แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2560 (ฉบับปรับปรุง)

สายงานการไฟฟ้า ภาค 2

ด้านลูกค้า

(Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

(Strategic Objective)

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

4. เป้าหมาย

- ความพึงพอใจของลูกค้า	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.31
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.30
กลุ่มพาณิชย์	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.26
กลุ่มอุตสาหกรรม	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.32
กลุ่มอื่นๆ	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.34

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

7. เป้าหมาย

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 84
- ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 86
กลุ่มพาณิชย์ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอุตสาหกรรม ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอื่นๆ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) ★	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.14
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 ผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 (สะสม ม.ค.-มี.ค.2560)	11 ร้อยละความสำเร็จตามแผน(%)	12 ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ	ประมาณการผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปี 2560
2. แผนปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้า	2.5 รายงานสถิติและสรุปวิเคราะห์เรื่องร้องเรียนปี 2560				
(SEPA หมวด 3)	2.5.1 รายงานสถิติเรื่องร้องเรียนปี 2560 พร้อมทั้งประเมินผลการดำเนินงาน				
	สรุปวิเคราะห์เรื่องร้องเรียน ปัญหาอุปสรรค สาเหตุ และแนวทางแก้ไขเพื่อ				
	ปรับปรุงการทำงาน แจ้ง กฟฉ.3 ทุกไตรมาส				
	กฟจ.นม.3(สรน.) ตรวจสอบข้อมูลในระบบ e-One ภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส				
	(ทุกแผนกที่เกี่ยวข้อง/ผบค.เป็นผู้รายงาน)				

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2560 (ฉบับปรับปรุง)

สายงานการไฟฟ้า ภาค 2

ด้านลูกค้า

(Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

(Strategic Objective)

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

4. เป้าหมาย

- ความพึงพอใจของลูกค้า — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.31
  - กลุ่มบ้านอยู่อาศัย — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.30
  - กลุ่มพาณิชย์ — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.26
  - กลุ่มอุตสาหกรรม — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.32
  - กลุ่มอื่นๆ — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.34

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

7. เป้าหมาย

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2 — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 84
- ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2
  - กลุ่มบ้านอยู่อาศัย ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 86
  - กลุ่มพาณิชย์ ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
  - กลุ่มอุตสาหกรรม ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
  - กลุ่มอื่นๆ ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) ★ — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.14
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 ผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 (สะสม ม.ค.-มี.ค.2560)	11 ร้อยละความสำเร็จตามแผน(%)	12 ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ	ประมาณการผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปี 2560
	2.6 ประสิทธิภาพการตอบสนองข้อร้องเรียนของลูกค้า				
	2.6.1 จัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า เพื่อให้ข้อร้องเรียนของลูกค้า ได้รับการตรวจสอบและแก้ไขอย่างทันท่วงที ภายใน 30 วัน หลังจากรับเรื่องร้องเรียนเข้าระบบ e-One				
	กฟจ.นม.3(สรน.) ประสิทธิภาพการตอบสนองข้อร้องเรียน ร้อยละ 100				
	(ทุกแผนกที่เกี่ยวข้อง/ผบค.เป็นผู้รายงาน)				

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2560 (ฉบับปรับปรุง)

สายงานการไฟฟ้า ภาค 2

ด้านลูกค้า

(Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

(Strategic Objective)

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร	4. เป้าหมาย
- ความพึงพอใจของลูกค้า	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.31
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.30
กลุ่มพาณิชย์	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.26
กลุ่มอุตสาหกรรม	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.32
กลุ่มอื่นๆ	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.34

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน	7. เป้าหมาย
- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 84
- ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 86
กลุ่มพาณิชย์ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอุตสาหกรรม ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอื่นๆ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) ★	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.14
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 ผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 (สะสม ม.ค.-มี.ค.2560)	11 ร้อยละความสำเร็จตามแผน(%)	12 ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ	ประมาณการผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปี 2560
	2.7 ระดับความสำเร็จของแผน/แนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกัน				
	และแผนการสนับสนุนกระบวนการ จัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า				
	2.7.1 จัดทำแผน/แนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกันข้อร้องเรียนของลูกค้า				
	กฟจ.นม.3 (สรน.) จัดส่งภายในวันที่ 15 มิถุนายน 2560				
	(ทุกแผนกที่เกี่ยวข้อง/ผบค.เป็นผู้รายงาน)				

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2560 (ฉบับปรับปรุง)

สายงานการไฟฟ้า ภาค 2

ด้านลูกค้า

(Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

(Strategic Objective)

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

4. เป้าหมาย

- ความพึงพอใจของลูกค้า — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.31
  - กลุ่มบ้านอยู่อาศัย — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.30
  - กลุ่มพาณิชย์ — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.26
  - กลุ่มอุตสาหกรรม — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.32
  - กลุ่มอื่นๆ — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.34

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

7. เป้าหมาย

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2 — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 84
- ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2
  - กลุ่มบ้านอยู่อาศัย ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 86
  - กลุ่มพาณิชย์ ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
  - กลุ่มอุตสาหกรรม ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
  - กลุ่มอื่นๆ ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) ★ — ไม่น้อยกว่าระดับ 4.14
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า ★ — ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 ผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 (สะสม ม.ค.-มี.ค.2560)	11 ร้อยละความสำเร็จตามแผน(%)	12 ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ	ประมาณการผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปี 2560
2. แผนปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้า (ต่อ)	3.2 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์ความพึงพอใจ/ความต้องการ/ข้อเสนอแนะ				
(SEPA หมวด 3)	จากการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า ส่งให้คณะทำงานด้านการบริการลูกค้า				
	3.2.1 สรุปผลการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า โดยวิธีโทรศัพท์สอบถาม				
	ความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ ทุกไตรมาส				
	3.2.1.1 สุ่มสอบถามลูกค้าโดยวิธีโทรศัพท์ ดังนี้				
	- งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์ กฟฟ.จุดรวมงาน 3 ราย/ไตรมาส				
	- งานขอขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์ กฟฟ.จุดรวมงาน 3 ราย/ไตรมาส				
	กฟจ.นม.3(สรน.) 6 ราย/ไตรมาส				
	(ผบค.เป็นผู้รายงาน)				

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2560 (ฉบับปรับปรุง) ด้านลูกค้า

สายงานการไฟฟ้า ภาค 2 (Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

(Strategic Objective)

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร	4. เป้าหมาย
- ความพึงพอใจของลูกค้า	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.31
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.30
กลุ่มพาณิชย์	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.26
กลุ่มอุตสาหกรรม	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.32
กลุ่มอื่นๆ	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.34

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน	7. เป้าหมาย
- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 84
- ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 86
กลุ่มพาณิชย์ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอุตสาหกรรม ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอื่นๆ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) ★	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.14
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 ผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 (สะสม ม.ค.-มี.ค.2560)	11 ร้อยละความสำเร็จตามแผน(%)	12 ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ	ประมาณการผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปี 2560
	3.2.2 สรุปผลการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า โดยวิธีการประเมิน				
	ความพึงพอใจผ่านระบบกล่องประเมินความพึงพอใจ (Smile Box) ทุกไตรมาส				
	กฟจ.นม.3(สรน.) รายงานภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส				
	1314 ราย/ไตรมาส				
	(ผบป.เป็นผู้รายงาน)				

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2560 (ฉบับปรับปรุง)

สายงานการไฟฟ้า ภาค 2

ด้านลูกค้า

(Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

(Strategic Objective)

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร | **4. เป้าหมาย**

- ความพึงพอใจของลูกค้า	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.31
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.30
กลุ่มพาณิชย์	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.26
กลุ่มอุตสาหกรรม	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.32
กลุ่มอื่นๆ	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.34

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน | **7. เป้าหมาย**

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 84
- ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 86
กลุ่มพาณิชย์ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอุตสาหกรรม ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอื่นๆ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) ★	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.14
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 ผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 (สะสม ม.ค.-มี.ค.2560)	11 ร้อยละความสำเร็จตามแผน(%)	12 ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ	ประมาณการผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปี 2560
3. แผนงานการบริหาร CRM โดยการรับฟังเสียงของลูกค้าหลังรับบริการ	3.4 กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญในกรณีเกิดความเสียหายจากระบบไฟฟ้า เช่น เข้าพบเยี่ยมเยือนให้บริการตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย				
(SEPA หมวด 3)	กฟจ.นม.3(สรน.) 100% (ภายใน 3 วันหลังเกิดเหตุ)				
	(พนักงานKAM เป็นผู้รับผิดชอบ)				

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2560 (ฉบับปรับปรุง)

สายงานการไฟฟ้า ภาค 2

ด้านลูกค้า

(Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

(Strategic Objective)

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร	4. เป้าหมาย
- ความพึงพอใจของลูกค้า	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.31
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.30
กลุ่มพาณิชย์	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.26
กลุ่มอุตสาหกรรม	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.32
กลุ่มอื่นๆ	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.34

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน	7. เป้าหมาย
- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 84
- ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 86
กลุ่มพาณิชย์ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอุตสาหกรรม ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอื่นๆ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) ★	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.14
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 ผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 (สะสม ม.ค.-มี.ค.2560)	11 ร้อยละความสำเร็จตามแผน(%)	12 ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ	ประมาณการผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปี 2560
	3.7 งานยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ ให้ตามความคาดหวังของลูกค้า				
	1. ให้ กฟฟ.ชั้น 1-3 ตั้ง Front Manager เพื่อทำหน้าที่ดูแลและประสานงาน				
	แก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ณ จุดบริการ				
	2. ประชุมชี้แจงแนวทางการทำงาน Front Manager				
	กฟจ.นม.3(สรน.) 1 ครั้ง ภายในไตรมาส 2				
	(รจก.(ท) เป็นผู้รับผิดชอบ)				

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2560 (ฉบับปรับปรุง) ด้านลูกค้า

สายงานการไฟฟ้า ภาค 2 (Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร	4. เป้าหมาย
- ความพึงพอใจของลูกค้า	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.31
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.30
กลุ่มพาณิชย์	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.26
กลุ่มอุตสาหกรรม	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.32
กลุ่มอื่นๆ	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.34

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน	7. เป้าหมาย
- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 84
- ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 86
กลุ่มพาณิชย์ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอุตสาหกรรม ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอื่นๆ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) ★	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.14
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 ผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 (สะสม ม.ค.-มี.ค.2560)	11 ร้อยละความสำเร็จตามแผน(%)	12 ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ	ประมาณการผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปี 2560
6. แผนงานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ต่อ)	6.1.2 การเยี่ยมเยือนลูกค้า high value และ/หรือลูกค้ารายสำคัญอื่น				
(SEPA หมวด 3)					
	กฟจ.นม.3(สรน.) 24 ราย/ปี รายงานภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส				
	(พนักงานKAM และ ผบค. เป็นผู้รับผิดชอบ)				
	6.1.3 เยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญโดยผู้บริหารระดับสูง/หรือผู้แทนของหน่วยงาน				
	(รผก.(ภ2)อข.ฉ.1-3, ผจก.,กฟฟ.1-3) พร้อม สรุปรายงานความต้องการและแนว				
	ทางแก้ไข(กลุ่มลูกค้าพาณิชย์ 10%)				
	กฟจ.นม.3(สรน.) 24 ราย/ไตรมาส รายงานภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส				
	(พนักงานKAM และ ผบค. เป็นผู้รับผิดชอบ)				

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2560 (ฉบับปรับปรุง) ด้านลูกค้า

สายงานการไฟฟ้า ภาค 2 (Customer Value Proposition)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

	4. เป้าหมาย
- ความพึงพอใจของลูกค้า	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.31
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.30
กลุ่มพาณิชย์	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.26
กลุ่มอุตสาหกรรม	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.32
กลุ่มอื่นๆ	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.34

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

	7. เป้าหมาย
- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 84
- ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานการไฟฟ้า ภาค 2	
กลุ่มบ้านอยู่อาศัย ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 86
กลุ่มพาณิชย์ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอุตสาหกรรม ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
กลุ่มอื่นๆ ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83
- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการแก้ไขปัญหาไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้องให้แก่ลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) ★	ไม่น้อยกว่าระดับ 4.14
- ความสำเร็จในการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า ★	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 ผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 (สะสม ม.ค.-มี.ค.2560)	11 ร้อยละความสำเร็จตามแผน(%)	12 ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ	ประมาณการผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปี 2560
	6.1.4 พนักงาน KAM สรุปวิเคราะห์ปัญหา/ความต้องการลูกค้า high value				
	และ/หรือลูกค้ารายสำคัญอื่น จากข้อมูลในโปรแกรม BIC-SAP (บันทึกข้อมูล				
	ทุกรายที่เข้าเยี่ยมตามข้อ 6.1.2) ไตรมาสละ1 ครั้ง				
	กฟจ.นม.3 (สรน.) 24 ราย/ปี รายงานภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส				
	(พนักงานKAM และ ผบค. เป็นผู้รับผิดชอบ)				

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2560 (ฉบับปรับปรุง)

สายงานการไฟฟ้า ภาค 2

ด้านกระบวนการภายใน

(Internal Process)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

(Strategic Objective)

SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและยกระดับศักยภาพองค์กร ให้เลิศเพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

OM1 ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ โดยให้ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร

-ความสำเร็จของการดำเนินการตาม Service Level Agreement ที่ระบุในห่วงโซ่อุปทาน (ทั้ง SLA ภายในและภายนอกองค์กร)

-ความสำเร็จของการปิดงานก่อสร้างตามแผน

4. เป้าหมาย

ไม่น้อยกว่าร้อยละ 98

ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OM1 ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ โดยให้ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน

-ความสำเร็จของการดำเนินการตาม Service Level Agreement ที่ระบุในห่วงโซ่อุปทาน (ทั้ง SLA ภายในและภายนอกองค์กร)

-การขอใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟรายใหญ่ (กรณีไม่ต้องขยายเขตแรงต่ำ) ตามแนวทาง Doing Business: World Bank

7. เป้าหมาย

ไม่น้อยกว่าร้อยละ 98

ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 ผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 (สะสม ม.ค.-มี.ค.2560)	11 ร้อยละความสำเร็จตามแผน(%)	12 ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ	ประมาณการ ผลการดำเนินการ ณ สิ้นปี 2560
1. แผนงานดำเนินงานตามระบบประกันคุณภาพ	1.2 รายงานการจัดทำระบบประกันคุณภาพงานตามข้อตกลงระดับ				
งานตามข้อตกลงระดับการให้บริการ (SLA)	การให้บริการ (QA for SLA) กระบวนงาน P1-P11 ภายในเดือน ก.ย. 2560				
	กฟจ.นม.3(สรน.) 1 ครั้ง				
	(ทุกแผนกที่เกี่ยวข้อง/ เลขาSLA)				
	1.4 รายงานผลการดำเนินงานการจัดทำข้อตกลงระดับการให้บริการ (SLA)				
	กระบวนการ P1-P11				
	รายงานภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส				
	กฟจ.นม.3 (สรน.) 98%				
	(ทุกแผนกที่เกี่ยวข้อง/ เลขาSLA)				

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2560 (ฉบับปรับปรุง) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

สายงานการไฟฟ้า ภาค 2 (Learning and Growth)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ **2. กลยุทธ์ระดับองค์กร** **3. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับองค์กร** **4. เป้าหมาย**

(Strategic Objective) OC 1 ส่งเสริมและพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน -

SO1 เพื่อสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร และมีธรรมาภิบาล

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน **6. เกณฑ์วัดการดำเนินงานระดับสายงาน** **7. เป้าหมาย**

OC 1 ส่งเสริมและพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน -

8. แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 ผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 (สะสม ม.ค.-มี.ค.2560)	11 ร้อยละความสำเร็จตามแผน(%)	12 ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ	ประมาณการผลการดำเนินการ ณ สิ้นปี 2560
16. แผนการปรับปรุงการควบคุมภายใน	16.1 ปรับปรุง/จัดวางระบบการควบคุมภายในของหน่วยงานประจำ				
(SEPA หมวด 1)	ปี 2560				
	กฟจ.นม.3(สรน.) ภายในวันที่ 30 มกราคม 2560				
	(ทุกแผนก/เลขาฯระบบการควบคุมภายใน เป็นผู้รายงาน)				
	16.2 ดำเนินการ ติดตามผล และจัดทำรายงานตามแผนการ				
	ปรับปรุงการควบคุมภายใน(ตามแผน ปย.2 และรายงานผล)				
	(ไตรมาสละ 1 ครั้ง)				
	กฟจ.นม.3(สรน.) รายงานภายใน 10 วัน หลังสิ้นไตรมาส				
	(ทุกแผนก/เลขาฯระบบการควบคุมภายใน เป็นผู้รายงาน)				