

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 Business
- 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
รอกำเป้าหมาย
รอกำเป้าหมาย
รอกำเป้าหมาย
รอกำเป้าหมาย
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	1. การยกระดับมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ที่เกินความคาดหวังของ											
เพื่อกำหนดและดำเนินการตามมาตรฐานการให้บริการ	ลูกค้า และเหนือกว่าคู่แข่ง โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล											
(SLA) ที่เกินความคาดหวังของลูกค้า และเหนือกว่า	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. ปีถัดมา	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3		
	1.1.1 กฟจ.ปีถัดมา	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. ปีถัดมา	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3		
	1.2.1 กฟจ.ปีถัดมา	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.	

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		
	1.3 กำหนดคู่เทียบ (หน่วยงานภายใน กฟภ. หรือหน่วยงานภายนอก) *รอแผนจาก ฝ่ายลูกค้าและการตลาด	ครั้ง	-		-		-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	1.3 จัดทำแผนที่ตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของ ลูกค้า และเหนือกว่าคู่เทียบ (SLA) (1 เรื่อง) พร้อมทดลองใช้งานในพื้นที่ *รอแผนจาก ฝ่ายลูกค้าและการตลาด	ครั้ง	1		-		-		-		ผลต.	
	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 กฟก.	ครั้ง	1		1		1		1		กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)	
	กำหนด ผ่านระบบ Customers' Smile Feedback หรือแบบฟอร์ม FM-03 แยกราย กฟฟ.												
	2. ปิดดำเนิน	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3			
	2.1. กฟจ.ปิดดำเนิน	ครั้ง	3	3	3	3	3	3	3	3	FM		
	2.2 ประเมินผลการบริการ PEA Shop ทุกแห่ง ตามเกณฑ์ที่ กฟก.	ครั้ง	1		1		1		1		กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)	
	กำหนด (ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน PEA Shop อนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 26 สิงหาคม 2562)												

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 สบ.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	ร้อยละ	80%		80%		80%		80%			กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	ความพึงพอใจ (Smile Box) ร้อยละ 80 ของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด ผ่านระบบ Customers' Smile Feedback											กฟฟ.1-3	
	แยกราย กฟฟ.												
	2.4. ปิดดำเนิน		80%	89.62%	80%	87.98%	80%	89.73%	80%	94.91%			
	2.4.1 กฟง.ปิดดำเนิน		80%	93.17%	80%	92.29	80%	93.30%	80%	98.76%	FM		
	2.4.2 กฟส.หนองจิก		80%	86.06%	80%	83.67%	80%	86.17%	80%	91.06	ผบง.		
	2.4.3 กฟส.โคกโพธิ์		80%	0	80%	0	80%	0	80%	0	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 ให้สำรวจและวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่ประเมินความพึงพอใจ	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	ผ่าน ระบบประเมินผลความพึงพอใจ (Smile Box) กรณีที่ได้รับการประเมิน										กฟฟ.1-3	
	ตั้งแต่ 3 ลงไป โดยสำรวจผ่านระบบ Customers' Smile Feedback											
	(สถานะ มกราคม - กันยายน)											
	แยกราย กฟฟ.											
	2.5. ปิดดาบ		100%	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%		
	2.5.1 กฟจ.ปิดดาบ		100%	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%	FM	
	2.5.2 กฟส.หนองจิก		100%	-	100%	100%	100%	100%	100%	100%	ผบง.	
	2.5.3 กฟส.โคกโพธิ์		100%	0	100%	0	100%	0	100%	0	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	0	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	-		-						ผบพ.กฟต.1-2-3	
	PEA Smart Plus ใช้งาน ตามเป้าหมายที่ กฟผ. กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)										คณะกรรมการ	คณะกรรมการ
	*รอค่าเป้าหมายจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus										Pea Smart Plus	Pea Smart Plus
											กฟฟ.1-3	
	แยกราย กฟฟ.											
	1. ปิดดาบ	ราย										
	1.1 กฟจ.ปิดดาบ	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								ผู้รับผิดชอบ งาน	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	1.2 จำนวนรายการชำระเงินผ่าน PEA Smart plus ตามเป้าหมาย ที่ กฟภ.กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4) <i>*รอกำเป้าหมายจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus</i>	ราย	-		-		-		-		คณะกรรมการ	คณะกรรมการ
	แยกราย กฟภ.										Pea Smart Plus	Pea Smart Plus
	3. ปิดดาบ	ราย										
	1.1 กฟภ.ปิดดาบ	ราย									ผบป.	
	1.2 กฟส.หนองจิก	ราย							-		ผบง.	
	1.3 กฟส.โคกโพธิ์	ราย									ผบง.	
	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 ติดตามการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าและการขยายเขต	ครั้ง	1		1		1		1		ผอ.ภ4	กรท.,กบล.
	ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online Service (COS) เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)										กรท.,กบล.	

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.(ผสจ.)	กรท.(ผสจ.)
	แยกสาย กฟฟ.											กฟฟ.1-3	
	3.1. ปิดดาบ		100%	0	100%	0	100%	0	100%				
	3.1 กฟจ.ปิดดาบ		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 ร้อยละจำนวนผู้ใช้ไฟที่ถูกงดจ่าย ผ่านระบบ DMSX.เทียบกับจำนวนผู้ใช้ไฟที่ถูกงดจ่ายทั้งหมด	ร้อยละ	80%		80%		80%		80%			กรท.(ผสจ.)	กรท.(ผสจ.)
	แยกสาย กฟฟ.											กฟฟ.1-3	
	3.2 ปิดดาบ		80%	0	80%	0	80%	0	80%				
	3.2.1 กฟจ.ปิดดาบ		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 กฟฟ. กำหนด	ครั้ง	3		3		3		3			กรท.(ผสจ.)	กรท.(ผสจ.)
แผนงานหลักที่ 5 แผนงานการพัฒนากระบวนการให้บริการธุรกิจ ตามแนวทาง Doing Business :	1. การขอใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ ตามแนวทาง Doing Business	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%			กบส.(ผบธ.)	กบส.(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. แบบต้องปักเสาเข็มไลน์ติดตั้ง												
	01.4 METER 3 P 4 W 380/220V. 30(100) A. แบบไม่ต้องปักเสาเข็มไลน์ติดตั้ง												
	01.2 METER 1 P 2 W 220 V. With CT.												
	01.3 METER 3 P 4 W 380/220 V. With. CT.												
	เป้าหมาย หุกราย,ทุกประเภท เป็นไปตามกรอบเวลาที่ กฟฟ. กำหนด												
	แยกสาย กฟฟ.												
	3. ปิดดาบ		<20 วัน	3	<20 วัน	4	<20 วัน	2	<20 วัน	<20 วัน			
	3.1 กฟจ.ปิดดาบ		<20 วัน	2	<20 วัน	2	<20 วัน	0	<20 วัน	10	ผบค.		
	3.2 กฟส.หนองจิก		<20 วัน	1	<20 วัน	2	<20 วัน	2	<20 วัน	19	ผบค.		
	3.3 กฟส.โคกโพธิ์		<20 วัน	0	<20 วัน	0	<20 วัน	0	<20 วัน	0	ผบค.		
แผนงานหลักที่ 6 ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ Potential Customer (Strategic และ Star)	*รอกิจกรรมและค่าเป้าหมายจาก ผสด.												
เพื่อกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง													

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		

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	1.1 ประสานงานและสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ตามข้อมูล BOI/หน่วยงาน	ครั้ง	1		1		1		1		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า	ท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ											
	1.2 รายงานผลบริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์	ครั้ง	1		1		1		1		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	กฟภ. (รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)										กฟภ.1-3	
	1.3 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ										กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	01 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า และขออนุมัติ	ครั้ง	1		-		-		-		กฟภ.1-3	
	เป้าหมาย รมก./ผู้แทน ไตรมาสละ 1 ราย	ร้อยละ	-		-		-		-		ฝอภ.(ก4)	
	ผชก./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
			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								ผู้รับผิดชอบ	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	ผจก. กพฟ.1-3 ไตรมาสละ 6 ราย	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
			78 ราย		78 ราย		78 ราย		78 ราย		กพฟ.1-3	
	แยกราย กพฟ.											
	1.3 ปีคตานิ	ราย	6 ราย	23 ราย	6 ราย	2 ราย	6 ราย	6 ราย	6 ราย	12 ราย		
	1.3.1 กพจ.ปีคตานิ	ราย	6 ราย	6 ราย	6 ราย	0	6 ราย	6 ราย	6 ราย	12 ราย	ผบค.	
	1.3.2 กพส.หนองจิก	ราย	6 ราย	10 ราย	6 ราย	2 ราย	6 ราย	0 ราย	6 ราย	0 ราย	ผบค.	
	1.3.3 กพส.โคกโพธิ์	ราย	6 ราย	7 ราย	6 ราย	0	6 ราย	0	6 ราย	0	ผบค.	
	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 (ยอดให้เป็นไป ตามการวิเคราะห์ความเป็นลูกค้าของ กศพ.)	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย กพต.3 จำนวน..... ราย		ราย		ราย		ราย		ราย		กพฟ.1-3	
	*รอจำนวนรายจาก กศพ.											
	แยกราย กพฟ.											
	3. ปีคตานิ		100%	0	100%	0	100%	0	100%		KAM	
			ราย		ราย		ราย		ราย		KAM	
	05 สรุปผลฯ และบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญตาม แบบฟอร์มที่กำหนดลงในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	แยกราย กพฟ.										กพฟ.1-3	
	3. ปีคตานิ		100%	0	100%	0	100%	0	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%				กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	04 สรุปรายงานการดำเนินการและวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา	ครั้ง	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 ราย	1 100		1 100			1 100				กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
แผนงานหลักที่ 8 แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ ข้อร้องเรียน	1. ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการแนวทางการบริหารจัดการข้อร้องเรียน	ครั้ง	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	ผู้รายงาน ข้อมูล
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล		
	2. บริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า ตามอนุมัติคู่มือ "เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กฟผ."											
	01 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 30 วัน เทียบกับจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด	ร้อยละ	100%		100%		100%		100%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	แยกสาย กฟผ.										กฟผ.1-3	
	01. ปีคตानी		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%		
	01.1 กฟจ.ปีคตानी		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	ผบค.	
	01.2 กฟส.หนองจิก		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	ผบค.	
	01.3 กฟส.โคกโพธิ์		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	ผบค.	
	02 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 15 วัน เทียบกับจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด	ร้อยละ	70%		70%		70%		70%		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	แยกสาย กฟผ.											
	02. ปีคตानी		70%	100%	70%	100%	70%	100%	70%	100%		
	02.1 กฟจ.ปีคตानी		70%	100%	70%	100%	70%	100%	70%	100%	ผบค.	
	02.2 กฟส.หนองจิก		70%	100%	70%	100%	70%	100%	70%	100%	ผบค.	
	02.3 กฟส.โคกโพธิ์		70%	100%	70%	100%	70%	100%	70%	100%	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	ครั้ง	1		1		1		1		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	ข้อร้องเรียน ทุกช่องทาง											
	เป้าหมาย (ทุกไตรมาส)											
	กฟต.3 4 ครั้ง											
	3. รายงานผลการวิเคราะห์ข้อร้องเรียน ประเภทคุณภาพไฟฟ้า หัวข้อย่อย	ครั้ง	3		3		3		3		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	ไฟตก และไฟกระพริบ										กฟฟ.1-3	
	แยกราย กฟฟ.											
	3. ปีคตินี้	ครั้ง	3	3	3	3	3	5	3			
	3.1 กฟจ.ปีคตินี้	ครั้ง	3	0	3	0	3	3	3	3	ผบป.	
	3.2 กฟส.หนองจิก	ครั้ง	3	3	3	3	3	2	3	0	ผกป.	
	3.3 กฟส.โคกโพธิ์	ครั้ง	3	0	3	0	3	0	3	-	ผกป.	
แผนงานหลักที่ 2 แผนงานพัฒนาศักยภาพพนักงานใน	1. วิเคราะห์ความต้องการการพัฒนาบุคลากรด้านลูกค้าแล้วนำมากำหนด	ครั้ง	1		-		-		-		ผอก.(ก4)	กบล.(ผลส.)
ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	หลักสูตรสำหรับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร(ภายใน/ภายนอก)											
	ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการลูกค้า											
	2.อบรมเชิงปฏิบัติการผู้รับชำระและผู้รับคำร้องของ กฟฟ.ชั้น1-3, กฟส.	ครั้ง	-		1		-		-		ผอก.(ก4)	กบล.(ผลส.)
	3.อบรมเชิงปฏิบัติ พนักงาน EO และ พนักงานแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้อง ของ	ครั้ง	-		1		-		-		ผอก.(ก4)	กบล.(ผลส.)
	กฟฟ.ชั้น1-3, และ กฟส.											

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 กฟภ. เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่านระบบสารสนเทศ และคัดเลือก การไฟฟ้าดีเด่น													
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟภ. ปี 2563 (ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟภ. รอบคัดกรอง ปี 2563)	ครั้ง	-		1			-			-		กบล.(ผลส.) กฟฟ.ทุกแห่ง	กบล.(ผลส.)
	แยกสาย กฟฟ.													
	4. ปีติดนี้	ครั้ง	-		1		3			-		-		
	4.1 กฟง.ปีติดนี้	ครั้ง	-		1		1			-		-		คณะทำงานฯ
	4.2 กฟส.หนองจิก	ครั้ง	-		1		1			-		-		กฟฟ.1-3
	4.3 กฟส.โคกโพธิ์	ครั้ง	-		1		1			-		-		
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อม แจ้งผลฯ ให้ ผวธ.(ภ4)	ครั้ง	-		1					-		-	กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และ มอบรางวัลโดย รผก.(ภ4)	ครั้ง	-		-					1		-	ผวธ.(ภ4)	กบล.(ผลส.)
	04 วิเคราะห์ กฟฟ. ที่มีคะแนนการประเมินการไฟฟ้าดีเด่นฯที่คะแนน ต่ำกว่า 50% เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการลูกค้าอย่างมี ประสิทธิภาพ	ครั้ง	-		-					-		1	ผวธ.(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 ด้านผู้จัดการ											ฟวธ.(ก4)	
	ศูนย์งานบริการลูกค้า (FM) เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่าน											ฟวบ.กฟต.1-2-3	
	ระบบสารสนเทศ และคัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์งาน												
	บริการลูกค้า (FM)												
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์คัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์	ครั้ง	-		1			-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	งานบริการลูกค้า (FM) (เอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน กฟฟ.ดีเด่น											กฟฟ.ชั้น 1-3	
	ด้านบริการลูกค้า โดย ผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า)											และ กฟส.	
	แยกราย กฟฟ.												
	01. ปีคี่	ครั้ง	-	1	1	1	-	1	-	1			
	01.1 กฟจ.ปีคี่	ครั้ง	-	1	1	1	-	1	-	1	FM		
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ	ครั้ง	-		1			-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	พร้อมแจ้งผลฯ ให้ ฟวธ.(ก4)												

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		
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และมอบรางวัลโดย รผก.(ภ4)	ครั้ง	-		-		1		-		ฟวธ.(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) แยกราย กฟฟ.	ครั้ง	-		1		-		-		กบส.(ผลส.) PEA Shop ทุกแห่ง	กบส.(ผลส.)
	6. ปิดตานี้	ครั้ง	-		1		-		-			
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อม แจ้งผลฯ ให้ ฟวธ.(ภ4)	ครั้ง	-		1		-		-		กบส.(ผลส.)	กบส.(ผลส.)
	03 ประกาศผลการคัดเลือก PEA Shop ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และมอบรางวัลโดย รผก.(ภ4)	ครั้ง	-		-		1		-		ฟวธ.(ภ4)	กบส.(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 กฟข. ตามคู่มือบริหารลูกค้า												
	รายสำคัญและคัดเลือก KAMR ที่เด่น												
	01 ประเมินตนเองตามคู่มือบริหารลูกค้ารายสำคัญ (รายละเอียดของ	ครั้ง	-		1			-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	เกณฑ์การคัดเลือกจะแจ้งภายหลังต่อไป)											กฟฟ.ชั้น 1-3	
	แยกสาย กฟฟ.												
	7. ปีนี้	ครั้ง	-		1	1		-	-	-			
	7.1 กฟจ.ปีนี้	ครั้ง	-		1	1		-	-	-		KAM	
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ	ครั้ง	-		1			-		-		กบล.(ผลส.)	กบล.(ผลส.)
	พร้อมแจ้งผลฯ												
	03 ประกาศผลการคัดเลือก KAMR ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน	ครั้ง	-		-			1		-		ฝอภ.(ภ4)	กบล.(ผลส.)
แผนงานหลักที่ 10 แผนงานการพัฒนาความสัมพันธ์ลูกค้าใน	*รอกิจกรรมและค่าเป้าหมายจาก ฝลด.												
นิคมอุตสาหกรรมและนอกนิคมโดยรอบ													