

แผนปฏิบัติการ กฟผ.2 ประจำปี 2564

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused
 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
 ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ
 ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer Service)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.1 ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
 กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
 กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่)
 ภาครัฐและอื่นๆ (ราชการและรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ)
 2.2 ร้อยละต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง
 2.3 จำนวนพื้นที่ที่สามารถดำเนินการตามมาตรฐาน
 การให้บริการตามแนวทาง PEA Doing Business **NEW
 2.4 ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ
 Potential Customer (strategic และ Star) เพื่อกำหนด
 กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.4718
 ระดับ 4.4674
 ระดับ 4.4561
 ระดับ 4.4919
 ร้อยละ 15
 ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ
 ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer Service)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้าการไฟฟ้า ภาค 4
 - ความพึงพอใจลูกค้าของ ภาค 4
 กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
 กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่)
 ภาครัฐและอื่นๆ (ราชการ และรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ)
 - จำนวนพื้นที่ที่สามารถดำเนินงานตามมาตรฐานการให้บริการ ตามแนวทาง PEA Doing Business
 - ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ Potential Customer (Strategic และ Star) เพื่อกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

7. เป้าหมาย

รोक่าเป้าหมาย
 รोक่าเป้าหมาย
 รोक่าเป้าหมาย
 รोक่าเป้าหมาย
 รอค่าเป้าหมาย
 ระดับ 5

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 3 แผนงานการนำเทคโนโลยีดิจิทัล	1. การยกระดับมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ที่เกินความคาดหวังของ															
เพื่อกำหนดและดำเนินการตามมาตรฐานการให้บริการ	ลูกค้า และเหนือกว่าคู่เทียบ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล															
(SLA) ที่เกินความคาดหวังของลูกค้า และเหนือกว่า	1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงของลูกค้า ปี 2563 จากระบบ PEA VOC system	ครั้ง	1		-		-		-		1					ผลส.กบ.ต.2
คู่เทียบ	ภายในเดือน ม.ค. 2564															
	1.2 วิเคราะห์มาตรฐานการให้บริการ (SLA) จากระบบ OM	ครั้ง	1		-		-		-		1					ผบธ.กบ.ต.2
	ภายในเดือน ม.ค. 2564 (ดูว่า SLA ไหนต้องยกระดับ)															
																ผลต.
	1.3 กำหนดคู่เทียบ (หน่วยงานภายใน กฟผ. หรือหน่วยงานภายนอก)	ครั้ง	1		-		-		-		1					ผบธ.กบ.ต.2
	นำผลการวิเคราะห์ข้อ 1.1 และ 1.2 มากำหนดคู่เทียบ (หน่วยงานภายใน)															ผลส.กบ.ต.2
	ภายในเดือน ม.ค. 2564															กฟฟ.ชั้น 1-3
																ผบค.ทฟ.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	1.4 จัดทำแผนที่ตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของ	ครั้ง	1		-		-		-		1				ผบ.ร.บ.ด.2	
	ลูกค้า และเหนือกว่าคู่แข่ง (SLA) (1 เรื่อง) พร้อมทดลองใช้งานในพื้นที่														ผ.ด.	
	จัดทำแผนงานเพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ภายใน มี.ค. 2564															
	1.5 ติดตามประเมินผล และปรับปรุง (รายไตรมาส) พร้อมรายงานผลให้	ครั้ง	-		1		1		1		3				ผบ.ร.บ.ด.2	
	ผ.ด. เพื่อดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป														กฟฟ.	
	ดำเนินการตามแผนงานข้อ 1.4 พร้อมติดตามประเมินผล/ปรับปรุง														ผบ.ค.ท.	
	และสรุปรายงานผลรายไตรมาส เริ่มในไตรมาส 2															
	2. มาตรฐานการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการและความ															
	คาดหวังของลูกค้า															
	2.1 ประเมินผลการดำเนินงานของผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า														ผ.ส.ร.บ.ด.2	
	(Front Manager : FM) ของ กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ตามตัวชี้วัดที่ กฟผ.,														กฟฟ.ชั้น 1-3	
	และผ่านระบบ Customers' Smile Feedback หรือแบบฟอร์ม FM-03														กฟส.	
	2.1.1 ทบทวนและแต่งตั้ง FM ให้ครบถ้วนทั้ง กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส.	ครั้ง	1		-		-		-		1				ผบ.ค.ท.,ผบ.ค.ส.,ร.บ.	
	ภายในเดือน มี.ค. 2564															
	2.1.2 จัดตั้งแนวทางการปฏิบัติงาน และหลักเกณฑ์การประเมินให้ FM พยายาม	ครั้ง	1		-		-		-		1				ผ.ส.ร.บ.ด.2	
	ภายในไตรมาส 1	เดือน	มี.ค.-64													
	2.1.3 ติดตามประเมินผล/ปรับปรุง และสรุปรายงานทุกไตรมาส	ครั้ง	1		1		1		1		4				ผ.ส.ร.บ.ด.2	
															กฟฟ.ชั้น 1-3	
															กฟส.	
															ผบ.ค.ท.,ผบ.ค.ส.,ร.บ.	
	2.2 ประเมินผลการบริการ PEA Shop ทุกแห่ง ตามเกณฑ์ที่ กฟผ. กำหนด	ครั้ง	1		1		1		1		4				คณะทำงาน	
	(ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน PEA Shop อนุมัติ ผวก. ลงวันที่														Smart	
	26 สิงหาคม 2562)														Customer	
															Service	
															(ประธาน:	
															รฟ.บพ. (นิตยา)	
	2.3 ขอการรับรองมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก														คณะทำงาน	
	(Government Easy Contact Center : GECC)														GECC	
	01 ประเมินตนเอง/สมัครเข้าร่วมโครงการฯ	ร้อยละ	100		-		-		-		100			0.300	(ประธาน:	
		แห่ง													รฟ.บพ. (ศักดิ์คำ)	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	02 กฟช. ติดตามและประเมินผล	ร้อยละ	-		100		-		-		100			0.100		
		แห่ง														
	03 สบ.ลงพื้นที่ตรวจสอบประเมิน เพื่อให้บริการรับรอง	ร้อยละ	-		-		100		-		100			0.100		
	กฟต.2 : 9 แห่ง	แห่ง														
	2.4 เชิญชวนให้ลูกค้าทบทวนความพึงพอใจผ่านระบบประเมินผล															คณะทำงาน
	ความพึงพอใจ (Smile Box) ร้อยละ 80 ของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด ผ่านระบบ															Smart
	Customers' Smile Feedback															Customer
	2.4.1 คณะทำงาน Smart Customer Service ชี้แจง/สื่อสาร	ครั้ง	1		-		-		-		1					Service,
	สร้างความเข้าใจให้พนักงานประจำจุดรับคำร้อง และจุดรับชำระเงิน เชิญชวน															(ประธาน:
	ผู้ใช้ให้ให้เกิดความพึงพอใจ ทุกวัยที่มาใช้บริการ ภายในไตรมาส 1															รฟ.บพ. (นิตยา)
																ทุก กฟฟ. ที่มี
																Smile Box
	2.4.2 ผลส.กบ.ต.2 ดำเนินการสุ่มรายงานผลการดำเนินงานทุกเดือน	ครั้ง	3		3		3		3		12					ผลส.กบ.ต.2
																FM กฟฟ. ชั้น 1-
																FM กฟส.
																รฟ.บพ.กบ.ต.ส.ช.วอ.
	จะออกการประเมินผล ตั้งแต่ ม.ค.64 จนกว่าสถานการณ์ระบาดของ COVID-19															
	ระลอกใหม่จะสิ้นสุดลง ตามหนังสือเลขที่ กสท.(สท) 13/2564 ลงวันที่															
	8 มกราคม 2564															
	2.5 ให้สำรวจและวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่ประเมินความพึงพอใจ	ร้อยละ	100		100		100		100		100					คณะทำงาน
	ผ่าน ระบบประเมินผลความพึงพอใจ (Smile Box) กรณีที่ได้รับการประเมิน															Smart
	ตั้งแต่ 3 ลงไป โดยสำรวจผ่านระบบ Customers' Smile Feedback															Customer
																Service,
	2.5.1 คณะทำงาน Smart Customer Service ชี้แจง/สร้างความเข้าใจ															(ประธาน:
	คู่มือการใช้งานระบบ Customers' Smile Feedback ให้ FM ทราบ															รฟ.บพ. (นิตยา)
	ภายในไตรมาส 1 (สามารถดำเนินการพร้อมกันข้อ 2.4.1 ได้)															FM กฟฟ. ชั้น 1-
	2.5.2 FM ตรวจสอบผลการประเมินฯ และดำเนินการตามคู่มือฯ (ข้อ 2.5.1)															FM
																ทุก กฟฟ. ที่มี
																Smile Box

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	2.6 กรณี กฟฟ. ที่ไม่มี Smile Box ให้สำรวจความพึงพอใจ โดยใช้แบบฟอร์ม															FM
	PEA-QN04 จำนวน 400 ราย/กฟฟ./ปี															ทุก กฟฟ. ที่
	(วิเคราะห์ความพึงพอใจ และแนวทางการแก้ไข ในเดือนกันยายน)															ไม่มี Smile Bo
	2.6.1 FM ชี้แจง/สื่อสารสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานประจำจุดรับชำระเงิน	ราย	100		100		100		100		400					สนท.ฉบับที่ ๒๓,๒๐๑๕,๒๑
	สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าทุกรายที่มาใช้บริการ															
	2.6.2 FM วิเคราะห์/หาแนวทางแก้ไข, ป้องกัน พร้อมรายงานผลฯ	ครั้ง	3		3		3		3		12					
	ให้ ผจก. ทราบทุกเดือน และรายงาน กฟผ.2 ทุกไตรมาส															
แผนงานหลักที่ ๔ แผนงานการพัฒนาการให้บริการลูกค้า	1. โครงการพัฒนาการให้บริการผ่าน Internet แบบครบวงจร PEA Smart Plus nu															คณะทำงาน
ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	Smart Phone															Smart
																Customer
	1.1 ประชาสัมพันธ์โครงการ และเชิญชวนให้ลูกค้า Download แอปพลิเคชัน	ราย												0.235		Service,
	PEA Smart Plus ใช้จน ตามเป้าหมายที่ กฟผ. กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)															(ประธาน:
	*รอดำเนินมาจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus															รฟ.บพ. (นิตยา)
																ทุก กฟฟ.
	1.2 จำนวนรายชื่อของการชำระเงินผ่าน PEA Smart plus ตามเป้าหมาย	ราย														คณะทำงานฯ
	ที่ กฟผ.กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)															ทุก กฟฟ.
	*รอดำเนินมาจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus															
	1.3 ติดตามและวิเคราะห์ผลการใช้ Feature ต่างๆใน PEA Smart Plus เช่น	ครั้ง	1		1		1		1		4					คณะทำงานฯ
	การชำระค่าไฟฟ้าผ่าน APP , การดักถล่มโมเด็ม , การขอใช้ไฟฟ้า พร้อม															ผลบ.กรพ.๓.2
	รายงานผลให้ คณะกรรมการ PEA Smart Plus															
	2. แผนงานพัฒนาการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online															
	Service (COS)															
	2.1 ติดตามการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าและการขยายเขต	ครั้ง	1		1		1		1		4					คณะทำงานฯ
	ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online Service (COS) เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ															ผลบ.กรพ.๓.2
	(เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)															

[illegible]

แผนปฏิบัติการ กฟผ.2 ประจำปี 2564

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

-ความพึงพอใจลูกค้า Key Account

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.3979

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.3979

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564														ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล					
แผนงานหลักที่ 7 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษา	1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป้าหมาย ด้วยกิจกรรมดังนี้																
ฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ	1.1 ประสานงานและสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ตามข้อมูล BOI/หน่วยงาน	ราย	3		3		3		3		12			0.0180	0.0180		ผลส.กบ.ต.2
Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า	ท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ กำหนดไตรมาสละ 3 ราย	ครั้ง	1		1		1		1		4						
	ขั้นตอนการดำเนินการ																
	1 รวบรวมข้อมูลลูกค้าที่ได้รับเงินสนับสนุนการลงทุน (BOI)																
	จาก กองวางแผนวิสาหกิจ (กฟผ.)/เทศบาลเมือง/พาณิชย์จังหวัด/อุตสาหกรรมจังหวัด/อบต.																
	1.2 รายงานผลการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์	ครั้ง	1		1		1		1		4						ผลส.กบ.ต.2
	กฟผ. (รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)																กฟผ.ชั้น 1-3
	1.3 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ																ผลส.กบ.ต.2
	01 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า และขออนุมัติ	1 ครั้ง	ม.ค.		-		-		-		-						กฟผ.ชั้น 1-3
	ผชก./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	ร้อยละ	100		100		100		100		100			0.0360			
	ผจก. กฟผ.1-3 ไตรมาสละ 6 ราย	ร้อยละ	100		100		100		100		100			1.2240			ผบ.ทศ.
	ขั้นตอนการดำเนินการ																
	1.กบ.ล/กฟผ.ชั้น 1-3 จัดทำแผนฯ เพื่อ กบ.ล.ดำเนินการขออนุมัติแผนการ																
	เยี่ยมเยือนลูกค้าประจำปี 2564 ภายในเดือน มกราคม 2564																
	2.กบ.ล/กฟผ.ชั้น 1-3 บันทึกแผนฯ ในระบบ CRM Plus และดำเนินการตาม																
	แผนที่กำหนดไว้																
	3.กบ.ล/กฟผ.ชั้น 1-3 บันทึกผลฯ จากการเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละครั้ง ในระบบ CRM Plus																
	CRM Plus และดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าไว้ พร้อมทั้ง																
	บันทึกผลฯในระบบ และรายงานให้ผู้บริหารรับทราบ																
	02 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)	เดือน	ก.พ.														ผลส.กบ.ต.2
	ขั้นตอนการดำเนินการ																กฟผ.ชั้น 1-3
	1.กบ.ล/กฟผ.ชั้น 1-3 บันทึกแผนฯ ในระบบ CRM Plus																
	ภายในเดือน กุมภาพันธ์ 2564																
	2.กบ.ล/กฟผ.ชั้น 1-3 ดำเนินการเยี่ยมเยือนลูกค้า ตามแผนงานที่กำหนด	ร้อยละ	100		100		100		100		100						ผบ.ทศ.
	3.กบ.ล/กฟผ.ชั้น 1-3 บันทึกผลฯ จากการเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละครั้ง ในระบบ	ร้อยละ	100		100		100		100		100						ผบ.ทศ.
	CRM Plus																

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564													ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	03 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า															ผลส.กบส.ต.2
	และแนวทางปรับปรุงแก้ไข															กฟฟ.ชั้น 1-3
	ขั้นตอนการดำเนินการ															
	1 จัดทำแผนแก้ไขตามข้อเสนอแนะของลูกค้าจากการเยี่ยมเยือน	ร้อยละ	100		100		100		100		100					ผบค.ทศ.
	2 ปรับปรุงและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าตามแผนที่กำหนด	ร้อยละ	100		100		100		100		100					ผบค.ทศ.
	3 บันทึกข้อมูลในระบบ CRM Plus	ร้อยละ	100		100		100		100		100					ผบค.ทศ.
	4.รายงานผลการแก้ไขปัญหาลงให้ผู้บริหารและลูกค้าทราบ	ร้อยละ	100		100		100		100		100					ผบค.ทศ.
	04 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ โดย KAMR (ยอดให้เป็นไป	ร้อยละ	100		100		100		100		100			0.1980		ผลส.กบส.ต.2
	ตามการวิเคราะห์ความเป็นลูกค้าของ กฟฟ.)															กฟฟ.ชั้น 1-3
	เป้าหมาย กฟฟ.2 จำนวน ...196.... ราย															
	ขั้นตอนการดำเนินการ															
	1.กฟฟ.ชั้น 1-3 จัดกลุ่มลูกค้าตามคู่มือ KAMR	เดือน	ม.ค.													ผบค.ทศ.
	2.กบส.ดำเนินการขออนุมัติรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ และ พนง.KAMR ประจำปี	เดือน	ม.ค.													
	2564															
	3.พนง.KAMR บันทึกข้อมูลลูกค้า และแผนงานการให้บริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย	เดือน	ม.ค.													
	ลงในระบบ CRM Plus															
	4.ดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้	ร้อยละ	100		100		100		100		100					
	05 สรุปผลฯ และบันทึกผลการเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญตาม	ร้อยละ	100		100		100		100		100					ผลส.กบส.ต.2
	แบบฟอร์มที่กำหนดลงในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)															กฟฟ.ชั้น 1-3
	ขั้นตอนการดำเนินการ															
	1.จัดทำแผนแก้ไขตามข้อเสนอแนะของลูกค้าจากการเยี่ยมเยือน															ผบค.ทศ.
	2.ปรับปรุงและแก้ไขปัญหาลงให้กับลูกค้าตามแผนที่กำหนด															
	3.บันทึกผลฯ จากการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าแต่ละครั้ง ในระบบ															
	CRM Plus															
	4.รายงานผลการแก้ไขปัญหาลงให้ผู้บริหารและลูกค้าทราบ															
	1.4 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่															ผลส.กบส.ต.2
	ขั้นตอนการดำเนินการ															กฟฟ.ชั้น 1-3
	1.กบส.ร่วมกับ กฟฟ.ชั้น 1-3 ที่เข้าลักษณะทในการจัดสัมมนา จัดหาความ	เดือน	ม.ค.													
	ต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย สำหรับรูปแบบการจัดสัมมนา															
	2.กบส.และ กฟฟ.ชั้น 1-3 จัดทำแผนการสัมมนา ประจำปี 2564	เดือน	ก.พ.													
	3.กบส.ขออนุมัติการจัดสัมมนา ประจำปี 2564	เดือน	ก.พ.													
	4.จัดสัมมนาฯ ตามแผนและรูปแบบที่กำหนด	ร้อยละ					100		100		100			1.4000		
	5.สรุปรายงานการดำเนินการ/วิเคราะห์ผล/สำรวจความพึงพอใจ/บันทึกข้อมูล	ร้อยละ					100		100		100					
	ในระบบ CRM Plus ลูกค้าที่เข้าร่วมงานสัมมนา															

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564														ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล					
	2. สนับสนุนการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ากับเจ้าหน้าที่ KAMR จาก โดยจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้ารายสำคัญ/ข้อมูลของ พนักงาน KAMR (รายชื่อพนักงาน KAMR, เบอร์โทรศัพท์, รายชื่อลูกค้าที่ดูแล)	ครั้ง	-		-		1		-		1					ผลต.	
																ผลส.กบส.ต.2	
																กฟฟ.ชั้น 1-3	
																ผนค.ทศ.	
	3. สรุปผลการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า โดยวิธีโทรศัพท์สอบถาม	ครั้ง	1		1		1		1		4					ผลส.กบส.ต.2	
	ความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน (ปีละ 400 ราย/เขต)	ราย	100		100		100		100		100						
	(ไตรมาสละ 100 ราย/เขต)																
	กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย, พาณิชย, อุตสาหกรรม, หน่วยงานราชการ																
แผนงานหลักที่ 8 แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ ข้อร้องเรียน	1. ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการแนวทางการบริหารจัดการข้อร้องเรียน	ครั้ง	1								1			0.0080		ผลต.	
	ขั้นตอนการดำเนินการ															ผลส.กบส.ต.2	
	1.1 ประชุมชี้แจงกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน ผู้ปฏิบัติ, ผู้เกี่ยวข้อง															กฟฟ.ชั้น 1-3	
	(ทพ.ทุกแผนก, ผู้รับผิดชอบ PEA-VOC System) ภายในไตรมาส 1															กฟส., กฟย.	
	1.2 แต่งตั้งคณะกรรมการ จัดการข้อร้องเรียนระดับหน่วยงาน															กบส.	
	(กฟต.2, กฟฟ.1-3)															กฟฟ.ชั้น 1-3	
	2. บริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า ตามอนุมัติคู่มือ "เพิ่มประสิทธิภาพ																
	การบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กฟผ."																
	01 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่	ร้อยละ	100		100		100		100		100					ผลต.	
ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 30 วัน เทียบกับจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด															ผลส.กบส.ต.2		
- การติดต่อลูกค้าเบื้องต้น ภายใน 5 วัน (ร้อยละ 100)															กฟฟ.ชั้น 1-3		
- การปิดข้อร้องเรียนด้านคุณภาพไฟฟ้า ภายใน 25 วัน (ร้อยละ 85)															กฟส., กฟย.		
- การปิดข้อร้องเรียนด้านการให้บริการ ภายใน 25 วัน (ร้อยละ 85)															ผนค.ทศ.		
- การปิดข้อร้องเรียนด้านการจดหน่วย/แจ้งค่าไฟฟ้า ภายใน 15 วัน (ร้อยละ 85)																	
- การปิดข้อร้องเรียนด้านการถูกงดจ่ายไฟฟ้า ภายใน 20 วัน (ร้อยละ 85)																	
- การปิดข้อร้องเรียนด้านพฤติกรรม ภายใน 20 วัน (ร้อยละ 85)																	
- การปิดข้อร้องเรียนด้านอื่นๆ ภายใน 20 วัน (ร้อยละ 85)																	
- การแนบเอกสารปิดเรื่องร้องเรียน, สำรวจความพึงใจ (ร้อยละ 100)																	
	02 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่	ร้อยละ	70		70		70		70		70					ผลต.	
ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 15 วัน เทียบกับจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด																ผลส.กบส.ต.2	
																กฟฟ.ชั้น 1-3	
																กฟส., กฟย.	
																ผนค.ทศ.	
	03 วิเคราะห์ความพึงใจของลูกค้าหลังได้รับการแก้ไขข้อร้องเรียน ทุกช่องทาง	ครั้ง	1		1		1		1		4					ผลต.	
เป้าหมาย (ทุกไตรมาส)																ผลส.กบส.ต.2	
กฟต.2 4 ครั้ง																กฟฟ.ชั้น 1-3	
																กฟส., กฟย.	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564													ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	3. รายงานผลการวิเคราะห์และการแก้ไขข้อร้องเรียน ประเภทคุณภาพไฟฟ้า	ครั้ง	1		1		1		1		4					กวด.ต.2
	หัวข้อย่อย โฟตก และไฟกระพริบ															
แผนงานหลักที่ ๑ แผนงานพัฒนาศักยภาพพนักงานใน	1. วิเคราะห์ความต้องการการพัฒนาศักยภาพด้านลูกค้าแล้วนำมากำหนด	ครั้ง	1		-		-		-		1					กบล.
ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	หลักสูตรสำหรับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร(ภายใน/ภายนอก)															
	ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการลูกค้า															
	2. อบรม/ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการผู้รับชำระเงินและผู้รับคำร้องของ	ครั้ง	-		1		-		-		1			0.5670		กบญ. กบล.
	กฟฟ.ชั้น1-3, กฟส., กฟย.															กฟฟ.ชั้น 1-3
																กฟส., กฟย.
	3. อบรม/ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติ พนักงาน EO และ พนักงานแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้อง	ครั้ง	-		1		-		-		1			0.1960		กบช.
	ของ กฟฟ.ชั้น 1-3, และ กฟส.															กฟฟ.ชั้น 1-3
																กฟส.
	4. ประเมินการไฟฟ้าทุกแห่งของสายงานภาค 4 ตามเกณฑ์ การไฟฟ้าดีเด่น															คณะทำงาน
	ของ กฟภ. เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่านระบบสารสนเทศ															กฟฟ.ดีเด่น ต.2
	และคัดเลือก การไฟฟ้าดีเด่น															ประธาน : รฝ.ปบ (ป.)
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟภ. ปี 2563	ครั้ง	-		1		-		-		1					กฟฟ.1-3, กฟส.
	(ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟภ. รอบคัดกรอง ปี 2563)															กฟย.
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อม	ครั้ง	-		1		-		-		1					คณะทำงาน
	แจ้งผลฯ ให้ ผอภ.(ภ4)															กฟฟ.ดีเด่น ต.2
																กฟฟ.1-3, กฟส.
																กฟย.
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และ	ครั้ง	-		-		1		-		1					ผอภ.(ภ4)
	มอบรางวัลโดย รผภ.(ภ4)															
	04 วิเคราะห์ กฟฟ. ที่มีคะแนนการประเมินการไฟฟ้าดีเด่นที่คะแนน	ครั้ง	-		-		-		1		1					คณะทำงาน
	ต่ำกว่า 50% เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการลูกค้าอย่างมี															กฟฟ.ดีเด่น ต.2
	ประสิทธิภาพ															กฟฟ.1-3, กฟส.
	04.1 รายงานผลการปรับปรุงให้แล้วเสร็จ								1							กฟย.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564													ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	5. ประเมิน กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ของสายงานภาค 4 ด้านผู้จัดการ															คณะกรรมการ
	ศูนย์งานบริการลูกค้า (FM) เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่าน															กฟฟ.ดีเด่น ค.2
	ระบบสารสนเทศ และคัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์งาน															ประธาน : ร.ป.บ (ป.)
	บริการลูกค้า (FM)															กฟฟ.1-3, กฟส.
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์คัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์	ครั้ง	-		1		-		-		1					
	งานบริการลูกค้า (FM) (เอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน กฟฟ.ดีเด่น															
	ด้านบริการลูกค้า โดย ผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า)															
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ	ครั้ง	-		1		-		-		1					คณะกรรมการ
	พร้อมแจ้งผลฯ ให้ ผอ.ก.(ก4)															กฟฟ.ดีเด่น ค.2
																กฟฟ.1-3, กฟส.
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน	ครั้ง	-		-		1		-		1					ผอ.ก(ก4)
	และมอบรางวัลโดย รร.ก(ก4)															
	03.1 กฟฟ.ที่มีคะแนนต่ำกว่า 50 % ให้ปรับปรุงให้แล้วเสร็จ								1							คณะกรรมการ
																กฟฟ.ดีเด่น ค.2
																กฟฟ.1-3, กฟส.
	6. ประเมินการไฟฟ้าที่มี PEA Shop ทุกแห่ง ของสายงานการไฟฟ้าภาค 4															คณะกรรมการ
	ตามเกณฑ์ประเมินที่ กฟฟ.กำหนด และคัดเลือก PEA Shop ดีเด่น															smart customer
	01 ประเมินตนเองตามค่าเกณฑ์วัด ผวก. ลงวันที่ 26 สิงหาคม 2562	ครั้ง	-		1		-		-		1					service ค.2
	(เอกสารแนบ : เกณฑ์การคัดเลือก PEA Shop)															PEA Shop ทุกแห่ง
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อม	ครั้ง	-		1		-		-		1					คณะกรรมการ
	แจ้งผลฯ ให้ ผว.ร(ก4)															smart customer
																service ค.2
																PEA Shop ทุกแห่ง
	03 ประกาศผลการคัดเลือก PEA Shop ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน	ครั้ง	-		-		1		-		1					ผอ.ก(ก4)
	และมอบรางวัลโดย รร.ก(ก4)															

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564														ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล					
	7. ประเมิน KAMR ของ กฟช. ตามคู่มือบริหารลูกค้า																
	รายละเอียดและคัดเลือก KAMR ดีเด่น																
	01 ประเมินตนเองตามคู่มือบริหารลูกค้ารายสำคัญ (รายละเอียดของเกณฑ์การคัดเลือกจะแจ้งภายหลังต่อไป)	ครั้ง	-		1		-		-		1						ผลส.กบส.ต.2
																	กฟฟ.ชั้น 1-3
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ	ครั้ง	-		1		-		-		1						ผลส.กบส.ต.2
	พร้อมแจ้งผลฯ																
	03 ประกาศผลการคัดเลือก KAMR ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน	ครั้ง	-		-		1		-		1						กบส.กฟต.2
	หลังจากผลสำรวจไตรมาส 3																
แผนงานหลักที่ 10 แผนงานการพัฒนาความสัมพันธ์ลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมและนอกนิคมโดยรอบ	*รอกิจกรรมและค่าเป้าหมายจาก ฝสส.																

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR3 สร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Experience)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.6 ความสำเร็จของแผนงานพัฒนา PEA Customer Journey

4. เป้าหมาย

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR3 สร้างประสบการณ์กับลูกค้า (Customer Experience)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความสำเร็จของแผนงานพัฒนา PEA Customer Journey

7. เป้าหมาย

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 11 แผนงานพัฒนา PEA Customer Journey (แผนปฏิบัติการ กฟท. หน้า 276)	1. แต่งตั้งคณะทำงานจัดทำแผนงานการพัฒนา ระบบงานตาม PEA Customer Journey	ครั้ง	-		-		-		-		-					ฝ่ายลูกค้าและ การตลาด
	2. พิจารณาประเด็นช่องว่าง CustomerJourney Map เพื่อจัดทำแผนปรับปรุง															(ผลต.)
	3. ดำเนินการจัดทำแผนการดำเนินงาน ให้สอดคล้องตาม PEA Customer Journey															ฝ่ายอำนวยการ
	4. นำเสนอแผนงานต่อคณะทำงานด้านการบริการลูกค้าและการตลาด															ภูมิภาค
																ภาค 1-4
																(ผอภ.(ภ1-ภ4))

[illegible]

รายละเอียดแนบประกอบแผนงาน

มุมมองตาม BSC :	CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer Service)
ลำดับของแผนงาน :	แผนงานหลักที่ 4 แผนงานการพัฒนาการให้บริการลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)
ชื่อแผนงาน :	3. การใช้งานโปรแกรมระบบงานกระจายไฟ (DMSX)
ชื่อกิจกรรม (ถ้ามี) :	3.1 ให้ กฟฟ.ทุกแห่ง นำโปรแกรมระบบงานกระจายไฟ (DMSX) มาใช้งาน โดยให้ตรวจสอบผลการดำเนินการผ่าน okr.pea.co.th
ชื่อกิจกรรมย่อย (ถ้ามี) :	-
ผู้รับผิดชอบข้อมูล :	นางสาวนวลหง บัญม้น (ชผ.ตป.กบญ.ต.2)

หน่วยงาน	เป้าหมาย/ผล ปี 2564 (หน่วยวัด : %)								หน่วยวัด	หมายเหตุ
	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
กฟจ.นครศรีธรรมราช	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟจ.สุราษฎร์ธานี	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟจ.ตรัง	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟจ.กระบี่	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟจ.พังงา	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟจ.ภูเก็ต	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟอ.ทุ่งสง	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟอ.เกาะสมุย	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟอ.พุนพิน	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟอ.ปากพนัง	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟอ.ถลาง	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟอ.ตะกั่วป่า	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟฟ.ปัตตอง	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟอ.กาญจนดิษฐ์	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟอ.เวียงสระ	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟอ.ท่าศาลา	100.00		100.00		100.00		100.00		%	
กฟอ.ห้วยยอด	100.00		100.00		100.00		100.00		%	

รายละเอียดแนบประกอบแผนงาน

มุมมองตาม BSC :	CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer Service)
ลำดับของแผนงาน :	แผนงานหลักที่ 4 แผนงานการพัฒนาการให้บริการลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)
ชื่อแผนงาน :	3. การใช้งานโปรแกรมระบบงานจดจ่ายไฟ (DMSX)
ชื่อกิจกรรม (ถ้ามี) :	3.2 ร้อยละจำนวนผู้ใช้ไฟที่ถูกต้องจ่าย ผ่านระบบ DMSX เทียบกับจำนวนผู้ใช้ไฟที่ถูกต้องจ่ายทั้งหมด
ชื่อกิจกรรมย่อย (ถ้ามี) :	-
ผู้รับผิดชอบข้อมูล :	นางสาวนวลหง บัญม้น (ชผ.ตป.กบญ.ต.2)

หน่วยงาน	เป้าหมาย/ผล ปี 2564 (หน่วยวัด : %)								หน่วยวัด	หมายเหตุ
	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
กฟจ.นครศรีธรรมราช	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟจ.สุราษฎร์ธานี	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟจ.ตรัง	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟจ.กระบี่	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟจ.พังงา	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟจ.ภูเก็ต	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟอ.ทุ่งสง	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟอ.เกาะสมุย	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟอ.พุนพิน	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟอ.ปากพนัง	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟอ.ถลาง	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟอ.ตะกั่วป่า	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟฟ.ป่าตอง	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟอ.กาญจนดิษฐ์	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟอ.เวียงสระ	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟอ.ท่าศาลา	80.00		80.00		80.00		80.00		%	
กฟอ.ห้วยยอด	80.00		80.00		80.00		80.00		%	