

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565
(ทบทวนครั้งที่ 1)
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO2 ระบุบทบาทที่มีประสิทธิภาพและสร้างความสำเร็จ
นำเชื่อถือต่อลูกค้าและทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้าน Customer
2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และความกังวล
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และความกังวล
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
2.1 ความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กฟภ. ที่ตอบสนอง ระดับ
ต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (5-Baseline)
2.2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของ กฟภ. ระดับ
ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (5-Baseline)
6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กฟภ. ที่ตอบสนอง
ต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 7. เป้าหมาย
Baseline +
(5-Baseline)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยงาน	หน่วยวัด	มกราคม		กุมภาพันธ์		มีนาคม		เมษายน		พฤษภาคม		มิถุนายน		กรกฎาคม		สิงหาคม		กันยายน		ตุลาคม		พฤศจิกายน		ธันวาคม		ผู้รับผิดชอบ
				เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	
				สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
แผนงานหลักที่ 3 ยุทธศาสตร์การดำเนินงาน ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	01. ทบทวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของ กฟภ. และประเด็นปัญหา ความต้องการความคาดหวังที่สำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อม จัดทำทะเบียนรายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Profile)	กฟต.3	ครั้ง	-		-		-		-		-		-		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		กบอ.(ผลส.) ผอภ.(ก4) กฟต.1-3
แผนงานหลักที่ 4 บริหารจัดการซื้อเครื่องเรียนของลูกค้า	01 การตอบซื้อเครื่องเรียนของผู้ใช้ไฟฟ้า (ด้านบริการ)			สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
ตามอนุมัติคู่มือ "เพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการ ซื้อเครื่องเรียนของ กฟภ." (Core Business Enable ด้านที่ 4.2)	01.1 ซื้อเครื่องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วันทำการ	กฟต.3	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		กบอ.(ผลส.)
		แยกราย กฟฟ.		สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
		กฟส.หนองจิก	ร้อยละ	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	ผบต.
				สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
	01.2 ซื้อเครื่องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วัน	กฟต.3	ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00		95.00		95.00		95.00		95.00		95.00		95.00		95.00		กบอ.(ผลส.)
		แยกราย กฟฟ.		สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
		กฟส.หนองจิก	ร้อยละ	95.00	100%	95.00	100%	95.00	100%	95.00	100%	95.00	100%	95.00	100%	95.00	100%	95.00	100%	95.00	100%	95.00	100%	95.00	100%	95.00	100%	ผบต.
				สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
	01.3 ซื้อเครื่องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 15 วัน	กฟต.3	ร้อยละ	80.00		80.00		80.00		80.00		80.00		80.00		80.00		80.00		80.00		80.00		80.00		80.00		กบอ.(ผลส.)
		แยกราย กฟฟ.		สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
		กฟส.หนองจิก	ร้อยละ	80.00	100%	80.00	100%	80.00	100%	80.00	100%	80.00	100%	80.00	100%	80.00	100%	80.00	100%	80.00	100%	80.00	100%	80.00	100%	80.00	100%	ผบต.
				สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
	01.4 ซื้อเครื่องเรียนสัญญาณ (A/IR chat) ปิดได้ภายใน 24 ชั่วโมง	กฟต.3	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		กบอ.(ผลส.)
		แยกราย กฟฟ.		สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
		กฟส.หนองจิก	ร้อยละ	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	ผบต.
				สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
	02 ค่าเฉลี่ยการปิดซื้อเครื่องเรียนประเภทต่างๆ (ด้านบริการ)			สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		กบอ.(ผลส.)
	02.1 ซื้อเครื่องเรียนด้านคุณภาพไฟฟ้า ปิดได้ภายใน 25 วัน	กฟต.3	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00		90.00		90.00		90.00		90.00		90.00		90.00		90.00		
		แยกราย กฟฟ.		สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
		กฟส.หนองจิก	ร้อยละ	90.00	100%	90.00	100%	90.00	100%	90.00	100%	90.00	100%	90.00	100%	90.00	100%	90.00	100%	90.00	100%	90.00	100%	90.00	100%	90.00	100%	ผบต.
				สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
				สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		

[illegible]

แบบปฏิบัติการ ประจำปี 2565
(ทบทวนครั้งที่ 1)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและสร้างความ
น่าเชื่อถือต่อบุคคลและทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้าน Customer

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ต้องการให้บริการแบบ New Normal
(Digital Customer Experience)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ต้องการให้บริการแบบ New Normal
(Digital Customer Experience)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
2.3 ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
- กลุ่มลูกค้ารายย่อย ระดับ 4.5
(บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
- กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ ระดับ 4.5
(อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่)
- กลุ่มภาครัฐ ระดับ 4.5
(ราชการและรัฐวิสาหกิจ)
- กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ ระดับ 4.5
(Key Account Customer)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ร้อยละ 50
ที่เปิดให้บริการเทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด

7. เป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยงาน	หน่วยวัด	มกราคม		กุมภาพันธ์		มีนาคม		เมษายน		พฤษภาคม		มิถุนายน		กรกฎาคม		สิงหาคม		กันยายน		ตุลาคม		พฤศจิกายน		ธันวาคม		ผู้รับผิดชอบ
				เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	
				สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
แผนงานหลักที่ 5.งานบริหารการปิดให้บริการ ศูนย์บริการลูกค้า PEA SHOP	01 การปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า PEA SHOP ในปี 2565																											
	01.1วางแผนการปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า ในปี 2565	กพต.3	ครั้ง	1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00	กบส.(ผลส.)	
				สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
	01.2. ความสำเร็จในการดำเนินการปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า	กพต.3	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00	กบส.(ผลส.)	
	เทียบกับแผนการปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า ในปี 2565			สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
	แยกสาย กฟฟ.																											
	1. พิทักษ์	พิทักษ์	แห่ง	-		-		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
	2. สดุด	สดุด	แห่ง	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
	3. หาดใหญ่	หาดใหญ่	แห่ง	-		-		-		-		-		-		-		-		-		-		-		1		
	4. สงขลา	สงขลา	แห่ง	-		-		-		-		-		-		-		-		-		-		1		1		
	5. ยะลา	ยะลา	แห่ง	-		-		-		-		-		-		-		-		-		-		-		1		
แผนงานหลักที่ 6. แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อ รักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนใน การให้บริการลูกค้า (Core Business Enable ด้านที่ 4.2)	01 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ			สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
	01.1 ขอบเขตแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี 2565	กพต.3	ครั้ง	N/A		N/A		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00	กบส.(ผลส.)	
	เป้าหมาย รวณ/ผู้แทน ไตรมาสละ 1 ราย																											
	ผลก.กฟฟ.ชั้น1-3/ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย																											
	ผลก.กฟฟ.ชั้น1-3/ผู้แทน ไตรมาสละ 6 ราย																											
	01.2 เยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ ประจำปี 2565			สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
	01.2.1 รวณ/ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	กพต.3	ราย	N/A		N/A		N/A		N/A		N/A		N/A		N/A		N/A		N/A		N/A		N/A		1.00	กบส.(ผลส.)	
	01.2.4 ผลก.ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	กพต.3	ราย	N/A		N/A		3.00		3.00		3.00		6.00		6.00		6.00		9.00		9.00		9.00		12.00	กบส.(ผลส.)	
				สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
01.2.3 ผลก.กฟฟ.ชั้น1-3/ผู้แทน ไตรมาสละ 6 ราย กฟฟ.ชั้น1-3 ในสังกัด กพต.3 มีจำนวน 13 กฟฟ.			26.00		52.00		78.00		104.00		130.00		156.00		182.00		208.00		234.00		260.00		286.00		312.00	กบส.(ผลส.)		
	แยกสาย กฟฟ.			สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
	กฟฟ.หนองจิก	ราย	1	10	1	10	1	10	2	10	3	10	3	10	4	10	4	10	4	16	4	17	4	18	4	18	ผลบ.	
			สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.			

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยงาน	หน่วยวัด	มกราคม		กุมภาพันธ์		มีนาคม		เมษายน		พฤษภาคม		มิถุนายน		กรกฎาคม		สิงหาคม		กันยายน		ตุลาคม		พฤศจิกายน		ธันวาคม		ผู้รับผิดชอบ
				เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	
				สะสม ม.ค.	สะสม ม.ค.-ก.พ.	สะสม ม.ค.-มี.ค.	สะสม ม.ค.-เม.ย.	สะสม ม.ค.-พ.ค.	สะสม ม.ค.-มิ.ย.	สะสม ม.ค.-ก.ค.	สะสม ม.ค.-ส.ค.	สะสม ม.ค.-ก.ย.	สะสม ม.ค.-ต.ค.	สะสม ม.ค.-พ.ย.	สะสม ม.ค.-ธ.ค.													
	01.3 บันทึกเสียงข้อมูลลูกค้าในระบบสารสนเทศ (CRM Plus) และ VOC System (ไม่แยกลูกค้า 1 รายต้องบันทึกเสียงของลูกค้าที่สำคัญอย่างน้อย 1 เรื่อง)	กฟต.3	เรื่อง	27.00		54.00		81.00		108.00		135.00		162.00		189.00		216.00		243.00		270.00		297.00		324.00		กบส.(ผลส.)
	แยกราย กฟฟ.	กฟส.หนองจิก	ราย	สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		ผลต.
1				10	1	10	1	10	2	10	3	10	3	10	4	10	4	10	4	16	4	24	4	24	4	24		
	01.4 สรุปรายงานสถิติ ในกรณีที่เสียงที่สำคัญของลูกค้าและแนวทางปรับปรุงแก้ไขจากระบบ CRM Plus และ VOC	กฟต.3	ครั้ง	-		-		1.00		1.00		1.00		2.00		2.00		2.00		3.00		3.00		3.00		4.00		กบส.(ผลส.)
	02 การจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่			สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		
	01 ขออนุมัติการจัดสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ - ผลสำรวจความต้องการของลูกค้าผู้เป็นเป้าหมาย - แผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปี	กฟต.3	ครั้ง	N/A		N/A		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		1.00		กบส.(ผลส.)
	02 จัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ในลักษณะ Cluster หรือพิจารณาตามความเหมาะสมของพื้นที่ โดยหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวก.	กฟต.3	ร้อยละ	N/A		N/A		N/A		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		กบส.(ผลส.)
	03 สรุปรายงานการดำเนินการและวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา	กฟต.3	ครั้ง	N/A		N/A		N/A		N/A		1.00		1.00		1.00		2.00		2.00		2.00		2.00		3.00		กบส.(ผลส.)
แผนงานเพิ่มเติม: แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุน	04 ผลการให้บริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์ กฟผ. (รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)	กฟต.3	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		100.00		กฟฟ.ชั้น 1-3
	แยกราย กฟฟ.	กฟส.หนองจิก	ร้อยละ	สะสม ม.ค.		สะสม ม.ค.-ก.พ.		สะสม ม.ค.-มี.ค.		สะสม ม.ค.-เม.ย.		สะสม ม.ค.-พ.ค.		สะสม ม.ค.-มิ.ย.		สะสม ม.ค.-ก.ค.		สะสม ม.ค.-ส.ค.		สะสม ม.ค.-ก.ย.		สะสม ม.ค.-ต.ค.		สะสม ม.ค.-พ.ย.		สะสม ม.ค.-ธ.ค.		ผลต.
				100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	
	05 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ตามหลักเกณฑ์ กฟผ. (รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)	กฟต.3	ร้อยละ	N/A		N/A		1		1		1		2		2		2		3		3		3		4		กฟฟ.ชั้น 1-3
	แยกราย กฟฟ.	กฟส.หนองจิก	ร้อยละ	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	100.00	100%	ผลต.

[illegible]