

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
กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

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

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

ระดับ 5

7. เป้าหมาย
รอค่าเป้าหมาย

รอค่าเป้าหมาย
รอค่าเป้าหมาย
รอค่าเป้าหมาย
รอค่าเป้าหมาย
ระดับ 5

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล		
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ	รวม				
			เป้าหมาย	ผล	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	3	-	-								กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)	
	1.1.1 ปิดตามี	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3											ผบค.	
	1.1.1 กฟง.ปิดตามี	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3											ผบค.	
	1.1.2 กฟส.หนองจิก	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3											ผบค.	
	1.1.3 กฟส.โคกโพธิ์	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3											ผบค.	
	1.2 วิเคราะห์มาตรฐานการให้บริการ (SLA) จากระบบ OM	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3	-	-									กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	1.2.1 ปิดตามี	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3												ผบค.
	1.2.1 กฟง.ปิดตามี	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3												ผบค.
	1.2.2 กฟส.หนองจิก	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3												ผบค.
	1.2.3 กฟส.โคกโพธิ์	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3												ผบค.
	1.3 กำหนดคู่มือ (หน่วยงานภายใน กฟผ. หรือหน่วยงานภายนอก) *รอแผนจาก ฝ่ายลูกค้าและการตลาด	ครั้ง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-									กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	1.3 จัดทำแผนที่ตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของ ลูกค้า และเหนือกว่าคู่แข่ง (SLA) (1 เรือ) พร้อมทดลองใช้งานในพื้นที่ *รอแผนจาก ฝ่ายลูกค้าและการตลาด	ครั้ง	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-									ผลต.	กบล.(ผลส.)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)					ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล	
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ			รวม
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล								
	1.4 ติดตามประเมินผล และปรับปรุง (รายไตรมาส) พร้อมรายงานผลให้ ผลต. เพื่อดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป	ครั้ง	-		1		1		1		-	-							กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	2. มาตรฐานการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการและความ คาดหวังของลูกค้า												0.244	0.000	0.000					
	2.1 ประเมินผลการดำเนินงานของผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (Front Manager : FM) ของ กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ตามตัวชี้วัดที่ กฟก. กำหนด ผ่านระบบ Customers' Smile Feedback หรือแบบฟอร์ม FM-03	ครั้ง	1		1		1		1		-	-							กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	แยกสาย กฟฟ.																			
	2. ปิดตามี	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3											
	2.1. กฟจ.ปิดตามี	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3										FM	
	2.2 ประเมินผลการบริการ PEA Shop ทุกแห่ง ตามเกณฑ์ที่ กฟก. กำหนด (ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน PEA Shop อนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 26 สิงหาคม 2562)	ครั้ง	1		1		1		1		-	-	0.215	0.200	0.086				กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
											-	-								

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564								งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล		
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3			(2)ทำการ	รวม
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล								
	2.3 ขอการรับรองมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC)																	กบส.(ผลส.) กฟฟ.1-3		
	01 ประเมินตนเอง/สมัครเข้าร่วมโครงการฯ	ร้อยละ	100%	-	-	-	-	-	-	#REF!	#REF!									
	02 กฟช. ติดตามและประเมินผล	ร้อยละ	-	100%	-	-	-	-	-	#REF!	#REF!									
	03 สปน.ลงพื้นที่ตรวจประเมิน เพื่อให้การรับรอง กฟต.3 : 8 แห่ง กฟอ.สะเตา, กฟอ.สายบุรี, กฟอ.ระโนด, กฟส.รามัน	ร้อยละ	-	-	100%	-	-	-	-	100.00	33.33									
	กฟส.ควนกาหลง, กฟส.มายอ, กฟย.ศรีสาคร, กฟย.ป่าบอน									100.00	100.00									
	หมายเหตุ สำหรับ กฟฟ. นอกเหนือจากรายชื่อข้างต้น ให้พิจารณาตามความ เหมาะสม เช่น กฟฟ.ที่ไม่ได้ระดับเหรียญทองในปี 2563, กฟฟ.ที่ขอต่ออายุ เป็นต้น									100.00	-									
	1. กฟอ.สะเตา	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 เชิญชวนให้ลูกค้ากดประเมินความพึงใจผ่านระบบประเมินผล ความพึงพอใจ (Smile Box) ร้อยละ 80 ของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด ผ่านระบบ Customers' Smile Feedback	ร้อยละ	80%		80%		80%		80%		80.00	60.91						กบส.(ผลส.) กฟฟ.1-3	กบส.(ผลส.)	
	แยกสาย กฟฟ.									80.00	72.00		0.003	0.000	0.002					
										80.00	49.82									
	2.4. ปิดดำเนิน		80%	59.74%	80%	87.98%	80%	59.82%	80%											
	2.4.1 กฟจ.ปิดดำเนิน		80%	93.17%	80%	92.29	80%	93.30%	80%										FM	
	2.4.2 กฟส.หนองจิก		80%	86.06%	80%	83.67%	80%	86.17%	80%										ผบง.	
	2.4.3 กฟส.โคกโพธิ์		80%	0	80%	0	80%	0	80%										ผบง.	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล					
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ	รวม							
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล													
	2.5 ให้สำรวจและวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่ประเมินความพึงพอใจ	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		100%		100.00	100.00									กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)	
	ผ่าน ระบบประเมินผลความพึงพอใจ (Smile Box) กรณีที่ได้รับการประเมิน												100.00	100.00									กฟฟ.1-3		
	ตั้งแต่ 3 ลงไป โดยสำรวจผ่านระบบ Customers' Smile Feedback												100.00	-											
	(สถานะ มกราคม - กันยายน)												100.00	-											
	แยกราย กฟฟ.																								
	2.5. ปิดตามี		100%	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%															
	2.5.1 กฟง.ปิดตามี		100%	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%														FM	
	2.5.2 กฟส.หนองจิก		100%	0	100%	0	100%	0	100%															ผบง.	
	2.5.3 กฟส.โคกโพธิ์		100%	0	100%	0	100%	100%	100%															ผบง.	
	2.6 กรณี กฟฟ. ที่ไม่มี Smile Box ให้สำรวจความพึงพอใจ โดยใช้แบบฟอร์ม	ราย	100		100		100		100				-	-										กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	PEA-QN04 จำนวน 400 ราย/กฟฟ./ปี												-	-										กฟฟ.1-3	
	(วิเคราะห์ความพึงพอใจ และแนวทางการแก้ไข ในเดือนกันยายน)												-	-											
	แยกราย กฟฟ.																								
	2.6.1.กฟส.โคกโพธิ์	ราย	100	100	100	0	100	400	100															ผบง.	
	2.6.2.กฟส.หนองจิก	ราย	100	100	100	112	100	164	100															ผบง.	
แผนงานหลักที่ 4 แผนงานการพัฒนาการให้บริการลูกค้า	1. โครงการพัฒนาการให้บริการผ่าน Internet แบบครบวงจร PEA Smart Plus บน																								
ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	Smart Phone																								
	1.1 ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และเชิญชวนให้ลูกค้า Download แอปพลิเคชัน	ราย	-		-								-	-										ผบง.กฟต.1-2-3	
	PEA Smart Plus ใช้งาน ตามเป้าหมายที่ กฟก. กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)												-	-										คณะกรรมการ	
	*รื้อค่าเป้าหมายจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus												-	-										Pea Smart Plus	
													-	-										Pea Smart Plus	
	แยกราย กฟฟ.																								
	1. ปิดตามี	ราย																							
	1.1 กฟง.ปิดตามี	ราย																						คณะกรรมการ	
	1.2 กฟส.หนองจิก	ราย																						Pea Smart Plus	
	1.3 กฟส.โคกโพธิ์	ราย																						กฟฟ.1-3	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)					ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล	
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ			รวม
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล								
	1.2 จำนวนรายการของการชำระเงินผ่าน PEA Smart plus ตามเป้าหมาย ที่ กฟภ.กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)	ราย	-		-		-		-		-								คณะกรรมการ	คณะกรรมการ
	*รื้อค่าเป้าหมายจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus																		Pea Smart Plus	Pea Smart Plus
	แยก ราย กฟภ.																		กฟภ.1-3	
	3. ปิดดาต้า	ราย																		
	1.1 กฟง.ปิดดาต้า	ราย																	ผบ.ป.	
	1.2 กฟส.หนองจิก	ราย																	ผบ.ง.	
	1.3 กฟส.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		-	-							คณะกรรมการ	คณะกรรมการ
											-	-							Pea Smart Plus	Pea Smart Plus
											-	-								
	2. แผนงานพัฒนาการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online Service (COS)																			
	2.1 ติดตามการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าและการขอขยายเขต ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online Service (COS) เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)	ครั้ง	1		1		1		1		-	-	0.000	0.050	0.000				ผอ.ภ.4	กทท.,กบส.
											-	-							กทท.,กบส.	
											-	-								

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล					
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ	รวม							
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ	รวม							
	3. การใช้งานโปรแกรมระบบงานจดจ่ายไฟ (DMSX)																								
	3.1 ให้ กฟฟ.ทุกแห่ง นำโปรแกรมระบบงานจดจ่ายไฟ (DMSX) มาใช้งาน โดยให้ตรวจสอบผลการดำเนินการผ่าน okr.pea.co.th	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		100%		100.00	100.00		0.070	0.000	0.000						กรท.(ผสจ.)	กรท.(ผสจ.)
	แยกสาย กฟฟ.																							กฟฟ.1-3	
	3.1. ปิดคานี้		100%	0	100%	0	100%	0	100%																
	3.1 กฟจ.ปิดคานี้		100%	0	100%	0	100%	0	100%																ผบป.
	3.2 กฟส.หนองจิก		100%	0	100%	0	100%	0	100%																ผบง.
	3.3 กฟส.โคกโพธิ์		100%	0	100%	0	100%	0	100%																ผบง.
	3.2 ร้อยละจำนวนผู้ใช้ไฟที่ถูกจดจ่าย ผ่านระบบ DMSX.เทียบกับจำนวนผู้ใช้ไฟที่ถูกจดจ่ายทั้งหมด	ร้อยละ	80%		80%		80%		80%			80.00	-											กรท.(ผสจ.)	กรท.(ผสจ.)
	แยกสาย กฟฟ.																								กฟฟ.1-3
	3.2 ปิดคานี้		80%	0	80%	0	80%	0	80%																
	3.2.1 กฟจ.ปิดคานี้		80%	0	80%	0	80%	0	80%																ผบป.
	3.2.2 กฟส.หนองจิก		80%	0	80%	0	80%	0	80%																ผบง.
	3.2.3 กฟส.โคกโพธิ์		80%	0	80%	0	80%	0	80%																ผบง.
	3.3 วิเคราะห์ผลการดำเนินการ ในกรณีไม่บรรลุตามค่าเป้าหมายที่ กฟก. กำหนด	ครั้ง	3		3		3		3			-	-											กรท.(ผสจ.)	กรท.(ผสจ.)
												-	-												

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)					ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล		
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ			รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล									
แผนงานหลักที่ 5 แผนงานการพัฒนากระบวนการให้บริการธุรกิจ ตามแนวทาง Doing Business :	1. การขอใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ ตามแนวทาง Doing Business	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		100.00	100.00		0.119	0.000	0.016				กบส.(ผบธ.)	กบส.(ผบธ.)
World Bank	World Bank	วัน	<20 วัน		<20 วัน		<20 วัน		<20 วัน		100.00	100.00								กฟฟ. 1-3	
World Bank	01 กฟฟ. ดำเนินการภายใน 20 วันปฏิทิน ประเมิน จากงาน 4 ประเภท ดังนี้										100.00	100.00									
	01.1 METER 3 P 4 W 220/380V. 30(100) A. แบบต้องปักเสาเข็มไลน์ดีมิเตอร์										100.00	100.00									
	01.4 METER 3 P 4 W 380/220V. 30(100) A. แบบไม่ต้องปักเสาเข็มไลน์ดีมิเตอร์																				
	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 เป็นไปตามรอบเวลาที่ กฟภ. กำหนด																				
	แยกราย กฟฟ.																				
	3. ปิดตानी		<20 วัน	3	<20 วัน	4	<20 วัน	2	<20 วัน												
	3.1 กฟง.ปิดตानी		<20 วัน	2	<20 วัน	2	<20 วัน	0	<20 วัน												ผบค.
	3.2 กฟส.หนองจิก		<20 วัน	1	<20 วัน	2	<20 วัน	2	<20 วัน												ผบค.
	3.3 กฟส.โคกโพธิ์		<20 วัน	0	<20 วัน	0	<20 วัน	0	<20 วัน												ผบค.
แผนงานหลักที่ 6 ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำ																					ผบ.กฟต.1-2-3
ฐานข้อมูลของ Potential Customer (Strategic และ Star)	*รอกิจกรรมและค่าเป้าหมายจาก ผลต.																				
เพื่อกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง																					

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2564

(ทบทวนครั้งที่ 1)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO3 Customer Focused
มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

ด้าน Customer Value Proposition

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ
รักษาลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ
รักษาลูกค้ารายสำคัญ (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	ปี/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ	รวม		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล								
แผนงานหลักที่ 7 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษา ฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า	1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป้าหมายด้วยกิจกรรมดังนี้ 1.1 ประสานงานและสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ตามข้อมูล BOI/หน่วยงาน ท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ 1.2 รายงานผลบริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์ กฟภ. (รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส) 1.3 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ 01 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า และขออนุมัติ เป้าหมาย รพค./ผู้แทน ไตรมาสละ 1 ราย ผชก./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	ครั้ง	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)	
		ครั้ง	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)	
		ครั้ง	1	-	-	-	-	-	#REF!	#REF!								กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)	
		ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	100.00									ผอภ.(ภ4)		
		ร้อยละ	100%	100%	100%	100%	100%											กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)	
			3 ราย	3 ราย	3 ราย	3 ราย	3 ราย													

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ	รวม		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล								
	ผจก. กฟฟ.1-3 ไตรมาสละ 6 ราย	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		100.00	#REF!							กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
			78 ราย		78 ราย		78 ราย		78 ราย										กฟฟ.1-3	
	แยกราย กฟฟ.																			
	1.3 ปิดดำเนิน	ราย	6 ราย	23 ราย	6 ราย	2 ราย	6 ราย	6 ราย	6 ราย											
	1.3.1 กฟจ.ปิดดำเนิน	ราย	6 ราย	6 ราย	6 ราย	0	6 ราย	6 ราย	6 ราย											ผบค.
	1.3.2 กฟส.หนองจิก	ราย	6 ราย	10 ราย	6 ราย	2 ราย	6 ราย	0	6 ราย											ผบค.
	1.3.3 กฟส.โคกโพธิ์	ราย	6 ราย	7 ราย	6 ราย	0	6 ราย	0	6 ราย											ผบค.
	02 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		#REF!	#REF!							กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	03 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		100.00	-							กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	และแนวทางปรับปรุงแก้ไข										100.00	-								
	04 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ โดย KAMR (ยอดให้เป็นไป	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		100.00	100.00							กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	ตามการวิเคราะห์ความเป็นลูกค้าของ กศฟ.)										100.00	100.00							กฟฟ.1-3	
	เป้าหมาย กฟต.3 จำนวน..... ราย		ราย		ราย		ราย		ราย		100.00	100.00								
	*รอจำนวนรายจาก กศฟ.																			
	แยกราย กฟฟ.																			
	3. ปิดดำเนิน		100%	0	100%	0	100%	0	100%											KAM
			ราย		ราย		ราย		ราย											KAM
	05 สรุปผลา และบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญตาม	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		100.00	-							กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	แบบฟอร์มที่กำหนดลงในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)										100.00	-							กฟฟ.1-3	
	แยกราย กฟฟ.																			
	3. ปิดดำเนิน		100%	0	100%	0	100%	0	100%											KAM

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล		
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ	รวม				
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล										
	1.4 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่																					
	01 สํารวจความต้องการของลูกคํากลุ่มเป้าหมายตามแบบฟอร์มที่ ผนว.ก4) กํานัด	ครั้ง	1	-			-					-	-								กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	02 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปีและขออนุมัติ	ครั้ง	1	-			-					#REF!	#REF!								กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	03 จัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ในลักษณะ Cluster หรือ พิจารณาตามความเหมาะสมของพื้นที่ โดยหลักเกณฑ์การจัดสัมมนา ให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวค.	ร้อยละ	-	100%			100%			100%		100.00	-								กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
												100.00	-									
	04 สรุปรายงานการค้าเงินการและวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา	ครั้ง	1	1			1			1		-	-								กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	ทุกไตรมาส											-	-									
	2. สนับสนุนการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ากับเจ้าหน้าที่ KAMR จาก โดยจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้ารายสำคัญ/ข้อมูลของ พนักงาน KAMR (รายชื่อพนักงาน KAMR, เบอร์โทรศัพท์, รายชื่อลูกค้าที่ดูแล)	ครั้ง	-	-			1			-		-	-								กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	3. สรุปผลการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า โดยวิธีโทรศัพท์สอบถาม ความพึงพอใจภายหลังการใช้บริการ 15 วัน (ปีละ 400 ราย/เขต) (ไตรมาสละ 100 ราย/เขต)	ครั้ง	1	1			1			1		400.00	-								กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
		ราย	100	100			100			100		400.00	-								กพฟ.1-3	
												-	-									
												-	-									
แผนงานหลักที่ 8 แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ ข้อร้องเรียน	1. ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการแนวทางการบริหารจัดการข้อร้องเรียน	ครั้ง	1	-			-			-		-	-								กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
												-	-									

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล		
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ	รวม				
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล										
	2. บริหารจัดการซื้อโรงเรียนของลูกค้า ตามอนุมัติคู่มือ "เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการซื้อโรงเรียนของ กฟผ."																					
	01 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ลูกค้าเป็นทีเข้าภายใน 30 วัน เทียบกับจำนวนซื้อโรงเรียนทั้งหมด	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		100.00	100.00									กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	แยกสาย กฟผ.										100.00	100.00									กฟผ.1-3	
	01. ปิดดำเนิน		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%													
	01.1 กฟผ.ปิดดำเนิน		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%													สบค.
	01.2 กฟผ.หนองจิก		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%													สบค.
	01.3 กฟผ.โคกโพธิ์		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%													สบค.
	02 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ลูกค้าเป็นทีเข้าภายใน 15 วัน เทียบกับจำนวนซื้อโรงเรียนทั้งหมด	ร้อยละ	70%		70%		70%		70%		-	-									กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	แยกสาย กฟผ.																					
	02. ปิดดำเนิน		70%	100%	70%	100%	70%	100%	70%													
	02.1 กฟผ.ปิดดำเนิน		70%	100%	70%	100%	70%	100%	70%													สบค.
	02.2 กฟผ.หนองจิก		70%	100%	70%	100%	70%	100%	70%													สบค.
	02.3 กฟผ.โคกโพธิ์		70%	100%	70%	100%	70%	100%	70%													สบค.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล					รวม	รวม		
	04 วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการแก้ไข ข้อร้องเรียน ทุกช่องทาง เป้าหมาย (ทุกไตรมาส) กฟต.3 4 ครั้ง	ครั้ง	1		1		1		1		-	-							กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	3. รายงานผลการวิเคราะห์ข้อร้องเรียน ประเภทคุณภาพไฟฟ้า หัวข้อย่อย ไฟตก และไฟกระพริบ แยกราย กฟฟ. 3. ปิดดำเนิน	ครั้ง	3	3	3	3	3	5	3										กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	3.1 กฟจ.ปิดดำเนิน	ครั้ง	3	0	3	0	3	3	3										ผบป.	
	3.2 กฟส.หนองจิก	ครั้ง	3	3	3	3	3	2	3										ผกป.	
	3.3 กฟส.โคกโพธิ์	ครั้ง	3	0	3	0	3	0	3										ผกป.	
แผนงานหลักที่ 9 แผนงานพัฒนาศักยภาพพนักงานใน ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	1. วิเคราะห์ความต้องการการพัฒนาบุคลากรด้านลูกค้าแล้วนำมากำหนด หลักสูตรสำหรับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร(ภายใน/ภายนอก) ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการลูกค้า	ครั้ง	1		-		-		-		-	-							ผอก.(ก4)	กบส.(ผลส.)
	2.อบรมเชิงปฏิบัติการผู้รับชำระเงินและผู้รับคำร้องของ กฟฟ.ชั้น1-3, กฟส.	ครั้ง	-		1		-		-		#REF!	#REF!							ผอก.(ก4)	กบส.(ผลส.)
	3.อบรมเชิงปฏิบัติ พนักงาน EO และ พนักงานแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้อง ของ กฟฟ.ชั้น1-3, และ กฟส.	ครั้ง	-		1		-		-		-	-							ผอก.(ก4)	กบส.(ผลส.)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล		
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ	รวม				
			เป้าหมาย	ผล	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)	ครั้ง	-		1		-		-		-	-									กบส.(ผลส.) กฟผ.ทุกแห่ง	กบส.(ผลส.)
	แยกราย กฟผ.																					
	4. ปัตตานี	ครั้ง	-		1	3	-	-	-													
	4.1 กฟผ.ปัตตานี	ครั้ง	-		1	1	-	-	-												คณะทำงานฯ	
	4.2 กฟผ.หนองจิก	ครั้ง	-		1	1	-	-	-												กฟผ.1-3	
	4.3 กฟผ.โคกโพธิ์	ครั้ง	-		1	1	-	-	-													
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อม แจ้งผลฯ ให้ ผวธ.(ภ4)	ครั้ง	-		1		-		-		-	-									กบส.(ผลส.) กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟผ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และ มอบรางวัลโดย รผภ.(ภ4)	ครั้ง	-		-		1		-		-	-									ผวธ.(ภ4) กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	04 วิเคราะห์ กฟผ. ที่มีคะแนนการประเมินการไฟฟ้าดีเด่นฯที่คะแนน ต่ำกว่า 50% เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการลูกค้าอย่างมี ประสิทธิภาพ	ครั้ง	-		-		-		1		-	-									ผวธ.(ภ4) กบส.(ผลส.) กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ	รวม		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล								
	5. ประเมิน กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ของสายงานภาค 4 ด้านผู้จัดการ ศูนย์งานบริการลูกค้า (FM) เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่าน ระบบสารสนเทศ และคัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์งาน บริการลูกค้า (FM)																		ผวธ.(ภ4)	
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์คัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์ งานบริการลูกค้า (FM) (เอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน กฟฟ.ดีเด่น ด้านบริการลูกค้า โดย ผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า)	ครั้ง	-		1		-		-		-		-		-		-		กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	แยกสาย กฟฟ. 01. ปิดดำเนิน	ครั้ง	-	1	1	1	-	-	-											
	01.1 กฟจ.ปิดดำเนิน	ครั้ง	-	1	1	1	-	-	-										FM	
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ	ครั้ง	-		1		-		-		-		-		-		-		กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	พร้อมแจ้งผลฯ ให้ ผวธ.(ภ4)										-		-							

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

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้า/ผล ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)						ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล		
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	ต.1	ต.2	ต.3	(2)ทำการ					
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล					รวม	รวม				
	7. ประเมิน KAMR ของ กฟผ. ตามคู่มือบริหารลูกค้า รายสำคัญและคัดเลือก KAMR ที่เด่น																					
	01 ประเมินตนเองตามคู่มือบริหารลูกค้ารายสำคัญ (รายละเอียดของ เกณฑ์การคัดเลือกจะแจ้งภายหลังต่อไป)	ครั้ง	-		1		-		-		-		-		-							กบล.(ผลส.) กฟผ.ชั้น 1-3
	แยกราย กฟผ.																					
	7. ปีคตินี้	ครั้ง	-		1	1	-	-	-													
	7.1 กฟผ.ปีคตินี้	ครั้ง	-		1	1	-	-	-													KAM
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อมแจ้งผลฯ	ครั้ง	-		1		-		-		-		-		-							กบล.(ผลส.) กบล.(ผลส.)
	03 ประกาศผลการคัดเลือก KAMR ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน	ครั้ง	-		-		1		-		-		-		-							ผอภ.(ก4) กบล.(ผลส.)
	แผนงานหลักที่ 10 แผนงานการพัฒนาความสัมพันธ์ลูกค้าใน นิคมอุตสาหกรรมและนอกนิคมโดยรอบ																					