

รายงานผลแผนปฏิบัติ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาคำบลตลาดหญ้า ไครมาศ 2 ประจำปี 2566

ด้าน Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

- SO2 พัฒนาระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพได้และยกระดับตู้โครงข่ายอัจฉริยะ (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และความกังวลผู้มีส่วนได้เสีย

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ผลสำรวจความพึงพอใจของ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานของ กฟภ.

- : กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ - ระดับ 3.330
- : กลุ่มชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม - ระดับ 4.453
- : กลุ่มสื่อมวลชน - ระดับ 4.553
- : กลุ่มพันธมิตร - ระดับ 4.500
- : กลุ่มคณะกรรมการ - ระดับ 4.500
- : บริษัทในเครือ - ระดับ 3.295
- : กลุ่มคู่แข่งหรือคู่แข่ง - ระดับ 4.077
- ผลสำรวจความผูกพันระหว่าง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟภ.

- : กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ - ระดับ 3.741
- : กลุ่มชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม - ระดับ 4.058
- : กลุ่มสื่อมวลชน - ระดับ 4.481
- : กลุ่มพันธมิตร - ระดับ 4.500
- : กลุ่มคณะกรรมการ - ระดับ 4.500
- : บริษัทในเครือ - ระดับ 3.948
- : กลุ่มคู่แข่งหรือคู่แข่ง - ระดับ 3.177

4. เป้าหมาย

- ระดับ 4.087

5. กลยุทธ์ระดับสาขางาน

- SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และความกังวลผู้มีส่วนได้เสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ผลสำรวจความพึงพอใจของ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานของ กฟภ.

- : กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ - ระดับ 3.330
- : กลุ่มพันธมิตร - ระดับ 4.500
- ผลสำรวจความผูกพันระหว่าง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟภ.

- : กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ - ระดับ 3.741
- : กลุ่มพันธมิตร - ระดับ 4.500

7. เป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13 ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 1/2566 สถานะเดือน เม.ย. - มิ.ย. 2566	14. ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1-2/2566 สถานะเดือน ม.ค. - มิ.ย. 2566
<u>แผนงานที่ 2</u> แผนงานสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	2.1 จัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี 2566 มีการกำหนดกิจกรรมตามระดับและรูปแบบในการสร้างความสัมพันธ์ที่ กฟผ. กำหนด โดยใช้ข้อมูลจากแผนแม่บทด้านการบริหารความยั่งยืน และการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กฟผ. ปี 2566-2570 <u>เป้าหมาย</u> - กองที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี 2566 ตามแบบฟอร์ม SM-7 ภายใน 20 มี.ค. 66 - กองที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการตามกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและรายงานผล ภายใน 1 วันหลังสิ้นไตรมาส 2.2 จัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี 2567 ตามข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้มีการระบุไว้ตามแผนงานที่ 1 ข้อ 1.2 <u>เป้าหมาย</u> - กองที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี 2567 ตามแบบฟอร์ม SM-7 ภายใน 20 เม.ย. 66	กองที่	ม.ค.-ธ.ค. 2566 ม.ค.-มิ.ค. 2566 ม.ค.-ธ.ค. 2566 ม.ค.-เม.ย. 2566	คณะทำงานฯ Core๑ ด้านที่ 4 และ กองที่เกี่ยวข้อง	-	-
<u>แผนงานที่ 3</u> การจัดทำและปรับปรุงฐานข้อมูลเพื่อบูรณาการ/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile)	3.1 การบันทึกข้อมูลในฐานข้อมูล เพื่อบูรณาการ/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile) <u>เป้าหมาย</u> - กองที่เกี่ยวข้อง บันทึกข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile) ตามแบบฟอร์ม SM-8 ภายใน 25 ส.ค. 66	กองที่เกี่ยวข้อง	ม.ค.-ส.ค. 2566	คณะทำงานฯ Core๑ ด้านที่ 4 และ กองที่เกี่ยวข้อง	-	-

ด้าน Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ - SO2 พัฒนาระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพได้และยกระดับโครงข่ายอัจฉริยะ (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience)	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน - Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟภ. - ความสำเร็จของการให้บริการออนไลน์ผ่าน e-Service และ Pea Smart Plus - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า : กลุ่มลูกค้ารายย่อย : กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ : กลุ่มภาครัฐ : กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ - จำนวนผู้สมัครใช้บริการ e-Bill - จำนวนผู้สมัครใช้งาน PEA Smart Plus - ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า Pea Shop ที่ปิดให้บริการเทียบกับจำนวน Pea Shop ตามเป้าหมายที่ต้องการปิดให้บริการ - ความสำเร็จของการให้บริการตามมาตรฐาน SLA ที่กำหนด 4. เป้าหมาย - ระดับ 42.5 - ร้อยละ 100 - ระดับ 4.4859 - ระดับ 4.4837 - ระดับ 4.4781 - ระดับ 4.4959 - ระดับ 4.4489 - Base Line +75% - ไม่น้อยกว่า 4.5 ล้านราย - ร้อยละ 100 - ระดับ 5
	5. กลยุทธ์ระดับสาขางาน - SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience)	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน - ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า : กลุ่มลูกค้าของสาขางานการไฟฟ้าภาค 3 - ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่ปิดให้บริการเทียบกับจำนวน PEA Shop ตามเป้าหมายที่ต้องการปิดให้บริการ 7. เป้าหมาย - ร้อยละเป้าหมาย - ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13 ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 2/2566 สถานะเดือน เม.ย. - มิ.ย. 2566	14. ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1-2/2566 สถานะเดือน ม.ค. - มิ.ย. 2566												
<u>แผนงานที่ 1</u> การพัฒนากระบวนการให้บริการธุรกิจ ตามแนวทาง Doing Business: World Bank	- การให้บริการธุรกิจตามแนวทาง PEA Doing Business (20 วันปฏิทิน) <u>เป้าหมาย</u> กบล. สรุปติดตามผลการดำเนินงานทุกเดือน และจัดทำสรุปรายงานให้ ผกค. ทราบภายใน 15 วันหลังสิ้นเดือน	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566	กบล.(ก3)	ไม่มีการดำเนินการ	รายงานผล ตามถึง PEA Doing Business												
<u>แผนงานที่ 2</u> การยกระดับมาตรฐานคุณภาพ การให้บริการ	2.1 มาตรฐานด้านการให้บริการ การอำนวยความสะดวกในการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าและ และยกระดับการให้บริการ ในพื้นที่ปริมณฑลชนแดนการไฟฟ้านครหลวง ระยะที่ 2 (ตามอนุมัติ ผวก. ลว. 18 ต.ค. 2565 ที่ ผอก.(ก3) 543/2565) <table border="1"><thead><tr><th>มาตรฐานด้านการให้บริการ</th><th>พื้นที่</th><th>ระยะเวลาดำเนินการ</th></tr></thead><tbody><tr><td>กรณีไม่ต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่าย</td><td>เขตชุมชน (เทศบาล)</td><td>1 วันทำการ</td></tr><tr><td>ไฟฟ้าเพิ่มเติม</td><td>นอกเขตชุมชน</td><td>3 วันทำการ</td></tr><tr><td>กรณีต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่าย</td><td>เขตชุมชน</td><td>10 วันทำการ</td></tr></tbody></table> <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ. ในพื้นที่ จ.นครปฐม และ จ.สมุทรสาคร ดำเนินการภายในระยะเวลาที่กำหนด ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 - กบล. สรุปรายงานผล พร้อมจัดส่งรายงานให้ ผอก.(ก3) ภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส	มาตรฐานด้านการให้บริการ	พื้นที่	ระยะเวลาดำเนินการ	กรณีไม่ต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่าย	เขตชุมชน (เทศบาล)	1 วันทำการ	ไฟฟ้าเพิ่มเติม	นอกเขตชุมชน	3 วันทำการ	กรณีต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่าย	เขตชุมชน	10 วันทำการ	นฐ., สพร., นช., บล., สค. สค2, กทบ., พทท., คคม.,	ม.ค.-ธ.ค.2566	กบล.(ก3)	-	-
มาตรฐานด้านการให้บริการ	พื้นที่	ระยะเวลาดำเนินการ																
กรณีไม่ต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่าย	เขตชุมชน (เทศบาล)	1 วันทำการ																
ไฟฟ้าเพิ่มเติม	นอกเขตชุมชน	3 วันทำการ																
กรณีต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่าย	เขตชุมชน	10 วันทำการ																

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13 ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 2/2566 สถานะเดือน เม.ย. - มิ.ย. 2566	14. ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1-2/2566 สถานะเดือน ม.ค. - มิ.ย. 2566
<u>แผนงานที่ 2</u> การยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ (ค่อ)	2.3.2 เตรียมความพร้อมการดำเนินการสู่ ศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ที่ยังไม่เคยสมัคร หรือไม่เคยผ่านการรับรองฯ จะต้องสมัคร และผ่านการรับรองมาตรฐานฯ ภายในปี 2565-2567 1.) กฟฟ.ชั้น 1-3 ที่เคยได้รับการรับรองฯ ให้สมัครต่อภายในปี 2566 จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ (กจ., คบ. และ พทท.) 2.) กฟฟ. ที่สมัครขอรับรองฯ ทั้งกรณีสมัครใหม่และต่ออายุในปี 2566 จะต้องผ่านการคัดกรองใบสมัคร ร้อยละ 100 และได้รับการรับรองจาก สปน. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ (กจ., คบ., พทท.) (คคม., คจ., นญช., ลญ. และ ทกก.) <u>หมายเหตุ</u> 1. จัดส่งใบสมัครผ่านระบบออนไลน์ภายใน 1 ม.ค. - 28 ก.พ. 2566 (เวลา 16.30 น.) 2. สปน. ตรวจสอบการตอบสมัคร ภายในเดือน มี.ค. 2566 3. สปน. ตรวจสอบประเมินในพื้นที่ ภายในเดือน เม.ย. - ส.ค. 2566 4. สปน. ประกาศผลพร้อมมอบโล่และตรา GECC ภายใน ก.ย. 2566 สำหรับ กฟส., กฟย. ให้ กฟช. พิจารณาความพร้อมในการสมัครขอการรับรอง ได้ตามความเหมาะสม เช่น สำนักงานเช่า, อยู่ระหว่างก่อสร้างสำนักงาน เป็นต้น	กฟฟ.ที่ กจ., คบ., พทท. คคม., คจ., นญช., ลญ.,	ม.ค.-ธ.ค. 2566	คณะทำงาน GECC ของ	ดำเนินการรับการตรวจสอบ เพื่อเข้าสู่ศูนย์บริการสะดวก เรียบร้อย (รอผลการพิจารณา)	รอผลการพิจารณา

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13 ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 2/2566 สถานะเดือน เม.ย. - มิ.ย. 2566	14. ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1-2/2566 สถานะเดือน ม.ค. - มิ.ย. 2566
แผนงานที่ 3 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร (รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์ข้อมูลในช่องทาง) เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการจัดการ (Data Driven Execution)	3.1 การรับฟังเสียงของลูกค้า ตามคู่มือกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า และวิธีปฏิบัติงาน การรวบรวมเสียงของลูกค้าแต่ละช่องทาง (PEA VOC System) ดังนี้ 3.1.1 การติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าผ่านกล่องประเมินความพึงพอใจแบบเป็นกด (Smile Box) หรือแบบ Touch Screen - กฟฟ. ชั้น1-3, กฟส. ประเมินลูกค้าทางโทรศัพท์สำหรับลูกค้าที่กดประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 (ที่กดประเมิน 1,2) โดยใช้ข้อมูลจากโปรแกรม Customers' Smile Feedback - กฟฟ. ชั้น1-3, กฟส. นำผลวิเคราะห์การประเมินฯ ของลูกค้าที่ประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 มาดำเนินการปรับปรุงแก้ไข - กฟฟ. ชั้น 1-3, กฟส. รายงานสรุปผลวิเคราะห์การประเมินฯ และแจ้งให้ กบล.(ก3) ทราบภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส <u>เป้าหมาย</u> - สัดส่วนการกดประเมินเทียบกับจำนวนคิวทั้งหมด กฟฟ. ชั้น1-3 และ กฟส. ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 70 ของจำนวนคิวทั้งหมด - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 4.4859 - กบล. ติดตามและรายงานสรุปผลวิเคราะห์การประเมินฯ ในภาพรวมของ กฟก.3 ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส - กรท. รายงานผลการใช้งานและปัญหาอุปสรรคของระบบฯ ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส หมายเหตุ : พนักงาน Front Manager ประจำ กฟฟ. เป็นผู้ดำเนินงานและบันทึกข้อมูลลงใน โปรแกรม Customers' Smile Feedback	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566	กบล.(ก3), กรท.(ก3), กฟฟ.1-3, กฟส.	3.1.1 ไม่มีการร้องเรียนจากลูกค้า	3.1.1 ไม่มีการร้องเรียนจากลูกค้า

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุนกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13 ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 2/2566 สถานะเดือน เม.ย. - มิ.ย. 2566	14. ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1-2/2566 สถานะเดือน ม.ค. - มิ.ย. 2566
แผนงานที่ 3 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร (รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์ข้อมูล ในช่องทาง) เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการ จัดการ (Data Driven Execution) (ต่อ)	3.1.2 การรวบรวมเสียงของลูกค้าจากช่องทาง 4 กลุ่ม (กลุ่มดิจิทัล, กลุ่มกายภาพ, กลุ่มการสำรวจ และกลุ่มอื่น ๆ) <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ. บันทึกข้อมูลเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ลงในระบบ PEA VOC System ทุกครั้ง - กบล.(ก3) รวบรวมเสียงของลูกค้า* จากระบบ PEA VOC System และ จัดส่งให้ ฝอภ.(ก3) ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3, กฟส.	3.1.2 ไม่มีการร้องเรียนจากลูกค้า	3.1.2 ไม่มีการร้องเรียนจากลูกค้า
	3.2 จัดทำฐานข้อมูลคุณภาพไฟฟ้าในนิคมอุตสาหกรรม, พื้นที่อุตสาหกรรม, เขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษกลุ่ม New S-Curve และกลุ่ม EEC โดยดำเนินการตรวจวัด และวิเคราะห์ คุณภาพไฟฟ้าในสถานีไฟฟ้าที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม มีการกำหนดแผนและปรับปรุง ให้เป็นมาตรฐานสากล พร้อมจัดทำรายงานเพื่อรองรับความต้องการให้กับลูกค้า <u>เป้าหมาย</u> กฟภ.3 จำนวน 2 สถานี ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร และ สถานีไฟฟ้าท่าทราย 1	กฟจ.สค.	ม.ค.-ธ.ค.2566	กบล.(ก3)	(2) 0.02	0.020
แผนงานที่ 4 พัฒนาการใช้ประโยชน์จาก ฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Analytics) เพื่อพัฒนา คุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง	4.1 การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง 4.1.1 ฐานข้อมูลลูกค้า High Value เพื่อการดำเนินการธุรกิจงานขยายเขตติดตั้ง หม้อแปลงเฉพาะราย <u>เป้าหมาย</u> จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ - ฐานข้อมูลลูกค้า High Value มีการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปี 2564-2565 และ ที่มีการใช้ไฟตั้งแต่ร้อยละ 50 ของขนาดพิกัดหม้อแปลง - ฐานข้อมูลลูกค้า High Value ที่มีการใช้ไฟตั้งแต่ร้อยละ 70 ของขนาดพิกัดหม้อแปลง	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ก.พ.2566	กบล.(ก3), กชข.(ก3)	- อยู่ระหว่างตรวจสอบ	- อยู่ระหว่างตรวจสอบ

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13 ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 2/2566 สถานะเดือน เม.ย. - มิ.ย. 2566	14. ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1-2/2566 สถานะเดือน ม.ค. - มิ.ย. 2566
แผนงานที่ 4 พัฒนาการใช้ประโยชน์จาก ฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Analytics) เพื่อพัฒนา คุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง (ต่อ)	4.1.2 ฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อการดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา <u>เป้าหมาย</u> จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ - ฐานข้อมูลลูกค้าที่เคยใช้บริการบำรุงรักษา ปี 2564-2565 - ฐานข้อมูลลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลง รวมกันเกิน 250 kVA 4.2 การใช้ประ โยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจเกี่ยวเนื่อง 4.2.1 การดำเนินการธุรกิจงานขอขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย โดยใช้ประ โยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้า High Value <u>เป้าหมาย</u> - จัดทำแผนการเข้าพบลูกค้าพร้อมใบเสนอราคา - รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส *หมายเหตุ : ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 4.1.1	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ก.พ.2566	กบล.(ก3), กชข.(ก3)	อยู่ระหว่างดำเนินการ จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า	อยู่ระหว่างดำเนินการ จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า
	4.2.2 การดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา โดยมุ่งเน้นลูกค้า 2 กลุ่ม ดังนี้ (1) ลูกค้ารายเดิม (ที่เคยใช้บริการบำรุงรักษา) ทุกราย (2) ลูกค้ารายใหม่ (ที่ไม่เคยใช้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลง รวมกันเกิน 250 kVA) ร้อยละ 20 <u>เป้าหมาย</u> - จัดทำแผนการเข้าพบลูกค้าพร้อมใบเสนอราคา ตามฐานข้อมูลลูกค้า - รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส *หมายเหตุ : - ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 4.1.2 - กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. สามารถดำเนินการปรับแผนการเข้าพบลูกค้าได้ตามความเหมาะสม	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566	กบล.(ก3)	(1) ดำเนินการแล้ว 1 ราย (2) เข้าสอบถามและเสนอ บริการแล้ว จำนวน 20 ราย	(1) ดำเนินการแล้ว 1 ราย (2) เข้าสอบถามและเสนอ บริการแล้ว จำนวน 20 ราย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13 ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 2/2566 สถานะเดือน เม.ย. - มิ.ย. 2566	14. ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1-2/2566 สถานะเดือน ม.ค. - มิ.ย. 2566
แผนงานที่ 4 พัฒนาการใช้ประโยชน์จาก ฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Analytics) เพื่อพัฒนา คุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง (ต่อ)	4.3 นำผลวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจ การติดตามข้อมูลป้อนกลับ และข้อร้องเรียน มาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ/ปรับปรุงกระบวนการทำงาน <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. รายงานแผน และผลการตอบสนองเสียงของลูกค้าในด้าน ผลิตภัณฑ์/บริการ/สนับสนุน และแจ้งให้ กบล. ทราบภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส - กบล.(ก3) ติดตามและรายงานสรุปผลในภาพรวมของ กฟก.3 ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566	กบล.(ก3)	-	-
	4.4 จัดทำแผนการนำเสนอการขยายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ลูกค้ารายใหม่ การซื้อยอดขาย (Up selling) และการซื้อต่อเนื่อง (Cross selling) แก่ลูกค้ารายสำคัญ จากการดำเนินการตามกระบวนการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ <u>เป้าหมาย</u> - กบล.(ก3) จัดทำแผนการขยายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของจำนวนลูกค้ารายสำคัญ หรือ ไม่น้อยกว่า 120 ราย ต่อ กฟข. ภายใน 1 เดือน หลังสิ้นไตรมาสที่ 1 - กบล.(ก3) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์นำเสนอแผนงานธุรกิจเสริมต่างๆ ของ กฟก. ผ่านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ หรือ การเยี่ยมชม ประชุมผู้ใช้ไฟรายใหญ่ - กฟฟ.ชั้น 1-3 เข้าพบลูกค้ารายสำคัญตามเป้าหมายที่ กบล.(ก3) กำหนด และลูกค้า ใช้บริการธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของจำนวนลูกค้ารายสำคัญ <u>หมายเหตุ</u> ลูกค้ารายสำคัญที่ให้บริการธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ที่มีมูลค่า 5,000 บาทขึ้นไป ไม่รวมการให้ใช้เสาไฟฟ้า และการให้ใช้บริการเส้นใยแก้วนำแสง - กฟฟ.ชั้น 1-3 รายงานผลการขยายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่องฯ ตามแบบฟอร์ม CRM-SEL-001 จัดส่ง กบล. ภายใน 5 วันหลังสิ้นไตรมาส - กบล.(ก3) สรุปภาพรวมรายงานผลการขยายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่องฯ ตามแบบฟอร์ม CRM-SEL-002 จัดส่ง กสธ.ฟลพ. ภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3	ม.ค.-ธ.ค.2566	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุนกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13 ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 2/2566 สถานะเดือน เม.ย. - มิ.ย. 2566	14. ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1-2/2566 สถานะเดือน ม.ค. - มิ.ย. 2566
<u>แผนงานที่ 5</u> การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ ข้อร้องเรียน	5.1 การบริหารจัดการข้อร้องเรียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อยกระดับการให้บริการที่ดีของ กฟผ. ลดความไม่พึงพอใจและเพิ่มความ พึงพอใจของลูกค้า ดังนี้ 5.1.1 การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ดังนี้ (ก) การตอบข้อร้องเรียน (ด้านบริการ) โดยรวม - ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วันทำการ (ร้อยละ100) - ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วัน (ร้อยละ100) - ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 15 วัน (ไม่น้อยกว่าร้อยละ90) - ข้อร้องเรียนสำคัญเร่งด่วน (IA/IR chat) ภายใน 24 ชั่วโมง (ร้อยละ100) (ข) การตอบข้อร้องเรียน (ด้านบริการ) กลุ่มบริการทั่วไป (คุณภาพไฟฟ้า+การให้บริการ+อื่น ๆ) - การปิดข้อร้องเรียน ภายใน 20 วัน (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95) (ค) การตอบข้อร้องเรียน (ด้านบริการ) กลุ่มที่ต้องเร่งรัดแก้ไข (พฤติกรรมพนักงาน+การจดหน่วยแจ้งค่าไฟฟ้า+การถูกงดจ่ายไฟฟ้า) - การปิดข้อร้องเรียน ภายใน 10 วัน (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80) (ง) ระยะเวลาตอบสนองที่ลูกค้าร้องขอและปฏิบัติตามเงื่อนไข - ตรวจสอบหรือติดต่อผู้ใช้ไฟฟ้าภายใน 5 วัน (ร้อยละ 100) <u>เป้าหมาย</u> ดำเนินการบริหารจัดการข้อร้องเรียนให้เป็นไปตามค่าเป้าหมายและจัดทำรายงาน สรุปข้อร้องเรียนทุกไตรมาส *หมายเหตุ : ไม่รวมข้อร้องเรียนประเภททุจริตประพฤติมิชอบ	กฟผ.ทุกแห่ง	ม.ค.-ธ.ค.2566	กบส.(ก3), กฟผ.ทุกแห่ง	มีการติดตามและเฝ้าระวัง ไม่พบข้อร้องเรียน	มีการติดตามและเฝ้าระวัง ไม่พบข้อร้องเรียน

รายงานผลแผนปฏิบัติ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาคำบลตลาดหญ้า ไตรมาส 2 ประจำปี 2566

ด้าน Customer

- | | | | |
|--|---|---|--|
| <p>1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์</p> <p>- SO2 พัฒนาระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพได้และยกระดับผู้โครงข่ายอิสระ (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้า</p> <p>ตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> | <p>2. กลยุทธ์ระดับองค์กร</p> <p>- SCM3 การรักษารายลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ที่มีความเสี่ยง</p> | <p>3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน</p> <p>- ค่าความผูกพัน (Engagement score) ของลูกค้ารายสำคัญที่มีความเสี่ยง</p> | <p>4. เป้าหมาย</p> <p>- ระดับ 3.5075</p> |
| <p>5. กลยุทธ์ระดับสายงาน</p> <p>- SCM3 การรักษารายลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ที่มีความเสี่ยง</p> | <p>6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน</p> <p>- ค่าความผูกพัน (Engagement score) ของลูกค้ารายสำคัญที่มีความเสี่ยง</p> | <p>7. เป้าหมาย</p> <p>- ระดับ 3.5075</p> | |

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13 ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 1/2566 สถานะเดือน เม.ย. - มิ.ย. 2566	14. ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1-2/2566 สถานะเดือน ม.ค. - มิ.ย. 2566
<u>แผนงานที่ 1</u> แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษารายข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนการให้บริการลูกค้า	1.1. ทบทวนรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ และแผนตามกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMT) ให้สอดคล้องตามค่าเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพการดูแลลูกค้า <u>เป้าหมาย</u> - ทบทวนและขออนุมัติรายชื่อลูกค้ารายสำคัญภายในเดือน ม.ค. 2566 - จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ ลงใน โปรแกรม CRM Plus ให้เป็นปัจจุบัน	กฟฟ.1-3 (รวม กฟฟ.ในสังกัด)	ม.ค. 2566	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13 ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 1/2566 สถานะเดือน เม.ย. - มิ.ย. 2566	14. ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1-2/2566 สถานะเดือน ม.ค. - มิ.ย. 2566
<u>แผนงานที่ 1</u> แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษารฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนการให้บริการลูกค้า (ต่อ)	1.2.3 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication : COM) และบันทึกผลในโปรแกรม CRM Plus <u>เป้าหมาย</u> - การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ : ลูกค้ากลุ่ม Strategic, Star, Status จำนวน 1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส : ลูกค้ากลุ่ม Streamline จำนวน 1 ครั้งขึ้นไป/กลุ่ม/เดือน - การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบโดยตรงกับลูกค้า เช่น แผนการดับไฟเพื่อปฏิบัติงาน เป็นต้น : ลูกค้ากลุ่ม Strategic ทุกปี (ตามแผนงานที่เกี่ยวข้อง) *หมายเหตุ : ปรับลดได้ตามความเหมาะสม 1.3. การเชื่อมโยงลูกค้ารายสำคัญ/ลูกค้ามูลค่าสูง/ลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรม และลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ SPP โดยผู้บริหาร และกำหนดวัตถุประสงค์การเชื่อมโยงลูกค้าแต่ละรายที่ชัดเจนพร้อมบันทึกผลการเชื่อมโยงในโปรแกรม CRM Plus <u>เป้าหมาย</u> - ผชก.หรือผู้แทน จำนวน 3 ราย/ไตรมาส/กฟข. - ผจก.กฟฟ.ชั้น 1 จำนวน 8 ราย/ไตรมาส/กฟข. - ผจก.กฟฟ.ชั้น 2-3 จำนวน 6 ราย/ไตรมาส/กฟฟ. - ผจก.กฟส. จำนวน 3 ราย/ไตรมาส/กฟฟ. *หมายเหตุ : สามารถพิจารณารูปแบบการเชื่อมโยงลูกค้าได้ 2 รูปแบบ 1. รูปแบบ Onsite 2. รูปแบบ Online Meeting ผ่านระบบออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ (ตามอนุมัติ ผวก. ลว. 29 ธ.ค. 2564 ค่อยทำหนังสือ กลพ.(สช) 797/2564 ลว. 27 ธ.ค. 2564 อนุมัติปรับปรุงคู่มือการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า)	กฟฟ.1-3 (รวม กฟฟ.ในสังกัด)	ม.ค.-ธ.ค. 2566	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3	-	-
		กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3, กฟส.	(2) 0.690	0.690

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13 ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 1/2566 สถานะเดือน เม.ย. - มิ.ย. 2566	14. ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาสที่ 1-2/2566 สถานะเดือน ม.ค. - มิ.ย. 2566
<u>แผนงานที่ 1</u> แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนการให้บริการลูกค้า (ต่อ)	1.4. จัดประชุมสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟฟ. ที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน <u>เป้าหมาย</u> กฟฟ.3 จำนวน 16 กฟฟ. (ยกเว้น บพล.,คบ.) หมายเหตุ : ปรับลดได้ตามความเหมาะสม	กฟฟ. ที่เข้าหลักเกณฑ์	เม.ย.-ธ.ค. 2566	กฟฟ. ที่เข้าหลักเกณฑ์	(2) 1.600	1.600
	1.5. การมอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ/มอบของที่ระลึกสำหรับจัดกิจกรรมนันทนาการ/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ <u>เป้าหมาย</u> - กลุ่ม Strategic ทุกราย ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี - กลุ่ม Star, Status ให้พนักงาน KAMR พิจารณาคำความเหมาะสม - กิจกรรมนันทนาการ/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ สำหรับลูกค้า พิจารณาคำความเหมาะสม	กฟฟ.1-3 (รวม กฟฟ. ในสังกัด)	ม.ค.-ธ.ค. 2566	กบด.(ก3), กฟฟ.1-3	-	-
	1.6. การสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ โดยการติดต่อสื่อสาร/เยี่ยมชม เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ เช่น การขอใช้ไฟฟ้า, ขยายระบบไฟฟ้าและการวางแผนการจ่ายไฟฟ้า เป็นต้น <u>เป้าหมาย</u> รายงานสรุปผลการติดต่อสื่อสาร/เยี่ยมชม ทุกไตรมาส (ตามแบบฟอร์มรายงาน BOI CRM-NCS-002)	กฟฟ.1-3	ม.ค.-ธ.ค. 2566	กบด.(ก3), กฟฟ.1-3	-	-