

วิธีปฏิบัติงาน (Work Instruction)

กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าทางสื่อมวลชนและ
สื่อสังคมออนไลน์

(Mass Media and Social Network based)

ผ่านกลไกสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์



คณะกรรมการโครงการพัฒนา
ระบบการจัดการเสียงลูกค้า

ปรับปรุงครั้งที่ 1

คำนำ

กฟภ. มีกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าในทุกกลุ่มลูกค้า ครอบคลุมทั้งลูกค้าปัจจุบัน อดีต ลูกค้า ลูกค้าคู่แข่ง และลูกค้าที่มีศักยภาพในอนาคต อย่างเป็นระบบ โดยกำหนดช่องทางในการรับฟังเสียงลูกค้าให้ครอบคลุมสื่อทุกประเภท รองรับการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า รวมถึงพิจารณาแนวโน้มของการสื่อสารในอนาคตด้วยที่จะใช้ IOT (Internet of Thing) ทั้งสิ้น 5 ช่องทาง 15 กลไกการรับฟัง ดังนี้

- 1) การรับฟังจากเสียงลูกค้าทางโทรศัพท์ (Voice based) 2 กลไกการรับฟัง
- 2) การรับข้อมูลทางเอกสาร (Document based) 2 กลไกการรับฟัง
- 3) การรับฟังลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ (Mass Media and Social Network based) 5 กลไกการรับฟัง
- 4) การรับฟังด้วยการปฏิสัมพันธ์ (Interaction based) 3 กลไกการรับฟัง
- 5) การรับฟังด้วยการสำรวจ (Survey based) 3 กลไกการรับฟัง

การรวบรวมเสียงของลูกค้าผ่านช่องทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็นช่องทางในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน รวมถึงพิจารณาข้อปัญหาและอุปสรรคต่างๆ พร้อมทั้งแนวทางแก้ไขหรือพัฒนากิจกรรม/แผนงาน/โครงการ เพิ่มเติมนำเสนอขออนุมัติผู้ว่าการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเพื่อขยายผลและพัฒนางานบริการให้ครอบคลุมความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

วิธีปฏิบัติงานการรวบรวมเสียงลูกค้าผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ (Mass Media and Social Network base) จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับด้านสื่อมวลชนและสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ใช้เป็นแนวทางในการทำงานอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานในการปฏิบัติงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

อนึ่ง หากมีข้อเสนอแนะหรือข้อสงสัยประการใดกรุณาติดต่อสอบถาม นางสาวพัชรณิ เชนมั่นคง ผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร คณะทำงานโครงการพัฒนาระบบการจัดการเสียงลูกค้า โทร. 0-2590-9556

คณะทำงานโครงการพัฒนาระบบการจัดการเสียงลูกค้า
กรกฎาคม พ.ศ. 2560

สารบัญ

	หน้า
1. วัตถุประสงค์	1
2. ขอบเขต	1
3. คำจำกัดความ	1
4. หน้าที่ความรับผิดชอบ	2
5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)	4
6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	5
7. มาตรฐานงาน	6
8. ระบบติดตามประเมินผล	8
9. เอกสารอ้างอิง	8
10. แบบฟอร์มที่ใช้	8
11. ระบบ SAP/ ระบบ Software/ โปรแกรมสำเร็จรูปอื่น ๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	8
12. ภาคผนวก	9
ตัวอย่างแบบฟอร์ม	
อื่นๆ	
- ประวัติการปรับปรุงวิธีปฏิบัติงาน	
รายชื่อผู้จัดทำ	

1. วัตถุประสงค์

เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานการรวบรวมเสียงของลูกค้าผ่านช่องทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อกำหนดของเกณฑ์ SEPA หมวดที่ 3 การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ทำให้รับทราบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนางานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ขอบเขต

การรวบรวมเสียงลูกค้าผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ (Mass Media and Social Network base) ครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่ขั้นตอนของการรับฟังเสียงลูกค้า ประสานงานและแจ้งผู้ที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อเท็จจริง นำเสนอขอความเห็นชอบ ตอบชี้แจงข้อเท็จจริงทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ สรุปผลการชี้แจงข้อเท็จจริงและสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

3. คำจำกัดความ

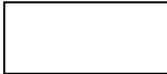
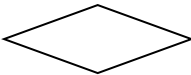
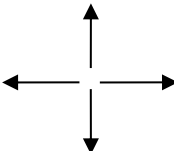
3.1 เสียงของลูกค้า หมายถึง ความต้องการ ความคาดหวัง ความไม่พึงพอใจ/ข้อร้องเรียน ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม เรื่องร้องขอ ข้อเสนอแนะของลูกค้า และอื่นๆ

3.2 สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง การสื่อสารที่เผยแพร่ไปสู่คนที่มีจำนวนมาก ไม่จำกัดเพศ วัย ความรู้ ฐานะและเชื้อชาติ การสื่อสารประเภทนี้ผู้ส่งและผู้รับไม่ได้เผชิญหน้ากันเหมือนกับการสื่อสารระหว่างบุคคลสื่อและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการส่งสารได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งตีพิมพ์ ภาพยนตร์ เป็นต้น

3.3 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหาขึ้นเองในรูปของข้อมูล ภาพและเสียง

3.4 สื่อท้องถิ่น (Local Media) สื่อมวลชนที่มีอยู่และเป็นไปเพื่อคนในท้องถิ่น อาจเป็นเพียงชุมชนเล็กๆ หรือระดับจังหวัดเดียว หรือหลายๆ จังหวัด มีทั้งวิทยุ หนังสือพิมพ์และเคเบิลทีวี เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ เข้าถึงคนท้องถิ่นได้มากกว่า

3.5 ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการเขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ก่อนหลังของแต่ละขั้นตอนในกระบวนการทำงาน

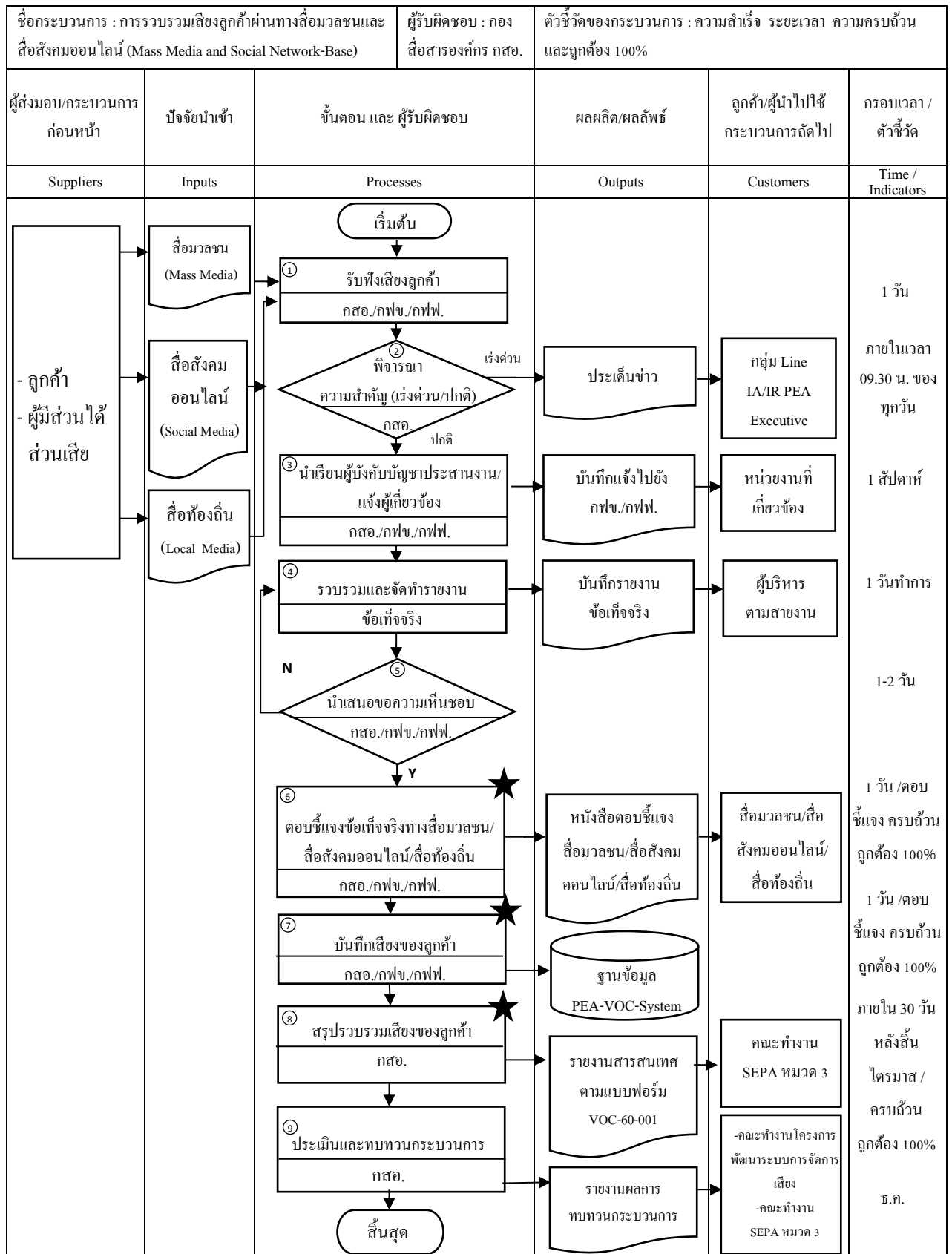
3.7.1		คือ จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของกระบวนการ
3.7.2		คือ กิจกรรมและการปฏิบัติงาน
3.7.3		คือ การตัดสินใจ
3.7.4		คือ ทิศทาง/การเคลื่อนไหวของงาน
3.7.5		คือ จุดเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอน เช่น กรณีการเขียนกระบวนการไม่สามารถจบได้ภายใน 1 หน้า
3.7.6		คือ เอกสาร/รายงาน
3.7.7		คือ ฐานข้อมูล
3.7.8		คือ จุดควบคุมกิจกรรมหลักที่คาดว่าจะเกิดปัญหาบ่อย / ต้องควบคุมเป็นพิเศษ

4. หน้าที่ความรับผิดชอบ

	กสอ.	กฟข. และ กฟฟ.
4.1	อก.สอ. ทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติให้ ผสภ./ผฐป. ตอบชี้แจงข้อเท็จจริงทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์	อข. ทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติให้ กฟข./กฟฟ. ในสังกัด ตอบชี้แจงข้อเท็จจริงทางสื่อท้องถิ่น
4.2	ผู้บริหารทำหน้าที่พิจารณากลับกรองตามลำดับก่อนนำเสนอ อก.สอ. พิจารณาอนุมัติให้ความเห็นชอบ	ผู้บริหารการไฟฟ้าเขต ทำหน้าที่พิจารณากลับกรองตามลำดับก่อนนำเสนอ อข. พิจารณาอนุมัติให้ความเห็นชอบ
4.3	ผสภ./ผฐป. ทำหน้าที่รวบรวมเสียงลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ จัดทำบันทึกแจ้งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กฟข./กฟฟ. หน้าที่รวบรวมเสียงลูกค้าทางสื่อท้องถิ่น จัดทำบันทึกแจ้งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

	กสอ.	กฟข. และ กฟฟ.
4.4	ผสภ./ผรูป. รวบรวมข้อเท็จจริงและนำเสนอเพื่อพิจารณาตามลำดับ	กฟข./กฟฟ. ตรวจสอบ รวบรวมข้อเท็จจริงและนำเสนอเพื่อพิจารณาตามลำดับ
4.5	ผสภ./ผรูป. บันทึกข้อมูลลงแบบฟอร์ม - VOC-60-001 - VOC-60-003	กฟข./กฟฟ. บันทึกข้อมูลลงแบบฟอร์ม - VOC-60-001 - VOC-60-003
4.6	ประเมินและทบทวนกระบวนการ	

5. ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart)



6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

	กสอ.	กฟข. และ กฟฟ.
6.1	ผสภ./ผรฐป. รับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network)	รับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อท้องถิ่น (Local Media)
6.2	กสอ.นำเสนอผู้บริหารสายงานตามลำดับเพื่อพิจารณาความสำคัญ ระดับความเร่งด่วน หากเป็นกรณีเร่งด่วน ส่งต่อไปยังรายงานกลุ่มไลน์ ID Chat	นำเสนอผู้บริหารเพื่อพิจารณาความสำคัญ ระดับความเร่งด่วน หากเป็นกรณีเร่งด่วน ส่งต่อไปยังรายงานกลุ่มไลน์ ID Chat
6.3	ผสภ./ผรฐป. นำเรียนผู้บังคับบัญชาตามลำดับ ประสานงานและแจ้งผู้เกี่ยวข้อง โดยจัดทำบันทึกแจ้งไปยัง กฟข. เพื่อแจ้ง กฟฟ. ในสังกัด	กรณีที่ กฟข. กฟฟ. เป็นผู้รับฟังเสียงเอง - นำเรียนผู้บังคับบัญชาตามลำดับ ประสานงานและแจ้งผู้เกี่ยวข้อง โดยจัดทำบันทึกแจ้ง กฟฟ. ในสังกัดที่เกี่ยวข้อง - กรณีได้รับบันทึกแจ้งจาก กสอ. แล้ว กฟข. และ กฟฟ. ให้ประสานงานและแจ้งผู้เกี่ยวข้อง
6.4	รวบรวมข้อเท็จจริงที่ได้รับจาก กฟข. และ กฟฟ. ในสังกัด เพื่อจัดทำบันทึกรายงานข้อเท็จจริง	กรณีที่ กฟข. กฟฟ. เป็นผู้รับฟังเสียงเอง - ตรวจสอบและรวบรวมข้อเท็จจริงเพื่อจัดทำบันทึกรายงาน - กรณีที่ได้รับบันทึกแจ้งจาก กสอ. ตรวจสอบและรวบรวมข้อเท็จจริงเพื่อจัดทำบันทึกนำเสนอขอความเห็นชอบจากผู้บริหาร
6.5	นำบันทึกข้อเท็จจริงเสนอขอความเห็นชอบจากผู้บริหารตามสายงาน 6.5.1 กรณีไม่ผ่านความเห็นชอบ ส่งบันทึกกลับ ผรฐป. เพื่อปรับปรุงแก้ไข 6.5.2 กรณีผ่านความเห็นชอบ ส่งบันทึก	นำบันทึกข้อเท็จจริงเสนอขอความเห็นชอบจากผู้บริหารตามลำดับ 6.5.1 กรณีไม่ผ่านความเห็นชอบ ส่งบันทึกกลับผู้จัดทำเพื่อปรับปรุงแก้ไข

	กสอ.	กฟข. และ กฟฟ.
	กลับ ผศภ./ ผรูป. เพื่อดำเนินการใน ขั้นตอนต่อไป	6.5.2 กรณีผ่านความเห็นชอบ ส่งบันทึก กลับผู้จัดทำเพื่อดำเนินการใน ขั้นตอนต่อไป
6.6	จัดทำหนังสือตอบชี้แจงเพื่อตอบชี้แจง ข้อเท็จจริงจากช่องทางที่มาของเสียง (สื่อมวลชนหรือสื่อสังคมออนไลน์)	จัดทำหนังสือตอบชี้แจงเพื่อตอบชี้แจง ข้อเท็จจริงสื่อท้องถิ่น
6.7	บันทึกเสียงของลูกค้ายาลงแบบฟอร์ม VOC-60-003 และบันทึกลงในระบบรับ ฟังเสียงลูกค้า PEA-VOC System	บันทึกเสียงของลูกค้ายาลงแบบฟอร์ม VOC-60-003 และบันทึกลงในระบบรับ ฟังเสียงลูกค้า PEA-VOC System
6.8	รวบรวมและสรุปเสียงของลูกค้ารายงาน สรุปผลข้อมูลสารสนเทศตามแบบฟอร์ม VOC-60-001 ส่งให้คณะทำงาน SEPA หมวด 3 ภายหลังสิ้นไตรมาสภายใน 1 เดือน	
6.9	ประเมินและทบทวนกระบวนการ	

7. มาตรฐานงาน

7.1 มาตรฐานงานของแต่ละกิจกรรม

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
1. รับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อมวลชน สื่อสังคม ออนไลน์และสื่อท้องถิ่น (Mass Media , Social Network , Local Media)	1.1 ความครบถ้วนของข้อมูลที่ได้รับจากการ รับฟังเสียงของลูกค้า 1.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (1 วัน)
2. นำเสนอผู้บริหารสายงานตามลำดับเพื่อ พิจารณาความสำคัญ ระดับความเร่งด่วน (หากเป็นกรณีเร่งด่วน ส่งต่อไปยังรายงาน กลุ่มไลน์ ID Chat	2.1 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (ภายในเวลา 09.30 น.ของทุกวัน)
3. นำเรียนผู้บังคับบัญชาตามลำดับ ประสานงาน	3.1 ความครบถ้วน ถูกต้องของบันทึกแจ้งข้อมูล

ขั้นตอน/กิจกรรม	มาตรฐานคุณภาพงานของกิจกรรม
และแจ้งผู้เกี่ยวข้อง	ได้รับจากการรับฟังเสียงของลูกค้า 3.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (1 สัปดาห์)
4. รวบรวมข้อเท็จจริงที่ได้รับจาก กฟข. และ กฟฟ. ในสังกัด เพื่อจัดทำบันทึกรายงานข้อเท็จจริง	4.1 ความครบถ้วนของรายงานข้อเท็จจริงที่รวบรวมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 4.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (1 วันทำการ)
5. จัดทำบันทึกรวบรวมข้อเท็จจริง นำเสนอผู้บังคับบัญชาตามลำดับเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบและลงนามอนุมัติ	5.1 ความครบถ้วน ถูกต้องของข้อมูลและเอกสารประกอบการพิจารณา 5.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (1-2 วัน)
6. ตอบชี้แจงข้อเท็จจริงทางสื่อสังคมออนไลน์	6.1 ความครบถ้วน ถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่ 6.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (1 วัน)
7. บันทึกเสียงของลูกค้าลงแบบฟอร์ม VOC-60-003 ส่งคณะทำงานโครงการพัฒนาระบบการจัดการเสียงของลูกค้า	7.1 ความครบถ้วน ถูกต้องของข้อมูลเป็นไปตามแบบฟอร์ม VOC-60-003 7.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (1 วัน)
8. สรุปเสียงของลูกค้ารายงานสรุปผลข้อมูลสารสนเทศตามแบบฟอร์ม VOC-60-001	8.1 ความครบถ้วน ถูกต้องของรายงานตามแบบฟอร์ม VOC-60-001 8.2 ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด (ภายใน 30 วันหลังสิ้นไตรมาส)
9. ประเมินและทบทวนกระบวนการ	9.1 ได้ผลการประเมินและทบทวนกระบวนการภายในเดือน ธ.ค.

7.2 มาตรฐานงานในภาพรวมของกิจกรรม

7.2.1 การดำเนินการรับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องเป็นระบบ และมีมาตรฐานชัดเจน ภายใน 14 วันทำการ

7.2.2 มีกระบวนการและคู่มือปฏิบัติงานการรับฟังเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีมาตรฐาน สามารถใช้เป็นแนวทางในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานสำหรับผู้ปฏิบัติงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

8. ระบบติดตามประเมินผล

รายการตรวจสอบติดตาม	ผู้ตรวจติดตาม	ผู้รับการตรวจติดตาม	กรอบเวลาในการประเมินผล
1. ผังการไหลของกระบวนการงาน (Work Flow Chart) 2. มาตรฐานงาน 3. แบบฟอร์มที่ใช้ 4. ระบบ Software / โปรแกรมสำเร็จรูป 5. การปรับปรุงแก้ไขตามผลการตรวจติดตาม	1. คณะทำงานจัดทำวิธีปฏิบัติงานของ กสอ.	1. กสอ. (แผนกที่รับผิดชอบ) 2. กฟข. 3. กฟฟ.	ปีละ 1 ครั้ง

9. เอกสารอ้างอิง

-

10. แบบฟอร์มที่ใช้

10.1 VOC-60-003 แบบฟอร์มบันทึกข้อมูลสารสนเทศจากเสียงของลูกค้า (ขั้นตอนที่ 7)

10.2 VOC-60-001 รายงานสรุปผลข้อมูลสารสนเทศจากเสียงของลูกค้า ช่องทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ (Mass Media and Social Network based) กลไกสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อมวลชน (ขั้นตอนที่ 8)

11. ระบบ SAP/ระบบ Software/โปรแกรมสำเร็จรูปอื่น ๆ /เครื่องมืออื่น ๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

โปรแกรม Microsoft Word , Internet Explorers หรือ Chorme

ภาคผนวก

ตัวอย่างแบบฟอร์ม

แบบฟอร์ม VOC-60-003 แบบฟอร์มบันทึกข้อมูลสารสนเทศจากเสียงของลูกค้า

VOC-60-001 รายงานสรุปผลข้อมูลสารสนเทศจากเสียงของลูกค้า
ช่องทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ (Mass Media
and Social Network based) กลไกสื่อสังคม

..... $\mathcal{L}M_{\frac{1}{6}}^6\mathcal{L}U$

[illegible]

หมายเหตุ : กรณียุติข้อ 1 รายชื่อผู้เกี่ยวข้องหลายประเทศนั้นเขียนให้เป็นที่ถกเถียงระบบการละ 1 ประเทศนั้นเขียน

รายงานสรุปผลข้อมูลสารสนเทศ
ไตรมาส..... ปี

หน่วยงาน

กรณารับช่องทางรับฟังเสียง (แบบฟอร์ม 1 ชุด สำหรับการรับฟังเสียง 1 ช่องทาง)	
☐ การรับฟังเสียงลูกค้าทางโทรศัพท์ (Voice based) ☐ 1129 PEA Call Center ☐ โทรศัพท์สำนักงาน	☐ การรับฟังด้วยการปฏิสัมพันธ์ (Interaction based) ☐ ติดต่อโดยตรงที่สำนักงาน ☐ การสานเสวนา ☐ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ ☐ การเยี่ยมเยียนลูกค้า ☐ การบริหารลูกค้ารายสำคัญ ☐ การสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ ☐ อื่นๆ
☐ การรับข้อมูลทางเอกสาร (Document based) ☐ เอกสาร,จดหมาย,โทรสาร ☐ ผู้บริหาร/ผู้กำกับดูแล	☐ การสำรวจข้อมูลลูกค้า (Survey based) ☐ การสำรวจข้อมูลลูกค้าธุรกิจจำหน่ายพลังงานไฟฟ้า ☐ การสำรวจข้อมูลลูกค้าธุรกิจเสริม ☐ โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน
☐ การรับฟังลูกค้าทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ (Mass Media and Social Network based) ☐ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, IG, YouTube, เป็นต้น ☐ สื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ☐ Website PEA /email ☐ Mobile App ☐ Website หน่วยงานอื่น เช่น Web Portal สปน.(www.1111.go.th)	

กลุ่มลูกค้า	ความต้องการ					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						

กลุ่มลูกค้า	ความคาดหวัง					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						
กลุ่มลูกค้า	ประเด็นที่ไม่พึงพอใจ/ข้อร้องเรียน					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						
กลุ่มลูกค้า	ข้อร้องขอ					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						

กลุ่มลูกค้า	ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						
กลุ่มลูกค้า	ข้อเสนอแนะ					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)						
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)						
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)						
อื่นๆ						

กลุ่มลูกค้า	ความต้องการ					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)	- ไฟไม่ตก/ไฟไม่ดับ - ราคาเหมาะสม	๑๐ ๓	ความฉับไวในการตอบสนองต่อการขอใช้บริการต่างๆ	๘	- อำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้า (ผู้ใช้ไฟฟ้า) เช่น เพิ่มช่องทางการชำระเงินค่าไฟฟ้า, การขอใช้ไฟฟ้าผ่าน ๑๑๒๙ PEA Call Center, เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสาร - ประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้รวดเร็วและทั่วถึง - มีความยืดหยุ่นเรื่องการชำระค่าไฟฟ้า/การงดจ่ายกระแสไฟฟ้า	๗ ๖ ๓
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)	- ไฟไม่ตก/ไฟไม่ดับ - ราคาเหมาะสม	๖ ๔	ความฉับไวในการตอบสนองต่อการขอใช้บริการต่างๆ	๕	เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสาร, การชำระค่าไฟฟ้า	๓
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)	- ไฟฟ้ามีประสิทธิภาพ - ไฟไม่ตก/ไฟไม่ดับ/ไฟไม่กระพริบ - ความถี่คองที่ - ราคาเหมาะสม - จ่ายไฟคืนอย่างรวดเร็ว - ความมั่นคง - ความมีเสถียรภาพเชื่อถือได้	๑๕ ๑๐ ๘ ๖ ๕ ๓ ๓	ความฉับไวในการตอบสนองต่อการขอใช้บริการต่างๆ	๑๐	- ได้รับการเอาใจใส่ดูแลเป็นพิเศษ - เพิ่มช่องทางการชำระค่าไฟฟ้า, เพิ่มช่องทางการส่งใบแจ้งหนี้	๑๐ ๘
อื่นๆ	ไฟไม่ตก/ไฟไม่ดับ	๖	บริการรวดเร็ว	๕	- อำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้า (ผู้ใช้ไฟฟ้า) เช่น เพิ่มช่องทางการชำระเงินค่าไฟฟ้า, การขอใช้ไฟฟ้าผ่าน ๑๑๒๙ PEA Call Center, เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสาร - ประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้รวดเร็วและทั่วถึง - มีความยืดหยุ่นเรื่องการชำระค่าไฟฟ้า/การงดจ่ายกระแสไฟฟ้า	๑๕ ๑๐ ๖

กลุ่มลูกค้า	ความคาดหวัง					
	ผลิตภัณฑ์		บริการ		สนับสนุน	
	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่	ประเด็น	ความถี่
บ้านอยู่อาศัย (ไม่แข่งขัน)	• ความเป็นประสิทธิภาพ • มีมาตรฐานและความปลอดภัย • ไฟไม่ตก/ไฟไม่ดับ	• ๑๐ • ๓	• แก้ไขไฟฟ้าขัดข้องได้อย่างรวดเร็ว • ความเชื่อถือได้-การชำระค่าไฟฟ้า,ใบแจ้งค่าไฟฟ้า • ตอบสนองทันที • แจ้งเตือนก่อนงดจ่ายไฟ/ต่อกลับ • พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ	• ๘ • ๗ • ๖ • ๕ • ๔	• มีช่องทางการชำระเงินค่าไฟฟ้าสะดวกและหลากหลายรูปแบบ • ความโปร่งใสและเป็นธรรม • ให้ความรู้ ความเข้าใจการใช้ไฟฟ้าอย่างปลอดภัย	• ๗ • ๕ • ๔
พาณิชย์ (ไม่แข่งขัน)	• ความเป็นประสิทธิภาพ • มีมาตรฐานและความปลอดภัย • ไฟไม่ตก/ไฟไม่ดับ/ไฟไม่กระพริบ/ความถี่คงที่ • ความเชื่อถือได้-แรงดันไฟฟ้า	• ๑๐ • ๖ • ๔	• แก้ไขไฟฟ้าขัดข้องได้อย่างรวดเร็ว • ความเชื่อถือได้-การชำระค่าไฟฟ้า,ใบแจ้งค่าไฟฟ้า • ตอบสนองทันที • พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ	• ๘ • ๖ • ๓ • ๒	• ผ่อนผันกฎเกณฑ์ / ระเบียบ/หลักปฏิบัติ • มีช่องทางการชำระเงินค่าไฟฟ้าสะดวกและหลากหลายรูปแบบ • ความโปร่งใสและเป็นธรรม • ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น ตัดกิ่งไม้,นำสายลงดิน	• ๑๐ • ๘ • ๕ • ๓
อุตสาหกรรม (แข่งขัน, ไม่แข่งขัน)	• ความเป็นประสิทธิภาพ • มีมาตรฐานและความปลอดภัย • ไฟไม่ตก/ไฟไม่ดับ/ไฟไม่กระพริบ/ความถี่คงที่ • ความเชื่อถือได้-แรงดันไฟฟ้า	• ๑๕ • ๑๐ • ๙ • ๗	• แก้ไขไฟฟ้าขัดข้องได้อย่างรวดเร็ว • ความเชื่อถือได้-การชำระค่าไฟฟ้า,ใบแจ้งค่าไฟฟ้า • ตอบสนองทันที • พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ	• ๑๐ • ๘ • ๕ • ๔	• ผ่อนผันกฎเกณฑ์ / ระเบียบ/หลักปฏิบัติ • มีช่องทางการชำระเงินค่าไฟฟ้าสะดวกและหลากหลายรูปแบบ • ความโปร่งใสและเป็นธรรม • ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น ตัดกิ่งไม้,นำสายลงดิน	• ๑๐ • ๘ • ๕ • ๓
อื่นๆ	• ความเป็นประสิทธิภาพ • มีมาตรฐานและความปลอดภัย • ไฟไม่ตก/ไฟไม่ดับ	• ๖ • ๒	• แก้ไขไฟฟ้าขัดข้องได้อย่างรวดเร็ว • ความเชื่อถือได้-การชำระค่าไฟฟ้า,ใบแจ้งค่าไฟฟ้า • ตอบสนองทันที • แจ้งเตือนก่อนงดจ่ายไฟ/ต่อกลับ • พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ	• ๕ • ๔ • ๓ • ๒ • ๑	• มีช่องทางการชำระเงินค่าไฟฟ้าสะดวกและหลากหลายรูปแบบ • ความโปร่งใสและเป็นธรรม • ให้ความรู้ ความเข้าใจการใช้ไฟฟ้าอย่างปลอดภัย	• ๑๕ • ๑๐ • ๖

ตัวอย่าง

ตัวอย่าง
บันทึกแจ้งเสียงของลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์

วัน เดือน ปี

เลขที่ กสอ.(รูป)

เรียน

ตามที่ได้มีข้อความใน (สื่อสังคมออนไลน์ของ PEA) ได้ภาพข่าว..... เมื่อวันที่.....
รายละเอียดตามเอกสารแนบ นั้น

ในการนี้ กสอ./กฟข./กฟฟ. ขอความอนุเคราะห์ (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง) ตรวจสอบข้อเท็จจริง
และแจ้งให้ กสอ./กฟข./กฟฟ. ทราบ เพื่อเป็นข้อมูลในการตอบลูกค้าทาง (สื่อสังคมออนไลน์ของ PEA)
ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไปด้วย จะขอบคุณยิ่ง

()

อช.../อก.สอ./ผจก....

Capture ภาพและข้อความในสื่อสังคมออนไลน์
(PEA Facebook PEA Twitter PEA Instagram)

ประวัติการปรับปรุงวิธีปฏิบัติงาน

ครั้งที่	ปี พ.ศ. (ที่ปรับปรุง)	หน่วยงาน (ที่ปรับปรุง)
1	2560	คณะทำงานโครงการพัฒนาระบบการจัดการเสียงลูกค้า

กระบวนการการรวบรวมเสียงลูกค้าผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์
(Mass Media and Social Network-Base) ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 1

หัวข้อ	เดิม	แก้ไข	หน้า
ปกคู่มือ	คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual) กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์	เปลี่ยนชื่อเป็น “วิธีปฏิบัติงาน (Work Instruction) การรวบรวมเสียงลูกค้าผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ (Mass Media and Social Network-Base)	-
3.1	ผฐป. หมายถึง แผนกฐานข้อมูลประชาสัมพันธ์	รับฟังเสียงของลูกค้า หมายถึง รวบรวมเสียงของลูกค้า โดยหมายความถึงเรื่องดังต่อไปนี้ ร้องขอ แจ้งเหตุ/เบาะแส ข้อเสนอแนะ/ข้อคิดเห็น ร้องเรียนการทุจริต ประพฤติมิชอบการกระทำละเมิดและร้องเรียนงานด้านบริการต่างๆ	1
3.2	กสอ. หมายถึง กองสื่อสารองค์กร	สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง การสื่อสารที่เผยแพร่ไปสู่คนที่มีจำนวนมาก ไม่จำกัดเพศ วัย ความรู้ ฐานะและเชื้อชาติ การสื่อสารประเภทนี้ผู้ส่งและผู้รับไม่ได้เผชิญหน้ากันเหมือนกับการสื่อสารระหว่างบุคคลสื่อและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการส่งสารได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งตีพิมพ์ ภาพยนตร์ เป็นต้น	1
3.3	กฟฟ. หมายถึง การไฟฟ้า	สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหาขึ้นเองในรูปของข้อมูล ภาพและเสียง	1

หัวข้อ	เดิม	แก้ไข	หน้า
3.4	กฟข. หมายถึง การไฟฟ้าเขต	สื่อท้องถิ่น (Local Media) สื่อมวลชนที่มีอยู่และเป็นไปเพื่อคนในท้องถิ่น อาจเป็นเพียงชุมชนเล็กๆ หรือระดับจังหวัดเดียว หรือหลายๆ จังหวัด มีทั้งวิทยุ หนังสือพิมพ์และเคเบิลทีวี เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ เข้าถึงคนท้องถิ่นได้มากกว่า	1
3.5	รับฟังเสียงของลูกค้า หมายถึง รวบรวมเสียงของลูกค้า โดย หมายความว่าเรื่องดังต่อไปนี้ ร้องขอ แจ้งเหตุ/เบาะแส ข้อเสนอแนะ/ข้อคิดเห็น ร้องเรียน การทุจริต ประพฤติมิชอบการ กระทำละเมิดและร้องเรียนงาน ด้านบริการต่างๆ	ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการเขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ก่อนหลังของแต่ละขั้นตอนในกระบวนการทำงาน	
3.6	สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ดังนี้ 3.2.1 PEA Facebook  3.2.2 PEA Twitter  3.2.3 PEA Instagram 	-	
3.7	ผังการไหลของกระบวนการ (Work Flow Chart) คือ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการเขียนแผนผังการทำงานเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสัมพันธ์ก่อนหลังของแต่ละขั้นตอนในกระบวนการทำงาน	-	

หัวข้อ	เดิม	แก้ไข	หน้า
4.1	ผู้อำนวยการกองสื่อสาร องค์กรทำหน้าที่พิจารณา อนุมัติให้แผนกฐานข้อมูล ประชาสัมพันธ์ตอบชี้แจง ข้อเท็จจริงทางสื่อสังคม ออนไลน์		
4.2	รองผู้อำนวยการกองสื่อสาร องค์กร ผู้ช่วยผู้อำนวยการกอง สื่อสารองค์กร นัก ประชาสัมพันธ์ระดับ 10 และ ระดับ 9 ทำหน้าที่พิจารณา กลั่นกรองตามลำดับ ก่อน นำเสนอผู้อำนวยการกอง สื่อสาร องค์กรพิจารณาอนุมัติ ให้ความเห็นชอบ		
4.3	หัวหน้าแผนก ผู้ช่วยหัวหน้า แผนก นักประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 และนักบริหารงาน ทั่วไป ระดับ 6 แผนก ฐานข้อมูลประชาสัมพันธ์ กอง สื่อสารองค์กร ทำหน้าที่ รวบรวมเสียงลูกค้าทางสื่อ สังคมออนไลน์ จัดทำบันทึก แจ้งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อเท็จจริงและ นำเสนอเพื่อพิจารณาตาม ตามลำดับ		

รายชื่อผู้จัดทำ ปี 2558

- กองสื่อสารองค์กร ฝ่ายประชาสัมพันธ์

รายชื่อผู้จัดทำการปรับปรุงฯ ครั้งที่ 1 ปี 2560

1.	นายวิเชียร	ปัญญาวานิชกุล	อฝ.วบ.(ก3)
2.	นายพีระพล	ปुरुณะโชติ	รฝ.วบ.(ก2)
3.	นายธีรพันธุ์	จันทร์จินดา	รฝ.วธ.(ก3)
4.	นางพนอน	เวชกิจ	อก.บว.(ก4)
5.	นางคาราวรรณ	พรหมกสิกร	อก.กท.
6.	นายอนรรธ	สงขกุล	อก.พล.
7.	น.ส.พัชรณิ	เย็นมั่นคง	อก.สอ.
8.	นายอรมณ	สิงห์เงิน	อก.บษ.(ก2)
9.	นายศราวุฒิ	พัฒนชัย	อก.บว.(ก2)
10.	นายกนก	เกิดวัฒนา	ผจก.กฟจ.ปท.
11.	น.ส.ชนัญชิตา	ชอบชื่นชม	รก.บท.
12.	นางพิชญากุล	จิตตพันธ์	ชก.บล.(น1)
13.	นายทรงศักดิ์	สกุลนิคมพร	หผ.ปง.กบว.(ก3)
14.	นางปวิญญา	จิตต์หมั่น	หผ.ลต.กบว.(ก1)