

แผนปฏิบัติการ กฟผ.ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14

ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 15 งานยกระดับมาตรฐานคุณภาพ	1. ปรับปรุงกระบวนการทำงานยกระดับคุณภาพการ	100%	100%	100%		100%		100%					กบล.(ผบธ.)
การให้บริการ	บริการลูกค้า ให้ได้รับความสะดวก รวดเร็ว												ทุก กฟฟ.
	มีประสิทธิภาพโดยนำมาตรฐานใหม่ของ กฟผ.												
	มาใช้ในการดำเนินงาน												
	เป้าหมาย ทุก กฟฟ.												
	2. กำกับดูแลและติดตามประเมินประสิทธิผลของการ	-		-		-		85%					กบล.(ผบธ.)
	ให้บริการลูกค้า ตามมาตรฐานใหม่ของ กฟผ.												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย ดำเนินการภายในระยะเวลาที่มาตรฐาน												
	กำหนดได้ไม่น้อยกว่า 85%												
	3. คู่มือบริการประชาชน (จำนวน 4 คู่มือ)	-		-		100%		100%					กบล.(ผบธ.)
	1. การขอใช้ไฟฟ้าประเภทติดตั้งมิเตอร์ไฟฟ้า ในเขตเมือง												ทุก กฟฟ.
	กรณีตรวจสอบการเดินสายภายในก่อนชำระค่าธรรมเนียม												
	2. การขอใช้ไฟฟ้าประเภทติดตั้งมิเตอร์ไฟฟ้า ในเขตเมือง												
	กรณีชำระค่าธรรมเนียมก่อนตรวจสอบการเดินสายภายในก่อน												
	3. การขอใช้ไฟฟ้าประเภทติดตั้งมิเตอร์ไฟฟ้า ในเขตชนบท												
	กรณีตรวจสอบการเดินสายภายในก่อนชำระค่าธรรมเนียม												

แผนปฏิบัติการ กฟจ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

- ระดับ 4.31
- ระดับ 4.14
- ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

- รอต่าเป้าหมาย
- รอต่าเป้าหมาย
- รอต่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
แผนงานหลักที่ 15 งานยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ	4. การขอใช้ไฟฟ้าประเภทติดตั้งมีเตอร์ไฟฟ้า ในเขตชนบท												กบล.(ผบธ.)
	กรณีชำระค่าธรรมเนียมก่อนตรวจสอบการเดินสายภายในก่อน												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย ขยายผลให้ไปยัง กฟย. ทุกแห่ง												
แผนงานหลักที่ 16 งานพัฒนาการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าจากการรับฟังเสียงลูกค้า	1. จัดให้มีระบบข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า (โทรศัพท์)	100%	100%	100%		100%		100%					กบล.(ผลส.)
	สอบถามความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน)												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย รอต่าเป้าหมาย												
	2. จัดให้มี พนักงานบริหารความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการ (Lobby Manager) รวมถึงบริหารจัดการปริมาณ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
	ลูกค้าที่มาใช้บริการได้ตามกระบวนการและสถานการณ์												ทุก กฟฟ.
	เพื่อสร้างให้เกิด Customer Experience ที่ดี												
	เป้าหมาย 1. คัดเลือกและแต่งตั้ง กฟฟ.จุดรวมงาน ละ 1 คน	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-		-		-					
	2. ให้จัดทำบันทึกแต่งตั้ง Lobby Manager พร้อม	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-		-		-					
	กำหนดระยะเวลาในการทำงาน												

แผนปฏิบัติการ กฟผ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14
ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย
รอค่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 16 งานพัฒนาการให้บริการที่ดี	3. การจัดการข้อร้องเรียน												กบล.(ผลส.)
แก้ลูกค้าจากการรับฟังเสียงลูกค้า	01 ดำเนินการตามคู่มือมาตรฐานคุณภาพบริการ	1 ครั้ง	1 ครั้ง										ทุก กฟฟ.
	02 สรุปผลการจัดการข้อร้องเรียน ทุกไตรมาส	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	03 จัดทำแผน/แนวทางการปฏิบัติเชิงป้องกัน			1 ครั้ง									
	เป้าหมาย												
	1. จัดประชุมชี้แจงแนวทางปฏิบัติเชิงป้องกัน (ไตรมาส 1)	-		1 ครั้ง		-		-					ผวธ.(ภ4)
	2. สรุปปัญหาและวางแผนแนวทางแก้ไขร่วมกับ Best Practice	-		1 ครั้ง		-		-					ผวธ.(ภ4)
	3. ดำเนินการตามแนวทางที่กำหนดไว้	-		100%		100%		-					กบล.(ผลส.), ทุก กฟฟ.
	4. วัดผลการดำเนินการเป็นรายไตรมาส	-		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.), ทุก กฟฟ.
แผนงานหลักที่ 17 แผนพัฒนาการขายและบริหารกลุ่มลูกค้า	1. จัดทำ Website												ผวธ.(ภ4)
	01 ตั้งคณะทำงานจัดทำ Website	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-		-		-					กรท.(ผลส.)
	02 ปรับปรุงและพัฒนาข้อมูลบน Website PEA	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กรท.(ผลส.), ทุกหน่วยงาน
	เพื่อให้รองรับความต้องการของลูกค้า สนับสนุนการสร้าง												
	ความสัมพันธ์กับลูกค้า และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูล												
	ข่าวสารงานบริการลูกค้าให้เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง												
	03 สรุปรายงานผลการดำเนินการให้ ผวธ.(ภ4) ทุกไตรมาส	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กรท.(ผลส.)

แผนปฏิบัติการ กฟผ.ประจำปี ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม
2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน
3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า
4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14

ร้อยละ 100
5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน
6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า
7. เป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
แผนงานหลักที่ 17 แผนพัฒนาการขายและบริหารกลุ่มลูกค้า	2. การบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management)												
	2.1 การดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account Management												กบส.(ผลส.)
													ทุก กฟผ.
	01.พิจารณาคัดเลือกการไฟฟ้า	1 ครั้ง											
	02.คัดเลือกลูกค้ารายสำคัญ และพนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ	1 ครั้ง	1 ครั้ง										
	03.พิจารณา อนุมัติ การไฟฟ้า, พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ	1 ครั้ง	1 ครั้ง										
	และลูกค้ารายสำคัญ												
	04.จัดทำฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญลงในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ	1 ครั้ง	1 ครั้ง										
	05.บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าตามคู่มือ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	06.บันทึกข้อมูลการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ารายสำคัญลงในระบบ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	ฐานข้อมูลสารสนเทศฯ												
	07.สรุปผลการดำเนินงานและปัญหาจากระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	08.สำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญ					1 ครั้ง							
	09.สรุป วิเคราะห์ผล เสนอคณะกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	10.ติดตามประเมินผล	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	เป้าหมาย รอต่าเป้าหมาย												

แผนปฏิบัติการ กฟจ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14

ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 17 แผนพัฒนาการขายและ	3. การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ												กบล.(ผลส.)
บริหารกลุ่มลูกค้า	01 รายสำคัญ 100% ทุกราย							100%					ทุก กฟฟ.
	กฟต.2 จำนวน 416 ราย												
	กฟจ.กระบี่ 21 ราย	3 ราย	3 ราย	7 ราย		7 ราย		4ราย					
	4. การสูญเสียลูกค้า กฟภ. ให้กับ SPP												กบล.(ผลส)
	01 รายงานการสูญเสียลูกค้า กฟภ. ให้กับ SPP	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	02 รายงานผล VSPP ที่เชื่อมโยงกับ กฟภ.	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กวว.(ผสอ.)
	*กฟต.2 รายงานผลภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส												กบล.(ผลส.)
	03 ผวธ.(ภ4) สรุปผลแจ้งคณะทำงาน SEPA หมวด 3	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผวธ.(ภ4)
	เป้าหมาย รอค่าเป้าหมาย												
	5. บริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์	-		1 ครั้ง		-		-					กบล.(ผลส.)
	(รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)												กฟอ.เวียงสระ
	เป้าหมาย ทุกรายที่เข้าตามหลักเกณฑ์ (20 ล้าน)												กชข.(ผชฟ.)
	กฟต.2 จำนวน..1..ราย (บ.วนชัยฯ)												

แผนปฏิบัติการ กฟจ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14

ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 18 แผนพัฒนาการบริการลูกค้า	1. งานขยายสัดส่วนการแจ้งค่าไฟฟ้า และข้อมูลอื่นๆ	100%		100%		100%		100%					กชข.(ผบน.)
	ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยการส่งข้อความสั้น (sms)												กรท.(ผสบ.)
	01 จำนวนผู้ใช้ไฟที่สมัครใช้บริการแจ้งค่าไฟผ่าน SMS												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย 100% ในปี 2559 ของผู้ใช้ไฟที่ชำระเงินที่												
	สำนักงานและ PEA Shop ที่ยังไม่สมัครใช้บริการ SMS												
	(จากฐานข้อมูลผู้ใช้ไฟ จากโปรแกรม SMS) จำนวน 730,113 ราย												
	2. แจ้งผลการขยายสัดส่วนการแจ้งค่าไฟฟ้า ของ กฟช.												กรท.(ผสบ.)
	เข้า Line กลุ่ม กฟภ.ภาคใต้												กบส.(ผสส.)
	เป้าหมาย												ทุก กฟฟ.
	3. One Touch Service												กบส.(ผบธ.)
	01 ปรับปรุงขั้นตอนกระบวนการงานเพื่อให้บริการแบบ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ทุก กฟฟ.
	One Touch Service (ระยะเวลา ก.ค. 2559 - ธ.ค. 2560)												
	- จัดวางระบบงานแบบ One Touch Service ให้กับการไฟฟ้าทุกแห่ง												
	ระยะที่ 1 การไฟฟ้าจตุรรมงานและสาขา และระยะที่ 2 สาขาย่อย												
	02 ติดตามและประเมินผลดำเนินงาน (ระยะเวลา ม.ค.-ธ.ค.2560)	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบส.(ผบธ.)
	- ตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย												ทุก กฟฟ.
	รายงานทุกเดือนและทุกไตรมาส												

แผนปฏิบัติการ กฟผ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14
ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย
รอต่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
แผนงานหลักที่ 18 แผนพัฒนาการบริการลูกค้า	4. ถ่ายทอดกลุ่มลูกค้า ส่วนตลาด (ด้านพลังงานและ												ผวธ.(ภ4)
	การให้บริการธุรกิจเสริม) และลูกค้าเป้าหมาย												กบส.(ผลส.)
	วิธีการให้ผู้ปฏิบัติสามารถดำเนินการเป็นไปในทางเดียวกัน												ทุก กฟฟ.
	01 ประชุมชี้แจง	-		-		1 ครั้ง		-					
	5. แผนงานจำแนกตามช่องทาง และระยะเวลาที่ลูกค้า												กบส.(ผลส.)
	ต้องการในบริการขอใช้ไฟฟ้าติดตั้งมิเตอร์												ทุก กฟฟ.
	01 จำแนกช่องทางและสำรวจระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการ	-		-		1 ครั้ง		-					
	ในบริการขอใช้ไฟฟ้าติดตั้งมิเตอร์												
	02 สรุปรายงานผลสถิติการใช้ช่องทางและระยะเวลาฯ	-		-		1 ครั้ง		-					
	ส่ง ผวธ.(ภ4)												
	ค่าเป้าหมาย ภายในไตรมาส 3												

แผนปฏิบัติการ กฟภ.ประจำปี ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14
ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย
รอต่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
แผนงานหลักที่ 18 แผนพัฒนาการบริการลูกค้า	6. ประเมินประสิทธิภาพการส่งจ่ายตามความต้องการ												
	การใช้ไฟฟ้าของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น												
	01 จัดส่งข้อมูล (รายละเอียด)	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
	(รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)												
	- งานรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพบริการด้านเทคนิค	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผบธ.)
	มาตรฐานแรงดันไฟฟ้าที่จุดจ่ายไฟ												
	- สรุปรงานขยายเขตใหม่ (>500 kVA)	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผบธ.)
	- สรุปรงานโครงการ คพม. , คชก. , คพก.	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กคค.(ผจร.)
	- รายงาน load สูงสุดแยกตามสถานี	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กปป.(ผคฟ.)
	- รายงานข้อมูลพยากรณ์ความต้องการไฟฟ้าระดับจุลภาค	-		-		1 ครั้ง		-					กชช.(ผศผ.)
	(ปีละ 1 ครั้ง ไตรมาส 3)												
	- รายงานคำดัชนีความเชื่อถือได้ของระบบไฟฟ้าและการ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กปป.(ผวว.)
	วิเคราะห์เหตุการณ์/สถิติการทำงานของอุปกรณ์ป้องกันที่												
	ส่งผลต่อคำดัชนีฯ (ทุกไตรมาส)												

แผนปฏิบัติการ กฟภ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14

ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 18 แผนพัฒนาการบริการลูกค้า	7. การขยายผลการจัดส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้าอัตโนมัติให้แก่ลูกค้า	-		-		10%		20%					กรท.(ผสบ.)
	รายใหญ่ ผ่านนวัตกรรม Smart Invoice												
	01 เชิญชวนลูกค้าให้ลงทะเบียนหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่												
	เพื่อรับบริการให้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยปีละ 10% ของจำนวน												
	ลูกค้าที่ลงทะเบียนเดิม (ระยะเวลา ม.ค. 2560 - ธ.ค. 2562)												
	02 เชิญชวนลูกค้ารายใหญ่ให้ใช้บริการแจ้งค่าไฟฟ้า												
	Smart Invoice ไม่น้อยกว่า 50% ของจำนวนลูกค้า												
	รายใหญ่ทั้งหมด (ระยะเวลา ม.ค. 2560 - ธ.ค. 2562)												
	03 ติดตามประเมินผลจำนวนลูกค้าที่ลงทะเบียนรับ												
	การบริการและความสำเร็จของการส่ง SMS (ทุกไตรมาส)												
	เป้าหมาย ร้อยละ 20 ของผู้ใช้ไฟรายใหญ่												
	8. ระบบงานรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลจากฐานข้อมูลทะเบียน	-		-		50%		100%					กรท.(ผสบ.)
	กลางของกรมการปกครอง เชื่อมต่อฐานข้อมูลระบบ												
	ทะเบียนราษฎร์ (Smart Card)												
	เป้าหมาย 1. ขยายผลถึง กฟย. ทุกแห่ง												
	2. ร้อยละ 30 ของผู้ใช้ไฟรายใหม่												

แผนปฏิบัติการ กฟจ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14

ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 18 แผนพัฒนาการบริการลูกค้า	9. จัดฝึกอบรมลูกค้า/ผู้รับจ้างงานบริการด้านมิเตอร์/จดหน่วย	-		-		1 ครั้ง		-					กบญ.(ผตป.)
	แจ้งหนี้ (การตัดมิเตอร์และการจดหน่วย)												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย 1 ครั้งต่อปี												
แผนงานหลักที่ 12 งานจัดทำระบบการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM)	01 แต่งตั้งพนักงานอย่างน้อย 1 ราย เพื่อดูแล ติดตามและ												กอก.(ผสส.)
	ตรวจสอบการตอบชี้แจงลูกค้าซึ่งใช้การสื่อสารประชาสัมพันธ์												
	ผ่านช่องทาง Facebook ของการไฟฟ้าในสังกัด												
	เป้าหมาย รายงานผลทุกไตรมาส												
	02 ศึกษาระบบงานที่เกี่ยวข้องพร้อมกำหนดแผนการ												ผวธ.(ก4)
	ปรับปรุงระบบ												
	เป้าหมาย 100% ตามแผน												
	03 บำรุงรักษาระบบไฟฟ้า โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย สำหรับลูกค้า			100%									กบล.(ผสส.)
	ที่มีค่าไฟฟ้ามากกว่า 20 ล้านบาท/เดือน และลูกค้าที่มี			(1 ราย)									กบล.(ผวฟ.)
	ค่าไฟฟ้า 10-20 ล้านบาท/เดือน และลูกค้าในพื้นที่ที่มี												กบข.(ผปอ.)
การแข่งขันกับ SPP												กบข.(ผบอ.)	
เป้าหมาย 100% ตามแผน												ทุก กฟฟ.	

แผนปฏิบัติการ กฟจ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14
ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย
รอค่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
แผนงานหลักที่ 20 โครงการให้บริการลูกค้า ผ่าน Applications และ Website แบบครบวงจร (PEA Smart Application for Customer Services)	1. โครงการระบบบริการส่ง SMS (ข้อความสั้น)	-		-		100%		-					กรท.(ผสบ.)
	กรณีแจ้งแผนดับไฟถึงผู้ใช้ไฟ												กบป.(ผคฟ.)
	เป้าหมาย ลูกค้ารายใหญ่ทุกรายที่มีข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ถูกต้อง												
	2. Line Group ลูกค้าสำคัญในแต่ละพื้นที่	15 กฟฟ.		15 กฟฟ.		15 กฟฟ.		15 กฟฟ.					กบส.(ผลส.)
	เป้าหมาย การไฟฟ้าจัดรวมงานทุกแห่ง												ทุก กฟฟ.
	กฟจ.กระบี่ 21 ราย	3 ราย	3 ราย	7 ราย		7 ราย		4 ราย					
	3. ระบบงานบริการลูกค้าอัจฉริยะ (SCS)	-		-		100%		-					กรท.(ผสบ.)
	เป้าหมาย กฟย. ทุกแห่งนำระบบไปใช้งาน												
แผนงานหลักที่ 21 งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	1. เยี่ยมเยือนลูกค้า High value และ/หรือลูกค้ารายสำคัญ												กบส.(ผลส.)
	01 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า และขออนุมัติ	ภายใน ก.พ.											ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย : รผก./ผู้แทน ไตรมาสละ 1 ราย												
	อช./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย												
	ผจก. กฟฟ.1-3 ไตรมาสละ 3 ราย	3 ราย	3 ราย	3 ราย		3 ราย		3 ราย					
	02 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (Bic SAP)	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	03 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	และแนวทางปรับปรุงแก้ไข												

แผนปฏิบัติการ กฟผ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14
ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย
รอค่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 21 งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	2. การเยี่ยมเยียนลูกค้า High Value 50% (ทั้งหมด 348 ราย)												กบล.(ผลส.)
	กฟต.2 จำนวน 36 ราย												ทุก กฟฟ.
	กฟผ.กระบี่ 21 ราย	3 ราย	3 ราย	7 ราย		7 ราย		4 ราย					
	3. การสัมมนาลูกค้ารายใหญ่												กบล.(ผลส.)
	01 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปี	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-		-		-					ทุก กฟฟ.
	และขออนุมัติ ภายในเดือน มี.ค.												
	เป้าหมาย ทุก กฟฟ. ที่เข้าหลักเกณฑ์การจัดสัมมนา												
	กฟต.2 จำนวน 11 กฟฟ.												
	02 สรุปรายงานวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา ทุกไตรมาส	-		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
แผนงานหลักที่ 22 แผนงานสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาดธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า	1 สำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าและการตลาด	คณะทำงานและส่วนเกี่ยวข้องเป็นผู้ดำเนินการ											กบล.(ผลส.)
	ธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า												กฟฟ.
	เป้าหมาย สำรวจ 1 ครั้งตามที่คณะทำงานกำหนด												ผวธ.(ภ4)
	- ร่วมดำเนินการที่ปรึกษาโครงการ	-		-		-		พ.ย. - ธ.ค.					

แผนปฏิบัติการ กฟผ.ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ
ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกย่องการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ
ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกย่องการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14
ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอดำเป้าหมาย

รอดำเป้าหมาย
รอดำเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 22 แผนงานสำรวจเพื่อการเรียนรู้	2 การติดตามข้อมูลป้อนกลับ (เสียงของลูกค้า)	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
เกี่ยวกับลูกค้าและตลาดธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า	โดยการสอบถามความพึงพอใจทางโทรศัพท์												ทุก กฟฟ.
	2.1 ลูกค้าที่อยู่อาศัย												
	- งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์จนถึงมีไฟฟ้าใช้	3 ราย	3 ราย	3 ราย		3 ราย		3 ราย					
	(รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)												
	เป้าหมาย กฟฟ. ชั้น 1-3 ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส												
	กฟต.2 15 กฟฟ. (45 ราย)												
	- งานขยายเขตแรงต่ำ และติดตั้งมิเตอร์	3 ราย	3 ราย	3 ราย		3 ราย		3 ราย					
	(รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)												
	เป้าหมาย กฟฟ. ชั้น 1-3 ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส												
	กฟต.2 15 กฟฟ. (45 ราย)												
	2.2 ลูกค้าพาณิชย์												
	- งานขยายเขตการติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะรายจนถึง												
	มีไฟฟ้าใช้ภายหลังจ่ายไฟแล้ว 15 วัน												
	(รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)												
	เป้าหมาย กฟข. ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส												
	กฟต.2 3 ราย												

แผนปฏิบัติการ กฟผ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ
ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ
ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14
ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอดำเป้าหมาย

รอดำเป้าหมาย
รอดำเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
แผนงานหลักที่ 22 แผนงานสำรวจเพื่อการเรียนรู้	2.3 ลูกค้าอุตสาหกรรม												
เกี่ยวกับลูกค้าและตลาดธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า	- งานขยายเขตการติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะรายจนถึง												
	มีไฟฟ้าใช้ภายหลังจ่ายไฟแล้ว 15 วัน												
	(รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)												
	เป้าหมาย กฟผ. ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส												
	กฟผ.2 3 ราย												
	2.4 ลูกค้าอื่นๆ (นอกเหนือจาก ข้อ 2.1, 2.2, 2.3)												
	- งานขยายเขตการติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะรายจนถึง												
	มีไฟฟ้าใช้ภายหลังจ่ายไฟแล้ว 15 วัน												
	(รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)												
	เป้าหมาย กฟผ. ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส												
	กฟผ.2 3 ราย												
	3. ปรับปรุงกระบวนการทำงาน จากผลวิเคราะห์การสำรวจ												กบส.(ผลส.)
	ความพึงพอใจ และข้อมูลป้อนกลับ												ทุก กฟผ.
	3.1 ติดตามผลการปรับปรุง (ทุกไตรมาส)	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					

แผนปฏิบัติการ กฟจ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกกระดานการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกกระดานการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14

ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 23 แผนการดำเนินการ	1. ระบบการจัดการคิว และกล่องประเมินผลความพึงพอใจ												กทท.(ผสบ.)
ตามแผนแม่บทการให้บริการลูกค้า	เป้าหมาย 100%												กบส.(ผลส.)
	- สรุปรายงานผล และปัญหาอุปสรรค ทุกไตรมาส	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ทุก กฟฟ.
	- สัดส่วนการกดประเมินความพึงพอใจผ่านระบบกล่อง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	2. ประเมินความพึงพอใจ (Smile Box) เทียบกับจำนวนคิว												กบส.(ผลส.)
	ทั้งหมด												คณะทำงาน
	เป้าหมาย ร้อยละ 40 ของคิวทั้งหมด												ทุก กฟฟ.
	3. งานเปิดศูนย์บริการลูกค้า PEA SHOP							100%					คณะทำงาน
	เป้าหมาย รอค่าเป้าหมาย												ทุก กฟฟ.
	กฟต.2 จำนวน...3...แห่ง (กระบี่, พุนพิน, ภูเก็ต(กฟส.ฉลอง))	รอแผนดำเนินการจากคณะทำงาน											
	4. PEA Shop, PEA Mobile Shop และปรับปรุง	1 ครั้ง	-	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					คณะทำงาน
	Front Office												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย รายงานประสิทธิภาพผลการดำเนินงาน												
	เป็นรายไตรมาส (ตามแบบฟอร์มที่กำหนด)												
	4.1 ปรับปรุงพื้นที่ให้บริการลูกค้า ภายในสำนักงาน												
	ให้ทันสมัย (Modern Office) ให้สอดคล้องกับการพัฒนา							100%					
	กระบวนการงานบริการลูกค้าแบบ One Touch Service												
	01 ปรับปรุง Front Office การไฟฟ้าสาขา												
	เป้าหมาย 48 แห่ง (ระยะเวลา ก.ค. 2559 - ธ.ค. 2560)												

แผนปฏิบัติการ กฟภ.กระบี่ ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อ
ยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14

ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
แผนงานหลักที่ 23 แผนการดำเนินการ	4.2 เปิดศูนย์บริการลูกค้า (PEA Shop)							100%					
ตามแผนแม่บทการให้บริการลูกค้า	(ระยะเวลา ก.ค. 2559 - ธ.ค. 2560)												
	01 เปิดศูนย์บริการลูกค้า (PEA Shop) เพิ่มเติมตาม												
	แนวทางอนุมัติ ผวก. ลว. 18 พ.ค. 2559												
	02 ประเมินผลการดำเนินงานและเพิ่มประสิทธิภาพ												
	ให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวก. ลว. 18 พ.ค. 2559												
	4.3 พัฒนาการให้บริการด้วยรถบริการ PEA Mobile Shop							100%					
	(ระยะเวลา ก.ค. 2559 - ธ.ค. 2560)												
	01 จัดทำรถบริการ PEA Mobile Shop เพิ่มเติม												
	02 ประเมินผลการดำเนินงาน และเพิ่มประสิทธิภาพ												
	ให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวก. ลว. 11 ก.ค. 2559												
	5. ติดตามงานจัดหารถยนต์แท็กซี่ไฟฟ้าชนิดซ้อน ขนาด 1 คัน												กกค.(ผยค.)
	01 การจัดหารถยนต์แท็กซี่ไฟฟ้าชนิดซ้อน ขนาด 1 คัน												
	พร้อมเครื่องมือประจำรถยนต์ (ระยะเวลา พ.ศ. 2559 - 2562)												
	เป้าหมาย ...รอค่าเป้าหมาย												

แผนปฏิบัติการ กฟผ.ประจำปี ประจำปี 2560

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.31

ระดับ 4.14
ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย

รอต่าเป้าหมาย
รอต่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2560								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
แผนงานหลักที่ 23 แผนการดำเนินการตามแผนแม่บทการให้บริการลูกค้า	6. ติดตามงานจัดการบรรทุก 4 ต้น ติดกระเช้า												กกค.(ผยค.)
	01 ตามแผนงานสนับสนุนการดำเนินงาน ระยะที่ 4												
	จัดหารถบรรทุก 4 ต้น ติดกระเช้า (ระยะเวลา พ.ศ. 2559-2564)												
	เป้าหมาย ...รอต่าเป้าหมาย												
	7. ติดตามงานจัดหาเครื่องกำเนิดไฟฟ้าสำรองจ่าย												กกค.(ผยค.)
	01 จัดหาเครื่องกำเนิดไฟฟ้า (ระยะเวลา พ.ศ. 2559 - 2561)												
	ขนาด 500 กว. จำนวน.....เครื่อง												
	ขนาด 800 กว. จำนวน.....เครื่อง												
	เป้าหมาย ...รอต่าเป้าหมาย												
	8. การมุ่งเน้นการให้บริการธุรกิจเสริม												กบส.(ผบธ.)
	01 .ให้บริการธุรกิจเสริม ตามเป้าหมายที่กำหนด												ทุก กฟผ.
	(ม.ค. - ธ.ค. 2560)												
	เป้าหมาย ...รอต่าเป้าหมาย												