

PEA

To become a

Regional leader



Vision

กฟผ.เป็นองค์กรชั้นนำที่ทันสมัย
ในระดับภูมิภาค มุ่งมั่นให้บริการ
พลังงานไฟฟ้า และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง
อย่างครบวงจรที่มีประสิทธิภาพ
เชื่อถือได้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต
เศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน



Mission

จัดหา ให้บริการพลังงาน
ไฟฟ้า และดำเนินธุรกิจอื่น
ที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบสนอง
ความต้องการของลูกค้า
ให้เกิดความพึงพอใจทั้งด้าน
คุณภาพและบริการ โดยการ
พัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง
มีความรับผิดชอบต่อสังคม
และสิ่งแวดล้อม



Value

**“ทันโลก บริการดี
มีคุณธรรม”**

STRATEGIC ADVANTAGE



- ✓ ความมั่นคงของระบบจำหน่าย และความพร้อมในการขยายระบบจำหน่ายไปยังเขตพื้นที่พิเศษ
- ✓ ประสิทธิภาพของบุคลากรในการดำเนินธุรกิจหลัก
- ✓ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการยกระดับการให้บริการ
- ✓ โครงสร้างองค์กรที่มีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงด้านลูกค้า และการนำองค์กรไปสู่ Digital Utility
- ✓ โครงการและนโยบายภาครัฐที่ส่งผลต่อโอกาสทางธุรกิจของ กฟภ. เช่น นโยบาย Smart Grid โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) นโยบายในการสนับสนุนการลงทุนร่วมกับเอกชน (PPP) เป็นต้น

STRATEGIC CHALLENGE



- ✓ Business Alignment ระหว่าง กฟภ. กับ บริษัทในเครือยังไม่ชัดเจน
- ✓ ส่งเสริมการใช้ Core Competency ขององค์กรเพื่อวิเคราะห์ต่อยอดในเชิงธุรกิจ
- ✓ ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรและเครื่องมือ ให้มี Future Core Competency เพื่อรองรับตลาดซื้อขายไฟฟ้าเสรี และธุรกิจดิจิทัลในอนาคต
- ✓ ส่งเสริมการผลักดันนวัตกรรมขององค์กร เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบริการ
- ✓ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีแนวโน้มลดลง โดยยังขาดการวิเคราะห์ถึง Potential Business ที่มีศักยภาพ
- ✓ การยกระดับและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ทั้งธุรกิจหลักและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ★

หมายเหตุ : ★ ประเด็นที่ปรับเปลี่ยนอย่างมีนัยสำคัญ



Core Competency

ความสามารถพิเศษในปัจจุบัน

- บริหารจัดการ และบริการระบบจำหน่ายพลังงานไฟฟ้าที่มีความครอบคลุม มีประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย เชื่อถือได้
- การให้บริการระบบไฟฟ้าที่ครบวงจรอย่างมีมาตรฐานและสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ

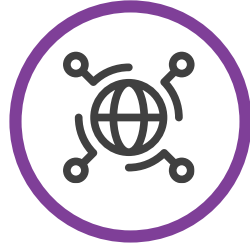
ความสามารถพิเศษที่จำเป็นในอนาคต

- ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจหลักให้รองรับตลาดซื้อขายไฟฟ้าเสรี ★
- ความสามารถในการดำเนินงานและทักษะของบุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องในอนาคต
- การวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Big Data Analytics ★

STRATEGIC POSITIONING



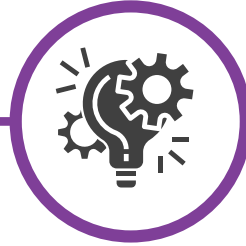
2565-2569



Ensure Accomplishment of **Digital Utility** and Create Value Through **DIGITAL INNOVATION**

เสริมสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย Digital Utility และสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรม

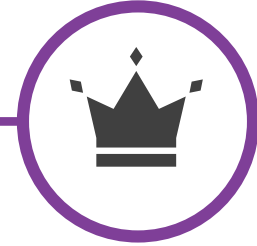
2570



To be a Regional **leader**

ก้าวสู่ผู้นำ ในธุรกิจด้านพลังงานไฟฟ้าทั้งในประเทศและในระดับภูมิภาค

2580



Sustainable Electricity Utility

องค์กรด้านพลังงานอย่างยั่งยืน



โครงสร้างระบบจำหน่าย

DSO

รองรับการเปิดไฟฟ้าเสรี

ความน่าเชื่อถือของระบบไฟฟ้าแรงต่ำ และการรองรับเทคโนโลยีระบบไฟฟ้าในอนาคต โดยมีมาตรฐานคุณภาพและความเชื่อถือได้ของระบบไฟฟ้า

โครงการพัฒนาระบบโครงข่ายไฟฟ้า และ Smart Meter (โครงการ Pilot :เมืองพิกษา) และ 4 เมืองใหญ่ตามแผนงาน Smart Grid ที่กำหนด (ปี 2565)
การใช้ประโยชน์ข้อมูลเชิงลึกของระบบโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ (Smart Grid Analytic) เพื่อปรับปรุงระบบโครงข่าย (Grid) การให้บริการลูกค้า (Customer)
ต่อยอดทางธุรกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าของ Portfolio (Enhance value of Portfolio) : เมืองพิกษา

เตรียมความพร้อมโครงการนำร่องตลาดซื้อขายไฟฟ้า

จัดทำหลักเกณฑ์และอัตรา Wheeling Charge และ TPA

การดำเนินการร่วมกับอีก 2 การไฟฟ้า ในการเป็น Key Player : Treader

เริ่มดำเนินการทดลอง และขยายผล (ปี 2566) และเป็น Main Player ในพื้นที่ EEC (ปี 2568)

Supply Reliability (SAIDI&SAIFI) เมืองใหญ่ ดีกว่า หรือเทียบเท่าประเทศในภูมิภาคที่เทียบเคียงได้

โครงข่ายระบบไฟฟ้า Smart Grid และรองรับกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีระบบไฟฟ้า
Smart Grid Index ดีกว่าค่าเฉลี่ยภูมิภาค เอเชียแปซิฟิก

Virtual Utility แห่งแรกของประเทศไทย

ปรับปรุงโครงสร้างและอัตราค่าบริการ (Wheeling Charge และ TPA) ให้รองรับการแข่งขัน Main Player ในพื้นที่ EEC

เป็นผู้นำในการร่วมกำหนดนโยบายและอัตราค่าบริการ (Wheeling Charge และ TPA) กับ กกพ.

Supply Reliability (SAIDI&SAIFI) เมืองใหญ่ ดีกว่า หรือเทียบเท่าประเทศในภูมิภาคที่เทียบเคียงได้

Smart Grid Index อยู่ในระดับ ขึ้นนำระดับภูมิภาค และเป็น Best Practice อย่างน้อย 2 ด้าน จาก 7 ด้าน

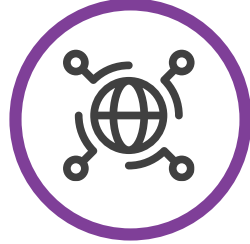
Virtual Utility

ขยายขอบเขตของตลาด Forward Market ให้ครอบคลุมทั้งประเทศ

STRATEGIC POSITIONING



2565-2569



Ensure Accomplishment of **Digital Utility** and Create Value Through DIGITAL **INNOVATION**

ส่งเสริมการใช้บริการ กฟภ. ผ่าน Digital Channel

Digital Service

- ทุกบริการของการไฟฟ้าสำนักงานใหญ่ และ กฟว เขต
- ส่งเสริมการใช้บริการ กฟภ. ผ่าน Digital Channel (เมืองใหญ่)

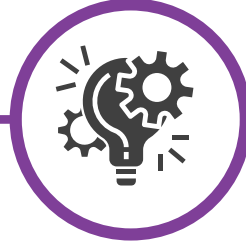
Digital Process

- การขอใช้ไฟ, ชำระค่าไฟ, ชำระค่าต่อกลับมิเตอร์กรณีถูกงดจ่ายไฟ, ขอย้ายเขต, ดาวน์โหลดใบแจ้งหนี้ค่าไฟฟ้า, ดาวน์โหลดใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์, ขอยกเลิกการใช้ไฟฟ้า, ขอเพิ่มขนาดมิเตอร์, ขอลดขนาดมิเตอร์, ขอตัดฟากมิเตอร์, ขอต่อกลับมิเตอร์, ขอคืนเงินประกันกรณียกเลิกการใช้ไฟฟ้าขอแก้ไขประวัติ, ขอโอนเปลี่ยนเจ้าของ, ขอสับเปลี่ยนมิเตอร์ชำรุด
- ต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง 35%

Customer Data Analytics

- Customer Data Lake & Data Warehouse (Integrated with PEA Big Data)
- High Value Analytic Sandbox
- Analytic Models Validation (Descriptive, Predictive, Prescriptive)

2570



To be a Regional **leader**

ความพึงพอใจลูกค้าทุกกลุ่มเพิ่มขึ้น

Digital Service

- ทุกบริการของการไฟฟ้าย่อย
- ส่งเสริมการใช้บริการ กฟภ. ผ่าน Digital Channel (กฟว. ย่อย)

Digital Process

- การขอใช้ไฟ, ชำระค่าไฟ, ชำระค่าต่อกลับมิเตอร์กรณีถูกงดจ่ายไฟ, ขอย้ายเขต, ดาวน์โหลดใบแจ้งหนี้ค่าไฟฟ้า, ดาวน์โหลดใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์, ขอยกเลิกการใช้ไฟฟ้า, ขอเพิ่มขนาดมิเตอร์, ขอลดขนาดมิเตอร์, ขอตัดฟากมิเตอร์, ขอต่อกลับมิเตอร์, ขอคืนเงินประกันกรณียกเลิกการใช้ไฟฟ้า, ขอแก้ไขประวัติ, ขอโอนเปลี่ยนเจ้าของ, ขอสับเปลี่ยนมิเตอร์ชำรุด
- ต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง 45%

Customer Data Analytics

- Analytic Models Implementation (Descriptive, Predictive, Prescriptive)

2580



Sustainable Electricity Utility

Advocate Customer

Fully Digitalized Services

Digital Process

- การขอใช้ไฟ, ชำระค่าไฟ, ชำระค่าต่อกลับมิเตอร์กรณีถูกงดจ่ายไฟ, ขอย้ายเขต, ดาวน์โหลดใบแจ้งหนี้ค่าไฟฟ้า, ดาวน์โหลดใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์, ขอยกเลิกการใช้ไฟฟ้า, ขอเพิ่มขนาดมิเตอร์, ขอลดขนาดมิเตอร์, ขอตัดฟากมิเตอร์, ขอต่อกลับมิเตอร์, ขอคืนเงินประกันกรณียกเลิกการใช้ไฟฟ้า, ขอแก้ไขประวัติ, ขอโอนเปลี่ยนเจ้าของ, ขอสับเปลี่ยนมิเตอร์ชำรุด
- ต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง 80%

Customer Data Analytics

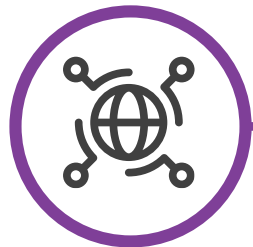
- Realized Profit from Customer Data Analytics

Customer Service

STRATEGIC POSITIONING



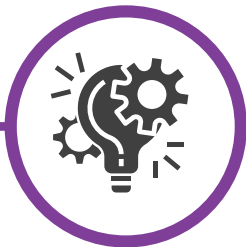
2565-2569



Ensure Accomplishment of **Digital Utility** and Create Value Through **DIGITAL INNOVATION**

- มีการกำหนดและปฏิบัติตาม way of conduct ระหว่าง กฟภ. และบริษัทในเครือ ผลักดัน PEA ENCOM จัดระเบียบในตลาดหลักทรัพย์ และมีทิศทางที่ชัดเจนสำหรับ Business Alignment
- พัฒนาแพลตฟอร์มตลาดกลางซื้อขายพลังงานแห่งชาติ (NETP) และต่อยอดสู่การพัฒนา Digital Platform ต่างๆ สู่เชิงพาณิชย์ เพื่อก้าวสู่ผู้นำตลาด และเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลพลังงาน
- พัฒนาแพลตฟอร์มด้านการบริหารจัดการพลังงาน บรรลุตามเป้าหมายทั้ง Output และ Outcome ในการพลิกองค์กรสู่การเป็น Digital Utility (ปี 2565)
- พัฒนา Social innovation และนำไปสู่การใช้งานในพื้นที่เป้าหมาย

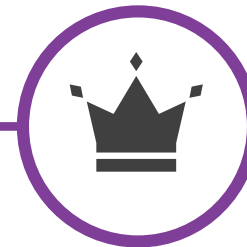
2570



To be a Regional **leader**

- มีการสร้าง Advantage Portfolio ในธุรกิจของ กฟภ. และบริษัทในเครือ ผลักดัน PEA ENCOM ให้เป็น Holding Company
-
- ผู้นำตลาดของ Digital Platform ในด้านบริหารจัดการพลังงาน
- Eco- Efficiency สะท้อน Product life cycle และมี EE มากกว่า 1.1092 เท่า

2580



Sustainable Electricity Utility

- Market Leader โดยประเมินจาก Market Share ใน 3 อันดับแรกของธุรกิจ เกี่ยวเนื่องอย่างน้อย 2 ผลิตภัณฑ์
-
- Eco- Efficiency สะท้อน Product life cycle และมี EE ดีขึ้น

Business Model

Human Capital

Financial Goal

- บริหารอัตราค่าจ้างได้อย่างเหมาะสมจากกระบวนการที่มีใช้ Digital Process และ Digital Service
- โครงสร้างองค์กรระยะ 3 บรรลุเป้าหมาย (End State ปี 2567) ประกอบด้วย Lean Organization (ความคล่องตัวในการดำเนินงาน) Energy Disruption (รองรับการขยายธุรกิจและอุตสาหกรรมไฟฟ้าในอนาคต) Enhancement (เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน)
- Human Capability for business
- EBITDA ตามเป้าหมายปี 2565
- EBITDA ตามเป้าหมายปี 2569

- บริหารอัตราค่าจ้างได้อย่างเหมาะสมจากกระบวนการที่มีใช้ Digital Process และ Digital Service
-
- Human Capability for business
- EBITDA ตามเป้าหมายปี 2570

- บริหารอัตราค่าจ้างได้อย่างเหมาะสมจากกระบวนการที่มีใช้ Digital Process และ Digital Service
-
-
- EBITDA ตามเป้าหมายปี 2580

STRATEGIC OBJECTIVE

Goal

Strategy

SO1

ยกระดับการบริหารจัดการระดับสากล เพื่อสร้างความยั่งยืน

- 1 สร้างองค์กรสู่ความยั่งยืน และยกระดับการบริหารจัดการสู่มาตรฐานสากล
- 2 ยกระดับทักษะที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ เทคโนโลยี และภาวะการแข่งขัน
- 3 การใช้ดิจิทัลและนวัตกรรมสู่การปรับปรุงกระบวนการทำงาน
- 4 การสร้างมาตรฐานการกำกับดูแลที่ดี และบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

- S1** สร้าง กฟภ. ให้เติบโตอย่างยั่งยืน
- S2** ยกระดับการบริหารทุนมนุษย์
- S3** ส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) ที่มีความมั่นคงปลอดภัยเพื่อการขับเคลื่อนองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ (Digital Transformation)
- S4** พัฒนาระบบจัดการนวัตกรรมองค์กร (Corporate Innovation System :CIS)

SO2

ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้าและทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- 1 คุณภาพระบบจำหน่ายในระดับชั้นนำของภูมิภาค
- 2 ความสำเร็จในการบริหารระบบไฟฟ้าแรงต่ำ
- 3 ความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- S5** พัฒนาระบบจำหน่ายที่ได้คุณภาพในระดับชั้นนำของภูมิภาค
- S6** ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



SO3

เสริมสร้างศักยภาพด้าน Digital Utility และมุ่งสู่การเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าในอนาคตระดับภูมิภาค

- 1 ความสำเร็จของโครงการ Smart Grid
- 2 ความสำเร็จของโครงการนำร่อง - การรองรับการเปิดไฟฟ้าเสรี

- S7** ยกระดับ Grid Modernization Roadmap & Implementation
- S8** ส่งเสริมบทบาท กฟภ. ในการผลักดันบทบาทเพื่อรองรับนโยบายการเปิดไฟฟ้าเสรี



SO4

ยกระดับผลประกอบการและทิศทางของ PEA Portfolio

- 1 ความมั่นคงทางการเงิน
- 2 การดำเนินงานตาม Portfolio Selection ของบริษัทในเครือ

- S9** กำหนดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ระหว่าง กฟภ. และบริษัทในเครือ
- S10** ดำเนินงานตามแผนสำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และการบริหาร Product Portfolio
- S11** ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้มีความคล่องตัว และสามารถแข่งขันได้

Strategy	Tactics	Initiatives	ผลลัพธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
S1 สร้าง กฟภ. ให้ เติบโต อย่าง ยั่งยืน	OC1 วิเคราะห์ GAP และแนวทางการ ผลักดันองค์กรสู่ ความ ยั่งยืน	แผนงานยุทธศาสตร์การดำเนินงานเรื่องความปลอดภัยให้อยู่ในระดับ มาตรฐาน/ระดับสากล	- ความสำเร็จของแผนงานยุทธศาสตร์การดำเนินงาน เรื่องความปลอดภัยให้อยู่ในระดับมาตรฐาน/ระดับ สากล - ดัชนีการประสบอุบัติเหตุ (Disabling Injury Index:√DI)	ม.ค-ธ.ค. 2565
		แผนงานยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมสู่มาตรฐานสากลอย่างยั่งยืน	ได้รับรางวัล CSR ระดับนานาชาติหรือการรับรอง รายงานความยั่งยืนตามมาตรฐานสากลทั้งใน ประเทศหรือต่างประเทศ	ม.ค-ธ.ค. 2565
	OC2 สนับสนุนการ ใช้พลังงานอย่าง มี ประสิทธิภาพ	แผนงานยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-Efficiency)	ค่าแฟคเตอร์ของค่าประสิทธิภาพเชิงนิเวศ เศรษฐกิจ (Eco-Efficiency) ตามแนวทาง ISO 14045	ม.ค-ธ.ค. 2565
S2 ยุทธศาสตร์ บริหารทุนมนุษย์	HCM1 ส่งเสริมการ บริหารทุนมนุษย์โดย ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการพัฒนา ระบบงานด้าน HCM	แผนงานพัฒนาระบบการส่งเสริมทักษะที่สอดคล้องกับการ เปลี่ยนแปลงของธุรกิจ เทคโนโลยี และภาวะการแข่งขัน (New-Skill/Up-skill/Re-skill)	Competency ของกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการ พัฒนา New-skill/Up-skill/Re-skill	ม.ค-ธ.ค. 2565
		แผนงานการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านดิจิทัลที่รองรับการเปลี่ยน ผ่านรูปแบบทางธุรกิจไปสู่ Digital Utility และ การดำเนินธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง	ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนงานเพื่อ เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรด้าน Digital	ม.ค-ธ.ค. 2565
	HCM2 พัฒนาระบบ การเรียนรู้และ พัฒนา ในการ เสริมสร้างและ ยกระดับสมรรถนะ ของบุคลากร	แผนงานพัฒนาบุคลากรและเครื่องมือให้มี Future Core Competency	ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการพัฒนาตาม Future Core Competency	ม.ค-ธ.ค. 2565
		แผนงานยุทธศาสตร์บุคลากรด้านการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) และการใช้ประโยชน์จากข้อมูล (Data Analytic)	ความสำเร็จของกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการยกระดับ บุคลากรด้านการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics)	ม.ค-ธ.ค. 2565

Strategy	Tactics	Initiatives	ผลผลิต	ระยะเวลา ดำเนินการ
S3 ส่งเสริมและ พัฒนาขีด ความสามารถ ด้วยเทคโนโลยี ดิจิทัล (Digital Technology) ที่มีความมั่นคง ปลอดภัย เพื่อ การขับเคลื่อน องค์กรอย่างมี ประสิทธิภาพ (Digital Transformation)	DT1 พัฒนาขีด ความสามารถด้าน เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสะท้อนถึง ประสิทธิภาพของ การบริหารค่าใช้จ่าย และประสิทธิภาพ ของกระบวนการ ดำเนินงาน	แผนงานพัฒนามาตรฐานการกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Governance)	ความสำเร็จในการพัฒนามาตรฐานการกำกับดูแล ที่ดีและบริหารจัดการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ISO38500)	ม.ค-ธ.ค. 2565
		แผนงานยกระดับการกำกับดูแลข้อมูล (Data Governance)	ความสำเร็จการดำเนินงานตามแผนงานยกระดับ การกำกับดูแลข้อมูล (Data Governance)	ม.ค-ธ.ค. 2565
	DT2 พัฒนาขีด ความสามารถด้าน Cyber Security และการบริหาร จัดการเทคโนโลยี ดิจิทัลสู่ มาตรฐานสากล	แผนงานพัฒนาระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางเทคโนโลยีดิจิทัล	ความสำเร็จของแผนงานพัฒนาระบบรักษาความ มั่นคงปลอดภัยทางเทคโนโลยีดิจิทัล	ม.ค-ธ.ค. 2565
S4 การพัฒนา ระบบจัดการ นวัตกรรม องค์กร (Corporate Innovation System :CIS)	CIS1 พัฒนา โครงสร้างและ กระบวนการด้าน นวัตกรรม	แผนการพัฒนาระบบต่อยอดนวัตกรรมที่ลดรายจ่าย/สร้างรายได้เชิง พาณิชย์/สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร และการติดตามผลลัพธ์ของ นวัตกรรม	จำนวนนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ หรือกระบวนการที่สร้าง รายได้/ลดค่าใช้จ่าย และมูลค่ารวมจากรายได้และ การลดค่าใช้จ่ายจากนวัตกรรม/กระบวนการ	ม.ค-ธ.ค. 2565

ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้าและทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



Strategy	Tactics	Initiatives	ผลผลิต	ระยะเวลาดำเนินการ
S5 พัฒนาระบบจำหน่ายที่ได้คุณภาพในระดับชั้นนำของภูมิภาค	OM1 การเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของระบบจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง	แผนงานพัฒนาระดับโครงข่ายระบบไฟฟ้า (Strong Grid)	- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) ของ กฟภ. - ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) ของ กฟภ.	ม.ค-ธ.ค. 2565
		แผนงานการพัฒนาระบบบริหารจัดการสินทรัพย์ของระบบไฟฟ้าของ กฟภ.	- ร้อยละความสำเร็จของการมีฐานข้อมูลในการวางแผนการจัดการสินทรัพย์ในระยะยาว (ร้อยละ 100) - ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาเชิงแก้ไข (Corrective Maintenance) ของหม้อแปลงไฟฟ้ากำลังบนส่วนประกอบหลักตาม FMECA ได้แก่ OLTC, Winding, HV Bushing ที่ลดลง	ม.ค-ธ.ค. 2565
	OM2 ยกระดับคุณภาพระบบจำหน่ายไฟฟ้าแรงต่ำรองรับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมไฟฟ้า	แผนงานติดตามและแก้ไขปัญหาไฟดับระบบจำหน่ายแรงต่ำ	- ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนาจัดทำระบบประมวลค่าดัชนีฯ (SAIFI&SAIDI) ระบบจำหน่ายแรงต่ำ	ม.ค-ธ.ค. 2565
		แผนงานยกระดับคุณภาพระบบไฟฟ้าแรงต่ำเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมไฟฟ้า	- แรงดันไฟฟ้าในระดับที่กำหนด - ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนาจัดทำระบบประมวลค่าดัชนีฯ (SAIFI&SAIDI) ระบบจำหน่ายแรงต่ำ	ม.ค-ธ.ค. 2565

ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้าและทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



Strategy	Tactics	Initiatives	ผลผลิต	ระยะเวลาดำเนินการ
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวังและความกังวลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แผนงานยกระดับการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กฟภ. ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ม.ค-ธ.ค. 2565
	SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience)	แผนงานการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อกำหนดและดำเนินการตามมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ที่เกินความคาดหวังของลูกค้า และเหนือกว่าคู่แข่ง	ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า (ตามประเภทลูกค้า และ Key Account)	ม.ค-ธ.ค. 2565
	SCM3 การรักษาลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)	แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า	ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ต่อลูกค้า High Value ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Customer)	ม.ค-ธ.ค. 2565

เสริมสร้างศักยภาพด้าน Digital Utility และมุ่งสู่การเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าในอนาคตระดับภูมิภาค



Strategy	Tactics	Initiatives	ผลผลิต	ระยะเวลาดำเนินการ
S7 ยกระดับ Grid Modernization Roadmap & Implementation	GM1 การเสริมสร้างศักยภาพของระบบจำหน่าย โดย Smart Grid และระบบที่รองรับธุรกิจในอนาคต	แผนงานยกระดับคุณภาพข้อมูลภูมิสารสนเทศระบบไฟฟ้า (GIS) สำหรับการวางแผนและปรับปรุงระบบไฟฟ้า	ความสำเร็จของแผนโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ	ม.ค-ธ.ค. 2565
		โครงการพัฒนาโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ	ความสำเร็จของแผนโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ	ม.ค-ธ.ค. 2565
S8 ส่งเสริมบทบาท กฟภ. ในการผลักดันบทบาทเพื่อรองรับนโยบายการเปิดไฟฟ้าเสรี	GM2 การผลักดันความสำเร็จของโครงการนำร่อง - การรองรับการเปิดไฟฟ้าเสรี	แผนงานการเตรียมความพร้อมสู่การเปิดไฟฟ้าเสรี	ความสำเร็จในการเตรียมความพร้อมสู่การเปิดไฟฟ้าเสรี	ม.ค-ธ.ค. 2565



Strategy	Tactics	Initiatives	ผลผลิต	ระยะเวลาดำเนินการ
S9 การกำหนดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ระหว่าง กฟภ. และบริษัทในเครือ	NM1 การกำหนดนโยบายและกำหนดทิศทางการดำเนินงานของบริษัทในเครือ รวมถึงการวิเคราะห์ถึง Business Alignment	แผนงานนโยบายการบริหารจัดการระหว่าง กฟภ. และบริษัทในเครือ กฟภ. (Way of Conduct)	ความสำเร็จในการกำหนดแนวทางและการนำไปปฏิบัติของ Way of Conduct ระหว่าง กฟภ. และบริษัทในเครือ	ม.ค.-ธ.ค. 2565
S10 การดำเนินงานตามแผนสำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่องและการบริหาร Product Portfolio	NM2 การดำเนินงานตามแผน PEA Portfolio Management	แผนงานการดำเนินงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (Business Portfolio Implementation)	รายได้ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	ม.ค.-ธ.ค. 2565
	NM3 ยกระดับผลประกอบการขององค์กร และการจัดทำบัญชีต้นทุนระหว่าง Regulated Business และ Non-regulated Business รวมถึงการทำให้บัญชีต้นทุนรายกิจกรรม (ABC Costing)	แผนการจัดทำบัญชีต้นทุนตามประเภทรายได้ในส่วนของบริษัทนอกการกำกับดูแล (Non-regulated)	ความสำเร็จในการจัดทำบัญชีต้นทุนตามประเภทรายได้ในส่วนของบริษัทนอกการกำกับดูแล (Non-regulated)	ม.ค.-ธ.ค. 2565
	NM4 มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานข้อมูลผู้ใช้ไฟ	แผนงานพัฒนาการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Analytics) เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ	- ความสำเร็จของจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น - มูลค่าโครงการทั้งหมด	ม.ค.-ธ.ค. 2565

Strategy	Tactics	Initiatives	ผลผลิต	ระยะเวลา ดำเนินการ
S11 การปรับปรุง กฎระเบียบที่ เกี่ยวข้องให้มี ความคล่องตัว และสามารถ แข่งขันได้	RS1 ทบทวน กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อ รองรับการ ดำเนินงานในธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง รวมถึง กำกับการ ดำเนินงานของ บริษัทในเครือ เพื่อให้เกิด Synergy	โครงการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องในการทำธุรกิจเกี่ยวเนื่องและ ธุรกิจใหม่ (New Business) และ IP Management ของ กฟภ.	ความสำเร็จของการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในการทำธุรกิจเกี่ยวเนื่องและธุรกิจใหม่ IP Management ของ กฟภ.	ม.ค-ธ.ค. 2565

