



บันทึก

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

จาก กฟฟ.จอมเทียน

ถึง กฟภ.๒

เลขที่ ก.๒ จท.(บค.)๙/๙๔/๒๕๕๙

วันที่ - 4 เม.ย. 2559

เรื่อง จัดส่งผลดำเนินงานแผนปฏิบัติการด้านลูกค้า ไตรมาส ๑ ประจำปี ๒๕๕๙
อ้างถึง

เรียน อช.ก.๒

ตามที่ ผลส.กบล.(ก.๒) ขอให้ทุก กฟจ. , กฟอ. , กฟภ. , กฟส. จัดส่งผลดำเนินงานแผนปฏิบัติการด้านลูกค้า ประจำปี ๒๕๕๙ ทุกไตรมาส นั้น

กฟฟ.จอมเทียน ขอส่งผลดำเนินงานแผนปฏิบัติการด้านลูกค้า ไตรมาส ๑ ประจำปี ๒๕๕๙ ตามเอกสารแนบ ทั้งนี้ได้จัดส่งไฟล์ข้อมูลลงใน <ftp://๑๗๒.๒๔.๑.๖/ผลส/> ชื่อไฟล์เดอร์ “กฟฟ.จอมเทียน ผลดำเนินงานแผนปฏิบัติการด้านลูกค้า ไตรมาส ๑ ประจำปี ๒๕๕๙ ”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและแจ้ง ผลส.กบล.(ก.๒) ดำเนินการต่อไป

(นายทศพร ธนะโสภณ)

ผจก.กฟฟ.จอมเทียน

แผนกบริการลูกค้า

๐๓๘-๑๑๘๕๕

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2559

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

ด้านลูกค้า

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า
 - (1) กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - (2) กลุ่มพาณิชย์
 - (3) กลุ่มอุตสาหกรรม
 - (4) กลุ่มอื่นๆ

- จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้า

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานฯ
 - (1) กลุ่มบ้านอยู่อาศัย
 - (2) กลุ่มพาณิชย์
 - (3) กลุ่มอุตสาหกรรม
 - (4) กลุ่มอื่นๆ
- จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้า

แบบฟอร์ม กผส.ผป.01.3

4. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.25
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.28
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.13
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.30
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.27

- ไม่เกิน 150 เรื่อง/ล้านราย/ปี

7. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.25
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.28
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.13
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.30
- ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย 4.27
- รอคค่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 1 พัฒนาการให้บริการที่ ภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร	1.1 ปรับปรุง Front Office สำนักงาน กฟส. ให้ทันสมัย อำนวยความสะดวกต่อลูกค้า เป้าหมาย จำนวน 2 แห่ง (1 แห่ง) กฟส.เพ , กฟส.ปยว. 1.2 ปรับปรุงอาคารสำนักงานและสภาพแวดล้อม ในการทำงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ ประชาชน ผู้ใช้ไฟฟ้าให้ได้รับความสะดวก รวดเร็ว	กฟส.เพ, กฟส.ปยว.	ม.ค.-ธ.ค.2559	กกค.(ก2), กฟส.เพ,กฟส.ปยว.	(1) 0.2580	(1) 0.2580
	ด้วยความ ทันสมัย 1.2.1 จัดทำแผนงานปรับปรุงอาคารสำนักงานและ สภาพแวดล้อม ตามกรอบงบประมาณสำนักงาน การไฟฟ้าสาขาที่ได้รับการยกฐานะจากการไฟฟ้า สาขาย่อยในช่วงปี 2556 – 2558					

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 1 พัฒนาการให้บริการที่ ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร	เป้าหมาย ลดค่าเป้าหมายที่ กฟภ. กำหนด	กฟภ.2	ม.ค.-ธ.ค.2559	ฟวธ.(ภ3)		
	1.2.2 สำนักงานการไฟฟ้าสาขาย่อย เป้าหมาย ลดค่าเป้าหมายที่ กฟภ. กำหนด	กฟภ.2	ม.ค.-ธ.ค.2559	ฟวธ.(ภ3)		
	1.3 พัฒนาอาคารสำนักงานให้มีรูปแบบที่ทันสมัย เป้าหมาย - ฟวธ.(ภ3) คัดเลือก กฟฟ. ต้นแบบ และกำหนด รูปแบบสำนักงานทันสมัย - กำหนดแผนงานการขยายผลปี 2560	ฟวธ.(ภ3) กฟภ.2	ม.ค.-มิ.ย.2559 ก.ย. 2559	ผยธ.กกค.(ก.2), ฟวธ.(ภ3) ฟวธ.(ภ3)		
แผนงานที่ 2 งานยกระดับมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการ	2.1 การยกระดับการให้บริการตามมาตรฐานใหม่ของ กฟภ. 2.1.1 ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการทำงาน ยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าให้ได้รับความ สะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ โดยนำมาตรฐาน ใหม่ของ กฟภ.มาใช้ในการดำเนินงาน เป้าหมาย - มีกระบวนการพร้อมให้บริการตามมาตรฐานใหม่ ของ กฟภ. ครบทุกกระบวนการ (คุณภาพ และเวลา) ภายในไตรมาส 1	กฟภ.2 ฟวธ.(ภ3)	ม.ค.-มี.ค.2559	ฟวธ.(ภ3)		
	2.1.2 กำกับดูแลและติดตามประเมินประสิทธิผล ของการให้บริการลูกค้า ตามมาตรฐานใหม่ของ กฟภ. เป้าหมาย รายงานผลทุกไตรมาส	กฟฟ.จท.	ม.ค.-ธ.ค.2559	กบล.(ก2), ผบค.	ดำเนินการทุก ไตรมาส	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 2 งานยกระดับมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการ	2.2 แผนงานขยายขอบเขตโครงการ PEA One Touch Service 2.2.1 ขยายพื้นที่การให้บริการ PEA One Touch Service ให้ครบทุก กฟฟ. <u>เป้าหมาย</u> - ขยายผลการให้บริการ กฟฟ.ชั้น 1-3, กฟส. และ กฟย. ที่รับชำระเงินค่าบริการได้ (มีเครื่อง POS) จำนวน 16 กฟย. ได้แก่ กฟย.แก่งหางแมว , หนองใหญ่ , หนองคล้า, เกาะสีขัง, บ่อไร่, บ้านโพธิ์, แหลมงอบ, เขาคีชมภู, ดอนฉิมพลี, โป่งน้ำร้อน, เขาชะเมา, มะขาม,ท่าตะเกียบ, กร่ำ, วังจันทร์, บ้านเดาหม้อ - อบรม PEA One Touch Service ให้ส่วนเกี่ยวข้อง/จัดเตรียม Computer และ วัสดุอุปกรณ์ -นำระบบ PEA One Touch Service ออกใช้งาน	กฟฟ.ที่ เกี่ยวข้อง กฟฟ.ที่ เกี่ยวข้อง กฟฟ.จท.	ม.ค.-มิ.ย.2559 ม.ค.-มี.ค.2559 เม.ย. 2559	ฝวบ.(ก2) ฝวบ.(ก2) ฝวบ.(ก.2) ผบค.	ดำเนินการทุกไตรมาส	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 2 งานยกระดับมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการ	2.2.2 ติดตามผลการนำกระบวนการ "บริการถูกใจมิติใหม่งานบริการขอมิเตอร์ผู้ใช้ไฟ" เป้าหมาย ค่าเฉลี่ยร้อยละผลสำเร็จของจำนวนคำร้องที่เข้าเงื่อนไข ตามประเภทบริการดังนี้ - ยื่นขอใช้ไฟ ขนาดมิเตอร์ไม่เกิน 30 แอมป์ พร้อมชำระค่าธรรมเนียมได้ภายใน 15 นาที ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 - เขตเมือง ขนาดมิเตอร์ไม่เกิน 30 แอมป์ ติดมิเตอร์ได้ภายใน 24 ชม. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 - ขยายเขตแรงต่ำไม่เกิน 200 เมตร ขนาดมิเตอร์ไม่เกิน 15 แอมป์ ชำระค่าขยายเขตพร้อมค่าธรรมเนียมได้ภายใน 30 นาที ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 2.3 จัดทำมาตรฐานการให้บริการ ณ จุดบริการ (Touch Point) เป้าหมาย - ฝวธ.(ภ3) กำหนดรูปแบบและจัดทำคู่มือการให้บริการของพนักงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน อาทิ การรับโทรศัพท์ การกล่าวคำทักทายที่จุดบริการ และขั้นตอนการให้บริการ - ขยายผลดำเนินการ กฟฟ. ชั้น 1-3 ทุกแห่ง	กฟฟ.จท. ฝวธ.(ภ3) กฟฟ.จท.	ม.ค.-ธ.ค.2559 ม.ค.-มี.ค.2559 เม.ย.-ธ.ค.2559	ฝวบ.(ก2), ผบค. ฝวธ.(ภ3) ฝวบ.(ก2), ผบค.	- ดำเนินการทุกไตรมาส	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 2 งานยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ	2.4 พัฒนาศักยภาพการบริหารความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการ Lobby Manager เป้าหมาย - ฝวธ.(ภ3) กำหนดรูปแบบและแนวทางของ Lobby Manager - ดำเนินการและสรุปผล (นาร่อง) จำนวน 3 กฟฟ./กฟข. ได้แก่ -กฟฟ. มพย.,กฟล.ขบ.,กฟล.จบ. 2.5 พัฒนาการให้บริการเพื่อสนับสนุนและอำนวยความสะดวก รวมถึงการเพิ่มขอบเขตประเภทการให้บริการที่ PEA Shop เป้าหมาย - สัดส่วนจำนวนลูกค้าที่ให้บริการ PEA Shop เปรียบเทียบกับที่ให้บริการ ณ สำนักงาน <u>ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 100 (1:1) (กฟฟ.ที่มี PEA Shop)</u> 2.6 เพิ่มประสิทธิภาพช่องทางการให้บริการด้วย PEA Mobile Shop และ PEA Mobile Brand Image 2.6.1 จัดทำรถยนต์ PEA Mobile Shop ตามที่ได้รับอนุมัติจัดทำให้ครบตามเป้าหมาย เป้าหมาย จำนวน 4 คัน กฟล.ฉช.,กฟล.ตร.,กฟอ.กล.,กฟฟ.บึง 2.6.2 จัดทำแผนการให้บริการรถยนต์ PEA Mobile Shop และนำออกให้บริการตามแผน เป้าหมาย - นำรถออกให้บริการเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 20 วันต่อเดือน - สัดส่วนจำนวนลูกค้าที่ให้บริการ PEA Mobile Shop เปรียบเทียบกับที่ให้บริการ ณ สำนักงาน <u>ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15</u>	ฝวธ.(ภ3) กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง กฟก.2	ม.ค.-มี.ค.2559 เม.ย.-ธ.ค.2559 ม.ค.-ธ.ค.2559 ม.ค.-มิ.ย.2559 ม.ค.-ธ.ค.2559 ม.ค.-ธ.ค.2559	ฝวธ.(ภ3) ฝวบ.(ภ2), กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง กบญ.(ภ2), กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง กรท.(ภ2) กบญ.(ภ2) , กฟล.ฉช., ตร., กฟอ.กล.,กฟฟ.บึง กบญ.(ภ2) , กฟล.ฉช., ตร., กฟอ.กล.,กฟฟ.บึง	- (1) 2.000	- (1) 2.000

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 2 งานยกระดับมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการ	2.6.3 จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อสาร ภาพลักษณ์โดย PEA Mobile Brand Image ใน พื้นที่เมืองใหญ่/อุตสาหกรรม เขตเมือง/ชุมชน งาน ประจำปี หรือพื้นที่อื่นๆ ตามความเหมาะสม และนำ ออกให้บริการตามแผน เป้าหมาย นำรถออกให้บริการเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	กฟภ.2	ม.ค.-ธ.ค.2559	กอก.(ก2)		
แผนงานที่ 3 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ลูกค้า	3.1 บำรุงรักษาระบบไฟฟ้า โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย 3.1.1 ลูกค้าที่มีค่าไฟฟ้ามากกว่า 20 ล้านบาท/เดือน - บริการตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องหา จุดร้อน (Thermal Viewer) ปีละ 1 ครั้ง - บริการตรวจสอบระบบไฟฟ้าแรงสูงภายใน ปีละ 1 ครั้ง - บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วย ปีละ 1 ครั้ง เป้าหมาย จำนวน 37 ราย กฟจ.ชบ. 3 ราย กฟอ.มคย. 2 ราย กฟจ.ฉช. 2 ราย กฟอ.บรบ. 3 ราย กฟฟ.มตพ. 8 ราย กฟอ.ปลด. 8 ราย กฟฟ.บึง 2 ราย กฟอ.พสค. 1 ราย กฟอ.กล. 3 ราย กฟอ.ศรช. 2 ราย กฟอ.บปค. 3 ราย	กฟฟ.ที่	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผลส.กบล.(ก2), กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง	(2) 0.833	0.833

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 3 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	3.1.2 ลูกค้าที่มีค่าไฟฟ้า 10-20 ล้านบาท/เดือน - บริการตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องหาจุดร้อน (Thermal Viewer) ปีละ 1 ครั้ง - บริการตรวจสอบระบบไฟฟ้าแรงสูงภายในปีละ 1 ครั้ง เป้าหมาย จำนวน 53 ราย กฟจ.ชบ. 1 ราย กฟอ.บปภ. 7 ราย กฟจ.ฉช. 4 ราย กฟอ.บคย. 4 ราย กฟอ.บฉ. 1 ราย กฟอ.บรบ. 1 ราย กฟภ.บึง 4 ราย กฟอ.ปลด. 15 ราย กฟภ.มตพ. 8 ราย กฟอ.พนท. 1 ราย กฟอ.กล. 2 ราย กฟอ.ศรช. 3 ราย กฟอ.ตร. 1 ราย กฟอ.พน. 1 ราย 3.1.3 ลูกค้าในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกับ SPP โดยแบ่งลูกค้าเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 มีรายได้มากกว่า 5 ล้านบาท ให้บริการรายการ 1-7 กลุ่มที่ 2 มีรายได้ 2-5 ล้านบาท ให้บริการรายการ 1-5 กลุ่มที่ 3 มีรายได้น้อยกว่า 2 ล้านบาท ให้บริการรายการ 1-2 รายละเอียดการให้บริการ ดังนี้ 1) การตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในให้แก่ลูกค้า 2) การตรวจสอบหม้อแปลงของลูกค้	กฟฟ.ที่	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผลส.กมล.(ก2), กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง	(2) 0.424	0.424
	3) ตรวจสอบข้อมูลโหลด (Load Profile) 4) ให้คำปรึกษาแนะนำการใช้ไฟฟ้าและการจัดการโหลดอย่างมีประสิทธิภาพ 5) การส่องกล้องความร้อน 6) การฉีดน้ำล้างลูกถ้วย 7) การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า (เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหาคุณภาพไฟฟ้า)					

7

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 3 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	เป้าหมาย จำนวน 64 ราย (17 ราย) - กฟล.ฉช. จำนวน 4 ราย - กฟอ.ศรช. จำนวน 8 ราย - กฟอ.พนท. จำนวน 25 ราย - กฟอ.ปลด. จำนวน 27 ราย 3.2 การบริหารลูกค้ารายสำคัญ Key Account Management (KAM) 3.2.1 ปรับปรุงข้อมูลสำคัญของลูกค้ารายสำคัญ (KAM) ในโปรแกรม BIC-SAP ให้เป็นปัจจุบัน เป้าหมาย จำนวน 590 ราย กฟล.ฉช. 61 ราย กฟอ.ปลด. 77 ราย กฟอ.พสค. 6 ราย กฟอ.กล. 17 ราย กฟอ.บปภ. 47 ราย กฟอ.บฉ. 5 ราย กฟล.ชบ. 30 ราย กฟภ.มดพ. 61 ราย กฟอ.บรบ. 16 ราย กฟล.จบ. 11 ราย กฟอ.พน. 12 ราย กฟล.ตร. 19 ราย กฟภ.บส. 7 ราย กฟอ.บคย. 23 ราย กฟอ.ศรช. 64 ราย กฟภ.จท. 21 ราย กฟภ.มพย. 41 ราย กฟอ.พนท. 25 ราย กฟล.รย. 20 ราย กฟภ.บึง 25 ราย กฟอ.สอ. 5 ราย	กฟฟ.ที่ เกี่ยวข้อง	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผลส.กบล.(ก2), กฟฟ.ที่เกี่ยวข้อง	(2) 0.050	0.050
	เป้าหมาย จำนวน 590 ราย กฟล.ฉช. 61 ราย กฟอ.ปลด. 77 ราย กฟอ.พสค. 6 ราย กฟอ.กล. 17 ราย กฟอ.บปภ. 47 ราย กฟอ.บฉ. 5 ราย กฟล.ชบ. 30 ราย กฟภ.มดพ. 61 ราย กฟอ.บรบ. 16 ราย กฟล.จบ. 11 ราย กฟอ.พน. 12 ราย กฟล.ตร. 19 ราย กฟภ.บส. 7 ราย กฟอ.บคย. 23 ราย กฟอ.ศรช. 64 ราย กฟภ.จท. 21 ราย กฟภ.มพย. 41 ราย กฟอ.พนท. 25 ราย กฟล.รย. 20 ราย กฟภ.บึง 25 ราย กฟอ.สอ. 5 ราย	กฟฟ.จท.	ม.ค.-มี.ค.2559	ผลส.กบล.(ก2), ผบค.	ดำเนินการออก	
	** เป้าหมาย 590 ราย เป็นค่าเป้าหมายเดิม ทั้งนี้ เป้าหมายจริงปี 2559 เป็นไปตามผลการพิจารณาคัดเลือกลูกค้ารายสำคัญประจำปี					

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 3 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	3.2.2 พนักงาน KAM บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเป้าหมายตามคู่มือฯ และบันทึกผลในโปรแกรม BIC-SAP <u>เป้าหมาย</u> - เยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญแบบเข้าพบโดยพนักงาน KAM ทุกราย ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี - จำนวนการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ารายสำคัญเฉลี่ย ไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง/ราย/ปี	กฟฟ.จท.	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผลส.กบล.(ก.2), พนักงาน KAM	ดำเนินการทุกไตรมาส	0.396
	กฟฟ.จท.	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผลส.กบล.(ก.2), พนักงาน KAM			
	3.3 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ/ลูกค้ามูลค่าสูง/ลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรม และลูกค้าในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกับ SPP พร้อมบันทึกผลการเยี่ยมใน BIC-SAP 3.3.1 การเยี่ยมเยือนโดยผู้บริหาร โดยกำหนดวัตถุประสงค์การเยี่ยมเยือนลูกค้าแต่ละรายที่ชัดเจน <u>เป้าหมาย</u> - รพก.(ก3) หรือผู้แทน จำนวน 1 ราย/ ไตรมาส - อช. หรือผู้แทน จำนวน 3 ราย/ ไตรมาส ไตรมาสที่ 1 : กฟจ.ฉช., ขบ., กฟอ.ศรช. ไตรมาสที่ 2 : กฟจ.รย., กฟอ.ปลด., กฟฟ.บึง ไตรมาสที่ 3 : กฟฟ.มพย., กฟอ.บคย., กล. ไตรมาสที่ 4 : กฟอ.บรบ., กฟฟ.มดพ., จท. - ผจก.กฟฟ.ชั้น 1-3 จำนวน 6 ราย/ ไตรมาส	กฟฟ.จท.	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผลส.กบล.(ก2), ผู้บริหาร	(2) 0.396	

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 3 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	3.3.2 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ และ/หรือลูกค้ามูลค่าสูง (High Value Customer) เป้าหมาย จำนวน 250 ราย กฟล.ฉช. 25 ราย กฟอ.ปลด. 30 ราย กฟอ.พสค. 5 ราย กฟอ.กล. 7 ราย กฟอ.บปภ. 20 ราย กฟอ.บฉ. 5 ราย กฟล.ชบ. 12 ราย กฟภ.มตพ. 25 ราย กฟอ.บรบ. 7 ราย กฟล.จบ. 5 ราย กฟอ.พน. 5 ราย กฟล.ตร. 7 ราย กฟภ.บส. 5 ราย กฟอ.บคย. 10 ราย กฟอ.ศรช. 25 ราย กฟภ.จท. 7 ราย กฟภ.มพย. 15 ราย กฟอ.พนท. 10 ราย กฟล.รย. 10 ราย กฟภ.บึง 10 ราย กฟอ.สอ. 5 ราย	กฟฟ.จท.	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผลส.กบล.(ก2), ผบค.	(2) 0.422	0.422
	3.3.3 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายใหญ่ ลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรม และลูกค้าในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกับ SPP ตามแผนงานเยี่ยมเยียนลูกค้าประจำปี เป้าหมาย จำนวน 720 ราย กฟล.ฉช. 67 ราย กฟอ.ปลด. 42 ราย กฟอ.พสค. 15 ราย กฟอ.กล. 24 ราย กฟอ.บปภ. 37 ราย กฟอ.บฉ. 7 ราย กฟล.ชบ. 57 ราย กฟภ.มตพ. 30 ราย กฟอ.บรบ. 34 ราย กฟล.จบ. 49 ราย กฟอ.พน. 21 ราย กฟล.ตร. 30 ราย กฟภ.บส. 27 ราย กฟอ.บคย. 8 ราย กฟอ.ศรช. 67 ราย กฟภ.จท. 16 ราย กฟภ.มพย. 94 ราย กฟอ.พนท. 27 ราย กฟล.รย. 36 ราย กฟภ.บึง 17 ราย กฟอ.สอ. 15 ราย	กฟฟ.จท.	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผลส.กบล.(ก2), ผบค.	(2) 0.540 ในพื้นที่กฟฟ. ไม่มีการแข่งขัน	0.540
	กฟอ.พน. 21 ราย กฟล.ตร. 30 ราย กฟภ.บส. 27 ราย กฟอ.บคย. 8 ราย กฟอ.ศรช. 67 ราย กฟภ.จท. 16 ราย กฟภ.มพย. 94 ราย กฟอ.พนท. 27 ราย กฟล.รย. 36 ราย กฟภ.บึง 17 ราย กฟอ.สอ. 15 ราย					

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 3 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	3.4 จัดประชุมสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟฟ. ที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน เป้าหมาย จำนวน 19 แห่ง (รูปแบบจัดรวมกันหลาย กฟฟ. ประมาณ 3-4 ครั้ง) *****ยกเว้น กฟอ.สอศ,กฟอ.บจ.*****	กฟฟ.จท.	ม.ค.-ธ.ค.2559	คณะกรรมการฯ	(2) 1.900	1.900
	3.5 การสื่อสารผ่าน SMS (การแจ้งค่าไฟฟ้า) 3.5.1 เชิญชวนให้ผู้ใช้ไฟฟ้าลงทะเบียนรับบริการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่าน SMS เป้าหมาย รอค่าเป้าหมายที่ กฟภ. กำหนด			ผบค.		
	3.5.2 แจ้งค่าไฟฟ้าและข่าวสารต่างๆ ให้กับลูกค้าที่ลงทะเบียนรับบริการ SMS พร้อมตรวจสอบความถูกต้องของหมายเลขโทรศัพท์ที่ลงทะเบียน เป้าหมาย - สัดส่วนจำนวนข้อความที่ส่งสำเร็จไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 - รายงานผลการตรวจสอบหมายเลขโทรศัพท์ ไม่ถูกต้อง/ผิดปกติ ทุกไตรมาส	กฟฟ.จท.	ม.ค.-ธ.ค.2559	กรท.(ก2), ผบป.		
	3.6 สรุปข้อมูลเสียงของลูกค้าจากกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (แบบฟอร์ม VOC-CRM-001 ตามคู่มือ CRM)	กฟภ.2	ม.ค.-ธ.ค.2559	กรท.(ก2)		
	เป้าหมาย 1) สรุปข้อมูลการวิเคราะห์ปี 2558 ภายในเดือน	กฟภ.2	ม.ค.-ธ.ค.2559	กรท.(ก2)		
	มี.ค.2559					
	2) สรุปข้อมูลการวิเคราะห์ปี 2559 ทุกไตรมาส พร้อมกับการรายงานผลการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม	กฟภ.2	ม.ค.-ธ.ค.2559	กรท.(ก2)		

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 4 เพิ่มศักยภาพการตอบสนอง ข้อร้องเรียน	4.1 จัดการข้อร้องเรียน และข้อเสนอต่างๆ ของลูกค้า ที่ร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ เป้าหมาย 1) ตรวจสอบและชี้แจงแยกตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ - กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าในพื้นที่แข่งขันกับ SPP ภายใน 5 วัน - กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ ภายใน 15 วัน - กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม และกลุ่ม พาณิชย์ ภายใน 20 วัน - กลุ่มที่ 4 กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัยและ กลุ่มอื่นๆ ภายใน 25 วัน 2) กรณีเรื่องร้องเรียนสำคัญเร่งด่วน ภายใน 3 วัน 4.2 เปิดช่องทางการรับข้อร้องของลูกค้าผ่านทาง การออกหน่วยเคลื่อนที่ กับหน่วยงานต่างๆในพื้นที่ แก้ไขข้อร้องเรียนก่อน ลูกค้าร้องเรียนผ่านระบบข้อ ร้องเรียนหลัก เป้าหมาย -ข้อร้องเรียนในระบบหลักน้อยกว่า 150 เรื่อง/ล้าน ราย/ปี	กฟฟ.จท.	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผลส.กบล.(ก2), ผบค.	ดำเนินการทุก ไตรมาส	
แผนงานที่ 4 เพิ่มศักยภาพการตอบสนอง ข้อร้องเรียน	4.2 เปิดช่องทางการรับข้อร้องของลูกค้าผ่านทาง การออกหน่วยเคลื่อนที่ กับหน่วยงานต่างๆในพื้นที่ แก้ไขข้อร้องเรียนก่อน ลูกค้าร้องเรียนผ่านระบบข้อ ร้องเรียนหลัก เป้าหมาย -ข้อร้องเรียนในระบบหลักน้อยกว่า 150 เรื่อง/ล้าน ราย/ปี	กฟฟ.จท.	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผลส.กบล.(ก2), ผบค.	ดำเนินการทุก ไตรมาส	
แผนงานที่ 5 ยกระดับมาตรฐานคุณภาพ ไฟฟ้าในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม	5.1 จัดทำฐานข้อมูลคุณภาพไฟฟ้าในพื้นที่การ แข่งขัน และเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกลุ่ม ซูเปอร์คลัสเตอร์ (ประกอบด้วย พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา และปราจีนบุรี) โดยตรวจวัดและ วิเคราะห์คุณภาพไฟฟ้าทุกปี กำหนดแผนและ ปรับปรุงให้เป็นมาตรฐานสากล พร้อมจัดทำรายงาน เพื่อสื่อสารกับลูกค้า					

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 5 ยกระดับมาตรฐานคุณภาพไฟฟ้าในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม	5.1.1 ดำเนินการตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า ณ สถานีไฟฟ้า ที่จ่ายไฟให้กับนิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย จำนวน 31 แห่ง (7 แห่ง) พื้นที่ จังหวัด ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง รวม 18 นิคม 1.นิคมอุตสาหกรรม อมตะนคร จำนวน 7 สถานี 2. เมืองอุตสาหกรรมทองโกรว์ จำนวน 1 สถานี 3. นิคมอุตสาหกรรม ปิ่นทอง จำนวน 2 สถานี 4. นิคมอุตสาหกรรม แหลมฉบัง จำนวน 3 สถานี 5. นิคมอุตสาหกรรม เหมราชชลบุรี จำนวน 2 สถานี 6. นิคมอุตสาหกรรม เวลโกรว์ จำนวน 3 สถานี 7. นิคมอุตสาหกรรม ที เอฟ ดี จำนวน 1 สถานี 8. นิคมอุตสาหกรรม เกดเวย์ซิตี จำนวน 1 สถานี 9. นิคมอุตสาหกรรม เอเซีย จำนวน 1 สถานี 10. นิคมอุตสาหกรรม มาบตาพุด จำนวน 3 สถานี 11.นิคมอุตสาหกรรม เหมราชตะวันออก จำนวน 2 สถานี 12. เขตประกอบการอุตสาหกรรม ระยองที่ดินอุตสาหกรรม จำนวน 1 สถานี 13. นิคมอุตสาหกรรม อีสเทิร์นซีบอร์ด จำนวน 3 สถานี 14. นิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ จำนวน 2 สถานี 15. นิคมอุตสาหกรรม เหมราชอีสเทิร์นซีบอร์ด จำนวน 1 สถานี	กฟฟ.ที่	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผวฟ.กมล.(ก2)	(2) 0.070	0.070
	16. เขตประกอบการอุตสาหกรรม สยามอีสเทิร์นอินดัสเตรียลพาร์ค จำนวน 1 สถานี 17.เขตประกอบการอุตสาหกรรม จี.เค.แลนด์ จำนวน 1 สถานี					

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10 สถานที่	11 ช่วงเวลา	12 หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 5 ยกระดับมาตรฐานคุณภาพไฟฟ้าในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม	18. เขตประกอบการอุตสาหกรรมโรจนะ จำนวน 1 สถานี ****บางสถานีจ่ายให้นิคมมากกว่า 1 นิคม**** 5.1.2 ดำเนินการตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า ตัวแทนประเภทกิจการของแต่ละนิคมฯ (อาทิ ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ ปีโตรเคมี สิ่งทอ หลอมโลหะ แปรรูปอาหาร) <u>เป้าหมาย</u> กฟข. ละไม่น้อยกว่า 2 ประเภทกิจการ - กฟอ.ปลด. หลอมโลหะ (บ. UACJ จก.) - กฟจ.รย. ปีโตรเคมี (บมจ. IRPC)	กฟฟ.ที่ เกี่ยวข้อง	ม.ค.-ธ.ค.2559	ผวฟ.กบล.(ก2)		