

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

มุมมอง Goal (Finance Social Environment : FSE)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

-

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

-

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

1.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)

1.2 การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (CPI-X)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) μ

- ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานส่วนกลาง

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
แผนงานหลักที่ 1 แผนงานการให้บริการธุรกิจเสริม การพัฒนาธุรกิจใหม่ เพื่อสร้างรายได้ธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้กับองค์กร <											

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

มุมมอง Goal (Finance Social Environment : FSE)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

-

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

-

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

1.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)

1.2 การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (CPI-X)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) μ

- ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานส่วนกลาง

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟส.ปล.		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผกป.
	2.3 จัดส่งผู้ปฏิบัติงานเข้าอบรมหลักสูตรการใช้งานกล้องส่องความร้อน level 1 ที่ วสท. (เฉพาะ กฟฟ.ที่มีกล้องส่องความร้อน)										
	กฟจ.ตรัง	ครั้ง		-	1.00	1.00		-			ผปบ.
	กฟส.กต.			-	1.00	1.00		-			ผกป.
	กฟส.ยช.			-	1.00	1.00		-			ผกป.
	กฟส.ปล.			-	1.00	1.00		-			ผกป.
	2.4 สรุปรายงานผล/วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน	ครั้ง	3.00		3.00		3.00		3.00		กบญ.(ผบต,ผบส.)
											กบส.(ผบธ.)
	3. ประสิทธิภาพในการ ควบคุมต้นทุนและบันทึกต้นทุนให้ได้ ระดับกำไรที่เหมาะสมสำหรับงานให้บริการธุรกิจเสริม ก่อสร้างระบบไฟฟ้าให้กับผู้ใช้ไฟฟ้า C02.2 เป้าหมายปี 2563 ระดับ 5 = อัตรากำไรร้อยละ 28 (รอเป้าหมายจาก รผก.(ธ))										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	28.00	25.93	28.00	27.12	28.00	32.76	28.00		ผบป.
	กฟส.กต.		28.00	4.95	28.00	28.10	28.00	23.68	28.00		ผบง.
	กฟส.ยช.		28.00	31.36	28.00	18.81	28.00	27.37	28.00		ผบง.
	กฟส.ปล.		28.00	64.49	28.00	48.38	28.00	49.16	28.00		ผบง.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

มุมมอง Goal (Finance Social Environment : FSE)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

-

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

-

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

1.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)

1.2 การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (CPI-X)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) μ

- ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานส่วนกลาง

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	4. ประสิทธิภาพของการปิดงานของใบสั่งงาน WMS งานบริการ										
	ธุรกิจเสริมตรวจสอบ ซ่อมแซม และบำรุงรักษา										
	เป้าหมาย ปี 2563 ระดับ 5 = ร้อยละ 90										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	90.00	60.58	90.00	90.68	90.00	82.86	90.00		ผปบ.,ผมต.
	กฟส.กต.		90.00	100.00	90.00	95.35	90.00	100.00	90.00		ผบต.,ผกป.
	กฟส.ยช.		90.00	100.00	90.00	95.00	90.00	100.00	90.00		ผบต.,ผกป.
	กฟส.ปล.		90.00	91.67	90.00	98.39	90.00	95.95	90.00		ผบต.,ผกป.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

มุมมอง Goal (Finance Social Environment : FSE)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

-

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

-

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

1.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)

1.2 การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (CPI-X)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) μ

- ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานส่วนกลาง

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	5. ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนการเข้าพาดสายสื่อสาร ปี 2564										
	01 ตรวจสอบเสไฟฟ้าเพื่อเรียกเก็บค่าบริการประจำปี 2565										
	ให้ครบถ้วนภายในไตรมาสที่ 4/2564										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ		-		-		-	100.00		ผบป.
	กฟส.กต.			-		-		-	100.00		ผกป.
	กฟส.ยช.			-		-		-	100.00		ผกป.
	กฟส.ปล.			-		-		-	100.00		ผกป.
	02 แจ้งค่าบริการพาดสายและตั้งหนี้ผู้ประกอบการสื่อสารบนเสไฟฟ้า										
	ของปี 2564 ภายในไตรมาสที่ 1 /2564 (รายเก่า)										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100.00	100.00	-	-	-	-	-		ผบป.
	กฟส.กต.		100.00	100.00	-	-	-	-	-		ผกป.
	กฟส.ยช.		100.00	100.00	-	-	-	-	-		ผกป.
	กฟส.ปล.		100.00	100.00	-	-	-	-	-		ผกป.
	02.1 ตั้งหนี้		ภายใน 31 ม.ค.								
	การตั้งหนี้ CAT & TOT										
	1. ใบแจ้งหนี้ : ตั้งหนี้ในนาม CAT และ TOT พร้อมแนบรายละเอียดเส้นทาง										
	** ดำเนินการตามวิธีการเดิม										
	2. ใบเสร็จรับเงิน / ใบกำกับภาษี :										
	- CAT ออกในนาม CAT และต่อท้ายข้อความ "ชำระโดย บริษัทโทรคมนาคม										
	แห่งชาติ จำกัด (มหาชน) สาขา 000"										

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

มุมมอง Goal (Finance Social Environment : FSE)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

-

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

-

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

1.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)

1.2 การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (CPI-X)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) μ

- ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานส่วนกลาง

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	- TOT ออกในนาม TOT และต่อท้ายข้อความ "ชำระโดย บริษัทโทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) สาขา 001"										
	หมายเหตุ กำหนดการตั้งหนี้ให้แล้วเสร็จ เลื่อนเป็นภายใน 31 ม.ค. 64 เนื่องจากมีการประชุมและสรุปผลการประชุม CAT-TOT แล้วเสร็จ เมื่อ 14 ม.ค. 2564 กำหนดการตั้งหนี้ให้แล้วเสร็จในปีต่อไป ยังคงกำหนดให้ภายใน 15 ม.ค. ของปีนั้นๆ										
	02.2 รวบรวมใบแจ้งหนี้จาก กฟฟ.	ภายใน 31 ม.ค.									กบล.(ผรท.)
	02.3 จัดทำบันทึกแจ้ง กบท.กฟภ.	ภายใน 31 ม.ค.									กบล.(ผรท.)
	03 สุ่มตรวจนับจำนวนเสาไฟฟ้าเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการเรียกเก็บค่าบริการเข้าพาดสาย	ร้อยละ กฟฟ.	25.00		50.00		80.00		100.00		กบล.(ผรท.)
	จากระบบ TAMs เทียบกับสภาพหน้างานจริง										
	เป้าหมาย สุ่มทุก กฟฟ.จุดรวมงานและสังกัด ภายในปี										
	*** งบทำการ กฟภ. ปรับปรุงสายสื่อสาร										
	6. เร่งรัดจัดเก็บลูกหนี้จากการให้ใช้เสาไฟฟ้าเพื่อพาดสายสื่อสารโทรคมนาคมปีก่อนหน้าที่ยังค้างชำระให้ได้ 100% (ลูกหนี้จริง ณ วันที่ 31 ธ.ค.2563 = 0)										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	20.00	100.00	40.00	100.00	70.00	100.00	100.00		ผบป.
	กฟส.กต.		20.00	100.00	40.00	100.00	70.00	100.00	100.00		ผบง.
	กฟส.ยช.		20.00	100.00	40.00	100.00	70.00	100.00	100.00		ผบง.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

มุมมอง Goal (Finance Social Environment : FSE)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

-

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

-

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

1.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)

1.2 การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (CPI-X)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) μ

- ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานส่วนกลาง

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟส.ปล.		20.00	100.00	40.00	100.00	70.00	100.00	100.00		ผบง.
	7. เร่งรัดจัดเก็บลูกหนี้จากการให้ใช้เสาไฟฟ้าเพื่อพาดสายสื่อสารโทรคมนาคมปี 2564 ให้ได้ 100%										
	7.1 ลูกหนี้ค่าเช่าพาดสายปีแรก ของรายที่เกิดขึ้นใหม่										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100.00	27.28	100.00	44.70	100.00	45.54	100.00		ผบป.
	กฟส.กต.		100.00	100.00	100.00	45.50	100.00	75.00	100.00		ผบง.
	กฟส.ยช.		100.00	100.00	100.00	39.70	100.00	61.67	100.00		ผบง.
	กฟส.ปล.		100.00	34.69	100.00	30.80	100.00	46.30	100.00		ผบง.
	ในรอบ ปี 2564 (เกิดขึ้นในช่วง 1 พ.ย. 63 - 31 ต.ค .64)		(1พ.ย-31ธ.ค.63)		(1ม.ค-31มี.ค.64)		(1เม.ย-30 มิ.ย.64)				
	(**ต้องชำระเงินภายใน 45 วัน หลังจากรับใบแจ้งหนี้)										
	(**ให้เวลาติดตามกรณีหนี้ค้าง 15 วัน)										
	7.2 ลูกหนี้ค่าเช่าพาดสายปีที่ 2 เป็นต้นไป ในรอบปี 2564 (รายเก่า)	บาท	4,334,051.05	2,344,172.13	6,934,481.68	4,497,327.78	7,801,291.89	4,682,154.23	11,135,640.00		
	*ค่าเป้าหมายเป็นข้อมูลจากประมาณการรายได้ของ ผอท.กบต.๒.2										
	ประมาณการรายได้=144.690 ล้านบาท										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	50.00	-	80.00	-	90.00	-	100.00		ผบป.
	กฟส.กต.		50.00	-	80.00	-	90.00	90.00	100.00		ผบง.
	กฟส.ยช.		50.00	-	80.00	-	90.00	-	100.00		ผบง.
	กฟส.ปล.		50.00	49.27	80.00	90.81	90.00	94.68	100.00		ผบง.
	*หมายเหตุ ข้อ 7.1 , 7.2 กรณีที่มีการผัดนัดชำระเงินและได้ส่งให้ ผกม.ดำเนินการถือว่า ยกเว้นได้										

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

มุมมอง Goal (Finance Social Environment : FSE)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

-

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

-

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

1.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)

1.2 การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (CPI-X)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) μ

- ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานส่วนกลาง

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
แผนงานหลักที่ 2 แผนบริหารค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน	1. กำหนดเกณฑ์ประเมินผลการบริหารค่าใช้จ่ายดำเนินงานของหน่วยงานในสังกัด	ครั้ง	1.00		-		-		1.00		กปง.
	2. ควบคุมค่าใช้จ่ายดำเนินงาน7 ประเภท ตามมาตรการที่ ผวก. อนุมัติเป้าหมายไม่เกินกรอบวงเงินที่ได้รับจัดสรร										
	กฟจ.ตรัง	ครั้ง	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		ผบป.
	กฟส.กต.		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		ผบง.
	กฟส.ยช.		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		ผบง.
	กฟส.ปล.		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		ผบง.
	3. สรุปผลการดำเนินงานให้ผู้บริหารทราบ										
	กฟจ.ตรัง	ครั้ง	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		ผบป.
	กฟส.กต.		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		ผบง.
	กฟส.ยช.		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		ผบง.
	กฟส.ปล.		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		ผบง.
	4. ควบคุม/กำกับ/ติดตาม การบันทึกเวลาปฏิบัติงาน * รอกระจายเป้าหมายจาก รผก.(ธ)										
	(Time Confirm) ให้ถูกต้องครบถ้วนตามความเป็นจริง										
***รอค่าเป้าหมาย	01 การบันทึกเวลาปฏิบัติงาน (Time Confirm) ระบบงาน PS	ล้านบาท	1.17	1.40	2.34	3.13	3.51	4.35	4.68		

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

มุมมอง Goal (Finance Social Environment : FSE)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

-

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

-

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

1.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)

1.2 การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (CPI-X)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) μ

- ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานส่วนกลาง

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟจ.ตรัง			0.66		1.51		2.27			ผกส.,ผบป.
	กฟส.กต.			0.37		0.49		0.59			ผกป.
	กฟส.ยช.			0.21		0.73		0.98			ผกป.
	กฟส.ปล.			0.16		0.41		0.51			ผกป.
	(ข้อมูลเป้าหมายปี 2563)										
	กำหนดค่าเป้าหมายจากคณะทำงานฯ										
***รื้อค่าเป้าหมาย	02 การบันทึกเวลาปฏิบัติงาน (Time Confirm) ระบบงาน WMS	ล้านบาท	0.34	0.43	0.68	0.88	1.01	1.13	1.35		
	กฟจ.ตรัง			0.20		0.43		0.57			ผมต.,ผบป.
	กฟส.กต.			0.11		0.23		0.28			ผบต.,ผกป.
	กฟส.ยช.			0.07		0.13		0.16			ผบต.,ผกป.
	กฟส.ปล.			0.05		0.09		0.11			ผบต.,ผกป.
	(ข้อมูลเป้าหมายปี 2563)										
	กำหนดค่าเป้าหมาย ตามหนังสือ ฝวธ.(ก3) 35091/2563 การกำหนดค่าเป้าหมาย										
	5. บริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของ ต.2 ให้เป็น										
	ไปตามค่างบประมาณที่ได้รับจัดสรร (CPI-X) จำนวน 1,504.034 ล้านบาท		94.61	68.10	94.61	88.18	94.61	96.80	94.61		
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	94.61	74.93	94.61	92.36	94.61	98.48	94.61		ผบป.
	กฟส.กต.		94.61	94.61	94.61	93.50	94.61	94.61	94.61		ผบง.
	กฟส.ยช.		94.61	58.51	94.61	86.77	94.61	98.14	94.61		ผบง.
	กฟส.ปล.		94.61	54.12	94.61	77.95	94.61	96.22	94.61		ผบง.
	เป้าหมายปี 2564 ระดับ 5 ใช้ค่าเกณฑ์ของปี 2563 ไปก่อน										
	กฟต. 2 ระดับ 2 =1504.034 ลบ. ระดับ 5=1,4347.271ลบ.										

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

มุมมอง Goal (Finance Social Environment : FSE)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

-

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

-

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

1.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)

1.2 การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (CPI-X)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) μ

- ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานส่วนกลาง

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนภูมิภาค

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	หมายเหตุ ระดับ 2 เท่ากับงบประมาณที่ได้รับจัดสรร										
	ระดับ 5 ใช้น้อยกว่างบที่ได้รับจัดสรร 3.78 %										
รับงบปี 64 ตามหนังสือ กปง.(จท)172/2563 ลว.16 มี.ค.63	กรอบงบประมาณมีการปรับเพิ่มลดระหว่างปีจาก ส่วนกลาง										
	* หมายเหตุ รวเป้าหมายจากส่วนกลาง (กปง.)										

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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
แผนงานหลักที่ 3 แผนงานการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อกำหนดและดำเนินการตามมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ที่เกินความคาดหวังของลูกค้า และเหนือกว่า คู่เทียบ	1. การยกระดับมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ที่เกินความคาดหวังของ ลูกค้า และเหนือกว่าคู่เทียบ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล										
	1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเสียงของลูกค้า ปี 2563 จากระบบ PEA VOC system ภายในเดือน ม.ค. 2564	ครั้ง	1		-		-		-		ผลส.กบส.ต.2
	1.2 วิเคราะห์มาตรฐานการให้บริการ (SLA) จากระบบ OM ภายในเดือน ม.ค. 2564 (ดูว่า SLA ไหนต้องยกระดับ)	ครั้ง	1		-		-		-		ผบธ.กบส.ต.2
											ผลต.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

ด้าน Customer Value Proposition

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 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	1.3 กำหนดคู่เทียบ (หน่วยงานภายใน กฟภ. หรือหน่วยงานภายนอก)	ครั้ง	1		-		-		-		ผบธ.กบส.ต.2
	นำผลการวิเคราะห์ข้อ 1.1 และ 1.2 มากำหนดคู่เทียบ (หน่วยงานภายใน)										ผลส.กบส.ต.2
	ภายในเดือน ม.ค. 2564										
	1.4 จัดทำแผนที่ตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของ	ครั้ง	1		-		-		-		ผบธ.กบส.ต.2
	ลูกค้า และเหนือกว่าคู่เทียบ (SLA) (1 เรื่อง) พร้อมทดลองใช้งานในพื้นที่										ผลต.
	จัดทำแผนงานเพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ภายใน มี.ค. 2564										

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	1.5 ติดตามประเมินผล และปรับปรุง (รายไตรมาส) พร้อมรายงานผลให้										
	ผลต. เพื่อดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป										
	ดำเนินการตามแผนงานข้อ 1.4 พร้อมติดตามประเมินผล/ปรับปรุง										
	และสรุปรายงานผลรายไตรมาส เริ่มในไตรมาส 2										
	กฟจ.ตรัง	ครั้ง	-	-	1	1	1	1	1		ผบค.
	กฟส.กต.		-	-	1	1	1	1	1		ผบค.
	กฟส.ยช.		-	-	1	1	1	1	1		ผบค.
	กฟส.ปล.		-	-	1	1	1	1	1		ผบค.

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 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	2. มาตรฐานการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า										
	2.1 ประเมินผลการดำเนินงานของผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (Front Manager : FM) ของ กฟผ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ตามตัวชี้วัดที่ กฟผ., และผ่านระบบ Customers' Smile Feedback หรือแบบฟอร์ม FM-03										
	2.1.1 ทบทวนและแต่งตั้ง FM ให้ครบถ้วนทั้ง กฟผ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ภายในเดือน ม.ค. 2564										

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟจ.ตรัง	ครั้ง	1	1	-	-	-	-	-	-	FM, ผบค.
	กฟส.กต.		1	1	-	-	-	-	-	-	FM, ผบค.
	กฟส.ยช.		1	1	-	-	-	-	-	-	FM, ผบค.
	กฟส.ปล.		1	1	-	-	-	-	-	-	FM, ผบค.
	2.1.2 ชี้แจงแนวทางการปฏิบัติงาน และหลักเกณฑ์การประเมินให้ FM ทราบ	ครั้ง	1		-		-		-		ผลส.กบค.ต.2
	ภายในไตรมาส 1	เดือน	ม.ค.-64								

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 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 15
ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	2.1.3 ติดตามประเมินผล/ปรับปรุง และสรุปรายงานทุกไตรมาส										
	กฟจ.ตรัง	ครั้ง	1	1	1	1	1	1	1		FM, ผบค.
	กฟส.กต.		1	1	1	1	1	1	1		FM, ผบค.
	กฟส.ยช.		1	1	1	1	1	1	1		FM, ผบค.
	กฟส.ปล.		1	1	1	1	1	1	1		FM, ผบค.

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	2.2 ประเมินผลการบริการ PEA Shop ทุกแห่ง ตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด	ครั้ง	1		1		1		1		คณะทำงาน
	(ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน PEA Shop อนุมัติ ผวก. ลงวันที่										Smart
	26 สิงหาคม 2562)										Customer
											Service
											(ประธาน:
											รฟ.บพ. (นิตยา))

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	2.3 ขอกการรับรองมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก										คณะทำงาน
	(Government Easy Contact Center : GECC)										GECC
	01 ประเมินตนเอง/สมัครเข้าร่วมโครงการฯ	ร้อยละ	100		-		-		-		(ประธาน:
		แห่ง									รฟ.วบ. (ศักดิ์ดา))

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

ด้าน Customer Value Proposition

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 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	02 กฟข. ติดตามและประเมินผล	ร้อยละ	-		100		-		-		
		แห่ง									
	03 สบ.ลงพื้นที่ตรวจประเมิน เพื่อให้การรับรอง	ร้อยละ	-		-		100		-		
	กฟต.2 : 9 แห่ง	แห่ง									

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 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 15
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

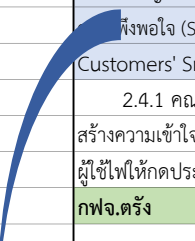
CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ
ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer Service)

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	2.4 เชิญชวนให้ลูกค้ากดประเมินความพึงพอใจผ่านระบบประเมินผล										
	พึงพอใจ (Smile Box) ร้อยละ 80 ของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด ผ่านระบบ										
	Customers' Smile Feedback										
	2.4.1 คณะทำงาน Smart Customer Service <u>ชี้แจง/สื่อสาร</u>										
	สร้างความเข้าใจให้พนักงานประจำจุดรับคำร้อง และจุดรับชำระเงิน เชิญชวน										
	ผู้ใช้ไฟฟ้าให้กดประเมินความพึงพอใจ ทุกสายที่มาใช้บริการ <u>ภายในไตรมาส 1</u>										
	<u>กฟผ.ตรัง</u>	ครั้ง	1	1	-	-	-	-	-	-	FM,ผบค.

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 15
ร้อยละ 100

ระดับ 5

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

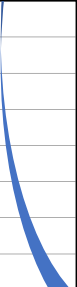
CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ
ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer Service)

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	2.4.2 ผลส.กบต.ต.2 ดำเนินการสรุปรายงานผลการดำเนินงานทุกเดือน	ครั้ง									
	กฟจ.ตรัง		3	3	3	3	3	3	3	FM, ผบค.	
	กฟส.กต.		3	3	3	3	3	3	3	FM, ผบค.	
	กฟส.ยช.		3	3	3	3	3	3	3	FM, ผบค.	
	กฟส.ปล.		3	3	3	3	3	3	3	FM, ผบค.	

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	การประเมินผล ตั้งแต่ ม.ค.64 จนกว่าสถานการณ์ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่จะสิ้นสุดลง ตามหนังสือเลขที่ กฟท.(สพ) 13/2564 ลงวันที่ 8 มกราคม 2564										
	2.5 ให้สำรวจและวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่ประเมินความพึงพอใจผ่าน ระบบประเมินผลความพึงพอใจ (Smile Box) กรณีที่ได้รับการประเมิน										

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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	ตั้งแต่ 3 ลงไป โดยสำรวจผ่านระบบ Customers' Smile Feedback										
	2.5.1 คณะทำงาน Smart Customer Service ชี้แจง/สร้างความเข้าใจ										
	คู่มือการใช้งานระบบ Customers' Smile Feedback ให้ FM ทราบ										
	ภายในไตรมาส 1 (สามารถดำเนินการพร้อมกับข้อ 2.4.1 ได้)										
	กฟผ.ตรัง	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		FM,ผบค.
	2.5.2 FM ตรวจสอบผลการประเมินฯ และดำเนินการตามคู่มือฯ (ข้อ 2.5.1)										

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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		FM กฟจ.ตง
	2.6 กรณี กฟฟ. ที่ไม่มี Smile Box ให้สำรวจความพึงพอใจ โดยใช้แบบฟอร์ม PEA-QN04 จำนวน 400 ราย/กฟฟ./ปี (วิเคราะห์ความพึงพอใจ และแนวทางการแก้ไข ในเดือนกันยายน)										
	2.6.1 FM ชี้แจง/สื่อสารสร้างความเข้าใจให้พนักงานประจำจุดรับชำระเงิน										
	สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟทุกรายที่มาใช้บริการ										

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟส.กต.	ราย	100	100	100	100	100	100	100		FM,ผบต.
	กฟส.ยช.		100	100	100	100	100	100	100		FM,ผบต.
	กฟส.ปล.		100	100	100	100	100	100	100		FM,ผบต.
	2.6.2 FM วิเคราะห์/หาแนวทางแก้ไข, ป้องกัน พร้อมรายงานผลฯ										
	ให้ ผจก. ทราบทุกเดือน และรายงาน กฟต.2 ทุกไตรมาส										
	กฟส.กต.	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3		FM,ผบต.
	กฟส.ยช.		3	3	3	3	3	3	3		FM,ผบต.

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 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟส.ปล.		3	3	3	3	3	3	3		FM,ผบด.
แผนงานหลักที่ 4 แผนงานการพัฒนาการให้บริการลูกค้า ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	1. โครงการพัฒนาการให้บริการผ่าน Internet แบบครบวงจร PEA Smart Plus บน Smart Phone										
	1.1 ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และเชิญชวนให้ลูกค้า Download แอปพลิเคชัน PEA Smart Plus ใช้งาน ตามเป้าหมายที่ กฟผ. กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)	ราย									

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	*ราคาเป้าหมายจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus										
	กฟจ.ตรัง			-		-		-			ผบค.
	กฟส.กต.			-		-		-			ผบค.
	กฟส.ยช.			-		-		-			ผบค.
	กฟส.ปล.			-		-		-			ผบค.
	กฟย.นยง.			-		-		-			กฟย.นยง.
	กฟย.สก.			-		-		-			กฟย.สก.
	กฟย.บ้านเกาะมุกด์			-		-		-			กฟย.บ้านเกาะมุกด์

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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟย.ต.เกาะลิบง			-		-		-			กฟย.ต.เกาะลิบง
	กฟย.หาดสำราญ			-		-		-			กฟย.หาดสำราญ
	กฟย.เกาะสุกร			-		-		-			กฟย.เกาะสุกร
	1.2 จำนวนรายของการชำระเงินผ่าน PEA Smart plus ตามเป้าหมาย	ราย									
	ที่ กฟผ.กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)										
	*ราคาเป้าหมายจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus										
	กฟจ.ตรัง			-		-		-			ผบป.

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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟส.กต.			-		-		-			ผบง.
	กฟส.ยช.			-		-		-			ผบง.
	กฟส.ปล.			-		-		-			ผบง.
	กฟย.นยง.			-		-		-			กฟย.นยง.
	กฟย.สก.			-		-		-			กฟย.สก.
	กฟย.บ้านเกาะมุกด์			-		-		-			กฟย.บ้านเกาะมุกด์
	กฟย.ต.เกาะลิบง			-		-		-			กฟย.ต.เกาะลิบง
	กฟย.หาดสำราญ			-		-		-			กฟย.หาดสำราญ

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟย.เกาะสุกร			-		-		-			กฟย.เกาะสุกร
	1.3 ติดตามและวิเคราะห์ผลการใช้ Feature ต่างๆใน PEA Smart Plus เช่น	ครั้ง	1		1		1		1		คณะทำงานฯ
	การชำระค่าไฟผ่าน APP , การต่อกลับมิเตอร์ , การขอใช้ไฟฟ้า พร้อม										ผลบ.กรท.ต.2
	รายงานผลให้ คณะกรรมการ PEA Smart Plus										
	2. แผนงานพัฒนาการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online										

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	Service (COS)										
	2.1 ติดตามการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าและการขอขยายเขต	ครั้ง	1		1		1		1		คณะทำงานฯ
	ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online Service (COS) เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ										ผสบ.กรท.ต.2
	(เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)										

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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	3. การใช้งานโปรแกรมระบบงานงดจ่ายไฟ (DMSX)										
	3.1 ให้ กฟผ.ทุกแห่ง นำโปรแกรมระบบงานงดจ่ายไฟ (DMSX) มาใช้งาน โดย										
	ให้ตรวจสอบผลการดำเนินการผ่าน okr.pea.co.th										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ						-			ผบป.
	กฟส.กต.	ร้อยละ						-			ผบง.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ						-			ผบง.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ						-			ผบง.

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 4.4674
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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	3.2 ร้อยละจำนวนผู้ใช้ไฟที่ถูกงดจ่าย ผ่านระบบ DMSX เทียบกับจำนวน ผู้ใช้ไฟที่ถูกงดจ่ายทั้งหมด										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ						-			ผบป.
	กฟส.กต.	ร้อยละ						-			ผบง.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ						-			ผบง.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ						-			ผบง.

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 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	3.3 วิเคราะห์ผลการดำเนินการ ในกรณีไม่บรรลุตามค่าเป้าหมายที่ กฟผ.	ครั้ง									ผดป.กบญ.ต.2 ผวธ.(ก4)
	กำหนด										
แผนงานหลักที่ 5 แผนงานการพัฒนากระบวนการให้	1. การขอใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ ตามแนวทาง Doing Business										
บริการธุรกิจ ตามแนวทาง Doing Business :	World Bank										
World Bank	01 กฟผ. ดำเนินการภายใน 20 วันปฏิทิน ประเมิน จากงาน 4 ประเภท ดังนี้										

แผนปฏิบัติการ กฟผ.2 ประจำปี 2564

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

ด้าน Customer Value Proposition

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 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	01.1 METER 3 P 4 W 220/380V. 30(100) A. แบบต้องปักเสาเข็มไลน์ติดตั้งมิเตอร์										
	01.4 METER 3 P 4 W 380/220V. 30(100) A. แบบไม่ต้องปักเสาเข็มไลน์ติดตั้งมิเตอร์										
	01.2 METER 1 P 2 W 220 V. With CT.										
	01.3 METER 3 P 4 W 380/220 V. With. CT.										
	เป้าหมาย ทุกสาย,ทุกประเภท เป็นไปตามกรอบเวลาที่ กฟผ. กำหนด										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบค.

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

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 μ

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟส.กต.	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบต.
แผนงานหลักที่ 6 ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำ	1. จัดทำฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญลงในระบบ CRM Plus ภายในไตรมาส 1										
ฐานข้อมูลของ Potential Customer (Strategic และ Star)											
เพื่อกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	กฟจ.ตรัง	ครั้ง	1	1	-	-	-	-	-	-	ผบค.
	2. ติดตาม และสนับสนุนข้อมูล	ครั้ง	1		1		1		1		ผลส.กบส.ต.2

แผนปฏิบัติการ กฟต.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 ความพึงพอใจในรายการกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่)
ภาครัฐและอื่นๆ (ราชการและรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ)

2.2 ร้อยละต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง

2.3 จำนวนพื้นที่ที่สามารถดำเนินการตามมาตรฐาน
การให้บริการตามแนวทาง PEA Doing Business **NEW

2.4 ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดพื้นฐานข้อมูลของ
Potential Customer (strategic และ Star) เพื่อกำหนด
กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

4. เป้าหมาย

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

7. เป้าหมาย

รอตค่าเป้าหมาย
รอตค่าเป้าหมาย
รอตค่าเป้าหมาย
รอตค่าเป้าหมาย
รอตค่าเป้าหมาย

[illegible]

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564	ด้าน Customer Value Proposition			
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 Customer Focused มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ ของทุกกลุ่มลูกค้า	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account	4. เป้าหมาย	
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน -ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ	7. เป้าหมาย ระดับ 4.397%	

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
แผนงานหลักที่ 7 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า	1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป้าหมาย ด้วยกิจกรรมดังนี้										
	1.1 ประสานงานและสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ กำหนดไตรมาสละ 3 ราย	ราย	3		3		3		3	ผลส.กบส.ต.2	
	ขั้นตอนการดำเนินการ	ครั้ง	1		1		1		1		
	1 รวบรวมข้อมูลลูกค้าที่ได้รับเงินสนับสนุนการลงทุน (BOI)										
	จาก กองวางแผนวิสาหกิจ (กฟก.)/เทศบาลเมือง/พาณิชย์จังหวัด/อุตสาหกรรมจังหวัด/อบต.										
	1.2 รายงานผลบริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์ กฟก. (รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)										
	กฟจ.ตรัง	ครั้ง	1	1	1	1	1	1	1	KAMT ตง.	
	1.3 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ									ผลส.กบส.ต.2	
	01 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า และขออนุมัติ	1 ครั้ง	ม.ค.		-		-		-		
	ผชก./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	ร้อยละ	100		100		100		100		
	ผจก. กฟฟ.1-3 ไตรมาสละ 6 ราย	ร้อยละ	100	50	100	100	100	150	100	ผบค.ตง.	
	ขั้นตอนการดำเนินการ										
	1.กบส./กฟฟ.ชั้น 1-3 จัดทำแผนฯ เพื่อ กบส.ดำเนินการขออนุมัติแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้าประจำปี 2564 ภายในเดือน มกราคม 2564										
	2.กบส./กฟฟ.ชั้น 1-3 บันทึกแผนฯ ในระบบ CRM Plus และดำเนินการตามแผนที่กำหนดไว้										

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564	ด้าน Customer Value Proposition			
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 Customer Focused มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ ของทุกกลุ่มลูกค้า	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account	4. เป้าหมาย	
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน -ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ	7. เป้าหมาย ระดับ 4.397%	

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	3.กบล./กฟฟ.ชั้น 1-3 บันทึกผลฯ จากการเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละครั้ง ในระบบ CRM Plus										
	CRM Plus และดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าไว้ พร้อมทั้ง										
	บันทึกผลฯในระบบ และรายงานให้ผู้บริหารรับทราบ										
	02 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)	ครั้ง	1	1		-		-		-	ผบค.ตง.
	ขั้นตอนการดำเนินการ										
	1.กบล./กฟฟ.ชั้น 1-3 บันทึกแผนฯ ในระบบ CRM Plus										
	ภายในเดือน กุมภาพันธ์ 2564										
	2.กบล./กฟฟ.ชั้น 1-3 ดำเนินการเยี่ยมเยือนลูกค้า ตามแผนงานที่กำหนด	ร้อยละ	100	50	100	100	100	100	100		ผบค.ตง.
	3.กบล./กฟฟ.ชั้น 1-3 บันทึกผลฯ จากการเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละครั้ง ในระบบ	ร้อยละ	100	50	100	100	100	100	100		ผบค.ตง.
	CRM Plus										
	03 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า										
	และแนวทางปรับปรุงแก้ไข										
	ขั้นตอนการดำเนินการ										
	1 จัดทำแผนแก้ไขตามข้อเสนอแนะของลูกค้าจากการเยี่ยมเยือน	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบค.ตง.
	2 ปรับปรุงและแก้ไขปัญหให้กับลูกค้าตามแผนที่กำหนด	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบค.ตง.
	3 บันทึกข้อมูลในระบบ CRM Plus	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบค.ตง.
	4.รายงานผลการแก้ไขปัญหให้ผู้บริหารและลูกค้าทราบ	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบค.ตง.
	04 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ โดย KAMR (ยอดให้เป็นไป	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบค.ตง.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO3 Customer Focused
มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ
รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account

4. เป้าหมาย
5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ
รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
-ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.397%

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	ตามการวิเคราะห์ความเป็นลูกค้าของ กศฟ.)										
	เป้าหมาย กฟต.2 จำนวน ...196..... ราย										
	ขั้นตอนการดำเนินการ										
	1.กฟฟ.ชั้น 1-3 จัดกลุ่มลูกค้าตามคู่มือ KAMR	ครึ่ง	1	1		-		-		-	ผบค.ตง.
	2.กบล.ดำเนินการขออนุมัติรายชื้อลูกค้ารายสำคัญ และ พนง.KAMR ประจำปี	ครึ่ง	1	1		-		-		-	
	2564										
	3.พนง.KAMR บันทึกข้อมูลลูกค้า และแผนงานการให้บริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย	ครึ่ง	1	1		-		-		-	ผบค.ตง.
	ลงในระบบ CRM Plus										
	4.ดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้	ร้อยละ	100	50	100	100	100	100	100		ผบค.ตง.
	05 สรุปผลฯ และบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญตาม	ร้อยละ	100	50	100	100	100	100	100		ผบค.ตง.
	แบบฟอร์มที่กำหนดลงในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)										
	ขั้นตอนการดำเนินการ										
	1.จัดทำแผนแก้ไขตามข้อเสนอนแนะของลูกค้าจากการเยี่ยมเยือน										
	2.ปรับปรุงและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าตามแผนที่กำหนด										
	3.บันทึกผลฯ จากการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าแต่ละครั้ง ในระบบ										
	CRM Plus										
	4.รายงานผลการแก้ไขปัญหาให้ผู้บริหารและลูกค้าทราบ										
	1.4 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่										

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

ด้าน Customer Value Proposition

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account

4. เป้าหมาย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

-ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.397%

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	ขั้นตอนการดำเนินการ										
	1.กบล.ร่วมกับ กฟฟ.ชั้น 1-3 ที่เข้าหลักเกณฑ์ในการจัดสัมมนา จัดหาความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย สำหรับรูปแบบการจัดสัมมนาฯ	ครั้ง	1	1		-		-		-	ผบค.ตง.
	2.กบล.และ กฟฟ.ชั้น 1-3 จัดทำแผนการสัมมนาฯ ประจำปี 2564	เดือน	ก.พ.	-		-		-		-	ผบค.ตง.
	3.กบล.ขออนุมัติการจัดสัมมนาฯ ประจำปี 2564	เดือน	ก.พ.	-		-		-		-	ผบค.ตง.
	4.จัดสัมมนาฯ ตามแผนและรูปแบบที่กำหนด	ร้อยละ		-		-	100	-	100	-	ผบค.ตง.
	5.สรุปรายงานการดำเนินการ/วิเคราะห์ผล/สำรวจความพึงพอใจ/บันทึกข้อมูล	ร้อยละ		-		-	100	-	100	-	ผบค.ตง.
	ในระบบ CRM Plus ลูกค้าที่เข้าร่วมงานสัมมนา										

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564	ด้าน Customer Value Proposition			
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 Customer Focused มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ ของทุกกลุ่มลูกค้า	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account	4. เป้าหมาย	
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน -ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ	7. เป้าหมาย ระดับ 4.397%	

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	2. สนับสนุนการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ากับเจ้าหน้าที่ KAMR จาก โดยจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้ารายสำคัญ/ข้อมูลของ พนักงาน KAMR (รายชื่อพนักงาน KAMR, เบอร์โทรศัพท์, รายชื่อลูกค้าที่ดูแล)	ครั้ง	-	-	-	-	1	1	-		ผบค.ตง.
	3. สรุปผลการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า โดยวิธีโทรศัพท์สอบถาม ความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน (ปีละ 400 ราย/เขต) (ไตรมาสละ 100 ราย/เขต) กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย, พาณิชย์, อุตสาหกรรม, หน่วยงานราชการ	ครั้ง ราย	1 100		1 100		1 100		1 100		ผลส.กบส.ต.2
แผนงานหลักที่ 8 แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียน											
	1. ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการแนวทางการบริหารจัดการข้อร้องเรียน กฟผ.ตรัง	ครั้ง	1	1		-		-		-	ผบค.
	ขั้นตอนการดำเนินการ 1.1 ประชุมชี้แจงกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน ผู้ปฏิบัติ, ผู้เกี่ยวข้อง (ทพ.ทุกแผนก, ผู้รับผิดชอบ PEA-VOC System) ภายในไตรมาส 1 1.2 แต่งตั้งคณะกรรมการ จัดการข้อร้องเรียนระดับหน่วยงาน (กฟต.2, กฟฟ.1-3)										
	2. บริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า ตามอนุมัติคู่มือ "เพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กฟผ."										

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564		ด้าน Customer Value Proposition			
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 Customer Focused มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ ของทุกกลุ่มลูกค้า	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)		3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account		4. เป้าหมาย
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)		6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน -ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ		7. เป้าหมาย ระดับ 4.397%

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	01 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 30 วัน เทียบกับจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด										
	- การติดต่อลูกค้าเบื้องต้น ภายใน 5 วัน (ร้อยละ 100)										
	- การปิดข้อร้องเรียนด้านคุณภาพไฟฟ้า ภายใน 25 วัน (ร้อยละ 85)										
	- การปิดข้อร้องเรียนด้านการให้บริการ ภายใน 25 วัน (ร้อยละ 85)										
	- 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, สํารวจความพึงพอใจ (ร้อยละ 100)										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบค.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบค.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบค.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100		ผบค.
	02 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 15 วัน เทียบกับจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	70	100	70	100	70	100	70		ผบค.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	70	70	70	70	70	70	70	70	ผบค.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	70	70	70	70	70	70	70		ผบค.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account

4. เป้าหมาย
5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

-ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.397%

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	70	70	70	70	70	100	70		ผบต.
	03 วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการแก้ไขข้อร้องเรียน ทุกช่องทาง										
	เป้าหมาย (ทุกไตรมาส)										
	กฟต.2 4 ครั้ง										
	กฟจ.ตรัง	ครั้ง	1	1	1	1	1	1	1		ผบค.
	กฟส.กต.	ครั้ง	1	1	1	1	1	1	1	1	ผบต.
	กฟส.ยช.	ครั้ง	1	1	1	1	1	1	1		ผบต.
	กฟส.ปล.	ครั้ง	1	1	1	1	1	1	1		ผบต.
	3. รายงานผลการวิเคราะห์และการแก้ไขข้อร้องเรียน ประเภทคุณภาพไฟฟ้า	ครั้ง	1		1		1		1		กหว.ต.2
	หัวข้อย่อย ไฟตก และไฟกระพริบ										
แผนงานหลักที่ 9 แผนงานพัฒนาศักยภาพพนักงานใน	1. วิเคราะห์ความต้องการการพัฒนามุคคลากรด้านลูกค้าแล้วนำมากำหนด	ครั้ง	1		-		-		-		กบล.
ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	หลักสูตรสำหรับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร(ภายใน/ภายนอก)										
	ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการลูกค้า										
	2. อบรม/ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการผู้รับชำระเงินและผู้รับคำร้องของ										

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564	ด้าน Customer Value Proposition			
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 Customer Focused มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ ของทุกกลุ่มลูกค้า	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account	4. เป้าหมาย	
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน -ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ	7. เป้าหมาย ระดับ 4.397%	

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟฟ.ชั้น1-3, กฟส., กฟย.										
	กฟจ.ตรัง	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	FM,ผบค.ตง.
	3. อบรม/ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติ พนักงาน EO และ พนักงานแก้กระแสไฟฟ้าขัดข้อง ของ กฟฟ.ชั้น 1-3, และ กฟส.										
	กฟจ.ตรัง	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผบป.
	กฟส.กต.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผกป.
	กฟส.ยช.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผกป.
	กฟส.ปล.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผกป.
	4. ประเมินการไฟฟ้าทุกแห่งของสายงานภาค 4 ตามเกณฑ์ การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟผ. เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่านระบบสารสนเทศ และคัดเลือก การไฟฟ้าดีเด่น										คณะทำงาน กฟฟ.ดีเด่น ต.2 ประธาน : รผ.ปป (ป.)
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟผ. ปี 2563 (ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟผ. รอบคัดกรอง ปี 2563)										
	กฟจ.ตรัง	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผชน.9,นรค.8
	กฟส.กต.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	กฟส.ยช.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	กฟส.ปล.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account

4. เป้าหมาย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

-ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.397%

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กพย.นยง.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	1	-	-	ผจก.
	กพย.สก.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	1	-	-	ผจก.
	กพย.บ้านเกาะมุกด์	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	กพย.ต.เกาะลิบง	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	กพย.หาดสำราญ	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	กพย.เกาะสุกร	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อม										
	แจ้งผลฯ ให้ ผอภ.(ภ4)										
	กพจ.ตรัง	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ชน.9,นรค.8
	กพส.กต.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	กพส.ยช.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	กพส.ปล.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	กพย.นยง.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	1	-	-	ผจก.
	กพย.สก.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	1	-	-	ผจก.
	กพย.บ้านเกาะมุกด์	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	กพย.ต.เกาะลิบง	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	กพย.หาดสำราญ	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.
	กพย.เกาะสุกร	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	ผจก.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564		ด้าน Customer Value Proposition			
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 Customer Focused มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ ของทุกกลุ่มลูกค้า	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account	4. เป้าหมาย		
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน -ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ	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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และมอบรางวัลโดย รผก.(ภ4)	ครั้ง	-		-		1		-		ผอภ.(ภ4)
	04 วิเคราะห์ กฟฟ. ที่มีคะแนนการประเมินการไฟฟ้าดีเด่นที่คะแนนต่ำกว่า 50% เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ										
	04.1 รายงานผลการปรับปรุงให้แล้วเสร็จ										
	กฟจ.ตรัง	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1		ผชน.9,นรค.8
	กฟส.กต.	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1		ผจก.
	กฟส.ยช.	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1		ผจก.
	กฟส.ปล.	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1		ผจก.
	กฟย.นยง.	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1		ผจก.
	กฟย.สก.	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1		ผจก.
	กฟย.บ้านเกาะมุกด์	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1		ผจก.
	กฟย.ต.เกาะลิบง	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1		ผจก.
	กฟย.หาดสำราญ	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1		ผจก.
	กฟย.เกาะสุกร	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1		ผจก.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564	ด้าน Customer Value Proposition		
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 Customer Focused มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ ของทุกกลุ่มลูกค้า	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account	4. เป้าหมาย
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน -ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ	7. เป้าหมาย ระดับ 4.397%

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	5. ประเมิน กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ของสายงานภาค 4 ด้านผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (FM) เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่านระบบสารสนเทศ และคัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (FM)										
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์คัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (FM) (เอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน กฟฟ.ดีเด่นด้านบริการลูกค้า โดย ผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า)										
	กฟจ.ตรัง	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	FM
	กฟส.กต.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	FM
	กฟส.ยช.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	FM
	กฟส.ปล.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	FM
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อมแจ้งผลฯ ให้ ฝอภ.(ภ4)										
	กฟจ.ตรัง	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	FM
	กฟส.กต.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	FM
	กฟส.ยช.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	FM
	กฟส.ปล.	ครึ่ง	-	-	1	1	-	-	-	-	FM

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account

4. เป้าหมาย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

-ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.397%

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			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และมอบรางวัลโดย รผก.(ก4)	ครั้ง	-		-			1		-		ผอภ.(ก4)
	03.1 กฟฟ.ที่มีคะแนนต่ำกว่า 50 % ให้ปรับปรุงให้แล้วเสร็จ											
	กฟจ.ตรัง	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	-	1		FM
	กฟส.กต.	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	-	1		FM
	กฟส.ยช.	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	-	1		FM
	กฟส.ปล.	ครั้ง	-	-	-	1	-	-	-	1		FM
	6. ประเมินการไฟฟ้าที่มี PEA Shop ทุกแห่ง ของสายงานการไฟฟ้าภาค 4 ตามเกณฑ์ประเมินที่ กฟฟ.กำหนด และคัดเลือก PEA Shop ดีเด่น											
	01 ประเมินตนเองตามค่าเกณฑ์วัด ผวก. ลงวันที่ 26 สิงหาคม 2562 (เอกสารแนบ : เกณฑ์การคัดเลือก PEA Shop)	ครั้ง	-	-	1	1	-	-	-	-		FM ตง.
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อม แจ้งผลฯ ให้ ผวธ.(ก4)	ครั้ง	-		1		-		-	-		คณะทำงาน smart customer service ต.2 PEA Shop ทุกแห่ง
	03 ประกาศผลการคัดเลือก PEA Shop ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และมอบรางวัลโดย รผก.(ก4)	ครั้ง	-		-			1		-		ผอภ.(ก4)

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564		ด้าน Customer Value Proposition			
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 Customer Focused มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ ของทุกกลุ่มลูกค้า	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account		4. เป้าหมาย	
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน -ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ		7. เป้าหมาย ระดับ 4.397%	

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564	ด้าน Customer Value Proposition			
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 Customer Focused มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ ของทุกกลุ่มลูกค้า	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account	4. เป้าหมาย	
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ รักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน -ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ	7. เป้าหมาย ระดับ 4.397%	

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	7. ประเมิน KAMR ของ กฟข. ตามคู่มือบริหารลูกค้า										
	รายสำคัญและคัดเลือก KAMR ดีเด่น										
	01 ประเมินตนเองตามคู่มือบริหารลูกค้ารายสำคัญ (รายละเอียดของเกณฑ์การคัดเลือกจะแจ้งภายหลังต่อไป)	ครั้ง	-	-	1	1	-	-	-		KAMT ตง.
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อมแจ้งผลฯ	ครั้ง	-		1		-		-		ผลส.กบล.ต.2
	03 ประกาศผลการคัดเลือก KAMR ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน	ครั้ง	-		-		1		-		กบล.กฟต.2
	หลังจากผลสำรวจไตรมาส 3										
แผนงานหลักที่ 10 แผนงานการพัฒนาความสัมพันธ์ลูกค้า	*รอกิจกรรมและค่าเป้าหมายจาก ผลต.										
นิคมอุตสาหกรรมและนอกนิคมโดยรอบ											

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

ด้าน Internal Process

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

Operation Management Process
SO2 มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศในด้านจำหน่าย
กระแสไฟฟ้า โดยพัฒนาประสิทธิภาพของ
ทุกระบบงาน

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

OM1 การเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของ
ระบบจำหน่าย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OM1 การเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของ
ระบบจำหน่าย

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)
- 3.2 ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่
- 3.3 ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)
- 3.4 ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- 3.5 ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) ใน 9 กฟฟ.

จุดรวมงาน (รวมสังกัด) ที่มีค่ามากที่สุดในปี 2563 (PA)

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)
- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) ใน 9 กฟฟ.

จุดรวมงาน (รวมสังกัด) ที่มีค่ามากที่สุดในปี 2563 (PA)

- ร้อยละของหน่วยสูญเสีย (Loss)
- ร้อยละความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลมิเตอร์

ในฐานข้อมูลระบบ GIS

- ร้อยละความถูกต้องเชิงคุณภาพระบบจำหน่ายแรงต่ำ

ในฐานข้อมูลระบบ GIS

- ร้อยละความถูกต้องและครบถ้วนของหม้อแปลง

ในฐานข้อมูลระบบ GIS

- ร้อยละความถูกต้องของข้อมูลอุปกรณ์ตัดตอน

และอุปกรณ์ป้องกัน ในฐานข้อมูลระบบ GIS

- ร้อยละความสำเร็จของการปรับปรุงคุณภาพ

เชิงข้อมูลตำแหน่งของข้อมูลมิเตอร์ในระบบ GIS

เมื่อเทียบกับระบบจดหน่วย

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
แผนงานหลักที่ 12 โครงการจัดทำแผนและติดตาม	1. สำรวจ และจัดทำแผนความพร้อมในการจ่ายไฟ (N-1 ของสถานีไฟฟ้า)	สถานี	-		-		-		39.00		กปบ.
การแก้ไขปัญหาความพร้อมในการจ่ายไฟของ	กฟต.2 = 39 สถานี										
สถานีไฟฟ้าข้างเคียง กรณีเกิดกระแสไฟฟ้าขัดข้อง											

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			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
ดับทั้งสถานีฯ	2. ติดตามการแก้ไขปัญหาและรายงานผลให้เป็นไปตามแผน ไตรมาสละ 1 ครั้ง กฟต.2 = 39 สถานี	สถานี	-		-		-		39.00		กปบ.	
	3. วิเคราะห์ปัญหากระแสไฟฟ้าดับเป็นบริเวณกว้าง กรณีทราบสาเหตุและหาทางป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ เป้าหมาย 100 % ของเหตุการณ์ทั้งหมด	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		กปบ.	
	4. การวิเคราะห์และกำหนดแนวทางในการแก้ไขฟีดเดอร์ที่มีไฟดับบ่อย เป้าหมาย จากสถิติสูงสุด 12 วงจร/ปี กฟต.2 = 12 วงจร	วงจร	3.00		3.00		3.00		3.00		กปบ.	
	5. รายงานผลการแก้ไขฟีดเดอร์ที่มีไฟดับบ่อย เป้าหมาย จากสถิติสูงสุด 12 วงจร/ปี กฟต.2 = 12 ฟีดเดอร์	ฟีดเดอร์	-		-		-	1.00	12.00		ผปบ.,ผกป.	
แผนงานหลักที่ 13 โครงการตรวจตราระบบจำหน่าย ป้องกันกระแสไฟฟ้าขัดข้องบริเวณ IZOZ (Inside Zero Outage Zone)	1. ดำเนินการคัดเลือกพื้นที่อย่างน้อย กฟฟ ชั้น1- 3 อย่างน้อย 1 แห่ง และจัดทำแผนรายละเอียดในการดำเนินการตามแนวทางที่กำหนด กฟต.2 = 17 พื้นที่ (จุดรวมงาน)	พื้นที่	17.00		-			1.00			ผปบ.,ผกป.	
	กฟจ.ตง. = 1 พื้นที่ (TRA01)			1.00	-		-				ผปบ.	
	กฟส.กต.= 1 พื้นที่ (TRA04)			1.00	-		-				ผกป.	
	กฟส.ยช.= 1 พื้นที่ (YTK09)			1.00	1.00		1.00				ผกป.	
	กฟส.ปล.= 1 พื้นที่ (YTK04)			1.00	1.00		1.00				ผกป.	
	IZOZ (Inside Zero Outage Zone) หมายถึง พื้นที่ที่ไม่ต้องการให้ กระแสไฟฟ้าขัดข้อง หรือเขตเมือง ได้แก่ พื้นที่ที่มีโหลดสำคัญ ประเภท	2. สถานีไฟฟ้า	สถานี	20.00		13.00		5.00		-		
	ที่อยู่อาศัยหนาแน่นและธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีปริมาณความต้องการใช้ ไฟมาก และต้องการความมั่นคงในการจ่ายไฟสูง พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	กฟต.2 = 38 สถานี										
	ที่สำคัญ หรืออื่นๆ มีขอบเขตระบบจำหน่ายไลน์เมนรวมไลน์แยก สถานี	3. สายส่ง	วงจร-กม.	883.00		883.00		883.00		883.00		
ไฟฟ้าไลน์ย่อยเริ่มตั้งแต่สถานีไฟฟ้า รวมอุปกรณ์ภายในของแต่ละฟีดเดอร์	กฟต2 = 883 วงจร-กม.											
รีโคลสเซอร์ หรือ กรณีที่ไลน์เมนที่ไม่มีรีโคลสเซอร์คิดระยะทางไลน์เมน												
10 กม. ไปจนถึงจุดติดตั้งติดตั้งสถานีไฟฟ้าฯ รวมไลน์เมน และไลน์ย่อย	4. ระบบจำหน่าย	วงจร-กม.			430.00				430.00			

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
หรือสายส่ง115 kv ทั้งไลน์	กฟต2 = 43 วงจร รวม 430 วงจร-กม.	คะแนน			1.00	1.00					
	กฟจ.ตง. = 1 พื้นที่ (TRA01)			-	15.00	15.00		15.00			ผปบ.
	กฟส.กต.= 1 พื้นที่ (TRA04)			-	10.00	10.00		-			ผกป.
	กฟส.ยช.= 1 พื้นที่ (YTK09)			-	7.00	7.00		9.00			ผกป.
	กฟส.ปล.= 1 พื้นที่ (YTK04)			-	8.00	8.00		8.00			ผกป.
	5. บำรุงรักษาอุปกรณ์ป้องกันและตัดตอน กฟต2 = 85 ชุด	ชุด	-		85.00		-		85.00		
	6. ประเมิน ติดตามผลและสรุปรายงาน ไตรมาสละ 1 ครั้ง	ครั้ง	1.00		1.00		1.00		1.00		กบษ.
แผนงานที่ 14 แผนงานปรับปรุงและบำรุงรักษา อุปกรณ์ระบบไฟฟ้า om1.4	1. งานตรวจสอบ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไฟฟ้าในระบบไฟฟ้า สถานีไฟฟ้าตามวาระจำนวน.....สถานี (รายงานผลจากระบบงาน SAP-PM)(ใบสั่งงาน (ZPM4))	สถานี	20.00		13.00		5.00		-		กบษ.
	กฟต.238..... สถานี										
แผนงานที่ 15 แผนงานบำรุงรักษาระบบไฟฟ้า om1.4	1.การตรวจสอบระบบไฟฟ้าและการแก้ไขด้วยโปรแกรม APSA (รายงานผลจากระบบงาน SAP-PM , APSA)										
	01 ตรวจสอบระบบไฟฟ้า (Patrol System)										
	01.1 ระบบสายส่ง 115 kv (วงจร-กม.) (ใบสั่งงาน (ZPM4))	วงจร-กม.	883.40		883.40		883.40		883.40		
	เป้าหมาย 100% ทุกไตรมาส (Patrol เดือนละ 1 ครั้ง)										
	กฟต.2883.4..... วงจร- กม./ไตรมาส	คะแนน	3.00	1.00	3.00	3.00	3.00	2.85			
	กฟจ.ตริง		43.23	43.23	43.23	43.23	43.23	43.23	43.23		ผปบ.
	กฟส.กต.		-	-	-	-	-	-	-		ผกป.
	กฟส.ยช.		15.77	15.77	15.77	15.77	15.77	15.77	15.77		ผกป.
	กฟส.ปล.		3.72	3.72	3.72	3.72	3.72	3.72	3.72		ผกป.
	01.2 ระบบจำหน่ายแรงสูง (วงจร -กม.) (ใบสั่งงาน(ZPM4))	วงจร-กม./ปี	14,696.80		14,696.80		14,696.80		14,696.80		
	เป้าหมาย 100% /ไตรมาส										

[illegible]

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	03 การบริหารจัดการต้นไม้										
	03.1 ตัดต้นไม้ใกล้แนวระบบสายส่ง และระบบจำหน่าย										
	เป้าหมาย ปีละ 2 ครั้ง 100% ตามแผนงาน										
	03.1.1 ระบบสายส่ง 115 kV (ใบสั่งงาน (ZPM4))	วงจร-กม./ครั้ง	441.70		441.70		441.70		441.70		กบษ.
	กฟต.2883.4..... วงจร- กม./ครั้ง	คะแนน			2.00	1.00	2.00	1.00			
	กฟจ.ตรัง			-	71.30	71.31		71.31	71.30		ผปบ.
	กฟส.กต.			-	-			-	-		
	กฟส.ยช.			-	15.80	15.80		15.80	15.80		ผกป.
	กฟส.ปล.			-	-	-		-	-		
	03.1.2 ระบบจำหน่ายแรงสูง (ใบสั่งงาน (ZPM4))	วงจร-กม./ครั้ง	14,233.93		14,233.93		14,233.93		14,233.93		ผปบ.,ผกป.
	กฟต.228,467.86..... วงจร- กม./ครั้ง	คะแนน			4.00	3.57	4.00	3.57			
	กฟจ.ตรัง			-	1,603.96	1,603.96		1,603.96	1,603.96		ผปบ.
	กฟส.กต.			-	393.47	393.43		-	393.47		ผกป.
	กฟส.ยช.			-	418.90	418.90		418.90	418.90		ผกป.
	กฟส.ปล.			-	398.20	398.20		398.20	398.20		ผกป.
	03.1.3 ระบบจำหน่ายแรงต่ำ (ใบสั่งงาน (ZPM4))	วงจร-กม./ปี	4,884.27		4,884.27		4,884.27		4,884.27		ผปบ.,ผกป.
	กฟต.219,537.1..... วงจร- กม./ปี	คะแนน			4.00	2.57	4.00	2.57			
	กฟจ.ตรัง			-	431.60	431.60		431.60	431.60		ผปบ.
	กฟส.กต.			-	176.50	176.50		-	176.50		ผกป.
	กฟส.ยช.			-	151.50	151.50		151.50	151.50		ผกป.
	กฟส.ปล.			-	169.18	169.18		169.18	169.18		ผกป.
	03.1.4 สายเคเบิลใยแก้วนำแสง 100%	กม./ครั้ง	-		2,843.98		-		2,843.98		กรส.
	กฟต.22,843.98.....กม./ครั้ง										กฟฟ.1-3
	04 ส่องกล้องความร้อนโดยใช้กล้อง Thermal Viewer										

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	04.1 สถานีไฟฟ้า 100% (ใบสั่งงาน (ZPM4)) เป้าหมาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง กฟต.2 ...38..... สถานี	สถานี	-		-		20.00		18.00		กบข.
	04.2 ระบบสายส่ง 115 kV (ใบสั่งงาน (ZPM4)) เป้าหมาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง 100% กฟต.2 .883.4..... วงจร- กม./ครั้ง	วงจร-กม./ครั้ง	-		300.00		300.00		283.40		กบข.
	04.3 ระบบจำหน่ายฟีดเดอร์ที่จ่ายไฟ ตั้งแต่ 5 MW(22 kV) และ7MW(33 kV) หรือไลน์สำคัญ (ใบสั่งงาน (ZPM4)) เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง กฟต.2 ...136..... ฟีดเดอร์	ฟีดเดอร์	-		-		93.00		43.00		
	กฟจ.ตรัง	คะแนน	1.00	-	1.00	0.33	1.00	0.33			ผปบ.
				-	10.00	10.00	4.00	4.00			
	05 แก๊ซจูดร่อน 100% ตามผลการส่องกล้อง 05.1 สถานีไฟฟ้า (ใบสั่งงาน (ZPM2)) กฟต.2 ... 100% จากใบสั่งงาน ZPM2	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		กบข.
	05.2 ระบบสายส่ง 115 kV (ใบสั่งงาน (ZPM2)) กฟต.2 ... 100% จากใบสั่งงาน ZPM2	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		กบข.
	05.3 ระบบจำหน่ายฟีดเดอร์ที่จ่ายไฟ ตั้งแต่ 5 MW(22 kV) และ7MW(33 kV) หรือไลน์สำคัญ (ใบสั่งงาน (ZPM2)) กฟต.2 ... 100% จากใบสั่งงาน ZPM2										ผปบ.,ผกป.
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผปบ.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผกป.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผกป.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	06 การป้องกันระบบจำหน่ายและสายส่ง 100% ทุกไตรมาส										
	06.1 ระบบสายส่ง 115 kv. (ใบสั่งงาน (ZPM2))	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		กบษ.
	กฟต.2 ... 100% จากใบสั่งงาน ZPM2										กฟฟ.1-3
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผปบ.
	06.1.1 ทาสีสะท้อนแสงป้องกันรถยนต์ชนเสาในจุดเสี่ยง										
	06.1.2 ติดตั้งอุปกรณ์ป้องกันสัตว์										
	06.1.3 ตรวจสอบและแก้ไขค่าการวัดที่ต่ำกว่ามาตรฐาน										
	06.1.4 ซ่อมแซมอุปกรณ์ป้องกันรถยนต์ชนเสา										
	06.1.5 งานป้องกัน และซ่อมแซมสายส่ง										
	06.2 ระบบจำหน่าย 22,33 kv(ใบสั่งงาน (ZPM2))										
	กฟต.2 ... 100% จากใบสั่งงาน ZPM2										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผปบ.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผกป.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผกป.
	07 ฉีดน้ำล้างลูกถ้วยและอุปกรณ์แรงสูง	สถานี	17.00		18.00		17.00		18.00		กบษ.
	07.1 สถานีไฟฟ้า 2 ครั้ง/ปี (ใบสั่งงาน (ZPM2))										
	กฟต.235..... สถานี 100% จากใบสั่งงาน ZPM2										
	07.2 ระบบสายส่ง 115 kv.(วงจร-กม.) ในพื้นที่มีมลภาวะ 2 ครั้งต่อปี (ใบสั่งงาน (ZPM2))	วงจร-กม.	60.00		60.00		60.00		60.00		กบษ.
	กฟต.2120..... วงจร- กม. 100% จากใบสั่งงาน ZPM2										
	07.3 ระบบจำหน่าย 22 , 33 kv(วงจร-กม.) ในพื้นที่มีมลภาวะ 2 ครั้งต่อปี (ใบสั่งงาน (ZPM2))	วงจร-กม.	300.00		300.00		300.00		300.00		กบษ.
	กฟต.2600..... วงจร- กม. 100% จากใบสั่งงาน ZPM2										
	กฟจ.ตรัง			-	40.00	40.00		40.00	40.00		ผปบ.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	2. สนับสนุนทรัพยากรเพื่อการแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องตามมาตรฐาน ที่ กฟภ. กำหนด										
	เป้าหมาย 100% ของแผนงานทุกไตรมาส										
	01 จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์แก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้อง	ร้อยละ	-		100.00		-		-		กบษ.
	ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ กฟภ. กำหนด										
	กฟต.217.....กฟฟ.										
	01.1 สำรวจจัดซื้อเครื่องมือด้านช่าง										กบษ. กฟฟ.
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	-	-	100.00	100.00	-	100.00	-		ผปบ.
	01.2 สำรองอุปกรณ์แก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้อง										
	กฟจ.ตรัง			-		-		100.00			ผปบ.
	กฟส.กต.			-		-		-			ผกป.
	กฟส.ยช.			-		-		-			ผกป.
	กฟส.ปล.			-		-		-			ผกป.
	01.3 ออกตรวจรถแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้องและห้องเวร										กบษ.
	01.4 ซ่อมแซมบำรุงรักษา - ยานพาหนะ (รถแก้ไข)										ผกส.,ผกป.
	กฟจ.ตรัง			-		-		-			ผกส.
	กฟส.กต.			-		-		-			ผกป.
	กฟส.ยช.			-		-		-			ผกป.
	กฟส.ปล.			-		-		-			ผกป.
	01.5 ซ่อมแซมบำรุงรักษา-อาคาร (ห้องแก้ไข)										ผกส.,ผกป.
	กฟจ.ตรัง			-		-		-			ผกส.
	กฟส.กต.			-		-		-			ผกป.
	กฟส.ยช.			-		-		-			ผกป.
	กฟส.ปล.			-		-		-			ผกป.
	3. ประเมินระดับคุณภาพไฟฟ้าและความเชื่อถือได้										
	01 ติดตั้งเครื่องวัดคุณภาพไฟฟ้า-ประเมินผลและ	สถานี	3.00		3.00		2.00		-		กบล.
	วิเคราะห์คุณภาพไฟฟ้า และแนวทางแก้ไข										
	กฟต.28..... สถานี										
	(ตรัง, ย่านตาขาว, ลำภูรา, หุ่นสง, กระบี่1, กระบี่2, อ่าวลึก, คลองท่อม)										
	02 ตรวจสอบเหตุขัดข้องความผิดปกติทางไฟฟ้า (สถานี)	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		กบล.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟต.2100%..... สถานี (กรณีที่ได้รับแจ้งปัญหาจากส่วนเกี่ยวข้อง)										
	4. การวัดโหลดหม้อแปลงในระบบจำหน่าย (ตามหลักเกณฑ์ที่ กฟภ.กำหนด) (รายงานผลจากระบบงาน SAP-PM)										
	01 ใช้โปรแกรมช่วยปรับปรุงออกแบบระบบจำหน่ายแรงต่ำ Ldcad สำหรับนำมาใช้ในการบริหารจัดการหม้อแปลงระบบจำหน่าย										ผปบ.,ผกป.
	กฟต.2 = กฟฟ.ชั้น 1-3 100% (ไม่เกินไตรมาส 1)										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100.00	100.00		100.00		100.00			ผปบ.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	100.00	100.00		-		-			ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	100.00	100.00		100.00		100.00			ผกป.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	100.00	100.00		100.00		100.00			ผกป.
	02 หม้อแปลง 1 เฟส (ปีละ 1 ครั้ง) กฟต.2 = ...1,600.....เครื่อง										ผปบ.,ผกป.
	เป้าหมาย 100% ของหม้อแปลงที่โหลดเกิน 80% จากโปรแกรม Ldcad										
	กฟต.2 = ...100% ภายในไตรมาส2	คะแนน			1.00	1.00					
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ		-	100.00	100.00		100.00			ผปบ.
	กฟส.กต.	ร้อยละ		-	100.00	100.00		-			ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ		-	100.00	100.00		100.00			ผกป.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ		-	100.00	100.00		100.00			ผกป.
	03 หม้อแปลง 3 เฟส (ปีละ 1 ครั้ง) (ใบสั่งงาน(ZPM4)) กฟต.2 = ...506..... เครื่อง	เครื่อง			100.00	100.00					ผปบ.,ผกป.
	เป้าหมาย 100% ของหม้อแปลงที่โหลดเกิน 80% จากโปรแกรม Ldcad										
	กฟต.2 = ...100% ภายในไตรมาส2	คะแนน			1.00	1.00					
	กฟจ.ตรัง			-		100.00		100.00			ผปบ.
	กฟส.กต.			-		100.00		-			ผกป.
	กฟส.ยช.			-		100.00		100.00			ผกป.
	กฟส.ปล.			100.00		100.00		100.00			ผกป.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	5. งานบำรุงรักษาหม้อแปลง (ตามหลักเกณฑ์ที่ กฟภ.กำหนด) (รายงานผลจากระบบงาน SAP-PM)										
	01 หม้อแปลงไฟฟ้ากำลังสถานีไฟฟ้า ตามวาระ 1 ครั้ง/ปี ทุกเครื่อง (จำนวนใบสั่งงาน (ZPM4)....ใบ) กฟต.2 =49..... เครื่อง	เครื่อง	31.00		11.00		7.00		-		กบษ.
	02 ระบบจำหน่าย										
	02.1 หม้อแปลง 1 เฟส (ปีละ 1 ครั้ง) (ใบสั่งงาน (ZPM4)) กฟต.2 = ...21,774..... เครื่อง	เครื่อง	1,306.00		1,960.00		1,960.00		1,306.00		ผปบ.,ผกป.
	เป้าหมาย 30% ของหม้อแปลงทั้งหมด กฟต.2 = ...6,532..... เครื่อง	คะแนน	1.00	-	1.00	0.01	1.00	1.00			
	กฟจ.ตง. = 670 เครื่อง (30%)	เครื่อง	134	134	201	201	201	201	134		ผปบ.
	กฟส.กต. = เครื่อง (100%)			-		107.00		74.00			ผกป.
	กฟส.ยช = เครื่อง (100%)			457.00		457.00		457.00			ผกป.
	กฟส.ปล. = เครื่อง (100%)			381.00		381.00		381.00			ผกป.
	02.2 หม้อแปลง 3 เฟส (ปีละ 1 ครั้ง) (ใบสั่งงาน (ZPM4)) กฟต.2 =12,910..... เครื่อง	เครื่อง	1,291.00		1,937.00		1,936.00		1,291.00		ผปบ.,ผกป.
	เป้าหมาย 50% ของหม้อแปลงทั้งหมด กฟต.2 =6,455..... เครื่อง	คะแนน	1.00	0.59	1.00	1.00	1.00	1.00			
	กฟจ.ตง. = 530 เครื่อง (50%)	เครื่อง	106	106	159	159	159	159	106		ผปบ.
	กฟส.กต. = เครื่อง (100%)			-		60.00		56.00			ผกป.
	กฟส.ยช = เครื่อง (100%)			101.00		101.00		101.00			ผกป.
	กฟส.ปล. = เครื่อง (100%)					65.00		65.00			ผกป.
แผนงานที่ 16 แผนงานปรับปรุงและบำรุงรักษา อุปกรณ์สื่อสาร	1. งานตรวจสอบ และบำรุงรักษาอุปกรณ์สื่อสาร ตามวาระ										
om1.4	01 เครื่องรับ-ส่งวิทยุสื่อสาร 100%	ชุด	30.00		40.00		45.00		20.00		กรส.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟต.2135..... ชุด										
	02 อุปกรณ์สื่อสารในสำนักงาน 100%	ชุด	12.00		12.00		12.00		9.00		กรส.
	กฟต.245..... ชุด (MD=3ชุด, VG=11ชุด, 6+16(Analog)=8ชุด, 8+32(IP)=23ชุด										
	03 อุปกรณ์สื่อสารความเร็วสูง 100%	ชุด	40.00		90.00		90.00		45.00		กรส.
	กฟต.2265..... ชุด										
แผนงานหลักที่ 17 การจัดระเบียบสายสื่อสาร	1. การจัดระเบียบสายสื่อสารของ กฟภ. ตามเส้นทางวิกฤตการพาดสายสื่อสาร										
	โทรคมนาคมบนเสาไฟฟ้าของ กฟภ. (ระยะที่ 2)										
	กฟต.2 เส้นทาง (100% ของแผนงาน)										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	-	-	-	-	-	100.00	100.00		ผปบ.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	100.00		ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	-	-	-	-	-	100.00	100.00		ผกป.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	-	-	-	-	-	100.00	100.00		ผกป.
แผนงานหลักที่ 18 โครงการบริหารจัดการเชิงบูรณาการ เพื่อความมั่นคงในการจ่ายไฟเสริมสร้างความมั่นคง ในการจ่ายไฟ	1.จัดทำแผนเพื่อปรับปรุง ค่าSAIFI SAIDI ในพื้นที่ที่มีค่าสถิติสูงสุดในปี 2563(รวมสังกัด)	กฟฟ.	3.00		-		-		-		
	กฟต.23 กฟฟ.										
	2. สรุปผลการดำเนินงาน	กฟฟ.	-		-		-		3.00		
	กฟต.23 กฟฟ.										
แผนงานหลักที่ 19 โครงการจ่ายไฟวงจรว่างเพิ่มเติมเพื่อ ความมั่นคงและลดจำนวนวงจรที่ไม่ได้จ่ายไฟ	1. สำรวจ และจัดทำแผนใช้งานวงจรว่างที่ไม่ได้ใช้งาน	วงจร			1.00		2.00		1.00		กวาง กปบ.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟต.2 = 4 วงจร (BOB08, TYI03, TMG03, KCD03)										
	2. ก่อสร้าง และจ่ายไฟให้เป็นไปตามแผนไตรมาสละ 1 ครั้ง	ครั้ง	1.00		1.00		1.00		1.00		กกด
	กฟต.2 = 4 วงจร										กปป.
แผนงานหลักที่ 20 โครงการการควบคุมระยะไกลของสวิทช์	1. งานตรวจสอบ บำรุงรักษาอุปกรณ์ที่ติดตั้งใช้งานแล้วตามวาระ										
RCS ที่มีความพร้อมสามารถควบคุมได้ไม่น้อยกว่า 90%	(รายงานผลจากระบบงาน SAP-PM)										
ของจำนวน RCS ที่มี	01 FRTU (ใบสั่งงาน (ZPM4))	ชุด	295.00		295.00		295.00		295.00		กบษ.
	กฟต.2 = 1,180 ชุด										
	02 อุปกรณ์ RCS (ใบสั่งงาน (ZPM4))	ชุด	193.00		193.00		192.00		192.00		กบษ.
	กฟต.2 = 770 ชุด										
	03 Mar Master (ใบสั่งงาน (ZPM4))	ชุด	20.00		28.00		25.00		-		กรส.
	กฟต.2 = 73 ชุด										
	04 Mar Remote (ใบสั่งงาน (ZPM4))	ชุด	260.00		275.00		275.00		247.00		กรส.
	กฟต.2 = 1,057 ชุด										
	2. งานทดสอบความพร้อมใช้ FRTU ที่ติดตั้งเพิ่มเติม	ชุด	-		-		100.00		100.00		กบษ.
	ให้มีค่าความพร้อมใช้ไม่น้อยกว่า 90% ก่อนนำเข้าใช้งาน										กปป.
	กฟต.2 = 200 ชุด (RCS คขฟ.3 155 + คปศ. 45)										กรส.
	3.สรุปรายงานผลและเสนอแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการ	ครั้ง	1.00		1.00		1.00		1.00		กบษ.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	ดำเนินการตามข้อ 1-2 ทุกไตรมาส										กรส.
แผนงานหลักที่ 21 โครงการประสานงานและติดตามการจัดสรร FRTUเพิ่มเติมเพื่อทำ SF6 ให้เป็น RCS โดยไม่ต่ำกว่า Planning Criteria คือ 2.5 ชุด / วงจร	1. ประสานงาน ติดตามและสรุปรายงานผลการขอจัดสรร FRTU ทุกไตรมาส กฟต.2 = 323 ชุด (คปค)	ครั้ง	1.00		1.00		1.00		1.00		กปบ.
แผนงานหลักที่ 22 งานควบคุมหน่วยสูญเสีย (Technical / Non-Technical) ตามที่ กจพ.กำหนด om1.7	1. ดำเนินการตามมาตรการแผนปฏิบัติงานด้าน Technical Losses 1.1 การจ่ายไฟสถานีไฟฟ้า ตามแผนงาน 1.1.1 ชั่วคราว กฟต.2 = 1 สถานี (เกาะสมุย3)	สถานี	-		1.00		-		-		กปบ.
ตัด อ่าวนาง, กมลา เนื่องจากแผนถูกเลื่อนหรืออาจยกเลิก											
	1.1.2 ถาวร (ตามที่สายงานก่อสร้างและบริหารโครงการดำเนินการเสร็จ) กฟต.2 = - สถานี	สถานี	-		-		-		-		กปบ.
	1.2 การตัดจ่ายไฟใหม่ ระบบ 22/33 เควี กฟต.2 = 4 ฟีดเดอร์	ฟีดเดอร์	1.00		1.00		1.00		1.00		กปบ.
	1.3 การเปลี่ยนสายขนาดใหญ่ขึ้น ระบบ 22/33 เควี กฟต.2 = 18.68 วงจร-กม.	วงจร-กม.	-		4.00		6.92		7.76		กvw.,กกค
	1.4 การแก้ไขกระแสไฟฟ้าระบบ 22/33 เควี Unbalance เกินกว่า 10% 1.4.1ในฟีดเดอร์ที่โหลดสูงกว่า 5 MW (22 kV)และ 7 MW (33 kV) กฟต.2 = 12 ฟีดเดอร์	ฟีดเดอร์	3.00		3.00		3.00	3.00	3.00		ผปบ.,ผกป.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	1.4.2 วงจรที่มี VSPP กฟต.2 = 4 พีดเดอร์	พีดเดอร์	1.00		1.00		1.00	1.00	1.00		ผบ.,ผกป.
	1.5 ติดตามงานการติดตั้ง Capacitor ในระบบจำหน่าย เพิ่มเติม-(จำนวน kvar) และตามที่ได้รับการจัดสรร	kvar	1,500.00		1,500.00		1,500.00	1,500.00	1,500.00		ผบ.,ผกป.
	1.5.1 แบบ Fixed กฟต.2 = 6000 kvar										
	1.5.2 แบบ Switching กฟต.2 = 0 kvar	kvar	-		-		-		-		
งานบำรุงรักษา	1.6 อื่นๆ										
ใช้งบค่าเดียวกับงบจากงานบำรุงรักษา	1.6.1 การตรวจสอบแก้ไขจุดสัมผัสใน สฟฟ./สายส่ง/ระบบจำหน่าย										กบข.
	จำหน่าย										กฟฟ.1-3
	- สถานีไฟฟ้า										
	- สายส่ง										
	- ระบบจำหน่าย										
	1.6.1.1 สถานีไฟฟ้า	สถานี	20.00		13.00		5.00		-		กบข.
	กฟต.2 = 38 สถานี										
	1.6.1.2 สายส่ง	วงจร-กม.	-		300.00		300.00		283.00		กบข.
	กฟต.2 = 883 วงจร-กม.										
	1.6.1.3 ระบบจำหน่าย	พีดเดอร์	-		52.00		51.00		-		กบข.
	กฟต.2 = 103 พีดเดอร์										กฟฟ.1-3
	1.6.2.1 การแก้ไขคาปาซิเตอร์ 22/33 เครวี ที่หลุดจากระบบให้สามารถใช้งานได้	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		กบข.
	กฟต.2 = 100%(.....ชุด)										
	1.6.2.2 การแก้ไขคาปาซิเตอร์ 22/33 เครวี ในสถานีไฟฟ้าที่ผิดปกติให้	ชุด	-		-		2.00		-		กบข.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	สามารถใช้งานได้ กฟต.2 = 2 สถานี										
	1.7 การคำนวณ Technical Loss ปีละ 2 ครั้ง ตามบันทึกเลขที่ กจพ.394/2560 ลว. 26 พ.ค.2560 ตามที่เกิดขึ้นจริง กฟต.2 = 39 สถานี	ครั้ง	1.00		-		1.00		-		กปบ.
	1.8 การวิเคราะห์ Technical Loss แยกตามระดับแรงดัน และจัดทำแผนแก้ไข (อย่างน้อยไตรมาสละ 1 ฟีดเดอร์/เขต) กฟต.2 = 4 ฟีดเดอร์	ฟีดเดอร์	1.00		1.00		1.00		1.00		กปบ.
	1.9 หม้อแปลงจำหน่าย										
	1.9.1 การแก้ไขกระแสไฟฟ้า Unbalance เกินกว่า 20% (100% จากการใช้ Ldcad)										ผปบ.,ผกป.
	กฟต.2 = 392 เครื่อง (100% จากโปรแกรม Ldcad)	คะแนน	1.00	-	1.00	1.00	1.00	1.00			
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	28.00	28.00	26.00	26.00	24.00	24.00	22.00		ผปบ.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	28.00	28.00	26.00	26.00	24.00	24.00	22.00		ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	28.00	28.00	26.00	26.00	24.00	24.00	22.00		ผกป.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	28.00	28.00	26.00	26.00	24.00	24.00	22.00		ผกป.
	1.9.2 สับเปลี่ยนหม้อแปลงที่จ่ายโหลดไม่เหมาะสม (จ่ายโหลดน้อยกว่า 40% ของขนาดหม้อแปลง) (100% จากการใช้ Ldcad)										ผปบ.,ผกป.
	กฟต.2 = 17 เครื่อง (100% จากโปรแกรม Ldcad)	คะแนน					1.00	1.00			
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ		-		100.00	100.00	100.00			ผปบ.
	กฟส.กต.	ร้อยละ		-		100.00	100.00	100.00			ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ		-		100.00	100.00	100.00			ผกป.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ		-		100.00	100.00	100.00			ผกป.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	1.9.3 ติดตั้ง/ปรับปรุงหม้อแปลงเสริมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจ่ายไฟ (เครื่อง)	เครื่อง	64.00		109.00		113.00		110.00		ผปบ.,ผกป.
	กฟต.2 = 396 เครื่อง	คะแนน	1.00	-	1.00	1.00	1.00	1.00			
	กฟจ.ตรัง	เครื่อง	5	29	9	9	10	10	10		ผปบ.
	กฟส.กต.			0		0		0			ผกป.
	กฟส.ยช.			0		9		9			ผกป.
	กฟส.ปล.			23		2		0			ผกป.
				-							
	1.10. ระบบจำหน่ายแรงต่ำ										
	1.10.1 การเปลี่ยนสายขนาดใหญ่ขึ้น (วงจร-กม.)	วงจร-กม.	17.00		17.00		13.00		13.00		ผปบ.,ผกป.
	กฟต.2 = 60 วงจร-กม.	คะแนน	1.00	-	1.00	-	1.00	0.13			
	กฟจ.ตรัง	วงจร-กม.	2	4	2	2	2	2	2		ผปบ.
	กฟส.กต.	วงจร-กม.		-		-		-			ผกป.
	กฟส.ยช.	วงจร-กม.		-		0		2.00			ผกป.
	กฟส.ปล.	วงจร-กม.		-		-		-			ผกป.
	1.10.2 การตัดจ่ายใหม่ (วงจร)	วงจร-กม.	36.00		51.00		52.00		51.00		ผปบ.,ผกป.
	กฟต.2 = 190 วงจร	คะแนน	1.00	-	1.00	1.00	1.00	1.00			
	กฟจ.ตรัง	วงจร-กม.	3	3	4	4	5	5	5		ผปบ.
	กฟส.กต.	วงจร-กม.		-		-		-			ผกป.
	กฟส.ยช.	วงจร-กม.		-		9.00		3.00			ผกป.
	กฟส.ปล.	วงจร-กม.		-		23.00		2.00			ผกป.
	1.10.3 การปรับปรุงระบบ 1 เฟส 2 สาย เป็นระบบ 1 เฟส 3 สาย	วงจร-กม.	13.00		23.00		19.00		11.00		ผปบ.,ผกป.
	กฟต.2 = 66 วงจร-กม.	คะแนน	-	-	1.00	-	1.00	-			
	กฟจ.ตรัง	วงจร-กม.		0	1	1	-	2	-		ผปบ.
	กฟส.กต.	วงจร-กม.		-		-		-			ผกป.
	กฟส.ยช.	วงจร-กม.		-		0		2.00			ผกป.
	กฟส.ปล.	วงจร-กม.		-		-		-			ผกป.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	2. ดำเนินการตามมาตรการแผนปฏิบัติงานด้าน non-Technical Losses										
	2.1.การ Patrolling and Cleansing ด้านมิเตอร์										
	2.1.1 มิเตอร์ผู้ใช้ไฟฟ้ารายย่อย										
	2.1.1.1 การตรวจสอบและแก้ปัญหาผิดปกติตามใบสั่งงาน U_Cube	กฟฟ.	17.00		17.00		17.00		17.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย NL1 : 2.5 คะแนน ขึ้นไป ทุก กฟฟ.1-3 รวมสังกัด										ผบป.,ผบง.
	กฟต.217.....กฟฟ.										
	กฟจ.ตรัง	กฟฟ.	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00		ผบป.
	กฟส.กต.	กฟฟ.	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00		ผบต.,ผบง.
	กฟส.ยช.	กฟฟ.	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00		ผบต.,ผบง.
	กฟส.ปล.	กฟฟ.	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00		ผบต.,ผบง.
	2.1.1.2 สำรวและปรับปรุงอุปกรณ์ประกอบมิเตอร์ ที่มีสภาพเอียง	กฟฟ.	17.00		17.00		17.00		17.00		ผมต.,ผบต.
	ชำรุด เสื่อมสภาพ หรือไม่ปลอดภัย										
	เป้าหมาย NL1 : 2.5 คะแนน ขึ้นไป ทุก กฟฟ.1-3 รวมสังกัด										
	กฟต.217.....กฟฟ.										
	กฟจ.ตรัง	กฟฟ.	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00		ผมต.
	กฟส.กต.	กฟฟ.	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00		ผบต.
	กฟส.ยช.	กฟฟ.	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00		ผบต.
	กฟส.ปล.	กฟฟ.	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00		ผบต.
	2.1.2 มิเตอร์ผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่										
	2.1.2.1 มิเตอร์ AMR ดำเนินการตามใบสั่งงานจากระบบ	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		ผมต.,ผบต.
	AMR Monitor System										
	เป้าหมาย KPI (AMR) 3 คะแนนขึ้นไป										
	กฟต.2100%... ตามใบสั่งงาน										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.
	2.1.2.2 มิเตอร์ TOU	ร้อยละ	20.00		30.00		30.00		20.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย 100%										
	กฟต.26,445.....เครื่อง										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	20.00	20.00		ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	20.00		ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	20.00		ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	100.00	30.00	30.00	20.00		ผบต.
	2.1.2.3 มิเตอร์เพิ่มลดมากกว่า 25%	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย 100%										
	กฟต2100%.....เครื่อง										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.
	2.2 การตรวจสอบและแก้ไขมิเตอร์ที่มีสภาพผิดปกติที่ได้รับรายงาน จากผู้อ่านหน่วย	กฟฟ.	17.00		17.00		17.00		17.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย NL2 : 4 คะแนน ขึ้นไป ทุก กฟฟ.1-3 รวมสังกัด										
	กฟต.217.....กฟฟ.										
	กฟจ.ตรัง	กฟฟ.	1.00	4.98	1.00	4.91	1.00	4.94	1.00		ผมต.
	กฟส.กต.	กฟฟ.	1.00	4.98	1.00	4.98	1.00	1.00	1.00		ผบต.
	กฟส.ยช.	กฟฟ.	1.00	4.93	1.00	4.96	1.00	5.00	1.00		ผบต.
	กฟส.ปล.	กฟฟ.	1.00	4.93	1.00	4.97	1.00	4.99	1.00		ผบต.
	2.3 การตรวจสอบมิเตอร์ตามวาระ (ภายใน 1 ปี)										
	2.3.1 มิเตอร์แรงสูง 115 เควี	ร้อยละ	100.00		-		100.00				กบล.
	เป้าหมาย 100% ของจำนวนมิเตอร์ที่ติดตั้ง										

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟต.214.....เครื่อง										
	2.3.2 มิเตอร์แรงสูง 22/33 เควี	เครื่อง	995.00		1,492.00		1,492.00		995.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย 100% ของจำนวนมิเตอร์ที่ติดตั้ง										
	กฟต.24,974.....เครื่อง										
	กฟจ.ตรัง	เครื่อง		-		54.00		-			ผมต.
	กฟส.กต.	เครื่อง		-		4.00		-			ผบต.
	กฟส.ยช.	เครื่อง		-		4.00		-			ผบต.
	กฟส.ปล.	เครื่อง		-		2.00		-			ผบต.
	2.3.3 มิเตอร์ประกอบซีทีแรงต่ำ	เครื่อง	1,222.00		1,833.00		1,833.00		1,221.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 50% ของจำนวนมิเตอร์ที่ติดตั้ง										
	กฟต.26,109.....เครื่อง										
	กฟจ.ตรัง	เครื่อง		-		123.00		-			ผมต.
	กฟส.กต.	เครื่อง		-		2.00		-			ผบต.
	กฟส.ยช.	เครื่อง		-		16.00		-			ผบต.
	กฟส.ปล.	เครื่อง		-		4.00		-			ผบต.
	2.3.4 มิเตอร์แรงต่ำ	เครื่อง	94,686.00		142,028.00		142,028.00		94,685.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 30% ของจำนวนมิเตอร์ที่ติดตั้ง										
	กฟต.2473,427..เครื่อง (20-30-30-20%)										
	กฟจ.ตรัง			-		6,669.00		-			ผมต.
	กฟส.กต.			-		-		-			ผบต.
	กฟส.ยช.			-		2,562.00		-			ผบต.
	กฟส.ปล.			-		-		-			ผบต.
	หมายเหตุ: การนับจำนวนการตรวจสอบมิเตอร์ตามวาระ										
	สามารถนำผลการตรวจสอบจากกิจกรรมอื่น ๆ มานับรวมเป็นผลงาน										
	ในการตรวจสอบมิเตอร์ตามวาระได้										
	2.4 การตรวจสอบมิเตอร์ที่มีความเสี่ยงต่อการละเมิดการใช้ไฟฟ้า										

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	และที่มีประวัติการละเมิดฯ ซ้ำซ้อน										
	2.4.1 กิจกรรมบันทึกผลการตรวจสอบมิเตอร์ กรณีละเมิดฯ	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		ผมต.,ผบต.
	และสถานการณ์ดำเนินการด้านคดีในโปรแกรม U_Cube										
	กฟต.2 100% ทุกราย										
	กฟจ.ต้ง	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผบต.
	2.4.2 มิเตอร์ที่มีความเสี่ยงต่อการละเมิด	ร้อยละ	-		50.00		-		50.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย ปีละ 2 ครั้ง										
	กฟต.2เครื่อง(100%)										
	กฟจ.ต้ง	ร้อยละ	-	-	50.00	50.00	-	-	50.00		ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	-	-	50.00	50.00	-	-	50.00		ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	-	-	50.00	50.00	-	-	50.00		ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	-	-	50.00	50.00	-	-	50.00		ผบต.
	2.4.3 มิเตอร์ที่มีประวัติการละเมิดฯ	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย ไตรมาสละ 1 ครั้ง										
	กฟต.2เครื่อง(100%)										
	กฟจ.ต้ง	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	ผบต.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	2.5 การสำรวจและตรวจสอบมิเตอร์ไฟฟ้าสาธารณะ และไฟทางหลวง กรณีติดตั้งมิเตอร์และเหมาจ่าย										
	2.5.1 สำรวจจุดติดตั้งดวงโคมเหมาจ่ายไฟสาธารณะ และประเมินหน่วยการใช้ไฟฟ้าให้ถูกต้องครบถ้วน	ครั้ง	1.00		-		-		-		ผบค.,ผบต.
	เป้าหมาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง 100%										
	กฟต.2จุด (100%)										
	กฟจ.ตรัง	ครั้ง	1.00	1.00	-	-	-	-	-		ผมต.
	กฟส.กต.	ครั้ง	1.00	1.00	-	-	-	-	-		ผบต.
	กฟส.ยช.	ครั้ง	1.00	1.00	-	-	-	-	-		ผบต.
	กฟส.ปล.	ครั้ง	1.00	1.00	-	-	-	-	-		ผบต.
	2.5.2 ตรวจสอบและบำรุงรักษามิเตอร์ให้อยู่ในสภาพที่ปลอดภัย พร้อมใช้และวัดค่าการใช้ไฟฟ้าได้ถูกต้อง	ร้อยละ	20.00		30.00		30.00		20.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง 100%										
	กฟต.2เครื่อง(100%)										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	20.00		ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	20.00		ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	20.00		ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	20.00		ผบต.
	2.6 การตรวจสอบมิเตอร์อุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ เช่น ตู้โทรศัพท์ สาธารณะ Wifi CCTV และอื่น ๆ กรณีติดตั้งมิเตอร์และเหมาจ่าย										
	2.6.1 สำรวจจุดติดตั้งอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ และประเมินหน่วย	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		ผมต.,ผบต.
	การใช้ไฟฟ้าให้ถูกต้องครบถ้วน (เหมาจ่าย)										
	เป้าหมาย 100%										
	กฟต.2100 % (อุปกรณ์ที่ต่อพ่วง)										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	2.6.2 ตรวจสอบและบำรุงรักษามอเตอร์ให้อยู่ในสภาพที่ปลอดภัยพร้อมใช้และวัดค่าการใช้ไฟฟ้าได้ถูกต้อง	ร้อยละ	20.00		30.00		30.00		20.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย 100%										
	กฟต.2เครื่อง(100%)										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	20.00		ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	20.00		ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	20.00		ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	20.00		ผบต.
	2.7 การลดหน่วยสูญเสียของสถานีไฟฟ้า ตาม กฟฟ.ที่เลือกเข้าร่วมโครงการ	สถานี	1.00		-		1.00		-		
	2.7.1 การลดหน่วยสูญเสียในแต่ละสถานีไฟฟ้า										กฟต.1-3
	กฟต.2 = 1 สถานี										คณะทำงาน
											ลดหน่วยสูญเสีย
	2.7.2 สํารวจความต้องการใช้งานสำหรับติดตั้งมิเตอร์ ซีที. วีที.	ร้อยละ	-		-		100.00		-		ผมต.,ผบต.
	จุดแบ่งแดนในแต่ละ กฟข.										
	เป้าหมาย NL3 วัดตามกิจกรรม										
	กฟต.2เครื่อง(100%)										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	-	-	-	-	100.00	100.00	-		ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	-	-	-	-	100.00	100.00	-		ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	-	-	-	-	100.00	100.00	-		ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	-	-	-	-	100.00	100.00	-		ผบต.
	2.7.3 การติดตั้งและตรวจสอบและบำรุงรักษามอเตอร์แบ่งแดน	ร้อยละ	-		-		-		100.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย NL3 วัดตามกิจกรรม										
	กฟต.2เครื่อง(100%)										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	100.00		ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	100.00		ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	100.00		ผบต.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	100.00		ผบต.
	2.7.4 การสร้างแผนงานและดำเนินกิจกรรมลดหน่วยสูญเสียใน วงจรไฟฟ้าที่มีหน่วยสูญเสียสูง	ฟีดเดอร์	-	-	-		-		1.00		ผบป. รอกัดเลือก
	เป้าหมาย NL3 วัดตามกิจกรรม										
	กฟต.21..... ฟีดเดอร์										
	กฟจ.ตรัง			-		-		-			ผบป.
	2.8 การตรวจสอบมิเตอร์ประกอบซีที. แรงต่ำ และมิเตอร์ประกอบซีที. วีที.แรงสูงในกรณีติดตั้งใหม่ให้ครบถ้วนทุกราย	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		ผมต.,ผบต.
	เป้าหมาย ภายใน 30 วันหลังจ่ายไฟฟ้า										
	กฟต.2100%.....เครื่อง										
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		ผบต.
	2.9 การอบรมการตรวจสอบมิเตอร์ และการประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ การละเมิดฯ										
	2.9.1 การอบรมพนักงานตรวจสอบมิเตอร์/ตรวจสอบหน่วย	ครั้ง	-		-		1.00		-		กบล.
	เป้าหมาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง										
	กฟต21...ครั้ง.....										
	2.9.2 การอบรม พช.ควบคุมผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ /ตรวจสอบหน่วยรายย่อย	ครั้ง	-		1.00		-		-		กชช.
	เป้าหมาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง										
	กฟต21...ครั้ง.....										
	2.9.3 การอบรมพนักงานอ่านหน่วย	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1.00		ผบป.
	เป้าหมาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง										
	กฟต21...ครั้ง.....										

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	กฟจ.ตรัง			-		-		-			ผบป.
	2.9.4 การประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ป้องกันการละเมิดฯ	ครั้ง	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00		ผบค.,ผบต.
	เป้าหมาย ไตรมาสละ 1 ครั้ง										
	กฟต.24.....ครั้ง										
	กฟจ.ตรัง			-		1.00		-			ผบค.
	กฟส.กต.			-		1.00		-			ผบต.
	กฟส.ยช.			-		1.00		-			ผบต.
	กฟส.ปล.			-		-		-			ผบต.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
แผนงานหลักที่ 23 แผนงานติดตามและแก้ไขปัญหาไฟดับ	รอหัวข้อกิจกรรมจาก รผก.(ว)										
OM 1.8	1 นำผลจากการวัดโหลดหม้อแปลง (จากแผนงานที่ 14.4) มาจัดทำแผน	ร้อยละ					100.00	100.00			ผบป.,ผกป.
	2										
	3										
แผนงานหลักที่ 24 แผนงานติดตามและแก้ไขปัญหาไฟดับ	รอหัวข้อกิจกรรมจาก รผก.(ป)										
OM 1.9	1. ปิดงานตามแผนเปลี่ยนทดแทนอุปกรณ์เสื่อมสภาพ (MS2000/MR2000)										
	1.1 งานก่อนปี 2563 ปิดได้ร้อยละ 100 (คิดจํานวนหมายเลขงาน)	ร้อยละ	80.00		100.00		100.00		100.00		กบข
	1.2 งานปี 2563 ปิดได้ร้อยละ 100 (คิดจํานวนหมายเลขงาน)	ร้อยละ	50.00		70.00		80.00		100.00		กบข
	1.3 งานปี 2564 ปิดได้ร้อยละ 80 (คิดจํานวนหมายเลขงานที่ได้รับจัดสรรงบถึง มี.ค.)	ร้อยละ			50.00		70.00		80.00		กบข
	2. จัดทำแผนปลดโหลดด้วย UF Relay เพื่อป้องกันเหตุการณ์ไฟฟ้าดับ	สถานี	-		-		-		39.00		กปบ.
	บริเวณกว้าง										
	กฟต.2 = 39 สถานี										
	3. จัดทำแผนปลดโหลดกรณีเหตุผิดปกติด้านพลังงานไฟฟ้า	สถานี	-		-		-		39.00		กปบ.
	กฟต.2 = 39 สถานี										

แผนปฏิบัติการ

ด้าน Internal Process

1. วัตถุประสงค์ 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

Operation I OM2 การเสริมสร้างศักยภาพของระบบจำหน่าย โดย Smart Grid SO2 มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศในด้านจำหน่าย กระแสไฟฟ้า โดยพัฒนาประสิทธิภาพของทุกระบบงาน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- 3.1 ความสำเร็จของแผนโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ
- 3.2 ความสำเร็จในการพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการพลังงานผ่าน Energy Trading Platform
- 3.3 ความสำเร็จในการพัฒนาการให้บริการ TPA

4. เป้าหมาย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OM2 การเสริมสร้างศักยภาพของระบบจำหน่าย โดย Smart Grid

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ร้อยละความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลmeister
ในฐานข้อมูลระบบ GIS
 - ร้อยละความถูกต้องเชิงคุณภาพระบบจำหน่ายแรงต่ำ
ในฐานข้อมูลระบบ GIS
 - ร้อยละความถูกต้องและครบถ้วนของหม้อแปลง
ในฐานข้อมูลระบบ GIS
 - ร้อยละความถูกต้องของข้อมูลอุปกรณ์ตัดตอน
และอุปกรณ์ป้องกัน ในฐานข้อมูลระบบ GIS
 - ร้อยละความสำเร็จของการปรับปรุงคุณภาพ
เชิงข้อมูลตำแหน่งของข้อมูลmeisterในระบบ GIS
- เมื่อเทียบกับระบบจดหน่วย

7. เป้าหมาย

ร้อยละ 99

រ៉ឺមតះ 95

រ៉ឺមតះ 96

រៀបចំ ៩៧

រ៉ូយតេ 90

งาน / โครงการ Strategies หรือ Strategies	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				
	1. การปรับปรุงความถูกต้อง และครบถ้วนข้อมูลเมตอร์ในฐานข้อมูลระบบ GIS	ร้อยละ	99.00		99.00		99.00		99.00		99.00			0.397	0.397	ผมต.,ผบต.
om 2.10	เป้าหมาย ทุก กฟฟ. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99															
	กฟต.2 = 99 %															
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	99.00	99.12	99.00	99.59	99.00	99.84	99.00		99.00					ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	99.00	99.73	99.00	99.99	99.00	99.99	99.00		99.00					ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	99.00	99.02	99.00	99.96	99.00	99.99	99.00		99.00					ผบต.
	กฟส.ปด.	ร้อยละ	99.00	99.79	99.00	99.97	99.00	100.00	99.00		99.00					ผบต.
	กฟย.นยง.	ร้อยละ	99.00	99.57	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผจก.
	กฟย.สภ.	ร้อยละ	99.00	98.79	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผจก.
	กฟย.บ้านเกาะมุกด์	ร้อยละ	99.00	100.00	99.00	100.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผจก.

งาน / โครงการ Strategies หรือ Strategies หรือ St	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				
	กพย.ต.เกาะลิบง	ร้อยละ	99.00	100.00	99.00	100.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผจก.
	กพย.หาดสำราญ	ร้อยละ	99.00	99.64	99.00	99.48	99.00		99.00		99.00					ผจก.
	กพย.เกาะสุกร	ร้อยละ	99.00	100.00	99.00	100.00	99.00	100.00	99.00		99.00					ผจก.
	2. การปรับปรุงความถูกต้องเชิงคุณภาพระบบจำหน่ายแรงต่ำในฐานข้อมูลระบบ GIS	ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00					ผปบ.,ผกป.
	เป้าหมาย ร้อยละ 95															
	กพต.2 = 95 %															
	กพจ.ตริง	ร้อยละ	95.00	99.72	95.00	100.00	95.00	100.00	95.00		95.00					ผปบ.
	กพส.กต.	ร้อยละ	95.00	99.59	95.00	100.00	95.00	100.00	95.00		95.00					ผกป.
	กพส.ยช.	ร้อยละ	95.00	100.00	95.00	100.00	95.00	100.00	95.00		95.00					ผกป.
	กพส.ปล.	ร้อยละ	95.00	100.00	95.00	100.00	95.00	100.00	95.00		95.00					ผกป.
	กพย.นยง.	ร้อยละ	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00		95.00					ผจก.
	กพย.สก.	ร้อยละ	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00		95.00					ผจก.
	กพย.บ้านเกาะมุกต์	ร้อยละ	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00		95.00					ผจก.
	กพย.ต.เกาะลิบง	ร้อยละ	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00		95.00					ผจก.
	กพย.หาดสำราญ	ร้อยละ	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00		95.00		95.00					ผจก.
	กพย.เกาะสุกร	ร้อยละ	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00		95.00					ผจก.
	3. การปรับปรุงความถูกต้อง และครบถ้วนของข้อมูลหม้อแปลงในฐานข้อมูล	ร้อยละ	96.00		96.00		96.00		96.00		96.00			0.229	0.229	ผปบ.,ผกป.
	ระบบ GIS															
	เป้าหมาย ทุก กพฟ. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 96															
	กพต.2 = 96 %															
	กพจ.ตริง	ร้อยละ	96.00	99.02	96.00	98.46	96.00	100.00	96.00		96.00					ผปบ.
	กพส.กต.	ร้อยละ	96.00	98.95	96.00	99.79	96.00	100.00	96.00		96.00					ผกป.
	กพส.ยช.	ร้อยละ	96.00	99.14	96.00	99.83	96.00	100.00	96.00		96.00					ผกป.
	กพส.ปล.	ร้อยละ	96.00	98.58	96.00	99.53	96.00	100.00	96.00		96.00					ผกป.
	กพย.นยง.	ร้อยละ	96.00	99.02	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00		96.00					ผจก.
	กพย.สก.	ร้อยละ	96.00	99.02	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00		96.00					ผจก.
	กพย.บ้านเกาะมุกต์	ร้อยละ	96.00	98.95	96.00	98.95	96.00	96.00	96.00		96.00					ผจก.
	กพย.ต.เกาะลิบง	ร้อยละ	96.00	98.95	96.00	98.95	96.00	96.00	96.00		96.00					ผจก.

งาน / โครงการ / Strategies หรือ St	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				
	กพย.หาดสำราญ	ร้อยละ	96.00	99.14	96.00	99.77	96.00		96.00		96.00					ผจก.
	กพย.เกาะสุกร	ร้อยละ	96.00	99.14	96.00	99.77	96.00	99.77	96.00		96.00					ผจก.

งาน / โครงการ / Activities หรือ Strategies	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				
	4. การปรับปรุงความถูกต้อง และครบถ้วนของข้อมูลอุปกรณ์ตัดตอนและอุปกรณ์ป้องกันในฐานข้อมูลระบบ GIS เป้าหมาย ทุก กฟฟ. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99 กฟต.2 = 99 %	ร้อยละ	99.00		99.00		99.00		99.00		99.00					ผปบ.,ผกป.
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผปบ.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผกป.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผกป.
	กฟย.นยง.	ร้อยละ	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผจก.
	กฟย.สก.	ร้อยละ	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผจก.
	กฟย.บ้านเกาะมุกด์	ร้อยละ	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผจก.
	กฟย.ต.เกาะลิบง	ร้อยละ	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผจก.
	กฟย.หาดสำราญ	ร้อยละ	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผจก.
	กฟย.เกาะสุกร	ร้อยละ	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00	99.00		99.00					ผจก.
	5. การปรับปรุงคุณภาพข้อมูลเชิงตำแหน่งของข้อมูลมิติเตอร์ในระบบ GIS เมื่อเทียบกับระบบจดหน่วย เป้าหมาย ทุก กฟฟ.(1-3) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 กฟต.2 = 90 %	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00			0.168	0.168	ผมต.,ผบต.
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	90.00	96.53	90.00	99.27	90.00	99.51	90.00		90.00					ผมต.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	90.00	95.28	90.00	98.60	90.00	98.81	90.00		90.00					ผบต.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	90.00	97.64	90.00	97.91	90.00	99.82	90.00		90.00					ผบต.
	กฟส.ปล.	ร้อยละ	90.00	98.76	90.00	100.00	90.00	99.98	90.00		90.00					ผบต.
	กฟย.นยง.	ร้อยละ	90.00	97.14	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00		90.00					ผจก.
	กฟย.สก.	ร้อยละ	90.00	94.78	90.00	98.44	90.00	90.00	90.00		90.00					ผจก.
	กฟย.บ้านเกาะมุกด์	ร้อยละ	90.00	88.62	90.00	100.00	90.00	90.00	90.00		90.00					ผจก.
	กฟย.ต.เกาะลิบง	ร้อยละ	90.00	91.83	90.00	100.00	90.00	90.00	90.00		90.00					ผจก.
	กฟย.หาดสำราญ	ร้อยละ	90.00	99.91	90.00	99.94	90.00		90.00		90.00					ผจก.
	กฟย.เกาะสุกร	ร้อยละ	90.00	98.66	90.00	100.00	90.00	100.00	90.00		90.00					ผจก.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

ด้าน Internal Process

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

Operation Management Process

SO2 มุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศในด้านจำหน่ายกระแสไฟฟ้า

โดยพัฒนาประสิทธิภาพของทุกระบบงาน

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

OM4.1 แผนงานการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการสินทรัพย์ระบบไฟฟ้า กฟท.

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.9 ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผน

Asset Management Roadmap

4. เป้าหมาย

ร้อยละ 100
5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OM4.1 แผนงานการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการสินทรัพย์ระบบไฟฟ้า กฟท.

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.13 ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผน

Asset Management Roadmap

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				
แผนงานที่ 29 แผนปิดงานก่อสร้าง OM 4.1	ประสิทธิภาพการบริหารมูลค่าสินทรัพย์ภายใต้งานก่อสร้างที่คงค้าง (Asset under Construction : AUC) ทุ ก บ ทุ ก โ ค ร ง ร าว (P, I, C) ดั ง นี															ผกส.,ผกป.
	1. งานก่อนปี 2562 ปิดได้ร้อยละ 100 (คิดจำนวนหมายเลขงาน)	ร้อยละ	50.00		70.00		80.00		100.00		100.00					
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	50.00	-	70.00	100.00	80.00	100.00	100.00		100.00					ผกส.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	50.00	100.00	70.00	100.00	80.00	100.00	100.00		100.00					ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	50.00	100.00	70.00	100.00	80.00	100.00	100.00		100.00					ผกป.
	กฟส.ปด.	ร้อยละ	50.00	100.00	70.00	100.00	80.00	100.00	100.00		100.00					ผกป.
	2. งานปี 2562 ปิดได้ร้อยละ 100 (คิดจำนวนหมายเลขงาน)	ร้อยละ	50.00		70.00		80.00		100.00		100.00					
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	50.00	19.05	70.00	85.71	80.00	85.71	100.00		100.00					ผกส.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	50.00	100.00	70.00	100.00	80.00	100.00	100.00		100.00					ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	50.00	-	70.00	100.00	80.00	100.00	100.00		100.00					ผกป.
	กฟส.ปด.	ร้อยละ	50.00	100.00	70.00	100.00	80.00	100.00	100.00		100.00					ผกป.
	3. งานปี 2563 ปิดได้ร้อยละ 80 (คิดจำนวนหมายเลขงาน)	ร้อยละ	30.00		50.00		70.00		80.00		80.00					
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	30.00	29.89	50.00	85.36	70.00	96.07	80.00		80.00					ผกส.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	30.00	65.22	50.00	79.71	70.00	89.86	80.00		80.00					ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	30.00	54.90	50.00	74.51	70.00	82.81	80.00		80.00					ผกป.
	กฟส.ปด.	ร้อยละ	30.00	77.14	50.00	97.14	70.00	100.00	80.00		80.00					ผกป.
	4. งานปี 2564 ปิดได้ร้อยละ 60 (คิดจำนวนหมายเลขงาน)	ร้อยละ	20.00		40.00		50.00		60.00		60.00					
	กฟจ.ตรัง	ร้อยละ	20.00	-	40.00	29.81	50.00	43.54	60.00		60.00					ผกส.
	กฟส.กต.	ร้อยละ	20.00	6.67	40.00	27.85	50.00	40.63	60.00		60.00					ผกป.
	กฟส.ยช.	ร้อยละ	20.00	17.95	40.00	25.29	50.00	46.08	60.00		60.00					ผกป.
	กฟส.ปด.	ร้อยละ	20.00	30.95	40.00	37.88	50.00	57.95	60.00		60.00					ผกป.

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

ด้าน Learning & Growth

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
Organizational Capital
SO1 Sustainability & Good Governance
ดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อ
การเติบโตอย่างยั่งยืน

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
OC1 วิเคราะห์ GAP และแนวทางการผลักดัน
องค์กรสู่ความยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
OC1 วิเคราะห์ GAP และแนวทางการผลักดัน
องค์กรสู่ความยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
4.9 คะแนนประเมิน ITA

4.10 ค่าดัชนีการประสบอุบัติเหตุ (Disabling Injury Index:vDI)

4.11 ความสำเร็จของการดำเนินงานด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัย

4.12 ผลการดำเนินงาน Core Business Enablers ด้านที่ 1 การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร

4.13 ความสำเร็จในการบูรณาการ GRC

4.14 ความสำเร็จในการดำเนินงานเพื่อยกระดับสู่ความยั่งยืน

4.15 ร้อยละของแผนงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่มีผลการประเมินเป็นไปตามเป้าหมายของแผนงาน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- คะแนนประเมิน ITA μ
- ค่าดัชนีการประสบอุบัติเหตุ (Disabling Injury Index:vDI) μ
- ระบบประเมินผลใหม่ของ สคร. (Enablers 8 ด้าน) ขององค์กร μ
- ระบบประเมินผลใหม่ของ สคร. (Enablers 8 ด้าน) ของสายงาน

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
แผนงานหลักที่ 36 โครงการยกระดับคุณธรรมและ	- แจ้างเวียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทราบและ	ครั้ง	-		-		-		1		สรก.(ภ4)
ความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA)	ดำเนินการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการที่เป็นจุดอ่อน										คณะทำงานฯ
											กฟต.2
	- ดำเนินการตามแบบวัดการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ครั้ง	-		1		-		-		สรก.(ภ4)
	ภายใน (Internal Integrity & Transparency Assessment)										คณะทำงานฯ
	ภายในระยะเวลาที่สำนักงาน ป.ป.ช. กำหนด										กฟต.2

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
	- ดำเนินการตามแบบวัดการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภายนอก (EXternal Integrity & Transparency Assessment) ภายในระยะเวลาที่สำนักงาน ป.ป.ช. กำหนด	ครั้ง	-		1		-		-		สรก.(ภ4) คณะทำงานฯ กฟต.2
	- ดำเนินการตามแบบตรวจการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (Open Data Integrity & Transparency Assessment) ภายในระยะเวลาที่สำนักงาน ป.ป.ช. กำหนด	ครั้ง	-		1		-		-		สรก.(ภ4) คณะทำงานฯ กฟต.2
แผนงานหลักที่ 37 แผนงานการยกระดับการดำเนินงาน เรื่องความปลอดภัยในระดับมาตรฐาน/ระดับสากล	1. ดำเนินการเพื่อการตรวจรับรองมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัย (มอก.18001) - การตรวจประเมิน Internal Audit ปีละ 1 ครั้ง (กฟช.ละ 1 แห่ง)	1 แห่ง	-		-		-		-		สรก.(ภ4) กปภ. และหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง
	2.ดำเนินการตามแผนแม่บทความปลอดภัย และอาชีวอนามัย (ISO45001) สายงานละ 1 แห่ง - เตรียมการเพื่อขอการรับรองระบบการจัดการ อาชีวอนามัย และ ความปลอดภัย (ISO45001) (รอแผนที่ชัดเจนจาก กฟภ.)										สรก.(ภ4) ผบอ.กหว.ต.2 กฟอ.ทุ่งสง
แผนงานหลักที่ 38 แผนงานจัดทำมาตรฐานและ กระบวนการที่สนับสนุนการดำเนินงานความปลอดภัย ในการทำงาน (PEA-SMS)	1. แผนการดำเนินงานตามระบบการจัดการความปลอดภัยของ กฟภ. (PEA Safety Management System: PEA-SMS) - จัดทำแผนงานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และ สภาพแวดล้อมในการทำงานของหน่วยงานที่สอดคล้องกับ PEA-SMS	ครั้ง	1	1	-		-		-		คปอ.
	- ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงาน ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	ครั้ง	1	1	1	1	1		1		กปภ. สรก.(ภ4)
	2. ตรวจประเมินเพื่อรับรองหน่วยงานที่ดำเนินการตาม PEA-SMS ตามหลักเกณฑ์ประเมินรับรองที่กำหนด	ครั้ง	1		1		-		-		กปภ. กฟต.1-3

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
											และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	- ประชุมพิจารณาหลักเกณฑ์การตรวจประเมิน รับรอง PEA-SMS	ครั้ง	-	-	-	-	1	1	-		กวว.ต.2,
	- แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจประเมินย่อยรับรอง PEA-SMSและแผนการดำเนินงาน										จป.(ว) ตง.
	- คณะกรรมการตรวจประเมินรับรอง PEA-SMS แต่ละเขต รวบรวมข้อมูลและตรวจประเมิน รับรองการไฟฟ้าผ่านเกณฑ์	ครั้ง	-		-		1		-		กวว.ต.2,
	- ขออนุมัติรับรองหน่วยงานที่ผ่านเกณฑ์	ครั้ง	-		-		-		1		กปภ.
	3. วิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุสูง และแนวทางในการป้องกันรวมถึงการออกมาตรการเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำ										กปภ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	- สรุปสาเหตุที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานสูงรวมทั้งกำหนดมาตรการเร่งด่วนในการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุซ้ำ	ครั้ง	1	1	1	1	-		-		
	- วิเคราะห์หาสาเหตุที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุที่มีความรุนแรงสูงจากการปฏิบัติงาน ณ สถานที่เกิดเหตุ	ครั้ง	1	1	1	1	1	1	1		คปอ.
											จป.(ว) ตง.

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		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	
แผนงานหลักที่ 39 โครงการสำนักงานสีเขียว (Green Office)	1. จัดส่งสำนักงาน กพข./กพฟ. ในสังกัดสายงานการไฟฟ้า ภาค 4 เข้าร่วมโครงการสำนักงานสีเขียว (Green Office) ประจำปี 2564 จำนวน 4 แห่ง ดังนี้										สรก.(ภ4)
											กพต.1,2,3
	กพต.2 จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ กพอ.กาญจนดิษฐ์, กพอ.เวียงสระ, กพส.อ.กันตัง	แห่ง	-		-		-		3		คณะทำงานฯ
											กพส.กันตัง
	2. ดำเนินการต่ออายุการรับรองสำนักงานสีเขียว (Green Office) จำนวน 1 แห่ง ดังนี้										
	กพต.2 = 1 แห่ง ได้แก่ กพจ.กระบี่	แห่ง							1		กพจ.กระบี่
	3. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับ Green Office										สรก.(ภ4)
	เป้าหมาย										
	กพต.2 เขตละ 4 รุ่นๆละ 40 คน (2วัน)	รุ่น	4								ผพอ.กอก.ต.2