

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2566
(ทบทวนครั้งที่ 1)

1. **วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์**
SO2 พัฒนาระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ เชื่อถือได้ และยก
ระดับโครงสร้างสายอัจฉริยะ (Smart grid)
เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้า ดบสองความพึงพอใจ
แก่ลูกค้า และมีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้าน Customer

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความ

คาดหวัง และความกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. **เกณฑ์การดำเนินงาน**

2.1 ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้มี

ส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานของ กฟท.

- กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ
- กลุ่มชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
- กลุ่มสื่อมวลชน
- กลุ่มพันธมิตร
- กลุ่มคณะกรรมการ
- บริษัทในเครือ
- กลุ่มคู่ที่พบบริษัตุคู่แข่ง

2.2 ผลสำรวจความผูกพันระหว่างผู้มี

ส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟท.

- กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ
- กลุ่มชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
- กลุ่มสื่อมวลชน
- กลุ่มพันธมิตร
- กลุ่มคณะกรรมการ
- บริษัทในเครือ
- กลุ่มคู่ที่พบบริษัตุคู่แข่ง

2.3 ทรัพยากรมนุษย์ในการดำเนินงานของ

กฟท. ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของนิยาม

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.087

*ระดับ 3.330
*ระดับ 4.453
*ระดับ 4.453
*ระดับ 4.500
ระดับ 4.500
ระดับ 3.295
ระดับ 4.077
ระดับ 4.058

*ระดับ 3.741
*ระดับ 4.058
*ระดับ 4.481
*ระดับ 4.500
ระดับ 4.500
ระดับ 3.948
ระดับ 3.177
ระดับ 4.50

ร่าง Balanced Scorecard ของสายงาน ภาค 4

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และความกังวล
ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์การดำเนินงาน

2.1 ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ต่อการดำเนินงานของ กฟภ.
- กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ
- กลุ่มพันธมิตร

2.2 ผลสำรวจความผูกพันระหว่าง
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟภ.
- กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ
- กลุ่มพันธมิตร

3. แผนและความพึงพอใจของหน่วยงาน
ภายในที่ได้รับบริการจากสายงานการไฟฟ้าภาค 4

7. เป้าหมาย

ระดับ 3.330
ระดับ 4.500

ระดับ 3.741
ระดับ 4.500
ผลปี 2565

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบูกิจกรรมหลักพร้อมเป้าหมายหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	นำยว	เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2566								ประมาณ (ล้านบาท) ลงทุน/ทำกำไร รวม	ผู้รับผิดชอบ	ผู้ดำเนินการ/ผู้ปฏิบัติ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4				
			ไตรมาส 1 - พฤษภาคม	พฤษภาคม	ไตรมาส 2 - มิถุนายน	มิถุนายน	ไตรมาส 3 - กรกฎาคม	กรกฎาคม	ไตรมาส 4 - สิงหาคม	สิงหาคม			
แผนงานหลักที่ 3 แผนงานสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ทุกกลุ่ม ยกเว้นกลุ่มลูกค้า และกลุ่มพนักงาน (ตาม balanced Scorecard)	01 สรุปผลการประเมินผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เพื่อระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) ผ่านผู้บริหารสูงสุดของสายงาน ส่งคณะทำงาน Enablers หมวด 4 (ตามเกณฑ์ Enablers) -นำเสนอผลการสรุปประเมินฯ ให้ผู้บริหาร กฟผ.2 ทราบ	ครั้ง	1						1		คณะทำงานEnablers หมวด4 กฟผ.2	ทุก กอง, ทุก กฟฟ.	
	02 รายงานการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามแบบฟอร์มรายงานผลการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของ กฟผ. ตามระดับ (Level) และรูปแบบการดำเนินงาน (Method) ปี 2566 (ตาม balanced Scorecard, เกณฑ์ Enablers)	ครั้ง	1		1		1		1	4	คณะทำงานEnablers หมวด4 กฟผ.2	ทุก กอง, ทุก กฟฟ.	
	03 รายงานผลแก้ไขประเด็นผลกระทบ/ ความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ตามเกณฑ์ Enablers)	ครั้ง	1		1		1		1	4	คณะทำงานEnablers หมวด4 กฟผ.2	ทุก กอง, ทุก กฟฟ.	
แผนงานหลักที่ 4 สรรวจความพึงพอใจของพนักงานต่อผลงานของสายงานการไฟฟ้าภาค 4 (ตาม balanced Scorecard)	01 ขออนุมัติแบบฟอร์มสำรวจความพึงพอใจของพนักงานต่อผลงานของสายงานการไฟฟ้าภาค 4	ครั้ง					1		1		ผอ.ก(4)		
	02 สรรวจความพึงพอใจของพนักงานต่อผลงานของสายงานการไฟฟ้าภาค 4	ครั้ง					1		1		ผอ.ก(4) ออก.ต.2	ทุกหน่วยงาน	
	03 รายงานผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงานต่อผลงาน	ครั้ง					1				ผอ.ก(4)		

แถบสีเทา คือ กฟง.กระบี่ ไม่ต้องดำเนินการ

แผนงานหลักที่ 3 และ 4 ไม่มีของ กฟจ.กระบี่

[illegible]

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2566
(ทบทวนครั้งที่ 1)

ด้าน Customer

1. **วัตถุประสงค์เชิงทฤษฎีศาสตร์**
 SO2 ศึกษาระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ เชื่อถือ และยกระดับโครงข่ายอัจฉริยะ (Smart grid) เพื่อให้บริการแบบ New Normal ผู้ระบบไฟฟ้า ครอบคลุมความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Digital Customer Experience) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. **กลยุทธ์ระดับองค์กร**
 SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของบริการให้

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal
(Digital Customer Experience)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.4 Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้
บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟภ.

2.5 ความพึงพอใจของการให้บริการออนไลน์
ผ่าน e-Service และ PEA Smart Plus

2.6 ความพึงพอใจในการสนับสนุนลูกค้าที่
ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (บ้านอยู่อาศัยและ
พาณิชย์สัมพันธ์)

- ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ใหญ่ (อุตสาหกรรมและ
พาณิชย์สัมพันธ์ใหญ่)
- ศูนย์ภาคธุรกิจ (ราชการและรัฐวิสาหกิจ)
- ศูนย์ลูกค้ารายสำคัญ (Key Account
Customer)

2.7 จำนวนผู้สมัครใช้บริการ e-Bill
2.8 จำนวนผู้สมัครใช้งาน PEA Smart Plus
2.9 ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า
PEA Shop ที่ปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ตามเป้าหมายที่ต้องมีการปิดให้บริการ
2.10 ความสำเร็จของการให้บริการตาม
มาตรฐาน SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย
ระดับ 42.5

រៀបចំ 100

ระดับคะแนน 4.4859
ระดับคะแนน 4.4837

ระดับ 4.4781

ระดับคะแนน 4.4959
ระดับคะแนน 4.4489

ระดับคะแนน 5

7. เป้าหมาย

ระดับ (รอกำเป้าหมาย)
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal
(Digital Customer Experience)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักหรือปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2566										ประมาณ (ล้านบาท)		ผู้รับผิดชอบ	ผู้ดำเนินการ/ผู้ปฏิบัติ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4					
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 5 ยกระดับความพึงพอใจรายกลุ่ม (ตาม balanced Scorecard)	01 รายงานการยกระดับความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า	ครั้ง			รอค่าเป้าหมายจาก ส่วนกลาง									ผอ.ก4) กบ.ต.2	ทุกหน่วยงาน	
	02 การสำรวจความพึงพอใจลูกค้าหลังได้รับการ 02.1 งานขอใช้ไฟใหม่ (ติดตั้งมิเตอร์ 1 วัน 3 วัน, ติดตั้งมิเตอร์แรงสูง เฉพาะราย, (สำรวจแรงค่า 30%, มิเตอร์แรงสูง 100%)	ครั้ง	1		1					2				ผลส.กบ.ต.2 ผลส.กบ.ต.2	ทุก กฟฟ.	
	02.2 งานขยายเขตสำหรับลูกค้ารายใหญ่ งบ กฟภ.และ งบผู้ใช้ไฟ และงานขยายเขต 140 เมตร (สำรวจ 100 %)	ครั้ง	1		1					2				ผลส.กบ.ต.2		
	02.3 การใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล กลุ่มลูกค้าที่มาชำระค่าไฟใน สนง.และ กลุ่มลูกค้าที่ใช้งานผ่าน APP PEA Smart Plus (สำรวจ 400 ราย)	ครั้ง	1		1					2				ผลส.กบ.ต.2		
	02.4 งานแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้อง (หลังได้รับการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ) (สำรวจลูกค้า KAMR 100% กลุ่มรายย่อย กฟฟ.จุดรวมงานละ 100 ราย) (ทั้ง 4 หัวข้อเริ่มสำรวจ เดือน มกราคม 2566 - เดือน มิถุนายน 2566)	ครั้ง	1		1					2				ผลส.กบ.ต.2		
	02.5 วิเคราะห์ผลสำรวจพร้อมแนวทางปรับปรุงการให้บริการเพื่อ รองรับการสำรวจของทีบริการฯ ประจำปี 2566 โดย กฟภ.	ครั้ง				1				1				ผลส.กบ.ต.2		
	02.6 นำผลสำรวจไปปรับปรุงการให้บริการ	ครั้ง					1			1					ทุก กฟฟ.	
	02.7 รายงานผลการปรับปรุงการให้บริการ (เดือนกันยายน 2566)	ครั้ง					1			1					ทุก กฟฟ.	
	03 นำข้อมูลเสียงของลูกค้าทุกช่องทางไปทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการ ทำงาน/แผนปฏิบัติการสายงาน ประจำปี 2566 (ตามเกณฑ์ Enablers ข้อที่ 4.2.3.1)															
	03.1 ทบทวนปรับปรุงกระบวนการทำงาน และจัดทำแผนปฏิบัติการ สายงาน จากรายงานสรุปสารสนเทศจากเสียงของลูกค้า	ครั้ง	1							1				กบ.ต.2	ทุกหน่วยงาน	
	03.2 รายงานแผนปฏิบัติการสายงาน จากรายงานสรุปสารสนเทศ จากเสียงของลูกค้า	ครั้ง	1		1		1		1		4			กบ.ต.2		
	04 จำนวนการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจภายหลังใช้บริการ 15 วัน (ตามเกณฑ์ Enablers ข้อที่ 4.2.4)															
	04.1 งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์	ราย	200		200		200		200		800				ผลส.กบ.ต.2	
	04.2 งานขยายเขตแรงต่ำ	ราย	20		20		20		20		80				ผลส.กบ.ต.2	

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

Customer SCM2

[illegible][illegible]

Customer SCM2

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

Customer SCM2

[illegible]

แถบสีเทา คือ กฟผ.กระบี่ ไม่ต้องดำเนินการ

[illegible]

Customer SCM3(New)

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2568

(ทบทวนครั้งที่ 1)

1. วัดสุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO2 พัฒนาระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ เชื่อถือได้

และยกระดับสู่โครงข่ายอัจฉริยะ (Smart grid) เพื่อเป็น

ผู้นำระบบไฟฟ้า ตอบสนองความต้องการไฟฟ้าแต่ละภาค

และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บ้าน Customer

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

SCM3 การรักษายานลูกค้ารายสำคัญ

(Key Account) ที่มีความเสี่ยง

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

SCM3 การรักษาสถานลูกค้ารายสำคัญ

(Key Account) ที่มีความเสี่ยง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.11 ค่าความผูกพัน (Engagement score)

ของกล่มลูกค้ารายสำคัญที่มีความเสี่ยง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.11 ค่าความผูกพัน (Engagement score)

ของกล่มลูกค้ารายสำคัญที่มีความเสี่ยง

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.0000

7. เป้าหมาย

ระดับ 3.5075

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมกิจกรรมย่อย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2566								งบประมาณ (ล้านบาท)		ผู้รับผิดชอบ	ผู้ดำเนินการ/ผู้ปฏิบัติ	
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4	1ไตรมาส (2)ทำการ			รวม
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล					
แผนงานหลักที่ 7 ค่าความผูกพัน (Engagement score) (คำนวณจาก Engagement score) (คำนวณ balanced Scorecard)												0.000			
	01 การมีทีมมีบทบาททำงานสำคัญ														
	01.1 จัดอบรม/สัมมนาเกี่ยวกับงานสำคัญประจำปี ประจําปี 2565	ครั้ง	1	-	-	-	-	-	1				ผลส.กบส.๓.2	กฟผ. ชั้น 1 - 3 กฟผ.	
	เป้าหมาย ผลฯ/ผู้แทน ไตรมาสเตอร์ 3 ราย														
	ผลฯกฟผ.ชั้น1 ไตรมาสเตอร์ 8 ราย														
	ผลฯกฟผ.ชั้น2-3/ผู้แทน ไตรมาสเตอร์ 6 ราย														
	กฟผ.กระบี่	ครั้ง	1	1.00	-	-	-	-	1						
	ผลฯกฟผ./ผู้แทน ไตรมาสเตอร์ 3 ราย														
	กฟผ.คลองหลวง	ครั้ง	1	1.00	-	-	-	-	1						
	กฟผ.อำนาจดี	ครั้ง	1	1.00	-	-	-	-	1						
	กฟผ.ภาคอื่นๆ	ครั้ง	1	1.00	-	-	-	-	1						
	กฟผ.เหนือตอนล่าง	ครั้ง	1	1.00	-	-	-	-	1						
	กฟผ.เขื่อน	ครั้ง	1	1.00	-	-	-	-	1						
	01.2 มีทีมมีบทบาททำงานสำคัญ ประจําปี 2566														
	01.2.1 ผลฯ/ผู้แทน ไตรมาสเตอร์ 3 ราย	ราย	3		3		3		12		0.050		ผลส.กบส.๓.2	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
	01.2.2 ผลฯกฟผ.ชั้น1 ไตรมาสเตอร์ 8 ราย	ราย	8						8				ผลส.กบส.๓.2	กฟผ.ลพบุรี	
	กฟผ.ชั้น1 กฟผ. 2 มีจำนวน 1... กฟผ.												กฟผ.ลพบุรี		
	01.2.3 ผลฯกฟผ.ชั้น 2-3 ไตรมาสเตอร์ 6 ราย	ราย	96		84		84		84		1.400		ผลส.กบส.๓.2	กฟผ. ชั้น 2 - 3	
	กฟผ.ชั้น2-3 ในสังกัด กฟผ. 2 มีจำนวน 16 กฟผ.												กฟผ.ชั้น 2 - 3		
	หมายเหตุ ไตรมาสเตอร์ 2 - 4 มี 14 กฟผ. (กฟผ.น่าน, กฟผ.น่าน, กฟผ.น่าน)														
	กฟผ.กระบี่	ราย	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00		24.00						
	01.2.4 ผลฯกฟผ. ไตรมาสเตอร์ 3 ราย	ราย	78		75		75		303		1.220		ผลส.กบส.๓.2	กฟผ.	
	กฟผ. ในสังกัด กฟผ. 2 มีจำนวน 26...กฟผ.														
	หมายเหตุ ไตรมาสเตอร์ 2 - 4 มี 25 กฟผ. (กฟผ.น่าน)														
	กฟผ.คลองหลวง	ราย	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		12.00						
	กฟผ.อำนาจดี	ราย	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		12.00						
	กฟผ.ภาคอื่นๆ	ราย	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		12.00						
	กฟผ.เหนือตอนล่าง	ราย	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		12.00						
	กฟผ.เขื่อน	ราย	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		12.00						
	01.2.5 ผลฯกฟผ.นำร่อง size L ไตรมาสเตอร์ 8 ราย	ราย			8		8		8		0.100		ผลส.กบส.๓.2	กฟผ.นำร่อง	
	กฟผ.นำร่อง size L ในสังกัด กฟผ. 2 มีจำนวน 1 กฟผ. (เป็น กฟผ.ลพบุรี)														
	01.2.5 ผลฯกฟผ.นำร่อง Size M ไตรมาสเตอร์ 6 ราย	ราย			12		12		12		0.150		ผลส.กบส.๓.2	กฟผ.นำร่อง	
	กฟผ.นำร่อง size M ในสังกัด กฟผ. 2 มีจำนวน 2 กฟผ. (เป็น กฟผ.น่าน, กฟผ.น่าน)														
	01.2.5 ผลฯกฟผ.นำร่อง size S ไตรมาสเตอร์ 3 ราย	ราย			3		3		3		0.040		ผลส.กบส.๓.2	กฟผ.นำร่อง	
	กฟผ.นำร่อง size S ในสังกัด กฟผ. 2 มีจำนวน 1... กฟผ. (เป็น กฟผ.น่าน)														
	01.3 บันทึกเสียงข้อมูลในระบบสารสนเทศ (CRM Plus) และ VOC System (ไม่มีข้อมูล 1 รายชื่อบันทึกเสียงข้อมูลที่สำคัญอย่างน้อย 1 เรื่อง)	เรื่อง	185		185		185		185				ผลส.กบส.๓.2	กฟผ. ชั้น 1-3 กฟผ.	
	กฟผ.กระบี่	เรื่อง	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00		24.00						
	กฟผ.คลองหลวง	ราย	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		12.00						
	กฟผ.อำนาจดี	ราย	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		12.00						
	กฟผ.ภาคอื่นๆ	ราย	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		12.00						
	กฟผ.เหนือตอนล่าง	ราย	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00		12.00						

โครงการ 1			
Node	สถานะ	เริ่ม	
จุดที่ 1			
จุดที่ 2			
	1.00	1.00	1.00
	1.00	1.00	1.00
	1.00	1.00	1.00
	1.00	1.00	1.00
	1.00	1.00	1.00
จุดที่ 3			
จุดที่ 4			
จุดที่ 5			
จุดที่ 6			
จุดที่ 7			
	1.00	1.00	1.00
จุดที่ 8			
	2.00	2.00	2.00
	1.00	1.00	1.00
	1.00	1.00	1.00
	1.00	1.00	1.00
	2.00	2.00	2.00
จุดที่ 9			
จุดที่ 10			
จุดที่ 11			
จุดที่ 12			
จุดที่ 13			
จุดที่ 14			
จุดที่ 15			
จุดที่ 16			
	1.00	1.00	1.00
	1.00	1.00	1.00
	2.00	2.00	2.00
	1.00	1.00	1.00
	1.00	1.00	1.00

[illegible][illegible][illegible][illegible]

Customer SCM3(New)

[illegible]

แบบเสีหา คือ กฟง.กระบี่ ไม่ต้องดำเนินการ

[illegible]

แบบเสีหา คือ กฟง.กระบี่ ไม่ต้องดำเนินการ