

สรุปแผนงานและกิจกรรมตามแผนปฏิบัติการ ด้านลูกค้า ประจำปี 2563 ของ สรท.(ภ3)

กลยุทธ์	แผนงาน	กิจกรรม	กิจกรรมตามเป้าหมาย
CR1	1	2	2
	2	3	5
	3	2	2
	4	4	6
	5	1	1
	6	5	8
	7	1	2
	8	7	8
รวม	8	25	34
CR2	1	5	14
	2	2	2
	3	1	1
รวม	3	8	17
CR3	1	1	1
รวม	1	1	1
NM1	1	3	3
รวม	1	3	3
กลยุทธ์	แผนงาน	กิจกรรม	กิจกรรมตามเป้าหมาย
4	13	37	55

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ - SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของ ทุกกลุ่มลูกค้า	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร - CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และ การให้บริการของลูกค้า โดยใช้นวัตกรรมดิจิทัล (Customer Service)	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน - ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้า - ความพึงพอใจของลูกค้ารายย่อย - ความพึงพอใจของลูกค้ารายใหญ่ - ความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มราชการ, รัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ - ร้อยละต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง - ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำ ฐานข้อมูลของ Potential Customer (Strategic และ Star) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ ทางการตลาดในกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง	4. เป้าหมาย - ระดับ 4.37 - ระดับ 4.40 - ระดับ 4.32 - ระดับ 4.33 - ร้อยละ 10 - ระดับ 5
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน - CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และ การให้บริการของลูกค้า โดยใช้นวัตกรรมดิจิทัล (Customer Service)	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน - ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานฯ - ความพึงพอใจของลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่ภาคและพาณิชย์รายย่อย) - ความพึงพอใจลูกค้ากลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรม และพาณิชย์รายใหญ่) - ความพึงพอใจลูกค้าภาครัฐและอื่นๆ (ราชการ และรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ) - ร้อยละต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง	7. เป้าหมาย - ระดับ 4.37 - ร้อยค่าเป้าหมาย - ร้อยค่าเป้าหมาย - ร้อยค่าเป้าหมาย - ร้อยค่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แบบปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักหรือเป็นภาคหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) วิชาการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 1 การนำเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อกำหนด และดำเนินการตามมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ที่เน้นความคาดหวังของลูกค้า และเหนือกว่าผู้เทียบ	- ฝ่าย(ก3) ร่วมหารือกับ ฝ่าย_ฟฟท.ฝ่าย(ก.1, ก2, ก4) เพื่อกำหนดมาตรฐานการให้บริการลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service) จากการให้บริการผ่าน Application บน Smartphone และ Internet ในกระบวนการบริการ ดังนี้ (1) การขอใช้ไฟฟ้า (2) ชำระเงินค่าไฟฟ้า (3) แจ้งเหตุไฟฟ้าขัดข้อง (4) แจ้งซ่อมแซมและขี้อยู่รอเรียน (5) ชำระค่าไฟฟ้าค่าชำระและค่าติดกสิณเตอร์ (6) งานการขอขยายเขตไฟฟ้า เป้าหมาย - ฝ่าย(ก3) กำหนดมาตรฐานการให้บริการ(SLA) ของกระบวนการ จำนวน 6 กระบวนการ ที่ลูกค้าใช้บริการผ่าน Application บน Smartphone และ Internet - ฝ่าย(ก3) ซึ่งแจ้งแนวทางปฏิบัติของกระบวนการนี้ให้กับส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้รับทราบ - กฟผ.1 -3 ติดตามประเมินผล และสรุปรายงานผลหรือวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคจากการดำเนินงานระดับ กฟผ. ภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส - ฝ่าย(ก3) สรุปรายงานผลและวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคจาก การดำเนินงานระดับสายงาน ภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส	กฟผ.1 ฝ่าย(ก3)	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่ายบ.บ.ส. ฝ่าย.กรท. ฝ่าย(ก3)	-	-
		ฝ่าย(ก3)	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย(ก3)	-	-
		ฝ่าย(ก3)	ก.ค.-ก.ย.2563	ฝ่าย(ก3)	-	-
		กฟผ.1	ก.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่ายบ.บ.ส. ฝ่าย.กรท.	-	-
		ฝ่าย(ก3)	ก.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย(ก3)	-	-

		17							
แผนงานที่ 2 พัฒนาการให้บริการลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	2.1 การให้บริการนำคำร้องขอให้ใช้ผ่านทางอีเมลออนไลน์	กทปส.ชั้น 1-3, กทส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ส่วนกพร., ส่วนกมล., ส่วนคส.	-	-			
	2.1.1 จัดทำประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวิธีการนำคำร้องขอให้ใช้ผ่านทางอีเมลออนไลน์ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าที่เข้ามาขอใช้ผ่านทางอีเมลออนไลน์ (PEA Customer Online Service (PEA COS), PEA Smart Plus)	กทปส.ชั้น 1-3, กทส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ส่วนกพร., ส่วนกมล., ส่วนคส.	-	-			
	เป้าหมาย - กทปส. จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เชิญชวนการให้บริการนำคำร้องขอให้ใช้ผ่านทางอีเมลออนไลน์ เช่น ผ่านเว็บไซต์, ไลน์, วิทยุ เป็นต้น ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง - จำนวนลูกค้าที่ขอใช้ผ่านทางอีเมลออนไลน์ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนลูกค้าที่ขอใช้ทั้งหมดในปี 2563	กทปส.ชั้น 1-3, กทส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ส่วนกพร., ส่วนกมล., ส่วนคส.	-	-			
	2.1.2 ติดตามและรายงานผลการใช้งานการขอใช้ผ่านทางอีเมลออนไลน์ รวมทั้งปัญหาอุปสรรคในการใช้งาน	กทปส.ชั้น 1-3, กทส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ส่วนกพร., ส่วนกมล., ส่วนคส.	-	-			
	เป้าหมาย - กทปส.ชั้น 1-3 ติดตาม และรายงานผลการใช้งานการขอใช้ผ่านทางอีเมลออนไลน์ รวมทั้งปัญหาอุปสรรคในการใช้งานเพื่อจัดส่งรายงานให้ กทส. ภายใน 10 วัน หลังสิ้นสุดไตรมาส - กทส. วิเคราะห์ผลเพื่อปรับปรุงกระบวนการในการให้บริการ และจัดทำสรุปรายงานให้ ส่วน(ก3) ภายใน 20 วัน หลังสิ้นสุดไตรมาส								

	2.2 การพัฒนาระบบบัญชีภายในผ่านระบบ DMSx เป้าหมาย - จำนวนรายการที่ดำเนินการผ่านระบบ DMSx เทียบกับจำนวนรายการในระบบ SAP ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 - การลดข้อผิดพลาดที่ถูกต้องภายใน 4 ชั่วโมง ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80	กพท. ชั้น 1-3,	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่ายบริหาร, ศสค.,บปอ. ศสค.,สนง. สำนักบริหาร, ศสค.,บปอ. ศสค.,สนง.	-	-
แผนงานที่ 3 การพัฒนากระบวนการให้บริการธุรกิจตามแนวทาง Doing Business: World Bank	3.1 คิดตามผลการให้บริการตามกระบวนการจัดซื้อพัสดุแบบ PEA Doing Business ตามทุก กพท. ทุกจังหวัด เป้าหมาย - กพท. ชั้น 1-3, กพล. ร้อยละ ตามเกณฑ์และปัญหาอุปสรรคในการใช้งานเป็นประจำทุกเดือน พร้อมจัดส่งรายงานให้ กนช. ภายใน 10 วันหลังสิ้นสุดเดือน - กนช. ให้ความรู้เพื่อส่งเสริมปรับปรุงกระบวนการบริการให้บริการแก่ประชาชนและผู้ติดตาม และจัดทำสรุปรายงานให้ ฝ่าย(ก3) ภายใน 20 วันหลังสิ้นสุดไตรมาส 19	กพท. ชั้น 1-3, กพล.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย กนช., ศสค., ศสค.	-	-
	3.2 การพัฒนากระบวนการให้บริการตามแนวทาง PEA Doing Business ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เป้าหมาย - ฝ่าย(ก3) นำเสนอแนวทางการปรับปรุงการพัฒนากระบวนการให้บริการตามแนวทาง PEA Doing Business ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นให้ สมย - ฝ่าย(ก3) ซึ่งแนวทางการปฏิบัติงานของกระบวนการให้บริการตามแนวทาง PEA Doing Business ให้ได้รับอนุมัติให้ปรับปรุงดำเนินให้ทั้งส่วนมาเกี่ยวข้องในทราบ	ฝ่าย(ก3) กพท.1	เม.ย.-ธ.ค.2563 เม.ย.-ก.ย.2563 ธ.ค.ค.2563	ฝ่าย(ก3)	-	-

20					
	4.2 จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าที่ติดต่อให้เจ้าทาง SPP เป้าหมาย - ส่วน (n3) นำทั้งคณะกรรมการมา เพื่อกำหนดแนวทาง ประเด็นหัวใจ และวิธีการจัดทำฐานข้อมูล - กลท.1.2 ดำเนินการสำรวจและบันทึกข้อมูล ตามที่คณะกรรมการ กำหนด - ส่วน (n3) รวบรวมและสรุปประเด็นศึกษาจนมา	กลท.ชิ้น 1-3, กลท.	ม.ค.-ค.ค.2563 ม.ค.-มิ.ค.2563	ส่วน/ภท., ส่วน, ส่วน (n3)	- -
	4.3 จัดทำฐานข้อมูลผู้ติดต่อให้ท่านคณบดีจาก (VSPPI) เป้าหมาย - ส่วน (n3) กำหนดแนวทาง ประเด็นหัวใจ และวิธีการจัดทำฐานข้อมูล - กลท.1.3 ดำเนินการสำรวจและจัดทำฐานข้อมูลตามที ส่วน (n3) กำหนด ส่วน (n3) รวบรวมและสรุปประเด็นศึกษาจนมา	กลท.ชิ้น 1-3, กลท.	ม.ค.-ค.ค.2563 ม.ค.-มิ.ค. 2563 ม.ค.-ก.ย. 2563 ค.ค. 2563	ส่วน/ภท., ส่วน/ภท., ส่วน, ส่วน,	- -
	4.4 จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า (High Value) เพื่อมุ่งหวังตอบสนองเป้าหมาย ทางการตลาดและธุรกิจอีกเรื่อง เป้าหมาย - จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ฐานข้อมูลลูกค้าที่มีการใช้ไฟฟ้าเกินร้อยละ 10 จากปี 2561-2562 และมีการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 ของขนาดติดตั้งนั่นเอง 2) ฐานข้อมูลลูกค้าที่มีการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 70 ของขนาดติดตั้งนั่นเอง	กลท.ชิ้น 1-3, กลท.	ม.ค.-มิ.ค.2563	ส่วน/ภท., ส่วน/ภท., ส่วน, ส่วน,	- -

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						
	4.5.2 ดำเนินการตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า ด้วยระบบบันทึกการของต่อสถานีฯ (อาทิ ยานยนต์, อีเล็คตรอนิกส์, ปีเตอร์เคมี, สิ่งทอ, ของมือโลหะ และแปรรูปอาหาร) เป้าหมาย กฟผ.ละ 2 ประเภทกิจการ	กฟผ.ชั้น 1-3, กฟผ.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย/กบส., กฟผ.ชั้น 1-3, กฟผ.	-	-
	4.5.3 ส่งตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าผู้ผลิตไฟฟ้ารายเล็กมาก (VSPP) ที่มีโอกาสมีผลกระทบต่อดัชนีค่าผู้ดูแลสาธารณูปโภค เป้าหมาย กฟผ.ละ 2 แห่ง	กฟผ.ชั้น 1-3, กฟผ.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย/กบส./กฟผ. กฟผ.ชั้น 1-3, กฟผ.	-	-
23						
แผนงานที่ 5 การพัฒนาการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Analytics) เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ยั่งยืน	- ฝ่าย(ก3) ร่วมหารือกับ ฝ่าย., ฝ่าย, ฝ่าย(ก1, ก2, ก4) เพื่อจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า High Value โดยฐานข้อมูลประกอบด้วย - ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป - ข้อมูลการใช้ไฟ - ข้อมูลการใช้บริการธุรกิจเสริม - ข้อมูลระบบไฟฟ้าภายในของลูกค้า เป้าหมาย 1. ฝ่าย(ก3) ร่วมกับ กฟผ.1 -3 เพื่อจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า High Value พร้อมกำหนดรายละเอียดของข้อมูลลูกค้า ลงไว้ ฝ่าย. 2. ฝ่าย(ก3) สื่อสารถ่ายทอด และชี้แจงแนวทางการปรับปรุงฐานข้อมูลลูกค้า High Value ให้กับ กฟผ.ชั้น 1-3 และ กฟผ. เพื่อดำเนินการจัดเก็บข้อมูลตามข้อ 1 3. ฝ่าย(ก3) ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดทำกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาดสำหรับจำหน่ายหรือให้บริการ 4. ติดตามประเมินผล และสรุปรายงานผลพร้อมวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคจากการดำเนินงานระดับ กฟผ. ภายใน 15 วันหลังจากเริ่มโครงการ 5. ฝ่าย(ก3) สรุปรายงานผลและวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคจากการดำเนินงานระดับสายงาน ภายใน 20 วัน หลังจากเริ่มโครงการ	ฝ่าย(ก3)	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย(ก3)	(2) 4.000	4.000
		ฝ่าย(ก3)	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย(ก3)		
		ฝ่าย(ก3)	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย(ก3)		
		กฟผ.ชั้น 1-3, กฟผ.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย(ก3)		
		ฝ่าย(ก3)	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย(ก3)		
		กฟผ.1	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย(ก3)		
		ฝ่าย(ก3)	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย(ก3)		
24						
แผนงานที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (Market Research) เพื่อพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การให้บริการของลูกค้า	6.2 การรับฟังเสียงของลูกค้า ตามคู่มือกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า และวิธีปฏิบัติงานการรวบรวมเสียงของลูกค้าแต่ละช่องทาง (PEA VOC System) ดังนี้ 6.2.1 การสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า (Survey Based) ของสายงานฯ และ กฟผ. ดำเนินการเอง เป้าหมาย - ฝ่าย(ก3) กำหนดแบบสำรวจผ่านระบบสารสนเทศที่จัดทำขึ้นตามกลุ่มลูกค้า พร้อมกำหนดแผนสำรวจฯ ปี 2563 - ทุก กฟผ. ดำเนินการสำรวจและบันทึกผลการสำรวจ - กฟผ.1 วิเคราะห์และสรุปผลระดับ กฟผ. - ฝ่าย(ก3) วิเคราะห์และสรุปผลระดับสายงานฯ	กฟผ.1	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย/กบส., ฝ่าย(ก3)	(2) 0.044	0.044
			ม.ค.-ธ.ค.2563			
			ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝ่าย(ก3)		
			ธ.ค.2563			

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)
25						
	6.2.2 การติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าภายในหลังจากการใช้บริการ พร้อมทั้งวิเคราะห์ ความเป็นพึงพอใจ และความคิดเห็น จากลูกค้า โดย กฟผ. ดำเนินการส่งแบบประเมินผ่าน SMS ให้ลูกค้า เมื่อดำเนินการ 3 ประมวลงาน ดังนี้ (1) งานขอใช้ไฟฟ้าติดตั้งมิเตอร์ ทุกราย (ไม่รวมหมู่บ้านจัดสรร และ คอนโดมิเนียมที่เจ้าของโครงการเป็นผู้ดำเนินการขอใช้ไฟ) (2) งานขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์ ทุกราย (3) งานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย ทุกราย เป้าหมาย - กบ. ติดตามและสรุปผลการปรับปรุงในการรวมของ กฟผ. ภายใน 15 วันหลังเริ่มไตรมาส - กรท. รายงานผลการใช้งานและปัญหาอุปสรรคของระบบฯ ภายใน 15 วันหลังเริ่มไตรมาส - ฝ่าย(ก3) สรุปรายงานผลภายใน 30 วันหลังเริ่มไตรมาส 6.2.3 ส่งและโทรศัพท์สำรวจลูกค้าโดย กบ. จากลูกค้าทางโทรศัพท์ (เฉพาะลูกค้าที่มีข้อตกลงประเมินผ่าน SMS ตามข้อ 6.2.2) เพื่อสอบถามความพึงพอใจภายในระยะเวลาให้บริการไม่เกิน 15 วัน พร้อมทั้งวิเคราะห์ความพึงพอใจ และความคิดเห็นจากลูกค้า ตามประเภทบริการ ดังนี้	กฟผ. ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ส่วน,กบส., ส่วน,กบส., ส่วน,กบส.	(2) 0.009	0.009
	6.2.3 ส่งและโทรศัพท์สำรวจลูกค้าโดย กบ. จากลูกค้าทางโทรศัพท์ (เฉพาะลูกค้าที่มีข้อตกลงประเมินผ่าน SMS ตามข้อ 6.2.2) เพื่อสอบถามความพึงพอใจภายในระยะเวลาให้บริการไม่เกิน 15 วัน พร้อมทั้งวิเคราะห์ความพึงพอใจ และความคิดเห็นจากลูกค้า ตามประเภทบริการ ดังนี้	กฟผ. ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ส่วน,กบส., ส่วน,กบส., ส่วน,กบส.	(2) 0.011	0.011
26						
	- งานขอใช้ไฟฟ้าติดตั้งมิเตอร์ จำนวน 768 ราย (ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส/กฟผ.ชั้น 1-3) กฟผ.1 จำนวน 300 ราย กฟผ.2 จำนวน 264 ราย กฟผ.3 จำนวน 204 ราย - งานขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์ จำนวน 768 ราย (ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส/กฟผ.ชั้น 1-3) กฟผ.1 จำนวน 300 ราย กฟผ.2 จำนวน 264 ราย กฟผ.3 จำนวน 204 ราย - งานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย จำนวน 256 ราย (ไม่น้อยกว่า 1 ราย/ไตรมาส/กฟผ.ชั้น 1-3) กฟผ.1 จำนวน 100 ราย กฟผ.2 จำนวน 88 ราย กฟผ.3 จำนวน 68 ราย หมายเหตุ กรณี กฟผ. มีผู้ให้บริการน้อยกว่าเป้าหมาย ให้ กบ. ส่งรายชื่อจาก กฟผ. อื่นเพิ่มเติม เป้าหมาย - กฟผ. สรุปรายงานผลภายใน 15 วันหลังเริ่มไตรมาส - ฝ่าย(ก3) สรุปรายงานผลภายใน 30 วันหลังเริ่มไตรมาส - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 4.37					
27						
	6.2.4 การติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าด้านก่อนประเมิน ความพึงพอใจแบบบันทึก (Smile Box) หรือแบบ Touch Screen - กฟผ. ชั้น 1-3, กฟส. ประเมินลูกค้าทางโทรศัพท์สำหรับลูกค้า ที่ค่าประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 (ที่ดีประเมิน 1, 2) โดยให้ข้อมูลจากโปรแกรม Customers Smile Feedback - กฟผ. ชั้น 1-3, กฟส. นำผลวิเคราะห์ทำการประเมินฯ ของลูกค้าที่ ประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 มาดำเนินการปรับปรุงแก้ไข - กฟผ. ชั้น 1-3, กฟส. รายงานสรุปผลวิเคราะห์ทำการประเมินฯ และแจ้งให้ กบ. ทราบ ภายใน 10 วันหลังเริ่มไตรมาส เป้าหมาย - ติดตามการลดประเมินเทียบกับจำนวนตัวที่มอบ กฟผ. ชั้น 1-3 และ กฟส. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนตัวทั้งหมด - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า (รอค่าเป้าหมาย) - กบ. ติดตามและรายงานสรุปผลวิเคราะห์ทำการประเมินฯในการรวมของ กฟผ. ภายใน 15 วันหลังเริ่มไตรมาส - กรท. รายงานผลการใช้งานและปัญหาอุปสรรคของระบบฯ ภายใน 15 วันหลังเริ่มไตรมาส - ฝ่าย(ก3) สรุปรายงานผลภายใน 30 วันหลังเริ่มไตรมาส	กฟผ. ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ส่วน,กรท., ส่วน,กบส., ส่วน,สอศ., ส่วน, สอศ.	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเชิงปริมาณ) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) งบอุดหนุน (2) งบดำเนินการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
	6.3 การรวบรวมเสียงของลูกค้าย่อยจากต่างๆ (5 ช่องทาง 15 กลุ่ม) เป้าหมาย - กฟฟ. ชั้น 1-3 บันทึกข้อมูลเสียงของลูกค้าย่อยที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ ลงระบบ PEA VOC System ทุกครั้ง - กฟฟ. รวบรวมรายงานจาก PEA VOC System และจัดส่งให้ ผอ.ร. (ร3) ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส - ผอ.ร. (ร3) รวบรวมและสรุปรายงาน ภายใน 30 วันหลังสิ้นไตรมาส 6.4 นำผลวิเคราะห์จากโครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า และตลาด ประจำปี 2562 มาจัดทำแผนปรับปรุงในระดับสายงานฯ ตอบสนองเสียงของลูกค้าย่อยในระดับองค์กร เป้าหมาย - ผอ.ร. (ร3) จัดทำแผนปรับปรุงในระดับสายงานฯ ตอบสนองเสียงของลูกค้าย่อยระดับองค์กร หลังจากทบทวนผลแล้ว ภายใน 30 วัน หรือดำเนินการตามระยะเวลาตามที่ กฟผ. กำหนด - กฟผ. 1 ดำเนินการตามแผนปรับปรุงฯ และสรุปผลการดำเนินงาน พร้อมเป็นข้อมูลสรุปฯ ภายใน 15 วัน หลังสิ้นไตรมาส - ผอ.ร. (ร3) รวบรวม และสรุปรายงานผล ภายใน 30 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ. ชั้น 1-3, กฟผ. กฟฟ. ชั้น 1-3, กฟผ. ผอ.ร. (ร3)	ม.ค.-ธ.ค.2563 ม.ค.-ธ.ค.2563	ผอ.ร.ร.ร., ผอ.ร. ผอ.ร.ร.ร., ผอ.ร. (ร3)	- -	- -

29

แผนงานที่ 1 พัฒนาการให้บริการที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร	6.5 นำผลวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจ การติดตามข้อมูลเปลี่ยน และข้อร้องเรียน มาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ/ปรับปรุงกระบวนการทำงาน เป้าหมาย - กฟฟ. ชั้น 1-3 และ กฟผ. รายงานแผน และผลการตอบสนองเสียงของลูกค้าย่อยในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ/สนับสนุน และแจ้งให้ กบ. ทราบ ภายใน 10 วันหลังสิ้นเดือน - กบ. ติดตาม และรายงานสรุปผล ในภาพรวมของ กฟผ. ภายใน 15 วัน หลังสิ้นไตรมาส - ผอ.ร. (ร3) สรุปรายงานผล ภายใน 30 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ. ชั้น 1-3, กฟผ., ผอ.ร. (ร3)	ม.ค.-ธ.ค.2563	ผอ.ร.ร.ร., ผอ.ร. (ร3)	-	-
	7.1 ปรับปรุง Front Office กฟฟ. ชั้น 1-3 ให้ทันสมัยอย่างความสะดวกต่อลูกค้า (ตามแผนงานที่ 6 และการจัดการ Smart Front Office กำหนด) 7.1.1 งานที่อยู่นอกระบบแผนงานปี 2562 (ต่อเนื่องจากปี 2562) เป้าหมาย จำนวน 1 แห่ง 1. กฟฟ. ไร่สีสุก	กฟฟ. รศท.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ผอ.ร.ร.ร., กฟฟ. รศท.	(1) 1,200	1,200
	7.1.2 งานที่อยู่นอกระบบแผนงานปี 2563 เป้าหมาย จำนวน 2 แห่ง 1. กฟผ. ลำปาง 2. กฟผ. คลองหลวง	กฟฟ. ลพ., กฟฟ. ลพ.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ผอ.ร.ร.ร., กฟฟ. ลพ., กฟฟ. ลพ.	(1) 2,000	2,000

30

แผนงานที่ 2 งานยกระดับมาตรฐานคุณภาพไฟฟ้าและการให้บริการ	8.1 การขอรับรองศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) 8.1.1 การรักษามาตรฐาน สำหรับ กฟฟ. ที่ผ่านการรับรองศูนย์ราชการสะดวกแล้ว เป้าหมาย - กฟฟ. 1-3 แห่งทั้งฝั่งและทำงานตรวจสอบการรักษามาตรฐานสำหรับ กฟฟ. ที่ผ่านการรับรองศูนย์ราชการสะดวก - กฟฟ. 1-3 ดำเนินการตรวจสอบการรักษามาตรฐานสำหรับ กฟฟ. ที่ผ่านการรับรองศูนย์ราชการสะดวก - กฟฟ. 1-3 รายงานสรุปผลการดำเนินงาน	กฟฟ. ชั้น 1-3, กฟผ., กฟผ.	ม.ค.-ธ.ค.2563 มิ.ค. 2563 ม.ย.- พ.ย. 63 ธ.ค. 2563	ผอ.ร.ร.ร., กฟผ. ร.ร., กฟผ. ร.ร.	-	-
	8.1.2 เตรียมความพร้อมการดำเนินการผู้ ศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) เป้าหมาย - กฟฟ. ที่ผ่านการรับรองศูนย์ราชการสะดวกครบ 3 ปี ให้เป็นขอการตรวจรับรองศูนย์ราชการสะดวก จาก สป. - กฟฟ. ชั้น 1-3 ทุกแห่ง ที่ยังไม่ผ่านการรับรอง - กฟผ. และ กฟผ. ที่มีความพร้อม และผ่านเกณฑ์ (ด้านกายภาพ) ทุกแห่ง หมายเหตุ ยกเว้น กฟฟ. ที่อยู่ระหว่างก่อสร้างอาคารสำนักงาน	กฟฟ. ชั้น 1-3, กฟผ.	ม.ค.-มิ.ค.2563	ผอ.ร.ร.ร., กฟฟ. ชั้น 1-3, กฟผ., กฟผ. ร.ร. กฟผ. ลพ.	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมเป้าหมายหรือขั้นตอน) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ดำเนินการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
31						
	8.2 งานบริหารความคาดหวังของลูกค้าที่ใช้บริการ ณ จุดบริการ โดยพนักงาน Front Manager พร้อมทั้งสนับสนุนด้านนิเทศการโฆษณาและปัญหาของลูกค้าในการให้บริการ ตามคู่มือกระบวนการปฏิบัติงานของผู้จัดการศูนย์บริการลูกค้า <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ. ชั้น 1-3 , กฟส.ทุกแห่ง รายงานผลดำเนินงาน ทุกไตรมาส 8.3 พัฒนาการให้บริการเพื่อสนับสนุนและอำนวยความสะดวก รวมถึงการเพิ่มยอดขายประเภทการให้บริการที่ PEA Shop - จัดส่งจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ PEA Shop เปรียบเทียบกับที่ใช้บริการ ณ จำนวน ณ ไม้เท้าว่า 50 (ละ 5) - ทำวิจัยในการดำเนินการ PEA Shop จัดตั้งไม่เกิน 7 บาท/ปี 8.4 เพิ่มประสิทธิภาพของงานการให้บริการด้วย PEA Mobile Shop โดยจัดทำแผนการให้บริการรถยนต์ PEA Mobile Shop และนำออกให้บริการตามแผน <u>เป้าหมาย</u> - นำรถออกให้บริการเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 20 วันต่อเดือน - จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ PEA Mobile Shop เฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3,000 ราย/เดือน/คัน	กฟฟ.ชั้น 1-3	ม.ค.-ส.ค.2563	ส่วน.กบ., ผ.ศ.ผ.บ.	-	-
		กฟฟ.ชั้น PEA Shop	ม.ค.-ส.ค.2563	ส่วน.กบ., ผ.บ.ก.บ., กฟฟ.ชั้น PEA Shop	-	-
		กฟฟ.ชั้น PEA Mobile Shop	ม.ค.-ส.ค.2563	ส่วน.กบ., ผ.บ.ก.บ., กฟฟ.ชั้น PEA Mobile Shop	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักหรือปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
32						
	8.5 เพิ่มจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการชำระเงินค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ช่องทางออนไลน์, ทักปฎิบัติในฝ่ายธนาคาร, ผ่านตัวแทนจุดบริการรับชำระเงิน ฯลฯ เป้าหมาย - เพิ่มจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการชำระเงินค่าไฟฟ้า ผ่านช่องทางอื่นๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 (ตามแผนงานองค์กร จำนวน กฟผ. ละ 2 กฟผ.) - กรท, สิดตาม และรายงานสรุปผลในการรวมของ กฟผ. ภายใน 15 วัน หลังสิ้นไตรมาส - ฝ่าย(ก3) สรุปรายงานผล ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส 8.6 ยกระดับมาตรฐานการให้บริการ สำหรับลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม พื้นที่โครงการระเบียงเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ให้ได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็วรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจ	กฟผ. ชั้น 1-3, ฝ่าย(ก3) กฟผ.2	ม.ค.-ธ.ค.2563	ส.บ.ท.กรท., กฟผ. ชั้น 1-3, ฝ่าย(ก3)	-	-
33						
	8.7 ยกระดับมาตรฐานการให้บริการ สำหรับลูกค้าในเขตพื้นที่ลุ่มลุ่มรอบต่อของ กฟผ. เป้าหมาย - ฝ่าย(ก3) แต่งตั้งคณะทำงานยกระดับมาตรฐานการให้บริการคุณภาพไฟฟ้า และการให้บริการ ในพื้นที่บริเวณพหลโยธิน กฟผ. - ฝ่าย(ก3) จัดทำแผนงานยกระดับมาตรฐานคุณภาพไฟฟ้า และการให้บริการ สำหรับลูกค้าในเขตพื้นที่ลุ่มลุ่มรอบต่อของ กฟผ. กฟผ.1-3 ดำเนินการตามแผนงานที่ คณะกรรมการฯ กำหนด กฟผ.1-3 สรุปรายงานผลทุกไตรมาส	ฝ่าย(ก3) กฟผ.ปท., กฟผ.รชช., กฟผ.ธญ., กฟผ.ฉก., กฟผ.ลดา., กฟผ.คส.	ม.ค.-ธ.ค.2563 ม.ค.-ธ.ค.2563 เม.ย.-ธ.ค.2563 เม.ย.-ธ.ค.2563	ฝ่าย(ก3) ส.บ.ท.กปบ., ฝ่าย.กบค., กฟผ.ปท., กฟผ.รชช., กฟผ.ธญ., กฟผ.ปท.2(บ.ท.), กฟผ.ฉก., กฟผ.ลดา., กฟผ.คส.		

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

- SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว และรักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว และรักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า Key Account, High Value

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า Key Account, High Value

4. เป้าหมาย

- ระดับ 4.34

7. เป้าหมาย

- รอค่าเป้าหมาย

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> การสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษารฐานลูกค้า High Value และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า	1.1 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้ารายสำคัญ 1.1.1 การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (Free Maintenance Service: FMS) - ลูกค้ากลุ่ม Strategic (4 บริการขึ้นไป/ราย/ปี) - FMS1 ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของลูกค้า (Patrol) - FMS2 ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) - FMS3 ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ - FMS4 ตรวจสอบจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer) - FMS5 สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม - FMS6 การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า) - FMS7 บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย <u>เป้าหมาย</u> ลูกค้ากลุ่ม Strategic ร้อยละ 100 (จำนวน 393 ราย) <u>กฟผ.1 จำนวน 182 ราย</u> <u>หมายเหตุ</u> ลูกค้ากลุ่ม Strategic เป็นลูกค้ามูลค่าสูงกลุ่ม High (H) และมีคุณลักษณะเชิงกลยุทธ์ของลูกค้า (Key Customer's Attractiveness) ที่สอดคล้องตามกลุ่มหลัก ตามคู่มือการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management : KAMT)	กฟผ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ผวบ.,กบส., ผปบ.,กบข., ผบค.,ผปบ. ผกบ.	(2) 2.272	2.272

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)
	- ลูกค้ากลุ่ม Star (3 บริการขึ้นไป/ราย/ปี) FMS1 ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลงของ ลูกค้า (Patrol) FMS2 ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) FMS3 ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการจัดการ โหลดอย่างมีประสิทธิภาพ FMS4 ตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer) FMS5 สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม FMS6 การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มี ปัญหาคุณภาพไฟฟ้า) <u>เป้าหมาย</u> ลูกค้ากลุ่ม Star ร้อยละ 100 (จำนวน 172 ราย) กฟภ.1 จำนวน 61 ราย <u>หมายเหตุ</u> ลูกค้ากลุ่ม Star เป็นลูกค้ามูลค่าสูงกลุ่ม Medium (M) หรือกลุ่ม Low (L) และมีคุณลักษณะเชิงกลยุทธ์ของลูกค้า (Key Customer's Attractiveness) ที่สอดคล้องตามกลุ่มหลัก ตามคู่มือการบริหารลูกค้า รายสำคัญ (Key Account Management : KAMT)	กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝวบ.,กบส., <u>ผบค.,ผปป.</u> <u>ผกป.</u>	(2) 0.517	0.517

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)
	- ลูกค้ากลุ่ม Status (3 บริการขึ้นไป/ราย/ปี) FMS1 ตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในและหม้อแปลง ของลูกค้า (Patrol) FMS2 ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) FMS3 ให้คำปรึกษา แนะนำการใช้ไฟฟ้า และการ จัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ FMS4 ตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องความร้อน (Thermal Viewer) FMS5 สนับสนุนวิทยากรสำหรับการฝึกอบรม <u>เป้าหมาย</u> ลูกค้ากลุ่ม Status ร้อยละ 100 (จำนวน 986 ราย) กฟก.1 จำนวน 333 ราย กฟก.2 จำนวน 272 ราย กฟก.3 จำนวน 381 ราย <u>หมายเหตุ</u> ลูกค้ากลุ่ม Status เป็นลูกค้ามูลค่าสูง High (H) และมีคุณลักษณะเชิงกลยุทธ์ ของลูกค้า (Key Customer's Attractiveness) ที่สอดคล้องตามกลุ่มรอง ตามคู่มือการบริหารลูกค้า รายสำคัญ (Key Account Management : KAMT)	กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝวบ.,กบส., ผบค.,ผปป. ผกป.	(2) 1.754	1.754

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>ลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ SPP</u> โดยแบ่งลูกค้าเป็น 3 กลุ่ม คือ <u>กลุ่มที่ 1</u> มีรายได้มากกว่า 5 ล้านบาท ให้บริการรายการ 1-7 <u>กลุ่มที่ 2</u> มีรายได้ 2-5 ล้านบาท ให้บริการรายการ 1-5 <u>กลุ่มที่ 3</u> มีรายได้น้อยกว่า 2 ล้านบาท ให้บริการรายการ 1-2 รายละเอียดการให้บริการ ดังนี้ 1) การตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในให้แก่ลูกค้า 2) การตรวจสอบหม้อแปลงของลูกค้า 3) ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) 4) ให้คำปรึกษาแนะนำการใช้ไฟฟ้าและการจัดการโหลด อย่างมีประสิทธิภาพ 5) การส่งกลิ่นความร้อน 6) การฉีดน้ำล้างลูกถ้วย 7) การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า) <u>เป้าหมาย</u> จำนวน 80 ราย <u>กฟภ.1</u> จำนวน 48 ราย	1) กฟจ.อย. 12 ราย 2) กฟฟ.รสด. 11 ราย 3) กฟอ.บปอ. 14 ราย 4) กฟจ.ปท.2 12 ราย 5) กฟฟ.ทก. 7 ราย	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝวบ.,กบส., ฝปบ.,กบข., กฟจ.อย., กฟฟ.รสด., กฟอ.บปอ., กฟจ.ปท.2, กฟฟ.ทก.	(2) 0.405	0.405

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)
	1.1.2 การดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account Management (KAMT) 1.1.2.1 ปรับปรุงข้อมูลสำคัญของลูกค้ารายสำคัญ (KAMT) ในโปรแกรม CRM Plus และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญตามแบบฟอร์ม CRM-KAM-002 ให้เป็นปัจจุบัน <u>เป้าหมาย</u> กฟก.1 จำนวน 1571 ราย ได้แก่ 7) กฟอ.อป. จำนวน 13 ราย 1.1.2.2 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication : COM) และบันทึกผลในโปรแกรม CRM Plus <u>เป้าหมาย</u> 1. การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ - ลูกค้ากลุ่ม Strategic, Star, Status จำนวน 1 ครั้ง ขึ้นไป/ราย/ไตรมาส - ลูกค้ากลุ่ม Streamline จำนวน 1 ครั้งขึ้นไป/กลุ่ม/เดือน 2. การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบโดยตรงกับลูกค้า เช่น แผนการดับไฟเพื่อปฏิบัติงาน เป็นต้น - ลูกค้ากลุ่ม Strategic ทุกปี (ตามแผนงานที่เกี่ยวข้อง)	กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.2563 ม.ค.-ธ.ค.2563	ผวบ.,กบล., <u>ผบค.</u> <u>ผบต.</u> ผวบ.,กบล., <u>ผบค.</u> <u>ผบต.</u>	- -	-

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)
	1.1.3 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Relation Building Activity : RBA) 1.1.3.1 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ/ลูกค้ามูลค่าสูง/ลูกค้า ในนิคมอุตสาหกรรม และลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ SPP โดยผู้บริหาร และกำหนดวัตถุประสงค์การเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละราย ที่ชัดเจน พร้อมบันทึกผลการเยี่ยมในโปรแกรม CRM Plus <u>เป้าหมาย</u> - รผก.(ภ3) หรือผู้แทน จำนวน 1 ราย/ไตรมาส - อช. หรือผู้แทน จำนวน 3 ราย/ไตรมาส/กฟข. - ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 จำนวน 6 ราย/ไตรมาส/กฟฟ. 1.1.3.2 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ ลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer) ลูกค้ารายใหญ่ ลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรม และลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ SPP <u>เป้าหมาย</u> แบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ - กลุ่ม Strategic ร้อยละ 100 - กลุ่ม Star ร้อยละ 100 - กลุ่ม Status ร้อยละ 100 - กลุ่ม Streamline ร้อยละ 20	กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. - ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563 จำนวน 6 ราย/ไตรมาส/กฟฟ. ม.ค.-ธ.ค.2563	ผวบ.,กบล., ผบค. ผบต. ผวบ.,กบล., ผบค. ผบต.	(2) 0.470 (2) 0.365	0.470 0.365

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)
	1.1.3.3 จัดประชุมสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟฟ. ที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน <u>เป้าหมาย</u> แบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ - กลุ่ม Strategic ร้อยละ 100 - กลุ่ม Star ร้อยละ 100 - กลุ่ม Status ร้อยละ 100 - กลุ่ม Streamline ร้อยละ 20 หมายเหตุ ลูกค้ากลุ่ม Streamline ในกิจกรรมตามข้อ 1.1.3.3 ต้องไม่ซ้ำกับลูกค้ากลุ่ม Streamline ในกิจกรรมตามข้อ 1.1.3.2 1.1.3.4 การมอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ หรือมอบของที่ระลึกสำหรับจัดกิจกรรมนันทนาการ/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ <u>เป้าหมาย</u> - กลุ่ม Strategic ทุกรายได้ ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี - กลุ่ม Star, Status ให้พนักงาน KAMR พิจารณาตามความเหมาะสม - กิจกรรมนันทนาการ/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ สำหรับลูกค้า พิจารณาตามความเหมาะสม 1.2 เชิญชวนให้ผู้ใช้ไฟฟ้าลงทะเบียนแจ้งเบอร์โทรศัพท์ <u>เป้าหมาย</u> - ลูกค้ารายย่อย ที่ขอใช้ไฟฟ้าใหม่ (ปี 2563) ร้อยละ 100* หมายเหตุ *ไม่รวมลูกค้าที่ไม่ประสงค์แจ้งเบอร์โทรศัพท์	กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563 ม.ค.-ธ.ค.2563 ม.ค.-ธ.ค.2563	ผวบ.,กบส., กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. ผวบ.,กบส., กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. ผบพ.,กรท., ผบค. ผบต.	(2) 2.500 - -	2.500 - -

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 2</u> การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียน	1.5 การใช้งานโปรแกรมสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (CRM Plus) <u>เป้าหมาย</u> - ติดตาม และรายงานผลการใช้งานโปรแกรมสนับสนุนการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (CRM Plus) รวมทั้งปัญหาอุปสรรคในการใช้งานเป็นประจำทุกไตรมาส พร้อมจัดส่งรายงานให้ กบล. ภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส - กบล. วิเคราะห์ผลเพื่อปรับปรุงกระบวนการให้บริการเป็นประจำทุกไตรมาส และจัดทำสรุปรายงานให้ ผวธ.(ภ3) ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ผวบ.,กบล., ผบค. ผบต.	-	-
	2.1 การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่ร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ โดยกำหนดระยะเวลาการตอบสนอง และปิดข้อร้องเรียนตามกลุ่มลูกค้า และประเภทเรื่องร้องเรียน ดังนี้ (ก) ข้อร้องเรียนประเภทต่างๆ (ด้านบริการ)(ปิดข้อร้องเรียน ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85) - ข้อร้องเรียนด้านคุณภาพไฟฟ้า ปิดข้อร้องเรียนภายใน 25 วัน -ข้อร้องเรียนด้านการให้บริการ ปิดข้อร้องเรียนภายใน 25 วัน -ข้อร้องเรียนด้านการจดหน่วย/แจ้งค่าไฟฟ้า ปิดข้อร้องเรียนภายใน 15 วัน -ข้อร้องเรียนด้านการถูกงดจ่ายไฟฟ้า ปิดข้อร้องเรียนภายใน 20 วัน -ข้อร้องเรียนด้านพฤติกรรมพนักงาน ปิดข้อร้องเรียนภายใน 20 วัน -ข้อร้องเรียนด้านอื่น ๆ ปิดข้อร้องเรียนภายใน 20 วัน	กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ผวบ.,กบล., 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)
	(ข) เรื่องร้องเรียนสำคัญเร่งด่วน ผ่าน IR Chat : Issue Report Chat ภายใน 24 ชม. (ค) สามารถปิดข้อร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์และบริการทั้งหมด* ภายใน 30 วัน ได้ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 100 (ง) สามารถปิดข้อร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์และบริการทั้งหมด* ภายใน 15 วัน ได้ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 70 <u>เป้าหมาย</u> - กฟผ. จัดทำรายงานสรุปข้อร้องเรียนทุกเดือน - ผวธ.(ภ3) รวบรวม และสรุปรายงานให้ กกท. ทุกไตรมาส <u>หมายเหตุ</u> * ไม่รวมข้อร้องเรียนประเภททุจริตประพฤติมิชอบ 2.2 ลดจำนวนข้อร้องเรียนประเภทพฤติกรรมพนักงานที่ให้บริการในพื้นที่ ศูนย์บริการลูกค้า (Front Office/PEA Shop) จากปี 2562 <u>เป้าหมาย</u> - ลดจำนวนข้อร้องเรียนประเภทพฤติกรรมพนักงานที่ให้บริการในพื้นที่ ศูนย์บริการลูกค้า (Front Office/PEA Shop) ลดลงร้อยละ 80	กฟผ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ผวบ.,กบล., 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>แผนงานที่ 3</u> การพัฒนาศักยภาพพนักงานในด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	- การพัฒนาศักยภาพพนักงานที่ดูแลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Manager : KAMR) <u>เป้าหมาย</u> - กฟข. จัดอบรมการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้า และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล ให้แก่พนักงาน KAMR เดิม และพนักงาน KAMR ที่แต่งตั้งใหม่ จำนวน 1 ครั้ง	กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-มิ.ย.2563	ฝวบ.,กบส., ผบค. ผบต.	(2) 0.077	0.077

- 1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์**

 - SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

 - CR3 สร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Experience)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

 - ความสำเร็จของแผนงานพัฒนา PEA Customer Journey

4. เป้าหมาย

 - ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

 - CR3 สร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Experience)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

 - ความสำเร็จของแผนงานพัฒนา PEA Customer Journey

7. เป้าหมาย

 - ร้อยละ 100

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> การพัฒนา PEA Customer Journey	- การทบทวนแผนผัง Customer Journey ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการออกแบบ Customer Experience Design โดยกำหนดลำดับขั้นตอนการเป็นลูกค้า และออกแบบประสบการณ์ของลูกค้าที่จุด Touchpoints ในทุกจุด <u>เป้าหมาย</u> -ที่ปรึกษาฯ ดำเนินการตาม TOR กำหนด - รายงานผลการศึกษา Customer Experience Design <u>หมายเหตุ</u> ดำเนินการขออนุมัติหลักการจ้างที่ปรึกษาโครงการ Customer Experience Design พร้อมขอความเห็นชอบขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา (TOR) แล้วเสร็จปี 2562	ผวธ.(ภ3)	ม.ค.-ต.ค.2563 ม.ค. -ก.ย. 2563 ต.ค. 2563	ผวธ.(ภ3)	(2) 16.200	16.200

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

- SO4 การเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจขององค์กร โดยสร้าง Advantaged Portfolio

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- NM1 ส่งเสริมการลงทุน และใช้ประโยชน์ความร่วมมือ เพื่อพัฒนาธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความสำเร็จของแผนงานการดำเนินงาน ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง
- รายได้จากธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

4. เป้าหมาย

- ร้อยละ 100
- 6,525 ล้านบาท

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- NM1 ส่งเสริมการลงทุน และใช้ประโยชน์ความร่วมมือ เพื่อพัฒนาธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- รายได้จากธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

7. เป้าหมาย

- รอค่าเป้าหมาย

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> การดำเนินงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	1.1 การดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา โดยมุ่งเน้นลูกค้า 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) ลูกค้ารายเดิม (ที่เคยใช้บริการบำรุงรักษา) - จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าเอกชนที่เคยใช้บริการบำรุงรักษา ปี 2561-2562 - ตรวจสอบแผนบำรุงรักษารายปีของลูกค้า 2) ลูกค้ารายใหม่ (ที่ไม่เคยใช้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลงรวมกันเกิน 250 kVA) - ตรวจสอบประวัติการบำรุงรักษาหม้อแปลงของลูกค้า - จัดทำฐานข้อมูลลูกค้ารายใหม่ฯ - ตรวจสอบแผนบำรุงรักษารายปีของลูกค้า	กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝวบ.,กบส., ผบค.,ผปป. ผบต.,ผกป.	-	-

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)
	เป้าหมาย - จัดทำแผนการเข้าพบลูกค้าพร้อมใบเสนอราคา : ลูกค้ารายเดิม ร้อยละ 100 จากฐานข้อมูลลูกค้าตามข้อ 1) : ลูกค้ารายใหม่ ร้อยละ 20 จากฐานข้อมูลลูกค้าตามข้อ 2) - เพิ่มจำนวนลูกค้ารายใหม่ ให้มาใช้บริการงานบำรุงรักษาระบบไฟฟ้า : กฟฟ.ชั้น 1-3 ไม่น้อยกว่า 6 ราย/กฟฟ./ปี : กฟส. ไม่น้อยกว่า 3 ราย/กฟฟ./ปี - รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส 1.2 การดำเนินการธุรกิจงานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลง เฉพาะราย โดยใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล ดังนี้ 1) ฐานข้อมูลลูกค้ามีการใช้ไฟเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 จากปี 2561-2562 และที่มีการใช้ไฟตั้งแต่ร้อยละ 50 ของขนาดพิกัดหม้อแปลง 2) ฐานข้อมูลลูกค้าที่มีการใช้ไฟตั้งแต่ร้อยละ 70 ของขนาดพิกัดหม้อแปลง หมายเหตุ ฐานข้อมูลลูกค้า (High Value) ตามกิจกรรมข้อ 4.3 กลยุทธ์ CR1 เป้าหมาย - จัดทำแผนการเข้าพบลูกค้าพร้อมใบเสนอราคา ตามฐานข้อมูลลูกค้า ข้อ 1) และ 2) ทุกราย - รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส	กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝวบ.,กบล., ผบค.,ผปป. ผบต.,ผกป.	-	-

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)																																													
	1.3 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สำหรับงานก่อสร้างขยายเขตให้ผู้ใช้ไฟฟ้า (C02.2) และกลุ่มงานตรวจสอบซ่อมแซมและบำรุงรักษา - มีการรับประกันคุณภาพงานและอุปกรณ์สำหรับงานก่อสร้างเป็นระยะเวลา 2 ปี นับถัดจากวันที่ส่งมอบงาน - มีการรับประกันคุณภาพงานตรวจสอบซ่อมแซมและบำรุงรักษาเป็นระยะเวลา 1 ปี นับถัดจากวันที่ส่งมอบงาน - บำรุงรักษาระบบไฟฟ้า โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายตามอนุมัติหลักเกณฑ์ (ตามอนุมัติ ผวก. เลขที่ ก.1 กบล.(ก.)1747/2561 ลว.14 มิ.ย.2561) <table><tr><th>ที่</th><th>กิจกรรม</th><th>ไม่เกิน ๒๕๖๐ เดือน</th><th>เกิน ๒๕๖๐-๒๕๖๖ เดือน</th><th>เกิน ๒๕๖๖ เดือน ขึ้นไป</th></tr><tr><td>๑</td><td>ตรวจสอบจุดสัมผัสทางไฟฟ้าและจุดต่อด้วยกล้อง Thermal Viewer</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๒</td><td>บำรุงรักษาอุปกรณ์แรงสูงและแก๊สจุดร้อน</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๓</td><td>ตรวจสอบและแก้ไขค่าการวัด ไม่เกิน ๕ จุด</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๔</td><td>บำรุงรักษาหม้อแปลง</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๕</td><td>ตัดกิ่งไม้ใกล้แนวสายไฟ</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๖</td><td>เพื่อให้คำแนะนำการอนุรักษ์พลังงานและความปลอดภัย</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๗</td><td>ทำความสะอาด ล้างอุปกรณ์</td><td></td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>๘</td><td>ตรวจสอบข้อมูลการใช้โหลด (Load Profile)</td><td></td><td></td><td>✓</td></tr></table> เป้าหมาย - ให้ กฟฟ.ชั้น 1-3 ,กฟส. จัดทำฐานข้อมูลลูกและกำหนดแผนเข้าบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายตามอนุมัติหลักเกณฑ์ - กบล. สรุปผลการดำเนินงานของ กฟฟ. ทุกไตรมาส (ใบสั่ง ZW07: ใบสั่งงานรับประกันคุณภาพ) และดำเนินการก่อสร้างให้	ที่	กิจกรรม	ไม่เกิน ๒๕๖๐ เดือน	เกิน ๒๕๖๐-๒๕๖๖ เดือน	เกิน ๒๕๖๖ เดือน ขึ้นไป	๑	ตรวจสอบจุดสัมผัสทางไฟฟ้าและจุดต่อด้วยกล้อง Thermal Viewer	✓	✓	✓	๒	บำรุงรักษาอุปกรณ์แรงสูงและแก๊สจุดร้อน	✓	✓	✓	๓	ตรวจสอบและแก้ไขค่าการวัด ไม่เกิน ๕ จุด	✓	✓	✓	๔	บำรุงรักษาหม้อแปลง	✓	✓	✓	๕	ตัดกิ่งไม้ใกล้แนวสายไฟ	✓	✓	✓	๖	เพื่อให้คำแนะนำการอนุรักษ์พลังงานและความปลอดภัย	✓	✓	✓	๗	ทำความสะอาด ล้างอุปกรณ์			✓	๘	ตรวจสอบข้อมูลการใช้โหลด (Load Profile)			✓	กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2563	ฝวบ.,กบล., ผบค.,ผบป.,ผกส. ผบต.,ผกป.	-	-
ที่	กิจกรรม	ไม่เกิน ๒๕๖๐ เดือน	เกิน ๒๕๖๐-๒๕๖๖ เดือน	เกิน ๒๕๖๖ เดือน ขึ้นไป																																															
๑	ตรวจสอบจุดสัมผัสทางไฟฟ้าและจุดต่อด้วยกล้อง Thermal Viewer	✓	✓	✓																																															
๒	บำรุงรักษาอุปกรณ์แรงสูงและแก๊สจุดร้อน	✓	✓	✓																																															
๓	ตรวจสอบและแก้ไขค่าการวัด ไม่เกิน ๕ จุด	✓	✓	✓																																															
๔	บำรุงรักษาหม้อแปลง	✓	✓	✓																																															
๕	ตัดกิ่งไม้ใกล้แนวสายไฟ	✓	✓	✓																																															
๖	เพื่อให้คำแนะนำการอนุรักษ์พลังงานและความปลอดภัย	✓	✓	✓																																															
๗	ทำความสะอาด ล้างอุปกรณ์			✓																																															
๘	ตรวจสอบข้อมูลการใช้โหลด (Load Profile)			✓																																															