

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565
(ทบทวนครั้งที่ 1)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและสร้างความ
น่าเชื่อถือต่อลูกค้าและทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้าน Customer

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และความกังวล
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และความกังวล
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

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

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กฟภ. ที่ตอบสนอง
ต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4. เป้าหมาย
ระดับ Baseline + 4% $\frac{(3-Baseline)}{2}$
(5-Baseline)2
ระดับ Baseline + 4% $\frac{(3-Baseline)}{2}$
(5-Baseline)2

7. เป้าหมาย
Baseline + 4.00% $\frac{(3-Baseline)}{2}$
(5-Baseline)2

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2564									งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รายงาน ข้อมูล (แนบ)	E-mail (gmail)	ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4	(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย						
แผนงานหลักที่ 3 ยกระดับการดำเนินงาน	01. ทบทวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของ กฟภ. และประเด็นปัญหา	ครั้ง	-		1.00	-	1.00		-		1.00				ผลส.		กฟส.ตม.
ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กฟส.ตม.	ความต้องการความคาดหวังที่สำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อม																
	จัดทำทะเบียนรายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Profile)																
	02 การรักษาระดับการให้บริการตามแนวทางการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก	แห่ง	-				6.00		-								คณะทำงาน
	GECC ของ กฟภ. ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานแล้ว ให้มีความยั่งยืนและต่อเนื่อง																GECCกฟปด.1
	(ตรวจประเมินจากคณะกรรมการภายใน(Internal Audit)																และ กบส.
แผนงานหลักที่ 4 บริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า	01 การตอบข้อร้องเรียนของผู้ใช้ไฟฟ้า (ด้านบริการ)																
ตามอนุมัติคู่มือ "เพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการ	01.1 ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วันทำการ	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00				ผลส.		กฟส.ตม
ข้อร้องเรียนของ กฟภ."																	
(Core Business Enable ด้านที่ 4.2)																	
กฟส.ตม.									-								
	01.2 ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วัน	ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00				ผลส.		
	01.3 ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	80.00		80.00		80.00		80.00		80.00				ผลส.		
	01.4 ข้อร้องเรียนสัณเฑาะว์ (IA/IR chat) ปิดได้ภายใน 24 ชั่วโมง	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00				ผลส.		
	02 ค่าเฉลี่ยการปิดข้อร้องเรียนประเภทต่างๆ (ด้านบริการ)																
	02.1 ข้อร้องเรียนด้านคุณภาพไฟฟ้า ปิดได้ภายใน 25 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00				ผลส.		
	02.2 ข้อร้องเรียนด้านการให้บริการ ปิดได้ภายใน 25 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00	-	90.00		90.00				ผลส.		
	02.3 ข้อร้องเรียนด้านการจัดหาหน่วย/แจ้งค่าไฟฟ้า ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00				ผลส.		
	02.4 ข้อร้องเรียนด้านพฤติกรรมพนักงาน ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00				ผลส.		
	02.5 ข้อร้องเรียนด้านการถูกงดจ่ายไฟฟ้า ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00				ผลส.		
	02.6 ข้อร้องเรียนด้านอื่นๆ ปิดได้ภายใน 20 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00				ผลส.		
	03 ระยะเวลาตอบสนองที่ถูกคำร้องขอและปฏิบัติตามเงื่อนไข																
	03.1 การตรวจสอบและแก้ไขข้อร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาแรงดันไฟฟ้า	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00				ผลส.		
	และปัญหาไฟกระพริบตรวจสอบหรือติดต่อผู้ใช้ไฟภายใน 5 วัน																
	03.2 การอ่านเครื่องวัดหน่วยและเงื่อนไขเกี่ยวกับการชำระเงิน	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00				ผลส.		
	ตรวจสอบหรือติดต่อผู้ใช้ไฟภายใน 5 วัน																

	04 การจัดการและรวบรวมความรู้ จากการจัดการข้อร้องเรียนที่มี																
	นัยสำคัญพร้อมทั้งมีการตรวจสอบความถูกต้อง และเผยแพร่ใน																
	ระบบ KMS																
	04.1 ดำเนินการจัดทำ OPL หรือ OPK เกี่ยวกับการจัดการ	เรื่อง	-		-		1.00		-		1.00				ผลส.		
	ข้อร้องเรียนที่มีนัยสำคัญ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติงานของพนักงาน																
	ในสังกัด																
	05 การดำเนินการตามแผนสนับสนุน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการ																
	จัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า																
	05.1 จัดทำแผน/แนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกัน รวมทั้ง	ครั้ง	-		-		-		1		1				ผลส.	f42004@gmail.com	
	ถ่ายทอดแผนงาน/แนวทางฯ ไปสู่ระดับปฏิบัติการอย่างทั่วถึง																
	05.2 รายงานผลการดำเนินการตามแผน/แนวทางการปฏิบัติงาน																
	เชิงป้องกัน																

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2564
(ทบทวนครั้งที่ 1)
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO3 Customer Focused
มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

ด้าน Customer Value Proposition
2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ
รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)
5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ
รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account
6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
-ความพึงพอใจลูกค้า Key Account μ

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.3979
7. เป้าหมาย
ระดับ 4.3979

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2564									งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รายงาน ข้อมูล (แนมก)	E-mail (gmail)	ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4	(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย						
แผนงานหลักที่ 5 งานบริหารการปิดให้บริการ	01 การปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า PEA SHOP ในปี 2565																
ศูนย์บริการลูกค้า PEA SHOP	01.1วางแผนการปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า ในปี 2565	ครั้ง	1.00								1.00		0.131	0.131	คณะทำงาน	tf42004@gmail.com	
กฟต..1																	
	01.2. ความสำเร็จในการดำเนินการปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า	ร้อยละ	-		100.00		100.00		100.00		100.00		0.180	0.180	คณะทำงาน	tf42004@gmail.com	
	เทียบกับตามแผนการปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า ในปี 2565																
	02 แผนส่งเสริมประชาสัมพันธ์การให้บริการออนไลน์ (รองรับการปิด PEA Shop)	ไตรมาส															
	02.1 สรุปรายงานการใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์อื่นๆ (http://bit.ly/3sL0r3v)	ครั้ง	1.00		1.00		1.00		1.00		4.00				ผสบ.กรท.	gkunnee@gmail.com	
	02.2 ประชาสัมพันธ์ช่องทางการให้บริการออนไลน์ที่ กฟภ.เปิดให้บริการ	ครั้ง	1.00		1.00		1.00		1.00		4.00				ผสส.กอก.	tf42004@gmail.com	
แผนงานหลักที่ 6 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อ	01 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ																
รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)	01.1 ขออนุมัติแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี 2565	ครั้ง	1								1				ผลส.	tf42004@gmail.com	
และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนใน	เป้าหมาย รผก./ผู้แทน ไตรมาสละ 1 ราย																
การให้บริการลูกค้า	ผชก./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย																
(Core Business Enable ด้านที่ 4.2)	ผจก.กฟฟ.ชั้น1-3/ผู้แทน ไตรมาสละ 6 ราย																
	01.2 เยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี 2565																
	01.2.1 รผก./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	ราย	-	-	-	-	-				-						
	01.2.4 ผชก./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	ราย	3.00		3.00		3.00		3.00		12.00				ผลส.	tf42004@gmail.com	
กฟส.ตม.	01.2.3 ผจก.กฟฟ.ชั้น1-3/ผู้แทน ไตรมาสละ 6 ราย	ราย	6		6		6		6		24				ผลส.		กฟส.ตม.
	กฟฟ.ชั้น1-3 ในสังกัด กฟต. 1 มีจำนวน 14 กฟฟ.																
	กฟฟ.ชั้น1-3 ในสังกัด กฟต.2 มีจำนวน 17 กฟฟ.																
	กฟฟ.ชั้น1-3 ในสังกัด กฟต.3 มีจำนวน 13 กฟฟ.																
	01.3 บันทึกเสียงข้อลูกค้าในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)	เรื่อง	6		6		6		6		24				ผลส.		กฟส.ตม.
	และ VOC System																
	(ไปเยี่ยมลูกค้า 1 รายต้องบันทึกเสียงของลูกค้าที่สำคัญอย่างน้อย 1 เรื่อง)												0.001	0.001			
	01.4 สรุปรายงานสถิติวิเคราะห์เสียงที่สำคัญของลูกค้าและ	ครั้ง	1		1		1		1		4				ผลส.		กฟส.ตม.
	แนวทางปรับปรุงแก้ไขจากระบบ CRM Plus และ VOC																
													1.193	1.193			

	02 การจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่																กฟส.คผ.
	01 ขออนุมัติการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่	ครั้ง	1.00	-	-	-	-	1.00									
	- ผลสำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย																
	- แผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปี																
	02 จัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ในลักษณะ Cluster หรือ	ร้อยละ	-	100.00	100.00	100.00	100.00								ผลส.		
	พิจารณาตามความเหมาะสมของพื้นที่ โดยหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาฯ																
	ให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวก.																
												0.006	0.006				
	03 สรุปรายงานการดำเนินการและวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา	ครั้ง	-	1.00	1.00	1.00	3.00								ผลส.		
	ทุกไตรมาส																