



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค  
PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY

บันทึก

|         |                                                                 |        |               |
|---------|-----------------------------------------------------------------|--------|---------------|
| จาก     | กฟฟ.มบตาพุด                                                     | ถึง    | กฟภ.2         |
| เลขที่  | ก.2 มตพ. (วต) ๓๖/๒๕๕๙                                           | วันที่ | 11 มี.ค. 2559 |
| เรื่อง  | จัดส่งผลดำเนินงานแผนปฏิบัติการ ด้านลูกค้า ไตรมาส 4 ประจำปี 2558 |        |               |
| อ้างถึง |                                                                 |        |               |

เรียน อช.ก.2

ตามที่ ผลส.กบส.(ก.2) ขอให้ทุก กฟจ.,กฟอ.,กฟภ.,กฟส. จัดส่งผลดำเนินงานแผนปฏิบัติการ ด้านลูกค้า ประจำปี 2558 ทุกไตรมาส นั้น

กฟฟ.มบตาพุด ขอส่งผลดำเนินงานแผนปฏิบัติการ ด้านลูกค้า ไตรมาส 4 ประจำปี 2559 ตามเอกสารแนบ ทั้งนี้ได้จัดส่งไฟล์ข้อมูลลงใน <ftp://172.24.1.6/ผลส/> ชื่อไฟล์เดอร์ “ กฟฟ.มบตาพุด ผลดำเนินงานแผนปฏิบัติการ ด้านลูกค้า ไตรมาส 4 ประจำปี 2558 ”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและแจ้ง ผลส.กบส.(ก.2) ดำเนินการต่อไป

๔๘  
(นายภาณุ ศิริรัตน์)  
ผจก.กฟฟ.มบตาพุด



## 1. ประเด็นกลยุทธ์ (Strategic Themes)

- ด้านลูกค้า

## 2. เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ระดับองค์กร

C1 ลูกค้ามีความพึงพอใจ

## 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้า

## 4. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75

## 5. เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ระดับสายงาน

C1 ลูกค้ามีความพึงพอใจ

## 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ระดับความพึงพอใจของลูกค้า

## 7. เป้าหมาย

- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

| 8. แผนงาน / โครงการ / งาน<br>(Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives) | 9. แผนปฏิบัติ<br>(ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)<br>(Activities / Action Steps)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 10<br>สถานที่ | 11<br>ช่วงเวลา | 12<br>หน่วยงานหลัก | 13<br>ผลดำเนินการ                                           | หมายเหตุ |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------|--------------------|-------------------------------------------------------------|----------|
| แผนงานที่ 1 พัฒนาการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า<br>จากการรับฟังเสียงลูกค้า         | 1.1 การรับฟังเสียงลูกค้าด้วยการสำรวจ<br>โดยแยกตามกลุ่มลูกค้า (6 กลุ่ม) ได้แก่<br>(1) กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม (ภาคการผลิต)<br>(2) กลุ่มลูกค้าพาณิชย์ (ภาคพาณิชย์และบริการ)<br>(3) กลุ่มลูกค้าบ้านอยู่อาศัย<br>(4) กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ<br>(5) กลุ่มลูกค้าบริเวณพื้นที่เขตติดต่อ กฟน.<br>(Bench Mark)<br>(6) กลุ่มลูกค้าในพื้นที่แข่งขันเปรียบเทียบกับ<br>ลูกค้า SPP<br><u>เป้าหมาย</u><br>- ตั้งคณะทำงานสายงานฯ<br>- กำหนดแผนการสำรวจ<br>- ดำเนินการสำรวจ, สรุปผลปีละ 1 ครั้ง<br>ภายในไตรมาส 2/2558 | กฟฟ.มตพ       | ม.ค.-ธ.ค.2558  | ผวต.               | ตามบันทึกที่<br>ก.2มตพ.(วต.)<br>1559/2558<br>ทว. 11/09/2558 |          |

| 8. แผนงาน / โครงการ / งาน<br>(Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)   | 9. แผนปฏิบัติ<br>(ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)<br>(Activities / Action Steps)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 10<br>สถานที่ | 11<br>ช่วงเวลา | 12<br>หน่วยงานหลัก | 13<br>ผลดำเนินการ  | หมายเหตุ |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------|--------------------|--------------------|----------|
| <p><u>แผนงานที่ 1</u> พัฒนาการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าจากการรับฟังเสียงลูกค้า</p> | <p>1.2 การหาข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า (โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน) ตามจำนวนที่กำหนด</p> <p>1) ลูกค้าที่อยู่อาศัย</p> <p>- งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์จนถึงมีไฟฟ้าใช้</p> <p><u>เป้าหมาย</u></p> <p>กฟฟ.ชั้น 1-3 ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส</p> <p>- งานขอขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์จนถึงมีไฟฟ้าใช้</p> <p><u>เป้าหมาย</u></p> <p>กฟฟ.ชั้น 1-3 ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส</p> <p>2) ลูกค้ากลุ่มพาณิชย์และอุตสาหกรรมขอรับบริการงานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย</p> <p>- กฟก.2 จำนวน 3 ราย/ไตรมาส</p> <p><u>เป้าหมาย</u> รายงานผลทุกไตรมาส</p> | กฟฟ.มตพ       | ม.ค.-ธ.ค.2558  | ผวต.-ผบค.          | รายงานให้<br>กฟก.2 | -        |

| 8. แผนงาน / โครงการ / งาน<br>(Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives) | 9. แผนปฏิบัติ<br>(ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)<br>(Activities / Action Steps)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 10<br>สถานที่ | 11<br>ช่วงเวลา | 12<br>หน่วยงานหลัก | 13<br>ผลดำเนินการ                                           | หมายเหตุ |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------|--------------------|-------------------------------------------------------------|----------|
| <u>แผนงานที่ 1</u> พัฒนาการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า<br>จากการรับฟังเสียงลูกค้า  | <p>1.3 นำเสียงลูกค้าจากช่องทาง และวิธีการรับฟัง<br/>และเรียนรู้ลูกค้ามาใช้เพื่อปรับปรุงการให้บริการ<br/>ให้ดียิ่งขึ้นและประเมินประสิทธิภาพของ<br/>ช่องทางดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) การสำรวจข้อมูลลูกค้า<br/>(สำรวจความพึงพอใจฯ โดยที่ปรึกษา)</li> <li>2) การจัดการข้อร้องเรียน</li> <li>3) การหาข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า</li> <li>4) การสานเสวนา</li> <li>5) 1129 กฟผ. Call Center</li> <li>6) กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</li> </ol> <p><u>เป้าหมาย</u> รายงานผลทุกไตรมาส</p> | กฟผ.มตพ       | ม.ค.-ธ.ค.2558  | ผวต.               | ตามบันทึกที่<br>ก.2มตพ.(วต.)<br>1559/2558<br>ลว. 11/09/2558 | -        |

1. ประเด็นกลยุทธ์ (Strategic Themes)  
- ด้านลูกค้า

2. เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ระดับองค์กร  
C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน  
- Brand Awareness

4. เป้าหมาย  
- ไม่น้อยกว่าเกณฑ์วัดระดับ 3

5. เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ระดับสายงาน  
C2 สร้าง Brand Awareness ต่อองค์กร

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน  
- Brand Awareness

7. เป้าหมาย  
- ไม่น้อยกว่าเกณฑ์วัดระดับ 4

| 8. แผนงาน / โครงการ / งาน<br>(Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives) | 9. แผนปฏิบัติ<br>(ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)<br>(Activities / Action Steps)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 10<br>สถานที่  | 11<br>ช่วงเวลา | 12<br>หน่วยงานหลัก | 13<br>ผลดำเนินการ                                                                                                                    | หมายเหตุ |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|                                                                                | 1.4 พัฒนางานให้บริการขอใช้ไฟฟ้าผ่านช่องทาง Internet (Happy Touch)<br><br>- พิจารณาความพร้อม Website กฟฟ.ชั้น 1-3<br>เพื่อเตรียมรองรับขยายผล Happy touch<br><u>เป้าหมาย</u> ประเมินผล โครงการนำร่องแล้วเสร็จภายในไตรมาส 2/2558                                                                                                                                                                                                   | กฟฟ.ชั้น 1,2,3 |                | ผบค.               |                                                                                                                                      |          |
| <u>แผนงานที่ 2</u> พัฒนาการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า                          | 2.1 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตามกิจกรรมที่กำหนดกับลูกค้าเป้าหมาย ให้เป็น Best Cost Provider<br>2.1.1 การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้า โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายให้กับลูกค้าที่มีค่าไฟฟ้ามากกว่า 20 ล้านบาท/เดือน<br>- บริการตรวจหาจุดร้อนด้วยกล้องส่องหาจุดร้อน (Thermal Viewer) และเขียนเขียนลูกค้าปีละ 1 ครั้ง<br>- บริการตรวจสอบระบบไฟฟ้าแรงสูงภายในปีละ 1 ครั้ง<br>- บริการฉีดน้ำล้างลูกถ้วยปีละ 1 ครั้ง<br><u>เป้าหมาย</u> กฟภ.มคพ. 8 ราย | กฟฟ.มคพ        | ม.ค.-ธ.ค.2558  | ผวค.               | 8 บริษัท<br><br>บ.เหล็กก่อสร้างสยาม<br>บ.สยามยูไนเต็ดสตeel<br>บ.ปตท.(มหาชน)<br>บ.แพรกซ์แอร์<br>บ.เอ็นเอส บลูสโคป<br>บ.มิลล์คอน นูรพา |          |





| 8. แผนงาน / โครงการ / งาน<br>(Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives) | 9. แผนปฏิบัติ<br>(ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย)<br>(Activities / Action Steps)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 10<br>สถานที่                                          | 11<br>ช่วงเวลา                                                     | 12<br>หน่วยงานหลัก                                           | 13<br>ผลดำเนินการ                                                                 | หมายเหตุ |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <u>แผนงานที่ 2</u> พัฒนาการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า                          | 2.2.4 เพิ่มช่องทางการสื่อสารและความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management : KAM) โดยผ่าน Application LINE โดยจัดกลุ่มวงลูกค้า ดังนี้<br>1) ลูกค้าระบบ 115 kV<br>2) ลูกค้า KAM ในพื้นที่ของแต่ละ กฟฟ.<br>3) ลูกค้า KAM ในความดูแลของพนักงาน KAM ของแต่ละคน<br>4) ลูกค้า KAM กับพนักงาน KAM (กฟข., กฟฟ.พิจารณาจัดกลุ่มตามความเหมาะสมและความต้องการของลูกค้า)<br><u>เป้าหมาย</u> - ต้องมีลูกค้าไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ที่เข้าร่วมวง LINE ของจำนวนลูกค้า KAM ทั้งหมด | กฟฟ.มตพ                                                | ม.ค.-ธ.ค.2558                                                      | ผวต.                                                         | เข้าร่วม 44 บริษัท                                                                |          |
|                                                                                | 2.3 การเยี่ยมเยือนลูกค้ากิจการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง, กิจการเฉพาะอย่าง, ในนิคม-อุตสาหกรรม และลูกค้าในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกับ SPP และบันทึกผลการเยี่ยมใน BIC-SAP<br><u>เป้าหมาย</u> จำนวน 10 ราย<br>2.4 จัดประชุมลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟฟ. ที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน อย่างน้อย 1 ครั้ง<br><u>เป้าหมาย</u> ปีละ 1 ครั้ง                                                                                                                                                | กฟฟ.มตพ<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>กฟฟ.มตพ | ม.ค.-ธ.ค.2558<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>ม.ค.-ธ.ค.2558 | ผวต.<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>ผวต.             | 20 บริษัท<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>4 มิ.ย 2558<br>โรงแรมโกลเด้นซิตี |          |
|                                                                                | 2.5 การสื่อสารผ่าน SMS (การแจ้งค่าไฟฟ้า)<br>2.5.1 เชิญชวนให้ผู้ใชไฟฟ้าลงทะเบียนรับบริการแจ้งค่าไฟฟ้าผ่าน SMS<br><u>เป้าหมาย</u> จำนวน 12,551 ราย<br>2.5.2 แจ้งค่าไฟฟ้าและข่าวสารต่าง ๆ ให้กับลูกค้าที่ลงทะเบียนแล้ว<br><u>เป้าหมาย</u> จำนวนข้อความที่ส่งสำเร็จไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของ                                                                                                                                                                                        | กฟฟ.มตพ<br><br><br><br><br><br><br>กฟฟ.มตพ             | ม.ค.-ธ.ค.2558<br><br><br><br><br><br><br>ม.ค.-ธ.ค.2558             | ผบป.-ผบค.<br>ผวต.<br><br><br><br><br><br><br>เป้าหมาย = 90 % | ผล = 95.32 %<br>(เกณฑ์ 5)                                                         |          |