

แผนปฏิบัติการประจำปี 2565 (ทบทวนครั้งที่ 1)	ด้านเป้าหมาย (Goal)															แบบฟอร์ม กยส.ศป.01
สายงานการไฟฟ้า ภาค 1																
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร											4. เป้าหมาย			
SO4 ยกระดับผลประโยชน์		- อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์รวม (ROA)											ร้อยละ 3.72			
และทิศทางของ PEA Portfolio		- การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (CPI-X)											30,194 ล้านบาท			
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน											7. เป้าหมาย			
		- ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานส่วนกลาง											ร้อยละ 96			
		- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนภูมิภาค											รอลค่าเป้าหมาย			
8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10	11	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผลดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
		สถานที่	ช่วงเวลา	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
เกณฑ์ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนกลาง																
1.แผนการบริหารค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงาน(ส่วนกลาง)	1.1 บริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายที่ควบคุมได้ 7 ประเภทของหน่วยงานในสังกัด สรก.(ก1) ส่วนกลาง ให้อยู่ในกรอบวงเงินงบประมาณทำการประจำปี 2565 ตามเกณฑ์ กฟผ.	ผอภ.(ก1)	ไตรมาสที่ 1-4													
	เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟผ. ระดับ 5												ผสจ.กจจ.			
	ผอภ.(ก1) ไม่เกินร้อยละ 96 ของกรอบวงเงินงบประมาณ		ทุกไตรมาส	96	28.16								(ก1)			
เกณฑ์ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนภูมิภาค																
2.แผนการบริหารค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงาน(ส่วนภูมิภาค)	2.1 บริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของ กฟข. ให้อยู่ในกรอบวงเงินงบประมาณทำการปี 2565 ตามเกณฑ์ กฟผ.	กฟน.3	ไตรมาสที่ 1-4													
	เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟผ. ระดับ 5 (อนุมัติ ผวก.กบป.(งท.)102/2565 ลงวันที่ 14 มี.ค.65) น.3 ระดับ 5 ไม่เกิน 718.707 ล้านบาท		ทุกไตรมาส	190.25	154.495								ผงป.กขข.			
3.แผนการบริหารและควบคุมค่าใช้จ่าย ที่ควบคุมได้ 7 ประเภท (ส่วนภูมิภาค) ระดับ 5 ร้อยละ 94.60 ระดับ 4 ร้อยละ 96.41 ระดับ 3 ร้อยละ 98.20 ระดับ 2 ร้อยละ 100 ระดับ 1 ร้อยละ 101.80	3.1 บริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายที่ควบคุมได้ 7 ประเภท ให้อยู่ในกรอบวงเงินงบประมาณทำการปี 2565	กฟน.3	ไตรมาสที่ 1-4													
	เป้าหมาย ตามข้อสั่งการของ ผวก. 2565 น.3 ไม่เกินร้อยละ 96.37		ทุกไตรมาส	ร้อยละ 94.60	ร้อยละ 72.70								ผงป.กขข.			
4.แผนอบรมให้ความรู้ด้าน งบประมาณ (ส่วนภูมิภาค)	4.1 อบรมความรู้พื้นฐานสำคัญแก่ พนักงาน/ผู้เกี่ยวข้อง ของ กฟข. เป้าหมาย ดำเนินการภายใน ไตรมาส 2/2565 น.3 ภายในไตรมาส 2	กฟน.3	ไตรมาสที่ 2										ผงป.กขข.			
	4.2 OJT ให้ความรู้พื้นฐานสำคัญ แก่ พนักงาน/ผู้เกี่ยวข้อง เรื่องการจำแนกประเภทรายจ่ายของ กฟผ. และชี้แจงค่าใช้จ่ายที่สามารถยกเว้นออกได้ ทั้งรายการและวิธีการ เป้าหมาย ดำเนินการภายใน ไตรมาส 2/2565 น.3 ภายในไตรมาส 2	กฟน.3	ไตรมาสที่ 2 ไตรมาสที่ 2										ผงป.กขข.			

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

แผนปฏิบัติการประจำปี 2565
(ทบทวนครั้งที่ 1)

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 2 ระดับเจ้าหน้าที่มี
ประสิทธิภาพ
และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน
- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50
ร้อยละ 40
ร้อยละ 100
ร้อยละ 70
ระดับ 4.4234

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10 สถานที่ สถานที่	11 ช่วงเวลา ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ท้าการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
ตอบแผนปฏิบัติการ กฟผ. ปี 2565 (SCM2.2)																
1. แผนงานบริหารการปิดให้บริการ ศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop	1.1 กฟช. และ กฟพ. ดำเนินการปิด PEA Shop ตามแผนงาน เป้าหมาย 3 แห่ง (ภายในปี 2565) กฟน.3 - แห่ง	กฟน1-3	ไตรมาส 1-4										กฟน1-3			
ตอบแผนปฏิบัติการ กฟผ. ปี 2565 (SCM3.1)																
รักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)	2.1 รวบรวม/ทบทวน และ พิจารณารายชื่อลูกค้ารายสำคัญ เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง กฟน.3 1 ครั้ง	กฟน1-3	ไตรมาส 1		1	1								ผลส.กบด.		
	2.2 กำหนดสิทธิประโยชน์ลูกค้ารายสำคัญ ได้แก่ การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง กฟน.3 ปีละ 1 ครั้ง	กฟน 1-3	ไตรมาส 1			1	1							ผลส.กบด.		
	2.3 แผนการดำเนินงานที่สำคัญและค่าเป้าหมายหลังจาก การกำหนดสิทธิประโยชน์ของ ลูกค้ารายสำคัญ (CRM-KAM-001 , CRM-KAM-002) เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง กฟน.3 ปีละ 1 ครั้ง	กฟน1-3	ไตรมาส 1				1	1						ผลส.กบด.		

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 2 ระบบจำหน่ายที่มี
ประสิทธิภาพ
และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน
- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

ร้อยละ 40
ร้อยละ 100
ร้อยละ 70
ระดับ 4.4234

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10	11	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ท้าการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
		สถานที่	ช่วงเวลา	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	2.4 จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า พนักงานและแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญลงในระบบฐานข้อมูล สารสนเทศฯ CRM plus เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง กพ.น.3 ปีละ 1 ครั้ง	กพ.น.1-3	ไตรมาส 1		1		1						ผลส.กบด.			
	2.5 จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามแผนฯ (CRM-KAM-003) - กรณีของลูกค้าที่มีนัยสำคัญเร่งด่วนรายงานสรุปประเด็นเสี่ยงของลูกค้า - ติดตามผล และสรุปรายงานผลการตอบสนองของลูกค้า เป้าหมาย รายงานผลการตอบสนองของลูกค้าจากการจัดการเสี่ยงของลูกค้าแล้วเสร็จภายใน 5 วันทำการ กพ.น.3 100%	กพ.น.1-3	ไตรมาส 1-4		100%		100%						ผลส.กบด.			
	2.6 บันทึกข้อมูลการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าลงในระบบสารสนเทศภายใน 7 วันหลังจาก จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM Plus , PEA-VOC System) เป้าหมาย มีการบันทึกข้อมูลแล้วเสร็จตามที่กำหนด กพ.น.3 100%	กพ.น.1-3	ไตรมาส 1-4		100%		100%						ผลส.กบด.			
	2.7 ติดตามผลการดำเนินงาน และสรุปสารสนเทศเสี่ยงลูกค้าจากการจัดการความสัมพันธ์ กับลูกค้า เป้าหมาย รายงานผลการดำเนินงานและสรุปการจัดการเสี่ยง ของลูกค้าจากการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM-KAM-004) , (VOC-60-001) กพ.น.3 ไตรมาสละ 1 ครั้ง	กพ.น.1-3	ไตรมาส 1-4		1		1						ผลส.กบด.			

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 2 ระบบจำหน่ายที่มี
ประสิทธิภาพ
และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน
- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

ร้อยละ 40
ร้อยละ 100
ร้อยละ 70
ระดับ 4.4234

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10	11	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ท้ากร	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
		สถานที่	ช่วงเวลา	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	2.8 สรุปข้อมูลรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้ารายสำคัญ เพื่อสำรวจความพึงพอใจ โดยหน่วยงานภายนอก	กฟน1-3	ไตรมาส 1-4										ผลส.กบด.			
	เป้าหมาย รายงานสรุปข้อมูลรายชื่อและผู้ประสานงานของลูกค้า รายสำคัญ ภายใน ก.ค.2564 (CRM-KAM-005) กฟน.3 1 ครั้ง			-	-											
	2.9 สรุปผลความพึงพอใจของลูกค้าต่อเจ้าหน้าที่ KAM จากผลสำรวจโดยหน่วยงาน ภายนอก	กฟน.1-3	ไตรมาส 4													
	เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง กฟน.3 1 ครั้ง			-	-											
	2.10 การเยี่ยมเยียนลูกค้าและบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้า ลงในโปรแกรม CRM Plus															
	2.10.1 ลูกค้ารายใหญ่	กฟน1-3	ไตรมาส 1-4										ผลส.กบด.			
	เป้าหมาย กฟน.3 541 ราย			-	-											
	2.10.2 ลูกค้า High Value (กลุ่ม H)	กฟน1-3											ผลส.กบด.			
	เป้าหมาย กฟน.3 79 ราย			78	78											

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO 2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ

และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า

และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ

- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)

กลุ่มภาครัฐ

- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่ปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด

- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.

- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน

- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key

- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.4718

ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 50

ร้อยละ 40

ร้อยละ 100

ร้อยละ 70

ระดับ 4.4234

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย

- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)

กลุ่มภาครัฐ

- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่ปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.4718

ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	2.11 การเขียนแผนลูกค้าโดยผู้บริหารระดับสูง และบันทึกผลการเขียนแผนลูกค้าลงในระบบ CRM Plus	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4										ผลส.กบส.			
	เป้าหมาย 1. ผชก.(น3) 12 ราย 2. ผจก.กฟฟ 1 ไตรมาสละ 8 ราย 3. ผจก.กฟฟ 2 - 3 ไตรมาสละ 6 ราย 4. ผจก.กฟส. ไตรมาสละ 3 ราย			3	-											
	2.12 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4										ผลส.กบส.			
	เป้าหมาย (เฉพาะ กฟฟ.ที่มีรายได้เกิน 100 ลบ./เดือน) กฟน.3 9 แห่ง			-	-											
3. แผนงานนำระบบ Digital CRM	3.1 ขยายผลการใช้งานระบบ Digital CRM ไปยังกลุ่มเป้าหมาย	กฟน.1-3	ไตรมาส 4										กฟน.3			
มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า	เป้าหมาย รว ผลต. กำหนด															
	กฟน.3 รว ผลต. กำหนด			-	-											

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 2 ระบบจำหน่ายที่มี
ประสิทธิภาพ
และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่ปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน
- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

ร้อยละ 40
ร้อยละ 100
ร้อยละ 70
ระดับ 4.4234

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่ปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
ตอบแผนปฏิบัติการ กฟผ. ปี 2565 (SCM3.2)																
4. แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพในการ บริหารจัดการความต้องการ ความ คาดหวังของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ	4.1 ดำเนินการสำรวจความต้องการและความคาดหวัง ของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญในเชิงลึก	กฟน.1-3	ไตรมาส 2										กฟน.3			
	เป้าหมาย รอ ผลต. กำหนด กฟน.3 รอ ผลต. กำหนด			-	-											
	4.2 ขยายผลการใช้งานแผนเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร จัดการต้องการความคาดหวังของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ	กฟน.1-3	ไตรมาส 4										กฟน.3			
	เป้าหมาย รอ ผลต. กำหนด กฟน.3 รอ ผลต. กำหนด			-	-											
ตอบเกณฑ์ enablers ของสายงานฯ ประจำปี 2565																
5. แผนงานพัฒนามาตรฐานการ บริการ	5.1 การขอใช้ไฟใหม่ในเขตชุมชน/เทศบาล ระบบแรงต่ำขนาดมิเตอร์ไม่เกิน 30 A. 1 เฟส และเป็นไปตามมาตรฐานพร้อมที่จะติดตั้งมิเตอร์ 1 วันทำการ	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4										ผบธ.กบส.			
	เป้าหมาย กฟน.3 80%ของคำร้องทั้งหมด			80%	76.83											
	5.2 การขอใช้ไฟใหม่นอกเขตชุมชน/เทศบาล ระบบแรงต่ำขนาดมิเตอร์ไม่เกิน 30 A. 1 เฟส และเป็นไปตามมาตรฐานพร้อมที่จะติดตั้งมิเตอร์ 3 วันทำการ	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4										ผบธ.กบส.			
	เป้าหมาย กฟน.3 80%ของคำร้องทั้งหมด			80%	93.94											
	5.3 ได้รับการรับรองมาตรฐานตามโครงการ GECC ศูนย์ราชการสะดวก	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4										คณะ ทำงานฯ			
	เป้าหมาย กฟน.3 70% ของจำนวน กฟฟ. ที่ผ่านใบสมัคร			80%	93.94											

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO 2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ

และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า

และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ

- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)

กลุ่มภาครัฐ

- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด

- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.

- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน

- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key

- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.4718

ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 50

ร้อยละ 40

ร้อยละ 100

ร้อยละ 70

ระดับ 4.4234

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย

- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)

กลุ่มภาครัฐ

- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.4718

ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
6. แผนงานตอบสนองต่อเสียง ของลูกค้า	6.1 กำหนดกิจกรรม/แผนงาน/โครงการ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวัง ของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง (ภายในวันที่ 31 มีนาคม 2565) กฟน.3 1 ครั้ง	กฟน1-3	ไตรมาส 1	1	1								ผลส.กบด.			
	6.2 รายงานผลการดำเนินการตามแบบฟอร์ม VOC-60-002 ภายใน 20 วัน หลังสิ้น ไตรมาส เป้าหมาย ไตรมาสละ 1 ครั้ง (ตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ปี 2565) กฟน.3 ไตรมาสละ 1 ครั้ง	กฟน 1-3	ไตรมาส 2-4	-	-								ผลส.กบด.			
	6.3 นำข้อมูลเสียงของลูกค้าทุกช่องทางที่เกี่ยวข้อง ไปใช้ในการทบทวนปรับปรุง กระบวนการทำงาน /แผนปฏิบัติการสายงานปี 2565 เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง (ภายในเดือน กันยายน ปี 2565) คณะทำงานแผนปฏิบัติการสายงาน ปีละ 1 ครั้ง	กฟน 1-3	ไตรมาส 3	-	-								คณะทำงาน ผลส.กบด.			
7. แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการ จัดการข้อร้องเรียน	7.1 ติดตามผลการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียนที่เริ่มใช้ในไตรมาส 4/2563 โดยกำหนด SLA แยกตามประเภทข้อร้องเรียนและโดยรวมข้อร้องเรียนทั่วไปปิดได้ ภายใน 30 วัน เป้าหมาย 100% (ค่าเกณฑ์วัดระดับ 5) กฟน.3 100%	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4	100%	100%								ผลส.กบด.			
	7.2 ติดตามผลการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียนข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 15 วัน เป้าหมาย 90% (ค่าเกณฑ์วัดระดับ 5) กฟน.3 90%	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4	80%	88%								ผลส.กบด.			

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 2 ระบุเป้าหมายที่มี
ประสิทธิภาพ
และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่ปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน
- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

ร้อยละ 40
ร้อยละ 100
ร้อยละ 70
ระดับ 4.4234

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย
- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่ปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10	11	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ท้าการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
		สถานที่	ช่วงเวลา	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	7.3 ติดตามผลการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการซื้อเครื่องเรียนแยกประเภท (ด้านบริการ)	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4													
	- ซื้อเครื่องเรียนด้านคุณภาพไฟฟ้า ปิดซื้อเครื่องเรียนภายใน 25 วัน เป้าหมาย 90% (ค่าเกณฑ์วัดระดับ 5) กฟน.3 90%			90%	96.15%								ผลส.กบด.			
	7.4 การจัดทำแผน/แนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกัน รวมถึงมีการถ่ายทอดแผนงาน/ แนวทางดังกล่าว ไปสู่ระดับปฏิบัติการอย่างทั่วถึง เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง (ภายในวันที่ 31 มีนาคม 2565) กฟน.3 1 ครั้ง	กฟน1-3	ไตรมาส 1	1	1								ผลส.กบด.			
	7.5 รายงานผลการดำเนินงานตามแผน/แนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกัน เป้าหมาย ปีละ 1 ครั้ง (ภายใน พฤศจิกายน 2565) กฟน.3 1 ครั้ง	กฟน1-3	ไตรมาส 4	-	-								ผลส.กบด.			
	7.6 การจัดการและรวบรวมความรู้ จากการจัดการซื้อเครื่องเรียนที่มีนัยสำคัญ พร้อมทั้งมี การตรวจสอบความถูกต้อง และเผยแพร่ในระบบ KMS เป้าหมาย 3 เรื่อง (ภายใน 30 กันยายน 2565) กฟน.3 1 เรื่อง	กฟน1-3	ไตรมาส 3	-	-								ผลส.กบด.			
	7.7 จำนวนซื้อเครื่องเรียนโดยรวม ลดลงร้อยละ 10 จากซื้อเครื่องเรียนในช่วงเวลาเดียวกัน ของปีก่อน เป้าหมาย ลดลงร้อยละ 10 จากซื้อเครื่องเรียนในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน กฟน.3 ลดลงร้อยละ 10 จากซื้อเครื่องเรียนในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน	กฟน1-3		-	-											

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 2 ระบุเป้าหมายที่มี
ประสิทธิภาพ
และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน
- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

ร้อยละ 40
ร้อยละ 100
ร้อยละ 70
ระดับ 4.4234

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ท้าการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
บริการของสายงานฯ	7.8 จำนวนข้อร้องเรียนประเภทพฤติกรรมพนักงาน ลดลงร้อยละ 50 จากข้อร้องเรียน ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เป้าหมาย ลดลงร้อยละ 50 จากข้อร้องเรียนในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน กฟน.3 ลดลงร้อยละ 50 จากข้อร้องเรียนในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน	กฟน1-3		-	-											
	7.9 จำนวนข้อร้องเรียน/ร้องขอ เรื่องไม่มีไฟฟ้าใช้ ลดลงร้อยละ 50 จากข้อร้องเรียน/ร้องขอ ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เป้าหมาย ลดลงร้อยละ 50 จากข้อร้องเรียน/ร้องขอ ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน กฟน.3 ลดลงร้อยละ 50 จากข้อร้องเรียน/ร้องขอ ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน	กฟน1-3		-	-											
	8.1 จัดอบรมจิตวิทยาการบริการให้กับพนักงาน Front ของ กฟส/กฟย.	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย 1 หลักสุด กฟน.3 1 หลักสุด			-	-								ผลส.กบส.			
บริการของสายงานฯ	8.2 จัดอบรมจิตวิทยาการบริการ/การสื่อสารพนักงานแก้ไขไฟฟ้าขัดข้อง กฟจ/กฟอ/ กฟส/กฟย.	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย 1 หลักสุด กฟน.3 1 หลักสุด			-	-								ผตบ.กบช.			
	8.3 จัดอบรมจิตวิทยาการบริการ/การสื่อสารพนักงานด้านมิเตอร์ กฟจ/กฟอ/กฟส/กฟย.	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4													
บริการของสายงานฯ	เป้าหมาย 1 หลักสุด กฟน.3 1 หลักสุด			-	-								ผมม.กบส.			

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ
และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่ปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน
- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50
ร้อยละ 40
ร้อยละ 100
ร้อยละ 70
ระดับ 4.4234

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย
- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่ปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10	11	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ท้าการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
		สถานที่	ช่วงเวลา	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	8.4 จัดประชุม คู่ค้า/ผู้รับจ้างงานบริการด้านมิเตอร์/จดหน่วยแจ้งค่าไฟฟ้า เกี่ยวกับการให้บริการกับลูกค้า เป้าหมาย กฟฟ.ชั้น 1-2-3 กฟน.3 13 แห่ง	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4	-	-								ศตป.กบญ.			
	8.5 การขยายเขตระบบไฟฟ้าสำหรับผู้ใช้ไฟแรงต่ำระยะทางไม่เกิน 140 เมตรพร้อม ติดตั้ง มิเตอร์แรงต่ำขนาดไม่เกิน 30 แอมป์ ภายใน 10 วันทำการ เฉพาะพื้นที่เขตชุมชน (เทศบาล) ในรูปแบบ PEA One Touch Service เป้าหมาย 80% กฟน.3 80%	กฟน.1-3		-	-											
	8.6 ขอใช้ไฟฟ้าใหม่ผ่าน PEA Smart Plus กำหนดให้ติดต่อกลับภายใน 2 ชม. (ในเวลา ทำการ/นอกเวลา ติดต่อกลับภายใน 9.30 วันถัดไป) กับติดตั้งมิเตอร์ตามมาตรฐาน SLA เป้าหมาย 80% กฟน.3 80%			-	-											
	8.7 กฟฟ. ดำเนินการสำรวจและปรับปรุงข้อมูลสถานที่ตั้งของสำนักงานในอินเทอร์เน็ตให้มีความถูกต้อง เป้าหมาย กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส., กฟย. กฟน.3 69 แห่ง			-	-											
	8.8 การประชาสัมพันธ์งานบริการช่องทางชำระเงินค่าไฟฟ้าผ่านออนไลน์ และการยื่น คำร้องขอใช้ไฟฟ้าผ่าน PEA Smart Plus เป้าหมาย ไตรมาสละ 1 ครั้ง กฟน.3 ไตรมาสละ 1 ครั้ง			-	-											

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 2 ระบุจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ
และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน
- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

ร้อยละ 40
ร้อยละ 100
ร้อยละ 70
ระดับ 4.4234

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย
- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ท้าการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	8.9 การสนับสนุนการให้ความรู้/ให้คำปรึกษาในด้านระบบไฟฟ้า ตามที่ลูกค้าร้องขอ เป้าหมาย 100% กฟน.3 100%			-	-											
	8.10 การสนับสนุนการให้ความรู้/ให้คำปรึกษาในการอนุรักษ์พลังงาน ตามที่ลูกค้าร้องขอ เป้าหมาย 100% กฟน.3 100%															
	8.11 เข้าร่วมโครงการจัดอบรม 1 ตำบล 1 ช่างไฟฟ้า ของ กฟผ. ร่วมกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน (แผนงาน ผสส. ในพื้นที่ภาค 1 มี 4 จังหวัด (เชียงใหม่ พะเยา พิจิตร นครสวรรค์) เป้าหมาย ตามแผนงาน ผสส. กฟน.3 1 จังหวัด			-	-											
	8.12 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการติดตั้ง RCD ในเว็บไซต์ (Internat)/สื่อสังคมออนไลน์ ของ กฟผ. เป้าหมาย ไตรมาสละ 1 ครั้ง กฟน.3 ไตรมาสละ 1 ครั้ง			-	-											
	8.13 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลแนะนำการใช้ไฟฟ้าอย่างถูกต้องและปลอดภัย ในเว็บไซต์ (Internat)/สื่อสังคมออนไลน์ ของ กฟผ. เป้าหมาย ไตรมาสละ 1 ครั้ง กฟน.3 ไตรมาสละ 1 ครั้ง			-	-											

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ
และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน
- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

ร้อยละ 40
ร้อยละ 100
ร้อยละ 70
ระดับ 4.4234

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10	11	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ท้าการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
		สถานที่	ช่วงเวลา	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
9. แผนงานแจ้งแผนการดับไฟ	9.1 ประกาศแผนดับไฟผ่าน PEA Website 100% เปรียบเทียบกับข้อมูลจากศูนย์จ่ายไฟทุกจุดรวมงาน เป้าหมาย 100% กฟน.3 100%	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4	100%	100% (219 เหตุการณ์)								ผคฟ.กปบ.			
	9.2 แจ้งแผนดับไฟผ่าน PEA Smart Plus App. โดยพนักงาน EO บันทึกข้อมูลลงในระบบ OMS เป้าหมาย 100% กฟน.3 100%	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4	100%	100%								ผคฟ.กปบ.			
	9.3 แจ้งแผนดับไฟผ่าน Line Group การแก้ไขไฟฟ้าขัดข้องของแต่ละ กฟฟ. โดย Line Notify เป้าหมาย ทุกจุดรวมงาน และกฟส กฟน.3 38 แห่ง	กฟน.1-3	ไตรมาส 1	38	38								ผคฟ.กปบ.			
	9.4 ซื้อเครื่องเรียนกรณีไม่แจ้งแผนดับไฟล่วงหน้าลดลง 30% เมื่อเทียบกับปี 2563 เป้าหมาย ลดลง 30% เมื่อเทียบกับปี 2563 กฟน.3 มีซื้อเครื่องเรียนไม่เกิน 6 เรื่อง	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4	ไม่เกิน 6 เรื่อง	1								ผคฟ.กปบ.			

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 2 ระบบจำหน่ายที่มี
ประสิทธิภาพ
และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน
- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน
PEA Shop ทั้งหมด

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

ร้อยละ 40
ร้อยละ 100
ร้อยละ 70
ระดับ 4.4234

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ท้าการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
10. ประสานงานศูนย์ AMR	10.1 ประสานงานศูนย์ AMR และลูกค้ากรณีข้อมูลจาก AMR ไม่ได้ เป้าหมาย 100% กฟน.3 100%	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4										ผمم.กบส.			
11. แผนงานการพัฒนาการให้บริการ ลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	11.1 ติดตามผลการใช้งานระบบจ่ายงานอัจฉริยะ WOM (กรท.,กบส.) 11.1.1 ร้อยละการใช้งานในส่วนการสำรวจ เป้าหมาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 กฟน.3 ร้อยละ 50 11.1.2 ร้อยละการใช้งานในส่วนการติดตั้ง เป้าหมาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 กฟน.3 ร้อยละ 50	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4		ไม่น้อยกว่า 50 % 93.47 %								ผสบ.กรท.			
					ไม่น้อยกว่า 50 % 92.45 %								ผสบ.กรท.			
	11.2 เพิ่มการรับชำระเงินผ่านช่องทางการรับชำระเงินอื่น ๆ นอกเหนือจากช่องทาง สำนักงาน PEA Shop PEA Mobile Shop และตัวแทนรับชำระเงิน เป้าหมาย ร้อยละ 70 ของจำนวนรายการทั้งหมด กฟน.3 ร้อยละ 70	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4		ไม่น้อยกว่า 70 % 68.67 %								ผสบ.กรท.			

แผนปฏิบัติการประจำปี 2565
(ทบทวนครั้งที่ 1)

สายงานการไฟฟ้า ภาค 1
1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO 2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ
และสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้านลูกค้า (Customer)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่าน
- ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญ (Key
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

4. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50
ร้อยละ 40
ร้อยละ 100
ร้อยละ 70
ระดับ 4.4234

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

S6 ยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสาย
- ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่)
กลุ่มภาครัฐ
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop ที่เปิดให้บริการ เทียบกับจำนวน PEA Shop ทั้งหมด

7. เป้าหมาย
ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (2) ท้าการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
ตามแผนงานแม่บทบริการลูกค้า ปี 2564-2568																
12. โครงการพัฒนาระบบรับคำร้องขอใช้บริการ (SCS)	12.1 รับคำร้องขอใช้ไฟใหม่ผ่านระบบ SCS เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้ระบบติดตามสถานะงานได้โดยวัดสัดส่วนคำร้องในระบบ SCS เทียบกับ SAP เป้าหมาย 85% กฟน.3 85%	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4	85 %	93.04 %								ผสบ.กฟท.			
13. โครงการใบแจ้งค่าไฟฟ้าและใบเสร็จค่าไฟฟ้าแบบออนไลน์ (e-Tax Invoice/ e-Receipt) ปรับเป็นร้อยละ 50 ของลูกค้ารายย่อยที่ใช้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล	13.1 เชิญชวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายย่อย รายใหม่ทุกราย สมัครใช้บริการรับใบแจ้งค่าไฟฟ้าและใบเสร็จค่าไฟฟ้าแบบออนไลน์ (e-Tax Invoice/ e-Receipt) เป้าหมาย 100 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายย่อยรายใหม่ กฟน.3 100 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายย่อยรายใหม่ 13.2 เพิ่มจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ รายใหม่ที่สมัครรับ Smart Invoice (e-mail หรือ Fax) ที่เกิดขึ้นในปี 2565 เป้าหมาย 70 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่รายใหม่ กฟน.3 70 % ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่รายใหม่	กฟน.1-3 กฟน.3	ไตรมาส 1-4 ไตรมาส 1-4	100 % 70%	100% 92.01%								ผสจ.กฟท. ผบช.กชช.			
14. โครงการพัฒนาความสัมพันธ์ลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรม	14.1 ติดตั้ง PQ Meter สถานีไฟฟ้า เป้าหมาย กฟน.3 - สถานีไฟฟ้า	กฟน.1-3	ไตรมาส 1-4	-	-								กฟน.3			

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

ราคาเป้าหมาย

5.4

0.51 ครั้ง/ราย/ปี

9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
BSC กลยุทธ์ OM1 การเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของระบบจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง / ตัวชี้วัด ดัชนี SAIFI / SAIDI กฟภ.จตุรรวมงาน, ดัชนี SAIFI / SAIDI เมืองใหญ่																
1. OM1.1 แผนงานพัฒนาระดับโครงข่ายระบบไฟฟ้า (Strong Grid)	1.1 ดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ และแนวทางปฏิบัติด้านเทคนิค เพื่อยกระดับโครงข่ายระบบไฟฟ้า (Strong Grid)	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย รอคำนวณชัดเจนจากสายงาน 2. กฟน.3 = 100%	กฟน.		-	-								กฟน.			
	1.2 รายงานผลการควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไขค่า SAIFI, SAIDI ใน 12 กฟภ.จตุรรวมงาน (รวมสังกัด) ที่มีค่ามากที่สุดในปี 2564	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5 กฟน.3 = 12 ครั้ง			3 ครั้ง	3 ครั้ง								กฟน.			
	หมายเหตุ : รายงาน กจฟ.ทุกเดือน และรายงาน 31 ไตรมาสละ 1 ครั้ง															
	1.3 รายงานผลการควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไขค่า SAIFI, SAIDI ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4													
	(จัดทำระบบ Preventive Maintenance ทุกไตรมาส) เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5 กฟน.3 = 12 ครั้ง			3 ครั้ง	3 ครั้ง								กฟน.			
	หมายเหตุ : รายงานผลเดือนละ 1 ครั้ง															
1.4 รายงานผลการควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไขค่า SAIFI, SAIDI เมืองใหญ่ ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด (จัดทำระบบ Preventive Maintenance ทุกเดือน)	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ทุกเดือน														
เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5 กฟน.3 = 12 ครั้ง			3 ครั้ง	3 ครั้ง									กฟน.			
หมายเหตุ : รายงานผลเดือนละ 1 ครั้ง																
1.5 จัดประชุมร่วมกับหน่วยงานภายนอก เช่น กฟผ. และรายงานผลการประชุมให้ผู้บริหารรับทราบ	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4														
เป้าหมาย กฟน.3 = 1 ครั้ง			-	-									กฟน.			
หมายเหตุ : อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง																
1.6 ทบทวนปรับปรุงแผนปลดโหลด เพื่อเตรียมการเกิดภาวะวิกฤตหลังงานไฟฟ้าในพื้นที่	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 4														
เป้าหมาย กฟน.3 = 1 ครั้ง			-	-									กฟน.			

ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย

5.4

0.51 ครั้ง/ราย/ปี

9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	1.7 ติดตั้งไมโครแก๊สสายไฟฟ้า เป้าหมาย กฟน.3 = 39,000 วงจร กม. กฟจ.สทบุรี กฟจ.นครสวรรค์ กฟจ.อุทัยธานี กฟจ.ชัยนาท กฟจ.สิงห์บุรี กฟจ.เพชรบูรณ์ กฟอ.หนองไผ่ กฟอ.โคกสำโรง กฟอ.พหลโยธิน กฟอ.ลาดยาว กฟอ.พัฒนานิคม กฟอ.ชัยบาดาล	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	14,000	15,282								กบช.			
	1.8 ติดตั้งไมโครแก๊สในเขตพื้นที่เทศบาลที่เป็นที่ตั้งของ สน. กฟฟ. ชั้น 1-3 เป้าหมาย กฟน.3 = 13 กิโลเมตร หมายเหตุ : จำนวนการไฟฟ้าที่ตั้งเทศบาล เทศบาลละ 1 กม.	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบช.			
				13	13											
	1.9 ติดตั้งหม้อแปลง เช่น บุชชิ่งหม้อแปลง Drop กับตัดเสิร์จอาลา ในเขตเทศบาล หรือจุดที่มีความเสี่ยงหรือจากสถานีไฟฟ้าถึงรีดเคอร์ในระบบจำหน่ายตัวแรก เป้าหมาย กฟน.3 = 2,000 ขึ้น กฟจ.สทบุรี กฟจ.นครสวรรค์ กฟจ.อุทัยธานี กฟจ.ชัยนาท กฟจ.สิงห์บุรี กฟจ.เพชรบูรณ์ กฟอ.หนองไผ่ กฟอ.โคกสำโรง กฟอ.พหลโยธิน กฟอ.ลาดยาว กฟอ.พัฒนานิคม กฟอ.ชัยบาดาล	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	1,000	1,254								กบช.			

แผนปฏิบัติการประจำปี 2565
สายงานการไฟฟ้า ภาค 1

(ทบทวนครั้งที่ 1)

ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process)

แบบฟอร์ม กยส.ยป.01

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ

องค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

รอกำเป้าหมาย
5.4
0.51 ครั้ง/ราย/ปี
9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	1.10 ติดตั้ง Snake Guard	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	1,000	1,067								กบข.			
	เป้าหมาย กฟน.3 = 2,000 ชิ้น															
	กฟจ.สพบุรี			100	100											
	กฟจ.นครสวรรค์			100	100											
	กฟจ.อุทัยธานี			100	100											
	กฟจ.ชัยนาท			100	107											
	กฟจ.สิงห์บุรี			100	110											
	กฟจ.เพชรบูรณ์			100	100											
	กฟอ.หนองไผ่			100	100											
	กฟอ.โคกสำโรง			50	100											
	กฟอ.พ่อบึง			50	50											
	กฟอ.ตาคลี			50	50											
	กฟอ.ลาดยาว			50	50											
	กฟอ.พัฒนานิคม			50	50											
	กฟอ.ชัยบาดาล			50	50											
	1.11 เทคอนกรีตเสาต้นที่ติดตั้ง Riserpole	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย 100 % Riserpole ทุกต้น (Substation) กฟน.3 = 100%			5	7											
	1.12 ตรวจสอบและแก้ไข ระบบจำหน่ายแรงสูงที่มีปัญหาไฟฟ้าขัดข้องบ่อยครั้ง (22 kv)	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบข.			
	เป้าหมาย กฟน.3 = 100% ที่ตรวจพบ			100%	100%											
	1.13 ประชุมชี้แจงติดตาม แก้ไขอุปกรณ์ป้องกันทำงานมากที่สถานี 10 อันดับแรก และระบบจำหน่าย 20 อันดับแรก	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบข.			
	เป้าหมาย กฟน.3 = 4 ครั้ง หมายเหตุ : ไตรมาสละ 1 ครั้ง			1	1											

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ

องค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย

5.4

0.51 ครั้ง/ราย/ปี

9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	1.14 บำรุงรักษาหม้อแปลง 1 เฟส (ตรวจสอบทางกายภาพ) วัดจากการเปิดใบสั่งงาน (1 กิจกรรม ต่อ 1 ใบสั่งต่อ 1 PEA No.) ระบุประเภทใบสั่ง,รหัสกิจกรรมซ่อม และคำอธิบายให้ถูกต้อง ดังนี้ ประเภทใบสั่ง ZPM4 / รหัสกิจกรรมซ่อม ZP2 / คำอธิบายระบุ บรมป.กายภาพ 1P PEA XX-XXXXXX เป้าหมาย กฟน.3 = 6,470 เครื่อง กฟจ.สพบุรี = 181 เครื่อง กฟจ.นครสวรรค์ = 1,029 เครื่อง กฟจ.อุทัยธานี = 1,061 เครื่อง กฟจ.ชัยนาท = 667 เครื่อง กฟจ.สิงห์บุรี = 144 เครื่อง กฟจ.เพชรบูรณ์ = 547 เครื่อง กฟอ.หนองไผ่ = 668 เครื่อง กฟอ.โคกสำโรง = 321 เครื่อง กฟอ.พัฒน์ลักษ์ = 290 เครื่อง กฟอ.ตาคลี = 349 เครื่อง กฟอ.ลาดยาว = 599 เครื่อง กฟอ.พัฒนานิคม = 203 เครื่อง กฟอ.ชัยบาดาล = 411 เครื่อง .	กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบ.ล.			
	1.15 บำรุงรักษาหม้อแปลง 1 เฟส (บำรุงรักษาทางเทคนิค) วัดจากการเปิดใบสั่งงาน (1 กิจกรรม ต่อ 1 ใบสั่งต่อ 1 PEA No.) ระบุประเภทใบสั่ง,รหัสกิจกรรมซ่อม และคำอธิบายให้ถูกต้อง ดังนี้ ประเภทใบสั่ง ZPM4 / รหัสกิจกรรมซ่อม ZP2 / คำอธิบายระบุ บรมป.เทคนิค 1P PEA XX-XXXXXX เป้าหมาย กฟน.3 = 6,838 เครื่อง กฟจ.สพบุรี = 181 เครื่อง กฟจ.นครสวรรค์ = 1,029 เครื่อง กฟจ.อุทัยธานี = 1,061 เครื่อง กฟจ.ชัยนาท = 667 เครื่อง กฟจ.สิงห์บุรี = 512 เครื่อง กฟจ.เพชรบูรณ์ = 547 เครื่อง กฟอ.หนองไผ่ = 668 เครื่อง กฟอ.โคกสำโรง = 321 เครื่อง กฟอ.พัฒน์ลักษ์ = 290 เครื่อง กฟอ.ตาคลี = 349 เครื่อง กฟอ.ลาดยาว = 599 เครื่อง กฟอ.พัฒนานิคม = 203 เครื่อง กฟอ.ชัยบาดาล = 411 เครื่อง	กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบ.ล.			

แผนปฏิบัติการประจำปี 2565
สายงานการไฟฟ้า ภาค 1

(ทบทวนครั้งที่ 1)

ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process)

แบบฟอร์ม กยส.ยป.01

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร
- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
 - ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
 - ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
 - ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย
รอค่าเป้าหมาย
5.4
0.51 ครั้ง/ราย/ปี
9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	1.16 บำรุงรักษามือแปลง 3 เฟส (ตรวจสอบทางกายภาพ) วัดจากการเปิดใบสั่งงาน (1 กิจกรรม ต่อ 1 ใบสั่งต่อ 1 PEA No.) ระบุประเภทใบสั่ง,รหัสกิจกรรมซ่อม และคำอธิบายให้ถูกต้อง ดังนี้ ประเภทใบสั่ง ZPM4 / รหัสกิจกรรมซ่อม ZP2 / คำอธิบายระบุ บรมป.กายภาพ 3P PEA XX-XXXXXX เป้าหมาย กฟน.3 = 4,518 เครื่อง กฟจ.สพบุรี = 504 เครื่อง กฟจ.นครสวรรค์ = 1,158 เครื่อง กฟจ.อุทัยธานี = 276 เครื่อง กฟจ.ชัยนาท = 462 เครื่อง กฟจ.สิงห์บุรี = 120 เครื่อง กฟจ.เพชรบูรณ์ = 401 เครื่อง กฟอ.หนองไผ่ = 356 เครื่อง กฟอ.โคกสำโรง = 248 เครื่อง กฟอ.พหลมณี = 311 เครื่อง กฟอ.ตาคลี = 183 เครื่อง กฟอ.ลาดยาว = 167 เครื่อง กฟอ.พัฒนานิคม = 157 เครื่อง กฟอ.ชัยบาดาล = 175 เครื่อง	กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบ.ล.			
	1.17 บำรุงรักษาหม้อแปลง 3 เฟส (บำรุงรักษาทางเทคนิค) วัดจากการเปิดใบสั่งงาน (1 กิจกรรม ต่อ 1 ใบสั่งต่อ 1 PEA No.) ระบุประเภทใบสั่ง,รหัสกิจกรรมซ่อม และคำอธิบายให้ถูกต้อง ดังนี้ ประเภทใบสั่ง ZPM4 / รหัสกิจกรรมซ่อม ZP2 / คำอธิบายระบุ บรมป.เทคนิค 3P PEA XX-XXXXXX เป้าหมาย กฟน.3 = 4,994 เครื่อง กฟจ.สพบุรี = 504 เครื่อง กฟจ.นครสวรรค์ = 1,158 เครื่อง กฟจ.อุทัยธานี = 276 เครื่อง กฟจ.ชัยนาท = 462 เครื่อง กฟจ.สิงห์บุรี = 596 เครื่อง กฟจ.เพชรบูรณ์ = 401 เครื่อง กฟอ.หนองไผ่ = 356 เครื่อง กฟอ.โคกสำโรง = 248 เครื่อง กฟอ.พหลมณี = 311 เครื่อง กฟอ.ตาคลี = 183 เครื่อง กฟอ.ลาดยาว = 167 เครื่อง กฟอ.พัฒนานิคม = 157 เครื่อง กฟอ.ชัยบาดาล = 175 เครื่อง	กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบ.ล.			

องค์กร

- ราคาเป้าหมาย
5.4
0.51 ครั้ง/ราย/ปี
9.35 นาที/ราย/ปี

[illegible]

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

ร่อค่าเป้าหมาย

5.4

0.51 ครั้ง/ราย/ปี

9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
3.งานความสำเร็จในการบริการลูกค้ากรณีไฟฟ้าดับ	3.1 สร้างเหตุการณ์และปรับปรุงประมาณการ/เวลาจ่ายไฟกลับคืนในระบบ OMS ในเชิง Real time ภายใน 1 ชั่วโมง เมื่อเกิดไฟฟ้าดับ (จุดรวมงาน) เป้าหมาย 60 % ของงานทั้งหมด รวม กฟส. และ กฟย. เริ่มดำเนินการไตรมาส 2 น.3 = 60 %	-	-													
4.งานความสำเร็จในการจัดระเบียบสายสื่อสาร ำ	4.1 ดำเนินการปรับปรุงระบบจำหน่ายตามแผนงานการจัดระเบียบสายสื่อสารโทรคมนาคม เป้าหมาย ดำเนินการปรับปรุงระบบจำหน่ายเพื่อรองรับการจัดระเบียบสายสื่อสาร ำ 100 % ตามเส้นทางที่กำหนด น.3 = 3 เส้นทาง ปรับปรุงเกณฑ์ประเมิน ผวก. งานตรวจสอบระบบจำหน่ายและสายส่งไฟฟ้า โดยใช้โปรแกรมประยุกต์ (Smart Patrol) เพื่อใช้ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานปี 65	-	-													
5. OM1.4 แผนงานควบคุมหน่วยสูญเสีย (Technical/Non-Technical)	5.1 ควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไขด้าน Technical Loss 10 มาตรการ ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด เป้าหมาย กฟน.3 = 4 ครั้ง หมายเหตุ : รายงานผลไตรมาสละ 1 ครั้ง 5.2 ควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไข ด้าน Non-Technical Loss 8 มาตรการ ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด เป้าหมาย กฟน.3 = 4 ครั้ง หมายเหตุ : รายงานผลไตรมาสละ 1 ครั้ง	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	1	1	1		1		1			คณะทำงาน ลดหน่วยสูญเสีย			
		กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	1	1	1		1		1			คณะทำงาน ลดหน่วยสูญเสีย			
6. OM1.5 แผนงานติดตามและแก้ไขปัญหาไฟฟ้า ที่ขึ้น อุตสาหกรรม	6.1 รายงานผลการควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไขค่า SAIFI, SAIDI พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด (จัดทำระบบ Preventive Maintenance ทุกเดือน) เป้าหมาย รายงานผล 12 ครั้ง กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม หมายเหตุ : รายงานผลเดือนละ 1 ครั้ง 6.2 รายงานวิเคราะห์ปัญหากระแสไฟฟ้าขัดข้อง พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เพื่อระบุอุปกรณ์ทำงาน การแก้ไข การจ่ายไฟกลับคืน และมีการระบุสาเหตุ เป้าหมาย ทุกครั้งที่เกิดปัญหา 100 % ไตรมาสละ 1 ครั้ง กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม หมายเหตุ : รายงานผล ๓1 ทุกไตรมาส ไตรมาสละ 1 ครั้ง 6.3 รายงานการตรวจสอบวิเคราะห์ระบบป้องกันทำงานผิดปกติ สำหรับเหตุการณ์ไฟฟ้าขัดข้องพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม และการจ่ายไฟกลับคืน และมีการระบุสาเหตุ เป้าหมาย ทุกครั้งที่เกิดปัญหา 100 % ไตรมาสละ 1 ครั้ง กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม หมายเหตุ : รายงานผล ๓1 ทุกไตรมาส ไตรมาสละ 1 ครั้ง	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กฟบ.			
		กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	ไม่มีนิคม อุตสาหกรรม									กฟบ.			
		กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	ไม่มีนิคม อุตสาหกรรม									กฟบ.			

.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน คะแนน	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ท้าการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	แผนงานการตรวจสอบระบบจำหน่ายและสายส่งไฟฟ้าโดยใช้ โปรแกรมประยุกต์ APSA (Advanced Patrolling System Application) (Smart Patrol) 6.4 การตรวจสอบระบบสายส่งไฟฟ้า พร้อมทั้งดำเนินการแก้ไขจุดผิดปกติและรายงานผลการดำเนินการใน APSA พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5 ดำเนินการตรวจสอบ รายงานผลทุกเดือน รายงาน ภ1 ทุกไตรมาส กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม หมายเหตุ : รายงานผลทุกเดือน รายงาน ภ1 ทุกไตรมาส	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบข.			
	6.5 การตรวจสอบระบบจำหน่ายแรงสูง พร้อมทั้งดำเนินการแก้ไขจุดผิดปกติและรายงานผลการดำเนินการใน APSA ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5 กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม ผอ.ภ.(ภ1) = 100% (รายงานผลการดำเนินงานในภาพรวมของสายต่างๆ) หมายเหตุ : รายงานผลทุกเดือน รายงาน ภ1 ไตรมาส 2 และ 4	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 2,4										กบข.			
	6.6 ติดตั้งมิเตอร์ในระบบไฟฟ้าทั้งระบบสายส่ง และระบบจำหน่ายแรงสูง ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบข.			
	6.7 ล้างระบบไฟฟ้าทั้งระบบสายส่ง, ระบบจำหน่ายแรงสูง เพื่อพิจารณาเปลี่ยนทดแทนอุปกรณ์ไฟฟ้าที่เสื่อมสภาพจำนวนมากหรือทั้งหมด (MS2000) ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม หมายเหตุ : รายงานผลทุกเดือน รายงาน ภ1 ทุกไตรมาส	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบข.			
	6.8 แผนงานบำรุงรักษาอุปกรณ์ในสถานีไฟฟ้า (Switchgear และ Relay) พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม												กบข.			

1. วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ

องค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่

- รั้อยละของหน่วยสูญเสียในระนาบจำหน่วย (Loss)

- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) บิณฑิตสวนภรรยา

- คัดมีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) บิดมอดสวกรรณ

4. เป้าหมาย

รอลำเป้าหมาย

5.4

0.51 ครั้ง/ราย/ปี

0.35 1000/ราย/ปี

[illegible]

แผนปฏิบัติการประจำปี 2565
สายงานการไฟฟ้า ภาค 1

(ทบทวนครั้งที่ 1)

ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process)

แบบฟอร์ม กยส.ยป.01

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร
- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
 - ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
 - ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
 - ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย
รอค่าเป้าหมาย
5.4
0.51 ครั้ง/ราย/ปี
9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	7.5 ดำรงระบบไฟฟ้าระบบจำหน่ายแรงต่ำ เพื่อพิจารณาเปลี่ยนทดแทนอุปกรณ์ไฟฟ้าที่เสื่อมสภาพจำนวนมาก หรือทั้งไลน์ (MS2000) เป้าหมาย สำรอง จัดสรรงบ และดำเนินการแก้ไขปีงบประมาณ 100% กฟน.3 = 100% ของจุดตรวจงาน หมายเหตุ : รายงานผลทุกเดือน รายงาน งบ1 ทุกไตรมาส	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	100%	100%								กบข.			
8.แผนงานปรับปรุงหม้อแปลงและระบบจำหน่ายแรงต่ำจากผลวิเคราะห์ของ OPSAonGIS	8.1 แผนแก้ไขข้อมูล GIS แผนวัดโหลด และแผนการปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงต่ำ เป้าหมาย ตามแผน มวก. ปี 2565 ร้อยละ 100 ภายในไตรมาส 3 กฟน.3 = 100 % (2083 เครื่อง)					80		100		-			กวว.			
	8.2 แก้ไขข้อมูล GIS, วัดโหลด, ก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงต่ำ เป้าหมาย ตามแผน มวก. ปี 2565 (ระดับ 5) กฟน.3 = ร้อยละ 95 ภายใน พ.ย.					50		80		95			กวว.			
9. OM2.3 แผนงานยกระดับคุณภาพระบบไฟฟ้าแรงต่ำเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมไฟฟ้า	9.1 ดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ และแนวทางปฏิบัติด้านเทคนิค เพื่อยกระดับโครงข่ายระบบจำหน่ายแรงต่ำ เป้าหมาย รอคำนขจัดงบจากสายงาน ป. กฟน.3 = ร้อยละ 100	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3 ผอ.ก.(ก1)	ไตรมาส 1-4										กปบ.			
10. แผนติดตาม Data Cleansing ระบบ GIS ในเชิงคุณภาพ	10.1 ปรับปรุงความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูลมิเตอร์ในระบบ GIS เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟผ. ระดับ 5 กฟน.3 = ร้อยละ 99	99%	99.57%	99.57	99%		99%		99%	99%			กวว.			
	10.2 ปรับปรุงความถูกต้องของข้อมูลหม้อแปลงในฐานข้อมูลระบบ GIS เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟผ. ระดับ 5 กฟน.3 = ร้อยละ 96	96%	99.52%	99.52	96%		96%		96%	96%			กวว.			
	10.3 ปรับปรุงความถูกต้องของข้อมูลอุปกรณ์ป้องกันและตัดคอนในระบบไฟฟ้าในฐานข้อมูล GIS เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟผ. ระดับ 5 กฟน.3 = ร้อยละ 99	99%	99.51%	99.51	99%		99%		99%	99%			กวว.			

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย

5.4

0.51 ครั้ง/ราย/ปี

9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
BSC กลยุทธ์ OM1 การเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของระบบจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง / ตัวชี้วัด ดัชนี SAIFI / SAIDI กฟภ.จตุรรวมงาน, ดัชนี SAIFI / SAIDI เมืองใหญ่																
1. OM1.1 แผนงานพัฒนาระดับโครงข่ายระบบไฟฟ้า (Strong Grid)	1.1 ดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ และแนวทางปฏิบัติด้านเทคนิค เพื่อยกระดับโครงข่ายระบบไฟฟ้า (Strong Grid)	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย รอคำนวณชัดเจนจากสายงาน 2. กฟน.3 = 100%	กฟน.		-	-								กฟน.			
	1.2 รายงานผลการควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไขค่า SAIFI, SAIDI ใน 12 กฟภ.จตุรรวมงาน (รวมสังกัด) ที่มีค่ามากที่สุดในปี 2564	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5 กฟน.3 = 12 ครั้ง			3 ครั้ง	3 ครั้ง								กฟน.			
	หมายเหตุ : รายงาน กจฟ.ทุกเดือน และรายงาน 31 ไตรมาสละ 1 ครั้ง															
	1.3 รายงานผลการควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไขค่า SAIFI, SAIDI ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กฟภ.กำหนด (จัดทำระบบ Preventive Maintenance ทุกไตรมาส)	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5 กฟน.3 = 12 ครั้ง			3 ครั้ง	3 ครั้ง								กฟน.			
	หมายเหตุ : รายงานผลเดือนละ 1 ครั้ง															
	1.4 รายงานผลการควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไขค่า SAIFI, SAIDI เมืองใหญ่ ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กฟภ.กำหนด (จัดทำระบบ Preventive Maintenance ทุกเดือน)	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ทุกเดือน													
	เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5 กฟน.3 = 12 ครั้ง			3 ครั้ง	3 ครั้ง								กฟน.			
	หมายเหตุ : รายงานผลเดือนละ 1 ครั้ง															
	1.5 จัดประชุมร่วมกับหน่วยงานภายนอก เช่น กฟผ. และรายงานผลการประชุมให้ผู้บริหารรับทราบ	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย กฟน.3 = 1 ครั้ง			-	-								กฟน.			
	หมายเหตุ : อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง															
	1.6 ทบทวนปรับปรุงแผนปลดโหลด เพื่อเตรียมการเกิดภาวะวิกฤตหลังงานไฟฟ้าในพื้นที่	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 4													
	เป้าหมาย กฟน.3 = 1 ครั้ง			-	-								กฟน.			

ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย

5.4

0.51 ครั้ง/ราย/ปี

9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	1.7 ตัดต้นไม้ใกล้แนวสายไฟฟ้า เป้าหมาย กฟน.3 = 39,000 วรรณ กม. กฟจ.สทบุรี กฟจ.นครสวรรค์ กฟจ.อุทัยธานี กฟจ.ชัยนาท กฟจ.สิงห์บุรี กฟจ.เพชรบูรณ์ กฟอ.หนองไผ่ กฟอ.โคกสำโรง กฟอ.พหลโยธิน กฟอ.ตาคลี กฟอ.ลาดยาว กฟอ.พัฒนานิคม กฟอ.ชัยบาดาล	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	14,000	15,282								กบข.			
	1.8 ตัดต้นไม้ตามหลักวิชาการในเขตพื้นที่เทศบาลที่เป็นที่ตั้งของ สน. กฟฟ. ชั้น 1-3 เป้าหมาย กฟน.3 = 13 กิโลเมตร หมายเหตุ : จำนวนการไฟฟ้าที่ตั้งเทศบาล เทศบาลละ 1 กม.	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบข.			
	1.9 ติดตั้งฉนวนครอบ เช่น บุชชิงหม้อแปลง Drop กับตัดเสิร์จอาลา ในเขตเทศบาล หรือจุดที่มีความเสี่ยงหรือจากสถานีไฟฟ้าถึงรีดเคอร์ในระบบจำหน่ายตัวแรก เป้าหมาย กฟน.3 = 2,000 ชิ้น กฟจ.สทบุรี กฟจ.นครสวรรค์ กฟจ.อุทัยธานี กฟจ.ชัยนาท กฟจ.สิงห์บุรี กฟจ.เพชรบูรณ์ กฟอ.หนองไผ่ กฟอ.โคกสำโรง กฟอ.พหลโยธิน กฟอ.ตาคลี กฟอ.ลาดยาว กฟอ.พัฒนานิคม กฟอ.ชัยบาดาล	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	1,000	1,254								กบข.			

แผนปฏิบัติการประจำปี 2565
สายงานการไฟฟ้า ภาค 1

(ทบทวนครั้งที่ 1)

ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process)

แบบฟอร์ม กยส.ยป.01

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ
องค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

รอกำเป้าหมาย
5.4
0.51 ครั้ง/ราย/ปี
9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	1.10 ติดตั้ง Snake Guard	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	1,000	1,067								กบข.			
	เป้าหมาย กฟน.3 = 2,000 ชิ้น															
	กฟง.สพบุรี			100	100											
	กฟง.นครสวรรค์			100	100											
	กฟจ.อุทัยธานี			100	100											
	กฟง.ชัยนาท			100	107											
	กฟง.สิงห์บุรี			100	110											
	กฟจ.เพชรบูรณ์			100	100											
	กฟอ.หนองไผ่			100	100											
	กฟอ.โคกสำโรง			50	100											
	กฟอ.พ่อบึง			50	50											
	กฟอ.ตาคลี			50	50											
	กฟอ.ลาดยาว			50	50											
	กฟอ.พัฒนานิคม			50	50											
	กฟอ.ชัยบาดาล			50	50											
	1.11 เทคอนกรีตเสาตั้งติดตั้ง Riserpole	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย 100 % Riserpole ทุกต้น (Substation) กฟน.3 = 100%			5	7											
	1.12 ตรวจสอบและแก้ไข ระบบจำหน่ายแรงสูงที่มีปัญหาไฟฟ้าขัดข้องบ่อยครั้ง (22 kv)	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย กฟน.3 = 100% ที่ตรวจพบ			100%	100%											
	1.13 ประชุมชี้แจงติดตาม แก้ไขอุปกรณ์ป้องกันทำงานมากที่สถานี 10 อันดับแรก และระบบจำหน่าย 20 อันดับแรก	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4													
	เป้าหมาย กฟน.3 = 4 ครั้ง หมายเหตุ : ไตรมาสละ 1 ครั้ง			1	1											

4. เป้าหมาย

มูลค่าเป้าหมาย

51 ครั้ง/ราย/ปี

.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	1.14 ป่ารงรักษาหม้อแปลง 1 เฟส (ตรวจสอบทางกายภาพ) วัดจากการเปิดใบสั่งงาน (1 กิจกรรม ต่อ 1 ใบสั่งต่อ 1 PEA No.) ระบุประเภทใบสั่ง,รหัสกิจกรรมซ่อม และคำอธิบายให้ถูกต้อง ดังนี้ ประเภทใบสั่ง ZPM4 / รหัสกิจกรรมซ่อม ZP2 / คำอธิบายระบุ บรมป.กายภาพ 1P PEA XX-XXXXXX เป้าหมาย กฟน.3 = 6,470 เครื่อง กฟจ.สฟบุรี = 181 เครื่อง กฟจ.นครสวรรค์ = 1,029 เครื่อง กฟจ.อุทัยธานี = 1,061 เครื่อง กฟจ.ชัยนาท = 667 เครื่อง กฟจ.สิงห์บุรี = 144 เครื่อง กฟจ.เพชรบูรณ์ = 547 เครื่อง กฟอ.หนองไผ่ = 668 เครื่อง กฟอ.โคกสำโรง = 321 เครื่อง กฟอ.หล่มสัก = 290 เครื่อง กฟอ.ลาดสี = 349 เครื่อง กฟอ.ลาดยาว = 599 เครื่อง กฟอ.พัฒนานิคม = 203 เครื่อง กฟอ.ชัยบาดาล = 411 เครื่อง	กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบจ.			
	1.15 ป่ารงรักษาหม้อแปลง 1 เฟส (บำรุงรักษาทางเทคนิค) วัดจากการเปิดใบสั่งงาน (1 กิจกรรม ต่อ 1 ใบสั่งต่อ 1 PEA No.) ระบุประเภทใบสั่ง,รหัสกิจกรรมซ่อม และคำอธิบายให้ถูกต้อง ดังนี้ ประเภทใบสั่ง ZPM4 / รหัสกิจกรรมซ่อม ZP2 / คำอธิบายระบุ บรมป.เทคนิค 1P PEA XX-XXXXXX เป้าหมาย กฟน.3 = 6,838 เครื่อง กฟจ.สฟบุรี = 181 เครื่อง กฟจ.นครสวรรค์ = 1,029 เครื่อง กฟจ.อุทัยธานี = 1,061 เครื่อง กฟจ.ชัยนาท = 667 เครื่อง กฟจ.สิงห์บุรี = 512 เครื่อง กฟจ.เพชรบูรณ์ = 547 เครื่อง กฟอ.หนองไผ่ = 668 เครื่อง กฟอ.โคกสำโรง = 321 เครื่อง กฟอ.หล่มสัก = 290 เครื่อง กฟอ.ลาดสี = 349 เครื่อง กฟอ.ลาดยาว = 599 เครื่อง กฟอ.พัฒนานิคม = 203 เครื่อง กฟอ.ชัยบาดาล = 411 เครื่อง	กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบจ.			

แผนปฏิบัติการประจำปี 2565
สายงานการไฟฟ้า ภาค 1

(ทบทวนครั้งที่ 1)

ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process)

แบบฟอร์ม กยส.ยป.01

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร
- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
 - ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
 - ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
 - ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย
รอค่าเป้าหมาย
5.4
0.51 ครั้ง/ราย/ปี
9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	1.16 บำรุงรักษามือแปลง 3 เฟส (ตรวจสอบทางกายภาพ) วัดจากการเปิดใบสั่งงาน (1 กิจกรรม ต่อ 1 ใบสั่งต่อ 1 PEA No.) ระบุประเภทใบสั่ง,รหัสกิจกรรมซ่อม และคำอธิบายให้ถูกต้อง ดังนี้ ประเภทใบสั่ง ZPM4 / รหัสกิจกรรมซ่อม ZP2 / คำอธิบายระบุ บรมป.กายภาพ 3P PEA XX-XXXXXX เป้าหมาย กฟน.3 = 4,518 เครื่อง กฟจ.สพบุรี = 504 เครื่อง กฟจ.นครสวรรค์ = 1,158 เครื่อง กฟจ.อุทัยธานี = 276 เครื่อง กฟจ.ชัยนาท = 462 เครื่อง กฟจ.สิงห์บุรี = 120 เครื่อง กฟจ.เพชรบูรณ์ = 401 เครื่อง กฟอ.หนองไผ่ = 356 เครื่อง กฟอ.โคกสำโรง = 248 เครื่อง กฟอ.พหลมณี = 311 เครื่อง กฟอ.ตาคลี = 183 เครื่อง กฟอ.ลาดยาว = 167 เครื่อง กฟอ.พัฒนานิคม = 157 เครื่อง กฟอ.ชัยบาดาล = 175 เครื่อง	กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบ.ล.			
	1.17 บำรุงรักษาหม้อแปลง 3 เฟส (บำรุงรักษาทางเทคนิค) วัดจากการเปิดใบสั่งงาน (1 กิจกรรม ต่อ 1 ใบสั่งต่อ 1 PEA No.) ระบุประเภทใบสั่ง,รหัสกิจกรรมซ่อม และคำอธิบายให้ถูกต้อง ดังนี้ ประเภทใบสั่ง ZPM4 / รหัสกิจกรรมซ่อม ZP2 / คำอธิบายระบุ บรมป.เทคนิค 3P PEA XX-XXXXXX เป้าหมาย กฟน.3 = 4,994 เครื่อง กฟจ.สพบุรี = 504 เครื่อง กฟจ.นครสวรรค์ = 1,158 เครื่อง กฟจ.อุทัยธานี = 276 เครื่อง กฟจ.ชัยนาท = 462 เครื่อง กฟจ.สิงห์บุรี = 596 เครื่อง กฟจ.เพชรบูรณ์ = 401 เครื่อง กฟอ.หนองไผ่ = 356 เครื่อง กฟอ.โคกสำโรง = 248 เครื่อง กฟอ.พหลมณี = 311 เครื่อง กฟอ.ตาคลี = 183 เครื่อง กฟอ.ลาดยาว = 167 เครื่อง กฟอ.พัฒนานิคม = 157 เครื่อง กฟอ.ชัยบาดาล = 175 เครื่อง	กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบ.ล.			

1. วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ

องค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่

- ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)

- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นีคมอุตสาหกรรม

- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิกมอดสาหกรรม

4. เป้าหมาย

รอลำเป้าหมาย

5.4

0.51 ครั้ง/ราย/ปี

9.35 นาที/ราย/ปี

[illegible]

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

รศค่าเป้าหมาย

5.4

0.51 ครั้ง/ราย/ปี

9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
3.งานความสำเร็จในการบริการลูกค้ากรณีไฟฟ้าดับ	3.1 สร้างเหตุการณ์และปรับปรุงประมาณการ/เวลาจ่ายไฟกลับคืนในระบบ OMS ในเชิง Real time ภายใน 1 ชั่วโมง เมื่อเกิดไฟฟ้าดับ (จุดรวมงาน) เป้าหมาย 60 % ของงานทั้งหมด รวม กฟส. และ กฟย. เริ่มดำเนินการไตรมาส 2 น.3 = 60 %	-	-													
4.งานความสำเร็จในการจัดระเบียบสายสื่อสาร ำ	4.1 ดำเนินการปรับปรุงระบบจำหน่ายตามแผนงานการจัดระเบียบสายสื่อสารโทรคมนาคม เป้าหมาย ดำเนินการปรับปรุงระบบจำหน่ายเพื่อรองรับการจัดระเบียบสายสื่อสาร ำ 100 % ตามเส้นทางที่กำหนด น.3 = 3 เส้นทาง ปรับปรุงเกณฑ์ประเมิน ผวก. งานตรวจสอบระบบจำหน่ายและสายส่งไฟฟ้า โดยใช้โปรแกรมประยุกต์ (Smart Patrol) เพื่อใช้ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานปี 65	-	-													
5. OM1.4 แผนงานควบคุมหน่วยสูญเสีย (Technical/Non-Technical)	5.1 ควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไขด้าน Technical Loss 10 มาตรการ ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด เป้าหมาย กฟน.3 = 4 ครั้ง หมายเหตุ : รายงานผลไตรมาสละ 1 ครั้ง 5.2 ควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไข ด้าน Non-Technical Loss 8 มาตรการ ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด เป้าหมาย กฟน.3 = 4 ครั้ง หมายเหตุ : รายงานผลไตรมาสละ 1 ครั้ง	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	1	1	1		1		1			คณะทำงาน ลดหน่วยสูญเสีย			
		กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	1	1	1		1		1			คณะทำงาน ลดหน่วยสูญเสีย			
6. OM1.5 แผนงานติดตามและแก้ไขปัญหาไฟฟ้า ที่ขึ้น อุตสาหกรรม	6.1 รายงานผลการควบคุม ติดตาม ป้องกัน และแก้ไขค่า SAIFI, SAIDI พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด (จัดทำระบบ Preventive Maintenance ทุกเดือน) เป้าหมาย รายงานผล 12 ครั้ง กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม หมายเหตุ : รายงานผลเดือนละ 1 ครั้ง 6.2 รายงานวิเคราะห์ปัญหากระแสไฟฟ้าขัดข้อง พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เพื่อระบุอุปกรณ์ทำงาน การแก้ไข การจ่ายไฟกลับคืน และมีการระบุสาเหตุ เป้าหมาย ทุกครั้งที่เกิดปัญหา 100 % ไตรมาสละ 1 ครั้ง กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม หมายเหตุ : รายงานผล ๓1 ทุกไตรมาส ไตรมาสละ 1 ครั้ง 6.3 รายงานการตรวจสอบวิเคราะห์ระบบป้องกันทำงานผิดปกติ สำหรับเหตุการณ์ไฟฟ้าขัดข้องพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม และการจ่ายไฟกลับคืน และมีการระบุสาเหตุ เป้าหมาย ทุกครั้งที่เกิดปัญหา 100 % ไตรมาสละ 1 ครั้ง กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม หมายเหตุ : รายงานผล ๓1 ทุกไตรมาส ไตรมาสละ 1 ครั้ง	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กฟบ.			
		กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	ไม่มีนิคม อุตสาหกรรม									กฟบ.			
		กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	ไม่มีนิคม อุตสาหกรรม									กฟบ.			

4. เป้าหมาย

5.4

9.35 นาที/ราย/ปี

--	--

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ท้าการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	แผนงานการตรวจสอบระบบจำหน่ายและสายส่งไฟฟ้าโดยใช้ โปรแกรมประยุกต์ APSA (Advanced Patrolling System Application) (Smart Patrol) 6.4 การตรวจสอบระบบสายส่งไฟฟ้า พร้อมทั้งดำเนินการแก้ไขจุดผิดปกติและรายงานผลการดำเนินการใน APSA พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5 ดำเนินการตรวจสอบ รายงานผลทุกเดือน รายงาน ภ1 ทุกไตรมาส กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม หมายเหตุ : รายงานผลทุกเดือน รายงาน ภ1 ทุกไตรมาส 6.5 การตรวจสอบระบบจำหน่ายแรงสูง พร้อมทั้งดำเนินการแก้ไขจุดผิดปกติและรายงานผลการดำเนินการใน APSA ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5 กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม ผอภ.(ภ1) = 100% (รายงานผลการดำเนินงานในภาพรวมของสายงานฯ) หมายเหตุ : รายงานผลทุกเดือน รายงาน ภ1 ไตรมาส 2 และ 4 6.6 ติดตั้งมิเตอร์แบบวัดไฟฟ้าทั้งระบบสายส่ง และระบบจำหน่ายแรงสูง ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม 6.7 สำรองระบบไฟฟ้าทั้งระบบสายส่ง, ระบบจำหน่ายแรงสูง เพื่อพิจารณาเปลี่ยนทดแทนอุปกรณ์ไฟฟ้าที่เสื่อมสภาพจำนวนมากหรือใกล้ (MS2000) ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม หมายเหตุ : รายงานผลทุกเดือน รายงาน ภ1 ทุกไตรมาส 6.8 แผนงานบำรุงรักษาอุปกรณ์ในสถานีไฟฟ้า (Switchgear และ Relay) พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย กฟน.3 = ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กบข.			
		กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 2,4	ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม									กบข.			
		กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม									กบข.			
		กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม									กบข.			
				ไม่มีนิคมอุตสาหกรรม									กบข.			

1. วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับ

องค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่

- รั้อยละของหน่วยสูญเสียในระนาบจำหน่วย (Loss)

- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) บิณฑิตสวนภรรยา

- คัดมีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) บิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

รอลำเป้าหมาย

5.4

0.51 ครั้ง/ราย/ปี

0.35 1000/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
BSC OM2 เกณฑ์วัด ยกระดับคุณภาพระบบจำหน่ายไฟฟ้าแรงต่ำ รองรับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมไฟฟ้า/ ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนาจัดทำระบบประมวลค่าดัชนี ฯ (SAIFI&SAIDI) ระบบจำหน่ายแรงต่ำ																
7. OM2.1 แผนงานติดตามและแก้ไขปัญหาไฟดับระบบจำหน่าย	7.1 รายงานผลการพัฒนาจัดทำระบบประเมินผลค่าดัชนี SAIFI,SAIDI ระบบจำหน่ายแรงต่ำและทดสอบผลการใช้งาน	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-2										กปน.			
	เป้าหมาย กฟน.3 = 100%			รอความ ชัดเจนจาก สายงาน ก1												
	หมายเหตุ : กฟพ. ออกรายงาน 52 ปรับตาม กฟพ. เริ่มรายงานได้ไตรมาสที่ 2 จากการประชุมคณะกรรมการความเชื่อถือได้ของระบบไฟฟ้า ครั้งที่ 1															
	7.2 รายงานผลการตรวจสอบความถูกต้องฐานข้อมูลเหตุการณ์ไฟฟ้าขัดข้องระบบจำหน่ายแรงต่ำ	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4										กปน.			
	เป้าหมาย รายงานผลเดือนละ 1 ครั้ง กฟน.3 = 100%			รอความ ชัดเจนจาก สายงาน ก1												
	หมายเหตุ : เพื่อใช้ผลค่าดัชนี SAIFI, SAIDI ระบบจำหน่ายแรงต่ำ ปี 2565 เป็น Baseline เป้าหมายปี 2566 ต่อไปรายงานผลทุกเดือน รายงาน ก1 ทุกไตรมาส															
7.3 รายงานวิเคราะห์ปัญหากระแสไฟฟ้าขัดข้อง ระบบจำหน่ายแรงต่ำ เพื่อระบุอุปกรณ์ทำงาน/สาเหตุ/การแก้ไข	เป้าหมาย รายงานผลเดือนละ 1 ครั้ง กฟน.3 = 100%	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	รอความ ชัดเจนจาก สายงาน ก1									กปน.			
	หมายเหตุ : รายงานผลทุกเดือน รายงาน ก1 ทุกไตรมาส															
	7.4 การตรวจสอบระบบจำหน่ายแรงต่ำ พร้อมทั้งทั้งดำเนินการแก้ไขจุดผิดปกติและรายงานผลการดำเนินการใน APSA	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 4	2,080	2,476								กบข.			
	เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟภ. ระดับ 5 กฟน.3 = 33% ขึ้นไป (เหนือแปลง จำนวน 6,500 ลูก/ปี)															
	หมายเหตุ : รายงานผลทุกเดือน รายงาน ก1 ไตรมาส 4															
	กฟจ.สทบุรี			105	130											
	กฟจน.ศรีสุวรรค์			284	504											
	กฟจ.อุทัยธานี			209	223											
	กฟจ.ชัยนาท			245	245											
	กฟจ.สิงห์บุรี			101	107											
	กฟจ.เพชรบูรณ์			176	181											
	กฟอ.หนองไผ่			182	182											
	กฟอ.โคกสำโรง			70	93											
	กฟอ.หนองเสือ			112	125											
	กฟอ.ตาคลี			59	101											
	กฟอ.ลาดยาว			374	376											
	กฟอ.พัฒนานิคม			75	79											
	กฟอ.ชัยบาดาล			88	130											

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่
- ร้อยละของหน่วยสูญเสียในระบบจำหน่าย (Loss)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) นิคมอุตสาหกรรม
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) นิคมอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย

5.4

0.51 ครั้ง/ราย/ปี

9.35 นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ผล ดำเนินงาน สะสม	12 หน่วยงาน หลัก	13. งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)	ปัญหาและ แนวทางแก้ไข
				เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน	เป้าหมาย	ผลงาน					
	7.5 ดำรงระบบไฟฟ้าระบบจำหน่ายแรงต่ำ เพื่อพิจารณาเปลี่ยนทดแทนอุปกรณ์ไฟฟ้าที่เสื่อมสภาพจำนวนมาก หรือทั้งไลน์ (MS2000) เป้าหมาย สำรอง จัดสรรงบ และดำเนินการแก้ไขปีงบประมาณ 100% กฟน.3 = 100% ของจุดตรวจงาน หมายเหตุ : รายงานผลทุกเดือน รายงาน งบ1 ทุกไตรมาส	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3	ไตรมาส 1-4	100%	100%								กบข.			
8.แผนงานปรับปรุงหม้อแปลง และระบบจำหน่ายแรงต่ำจาก ผลวิเคราะห์ของ OPSAonGIS	8.1 แผนแก้ไขข้อมูล GIS แผนวัดโหลด และแผนการปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงต่ำ เป้าหมาย ตามแผน มวก. ปี 2565 ร้อยละ 100 ภายในไตรมาส 3 กฟน.3 = 100 % (2083 เครื่อง)					80		100		-			กวว.			
	8.2 แก้ไขข้อมูล GIS, วัดโหลด, ก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงต่ำ เป้าหมาย ตามแผน มวก. ปี 2565 (ระดับ 5) กฟน.3 = ร้อยละ 95 ภายใน พ.ย.					50		80		95			กวว.			
9. OM2.3 แผนงานยกระดับ คุณภาพระบบไฟฟ้าแรงต่ำเพื่อ รองรับการเปลี่ยนแปลงของ อุตสาหกรรมไฟฟ้า	9.1 ดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ และแนวทางปฏิบัติด้านเทคนิค เพื่อยกระดับโครงข่ายระบบจำหน่ายแรงต่ำ เป้าหมาย รอคำนัดเงินจากสายงาน ป. กฟน.3 = ร้อยละ 100	กฟน.1/กฟน.2/กฟน.3 ผอ.ก.(ก1)	ไตรมาส 1-4										กบป.			
10. แผนติดตาม Data Cleasing ระบบ GIS ในเชิงคุณภาพ	10.1 ปรับปรุงความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูลมิเตอร์ในระบบ GIS เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟผ. ระดับ 5 กฟน.3 = ร้อยละ 99	99%	99.57%	99.57	99%		99%		99%	99%			กวว.			
	10.2 ปรับปรุงความถูกต้องของข้อมูลหม้อแปลงในฐานข้อมูลระบบ GIS เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟผ. ระดับ 5 กฟน.3 = ร้อยละ 96	96%	99.52%	99.52	96%			96%		96%			กวว.			
	10.3 ปรับปรุงความถูกต้องของข้อมูลอุปกรณ์ป้องกันและตัดคอนในระบบไฟฟ้าในฐานข้อมูล GIS เป้าหมาย ตามเกณฑ์ กฟผ. ระดับ 5 กฟน.3 = ร้อยละ 99	99%	99.51%	99.51	99%			99%		99%			กวว.			