

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาลิทธิพันธ์เพื่อสนองความต้องการ
และความคาดหวังของลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า
 - (1) กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - (2) กลุ่มพาณิชย์
 - (3) กลุ่มอุตสาหกรรม
 - (4) กลุ่มอื่นๆ
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ
(Key Account)

4. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.31
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.30
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.26
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.32
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.34
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.14

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาลิทธิพันธ์เพื่อสนองความต้องการ
และความคาดหวังของลูกค้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า
 - (1) กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - (2) กลุ่มพาณิชย์
 - (3) กลุ่มอุตสาหกรรม
 - (4) กลุ่มอื่นๆ
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ
(Key Account)

7. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.31
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.30
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.26
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.32
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.34
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.14

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
<u>แผนงานที่ 1</u> โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาดประจำปี 2560	1.2 การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า โดยสายงานฯ และ กฟช. ดำเนินการเอง จำแนกตามกลุ่มลูกค้าที่สอดคล้องตามบริบทขององค์กร และสามารถเทียบเคียงกับผลการสำรวจประจำปี 2559 โดยที่ปรึกษาภายนอก <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ. ชั้น 1-3 ดำเนินการสำรวจและบันทึกผลการสำรวจ	กฟจ.ปจ. กฟส.ปจค. กฟส.บส.	ม.ค.-ส.ค.2560 เม.ย.-มิ.ย.2560	ผบค., ผบต.		

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)

19

แผนงานที่ 2 งานพัฒนาการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าจากการรับฟังเสียงลูกค้า	2.1 การติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าทางโทรศัพท์ โดยสอบถามความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการไม่เกิน 15 วัน พร้อมทั้งวิเคราะห์ความพึงพอใจและความคิดเห็นจากลูกค้า 2.1.1 สุ่มและโทรศัพท์สำรวจลูกค้าโดย กบล. จำนวนตามประเภทบริการ ดังนี้ - งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์ (ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส/กฟฟ.ชั้น 1-3) - งานขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์ (ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส/กฟฟ.ชั้น 1-3) - งานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย (ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส/กฟข.) หมายเหตุ กรณี กฟฟ. มีผู้ใช้บริการน้อยกว่าเป้าหมาย ให้ กบล. สุ่มรายชื่อจาก กฟฟ. อื่นเพิ่มเติม	กฟจ.ปจ. กฟส.ปจค. กฟส.บส.	ม.ค.-ธ.ค.2560	ผบค., ผบต.		
---	--	---	----------------------	-----------------------	--	--

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
	<u>เป้าหมาย</u> รายงานผลทุกไตรมาส - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 4.31					

20

	2.1.2 สุ่มและโทรศัพท์สำรวจลูกค้าโดย กฟฟ. ชั้น 1-3 และ กฟส. โดยจำนวนการสุ่มสำรวจพิจารณาจากร้อยละ ของจำนวนคำร้องที่ติดตั้งมิเตอร์และจ่ายไฟแล้ว ตามประเภทบริการดังนี้ - งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 - งานขอขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 - งานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 <u>หมายเหตุ</u> ไม่รวมคำร้องประเภทบ้านจัดสรร, อาคารชุด <u>เป้าหมาย</u> รายงานผลทุกเดือน - กฟฟ.ชั้น 1-3 ทุกแห่ง (รวม 25 แห่ง) - วิเคราะห์และสรุปผลรายงานทุกเดือน	กฟจ.ปจ. กฟส.ปจค. กฟส.บส.	ม.ค.-ธ.ค.2560	ผบค., ผบต.		
--	--	---	---------------	-----------------------	--	--

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
	2.1.3 นำเข้าข้อมูลหมายเลขโทรศัพท์ของลูกค้า รายใหม่ในระบบ CS ครบทุกราย <u>เป้าหมาย</u> ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90	กฟจ.ปจ. กฟส.ปจค. กฟส.บส.	ม.ค.-ธ.ค.2560	ผบค. ผบต.		

21

	2.2 การติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าทางไปรษณีย์ ความพึงพอใจและความคิดเห็นจากลูกค้า <u>โดยจัดส่ง</u> <u>แบบสำรวจให้ผู้ให้บริการ</u> ตามประเภทบริการดังนี้ - งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของปริมาณคำร้องทั้งหมด - งานขอขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์ ทุกราย - งานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย ทุกราย <u>เป้าหมาย</u> รายงานผลทุกไตรมาส - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 4.31	กฟจ.ปจ. กฟส.ปจค. กฟส.บส.	ม.ค.-ธ.ค.2560	ผบค. ผบต. ผมต.		
--	---	--------------------------------	---------------	----------------------	--	--

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)

22

	2.3 การติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าผ่านกล่องประเมินความพึงพอใจแบบแป้นกด (Smile Box) 2.3.1 วิเคราะห์และสรุปผลการประเมินความพึงพอใจแบบแป้นกด (Smile Box) <u>เป้าหมาย</u> รายงานผลทุกเดือน - สัดส่วนการกดประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของจำนวนคิวทั้งหมด - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 4.31	กฟจ.ปจ.	ม.ค.-ธ.ค.2560	ผบป.	-	-
	2.3.2 ติดตั้งระบบประเมินความพึงพอใจ	กฟจ.ปจ.	ม.ค.-ธ.ค.2560	ผบค.	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
	แบบแป้นกด (Smile Box) สำหรับเคาน์เตอร์บริการ <u>เป้าหมาย</u> กฟฟ. ชั้น 1-3 ทุกแห่ง					

23

	2.4 เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่ร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ โดยกำหนดระยะเวลาการตอบสนองและปิดข้อร้องเรียนตามกลุ่มลูกค้าและประเภทเรื่องร้องเรียน ดังนี้ 1) กลุ่มลูกค้า - กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าในพื้นที่แข่งขันกับ SPP ภายใน 5 วัน - กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ ภายใน 15 วัน - กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มพาณิชย์ ภายใน 20 วัน	กฟจ.ปจ. กฟส.ปจค. กฟส.บส.	ม.ค.-ธ.ค.2560	ผบค. ผบต. นบข.9	-	-
--	---	---	----------------------	--------------------------------	---	---

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
	- กลุ่มที่ 4 กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัยและ กลุ่มอื่นๆ ภายใน 25 วัน 2) เรื่องร้องเรียนสำคัญเร่งด่วน ภายใน 3 วัน <u>เป้าหมาย</u> - รายงานผลทุกไตรมาส - สามารถปิดข้อร้องเรียนตามเกณฑ์การปรับปรุง ประสิทธิภาพข้อร้องเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80					

24

	2.5 นำผลวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจ การติดตาม ข้อมูลป้อนกลับ และข้อร้องเรียนมาปรับปรุงประสิทธิภาพ การให้บริการ/ปรับปรุงกระบวนการทำงาน 2.5.1 นำข้อเสนอแนะจากโครงการสำรวจเพื่อการ เรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาดประจำปี 2559 โดย ที่ปรึกษาภายนอก มาพิจารณาจัดทำแผนพัฒนาการ ให้บริการ/ปรับปรุงกระบวนการทำงาน <u>เป้าหมาย</u> รายงานผลการจัดทำแผนปรับปรุงการ ให้บริการ/กระบวนการทำงาน ภายในไตรมาส 2/2560	กฟจ.ปจ. กฟส.ปจค. กฟส.บส.	เม.ย.-มิ.ย.2560	นบข.9	-	-
					-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
	2.5.2 นำผลการสำรวจความพึงพอใจและติดตามข้อมูลป้อนกลับ ตามข้อ 1.2, 2.1, 2.2, 2.3 ในกรณีผลการประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 4.31 รวมถึงผลการจัดการข้อร้องเรียนตามข้อ 2.4 มาพิจารณาจัดทำแผนพัฒนาการให้บริการ/ปรับปรุงกระบวนการทำงาน <u>เป้าหมาย</u> รายงานผลการจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการ/กระบวนการทำงาน ทุกไตรมาส	กฟจ.ปจ. กฟส.ปจค. กฟส.บส.	ม.ค.-มี.ค.2560	ผบค. ผบต. นบช.9		

25

<u>แผนงานที่ 3</u> การสนับสนุนการทำธุรกรรมที่สำคัญของลูกค้า	3.1 ประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการให้บริการและการสนับสนุนลูกค้าในการทำธุรกรรมที่สำคัญ 1) การขอใช้ไฟ 2) การชำระค่าไฟฟ้า 3) การรับแจ้งและติดตามไฟฟ้าขัดข้อง <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ. ชั้น 1-3 ดำเนินการสำรวจ	กฟจ.ปจ. กฟส.ปจค. กฟส.บส.	ม.ค.-ก.ย.2560 เม.ย.-มิ.ย.2560	ผบค., ผบต.	-	-
--	---	---	---	-----------------------	---	---

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)

26

<u>แผนงานที่ 4</u> นำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการวัดกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	4.1 ขยายผลบริการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่านนวัตกรรม Smart Invoice สำหรับลูกค้ารายใหญ่ โดยการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่าน E-mail หรือโทรสารแบบอัตโนมัติ <u>เป้าหมาย</u> - ลูกค้ารายใหญ่รายใหม่ (ปี 2560) ร้อยละ 100* - ลูกค้ารายใหญ่รายเดิม สะสมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนลูกค้ารายใหญ่ทั้งหมด (สถานะ ธ.ค.2559)	กฟจ.ปจ. กฟส.ปจค. กฟส.บส.	ม.ค.-ธ.ค.2560	ผบป., ผบง. (รายใหญ่)	-	-
--	---	---	---------------	---	---	---

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
	รวมจำนวน 3,379 ราย** <u>หมายเหตุ</u> *ไม่รวมลูกค้าที่ไม่ประสงค์สมัครรับบริการ **กำหนดเป้าหมายในขั้นต้นจากข้อมูลจำนวนลูกค้ารายใหญ่ สถานะ ส.ค. 2559 4.2 ขยายผลบริการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่านนวัตกรรม Smart Invoice สำหรับลูกค้ารายย่อย โดยการจัดทำระบบการส่งข้อความสั้น (SMS) ให้สามารถเรียกรายละเอียดการแจ้งค่าไฟฟ้าได้ <u>เป้าหมาย</u> ขยายผล กฟฟ. ทุกแห่ง	กฟจ.ปจ. กฟส.ปจค. กฟส.บส.	ม.ค.-ธ.ค.2560	ผบป., ผบง.	-	-