

แผนปฏิบัติการ กฟผ.2 ประจำปี 2565 ด้าน Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ
นำเชื่อถือต่อลูกค้าและทุกกลุ่มผู้มีส่วน

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
2.1 ความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กฟผ. ที่ตอบสนอง
ต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2.2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของ กฟผ.
ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4. เป้าหมาย
ระดับ Baseline + 4%
(5–Baseline)2
ระดับ Baseline + 4%
(5–Baseline)2

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กฟผ. ที่ตอบสนอง
ต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

7. เป้าหมาย
Baseline + 4.00%
(5–Baseline)2

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2565										งบประมาณ (ล้านบาท)			รับผิดชอบ	ผู้ดำเนิน การ/ ผู้ปฏิบัติ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล					
แผนงานหลักที่ 3 ยกระดับการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	01 ทบทวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของ กฟผ. และประเมินความต้องการความคาดหวังที่สำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมจัดทำทะเบียนรายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Profile)	ครั้ง	-	-	1.00		-		-		1.00					คณะทำงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	กองทุกกอง
แผนงานหลักที่ 4 บริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า	01 การตอบข้อร้องเรียนของผู้ใช้ไฟฟ้า (ด้านบริการ)															กบล.	กบล.(ผลส.)
ตามอนุมัติคู่มือ "เพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กฟผ." (Core Business Enable ด้านที่ 4.2)	01.1 ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วันทำการ	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00						ผบด.,บค.กส.กฟส. และ กฟย.
	01.2 ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วัน	ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00						
	01.3 ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	80.00		80.00		80.00		80.00		80.00						
	01.4 ข้อร้องเรียนสำคัญเร่งด่วน (IA/IR chat) ปิดได้ภายใน 24 ชั่วโมง	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00					กอก.	
	02 ค่าเฉลี่ยการปิดข้อร้องเรียนประเภทต่างๆ (ด้านบริการ)															กบล.	กบล.(ผลส.)
	02.1 ข้อร้องเรียนด้านคุณภาพไฟฟ้า ปิดได้ภายใน 25 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00						ผบป.,บป.ผบด.,บค.กส.กฟส. และ กฟย.
	02.2 ข้อร้องเรียนด้านการให้บริการ ปิดได้ภายใน 25 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00						
	02.3 ข้อร้องเรียนด้านการจัดหาหน่วย/แจ้งค่าไฟฟ้า ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00						
	02.4 ข้อร้องเรียนด้านพฤติกรรมพนักงาน ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00						
	02.5 ข้อร้องเรียนด้านการถูกงดจ่ายไฟฟ้า ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00						
	02.6 ข้อร้องเรียนด้านอื่นๆ ปิดได้ภายใน 20 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00						
	03 ระยะเวลาตอบสนองที่ลูกค้าร้องขอและปฏิบัติตามเงื่อนไข															กบล.	กบล.(ผลส.)
	03.1 การตรวจสอบและแก้ไขคำร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาและปัญหาไฟกระพริบตรวจสอบหรือติดต่อผู้ใช้ไฟฟ้าภายใน 5 วัน	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00						ผบป.กฟส. และ กฟย.
	03.2 การอ่านเครื่องวัดหน่วยและเงื่อนไขเกี่ยวกับการชำระเงินตรวจสอบหรือติดต่อผู้ใช้ไฟฟ้าภายใน 5 วัน	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00						ผบป.,บค.กฟส. และ กฟย.

	04 การจัดการและรวบรวมความรู้ จากการจัดการข้อร้องเรียนที่มี นัยสำคัญพร้อมทั้งมีการตรวจสอบความถูกต้อง และเผยแพร่ใน ระบบ KMS															กบล.	กบล.(ผลส.)
	04.1 ดำเนินการจัดทำ OPL หรือ OPK เกี่ยวกับการจัด ข้อร้องเรียนที่มีนัยสำคัญ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติงานของพนักงาน ในสังกัด	เรื่อง	-	-	1.00	-	1.00										
	05 การดำเนินการตามแผนสนับสนุน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการ จัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า																
	05.1 จัดทำแผน/แนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกัน รวม ถ่ายทอดแผนงาน/แนวทางฯ ไปสู่ระดับปฏิบัติการอย่างทั่วถึง	ครั้ง	1.00	-	-	-	1.00									ผวธ.	กวด.ภ4
	05.2 รายงานผลการดำเนินการตามแผน/แนวทางการป เชิงป้องกัน	ครั้ง	-	-	-	1.00	1.00									กบล.	กบล.(ผลส.)
	06 กระบวนการจัดการเสี่ยงของลูกค้า (PEA Vcare/PEA VOC)															กบล.	ผบ.บป.
	06.1 แต่งตั้งคณะกรรมการจัดการเสี่ยงของลูกค้า	ครั้ง	1.00		-	-	-	1.00									ผมด.,บค.กส. กฟส. และ กฟย.
	06.2 ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการแนวทางการบริหารการเสี่ยงของลูกค้า	ครั้ง	1.00		1.00	1.00	1.00	4.00									
	06.3 ติดตาม สรุปผล และวิเคราะห์ กระบวนการจัดการเสี่ยงของค เป้าหมาย (ทุกไตรมาส)	ครั้ง	3.00		3.00	3.00	3.00	12.00									

แผนปฏิบัติการ กฟผ.2 ประจำปี 2565 ด้าน Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและ น่าเชื่อถือต่อลูกค้าและทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ (Digital Customer Experience)	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 2.3 ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า - กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย) - กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่) - กลุ่มภาครัฐ (ราชการและรัฐวิสาหกิจ) - กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Customer)	4. เป้าหมาย ระดับ 4.5 ระดับ 4.5 ระดับ 4.5 ระดับ 4.5
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ (Digital Customer Experience)	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน - ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการเทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด	7. เป้าหมาย ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2565										งบประมาณ (ล้านบาท)			รับผิดชอบ	ผู้ดำเนิน การ/ผู้ ปฏิบัติ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล					
แผนงานหลักที่ 5 งานบริหารการเปิดให้บริการ ศูนย์บริการลูกค้า PEA SHOP	01 การเปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า PEA SHOP ในปี 2565															คณะทำงาน	คณะทำงาน
	01.1 วางแผนการเปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า ในปี 2565 (PEA Shop สุราษฎร์ธานี และ PEA Shop ภูเก็ต)	ครั้ง	1.00		-		-		-		1.00					เปิดศูนย์บริการฯ	เปิดศูนย์บริการฯ
	01.2 ความสำเร็จในการดำเนินการเปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า เทียบกับตามแผนการเปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า ในปี 2565	ร้อยละ	100.00		-		-		-		100.00			0.300	0.300		กฟผ.สุราษฎร์ธานี
แผนงานเพิ่มเติมที่ 1 แผนงานพัฒนา Digital Customer Experience	01 ส่งเสริมประชาสัมพันธ์การให้บริการออนไลน์															กฟผ.	กฟผ.
	01.1 ส่งเสริมประชาสัมพันธ์การให้บริการออนไลน์ให้บริการแล้ว ตั้งแต่ปี 2564 (ชำระค่าไฟฟ้า,ขอใช้ไฟฟ้าใหม่,ขอขยายเขต)	ครั้ง	1.00		1.00		1.00		1.00		4.00					และ กบฉ.	และ กบฉ.
	01.2 ความสามารถในการเพิ่มจำนวนการใช้บริการออนไลน์ (ชำระค่าไฟฟ้า, ขอใช้ไฟฟ้าใหม่, ขอขยายเขต)	ร้อยละ	5.00		10.00		15.00		20.00		20.00						ผบค.บป กฟผ. และ กฟอ.
	01.3 ความสามารถในการใช้ Smart Card Reader สำหรับให้บริการ	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00						ผบค. กฟผ. และ กฟอ.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2565 ด้าน Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ
นำเชื่อถือต่อลูกค้าและทุกกลุ่มผู้มีส่วน

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
SCM3 การรักษาลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
2.8 ร้อยละของลูกค้ายสำคัญ (Key Account) ต่อลูกค้า High Value

4. เป้าหมาย
ร้อยละ 70

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
SCM3 การรักษาลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Customer)

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4234

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2565										งบประมาณ (ล้านบาท)			รับผิดชอบ	ผู้ดำเนิน การ/ ผู้ปฏิบัติ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล					
แผนงานหลักที่ 6 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อ รักษาลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุน การให้บริการลูกค้า (Core Business Enable ด้านที่ 4.2)	01 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ													7.814	7.814	กบล.	กบล.(ผลส.)
	01.1 ขออนุมัติแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี 2565	ครั้ง	1.00		-		-		-		1.00						ผบ.บค.
	เป้าหมาย ผชก./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย																ผบด.กฟส.
	ผจก.กฟฟ.ชั้น1-3./ผู้แทน ไตรมาสละ 6 ราย																สช./ ขอ.
	01.2 เยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี 2565																
	01.2.1 ผชก./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	ราย	3.00		3.00		3.00		3.00		12.00	-				กบล.	กบล.(ผลส.)
	01.2.2 ผจก.กฟฟ.ชั้น 1/ผู้แทน ไตรมาสละ 8 ราย	ราย	8.00		8.00		8.00		8.00		32.00					กบล.	กฟฟ.ชั้น 1
	ในสังกัด กฟต.2 มีจำนวน 1 กฟฟ.																
	01.2.3 ผจก.กฟฟ.ชั้น 2-3/ผู้แทน ไตรมาสละ 6 ราย	ราย	6.00		6.00		6.00		6.00		24.00					กบล.	ผจก.ทศ.
	ในสังกัด กฟต.2 มีจำนวน 16 กฟฟ.																ผบ.บค.
																	ผบค.
	01.2.4 ผจก.กฟส./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	ราย	6.00		6.00		6.00		6.00		24.00					กบล.	กฟส.
ในสังกัด กฟต.2 มีจำนวน 26 กฟฟ.																สช./ ขน.	
	01.3 บันทึกเสียงของลูกค้าในระบบสารสนเทศ (CRM และ VOC System (เฉพาะ ผชก. และ ผจก.กฟฟ.ชั้น1-3) (เยี่ยมลูกค้า 1 รายต้องบันทึกเสียงของลูกค้าที่สำคัญอย่างน้อย 1 เรื่อง)	เรื่อง	6.00		6.00		6.00		6.00		24.00					กบล.	กบล.(ผลส.)
																	ผบ.บค.
																	ผบค.
	01.4 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์เสียงที่สำคัญของลูกค้า	ครั้ง	1.00		1.00		1.00		1.00		4.00					กบล.	กบล.(ผลส.)
	แนวทางปรับปรุงแก้ไขจากระบบ CRM Plus และ VOC																
	02 การสนับสนุนลูกค้ารายใหม่															กบล.	กบล.(ผลส.)
	02.1 สร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น พาณิชย์จังหวัด	ครั้ง	1.00		-		-		-		1.00						ผบค.
	อุตสาหกรรมจังหวัด องค์การส่วนท้องถิ่น																KAMR
	02.2 คัดกรองและรวบรวมข้อมูลของลูกค้าที่คาดว่าจะ是客户รายใหม่	ครั้ง	1.00		-		-		-		1.00						
	02.3 จัดทำแผนงานในการติดต่อ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	ครั้ง	1.00		-		-		-		1.00						
	02.4 ดำเนินการตามแผนโดยติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อแนะนำข้อมูล	ครั้ง	1.00		1.00		1.00		1.00		4.00						
	เกี่ยวกับบริการขอใช้ไฟฟ้า และบริการเสริมต่างๆ หรืออื่นๆ ตามความเหมาะสม																
	02.5 สรุปรายงานการสนับสนุนลูกค้ารายใหม่	ครั้ง	1.00		1.00		1.00		1.00		4.00						

	03 การจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่																
	03.1 ขออนุมัติการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่	ครั้ง	1.00		-	-	-	-	1.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	- ผลสำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย																ผบค.
	- แผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปี																
	03.2 จัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ในลักษณะ Cluster หรือ	ร้อยละ	-		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	พิจารณาตามความเหมาะสมของพื้นที่ โดยหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาฯ																ผบค.
	ให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวก.																
	03.3 สรุปรายงานการดำเนินการและวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา	ครั้ง	-		1.00	1.00	1.00	1.00	3.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	ทุกไตรมาส																ผบค.
	04 งานกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management)																
	04.1 ทบทวนรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ และแผนการดำเนินงาน	ครั้ง	1.00		-	-	-	-	1.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	พร้อมแต่งตั้งพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ																ผบค.,ผบด.
	04.2 สรุปรายงานการดำเนินงาน และวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน ลงในระบบ	ครั้ง	1.00		1.00	1.00	1.00	1.00	4.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	CRM Plus ทุกไตรมาส																ผบค.,ผบด.
	04.3 กำหนดหลักเกณฑ์ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญดีเด่น (KAMR Award)	ครั้ง	-		1.00	-	-	-	1.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	03.4 ประกาศผลพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญดีเด่น (KAMR Award)	ครั้ง	-		-	-	-	1.00	1.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	04.5 ประชุมทบทวนกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	ครั้ง	-		-	-	-	1.00	1.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	(Key Account Management) และเตรียมความพร้อมสำหรับปี 2566																
	05 งานบริหารผู้จัดการศูนย์งานบริการ (Front Manger)																
	05.1 ทบทวนและแต่งตั้ง FM ให้ครบถ้วนทั้ง กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส.	ครั้ง	1.00		-	-	-	-	1.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	ภายในเดือน ม.ค. 2564																ชวก.(บ)
	05.2 ชี้แจงแนวทางการปฏิบัติงาน และหลักเกณฑ์การประเมินให้ FM ทราบ	ครั้ง	-		-	-	-	-	-							กบล.	กบล.(ผลส.)
	(รอการถ่ายทอดคู่มือจาก กกด.)																
	05.3 ติดตามประเมินผล/ปรับปรุง และสรุปรายงานผลความพึงพอใจในระบบ	ครั้ง	3.00		3.00	3.00	3.00	3.00	12.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	Customer Smile Feedback																ผบค.,ผบด.
																	กฟส. และ กฟอ.
	แผนงานเพิ่มเติมที่ 2 แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพในการ																
	จัดการความต้องการความคาดหวังของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ																
	01.1 ดำเนินการสำรวจความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ	ครั้ง	-		1.00	-	-	-	1.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	ในเชิงลึก																ผบค.,ผบด.
	01.2 ขยายผลการใช้งานแผนเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการความต้องการ	ครั้ง	-		-	1.00	-	-	1.00							กบล.	กบล.(ผลส.)
	ความคาดหวังของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ																ผบค.,ผบด.