

ด้าน Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

- SO2 พัฒนาระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ
ได้และยกระดับสู่โครงข่ายอัจฉริยะ
(Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้า
ตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้า
และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และความกังวล
ผู้มีส่วนได้เสีย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และความกังวล
ผู้มีส่วนได้เสีย

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ผลสำรวจความพึงพอใจของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานของ กฟภ.
: กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ
: กลุ่มชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
: กลุ่มสื่อมวลชน
: กลุ่มพันธมิตร
: กลุ่มคณะกรรมการ
: บริษัทในเครือ
: กลุ่มคู่แข่งหรือคู่แข่ง
- ผลสำรวจความผูกพันระหว่าง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟภ.
: กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ
: กลุ่มชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
: กลุ่มสื่อมวลชน
: กลุ่มพันธมิตร
: กลุ่มคณะกรรมการ
: บริษัทในเครือ
: กลุ่มคู่แข่งหรือคู่แข่ง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ผลสำรวจความพึงพอใจของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานของ กฟภ.
: กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ
: กลุ่มพันธมิตร
- ผลสำรวจความผูกพันระหว่าง
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟภ.
: กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ
: กลุ่มพันธมิตร

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
แผนงานที่ 1 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1.1 กำหนดผู้รับผิดชอบและประสานงานการดำเนินงานด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยผู้รับผิดชอบและผู้ประสานงานต้องประกอบด้วยผู้แทนครบทุกฝ่ายภายในสายงาน - ผู้บริหารระดับ 8 ขึ้นไป จำนวนอย่างน้อยฝ่ายละ 1 คน - พนักงานระดับ 4-7 จำนวนอย่างน้อยฝ่ายละ 1 คน เป้าหมาย - คณะทำงาน Core๑ ด้านที่ 4 จัดส่งรายชื่อผู้รับผิดชอบการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามแบบฟอร์ม SM-1 ให้คณะกรรมการฯ ด้านที่ 4 ภายใน 15 ก.พ. 66	ทุกฝ่าย, กกก.(ก3)	ก.พ. 2566	ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง	คณะทำงาน๑ Core๑ ด้านที่ 4, ทุกฝ่าย, กกก.(ก3)	คณะทำงาน๑ Core๑ ด้านที่ 4, ทุกฝ่าย, กกก.(ก3)
	1.2 การระบุและจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามกระบวนการที่รับผิดชอบ - จัดทำข้อมูลสารสนเทศ - ทบทวน/ระบุและจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - ทบทวน/ระบุและจัดลำดับประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ทบทวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สำหรับใช้ปี 2567) เป้าหมาย - คณะทำงาน Core๑ ด้านที่ 4 ระบุข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหน่วยงาน ตามแบบฟอร์ม SM-2 และจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ด้านที่ 4 ภายใน 20 เม.ย. 66 - กองที่เกี่ยวข้อง ทบทวน/ระบุ และจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่สำคัญของหน่วยงานตามแบบฟอร์ม SM-3-4 และจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ด้านที่ 4 ภายใน 20 เม.ย. 66 - กองที่เกี่ยวข้อง ทบทวน/ระบุ และจัดลำดับประเด็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของหน่วยงานตามแบบฟอร์ม SM-3-4 และจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ด้านที่ 4 ภายใน 20 เม.ย. 66 - คณะทำงาน Core๑ ด้านที่ 4 สรุปผลนำเสนอ ผชก.(ก3) เพื่อทราบ	ทุกฝ่าย, กกก.(ก3)	ม.ค.-เม.ย. 2566	ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง	คณะทำงาน๑ Core๑ ด้านที่ 4, ทุกฝ่าย, กกก.(ก3)	คณะทำงาน๑ Core๑ ด้านที่ 4, ทุกฝ่าย, กกก.(ก3)

แผนงานที่ 2 แผนงานสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	2.1 จัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2566 มีการกำหนดกิจกรรมตามระดับและรูปแบบในการสร้างความสัมพันธ์ที่ กฟผ.กำหนด โดยใช้ข้อมูลจากแผนแม่บทด้านการบริหารความยั่งยืน และการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กฟผ. ปี 2566-2570 เป้าหมาย - กองที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี 2566 ตามแบบฟอร์ม SM-7 ภายใน 20 มี.ค. 66 - กองที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการตามกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและรายงานผล ภายใน 1 วันหลังสิ้นไตรมาส 2.2 จัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2567 ตามข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้มีการระบุไว้ตามแผนงานที่ 1 ข้อ 1.2 เป้าหมาย - กองที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการจัดทำแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี 2567 ตามแบบฟอร์ม SM-7 ภายใน 20 เม.ย. 66	กองที่เกี่ยวข้อง	ม.ค.-ธ.ค. 2566 ม.ค.-มี.ค. 2566 ม.ค.-ธ.ค. 2566 ม.ค.-เม.ย. 2566	ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง	คณะทำงานฯ Core๑ ด้านที่ 4 และ กองที่เกี่ยวข้อง	คณะทำงานฯ Core๑ ด้านที่ 4 และ กองที่เกี่ยวข้อง
แผนงานที่ 3 การจัดทำและปรับปรุงฐานข้อมูลเพื่อบ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile)	3.1 การบันทึกข้อมูลในฐานข้อมูล เพื่อบ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile) เป้าหมาย - กองที่เกี่ยวข้อง บันทึกข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile) ตามแบบฟอร์ม SM-8 ภายใน 25 ส.ค. 66	กองที่เกี่ยวข้อง	ม.ค.-ส.ค. 2566	ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง	คณะทำงานฯ Core๑ ด้านที่ 4 และ กองที่เกี่ยวข้อง	คณะทำงานฯ Core๑ ด้านที่ 4 และ กองที่เกี่ยวข้อง

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

- SO2 พัฒนาระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ

ได้และยกระดับสู่โครงข่ายอัจฉริยะ

(Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้า

ตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้า

และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ

New Normal (Digital Customer Experience)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- Net Promoper Score ของลูกค้าที่ใช้

บริการผ่าน 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

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ

New Normal (Digital Customer Experience)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า

: กลุ่มลูกค้าของสายงานการไฟฟ้าภาค 3

- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้าPEA Shop

ที่ปิดให้บริการเทียบกับจำนวน PEA Shop

ตามเป้าหมายที่ต้องการปิดให้บริการ

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
แผนงานที่ 2 การยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ (ต่อ)	2.3 การขอรับรองศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) 2.3.1 การรักษามาตรฐาน สำหรับ กฟฟ. ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานศูนย์ราชการสะดวกแล้ว เพื่อพร้อมรองรับการตรวจแบบ Surprise Check จาก สปน. และตามแผนงานตรวจประเมินภายในหน่วยงาน (Internal Audit) - กฟฟ. ที่เคยผ่านการรับรองและยังอยู่ในระยะเวลาการรับรองมาตรฐาน GECC - กฟฟ. ที่เคยผ่านการรับรองมาตรฐาน GECC แต่ไม่ได้สมัครรับรองเพื่อต่ออายุ เป้าหมาย - แต่งตั้งคณะทำงานตรวจประเมินภายในหน่วยงาน (Internal Audit) เพื่อรักษามาตรฐานตามเกณฑ์ GECC ประจำปี กฟฟ. - แต่งตั้งคณะทำงานตรวจประเมินภายในหน่วยงาน (Internal Audit) เพื่อรองรับการตรวจประเมินตามมาตรฐานเกณฑ์ GECC ประจำปี กฟฟ. - ดำเนินการตรวจประเมินภายในหน่วยงาน (Internal Audit) ตามแผนงานที่กำหนด กฟฟ.ชั้น 1-3 จำนวน 15 แห่ง (ยกเว้น กจ., ดบ. และ พทท.) กฟส. จำนวน 11 แห่ง (ยกเว้น ดคม., ดจ., นญช. และ ลญ.) กฟย. จำนวน 1 แห่ง หมายเหตุ - เป้าหมายสามารถพิจารณาเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม - ไม่พิจารณา ดมช. และ บนจ. เนื่องจากเป็นสำนักงานเช่า - รายงานสรุปผลการตรวจประเมินภายในหน่วยงาน แจ้งให้ ผอ.ก(ง3) และ ผกต.	กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง	ม.ค.-ต.ค.2566 ม.ค. 2566 ม.ค.-ก.พ. 2566 เม.ย.-ก.ย. 2566 ต.ค. 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 ไม่เกี่ยวข้อง ไม่เกี่ยวข้อง	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 ไม่เกี่ยวข้อง ไม่เกี่ยวข้อง	กฟอ.พทท. คณะทำงานฯ (Internal Audit) คณะทำงานฯ (Internal Audit) กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง คณะทำงานฯ (Internal Audit)	กฟอ.พทท. คณะทำงานฯ (Internal Audit) คณะทำงานฯ (Internal Audit)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
แผนงานที่ 2 การยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ (ต่อ)	2.3.2 เตรียมความพร้อมการดำเนินการสู่ ศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) เป้าหมาย - กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ที่ยังไม่เคยสมัคร หรือไม่เคยผ่านการรับรองฯ จะต้องสมัคร และผ่านการรับรองมาตรฐานฯ ภายในปี 2565-2567 1.) กฟฟ.ชั้น 1-3 ที่เคยได้รับการรับรองฯ ให้สมัครต่ออายุในปี 2566 จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ (กจ., ดบ. และ พทท.) 2.) กฟฟ. ที่สมัครขอรับรองฯ ทั้งกรณีสมัครใหม่และต่ออายุในปี 2566 จะต้องผ่านการคัดกรองใบสมัคร ร้อยละ 100 และได้รับการรับรองจาก สปน. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ (กจ., ดบ., พทท.) (ดตม., ดจ., นญช., ลญ. และ ทคก.) หมายเหตุ 1. จัดส่งใบสมัครผ่านระบบออนไลน์ภายใน 1 ม.ค. - 28 ก.พ. 2566 (เวลา 16.30 น.) 2. สปน. ตรวจสอบคัดกรองใบสมัคร 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. พิจารณาความพร้อมในการสมัครขอการรับรองได้ตามความเหมาะสม เช่น สำนักงานเช่า, อยู่ระหว่างก่อสร้างสำนักงาน เป็นต้น	กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง กจ., ดบ., พทท. ดตม., ดจ., นญช., ลญ.,	ม.ค.-ธ.ค. 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 ผ่านการคัดกรองใบสมัคร รับการตรวจ 27 เม.ย.2566 สปน.ประกาศผลผ่านการรับรองระดับพื้นฐาน เข้ารับมอบโล่เมื่อวันที่ 30 ส.ค.2566 ตามหนังสือที่ ผกต.271 ลงวันที่ 21 ส.ค.2566 ดำเนินการแล้วเสร็จในไตรมาสที่ 3	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 จัดส่งใบสมัครผ่านระบบออนไลน์ เมื่อวันที่ 27 ก.พ.2566 ตามใบสมัครเลขที่ G661321 ผ่านการคัดกรองใบสมัคร รับการตรวจ 27 เม.ย.2566 สปน.ประกาศผลผ่านการรับรองระดับพื้นฐาน เข้ารับมอบโล่เมื่อวันที่ 30 ส.ค.2566 ตามหนังสือที่ ผกต.271 ลงวันที่ 21 ส.ค.2566	กฟอ.พทท. กฟอ.พทท.	คณะทำงาน GECC ของ กฟอ.พทท. กฟอ.พทท.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
แผนงานที่ 3 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร (รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์ข้อมูล ในช่องทาง) เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหาร จัดการ (Data Driven Execution) (ต่อ)	3.1.2 การรวบรวมเสียงของลูกค้าจากช่องทาง 4 กลุ่ม (กลุ่มดิจิทัล, กลุ่มกายภาพ, กลุ่มการสำรวจ และกลุ่มอื่น ๆ) เป้าหมาย - กฟฟ. บันทึกข้อมูลเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ลงในระบบ PEA VOC System ทุกครั้ง - กบล.(ก3) รวบรวมเสียงของลูกค้า* จากระบบ PEA VOC System และจัดส่งให้ ผอ.ก.(ก3) ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการบันทึกเสียงลูกค้าครบถ้วนทุกราย สถานะ ก.ค.- ก.ย.66 มีจำนวน 49 ราย	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการบันทึกเสียงลูกค้าครบถ้วนทุกราย 100 % สถานะ ม.ค.- ก.ย.66 มีจำนวน 131 ราย	ผบค.	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3, กฟส. กฟอ.พทท.
	3.2 จัดทำฐานข้อมูลคุณภาพไฟฟ้าในนิคมอุตสาหกรรม, พื้นที่อุตสาหกรรม, เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกลุ่ม New S-Curve และกลุ่ม EEC โดยดำเนินการตรวจวัด และวิเคราะห์คุณภาพไฟฟ้าในสถานีไฟฟ้าที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม มีการกำหนดแผนและปรับปรุงให้เป็นมาตรฐานสากล พร้อมจัดทำรายงานเพื่อรองรับความต้องการให้กับลูกค้า เป้าหมาย กฟก.3 จำนวน 2 สถานี ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร และ สถานีไฟฟ้าท่าทราย 1	กฟจ.สค.	ม.ค.-ธ.ค.2566	ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง		กบล.(ก3)
แผนงานที่ 4 พัฒนาการใช้ประโยชน์จาก ฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Analytics) เพื่อพัฒนา คุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ เกี่ยวข้อง	4.1 การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง 4.1.1 ฐานข้อมูลลูกค้า High Value เพื่อการดำเนินการธุรกิจงานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย เป้าหมาย จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ - ฐานข้อมูลลูกค้า High Value มีการใช้ไฟเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปี 2564-2565 และที่มีการใช้ไฟตั้งแต่ร้อยละ 50 ของขนาดพิกัดหม้อแปลง - ฐานข้อมูลลูกค้า High Value ที่มีการใช้ไฟตั้งแต่ร้อยละ 70 ของขนาดพิกัดหม้อแปลง	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ก.พ.2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการแล้ว ใน crm.pea.co.th	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการแล้ว ใน crm.pea.co.th	ผบค.	กฟอ.พทท. กบล.(ก3), กษข.(ก3)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
แผนงานที่ 4 พัฒนการใช้ประโยชน์จาก 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	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ก.พ.2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการแล้วเสร็จในไตรมาสที่ 1	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 จัดทำแผนการเข้าพบลูกค้าพร้อมใบเสนอราคาแล้ว ลูกค้าพร้อมใบเสนอราคาแล้ว ตามหนังสือเลขที่ ก.3 กบล.(ลส.)-594 ลว. 27 ก.พ. 2567	ผบค.	กบล.(ก3), กชช.(ก3) กฟอ.พพช.
	4.2 การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจเกี่ยวเนื่อง 4.2.1 การดำเนินการธุรกิจงานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย โดยใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้า High Value <u>เป้าหมาย</u> - จัดทำแผนการเข้าพบลูกค้าพร้อมใบเสนอราคา - รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส *หมายเหตุ : ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 4.1.1	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 มีจำนวน 2 ราย 1.บ.พี.เค.เวอเตอร์ซีฟฟลายแอนด์เซอร์วิส จก. 2.บ.บีก ซี ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ จก.		ผบค.	กบล.(ก3) กฟอ.พพช.
	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	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 รายเดิม 3 ราย รายใหม่ 8 ราย		ผบค.	กบล.(ก3) กฟอ.พพช.
28							

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
แผนงานที่ 4 พัฒนาการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Analytics) เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง (ต่อ)	4.3 นำผลวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจ การติดตามข้อมูลป้อนกลับ และข้อร้องเรียน มาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ/ปรับปรุงกระบวนการทำงาน เป้าหมาย - กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. รายงานแผน และผลการตอบสนองเสียงของลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ/สนับสนุน และแจ้งให้ กบส. ทราบภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส - กบส.(ก3) ติดตามและรายงานสรุปผลในภาพรวมของ กฟก.3 ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 อยู่ระหว่างดำเนินการ	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 อยู่ระหว่างดำเนินการ	ผบค.	กบส.(ก3) กฟอ.พทพ.
	4.4 จัดทำแผนการนำเสนอการขายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ลูกค้ารายใหม่ การซื้อต่อยอด (Up selling) และการซื้อต่อเนื่อง (Cross selling) แก่ลูกค้ารายสำคัญ จากการดำเนินการตามกระบวนการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ เป้าหมาย - กบส.(ก3) จัดทำแผนการขายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของจำนวนลูกค้ารายสำคัญ หรือไม่น้อยกว่า 120 ราย ต่อ กฟข. ภายใน 1 เดือน หลังสิ้นไตรมาสที่ 1 - กบส.(ก3) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์นำเสนอผลงานธุรกิจเสริมต่างๆ ของ กฟภ. ผ่านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ หรือ การเยี่ยมเยียน ประชุมผู้ใช้ไฟรายใหญ่ - กฟฟ.ชั้น 1-3 เข้าพบลูกค้ารายสำคัญตามเป้าหมายที่ กบส.(ก3) กำหนด และลูกค้าใช้บริการธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของจำนวนลูกค้ารายสำคัญ หมายเหตุ ลูกค้ารายสำคัญที่ใช้บริการธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ที่มีมูลค่า 5,000 บาทขึ้นไป ไม่รวมการให้ใช้เสาไฟฟ้า และการให้ใช้บริการเส้นใยแก้วนำแสง - กฟฟ.ชั้น 1-3 รายงานผลการขายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่องฯ ตามแบบฟอร์ม CRM-SEL-001 จัดส่ง กบส. ภายใน 5 วันหลังสิ้นไตรมาส - กบส.(ก3) สรุปภาพรวมรายงานผลการขายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่องฯ ตามแบบฟอร์ม CRM-SEL-002 จัดส่ง กสธ.ฟลพ. ภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3	ม.ค.-ธ.ค.2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการแล้ว ใน crm.pea.co.th	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการแล้ว ใน crm.pea.co.th	ผบค.	กบส.(ก3), กฟฟ.1-3 กฟอ.พทพ.

29

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
แผนงานที่ 5 การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ ข้อร้องเรียน (ต่อ)	5.1.2 การเพิ่มประสิทธิภาพการวางแผนเชิงป้องกันข้อร้องเรียน ดังนี้ (ก) จำนวนข้อร้องเรียนโดยรวม ลดลงร้อยละ 10 จากข้อร้องเรียน ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน (ข) จำนวนข้อร้องเรียนประเภทเหตุการณ์รบกวน ให้รักษาระดับจำนวน ข้อร้องเรียนไม่ให้เกินผลที่เกิดขึ้นจริงในปี 2565 (ค) จำนวนข้อร้องเรียน/ร้องขอ เรื่องไม่มีไฟฟ้าใช้ ลดลงร้อยละ 50 จากข้อร้องเรียน/ร้องขอ ในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 เป้าหมาย ดำเนินการบริหารจัดการข้อร้องเรียนให้เป็นไปตามค่าเป้าหมายและจัดทำรายงาน สรุปข้อร้องเรียนทุกไตรมาส *หมายเหตุ : ไม่รวมข้อร้องเรียนประเภททุจริตประพฤติดมิชอบ	กฟฟ.ทุกแห่ง	ม.ค.-ธ.ค. 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 ไม่มีข้อร้องเรียน ไม่มีดำเนินการในไตรมาสนี้ ไม่มีดำเนินการในไตรมาสนี้	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 ไม่มีข้อร้องเรียน ไม่มีดำเนินการในไตรมาสนี้ ไม่มีดำเนินการในไตรมาสนี้	ผบค.	กบล.(ก3), กฟฟ.ทุกแห่ง กฟอ.พทท.
	5.2 การจัดทำแผนงานหรือแนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกันข้อร้องเรียนของลูกค้า เป้าหมาย - กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. จัดทำแผนงานหรือแนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกัน ข้อร้องเรียนของลูกค้า และสรุปรายงานผลจัดส่ง กบล. ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส - กบล.(ก3) วิเคราะห์ปัญหาข้อร้องเรียน (ด้านบริการ) จัดทำแผนงาน หรือแนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกัน ข้อร้องเรียนของลูกค้า และจัดส่ง ผลพ. ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566 ม.ค.-มี.ค.2566 เม.ย.-ธ.ค.2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 มีการจัดทำแผนงานหรือแนวทางการปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานเชิงป้องกันข้อร้องเรียน ของลูกค้าครบทุกไตรมาส 3/66 เลขที่ พทท.(บค)103/2566	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 มีการจัดทำแผนงานหรือแนวทางการปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานเชิงป้องกันข้อร้องเรียน ของลูกค้าครบทุกไตรมาส 1/66 เลขที่ พทท.(บค)17/2566 มีการจัดทำแผนงานหรือแนวทางการปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานเชิงป้องกันข้อร้องเรียน ของลูกค้าครบทุกไตรมาส 2/66 เลขที่ พทท.(บค)33/2566 มีการจัดทำแผนงานหรือแนวทางการปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานเชิงป้องกันข้อร้องเรียน ของลูกค้าครบทุกไตรมาส 3/66 เลขที่ พทท.(บค)103/2566	ผบค.	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3, กฟส.

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

- SO2 พัฒนาระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ

ได้และยกระดับสู่โครงข่ายอัจฉริยะ (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้า

ตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้า

และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- SCM3 การรักษาระบบลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ที่มีความเสี่ยง

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- SCM3 การรักษาระบบลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ที่มีความเสี่ยง
3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ค่าความผูกพัน (Engagement score)

ของลูกค้าย่อยสำคัญที่มีความเสี่ยง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ค่าความผูกพัน (Engagement score)

ของลูกค้าย่อยสำคัญที่มีความเสี่ยง

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
แผนงานที่ 1 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาระบบข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนการให้บริการลูกค้า	1.1. ทบทวนรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ และแผนตามกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMT) ให้สอดคล้องตามค่าเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพการดูแลลูกค้า เป้าหมาย - ทบทวนและขออนุมัติรายชื่อลูกค้ารายสำคัญภายในเดือน ม.ค. 2566 - จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ ลงในโปรแกรม CRM Plus ให้เป็นปัจจุบัน	กฟฟ.1-3 (รวม กฟฟ.ในสังกัด)	ม.ค. 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 1 บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน) 2 บริษัท เอ็นจิง จำกัด 3 บริษัท เจริญสุขเภสัชภัณฑ์ จำกัด 4 บริษัท ยูจีน (ประเทศไทย) จำกัด 5 บริษัท โอม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด(มหาชน) 6 บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด (สาขาศาลายา) 7 บริษัท คาสเตย์ (ขอนแก่น)คอร์ปอเรชั่น จำกัด	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการทบทวนรายชื่อลูกค้ารายสำคัญแล้ว จำนวน 16 ราย จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าลงระบบ CRM Plus แล้ว 1. ม.มหิดล Meter ประธาน 115 kV (สนง.อธิการบดี) 2. บริษัท วินเนอร์ อินเดอร์ พลาส จำกัด 3. บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) 4. บ.เอไอเอส พลาสแมท จก. 5. ม.เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 6. บ.โรงงานเภสัชกรรม เกร็ดเตอร์ฟาร์ม่า จก. 7. บริษัทสรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด(สาขาศาลายา) 8. กรมการขนส่งทางบกสถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล 9. หจก.สำนักพิมพ์พิสิสเซ็นเตอร์ 10. ม.มหิดล ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล 11. ศูนย์การแพทย์ กาญจนนา 12. มหาวิทยาลัยมหิดล 13. บ.เกรตเตอร์ ฟาร์ม่า จก. 14. บ.เอ ไอเอส พลาสแมท จก. 15. บ.เน็ฟ ไปโอเทค จก. 16. บ.สุขภัย จก. ไตรมาส 3 1 บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน) 2 บริษัท เอ็นจิง จำกัด 3 บริษัท เจริญสุขเภสัชภัณฑ์ จำกัด 4 บริษัท ยูจีน (ประเทศไทย) จำกัด 5 บริษัท โอม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด(มหาชน) 6 บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด (สาขาศาลายา) 7 บริษัท คาสเตย์ (ขอนแก่น)คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ผบค.	กบส.(ก3), กฟฟ.1-3 กฟอ.พทพ.

32

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
แผนงานที่ 1 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนการให้บริการลูกค้า (ต่อ)	1.2. ดำเนินการตามแผนงาน กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management) 1.2.1 การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (Free Maintenance Service: FMS) เป้าหมาย การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้า โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ - ลูกค้ากลุ่ม Strategic จำนวน 46 ราย (ร้อยละ 100) - ลูกค้ากลุ่ม Star จำนวน 4 ราย (ร้อยละ 100) - ลูกค้ากลุ่ม Status จำนวน 396 ราย (ร้อยละ 100) 1.2.2 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ (Relation Building Activity : RBA) เป้าหมาย การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้า โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ กลุ่ม Strategic ร้อยละ 100 กลุ่ม Star ร้อยละ 100 กลุ่ม Status ร้อยละ 100 กลุ่ม Streamline ร้อยละ 40	กฟฟ.1-3 (รวม กฟฟ.ในสังกัด) กฟฟ.1-3 (รวม กฟฟ.ในสังกัด)	ม.ค.-ธ.ค. 2566 ม.ค.-ธ.ค. 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 จัดแผนดำเนินการบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ดังนี้ ลูกค้า Statagic ดำเนินการ ดังนี้ ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol) ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) ตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer) บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย ลูกค้า Status ดำเนินการ ดังนี้ ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol) ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ ตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer) สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 1 บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน) 2 บริษัท เอ็นจิง จำกัด 3 บริษัท เจริญสุขเภสัชศูนย์ชีว จำกัด 4 บริษัท ยูจิ้น (ประเทศไทย) จำกัด 5 บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด(มหาชน) 6 บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด (สาขาศาลายา) 7 บริษัท คาสเคย์ (ขอนแก่น)คอร์ปอเรชั่น จำกัด	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 จัดแผนดำเนินการบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ดังนี้ ลูกค้า Statagic ดำเนินการ ดังนี้ ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol) ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) ตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer) บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย ลูกค้า Status ดำเนินการ ดังนี้ ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol) ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ ตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer) สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการแล้ว จำนวน 16 ราย 1. ม.มหิตล Meter ประธาน 115 kV (สง.อธิการบดี) 2. บริษัท วินเนอร์ อินเดอร์ พลาส จำกัด 3. บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) 4. บ.เอไอเอส พลาสแมทซ์ จก. 5. ม.เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 6. บ.โรงงานเภสัชกรรม เกร็ดเตอร์ฟาร์ม่า จก. 7. บริษัทสรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด(สาขาศาลายา) 8. กรมการขนส่งทางบกสถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล 9. หจก.สำนักพิมพ์พิเลกส์เซ็นเตอร์ 10. ม.มหิตล ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล 11. ศูนย์การแพทย์ กาญจนนา 12. มหาวิทยาลัยมหิตล 13. บ.เกรทเตอร์ ฟาร์ม่า จก. 14. บ.เอ ไอเอส พลาสแมท จก. 15. บ.เน็พ โปโอเทค จก. 16. บ.สุขปัญญา จก. ไตรมาส 3 1 บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน) 2 บริษัท เอ็นจิง จำกัด 3 บริษัท เจริญสุขเภสัชศูนย์ชีว จำกัด 4 บริษัท ยูจิ้น (ประเทศไทย) จำกัด 5 บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด(มหาชน) 6 บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด (สาขาศาลายา) 7 บริษัท คาสเคย์ (ขอนแก่น)คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ผบค. ผบค.	กฟอ.พทพ. กบส.(ก3), กฟฟ.1-3 กฟอ.พทพ.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานระยะ ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานระยะ ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
แผนงานที่ 1 แผนงานสร้างความสัมพันธ์ เพื่อรักษาฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนการให้บริการลูกค้า (ต่อ)	1.2.3 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) บริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้าโดยการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication : COM) และบันทึกผลในโปรแกรม CRM Plus เป้าหมาย - 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. การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ/ลูกค้ามูลค่าสูง/ลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรม และลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ SPP โดยผู้บริหาร และกำหนด วัตถุประสงค์การเยี่ยมเยียนลูกค้าแต่ละรายที่ชัดเจนพร้อมบันทึกผลการเยี่ยม ในโปรแกรม CRM Plus เป้าหมาย ผชก.หรือผู้แทน จำนวน 3 ราย/ไตรมาส/กฟผ. ผจก.กฟฟ.ชั้น 1 จำนวน 8 ราย/ไตรมาส/กฟผ. ผจก.กฟฟ.ชั้น 2-3 จำนวน 6 ราย/ไตรมาส/กฟผ. ผจก.กฟส. จำนวน 3 ราย/ไตรมาส/กฟผ. *หมายเหตุ : สามารถพิจารณารูปแบบการเยี่ยมเยียนลูกค้าได้ 2 รูปแบบ 1. รูปแบบ Onsite 2. รูปแบบ Online Meeting ผ่านระบบออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ (ตามอนุมัติ ผวก. ลว. 29 ธ.ค. 2564 ต่อท้ายหนังสือ กสพ.(สข) 797/2564 ลว. 27 ธ.ค. 2564 อนุมัติปรับปรุงคู่มือการสร้างและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า)	กฟฟ.1-3 (รวม กฟฟ. ในสังกัด)	ม.ค.-ธ.ค. 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 Strategic ดำเนินการแล้ว >3 ครั้ง/ราย Status ดำเนินการแล้ว >1 ครั้ง/ราย 1. บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) สนใจบริการเปลี่ยน 2. บริษัท วินเนอร์ อินเตอร์ พลาซ่า จำกัด สนใจบริการบำรุงรักษา 3. กรมการขนส่งทางบกสถานีขนส่งสินค้าพุดมณฑล สนใจบริการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าแบบครบวงจร (ทำต่อเนื่อง) 4.บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน) สนใจงานสับเปลี่ยนสวิตช์ 5.บริษัท คาสเตย์ (ขอนแก่น)คอร์ปอเรชั่น จำกัด สนใจบริการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าแบบครบวงจร (ทำต่อเนื่อง)	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 Strategic ดำเนินการแล้ว >3 ครั้ง/ราย Status ดำเนินการแล้ว >1 ครั้ง/ราย 1. บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) สนใจบริการเปลี่ยนน้ำมันหม้อแปลง 2. บริษัท วินเนอร์ อินเตอร์ พลาซ่า จำกัด สนใจบริการบำรุงรักษาสถานี 115 เคริ 3. กรมการขนส่งทางบกสถานีขนส่งสินค้าพุดมณฑล สนใจบริการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าแบบครบวงจร (ทำต่อเนื่อง) 4.บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน) สนใจงานสับเปลี่ยนสวิตช์ใบมีด 115 kV 5.บริษัท คาสเตย์ (ขอนแก่น)คอร์ปอเรชั่น จำกัด สนใจบริการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าแบบครบวงจร (ทำต่อเนื่อง)	ผบค.	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3 กฟอ.พทพ.
		กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 1 บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน) 2 บริษัท เย็นจิง จำกัด 3 บริษัท เจริญสุขเภสัชศูนย์ชีว จำกัด 4 บริษัท ยูจีน (ประเทศไทย) จำกัด 5 บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด(มหาชน) 6 บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด (สาขาศาลายา) 7 บริษัท คาสเตย์ (ขอนแก่น)คอร์ปอเรชั่น จำกัด	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 ผจก.เข้าเยี่ยมลูกค้าแล้ว จำนวน 6 ราย/ไตรมาส ดำเนินการแล้ว จำนวน 16 ราย 1. ม.มทิดล Meter ประชาน 115 KV (สง.อธิการบดี) 2. บริษัท วินเนอร์ อินเตอร์ พลาซ่า จำกัด 3. บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) 4. บ.เอไอเอส พลาซ่าแม่ทจ. จก. 5. ม.เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 6. โรงงานเภสัชกรรม เครือเตอร์ฟาร์ม่า จก. 7. บริษัทสรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด(สาขาศาลายา) 8. กรมการขนส่งทางบกสถานีขนส่งสินค้าพุดมณฑล 9. หจก.สำนักพิมพ์พิสิทธ์เซ็นเตอร์ 10. ม.มทิดล ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษกคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล 11. ศูนย์การแพทย์ กาญจนาวา 12. มหาวิทยาลัยมหิดล 13. บ.เกรทเตอร์ ฟาร์ม่า จก. 14. บ.เอ ไอเอส พลาซ่าแม่ท จก. 15. บ.เน็ท ไปโอเทค จก. 16. บ.สุขัญญ จก. ดำเนินการแล้วไตรมาส 3 1 บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน) 2 บริษัท เย็นจิง จำกัด 3 บริษัท เจริญสุขเภสัชศูนย์ชีว จำกัด 4 บริษัท ยูจีน (ประเทศไทย) จำกัด 5 บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด(มหาชน) 6 บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด (สาขาศาลายา) 7 บริษัท คาสเตย์ (ขอนแก่น)คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ผบค.	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3, กฟส. กฟอ.พทพ.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
แผนงานที่ 1 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนการให้บริการลูกค้า (ต่อ)	1.4. จัดประชุมสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟฟ. ที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน เป้าหมาย กฟฟ.3 จำนวน 16 กฟฟ. (ยกเว้น บพล. ดบ.) หมายเหตุ : <u>ปรับลดได้ตามความเหมาะสม</u>	กฟฟ. ที่เข้าหลักเกณฑ์	เม.ย.-ธ.ค. 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 อยู่ระหว่าง กบล. จัดแผนให้ดำเนินการ	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 อยู่ระหว่าง กบล. จัดแผนให้ดำเนินการ เบื้องต้นมีแผนจัดประชุมช่วงเดือน พ.ย.66	ผบค.	กฟฟ. ที่เข้าหลักเกณฑ์ กฟอ.พทพ.
	1.5. การมอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ/มอบของที่ระลึกสำหรับจัดกิจกรรม นันทนาการ/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ เป้าหมาย - กลุ่ม Strategic ทุกราย ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี - กลุ่ม Star, Status ให้พนักงาน KAMR พิจารณาตามความเหมาะสม - กิจกรรมนันทนาการ/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ สำหรับลูกค้า พิจารณาตามความเหมาะสม	กฟฟ.1-3 (รวม กฟฟ. ในสังกัด)	ม.ค.-ธ.ค. 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการแล้วไตรมาส 3	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการแล้ว มอบของที่ระลึกช่วงปีใหม่ 2566 ดำเนินการแล้ว มอบของที่ระลึกออกหน่วยงานของหน่วยงานราชการ	ผบค.	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3 กฟอ.พทพ.
	1.6. การสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/ แหล่งข้อมูลอื่นๆ โดยการติดต่อสื่อสาร/เยี่ยมเยียน เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ เช่น การใช้ไฟฟ้า, ขยายระบบไฟฟ้าและการวางแผนการจ่ายไฟฟ้า เป็นต้น เป้าหมาย รายงานสรุปผลการติดต่อสื่อสาร/เยี่ยมเยียน ทุกไตรมาส (ตามแบบฟอร์มรายงาน BOI CRM-NCS-002)	กฟฟ.1-3	ม.ค.-ธ.ค. 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการแล้ว ใน crm.pea.co.th	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 ดำเนินการแล้ว ใน crm.pea.co.th	ผบค.	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3 กฟอ.พทพ.

แผนปฏิบัติการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 (ภาคกลาง) จ.นครปฐม ประจำปี 2566 (ทบทวนครั้งที่ 1 ปี 2566) ด้าน Customer

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
*** แผนเพิ่มเติม กฟภ.3 ***	1. แต่งตั้งทีมงานธุรกิจเสริม (BU Team) ประจำ กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และเร่งรัดการหารายได้ธุรกิจเสริม <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. จัดทำรายชื่อทีมงานธุรกิจเสริม (BU Team) - กบล.(ก3) ขออนุมัติรายชื่อทีมงานธุรกิจเสริม ประจำ กฟฟ. ชั้น 1-3 และ กฟส. พร้อมกำหนดหน้าที่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเร่งรัดการหารายได้ธุรกิจเสริม - ทีมงานธุรกิจเสริม (BU Team) ดำเนินการหารายได้ งานธุรกิจเสริมตามช่องทาง และ แนวทางคณะกรรมการธุรกิจเสริมฯ กำหนด หรือวิธีการอื่น ๆ - กบล.(ก3) สรุปรายงานผลแจ้ง กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ทราบภายใน 30 วัน หลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2566 ม.ค.-ก.พ. 2566 มี.ค. 2566 เม.ย.-ธ.ค. 2566 เม.ย.-ธ.ค. 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 แต่งตั้งทีมงานธุรกิจเสริมแล้ว ตามหนังสือ เลขที่ ก.3 กบล.(บธ.) 829/2566 ลว. 21 มี.ค. 66	ผบค.	กบล.(ก3), กฟฟ.1-3, กฟส. กฟอ.พทพ.
				ดำเนินการแล้วเสร็จในไตรมาสที่ 1			
	2. จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าที่ใช้งานบำรุงรักษาและระบบแจ้งเตือน (Alert Bot) ประวัติการครบรอบการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าแบบครบวงจร (Service Package) <u>เป้าหมาย</u> - กบล.(ก3) กำหนดแบบฟอร์มการรายงานเข้าพบลูกค้าฯ - กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. ดำเนินการเข้าพบลูกค้าหลังได้รับการแจ้งเตือน (Alert Bot) ทุกราย - กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. บันทึกผลลงในแบบฟอร์มรายงานผลการเข้าพบลูกค้า - กบล.(ก3) สรุปผลการดำเนินงาน พร้อมรายงานผลเป็นรายไตรมาส	กฟฟ.1-3 (รวม กฟฟ. ในสังกัด)	ม.ค.-ธ.ค. 2566 ม.ค.-ก.พ. 2566 มี.ค.-ธ.ค. 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 บริษัท มิตรซู ออโตเวิร์ค 2020 จำกัด สำนักงานขนส่งสาย 5 ม.มทิล โรงเรียนสาธิต นานาชาติ ม.มทิล สถาบันส่งเสริมงานสอบสวน คุณมุกดา เฉลิมพรพิณีจ	ผบค.	กบล. กฟฟ.1-3 กฟอ.พทพ.
				โรงเรียนสาธิต นานาชาติ ม.มทิล สถาบันส่งเสริมงานสอบสวน คุณมุกดา เฉลิมพรพิณีจ			
36							
*** แผนเพิ่มเติม กฟภ.3 ***	3. การติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าผ่านกล่องประเมินความพึงพอใจแบบแป้นกด (Smile Box) หรือแบบ Touch Screen งานชำระค่าไฟฟ้า - กฟย. นำผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าจากระบบ Customers' Smile Feedback มาสรุปวิเคราะห์ และกำหนดแนวทางการปรับปรุง กรณีลูกค้ากดประเมินต่ำกว่าระดับ 3 (ที่กดประเมิน 1,2) <u>เป้าหมาย</u> - สัดส่วนการกดประเมินเทียบกับจำนวนคิวทั้งหมด กฟย. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนคิวทั้งหมด - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 4.4859 - กบล.(ก3) ติดตามและรายงานสรุปผลวิเคราะห์การประเมินฯในภาพรวมของ กฟภ.3 ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส หมายเหตุ : พนักงาน Front Manager ประจำ กฟฟ. ต้นสังกัด เป็นผู้ดำเนินงานและ บันทึกข้อมูลลงในโปรแกรม Customers' Smile Feedback	กฟย.	ม.ค.-ธ.ค.2566	ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง		กบล.(ก3), กรท.(ก3), กฟย.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 3 /2566	ผลการดำเนินงานสะสม ไตรมาส 1-3 /2566	ผู้รับผิดชอบ รายงานผล	12. หน่วยงานหลัก
	4. การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายใหญ่/ ลูกค้าที่พบปัญหาการใช้ไฟฟ้า และลูกค้าหน่วยงาน โดยผู้บริหาร วัตถุประสงค์การเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละรายที่ชัดเจนพร้อมบันทึกผล การเยี่ยมในโปรแกรม CRM Plus เป้าหมาย ผวก.กฟย. อย่างน้อย 1 รายขึ้นไป/ไตรมาส หรือตามความเหมาะสม *หมายเหตุ : สามารถพิจารณารูปแบบการเยี่ยมเยือนลูกค้าได้ 2 รูปแบบ 1. รูปแบบ Onsite 2. รูปแบบ Online Meeting ผ่านระบบออนไลน์ แพลตฟอร์มต่างๆ (ตามอนุมัติ ผวก. ลว. 29 ธ.ค. 2564 ต่อท้ายหนังสือ กลพ.(สข)797/2564ลว. 27 ธ.ค. 2564 อนุมัติปรับปรุงคู่มือการสร้าง และการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า)	กฟย.	ม.ค.-ธ.ค. 2566	ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง		กบล.(ก3) กฟย.
37							
*** แผนเพิ่มเติม กฟก.3 ***	5. สํารวจความพึงพอใจของลูกคํารายสําคัญที่มีต่อการให้บริการของ กฟภ. ทั้ง 3 ประเภท ทั้ง 3 ประเภท - การบริการเสริมโดยไมเคิดคําใชจําย (FMS) - การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (RBA) - การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (COM) เป้าหมาย - กบล.(ก3) จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจฯ ผ่านทาง Google Form - KAMR ประจำ กฟภ. ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจลูกค้ารายสําคัญ หลังได้รับ บริการเสริมพิเศษโดยไมเคิดคําใชจําย - กบล.(ก3) สรุปรายงานผลแจ้งให้ กฟภ.1-3 ทราบทุกไตรมาส - กฟภ.ชั้น 1-3 จัดทำแนวทางการปรับปรุงกรณีระดับความพึงพอใจแต่ละด้าน ตํากว่า 4.4489	กฟภ.1-3 (รวม กฟภ. ในสังกัด)	ม.ค.-ธ.ค 2566	สถานะเดือน ก.ค.-ก.ย.66 ไตรมาส 3 /2566 ไม่มีการบริการ	สถานะเดือน ม.ค.-ก.ย.66 ไตรมาส 1/2566 ยังไม่มีการ ดำเนินการบริการเสริม โดยไมเคิดคําใชจําย ไตรมาส 2 /2566 ม.มทิตล บ.วินเนอร์ จก	ผบค.	กบล.(ก3) กฟอ.พทท. กฟภ.1-3