่ ที่ลงทะเบียนขอใช้บริการแจ้งค่า ไฟฟ้าทาง FAX และ E-mail ผ่านนวัตกรรม Smart Invoice เป้าหมาย 50% ของจำนวน ผขฟ.รายใหญ่ (เอกชน) (2,340 ราย) ภายในไตรมาส 2 กพอ.พัฒนานิคม 281 ราย	71	70	-	-	0.01			ผสบ.กรท.
	6.5 เพิ่มจำนวนผู้ใช้ไฟรายใหญ่ ที่ลงทะเบียนขอใช้บริการแผน ดับไฟทาง SMS และ E-mail ผ่านระบบภูมิสารสนเทศ เป้าหมาย 50% ของจำนวน ผขฟ.รายใหญ่ (เอกชน) (2,340 ราย) ภายในไตรมาส 2 1.กฟจ.ลพบุรี 367 ราย 2.กฟส.ท่าม่วง 51 ราย 3.กฟจ.นครสวรรค์ 738 ราย 4.กฟส.ท่าตะโก 121 ราย 5.กฟส.ชุมแสง 57 ราย 6.กฟส.หนองบัว 86 ราย 7.กฟส.บรรพตพิสัย 65 ราย 8.กฟส.พยุหะคีรี 103 ราย 9.กฟจ.อุทัยธานี 123 ราย 10.กฟส.หนองฉาง 75 ราย 11.กฟส.บ้านไร่ 45 ราย 12.กฟจ.ชัยนาท 141 ราย	92 13 185 31 15 22 17 26 31 19 12 36	92 13 185 30 14 21 16 26 31 19 11 35	- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - - -	0.01			ผสบ.กรท.

กพน.3

(Customer Value Preposition)

	13.กฟส.มโนรมย์	69 ราย	18	17	-	-				
	14.กฟส.หันคา	100 ราย	25	25	-	-				
	15.กฟส.สรรคบุรี	46 ราย	12	11	-	-				
	16.กฟส.วัดสิงห์	46 ราย	12	11	-	-				
	17.กฟจ.สิงห์บุรี	171 ราย	43	43	-	-				
	18.กฟส.อินทร์บุรี	112 ราย	28	28	-	-				
แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)		เป้าหมาย				งบประมาณ (หน่วย : ล้านบาท)			หน่วยงานหลัก
			ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4				หน่วยงานรอง
							งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
6. แผนงานเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า (ต่อ) (บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย, อุตสาหกรรม, อื่นๆ) หมวด 3 ข้อ 3.2 ข(1)1	19.กฟส.ค่ายบางระจัน	58 ราย	15	14	-	-				
	20.กฟส.พรหมบุรี	63 ราย	16	16	-	-				
	21.กฟจ.เพชรบูรณ์	256 ราย	64	64	-	-				
	22.กฟส.ชนแดน	58 ราย	15	14	-	-				
	23.กฟอ.หนองไผ่	90 ราย	23	22	-	-				
	24.กฟส.วิเชียรบุรี	106 ราย	27	26	-	-				
	25.กฟส.บึงสามพัน	103 ราย	26	26	-	-				
	26.กฟส.ศรีเทพ	54 ราย	14	13	-	-				
	27.กฟอ.โคกสำโรง	108 ราย	27	27	-	-				
	28.กฟส.บ้านหมี่	79 ราย	20	20	-	-				
	29.กฟส.หนองม่วง	119 ราย	30	30	-	-				
	30.กฟอ.หล่มสัก	172 ราย	43	43	-	-				
	31.กฟส.หล่มเก่า	57 ราย	15	14	-	-				
	32.กฟอ.ตาคลี	136 ราย	34	34	-	-				
	33.กฟส.ตากฟ้า	53 ราย	14	13	-	-				

กพน.3

(Customer Value Proposition)

	34.กฟอ.ลาดยาว 120 ราย	30	30	-	-				
	6.6 รายงานผลการดำเนินงานการแจ้งแผนดับไฟผู้ใช้ไฟรายใหญ่ ทาง SMS และ E-mail ผ่านระบบภูมิสารสนเทศ เป้าหมาย ไตรมาสละ 1 ครั้ง	1	1	1	1	0.01			ผสบ.กรท.
แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				งบประมาณ (หน่วย : ล้านบาท)			หน่วยงานหลัก
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4				หน่วยงานรอง
						งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
6. แผนงานเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า (ต่อ) (บ้านอยู่อาศัย, พาณิชยกรรม, อุตสาหกรรม, อื่นๆ) หมวด 3 ข้อ 3.2 ข(1)1	6.7 ขยายระบบเชื่อมโยงข้อมูลทะเบียนราษฎร กรมการปกครอง ผ่านเครื่องอ่านบัตร Smart Card Reader (เพิ่มให้ครบ กฟฟ. 37 แห่ง จากที่ดำเนินการแล้ว กฟฟ. 35 แห่ง) เป้าหมาย กฟฟ. 2 แห่ง (กฟส.บ้านไร่, กฟส.ตากฟ้า)	-	2	-	-	0.02			ผสบ.กรท.
	6.8 ขยายผลนวัตกรรม โปรแกรมแสดงผลตอบรับอัจฉริยะ สำหรับบันทึกหมายเลขโทรศัพท์มือถือ ของผู้ใช้ไฟรายย่อย ที่มาชำระเงินค่าไฟฟ้าที่เครื่อง POS เคาน์เตอร์สำนักงาน เพื่อนำเข้าระบบแจ้งค่าไฟฟ้า/เตือนก่อนตัดมิเตอร์ทางระบบ SMS ออกใช้งานที่ กฟฟ.หน้างาน เป้าหมาย 37 แห่ง (ภายในไตรมาส 2)	-	37	-	-	0.02			ผสบ.กรท.
	6.9 ขยายระบบงานบริการลูกค้าอัจฉริยะ (รับคำร้องขอใช้ไฟฟ้า รายใหม่) Smart Customer Service System (SCS)								ผสบ.กรท. ผสจ.กรท.

กพน.3

(Customer Value Proposition)

	เป้าหมาย กฟจ.ชัยนาท และ กฟฟ. ในสังกัด (ไตรมาส 2) 1.กฟจ. 1 แห่ง 2.กฟส. 4 แห่ง 3.กฟย. 3 แห่ง 6.10 เพิ่มศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop เป้าหมาย 4 แห่ง (กฟจ.ลบ., อน., ชน., กฟอ.ลมส.)	-	8	-	-	0.02			ผลส.กบล.
แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				งบประมาณ (หน่วย : ล้านบาท)			หน่วยงานหลัก หน่วยงานรอง
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4				
						งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
7. แผนงานบริหารจัดการข้อร้องเรียน (บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย, อุตสาหกรรม, อื่นๆ) หมวด 3 ข้อ 3.2 ข(2)1	7.1 ติดตามและประเมินผลข้อร้องเรียน นำเสนอผู้บริหาร เป้าหมาย 4 ครั้ง (ไตรมาสละ 1 ครั้ง) 7.2 ตอบสนองและยุติข้อร้องเรียน ภายใน 30 วัน ตามมาตรฐานการให้บริการของ PEA เป้าหมาย 100%	1	1	1	1				ผลส.กบล. ผลส.กบล.
8. แผนปรับปรุงกระบวนการแจ้งไฟฟ้าขัดข้อง (บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย, อุตสาหกรรม, อื่นๆ)	8.1 ขยายผล SQA กระบวนการแจ้งกระแสไฟฟ้าขัดข้อง (P2) เป้าหมาย 13 แห่ง (กฟฟ. 1-3) 8.2 ตั้งกลุ่ม Line ผู้นำชุมชนเพื่อแจ้งข้อมูลต่างๆของ กฟผ. เป้าหมาย 13 แห่ง (กฟฟ. 1-3)	-	-	-	13				กบล. คณะทำงานฯ ผคฟ.กปป.

กพน.3

(Customer Value Proposition)

	8.3 ห้องเวรแก้ไขใช้ระบบโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ และหรือตั้งให้โอนสายอัตโนมัติไปที่ Call Center กรณีไม่สามารถรับสายได้ตามกำหนด เป้าหมาย กพฟ. 1-2 และ กพส. รวม 37 แห่ง	-	12	12	13				ผรส.กรส.
	8.4 ตั้ง Line ศูนย์จ่ายไฟเขตเพื่อประสานงานแจ้งข้อมูล ไฟฟ้าขัดข้อง ข้อมูลแผนดับไฟ และข้อมูลข่าวสาร ต่างๆ โดยเชิญ PEA Call Center เป็นสมาชิกกลุ่ม เป้าหมาย SCADA เขตละ 1 กลุ่ม	1	-	-	-				ผคฟ.กปป.
แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				งบประมาณ			หน่วยงานหลัก
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	(หน่วย : ล้านบาท)			
						งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
9. งานแจ้งไฟฟ้าดับตามแผน (บ้านอยู่อาศัย, พาณิชย, อุตสาหกรรม, อื่นๆ)	9.1 แจ้งผู้ใช้ไฟล่วงหน้าก่อนการดับไฟรายใหญ่ไม่น้อยกว่า 3 วันทำการ เป้าหมาย 100%	100%	100%	100%	100%				ผคฟ.กปป.
	9.2 จัดทำสวิตชิงเกอร์ให้แล้วเสร็จภายใน 4 วัน ทำการ (ได้รับโทรสารขอปฏิบัติงานในระบบจำหน่ายแรงสูง /สายส่ง อย่างน้อยก่อน 7 วันทำการ) เป้าหมาย 100%	100%	100%	100%	100%				ผคฟ.กปป.
10. งานพัฒนาบุคลากรด้านการให้บริการ	10.1 จัดทำคู่มือมาตรฐานคุณภาพของพนักงาน Front Office และพนักงานแก้ไขไฟฟ้าขัดข้องของ ภาค 1 เป้าหมาย *ผวธ.(ก1) 1 คู่มือ	-	-	-	-				อยู่ระหว่างตั้ง คณะทำงาน

กพน.3

(Customer Value Proposition)

	10.2 จัดอบรมจิตวิทยาการให้บริการให้กับพนักงาน ให้บริการ (พนักงาน Front และพนักงานแก๊ส) เป้าหมาย 1 หลักสูตร	-	-	1	-				ผลส.กบล.
	10.3 จัดให้มี Lobby Manager เพื่อดูแลลูกค้าหลังรับการ หลังรับการอบรม ฝพบ. เป้าหมาย 13 แห่ง (กพฟ. 1-3)	-	-	-	13				ผลส.กบล.
11. โครงการศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของลูกค้า (Customer Insight)	11.1 ศึกษากลุ่มลูกค้าที่ชำระเกินกำหนดเวลา เป้าหมาย *ผวธ.(ก1) 1 รายงาน	-	-	-	-				
แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	กิจกรรม/แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย				งบประมาณ (หน่วย : ล้านบาท)			หน่วยงานหลัก หน่วยงานรอง
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	งบทำการ	งบลงทุน	งบอื่นๆ	
12. แผนงานตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าลูกค้า สำหรับงานเย็บเยื่อน ผู้ใช้ไฟรายใหญ่	12.1 งานตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าลูกค้าสำหรับงานเย็บเยื่อน ผู้ใช้ไฟรายใหญ่ เป้าหมาย 13 แห่ง (กพฟ. 1-3 ปีละ 1 ครั้ง)	13	-	-	-				ผวฟ.กบล.
13. แผนงานตรวจวัดและประเมินคุณภาพไฟฟ้า ให้กับ VSPP และ SPP กรณี First Sync	13.1 งานตรวจวัดและประเมินคุณภาพไฟฟ้าให้กับ VSPP และ SPP กรณี First Sync เป้าหมาย 100% (ที่ได้รับการร้องขอ)	100%	100%	100%	100%				ผวฟ.กบล.
14. แผนงานตรวจสอบ แนะนำ ปรับปรุงระบบ ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟรายใหญ่	14.1 งานตรวจสอบ แนะนำ ปรับปรุง ระบบไฟฟ้า ของผู้ใช้ไฟรายใหญ่ เป้าหมาย ไตรมาสที่ 4 จำนวน 3 ราย	-	-	-	3				ผวฟ.กบล.

กพน.3

(Customer Value Preposition)

15. จัดทำรายงานตรวจสอบคุณภาพไฟฟ้า สำหรับผู้ใช้ไฟภาคอุตสาหกรรม	15.1 จัดทำรายงานตรวจสอบคุณภาพไฟฟ้าสำหรับผู้ใช้ไฟ ภาคอุตสาหกรรม เป้าหมาย จัดทำรายงานผลประเมินทุกไตรมาส ไตรมาสละ 1 ครั้ง	1	1	1	1				ผวฟ.กบล.
--	---	---	---	---	---	--	--	--	----------