

แผนปฏิบัติการสายงานภาคกลางและใต้ ประจำปี 2567
มุมมอง : Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
- SQ2 พัฒนาระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ เชื่อถือได้และยกระดับผู้ช่วยอัจฉริยะ (Smart Grid) เพื่อเป็นผู้นำระบบไฟฟ้าตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
- SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KR)
- Net Promoter Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.
 - ความสำเร็จของการให้บริการออนไลน์ผ่าน e-Service และ Pea Smart Plus
 - ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้า
 - : กลุ่มลูกค้ารายย่อย
 - : กลุ่มลูกค้ารายใหญ่
 - : กลุ่มภาครัฐ
 - : กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ
 - จำนวนผู้สมัครใช้บริการ e-Bill
 - จำนวนผู้สมัครใช้งาน PEA Smart Plus
 - ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า Pea Shop ที่เปิดให้บริการเทียบกับจำนวน Pea Shop ตามเป้าหมายที่ต้องการเปิดให้บริการ
 - ความสำเร็จของการให้บริการตามมาตรฐาน SLA ที่กำหนด

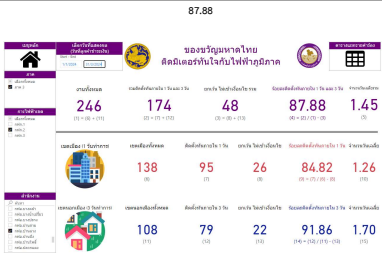
4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)
- ระดับ 42.5
 - ร้อยละ 100
 - ระดับ 4,4859
 - ระดับ 4,4837
 - ระดับ 4,4781
 - ระดับ 4,4959
 - ระดับ 4,4489
 - Score Line +75%
 - ไม่น้อยกว่า 4.5 ด้านรายชื่อ
 - ร้อยละ 100
 - ระดับ 5

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
- SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KR)
- ความพึงพอใจของลูกค้าของสายงานภาคกลางและใต้

7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)
- รอค่าเป้าหมาย

11. เป้าหมายรายไตรมาส

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส										12. หน่วยงานหลัก		13. จปประมาณ (ล้านบาท)												
				แผน	ไตรมาส 1					ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			(1)ลงทุน	(2)ทำ	รวม									
					ผล	ผล	ผล	ผล	ผล	ผล	ผล	ผล																
แผนงานที่ 1 การยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ	1.1 มาตรฐานด้านการให้บริการ การอำนวยความสะดวกในการให้บริการขอใช้ไฟฟ้า และยกระดับการให้บริการ	กฟผ.บ้านฉาง ผบศ.	ร้อยละ	90											ผศ.สมศ.													
	<table border="1"><thead><tr><th>มาตรฐานด้านการให้บริการ</th><th>พื้นที่</th><th>ระยะเวลาดำเนินการ</th></tr></thead><tbody><tr><td>กรณีไม่พบมีการขายประจำบ้านประจำหน่วยไฟฟ้าจำหน่าย</td><td>เขตชุมชน (บางเขต)</td><td>1 วันทำการ</td></tr><tr><td>กรณีไม่มีการขายแบบเปิดบ้าน (กรณีขายผ่านช่าง)</td><td>เขตชุมชน</td><td>3 วันทำการ</td></tr><tr><td>พื้นที่จำหน่าย</td><td>เขตชุมชน</td><td>10 วันทำการ</td></tr></tbody></table> มาตรฐานผ่าน Dashboard ของรัฐบาลไทย ภายในวันที่ 5 ของทุกเดือน - กสธ. ติดตามและสรุปรายงานผล ภายในวันที่ 15 ของทุกเดือน - สรุปรายงานผล พร้อมจัดส่งรายงานให้ ผบศ.(กศ) ภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส	มาตรฐานด้านการให้บริการ	พื้นที่	ระยะเวลาดำเนินการ	กรณีไม่พบมีการขายประจำบ้านประจำหน่วยไฟฟ้าจำหน่าย	เขตชุมชน (บางเขต)	1 วันทำการ	กรณีไม่มีการขายแบบเปิดบ้าน (กรณีขายผ่านช่าง)	เขตชุมชน	3 วันทำการ	พื้นที่จำหน่าย	เขตชุมชน	10 วันทำการ															
มาตรฐานด้านการให้บริการ	พื้นที่	ระยะเวลาดำเนินการ																										
กรณีไม่พบมีการขายประจำบ้านประจำหน่วยไฟฟ้าจำหน่าย	เขตชุมชน (บางเขต)	1 วันทำการ																										
กรณีไม่มีการขายแบบเปิดบ้าน (กรณีขายผ่านช่าง)	เขตชุมชน	3 วันทำการ																										
พื้นที่จำหน่าย	เขตชุมชน	10 วันทำการ																										
	1.2 การขอรับรองศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC)	กฟผ.บ้านฉาง ผบศ.ประเมิน	ร้อยละ	30	30					30		30		10	คณะทำงาน GECC กฟผ.บ้านฉาง													
	1.2.1 การรักษามาตรฐาน สำหรับ กฟผ. ที่ผ่านการรับรองศูนย์ราชการสะดวกแล้ว เพื่อพร้อมรองรับการตรวจแบบ Surprise Check จาก สปบ. และตามแผนงานตรวจประเมินภายในหน่วยงาน (Internal Audit)																											
	- กฟผ. ที่เคยผ่านการรับรองและอยู่ในระยะเวลาการรับรองมาตรฐาน GECC																											
	- กฟผ.ชั้น 1-3, กฟส.ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) ที่เคยผ่านการรับรองมาตรฐาน GECC แต่ไม่ได้สมัครรับรองเพื่อต่ออายุ																											
เป้าหมาย																												
- แต่งตั้งคณะทำงานตรวจประเมินภายใน (Internal Audit) เพื่อรักษามาตรฐานตามเกณฑ์ GECC																												
- ดำเนินการตรวจประเมินภายใน (Internal Audit) ตามแผนงานที่กำหนด																												
- รายงานสรุปผลการดำเนินงาน																												
%																												
1.2.2 เตรียมความพร้อมการดำเนินงานสู่ ศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC)		กฟผ.ปทุม., กฟผ.มณฑล, กฟส.คลอง.	ร้อยละ ร้อยละ ร้อยละ	33.33 33.33 33.33						33.33 33.33 33.33		33.33 33.33 33.33		- - -	คณะทำงาน GECC, กฟผ.ปทุม., กฟผ.มณฑล, กฟส.คลอง.													
เป้าหมาย																												
- กฟผ.ชั้น 1-3, กฟส.ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) และ กฟส. ที่ยังไม่เคยสมัครหรือไม่เคยผ่านการรับรอง จะต้องสมัครและผ่านการรับรองมาตรฐานฯ ภายในปี 2565-2567																												
หมายเหตุ : สำหรับ กฟส., กฟย. ไฟ่ กฟช. พิจารณาความพร้อมของกฟผ.ในสังกัด ตามความเหมาะสม เช่น อาคารเช่า อยู่ระหว่างก่อสร้างอาคารสำนักงาน เป็นต้น																												
- กฟผ.ชั้น 1-3, กฟส.ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) ที่เคยได้รับการรับรองฯ จาก สปบ.																												
ให้สมัครต่ออายุในปี 2567																												
กฟผ.1 = 8 แห่ง , กฟผ.2 = 3 แห่ง , กฟผ.3 = 13 แห่ง																												
กฟผ.1 = 9 แห่ง , กฟผ.2 = 12 แห่ง , กฟผ.3 = 7 แห่ง																												
- กฟผ. ที่สมัครขอรับรองฯ ที่ทางมีสมัครใหม่และต่ออายุ ในปี 2567 จะต้องผ่าน การคัดกรองในสมัครร้อยละ 100 และได้รับการรับรองจาก สปบ. ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80																												

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่		หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส								12. หน่วยงานหลัก	13. จปประมาณ (ล้านบาท)		
		ไตรมาส 1				ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)ลพุน	(2)ค่า	รวม		
		แผน	ผล				แผน	ผล	แผน	ผล	แผน				ผล	
แผนงานที่ 2 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร (รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์ข้อมูล ในช่องทาง) เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์และการบริหาร จัดการ (Data Driven Execution)	2.1 การรับฟังเสียงของลูกค้า ตามคู่มือกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้าและวิธีปฏิบัติงาน การรวบรวมเสียงของลูกค้าแต่ละช่องทาง (PEA VOC System) ดังนี้ 2.1.1 การติดตามข้อมูลย้อนกลับจากลูกค้าผ่านช่องทางประเมินความพึงพอใจ แบบเป็นกันต (Smile Box) หรือแบบ Touch Screen - กฟฟ. ชั้น 1-3, กฟล.ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) และ กฟล. รายงานสรุปผลวิเคราะห์ การประเมินฯ และแจ้งให้ กบส. ทราบ ภายใน 10 วัน หลังสิ้นไตรมาส <u>เป็นไปตาม</u> - ติดตามการกดประเมินเทียบกับจำนวนตัวทั้งหมด กฟฟ. ชั้น1-3 , กฟล.ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) และ กฟล. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนตัวทั้งหมด - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 4.4859 - กบส. ติดตามและรายงานสรุปผลวิเคราะห์การประเมินฯในการรวมของ กฟท.2 ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส - กทพ. รายงานผลการใช้งานและปัญหาอุปสรรคของระบบฯ ภายใน 15 วัน หลังสิ้นไตรมาส หมายเหตุ : Front Manager กฟฟ. เป็นผู้ดำเนินงาน และบันทึกข้อมูล ลงในโปรแกรม Customers' Smile Feedback	กฟล.บ้านฉาง Front Mgr.	ร้อยละ	25	25	การกดประเมิน 146.90 ระดับความพึงพอใจ 4.85 ตามหนังสือเลขที่ ก.2กบส.195.944/2567 / ลงวันที่ 25/06/2567	25		25		25		Front Manager			
	2.1.2 การรวบรวมเสียงของลูกค้าจากช่องทาง 4 กลุ่ม (กลุ่มดิจิทัล กลุ่มกายภาพ กลุ่มการสำรวจและกลุ่มอื่นๆ) <u>เป็นไปตาม</u> - กฟฟ. บันทึกข้อมูลเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ของระบบ PEA VOC System ทุกครั้ง - กฟท.2 รวบรวมเสียงของลูกค้า จากระบบ PEA VOC System และจัดส่งให้ ผัง.กท) ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส 2.2 จัดทำฐานข้อมูลคุณภาพไฟฟ้าในพื้นที่อุตสาหกรรม ทั้งของรัฐและเอกชน โดยดำเนินการตรวจวัด และวิเคราะห์คุณภาพไฟฟ้า ในสถานีไฟฟ้าที่ตั้งอยู่ใน พื้นที่อุตสาหกรรม ทั้งของรัฐและเอกชน มีการกำหนดแผนและปรับปรุงให้เป็น มาตรฐานสากล พร้อมจัดทำรายงานเพื่อรองรับความดีการให้กับลูกค้า <u>เป็นไปตาม</u> กฟท.2 จำนวน 10 สถานี	กฟล.บ้านฉาง กบส.	ร้อยละ	25	25	บันทึกข้อมูลเสียงของลูกค้า ในระบบ VOC ทุกครั้ง	25		25		25		Front Manager			
แผนงานที่ 3 พัฒนการให้บริการของหน่วยงาน ข้อมูลลูกค้า (Customer Analytics) เพื่อพัฒนา คุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ ที่ยั่งยืน	3.1 การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาส ทางธุรกิจที่ยั่งยืน															
	3.1.1 ฐานข้อมูลลูกค้า High Value เพื่อการดำเนินการธุรกิจงานขยายเขต ติดตั้งหม้อแปลงกระจายราย <u>เป็นไปตาม</u> จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ - ฐานข้อมูลลูกค้า High Value ที่มีการใช้ไฟฟ้าเฉลี่ยร้อยละ 70 ของขนาดติดตั้งแปลง ภายในเดือน ม.ค. 2567 - กบส. นำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดลูกค้าเป้าหมายการดำเนินการให้กับ กฟฟ. ภายในเดือน ก.พ. 2567	กบส.(ก.2)	ร้อยละ	100	100		-		-		-		กบส.			
	3.1.2 ฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อการดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา <u>เป็นไปตาม</u> จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ - ฐานข้อมูลลูกค้าที่เคยใช้บริการบำรุงรักษา ปี 2565-2566 - ฐานข้อมูลลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลงรวมเกิน 250 kVA - กบส. นำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดลูกค้าเป้าหมายการดำเนินการให้กับ กฟฟ. ภายในเดือน ก.พ. 2567	กบส.(ก.2)	ร้อยละ	100	100		-		-		-		กบส.			
	3.2 การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ยั่งยืน															
	3.2.1 การดำเนินการธุรกิจงานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงกระจาย โดยใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้า High Value <u>เป็นไปตาม</u> - จัดทำแผนการให้บริการลูกค้าและนำเสนอข้อมูลการให้บริการธุรกิจที่ยั่งยืน - รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส หมายเหตุ : ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 3.1.1	กฟล.บ้านฉาง กบส.	ร้อยละ	25	25	กฟล.บ้านฉาง ไม่มีลูกค้า High Value ตามหนังสือเลขที่ กบส.195.9309/2567 ลง2ก.พ. 2567	25		25		25	-	กบส.			
	3.2.2 การดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา โดยมุ่งเน้นลูกค้า 2 กลุ่ม ดังนี้ (1) ลูกค้ารายเดิม (ที่เคยใช้บริการบำรุงรักษา) ทุกราย (2) ลูกค้ารายใหม่ (ที่ไม่เคยใช้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลงรวมเกิน เกิน 250 kVA) ร้อยละ 20 <u>เป็นไปตาม</u> - จัดทำแผนการให้บริการลูกค้าและนำเสนอข้อมูลการให้บริการธุรกิจที่ยั่งยืน - รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส หมายเหตุ : - ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 3.1.2 - กฟท.1,2,3 สามารถดำเนินการปรับปรุงแผนการเข้าพบลูกค้าได้ ตามความเหมาะสม	กฟล.บ้านฉาง กบส.	ร้อยละ	25	25	100 ตามแผนการเข้าพบแล้ว 11 ราย ตามแผนการเข้าพบแล้ว 11 ราย ตามแผนการเข้าพบแล้ว 11 ราย	25		25		25		กบส.			

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส								12. หน่วยงานหลัก	13. จปประมาณ (ล้านบาท)		
				ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			(1)ลงทุน	(2)ทำ	รวม
				แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล				
	3.3 นำผลวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจ การติดตามข้อมูลป้อนกลับ และข้อเสนอแนะมาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ/ปรับปรุงกระบวนการทำงาน เป้าหมาย - กฟผ. ชั้น 1-3, กฟส.ขนาด L/M (โครงสร้างใหม่) และ กฟส. จัดทำแผนบทวน ปรับปรุงกระบวนการทำงานและรายงานผลการตอบสนองเสียงของลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ/สินค้า ตามช่องทางที่กำหนด ให้ กบ. ทราบ ภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส - กบ. ติดตาม และรายงานสรุปผล ในภาพรวมของ กฟผ.1,2,3 กฟผ.1,2,3 ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟผ.บ้านฉาง	ร้อยละ	25	25	25		25		25		กบ.ค.			
	3.4 จัดทำแผนการนำผลการขายงานธุรกิจเกี่ยวกับเครื่อง การซื้อยอดขาย (Up selling) และการซื้อต่อเนื่อง (Cross selling) แก่ลูกค้ารายสำคัญจากการดำเนินการตามกระบวนการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ เป้าหมาย ร้อยละความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์ (1/4) (1) กฟผ. 2 จัดทำแผนการรายงานธุรกิจเกี่ยวกับเครื่อง ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามหนังสือที่ กบ.ค.(กษบ.1264/2567 ลงวันที่ 22 มีนาคม 2567 กำหนดค่าเป้าหมาย จำนวนลูกค้าที่เข้าพบเพื่อนำเสนอขายธุรกิจเกี่ยวกับเครื่อง กฟผ. ในสังกัดสายงาน กค. ค.ร.ร. กฟผ.2 จำนวนลูกค้าที่เข้าพบ 650 ราย หรือไม่น้อยกว่าร้อยละ กบ. กำหนด ภายในเดือนมีนาคม ปี 2567 หมายเหตุ : ลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่ (2) กฟผ.2 เข้าพบเพื่อเสนอราคา และลูกค้าที่สนใจในสัญญาธุรกิจเกี่ยวกับเครื่อง ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 ของจำนวนลูกค้าที่เข้าพบเพื่อเสนอการขายงานธุรกิจเกี่ยวกับเครื่อง (3) กฟผ.ชั้น 2-3, กฟส.ขนาด L/M/S (โครงสร้างใหม่) รายงานผลการขายงานธุรกิจเกี่ยวกับเครื่อง ทุกครั้งที่มีความคืบหน้าของสถานะงาน ตาม Google sheet (Sale Tracking) จัดส่ง กบ. ภายใน 5 วันหลังสิ้นไตรมาส (4) กฟผ.2 รายงานสรุปผลการดำเนินงานการนำเสนอการขายงานธุรกิจเกี่ยวกับเครื่อง (ลูกค้ารายใหม่, การซื้อต่อยอด (Up selling) และการซื้อต่อเนื่อง (Cross selling) ตามแบบฟอร์ม Sale-NCS-001 จัดส่ง กบ.ค.(กค.) ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส และ กบ.ค.(กค.) สรุปภาพรวมผลการดำเนินงานภายในวันที่ 20 ของเดือนถัดไปให้ถึงสิ้นไตรมาส	กฟผ.บ้านฉาง	ร้อยละ	100	100	100		100				กบ.ค.			
แผนงานที่ 4 การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการซื้อเครื่องเรือน	4.1 การบริหารจัดการซื้อเครื่องเรือนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพเพื่อยกระดับการให้บริการที่ดีของ กฟผ. ๓๓ความไม่พึงพอใจและเพิ่มความ 4.1.1 การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการซื้อเครื่องเรือน ดังนี้ (1) การตอบซื้อเครื่องเรือน (ด้านบริการ) โดยรวม - ซื้อเครื่องเรือนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วันทำการ (ร้อยละ 100) - ซื้อเครื่องเรือนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วัน (ร้อยละ 100) - ซื้อเครื่องเรือนทั่วไป ปิดได้ภายใน 15 วัน (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90) - ซื้อเครื่องเรือนสำคัญเร่งด่วน (A/R chat) ภายใน 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 100) (2) การตอบซื้อเครื่องเรือน (ด้านบริการ) กลุ่มบริการทั่วไป (คุณภาพไฟฟ้า+การให้บริการอื่นๆ) - การปิดซื้อเครื่องเรือน ภายใน 20 วัน (ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 95) (3) การตอบซื้อเครื่องเรือน (ด้านบริการ) กลุ่มที่ต้องเร่งรัดแก้ไข (พฤติกรรมพนักงาน+การจดหน่วย/แจ้งค่าไฟฟ้า+การกล่าวคำขอไฟฟ้า) - การปิดซื้อเครื่องเรือน ภายใน 10 วัน (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80) (4) ระยะเวลาตอบสนองต่อลูกค้าร้องขอและปฏิบัติตามเงื่อนไข - ตรวจสอบคดีคดีผู้ไฟฟ้าภายใน 5 วัน (ร้อยละ 100) เป้าหมาย ร้อยละความเข้าใจของการดำเนินงานการบริหารจัดการซื้อเครื่องเรือนให้เป็นไปตาม หมายเหตุ : ไม่วรรซื้อเครื่องเรือนประเภททุติยภูมิ 4.1.2 การเพิ่มประสิทธิภาพการวางแผนเชิงป้องกันซื้อเครื่องเรือน ดังนี้ (1) จำนวนซื้อเครื่องเรือนโดยรวม ลดร้อยละ 10 จากซื้อเครื่องเรือนในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน (2) จำนวนซื้อเครื่องเรือนประเภทพฤติกรรมพนักงาน ให้รักษาระดับจำนวนซื้อเครื่องเรือนไม่ให้เกินผลที่บันทึกไว้ในปี 2566 (3) จำนวนซื้อเครื่องเรือนร้องขอ เร่งไม่มีไฟฟ้าใช้ ลดร้อยละ 50 จากซื้อเครื่องเรือน/ร้องขอ ในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 เป้าหมาย ร้อยละความเข้าใจของการดำเนินงานการบริหารจัดการซื้อเครื่องเรือนให้เป็นไปตาม ซื้อเครื่องเรือน ปี 2566 ปี 2 ร้อย ไม่ไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 4 หมายเหตุ : ไม่วรรซื้อเครื่องเรือนประเภททุติยภูมิ - กฟผ. ติดตามซื้อเครื่องเรือนจากระบบ PEA-VOC System และ VOC alert bot 4.2 การจัดดำเนินการหรือแนวทางหาการปฏิบัติงานเชิงป้องกันซื้อเครื่องเรือนของลูกค้า เป้าหมาย - กฟผ. ชั้น 2-3 และ กฟส. จัดทำแผนงานหรือแนวทางหาการปฏิบัติงานเชิงป้องกันซื้อเครื่องเรือนของลูกค้า และสรุปรายงานผลจัดส่ง กบ. ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส - กฟผ.2 วิเคราะห์ปัญหาซื้อเครื่องเรือน (ด้านบริการ) จัดทำแผนงานหรือแนวทางหาการปฏิบัติงานเชิงป้องกัน ซื้อเครื่องเรือนของลูกค้า และจัดส่ง ผลท. ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟผ.บ้านฉาง	ร้อยละ	100	100	100		100		100		กบ.ค.			
		กฟผ.บ้านฉาง	ร้อยละ	25	25	25		25		25		กบ.ค.			
		กฟผ.บ้านฉาง	ครั้ง	1	1	1		1		1		กบ.ค.			

[illegible]

8. แผนงาน / โครงการ / งาน Operating Strategies หรือ Strategic Initiative	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส								12. หน่วยงาน	13. งบประมาณ (ล้านบาท)		
				ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4			(1)ลงทุน	(2)ค้า	รวม
				แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล				
	1.4 จัดประชุมสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟผ. ที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน เป้าหมาย จำนวน 23 กฟผ. หมายเหตุ : ปรับลดได้ตามความเหมาะสม โดยหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาฯ ให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวค.	กฟผ.บ้านฉาง ผวค.	ร้อยละ	25	- แผนดำเนินการไตรมาสที่ 3	25		25		25		ผบค.			
	1.5 การมอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ/มอบของที่ระลึกสำหรับจัดกิจกรรมสนับสนุนการ/ประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมต่างๆ เป้าหมาย - กลุ่ม Strategic ทุกราย ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี - กลุ่ม Star, Status ให้พนักงาน KAMR พิจารณาตามความเหมาะสม - กิจกรรมสนับสนุนการ/ประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมต่างๆ สำหรับลูกค้าพิจารณาตามความเหมาะสม	กฟผ.บ้านฉาง ผวค.	ครั้ง	25	25 ตามระบบ dcmplus.pea.co.th	25		25		25		ผบค.			
	1.6 การสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ โดยการติดต่อสื่อสาร/เขียนเขียน เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ เช่น การขอใช้ไฟฟ้า, ขยายเขตระบบไฟฟ้าและการวางแผนการจ่ายไฟฟ้า เป็นต้น เป้าหมาย รายงานสรุปผลการติดต่อสื่อสาร/เขียนเขียน ทุกไตรมาส (ตามแบบฟอร์มรายงาน BOI CRM-NCS-002) - กบค. ติดตามและสรุปผลในภาพรวมของ กฟผ.2 ภายใน 10 วัน หรืออื่นใดตาม	กฟผ.บ้านฉาง ผวค.	ครั้ง	25	25 มีจำนวน 2 ราย ติดต่อกับ https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vX8jXoqUuMvUv...	25		25		25		ผบค.			