

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2564
(ทบทวนครั้งที่ 1)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO3 Customer Focused
มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

ด้าน Customer Value Proposition

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ
ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer Service)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ
ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer Service)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- 2.1 ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่)
ภาครัฐและอื่นๆ (ราชการและรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ)
- 2.2 ร้อยละต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง
- 2.3 จำนวนพื้นที่ที่สามารถดำเนินการตามมาตรฐาน
การให้บริการตามแนวทาง PEA Doing Business **NEW
- 2.4 ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ
Potential Customer (strategic และ Star) เพื่อกำหนด
กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ความพึงพอใจของลูกค้าการไฟฟ้า ภาค 4
 - ความพึงพอใจลูกค้าของ ภาค 4
- กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่)
ภาครัฐและอื่นๆ (ราชการ และรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ)
- จำนวนพื้นที่ที่สามารถดำเนินงานตามมาตรฐานการให้บริการ ตามแนวทาง PEA Doing
 - ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ Potential Customer (Strategic และ Star) เพื่อกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

4. เป้าหมาย
- ระดับ 4.4718
ระดับ 4.4674
ระดับ 4.4561
ระดับ 4.4919
ร้อยละ 15
ร้อยละ 100

ระดับ 5

7. เป้าหมาย
- ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ราคาเป้าหมาย
ระดับ 5

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
แผนงานหลักที่ 3 แผนงานการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อกำหนดและดำเนินการตามมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ที่เกินความคาดหวังของลูกค้า และเหนือกว่า	1. การยกระดับมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ที่เกินความคาดหวังของ ลูกค้า และเหนือกว่าคู่แข่ง โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล											
	1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเสียงของลูกค้า ปี 2563 จากระบบ PEA VOC system	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	1.1.1 ปัดดาณี	ครั้ง	3	3	3	3	3	3				
	1.1.1 กฟง.ปัดดาณี	ครั้ง	3	3	3	3	3	3		ผบค.		
	1.1.2 กฟส.หนองจิก	ครั้ง	3	3	3	3	3	3		ผบค.		
	1.1.3 กฟส.โคกโพธิ์	ครั้ง	3	3	3	3	3	3		ผบค.		

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	1.2 วิเคราะห์มาตรฐานการให้บริการ (SLA) จากระบบ OM	ครั้ง	3	3	3		3		3		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	1.2.1 กฟจ.ปิดคานี้	ครั้ง	3	3	3		3		3		ผบค.	
	1.2.2 กฟส.หนองจิก	ครั้ง	3	3	3		3		3		ผบค.	
	1.2.3 กฟส.โคกโพธิ์	ครั้ง	3	3	3		3		3		ผบค.	
	1.3 กำหนดคู่เทียบ (หน่วยงานภายใน กฟภ. หรือหน่วยงานภายนอก)	ครั้ง	-		-		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	*รื้อแผนจาก ฝ่ายลูกค้าและการตลาด										ผลต.	
	1.3 จัดทำแผนที่ตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของ ลูกค้า และเหนือกว่าคู่เทียบ (SLA) (1 เรื่อง) พร้อมทดลองใช้งานในพื้นที่	ครั้ง	1		-		-		-		ผลต.	
	*รื้อแผนจาก ฝ่ายลูกค้าและการตลาด											
	1.4 ติดตามประเมินผล และปรับปรุง (รายไตรมาส) พร้อมรายงานผลให้ ผลต. เพื่อดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป	ครั้ง	-		1		1		1		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล	
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4				
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล			
	2. มาตรฐานการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการและความ คาดหวังของลูกค้า												
	2.1 ประเมินผลการดำเนินงานของผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (Front Manager : FM) ของ กฟฟ. ชั้น 1-3 และ กฟส. ตามตัวชี้วัดที่ กฟภ. กำหนด ผ่านระบบ Customers' Smile Feedback หรือแบบฟอร์ม FM-03 แยกราย กฟฟ.	ครั้ง	1		1		1		1		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	
	2. ปิดตานี้	ครั้ง	3	3	3		3		3				
	2.1. กฟจ.ปิดตานี้	ครั้ง	3	3	3		3		3		FM		
	2.2 ประเมินผลการบริการ PEA Shop ทุกแห่ง ตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด (ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน PEA Shop อนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 26 สิงหาคม 2562)	ครั้ง	1		1		1		1		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล	
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4				
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล			
	2.3 ขอการรับรองมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC)											กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	01 ประเมินตนเอง/สมัครเข้าร่วมโครงการฯ	ร้อยละ	100%		-		-		-				
	02 กฟช. ติดตามและประเมินผล	ร้อยละ	-		100%		-		-				
	03 สปน.ลงพื้นที่ตรวจประเมิน เพื่อให้การรับรอง กฟต.3 : 8 แห่ง กฟอ.สะเดา, กฟอ.สายบุรี, กฟอ.ระโนด, กฟส.รามัน	ร้อยละ	-		-		100%		-				
	กฟส.ควนกาหลง, กฟส.มายอ, กฟย.ศรีสาคร, กฟย.ป่าบอน หมายเหตุ สำหรับ กฟฟ. นอกเหนือจากรายชื่อข้างต้น ให้พิจารณาตามความ เหมาะสม เช่น กฟฟ.ที่ไม่ได้ระดับเหรียญทองในปี 2563, กฟฟ.ที่ขอต่ออายุ เป็นต้น												
	1. กฟอ.สะเดา	ประเมิน			-		-						
	2. กฟอ.สายบุรี	ประเมิน			-		-						
	3. กฟอ.ระโนด	ประเมิน			-		-						
	4. กฟส.รามัน	ประเมิน			-		-						
	5. กฟส.ควนกาหลง	ประเมิน			-		-						
	6. กฟส.มายอ	ประเมิน			-		-						
	7. กฟย.ศรีสาคร	ประเมิน			-		-						
	8. กฟย.ป่าบอน	ประเมิน			-		-						
	2.4 เชิญชวนให้ลูกค้ากดประเมินความพึงพอใจผ่านระบบประเมินผล ความพึงพอใจ (Smile Box) ร้อยละ 80 ของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด ผ่านระบบ Customers' Smile Feedback	ร้อยละ	80%		80%		80%		80%			กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	แยกราย กฟฟ.												
	2.4. ปิดตานี้		80%	59.74%	80%		80%		80%				
	2.4.1 กฟจ.ปิดตานี้		80%	93.17%	80%		80%		80%			ผบป.	
	2.4.2 กฟส.หนองจิก		80%	86.06%	80%		80%		80%			ผบง.	
	2.4.3 กฟส.โคกโพธิ์		80%	0	80%		80%		80%			ผบง.	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	2.5 ให้สำรวจและวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่ประเมินความพึงพอใจผ่าน ระบบประเมินผลความพึงพอใจ (Smile Box) กรณีที่ได้รับการประเมินตั้งแต่ 3 ลงไป โดยสำรวจผ่านระบบ Customers' Smile Feedback (สถานะ มกราคม - กันยายน)	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	แยกสาย กฟฟ.											
	2.5. ปิดตานี้		100%	0	100%		100%		100%			
	2.5.1 กฟจ.ปิดตานี้		100%	0	100%		100%		100%		ผบป.	
	2.5.2 กฟส.หนองจิก		100%	0	100%		100%		100%		ผบง.	
	2.5.3 กฟส.โคกโพธิ์		100%	0	100%		100%		100%		ผบง.	
	2.6 กรณี กฟฟ. ที่ไม่มี Smile Box ให้สำรวจความพึงพอใจ โดยใช้แบบฟอร์ม PEA-QN04 จำนวน 400 ราย/กฟฟ./ปี (วิเคราะห์ความพึงพอใจ และแนวทางการแก้ไข ในเดือนกันยายน)	ราย	100		100		100		100		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	แยกสาย กฟฟ.											
	2.6.1.กฟส.โคกโพธิ์	ราย	100	100	100		100		100		ผบง.	
	2.6.2.กฟส.หนองจิก	ราย	100	100	100		100		100		ผบง.	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล		
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4					
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 4 แผนงานการพัฒนาการให้บริการลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	1. โครงการพัฒนาการให้บริการผ่าน Internet แบบครบวงจร PEA Smart Plus บน Smart Phone													
	1.1 ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และเชิญชวนให้ลูกค้า Download แอปพลิเคชัน PEA Smart Plus ใช้งาน ตามเป้าหมายที่ กฟผ. กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)	ราย	-		-								ผบ.ทพด.1-2-3	
	*รื้อค่าเป้าหมายจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus												คณะกรรมการ	คณะกรรมการ
	แยกสาย กฟผ.												Pea Smart Plus	Pea Smart Plus
	1. ปิดดำเนิน	ราย											กฟผ.1-3	
	1.1 กฟผ.ปิดดำเนิน	ราย												คณะกรรมการ
	1.2 กฟผ.หนองจิก	ราย												Pea Smart Plus
	1.3 กฟผ.โคกโพธิ์	ราย												กฟผ.1-3
	1.2 จำนวนรายของการชำระเงินผ่าน PEA Smart plus ตามเป้าหมาย ที่ กฟผ.กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)	ราย	-		-		-		-				คณะกรรมการ	คณะกรรมการ
	*รื้อค่าเป้าหมายจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus												Pea Smart Plus	Pea Smart Plus
	แยกสาย กฟผ.												กฟผ.1-3	
	3. ปิดดำเนิน	ราย												
	1.1 กฟผ.ปิดดำเนิน	ราย												ผบ.ป.
1.2 กฟผ.หนองจิก	ราย												ผบ.ง.	
1.3 กฟผ.โคกโพธิ์	ราย												ผบ.ง.	
1.3 ติดตามและวิเคราะห์ผลการใช้ Feature ต่างๆใน PEA Smart Plus เช่น การชำระค่าไฟผ่าน APP , การต่อกลับมิเตอร์ , การขอใช้ไฟฟ้า พร้อม รายงานผลให้ คณะกรรมการ PEA Smart Plus	ครั้ง	1		1		1		1		1		คณะกรรมการ	คณะกรรมการ	
2. แผนงานพัฒนาการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online Service (COS)												Pea Smart Plus	Pea Smart Plus	
2.1 ติดตามการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าและการขอขยายเขต ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online Service (COS) เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)	ครั้ง	1		1		1		1		1		ผอ.ภ.4	กรท.,กบ.ล.	
												กรท.,กบ.ล.		

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	3. การใช้งานโปรแกรมระบบงานจ่ายไฟ (DMSX)											
	3.1 ให้ กฟฟ.ทุกแห่ง นำโปรแกรมระบบงานจ่ายไฟ (DMSX) มาใช้งาน โดยให้ตรวจสอบผลการดำเนินการผ่าน okr.pea.co.th	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กรท.(ผลจ.)	กรท.(ผลจ.)
	แยกราย กฟฟ.										กฟฟ.1-3	
	3.1. ปิดตานี้		100%	0	100%		100%		100%			
	3.1 กฟจ.ปิดตานี้		100%	0	100%		100%		100%		ผบป.	
	3.2 กฟส.หนองจิก		100%	0	100%		100%		100%		ผบง.	
	3.3 กฟส.โคกโพธิ์		100%	0	100%		100%		100%		ผบง.	
	3.2 ร้อยละจำนวนผู้ใช้ไฟที่ถูกจ่าย ผ่านระบบ DMSX.เทียบกับจำนวนผู้ใช้ไฟที่ถูกจ่ายทั้งหมด	ร้อยละ	80%		80%		80%		80%		กรท.(ผลจ.)	กรท.(ผลจ.)
	แยกราย กฟฟ.										กฟฟ.1-3	
	3.2 ปิดตานี้		80%	0	80%		80%		80%			
	3.2.1 กฟจ.ปิดตานี้		80%	0	80%		80%		80%		ผบป.	
	3.2.2 กฟส.หนองจิก		80%	0	80%		80%		80%		ผบง.	
	3.2.3 กฟส.โคกโพธิ์		80%	0	80%		80%		80%		ผบง.	
	3.3 วิเคราะห์ผลการดำเนินการ ในกรณีไม่บรรลุตามค่าเป้าหมายที่ กฟผ. กำหนด	ครั้ง	3		3		3		3		กรท.(ผลจ.)	กรท.(ผลจ.)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
แผนงานหลักที่ 5 แผนงานการพัฒนากระบวนการให้บริการธุรกิจ ตามแนวทาง Doing Business :	1. การขอใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ ตามแนวทาง Doing Business	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผบธ.)	กบล.(ผบธ.)
World Bank	World Bank	วัน	<20 วัน		<20 วัน		<20 วัน		<20 วัน		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. แบบต้องปักเสาเข็มไลน์ตีมิติเตอร์											
	01.4 METER 3 P 4 W 380/220V. 30(100) A. แบบไม่ต้องปักเสาเข็มไลน์ตีมิติเตอร์											
	01.2 METER 1 P 2 W 220 V. With CT.											
	01.3 METER 3 P 4 W 380/220 V. With. CT.											
	เป้าหมาย ทุกสาย,ทุกประเภท เป็นไปตามกรอบเวลาที่ กฟผ. กำหนด											
	แยกราย กฟฟ.											
	3. ปิดตानी	ราย	<20 วัน	3	<20 วัน		<20 วัน		<20 วัน			
	3.1 กฟจ.ปิดตानी		<20 วัน	2	<20 วัน		<20 วัน		<20 วัน		ผบค.	
	3.2 กฟส.หนองจิก		<20 วัน	1	<20 วัน		<20 วัน		<20 วัน		ผบค.	
	3.3 กฟส.โคกโพธิ์		<20 วัน	0	<20 วัน		<20 วัน		<20 วัน		ผบค.	
แผนงานหลักที่ 6 ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ Potential Customer (Strategic และ St	*รอกิจกรรมและค่าเป้าหมายจาก ผลต.										ผวบ.กฟต.1-2-3	
เพื่อกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2564

(ทบทวนครั้งที่ 1)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

ด้าน Customer Value Proposition

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ

รักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

-ความพึงพอใจลูกค้า Key Account

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.3979

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.3979

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
แผนงานหลักที่ 7 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษา	1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป้าหมายด้วยกิจกรรมดังนี้											
ฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า	1.1 ประสานงานและสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ตามข้อมูล BOI/หน่วยงาน ท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ	ครั้ง	1		1		1		1		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	1.2 รายงานผลบริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์ กฟผ. (รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)	ครั้ง	1		1		1		1		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	1.3 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ										กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	01 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า และขออนุมัติ	ครั้ง	1		-		-		-		กฟผ.1-3	
	เป้าหมาย รผก./ผู้แทน ไตรมาสละ 1 ราย	ร้อยละ	-		-		-		-		ผอ.ก.(ภ4)	
	ผชก./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
			3 ราย		3 ราย		3 ราย		3 ราย			
	ผจก. กฟผ.1-3 ไตรมาสละ 6 ราย	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
			78 ราย		78 ราย		78 ราย		78 ราย		กฟผ.1-3	
	แยกราย กฟผ.											
	1.3 ปัดตานี	ราย	6 ราย	23 ราย	6 ราย		6 ราย		6 ราย			
	1.3.1 กฟผ.ปัดตานี	ราย	6 ราย	6 ราย	6 ราย		6 ราย		6 ราย		ผบค.	
	1.3.2 กฟส.หนองจิก	ราย	6 ราย	10 ราย	6 ราย		6 ราย		6 ราย		ผบค.	
	1.3.3 กฟส.โคกโพธิ์	ราย	6 ราย	7 ราย	6 ราย		6 ราย		6 ราย		ผบค.	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	02 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	03 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า และแนวทางปรับปรุงแก้ไข	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	04 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ โดย KAMR (ยอดให้ขึ้นไป ตามการวิเคราะห์ความเป็นลูกค้าของ กศพ.)	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย กฟต.3 จำนวน..... ราย		ราย		ราย		ราย		ราย		กฟฟ.1-3	
	*รอจำนวนรายจาก กศพ.											
	แยกราย กฟฟ.											
	3. ปีคตانی		100%		100%		100%		100%		KAM	
			ราย		ราย		ราย		ราย		KAM	
	05 สรุปผลฯ และบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญตาม แบบฟอร์มที่กำหนดลงในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	แยกราย กฟฟ.										กฟฟ.1-3	
	3. ปีคตانی		100%		100%		100%		100%		KAM	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุงิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล		
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4					
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	1.4 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่													
	01 ตรวจสอบความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตามแบบฟอร์มที่ ผนว.ภ4) กำหนด	ครั้ง	1		-		-		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	02 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปีและขออนุมัติ	ครั้ง	1		-		-		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	03 จัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ในลักษณะ Cluster หรือ พิจารณาตามความเหมาะสมของพื้นที่ โดยหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาฯ ให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวก.	ร้อยละ	-		100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	04 สรุปรายงานการดำเนินการและวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา	ครั้ง	1		1		1		1		1		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	ทุกไตรมาส													
	2. สนับสนุนการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ากับเจ้าหน้าที่ KAMR จาก โดยจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้ารายสำคัญ/ข้อมูลของ พนักงาน KAMR (รายชื่อพนักงาน KAMR, เบอร์โทรศัพท์, รายชื่อลูกค้าที่ดูแล)	ครั้ง	-		-		1		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	3. สรุปผลการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า โดยวิธีโทรศัพท์สอบถาม ความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน (ปีละ 400 ราย/เขต) (ไตรมาสละ 100 ราย/เขต)	ครั้ง	1		1		1		1		1		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
		ราย	100		100		100		100		100		กฟฟ.1-3	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
แผนงานหลักที่ 8 แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ ซื้อโรงเรียน	1. ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการแนวทางการบริหารการจัดการซื้อโรงเรียน	ครั้ง	1		-		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	2. บริหารจัดการซื้อโรงเรียนของลูกค้า ตามอนุมัติคู่มือ "เพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการซื้อโรงเรียนของ กฟภ."											
	01 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 30 วัน เทียบกับจำนวนซื้อโรงเรียนทั้งหมด	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	แยกสาย กฟภ.										กฟภ.1-3	
	01. ปิดคดี		100%	100%	100%		100%		100%			
	01.1 กฟภ.ปิดคดี		100%	100%	100%		100%		100%		ผบค.	
	01.2 กฟส.หนองจิก		100%	100%	100%		100%		100%		ผบค.	
	01.3 กฟส.โคกโพธิ์		100%	100%	100%		100%		100%		ผบค.	
	02 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 15 วัน เทียบกับจำนวนซื้อโรงเรียนทั้งหมด	ร้อยละ	70%		70%		70%		70%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	แยกสาย กฟภ.											
	02. ปิดคดี		70%	100%	70%		70%		70%			
	02.1 กฟภ.ปิดคดี		70%	100%	70%		70%		70%		ผบค.	
	02.2 กฟส.หนองจิก		70%	100%	70%		70%		70%		ผบค.	
02.3 กฟส.โคกโพธิ์		70%	100%	70%		70%		70%		ผบค.		

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	04 วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการแก้ไข ข้อร้องเรียน ทุกช่องทาง เป้าหมาย (ทุกไตรมาส) กพต.3 4 ครั้ง	ครั้ง	1		1		1		1		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	3. รายงานผลการวิเคราะห์ข้อร้องเรียน ประเภทคุณภาพไฟฟ้า หัวข้อย่อย ไฟตก และไฟกระพริบ แยกราย กพฟ.	ครั้ง	3		3		3		3		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	3. ปิดตาด่าน	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3			
	3.1 กพฟ.ปิดตาด่าน	ครั้ง	3	0	3		3		3		ผปบ.	
	3.2 กพส.หนองจิก	ครั้ง	3	3	3		3		3		ผกป.	
	3.3 กพส.โคกโพธิ์	ครั้ง	3	0	3		3		3		ผกป.	
แผนงานหลักที่ 9 แผนงานพัฒนาศักยภาพพนักงานใน ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	1. วิเคราะห์ความต้องการการพัฒนาบุคลากรด้านลูกค้าแล้วนำมากำหนด หลักสูตรสำหรับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร(ภายใน/ภายนอก) ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการลูกค้า	ครั้ง	1		-		-		-		ผอก.(ภ4)	กบล.(ผลส.)
	2.อบรมเชิงปฏิบัติการผู้รับชำระเงินและผู้รับคำร้องของ กพฟ.ชั้น1-3, กพส.	ครั้ง	-		1		-		-		ผอก.(ภ4)	กบล.(ผลส.)
	3.อบรมเชิงปฏิบัติ พนักงาน EO และ พนักงานแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้อง ของ กพฟ.ชั้น1-3, และ กพส.	ครั้ง	-		1		-		-		ผอก.(ภ4)	กบล.(ผลส.)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	4. ประเมินการไฟฟ้าทุกแห่งของสายงานภาค 4 ตามเกณฑ์ การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟผ. เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่านระบบสารสนเทศ และคัดเลือก การไฟฟ้าดีเด่น											
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟผ. ปี 2563 (ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟผ. รอบคัดกรอง ปี 2563) แยกราย กฟฟ.	ครั้ง	-	1	-	-	-	-	-	กบล.(ผลส.) กฟฟ.ทุกแห่ง	กบล.(ผลส.)	
	4. ปิดดาณี	ครั้ง	-	1	-	-	-	-	-			
	4.1 กฟจ.ปิดดาณี	ครั้ง	-	1	-	-	-	-	-	คณะทำงานฯ		
	4.2 กฟส.หนองจิก	ครั้ง	-	1	-	-	-	-	-	กฟฟ.1-3		
	4.3 กฟส.โคกโพธิ์	ครั้ง	-	1	-	-	-	-	-			
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อม แจ้งผลฯ ให้ ฝวธ.(ภ4)	ครั้ง	-	1	-	-	-	-	-	กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และ มอบรางวัลโดย รผก.(ภ4)	ครั้ง	-	-	-	1	-	-	-	ฝวธ.(ภ4)	กบล.(ผลส.)	
	04 วิเคราะห์ กฟฟ. ที่มีคะแนนการประเมินการไฟฟ้าดีเด่นที่คะแนน ต่ำกว่า 50% เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการลูกค้าอย่างมี ประสิทธิภาพ	ครั้ง	-	-	-	-	1	-	-	ฝวธ.(ภ4) กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล	
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4				
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล			
	5. ประเมิน กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ของสายงานภาค 4 ด้านผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (FM) เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่านระบบสารสนเทศ และคัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (FM)											ฟวธ.(ภ4)	
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์คัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (FM) (เอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน กฟฟ.ดีเด่น ด้านบริการลูกค้า โดย ผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า)	ครั้ง	-		1		-		-			กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	แยกสาย กฟฟ.											กฟฟ.ชั้น 1-3	
	01. ปิดตาดำ	ครั้ง	-	1	1		-		-				
	01.1 กฟฟ.ปิดตาดำ	ครั้ง	-	1	1		-		-			FM	
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ	ครั้ง	-		1		-		-			กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	พร้อมแจ้งผลฯ ให้ ฟวธ.(ภ4)												
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน	ครั้ง	-		-		1		-			ฟวธ.(ภ4)	กบล.(ผลส.)
	และมอบรางวัลโดย รผก.(ภ4)												

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	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)	ครั้ง	-		1		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	แยกสาย กฟฟ.										PEA Shop ทุกแห่ง	
	6. ปิดดำเนิน	ครั้ง	-		1		-		-			
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อม แจ้งผลฯ ให้ ผวธ.(ก4)	ครั้ง	-		1		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	03 ประกาศผลการคัดเลือก PEA Shop ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และมอบรางวัลโดย รผก.(ก4)	ครั้ง	-		-		1		-		ผวธ.(ก4)	กบล.(ผลส.)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	7. ประเมิน KAMR ของ กฟพ. ตามคู่มือบริหารลูกค้า รายสำคัญและคัดเลือก KAMR ดีเด่น											
	01 ประเมินตนเองตามคู่มือบริหารลูกค้ารายสำคัญ (รายละเอียดของ เกณฑ์การคัดเลือกจะแจ้งภายหลังต่อไป)	ครั้ง	-		1		-		-		กบล.(ผลส.) กฟพ.ชั้น 1-3	กบล.(ผลส.)
	แยกราย กฟพ.											
	7. ปีถัดนี้	ครั้ง	-		1		-		-			
	7.1 กฟพ.ปีถัดนี้	ครั้ง	-		1		-		-		KAM	
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อมแจ้งผลฯ	ครั้ง	-		1		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	03 ประกาศผลการคัดเลือก KAMR ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน	ครั้ง	-		-		1		-		ฝอภ.(ภ4)	กบล.(ผลส.)
แผนงานหลักที่ 10 แผนงานการพัฒนาความสัมพันธ์ลูกค้า นิคมอุตสาหกรรมและนอกนิคมโดยรอบ	*รอกิจกรรมและค่าเป้าหมายจาก ผลส.											