

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2563								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
	คาดหวังของลูกค้า										
	2.1 ประเมินผลการดำเนินงานของผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (Front Manager : FM) ของ กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ตามตัวชี้วัดที่ กฟก. กำหนด ผ่านระบบ Customers' Smile Feedback หรือแบบฟอร์ม FM-03	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	กฟจ.ปัตตานี	100%	100%	100%		100%		100%			
	2.2 ประเมินผลการบริการ PEA Shop ทุกแห่ง ตามเกณฑ์ที่ กฟก. กำหนด (ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน PEA Shop อนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 26 สิงหาคม 2562)	-		1 ครั้ง (กฟข.)		1 ครั้ง (ผวธ.(ภ4))		-		ผวธ.(ภ4)	กบล.(ผลส.)
	2.3 ขอการรับรองมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC)									กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	01 ประเมินตนเอง/สมัครเข้าร่วมโครงการฯ	100%		-		-		-			
	02 กฟข./ผวธ.(ภ4) ประเมินผล	-		100%		-		-			
	03 สบป.ลงพื้นที่ตรวจประเมิน เพื่อให้การรับรอง กฟค.3 : 11 แห่ง (กฟจ.นราธิวาส, กฟจ.ปัตตานี, กฟจ.สงขลา, กฟจ.พัทลุง, กฟอ.หาดใหญ่,กฟอ.สุโขทัย, กฟจ.สตูล, กฟส.ปากพะยูน, กฟส.มายน, กฟส.พังงา กฟย.ปาดังเบซาร์)	-		100%		-		-			
	หมายเหตุ สำหรับ กฟฟ. นอกเหนือจากรายชื่อข้างต้น ให้พิจารณาตามความ เหมาะสม เช่น กฟฟ.ที่ไม่ได้ระดับเหรียญทองในปี 2562, กฟฟ.ที่ขอต่ออายุ เป็นต้น										
	กฟจ.ปัตตานี	ส่งใบสมัคร	ส่งใบสมัคร	ประเมิน		-		-			
	2.4 เชิญชวนให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจผ่านระบบประเมินผล ความพึงพอใจ (Smile Box) ร้อยละ 65 ของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด ผ่านระบบ Customers' Smile Feedback	65%		65%		65%		65%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	กฟจ.ปัตตานี	65%	80%	65%		65%		65%			
	2.5 ให้ผู้สำรวจและวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่ประเมินความพึงพอใจ ผ่าน ระบบประเมินผลความพึงพอใจ (Smile Box) กรณีที่ได้รับการประเมิน					100 ราย/กฟฟ.				กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
										กฟฟ.1-3	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2563								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
	ตั้งแต่ 3 ลงไป โดยสำรวจผ่านระบบ Customers' Smile Feedback (สถานะ มกราคม - กันยายน)										
	กฟจ.ปัตตานี	35 ราย	27 ราย	100 ราย		100 ราย		-			
	เฉพาะ กฟจ.ปัตตานี ไม่รวมสาขา										
	2.6 กรณี กฟฟ. ที่ไม่มี Smile Box ให้สำรวจความพึงพอใจ โดยใช้แบบฟอร์ม	100 ราย	100 ราย	100 ราย		100 ราย		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	PEA-QN04 (สถานะ สะสม มกราคม - กันยายน) จำนวน 300 ราย/กฟฟ./ปี	/กฟฟ.		/กฟฟ.		/กฟฟ.				กฟฟ.1-3	
	กฟส.หนองจิก	100 ราย	100 ราย	100 ราย		100 ราย					
	กฟส.โคกโพธิ์	100 ราย	100 ราย	100 ราย		100 ราย					
	เฉพาะ กฟฟ.สาขา										
แผนงานหลักที่ 4 แผนงานการพัฒนาการให้บริการลูกค้า ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	1. โครงการพัฒนาการให้บริการผ่าน Internet แบบครบวงจร PEA Smart Plus บน Smart Phone									คณะกรรมการ	คณะกรรมการ
	1.1 ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และเชิญชวนให้ลูกค้า Download แอปพลิเคชัน									Pea Smart Plus	Pea Smart Plus
	PEA Smart Plus ใช้งาน ตามเป้าหมายที่ กฟภ. กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)									Pea Smart Plus	Pea Smart Plus
	กฟจ.ปัตตานี										
	1.2 จำนวนครั้งของการชำระเงินผ่าน PEA Smart plus ตามเป้าหมาย ที่ กฟภ.กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)									Pea Smart Plus	Pea Smart Plus
	กฟจ.ปัตตานี										
	1.3 ติดตามและวิเคราะห์ผลการใช้ Feature ต่างๆใน PEA Smart Plus เช่น การชำระค่าไฟผ่าน APP , การต่อกลับมิเตอร์ , การขอใช้ไฟฟ้า พร้อม รายงานผลให้ คณะกรรมการ PEA Smart Plus	-		1 ครั้ง		-		1 ครั้ง		คณะกรรมการ	คณะกรรมการ
	2. แผนงานพัฒนาการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online									Pea Smart Plus	Pea Smart Plus

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2563								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
	Service (COS)										
	2.1 ติดตามประเมินผลการพัฒนาการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าและการขยายเขต	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		ผวธ.ภ4	กรท.,กบล.
	ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online Service (COS) เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)									กรท.,กบล.	
	3. การใช้งานโปรแกรมระบบงานจ่ายไฟ (DMSX)										
	3.1 ให้ กฟฟ.ทุกแห่ง นำโปรแกรมระบบงานจ่ายไฟ (DMSX) มาใช้งาน โดย ให้ตรวจสอบผลการดำเนินการผ่าน okr.pea.co.th	100%		100%		100%		100%		กรท.(ผสจ.)	กรท.(ผสจ.)
	กฟจ.ปัตตานี	100%	100%	100%		100%		100%		กฟฟ.1-3	
	3.2 ร้อยละจำนวนผู้ใช้ไฟที่ถูกจ่าย ผ่านระบบ DMSX.เทียบกับจำนวน ผู้ใช้ไฟที่ถูกจ่ายทั้งหมด									กรท.(ผสจ.)	กรท.(ผสจ.)
	กฟจ.ปัตตานี	100%	100%	100%		100%		100%		กรท.(ผสจ.)	กรท.(ผสจ.)
	3.3 วิเคราะห์ผลการดำเนินการ ในกรณีไม่บรรลุตามค่าเป้าหมายที่ กฟภ. กำหนด	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กรท.(ผสจ.)	กรท.(ผสจ.)
แผนงานหลักที่ 5 แผนงานการพัฒนากระบวนการให้	1. การขอใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ ตามแนวทาง Doing Business	<20 วัน		<20 วัน		<20 วัน		<20 วัน		กบล.(ผบธ.)	กบล.(ผบธ.)
บริการธุรกิจ ตามแนวทาง Doing Business :	World Bank									กฟฟ. 1-3	
World Bank	01 กฟฟ. ดำเนินการภายใน 20 วันปฏิทิน ประเมิน จากงาน 4 ประเภท ดังนี้										
	01.1 METER 3 P 4 W 220/380V. 30(100) A. แบบต้องปักเสาเข็มไลน์ดัดมิเตอร์										
	01.4 METER 3 P 4 W 380/220V. 30(100) A. แบบไม่ต้องปักเสาเข็มไลน์ดัดมิเตอร์										
	01.2 METER 1 P 2 W 220 V. With CT.										
	01.3 METER 3 P 4 W 380/220 V. With. CT.										
	เป้าหมาย ทุกราย,ทุกประเภท เป็นไปตามกรอบเวลาที่ กฟภ. กำหนด										
	กฟจ.ปัตตานี	<20 วัน	0 วัน	<20 วัน		<20 วัน		<20 วัน			

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2563
(ทบทวนครั้งที่ 1)

ด้าน Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused
มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ
รักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.4 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account, High Value

4. เป้าหมาย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ
รักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจลูกค้า Key Account, High Value

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.34

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2563								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล	
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4				
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล			
แผนงานหลักที่ 6 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษา	1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป้าหมายด้วยกิจกรรมดังนี้											
ฐานลูกค้า High Value และนำระบบ Digital CRM	1.1 ประสานงานและสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ตามข้อมูล BOI/หน่วยงาน	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	
มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า	ท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ											
	1.2 รายงานผลบริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	
	กฟภ. (รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)									กฟภ.1-3		
	กฟภ.ปิดตानी	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง			KAM	
	1.3 การเยี่ยมเยียนลูกค้า High value/ลูกค้ารายสำคัญ									กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	
	01 จัดทำแผนการเยี่ยมเยียนลูกค้า และขออนุมัติ	1 ครั้ง								กฟภ.1-3		
	เป้าหมาย รมก./ผู้แทน ไตรมาสละ 1 ราย	100%		100%		100%		100%				
	อช./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	100%		100%		100%		100%				
	ผจก. กฟภ.1-3 ไตรมาสละ 6 ราย	100%		100%		100%		100%				
	กฟภ.ปิดตानी	6 ราย	6 ราย	6 ราย		6 ราย		6 ราย			KAM	
	02 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (BIC SAP/CRM Plus)	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	
	กฟภ.ปิดตानी	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง			KAM	
	03 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า	-		1 ครั้ง		-		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2563								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
	และแนวทางปรับปรุงแก้ไข									กฟฟ.1-3	
	กฟจ.ปัตตานี	-		1 ครั้ง				1 ครั้ง			KAM
	04 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ โดย KAMR (ยอดให้เป็นไปตามการวิเคราะห์ความเป็นลูกค้าของ กศฟ.)	100%		100%			100%	100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย กฟต.3 จำนวน - ราย	รอค่าเป้าหมายจาก กศฟ.									
	กฟจ.ปัตตานี	-	6 ราย	100%				100%			KAM
	05 สรุปผลฯ และบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญตามแบบฟอร์มที่กำหนดลงในระบบสารสนเทศ (BIC SAP/CRM Plus)	3 ครั้ง		3 ครั้ง			3 ครั้ง	3 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	กฟจ.ปัตตานี	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง			3 ครั้ง	3 ครั้ง			KAM
	1.4 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่										
	01 สํารวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตามแบบฟอร์มที่ ผวธ.(ภ4) กำหนด	1 ครั้ง		-			-	-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	02 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปีและขออนุมัติ	1 ครั้ง		-			-	-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	03 จัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ในลักษณะ Cluster หรือ	-		100%			100%	100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	พิจารณาตามความเหมาะสมของพื้นที่ โดยหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวก.										
	04 สรุปรายงานการดำเนินการและวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา	1 ครั้ง		1 ครั้ง			1 ครั้ง	1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	ทุกไตรมาส										
	2. สนับสนุนการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ากับเจ้าหน้าที่ KAMR จาก PEA Call Center โดยจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้ารายสำคัญ/ข้อมูลของพนักงาน KAMR (รายชื่อพนักงาน KAMR, เบอร์โทรศัพท์, รายชื่อลูกค้าที่ดูแล)	-		-			1 ครั้ง	-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	3. สรุปผลความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจเสริม	1 ครั้ง		1 ครั้ง			1 ครั้ง	1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2563								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล	
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4				
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล			
	(ไตรมาสละ 200 ราย) ผ่าน QR Code และจัดส่งผลสำรวจฯ ให้ ผวธ.(ภ4) ทราบ ภายใน 15 วัน หลังสิ้นไตรมาส										กฟฟ.1-3	
	กฟจ.ปัตตานี	20 ราย		20 ราย		20 ราย		20 ราย				ผบค.
	4. สรุปผลการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า โดยวิธีโทรศัพท์สอบถาม ความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน (ปีละ 400 ราย/เขต)	130 ราย		130 ราย		130 ราย		130 ราย	130 ราย		กบล.(ผลส.) กฟฟ.1-3	กบล.(ผลส.)
	กฟจ.ปัตตานี	10 ราย	10ราย	10 ราย		10 ราย		10 ราย				KAM
แผนงานหลักที่ 7 แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ ข้อร้องเรียน	1. ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการแนวทางการบริหารจัดการข้อร้องเรียน	-		1 ครั้ง		-		-			กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	2. บริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า ตามอนุมัติคู่มือ "เพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กฟจ."										กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	01 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 30 วัน เทียบกับจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด	100%		100%		100%		100%			กบล.(ผลส.) กฟฟ.1-3	กบล.(ผลส.)
	กฟจ.ปัตตานี	100%	100%	100%		100%		100%				ผบค.
	02 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 15 วัน ร้อยละ 70 เทียบกับจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด	70%		70%		70%		70%			กบล.(ผลส.) กฟฟ.1-3	กบล.(ผลส.)
	กฟจ.ปัตตานี	70%	100%	70%		70%		70%				ผบค.
	03 สำนวความพึงพอใจหลังแก้ไขข้อร้องเรียน ทุกราย (แยกตามประเภทข้อร้องเรียน ตามมาตรฐานการบริการ)	100%		100%		100%		100%			กบล.(ผลส.) กฟฟ.1-3	กบล.(ผลส.)
	กฟจ.ปัตตานี	70%	100%	70%		70%		70%				ผบค.
	04 วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการแก้ไข	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง			กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2563								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล	
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4				
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล			
	ข้อร้องเรียน จากผลการสำรวจโดย PEA Call Center											
	เป้าหมาย (ทุกไตรมาส)											
	กฟต.3 4 ครั้ง											
	3. รายงานผลการวิเคราะห์ข้อร้องเรียน ประเภทคุณภาพไฟฟ้า หัวข้อย่อย	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	
	ไฟตก และไฟกระพริบ									กฟฟ.1-3		
	กฟจ.ปัตตานี	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง			ผบค.	
แผนงานหลักที่ 8 แผนงานพัฒนาศักยภาพพนักงานใน	1. วิเคราะห์ความต้องการการพัฒนาบุคลากรด้านลูกค้าแล้วนำมากำหนด	1 ครั้ง		-		-		-		ผวธ.(ภ4)	กบล.(ผลส.)	
ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	หลักสูตรสำหรับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร(ภายใน/ภายนอก)											
	ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการลูกค้า											
	2.อบรมเชิงปฏิบัติการผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้าของ กฟฟ.ชั้น1-3, กฟส.	-		1 ครั้ง		-		-		ผวธ.(ภ4)	กบล.(ผลส.)	
	3.อบรมเชิงปฏิบัติ พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) ของ	-		1 ครั้ง		-		-		ผวธ.(ภ4)	กบล.(ผลส.)	
	กฟฟ.ชั้น1-3, และ กฟส.											
	4. ประเมินการไฟฟ้าทุกแห่งของสายงานภาค 4 ตามเกณฑ์ การไฟฟ้าดีเด่น											
	ของ กฟภ. เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่านระบบสารสนเทศ											
	และคัดเลือก การไฟฟ้าดีเด่น											
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟภ. ปี 2562	-		1 ครั้ง		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	
	(ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟภ. รอบคัดเลือก ปี 2562)									กฟฟ.ทุกแห่ง		
	กฟจ.ปัตตานี	-		1 ครั้ง		-		-			FM	
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อม	-		1 ครั้ง		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	
	แจ้งผลฯ ให้ ผวธ.(ภ4)											
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และ	-		-		1 ครั้ง		-		ผวธ.(ภ4)	กบล.(ผลส.)	
	มอบรางวัลโดย รผก.(ภ4)											
	04 วิเคราะห์ กฟฟ. ที่มีคะแนนการประเมินการไฟฟ้าดีเด่นที่คะแนน	-		-		-		1 ครั้ง		ผวธ.(ภ4)		
	ต่ำกว่า 50% เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการลูกค้าอย่างมี									กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2563								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
	ประสิทธิภาพ										
	5. ประเมิน กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ของสายงานภาค 4 ด้านผู้จัดการ ศูนย์งานบริการลูกค้า (FM) เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่าน ระบบสารสนเทศ และคัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์งาน บริการลูกค้า (FM)									กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์คัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์ งานบริการลูกค้า (FM) (เอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน กฟฟ.ดีเด่น ด้านบริการลูกค้า โดย ผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า)	-		1 ครั้ง		-		-		กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	กฟจ.ปัดตานิ	-		1 ครั้ง		-		-			FM
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อมแจ้งผลฯ ให้ ผวธ.(ภ4)	-		1 ครั้ง		-		-		กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และมอบรางวัลโดย รผก.(ภ4)	-		-		1 ครั้ง		-		ผวธ.(ภ4)	กบส.(ผลส.)
	6. ประเมินการไฟฟ้าที่มี PEA Shop ทุกแห่ง ของสายงานการไฟฟ้าภาค 4 ตามเกณฑ์ประเมินที่ กฟฟ.กำหนด และคัดเลือก PEA Shop ดีเด่น										
	01 ประเมินตนเองตามค่าเกณฑ์วัด ผวก. ลงวันที่ 26 สิงหาคม 2562 (เอกสารแนบ : เกณฑ์การคัดเลือก PEA Shop)	-		1 ครั้ง		-		-		กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อม แจ้งผลฯ ให้ ผวธ.(ภ4)			1 ครั้ง						กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	03 ประกาศผลการคัดเลือก PEA Shop ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และมอบรางวัลโดย รผก.(ภ4)	-		-		1 ครั้ง		-		ผวธ.(ภ4)	กบส.(ผลส.)
	7. ประเมิน KAMR ของสายงานการไฟฟ้าภาค 4 ตามคู่มือบริหารลูกค้า รายสำคัญและคัดเลือก KAMR ดีเด่น										
	01 ประเมินตนเองตามคู่มือบริหารลูกค้ารายสำคัญ (รายละเอียดของ เกณฑ์การคัดเลือกจะแจ้งภายหลังต่อไป)	-		1 ครั้ง		-		-		กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2563
(ทบทวนครั้งที่ 1)

ด้าน Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

NM1 ส่งเสริมการลงทุน และใช้ประโยชน์ความร่วมมือ เพื่อพัฒนาธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

NM2 การผลักดันผลประกอบการและการสร้าง Brand Image ของบริษัทในเครือ

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

NM2.2 แผนงานการดำเนินงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.6 ความสำเร็จของแผนงานการดำเนินงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

2.7 รายได้ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

2.8 ความสำเร็จของการดำเนินงานของบริษัทในเครือ

และการวิเคราะห์ในเชิงนโยบายในการกำกับดูแล

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- รายได้ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้า/ผล ปี 2563								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
		เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล	เป้า	ผล		
แผนงานหลักที่ 10 แผนงานการดำเนินงานธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง	1. ตรวจสอบการลงข้อมูล TAMS ให้ครบ 100% ทุก กฟฟ. และอฟ.เขต	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(มธท.)	กบล.(มธท.)
	ให้เป็นปัจจุบัน									กฟฟ.1-3	
	เป้าหมาย สรุปรายงาน ไตรมาสละครั้ง										
	3. ปิดตามี	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง			ผบป.
	2. การดำเนินการหารายได้จาก C02.2 ให้ได้ตามเกณฑ์ที่ กฟก. กำหนด									กบล.	กบล.
	เป้าหมาย ไตรมาสละครั้ง										
	01 วิเคราะห์ผลดำเนินการของการหารายได้จาก C02.2 จากผลของปีที่ผ่านมา	1 ครั้ง		-		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	02 จัดทำฐานข้อมูลของลูกค้า ประเภทกลุ่มรายใหญ่ที่มีหน่วยการใช้ไฟฟ้า	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	เพิ่มขึ้นร้อยละ 10-15% เพื่อเก็บเป็นฐานข้อมูลในการจัดทำแผนการตลาด									กฟฟ.1-3	
	กฟจ.ปิดตามี	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง			KAM
	03 รายงานผลลูกค้าเข้ากลุ่มบริการหลังการขาย เช่น LINE@ ประจำ	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	การไฟฟ้า, Line KAM									กฟฟ.1-3	
	กฟจ.ปิดตามี	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง			KAM

