แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565 (ฉบับทบทวนครั้งที่ 1) งานตามยุทธศาสตร์องค์กรและแผนงานที่สำคัญของสายงานฯ ภาค 2 [แบบฟอร์ม กผส.ผป.01]

กฟส.ขุขันธ์ ไตรมาส 1 ด้านลูกค้า (Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร	4. เป้าหมาย
SO2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้าและทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวังและความกังวลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	- ความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กฟภ. ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	- ไม่น้อยกว่าระดับ 5
	SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience)	- ความพึงพอใจของลูกค้า	
	SCM3 การรักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)	กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัย และพาณิชย์รายย่อย)	- ไม่น้อยกว่าระดับ 4.4788
		กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)	- ไม่น้อยกว่าระดับ 4.4756
		กลุ่มภาครัฐและอื่น ๆ (ราชการ และรัฐวิสาหกิจ และอื่น ๆ)	- ไม่น้อยกว่าระดับ 4.4671
		กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Customer)	- ไม่น้อยกว่าระดับ 4.4939
			- ไม่น้อยกว่าระดับ 4.4234
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน	**6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน**	**7. เป้าหมาย**
	SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวังและความกังวลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	- ความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กฟภ. ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ✪	- ไม่น้อยกว่าระดับ 5
	SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience)	- ผลสำรวจความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของ กฟภ. ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ✪	- ไม่น้อยกว่าระดับ 5
		- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่ปิดให้บริการเทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด	- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13. งบประมาณ (หน่วย : ล้านบาท) (1) งบทำการ	(2) งบลงทุน	รวม
1. แผนงานพัฒนากระบวนการให้บริการธุรกิจ	1.1 การให้บริการทางธุรกิจเพื่ออำนวยความสะดวกให้บริการขอใช้ไฟฟ้า	กฟฉ.1-2-3	ไตรมาส 1-4	กบล.ผู้รับผิดชอบหลัก			
ตามแนวทาง Doing Businees : World Bank	ตามแนวทาง (Doing Business : World Bank) ให้กับลูกค้าประเภทธุรกิจ			กฟฟ.ชั้น1-3			
	อุตสาหกรรม สามารถดำเนินการได้ด้วยความสะดวก รวดเร็ว และคล่องตัวยิ่งขึ้น			กฟส.			
	1. มิเตอร์ขนาด 3 เฟส 4 สาย 380/220 V 30(100) A. แบบไม่ต้องปักเสาแซมไลน์ติดมิเตอร์						
	2. มิเตอร์ขนาด 3 เฟส 4 สาย 380/220 V 30(100) A. แบบต้องปักเสาแซมไลน์ติดมิเตอร์						
	3. มิเตอร์ขนาด 1 เฟส 2 สาย 220 V With CT						
	4. มิเตอร์ขนาด 3 เฟส 4 สาย 380/220 V With CT						
	กฟฉ.1 25 วันปฏิทิน				-	-	-
	กฟฉ.2 25 วันปฏิทิน				-	-	-
	กฟฉ.3 25 วันปฏิทิน				-	-	-
	ภาค 2 25 วันปฏิทิน				-	-	-
	หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยระยะเวลาให้บริการลูกค้า = รวมจำนวนวันให้บริการของลูกค้าทุกราย (วัน) /รวมจำนวนลูกค้าที่ได้รับบริการ (ราย)						

2. แผนงานบริหารการปิดให้บริการศูนย์บริการ	2.1 ให้ กฟข. และ กฟฟ. ที่มี PEA Shop ดำเนินการเตรียมความพร้อมก่อนการปิด			กฟฉ.1-2-3	ไตรมาส 1	กบล. ผู้รับผิดชอบหลัก			
ลูกค้า PEA Shop	PEA Shop ได้แก่ จัดทำแผนรองรับการปิด PEA Shop ในสังกัด ในช่วงปี 2565-2566					กอก.			
(แผนปฏิบัติการ กฟภ. SCM2.2)	กฟฉ.1						-	-	-
	กฟฉ.2	รายงานภายในไตรมาส 1/2565					-	-	-
	กฟฉ.3						-	-	-
	ภาค 2						-	-	-
(แผนปฏิบัติการ กฟภ. SCM2.2)	2.2 ให้ กฟข. และ กฟฟ. ดำเนินการปิด PEA Shop ตามแผนปฏิบัติการ กฟภ. ปี 2565			กฟฉ.1-2-3	ไตรมาส 1-4	กบล. ผู้รับผิดชอบหลัก			
	โดยให้ปิดให้ได้ 50% ของจำนวน PEA Shop ทั้งหมด (ฉ.1 (6 แห่ง), ฉ.2 (8 แห่ง), ฉ.3 (6 แห่ง))					กฟฟ.ชั้น1-3			
	กฟฉ.1	3	แห่ง			ที่มี PEA Shop	-	-	-
	กฟฉ.2	4	แห่ง				-	-	-
	กฟฉ.3	3	แห่ง				-	-	-
	ภาค 2	10	แห่ง				-	-	-
3. แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐาน	3.1 ทบทวนรายชื่อลูกค้ารายสำคัญและแผนตามกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ			กฟฉ.1-2-3	ม.ค. 2565	กบล. ผู้รับผิดชอบหลัก			
ลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)	(KAMT) ให้สอดคล้องตามค่าเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพการดูแลลูกค้า					กฟฟ.ชั้น1-3			
(แผนปฏิบัติการ กฟภ. SCM3.1)	กฟฉ.1	1	ครั้ง/ปี			กฟส.	-	-	-
	กฟฉ.2	1	ครั้ง/ปี	ภายในเดือน ม.ค. 2565			-	-	-
	กฟฉ.3	1	ครั้ง/ปี				-	-	-
	ภาค 2	3	ครั้ง/ปี				-	-	-
4. แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร	4.1 ดำเนินการสำรวจความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญในเชิงลึก			กฟฉ.1-2-3	ไตรมาส 2	กบล. ผู้รับผิดชอบหลัก			
จัดการความต้องการความคาดหวังของกลุ่ม	กฟฉ.1	1	ครั้ง/ปี			กฟฟ.ชั้น1-3	0.010	-	0.010
ลูกค้ารายสำคัญ	กฟฉ.2	1	ครั้ง/ปี	ภายในไตรมาส 2		กฟส.	0.010	-	0.010
(แผนปฏิบัติการ กฟภ. SCM3.2)	กฟฉ.3	1	ครั้ง/ปี				0.010	-	0.010
	ภาค 2	3	ครั้ง/ปี				0.030	-	0.030
สรุปยอดรวมด้าน Customer Value Proposition ของ กฟฉ.1							0.010	-	0.010
สรุปยอดรวมด้าน Customer Value Proposition ของ กฟฉ.2							0.010	-	0.010
สรุปยอดรวมด้าน Customer Value Proposition ของ กฟฉ.3							0.010	-	0.010
สรุปยอดรวมด้าน Customer Value Proposition ของ ฝอภ.(ภ2)							-	-	-
สรุปยอดรวมด้าน Customer Value Proposition ของ ภาค 2							0.030	-	0.030