

ด้าน Customer Value Proposition

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า	4. เป้าหมาย ระดับ 4.37
ของทุกกลุ่มลูกค้า	ของลูกค้า	3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.28 ร้อยละ 100
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4	7. เป้าหมาย ระดับ 4.37
	ของลูกค้า	6.2 ความพึงพอใจลูกค้า 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์ 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.41 ระดับ 4.33 ระดับ 4.36 ระดับ 4.32 ระดับ 4.28 ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 3 งานทบทวนมาตรฐาน	1. ประเมินผลการให้บริการตามมาตรฐานคุณภาพบริการ	1 ครั้ง		-		-		-			0.01	0.01	กบล.(ผบธ.)
การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ	ที่ กฟภ.กำหนด												ทุก กฟฟ.
และความคาดหวังของลูกค้า													ผบค.,บด.
Note.- กิจกรรมทั้ง 3 ข้อ ผบธ.กบล.	2. วิเคราะห์ความต้องการที่สำคัญของลูกค้าต่องานบริการ	-		1 ครั้ง		-		-			0.01	0.01	กบล.(ผบธ.)
จะประสาน ก4 จัดทำแบบฟอร์มประเมิน	ตามมาตรฐานคุณภาพบริการ												ทุก กฟฟ.
ให้เป็นรูปแบบเดียวกัน													ผบค.,บด.
ข้อ 8. พัฒนาการปฏิบัติงานของผู้จัดการศูนย์ งานบริการลูกค้า (Front Manager) โดย ติดตามการขยายผลให้การไฟฟ้าชั้น 1-3 เพื่อให้ มีการบูรณาการงานส่วนของ Front Office ใน การให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว เพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า	3. ทบทวนมาตรฐานคุณภาพบริการแล้วแจ้งผลและประเด็น	-		-		1 ครั้ง		-			0.01	0.01	กบล.(ผบธ.)
	ปรับปรุงให้ ผพร./ส่วนเกี่ยวข้องพิจารณาปรับปรุง												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย จัดส่งผลการทบทวนมาตรฐานฯให้กับ ผพร.												ผบค.,บด.
	4. ประเมินผลพนักงานบริหารความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผบพ.
	บริการ (Front Manager)												ทุก กฟฟ.
*แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	เป้าหมาย กฟฟ.1-3, กฟส. ทุกแห่ง												ผบค.,บด.
Smart มุ่งสู่ความทันสมัย	กฟต.2 41 แห่ง												
- Service Excellence : การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ	(ปี 2561 กฟต.2 มี กฟฟ.ชั้น 1-3 จำนวน 16 แห่ง, กฟส. 25 แห่ง)												
และครบวงจร	Note.- ①มีบันทึกจาก ก4 ให้ ต1-3 รายงานผลการปฏิบัติงานของ FM ตามแบบฟอร์มที่กำหนด ②ไตรมาส 1/61 ก4 จะจัดอบรมให้ FM เติมรูปแบบ ③สำหรับ กฟส. ยังไม่ต้องดำเนินการ ให้รออนุมัติ												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า	4. เป้าหมาย ระดับ 4.37
ของทุกกลุ่มลูกค้า	ของลูกค้า	3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.28 ร้อยละ 100
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4	7. เป้าหมาย ระดับ 4.37
	ของลูกค้า	6.2 ความพึงพอใจลูกค้า 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์ 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.41 ระดับ 4.33 ระดับ 4.36 ระดับ 4.32 ระดับ 4.28 ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 3 งานทบทวนมาตรฐาน	5. เผยแพร่คู่มือบริการประชาชน	100%		-		-		-			0.02	0.02	กบส.(ผบธ.)
การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ	เป้าหมาย ขยายผลให้ไปยัง กฟย. ทุกแห่ง												ทุก กฟฟ.
และความคาดหวังของลูกค้า	กฟต.2 38 แห่ง												ผบค.,บต.
	01 ผบธ.กบส.ทำบันทึกเรียนย้ำให้ กฟย. Download												
	คู่มือประชาชน จาก ftp ที่ ผบธ.ได้วางข้อมูลไว้ให้												
	02 กบส.ติดตามผล เช่น ใช้ Dash Board Monitor กฟย.												
	แล้วจัดทำรายงานแจ้งกลับ กฟย.ทราบทุกเดือน												
*แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	6. ขยายผลให้ทุก กฟจ., กฟอ. ได้รับการรับรองมาตรฐาน	100%		100%		-		-			0.45	0.45	คณะทำงาน ต.2
Smart มุ่งสู่ความทันสมัย	การให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก												กฟฟ. ชั้น 1-3
- Service Excellence : การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ	(Government Easy Contact Center : GECC)												กฟส.
และครบวงจร	เป้าหมาย กฟฟ.ชั้น 1-2-3 = 7 แห่ง (ภูเก็ต, ปัตตอง, ตะกั่วป่า,												กฟส.อ.ชะวอด
	กาญจนดิษฐ์, เวียงสระ, พุนพิน, ปากพ่นัง)												
	กฟส.= 9 แห่ง (ท่าศาลา, ฉวาง, ชะวอด, ห้วยยอด, กันตัง,												
	ย่านตาขาว, ห้วยเหมือง, คลองท่อม, อ่าวลึก)												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า	4. เป้าหมาย ระดับ 4.37
ของทุกกลุ่มลูกค้า	ของลูกค้า	3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.28 ร้อยละ 100
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4	7. เป้าหมาย ระดับ 4.37
	ของลูกค้า	6.2 ความพึงพอใจลูกค้า 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์ 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.41 ระดับ 4.33 ระดับ 4.36 ระดับ 4.32 ระดับ 4.28 ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
ข้อ 2. รักษามาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) และขยายผลการดำเนินงานการรับรองมาตรฐาน GECC ไปยังการไฟฟ้าสาขาที่มีความพร้อมในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม และเมืองใหญ่													
แผนงานหลักที่ 3 งานทบทวนมาตรฐาน	7. เชิญชวนให้ลูกค้ากดประเมินความพึงพอใจผ่านระบบ	-		-		60%		-					
การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ	ประเมินผลความพึงพอใจ (Smile Box)												
และความคาดหวังของลูกค้า	เป้าหมาย ร้อยละ 60 ของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด												
	01 เชิญชวนให้ลูกค้ากดประเมินความพึงพอใจ												ทุก กฟฟ.
	02 คู่มือระบบ Smart Queue และ Smile Box												กฟท.(ผบค.)
	03 สรุปรายงานการประเมินผลความพึงพอใจจากระบบ	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					กฟท.(ผบค.)
	Smile Box												ผบค.,บด.
													พคค.
*แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	8. การขอใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ ตามแนวทาง	100%		100%		100%		100%			0.02	0.02	กบล.(ผบธ.)
Smart มุ่งสู่ความทันสมัย	Doing Business World Bank ภายใน 25 วัน ปฏิทิน	≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		≤ 25 วัน		≤ 25 วัน					ทุก กฟฟ.
- Service Excellence : การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ	เป้าหมาย กฟฟ. ชั้น 1-3 และ กฟส. ทุกแห่ง												ผบค.,บด.
และครบวงจร	กฟต.2 41 แห่ง												
	(ปี 2561 กฟต.2 มี กฟฟ.ชั้น 1-3 จำนวน 16 แห่ง, กฟส. 25 แห่ง)												
	หมายเหตุ รายละเอียดเงื่อนไขของผู้ใช้ไฟฟ้า ตามหนังสือเลขที่												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ของทุกกลุ่มลูกค้า

ของลูกค้า

3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

ระดับ 4.28

3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ของลูกค้า

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

ระดับ 4.41

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

ระดับ 4.33

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

ระดับ 4.36

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

ระดับ 4.32

6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

ระดับ 4.28

6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
	สรก.(ภ3) 583/2560 ลว. 18 ส.ค.2560												
ข้อ 1. ขยายผลการดำเนินงานตามกระบวนการให้บริการทางธุรกิจ ในการอำนวยความสะดวกการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าตามแนวทาง Doing Business : World Bank เพื่อให้การไฟฟ้าทุกแห่งสามารถให้บริการกับลูกค้าประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมได้ด้วยความสะดวกรวดเร็วและคล่องตัว													
แผนงานหลักที่ 3 งานทบทวนมาตรฐาน	9. จัดทำแผนการปรับปรุง (จากผลสำรวจความพึงพอใจปี 2560	-		-		1 ครั้ง		-					กบล.(ผลส.)
การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ	ที่ต่ำกว่าเกณฑ์ระดับ 4)												ทุก กฟฟ.
และความคาดหวังของลูกค้า	เป้าหมาย รายงานปีละ 1 ครั้ง ภายในหนึ่งไตรมาส หลังจาก												ผบค.,บด.
	ที่ได้รับผลสำรวจ												
	Note.-กฟพ. จะประสานงานเรื่องรูปแบบกับ ภ4 อีกครั้ง												
	(แต่ละปีจะต้องรอผลการประเมินปีก่อนหน้าประมาณ												
	ไตรมาส 2 จาก Tris)												
แผนงานหลักที่ 4 การพัฒนาการให้บริการลูกค้า	1. โครงการพัฒนาการให้บริการผ่าน Internet แบบครบวงจร												
ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	PEA Smart Plus บน Smart Phone (8 Functions)												
Note.- ขอนี้ยังอยู่ระหว่าง กฟภ. ว่าจ้าง ม.ธรรมศาสตร์	01 ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และเชิญชวนให้ลูกค้า												
เขียนโปรแกรม	Download ใช้งาน												
	เป้าหมาย ทุก กฟฟ. (จำนวนราย ไม่น้อยกว่าที่กำหนด)												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	4. เป้าหมาย
SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ	CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับ 4.37
ของทุกกลุ่มลูกค้า	ของลูกค้า	3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)	ระดับ 4.28
		3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ร้อยละ 100
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	7. เป้าหมาย
	CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4	ระดับ 4.37
	ของลูกค้า	6.2 ความพึงพอใจลูกค้า	
		6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย	ระดับ 4.41
		6.2.2 กลุ่มพาณิชย์	ระดับ 4.33
		6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม	ระดับ 4.36
		6.2.4 กลุ่มอื่นๆ	ระดับ 4.32
		6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)	ระดับ 4.28
		6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
	01 กรท.สนับสนุนข้อมูลการประชาสัมพันธ์												กรท.(ผสบ.)
	02 กอก.ประชาสัมพันธ์โครงการ												กอก.(ผสส.)
	03 กฟฟ.เชิญชวนให้ลูกค้า Download ใช้งาน												ทุก กฟฟ.
													ผบป.,บง.
แผนงานหลักที่ 4 การพัฒนาการให้บริการลูกค้า	02 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ Download												
ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	PEA Mobile App ผ่านใบแจ้งหนี้ Spot Bill												
(อยู่ระหว่างขออนุมัติหลักการจาก ผวก.)	อย่างน้อย 6 เดือน (3 Functions : การแจ้งค่าไฟฟ้า, รับแจ้งข้อร้องเรียน, สถิติการใช้ไฟ)												
โดยคณะอนุกรรมการย่อยธุรกิจเสริมใหม่ของ กฟผ.)	เป้าหมาย ก่อน 16 ม.ค. 2561	3 ครั้ง		3 ครั้ง									
	02.1 กำหนดข้อความประชาสัมพันธ์ที่จะพิมพ์ลงในใบแจ้งค่าไฟ												กรท.(ผสบ.)
	02.2 ประสานงาน-แจ้งบริษัทตัวแทนจดหน่วยเพื่อดำเนินการ												กชช.(ผบช.)
	2. การขยายผลการจัดส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้าอัตโนมัติให้แก่ลูกค้า												
	รายใหม่ ผ่านนวัตกรรม Smart Invoice												
	01 เชิญชวนลูกค้า (รายย่อย) ให้ลงทะเบียนหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่												
	(SMS) เพื่อรับบริการให้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยปีละ 10% ของจำนวน												
	ลูกค้าที่ลงทะเบียนเดิม (ระยะเวลา ม.ค. 2560 - ธ.ค. 2562)												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	4. เป้าหมาย
SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ	CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า	ระดับ 4.37
ของทุกกลุ่มลูกค้า	ของลูกค้า	3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)	ระดับ 4.28
		3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ร้อยละ 100
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	7. เป้าหมาย
	CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4	ระดับ 4.37
	ของลูกค้า	6.2 ความพึงพอใจลูกค้า	
		6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย	ระดับ 4.41
		6.2.2 กลุ่มพาณิชย์	ระดับ 4.33
		6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม	ระดับ 4.36
		6.2.4 กลุ่มอื่นๆ	ระดับ 4.32
		6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)	ระดับ 4.28
		6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	เป้าหมาย ลูกค้าลงทะเบียนฯ เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10%												
	01.1 เชิญชวนลูกค้าให้ใช้บริการ (รายย่อยสมัคร SMS)	-		-		-		10%(สิ้นปี)					ทุก กฟฟ.
												กฟฟ.1-3 (ผบค., ผบป.)	
												กฟส. (ผบต., ผบง.), กฟย.	
แผนงานหลักที่ 4 การพัฒนาการให้บริการลูกค้า	01.2 ควบคุม ดูแล ติดตาม และสรุปรายงานผล	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กชข.(ผบน.)
ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)													
	02 เชิญชวนลูกค้ารายใหญ่ให้ใช้บริการแจ้งค่าไฟฟ้า												
	Smart Invoice ไม่น้อยกว่า 50% ของจำนวนลูกค้า												
	รายใหญ่ทั้งหมด (ระยะเวลา ม.ค. 2560 - ธ.ค. 2562)												
	02.1 เชิญชวนลูกค้าใช้บริการ Smart Invoice												กฟฟ.1-3
	(Auto Fax, E-mail)												(ผบค., ผบป.)
	เป้าหมาย - รายเดิม 50 %	-		-		50%		-					กฟส.
	- รายใหม่ 25 %	-		-		25%		-					(ผบต., ผบง.)
	02.2 ควบคุม ดูแล ติดตาม และสรุปรายงานผล	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กชข.(ผบข.)

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า	4. เป้าหมาย ระดับ 4.37
ของทุกกลุ่มลูกค้า	ของลูกค้า	3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.28 ร้อยละ 100
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4	7. เป้าหมาย ระดับ 4.37
	ของลูกค้า	6.2 ความพึงพอใจลูกค้า 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์ 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.41 ระดับ 4.33 ระดับ 4.36 ระดับ 4.32 ระดับ 4.28 ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
	03 ติดตามประเมินผลจำนวนลูกค้าที่ลงทะเบียนรับ	-		-		20%		-					กทท.(ผสบ.)
	การบริการและความสำเร็จของการส่ง SMS (ทุกไตรมาส)											กพฟ.1-3(ผบป.)	
	เป้าหมาย ร้อยละ 20 ของผู้ใช้ไฟ (ไม่ระบุว่าเป็นรายไหน												กพส.(ผบง.)
	เนื่องจากแยกแยะไม่ได้)												
แผนงานหลักที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลของ	1. แผนงานพัฒนาระบบรับฟังเสียงของลูกค้า (PEA VOC System)												
องค์กรเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหาร	01 พัฒนาระบบรับฟังเสียงของลูกค้า (PEA VOC System)												
จัดการ (Data Driven Execution)	(กิจกรรมต่อเนื่องจากปี 2560)												
	สรุปข้อมูลเสียงของลูกค้าแต่ละกลุ่ม (ความต้องการ												
*แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	ความคาดหวัง ความไม่พึงพอใจ/ร้องเรียน/ข้อร้องขอ												
Smart มุ่งสู่ความทันสมัย	ความพึงพอใจ/ข้อชื่นชม และข้อเสนอแนะ) ปี 2561												
- Service Excellence : การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ	ในแต่ละช่องทาง ส่งให้คณะทำงานด้านการบริการลูกค้า												
และครบวงจร	ทุกไตรมาส												
	01.1 การรับฟังเสียงของลูกค้าทางโทรศัพท์ (Voice-based)												
ข้อ 5. ขยายผลการนำระบบรับฟังเสียงลูกค้า (PEA	- 1129 PEA Call Center (สรุปรายงานในระบบ)	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ผวธ.(ภ4)

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า	4. เป้าหมาย ระดับ 4.37
ของทุกกลุ่มลูกค้า	ของลูกค้า	3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.28 ร้อยละ 100
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4	7. เป้าหมาย ระดับ 4.37
	ของลูกค้า	6.2 ความพึงพอใจลูกค้า 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์ 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.41 ระดับ 4.33 ระดับ 4.36 ระดับ 4.32 ระดับ 4.28 ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
VOC System) และระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์	ขั้นตอน												
(Customer Relationship Management : CRM)	1. ผู้ใช้โทรแจ้ง 1129												
มาใช้สนับสนุนข้อมูลในการให้บริการลูกค้าให้ครบ	2. 1129 ส่งข้อมูลเข้าระบบ PEA VOC System เข้าแต่ละ กฟพ.												
ทุกพื้นที่	3. แต่ละ กฟพ. รับเรื่องแล้วดำเนินการตามอำนาจหน้าที่												กฟพ.1-3(ผบค.)
	หากเกินอำนาจ ก็นำเข้าสู่วุฒิสภา กฟพ.												กฟส.(ผบค.)
													กฟย.
แผนงานหลักที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลของ	01.1 การรับฟังเสียงของลูกค้าทางโทรศัพท์ (ต่อ)												
องค์กรเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหาร	- โทรศัพท์สำนักงาน												
จัดการ (Data Driven Execution)	สรุปรายงาน (ในระบบ)												กบส.(ผลส.)
	1. รายงานระบบรับฟังเสียงของลูกค้า (ร้องขอ แนะนำ ชื่นชม	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กฟพ.1-3(ผบค.)
*แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	แจ้งเบาะแส ร้องเรียน)												กฟส.(ผบค.)
Smart มุ่งสู่ความทันสมัย	2. รายงานระบบรับฟังเสียงของลูกค้า (ความต้องการ	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กฟย.
- Service Excellence : การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ	ความคาดหวัง)												
และครบวงจร													
	ขั้นตอน												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ของทุกกลุ่มลูกค้า

ของลูกค้า

3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

ระดับ 4.28

3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ของลูกค้า

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

ระดับ 4.41

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

ระดับ 4.33

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

ระดับ 4.36

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

ระดับ 4.32

6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

ระดับ 4.28

6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
ข้อ 5. ขยายผลการนำระบบรับฟังเสียงลูกค้า (PEA VOC System) และระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) มาใช้นับสนับสนุนข้อมูลในการให้บริการลูกค้าให้ครบทุกพื้นที่	1. ผู้ใช้ไฟโทรศัพท์แจ้ง กฟฟ. (กรอกลงแบบฟอร์ม)												
	2. แจ้งให้ FM รวบรวมข้อมูล												
	3. FM แจ้ง ผบค.กฟฟ. คีย์ข้อมูลเข้าระบบ												
	4. ผบค.กฟฟ.ทำบันทึกแจ้งโดยให้ ผจก. ส่งการไปยังแผนกที่เกี่ยวข้อง												
	Note.- หากมีโทรศัพท์ที่ กฟข. ให้ ผลส.กบส. ดำเนินการ												
แผนงานหลักที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กรเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหารจัดการ (Data Driven Execution)	01.2 การรับฟังด้วยการปฏิสัมพันธ์ (Interaction-based) - ติดต่อโดยตรงที่สำนักงาน												กบส.(ผลส.)
	สรุปรายงาน (ในระบบ)	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กฟฟ.1-3(ผบค.)
	ขั้นตอน												กฟส.(ผบค.)
*แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	1. ผู้ใช้ไฟมาแจ้งโดยตรงที่ กฟฟ. หรือทำเป็นหนังสือแจ้งมา												กฟย.
Smart มุ่งสู่ความทันสมัย	2. กรอกรายละเอียดลงระบบ VOC												
- Service Excellence : การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศและครบวงจร	3. ส่งต่อส่วนเกี่ยวข้องดำเนินการ												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ของทุกกลุ่มลูกค้า

ของลูกค้า

3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

ระดับ 4.28

3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ของลูกค้า

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

ระดับ 4.41

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

ระดับ 4.33

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

ระดับ 4.36

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

ระดับ 4.32

6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

ระดับ 4.28

6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	- การสานเสวนา	-		1 แห่ง		-		-					กอก.(ผลส.)
ข้อ 5. ขยายผลการนำระบบรับฟังเสียงลูกค้า (PEA VOC System) และระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) มาใช้สนับสนุนข้อมูลในการให้บริการลูกค้าให้ครบทุกพื้นที่	<u>เป้าหมาย</u> เขตละ 1 แห่ง												
แผนงานหลักที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กรเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหารจัดการ (Data Driven Execution)	01.2 การรับฟังด้วยการปฏิสัมพันธ์ (ต่อ) - กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ <u>เป้าหมาย</u> สรุปรายงานผลกิจกรรมดังนี้												
	1. เยี่ยมลูกค้าโดย ผจก./Key Account/ผวต., ผบค.	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		กฟฟ.1-3(ผวต., ผบค., KA)			
*แผนการดำเนินงาน ผวค. ปี 2561	2. เยี่ยมลูกค้าโดย อช./ผู้แทน	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
Smart มุ่งสู่ความทันสมัย	3. สัมมนาลูกค้ารายใหญ่	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
- Service Excellence : การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ	4.การดูแลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง			กฟฟ.1-3(KA), กบล.(ผลส.)		
และครบวงจร	5. การให้บริการเสริมพิเศษโดยไม่คิด คชจ.	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า	4. เป้าหมาย ระดับ 4.37
ของทุกกลุ่มลูกค้า	ของลูกค้า	3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.28 ร้อยละ 100
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4	7. เป้าหมาย ระดับ 4.37
	ของลูกค้า	6.2 ความพึงพอใจลูกค้า 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์ 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	ระดับ 4.41 ระดับ 4.33 ระดับ 4.36 ระดับ 4.32 ระดับ 4.28 ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
ข้อ 5. ขยายผลการนำระบบรับฟังเสียงลูกค้า (PEA VOC System) และระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) มาใช้นับสนุนข้อมูลในการให้บริการลูกค้าให้ครบทุกพื้นที่	01.3 การสำรวจข้อมูลลูกค้า (Survey-based) - โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจ ภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน (3 ประเภท คือ 1) ขยายเขตแรงต่ำ 3 ราย/กฟพ.จุดรวมงาน/ไตรมาส 2) ขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์ 3 ราย/กฟพ.จุดรวมงาน/ไตรมาส 3) ขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย 1 ราย/กฟพ. (เป้าหมาย เขตละ 400 ราย/ปี แต่ ต.2 มีแผนดำเนินการ 448 ราย)	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง				กฟพ.1-3(ผวต., ผบค.)	
		48 ราย		48 ราย		48 ราย		48 ราย					กบส.(ผลส.)
		48 ราย		48 ราย		48 ราย		48 ราย					กบส.(ผลส.)
		16 ราย		16 ราย		16 ราย		16 ราย					กบส.(ผลส.)
แผนงานหลักที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กรเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหารจัดการ (Data Driven Execution)	02 ประชุมชี้แจงการใช้งานให้กับผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง (เรื่องการรับฟังเสียงของลูกค้า : VOC)	1 ครั้ง		-		-		-			0.035	0.035	กบส.(ผลส.)
													ทุก กฟพ.
	2. แผนงานพัฒนาระบบสนับสนุนงานสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า										1 ครั้ง		กบส.(ผลส.)
*แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	(CRM Plus)												ทุก กฟพ.
Smart มุ่งสู่ความทันสมัย	01 พัฒนาระบบสนับสนุนงานสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า			รอเกณฑ์วัดจากส่วนเกี่ยวข้อง									
- Service Excellence : การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ	(CRM Plus) ร่วมกับ ผพท. (กิจกรรมต่อเนื่องจากปี 2560)												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ของทุกกลุ่มลูกค้า

ของลูกค้า

3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

ระดับ 4.28

3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ของลูกค้า

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

ระดับ 4.41

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

ระดับ 4.33

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

ระดับ 4.36

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

ระดับ 4.32

6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

ระดับ 4.28

6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
และครบวงจร	02 ติดตามประเมินผลเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ	-		-		-		1 ครั้ง					
ข้อ 5. ขยายผลการนำระบบรับฟังเสียงลูกค้า (PEA													
VOC System) และระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์													
(Customer Relationship Management : CRM)													
มาใช้สนับสนุนข้อมูลในการให้บริการลูกค้าให้ครบ													
ทุกพื้นที่													

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า

3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41

ระดับ 4.33

ระดับ 4.36

ระดับ 4.32

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม	1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป้าหมายด้วยกิจกรรมดังนี้	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
	01 ประสานงานและสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ตามข้อมูล BOI/หน่วยงาน ท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย รายงานผลทุกไตรมาส												
	02 การให้บริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย												กบล.(ผลส.)
	02.1 บริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์ (รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)	-		1 ครั้ง		-		-					กบข.(ผปย.)
	เป้าหมาย ทุกรายที่เข้าตามหลักเกณฑ์ (20 ล้านบาทขึ้นไป)												กฟอ.เวียงสระ
	กฟต.2 จำนวน 1 ราย												
	03 การเยี่ยมเยือนลูกค้า												
	03.1 เยี่ยมเยือนลูกค้า High value และ/หรือลูกค้ารายสำคัญ												กบล.(ผลส.)
	03.1.1 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า และขออนุมัติ											กฟฟ.1-3 (ผวต., ผบค.)	
	เป้าหมาย อช./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	100%		100%		100%		100%			0.155	0.155	
	ผจก. กฟฟ.1-3 ไตรมาสละ 6 ราย	100%		100%		100%		100%			0.768	0.768	
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับ	03.1.2 ประชุมคณะกรรมการบริหารลูกค้ารายสำคัญ	-		1 ครั้ง		-		1 ครั้ง			0.005	กบล.(ผลส.), กฟฟ.1-3, กฟส.	

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า

3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41

ระดับ 4.33

ระดับ 4.36

ระดับ 4.32

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
ลูกค้าแต่ละกลุ่ม	เป้าหมาย ปีละ 2 ครั้ง (อช.ประธาน,อช.บล.เลขาฯ,อช.ที่เกี่ยวข้อง,ผจก.กฟฟ. โดยให้จัดประชุมพร้อมกับคณะทำงานในแผนงานที่ 6 ข้อ 3)												
	03.1.3 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (Bic SAF	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง			กฟฟ.1-3(KA), กบล.(ผลส.)		
	03.1.4 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญ	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
	ของลูกค้า และแนวทางปรับปรุงแก้ไข												
	03.2 การเยี่ยมเยียนลูกค้า High Value (ต.2 = 88 ราย)	100%		100%		100%		100%			0.088	0.088	ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย 50% ของ กฟต.2 = จำนวน 44 ราย (เอกสารแนบ)												
	(โดย ผวต. หรือ ผบค.)												
	03.3 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ (โดย KAM)	100%		100%		100%		100%			0.416	0.416	ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย รายสำคัญ 100% ทุกราย												
	กฟต.2 จำนวน 416 ราย(เอกสารแนบ)												
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับ	04 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่	1 ครั้ง		-		-		-			1.1	1.1	กบล.(ผลส.)
ลูกค้าแต่ละกลุ่ม	04.1 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปี												ทุก กฟฟ.

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า

3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41

ระดับ 4.33

ระดับ 4.36

ระดับ 4.32

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	และขออนุมัติ ภายในเดือน มี.ค. (ไตรมาส 1)												ผบค.,บด.
	เป้าหมาย ทุก กฟฟ. ที่เข้าหลักเกณฑ์การจัดสัมมนา					4 กฟฟ.							ผบป.,บง.
	กฟจนศ. จำนวน 3 แห่ง												
	(กฟจนศ.,กฟอ.ทส.,กฟอ.ทศ.,กฟอ.ปพน.)												
	04.2 สรุปรายงานวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา ทุกไตรมาส	-		-		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	05 การดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account												กบล.(ผลส.)
	05.1 สรุปผลการดำเนินงานและปัญหาจากระบบ	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					ทุก กฟฟ.
	ฐานข้อมูลสารสนเทศฯ (เข้ากับแผนข้อ 03.1.4)												
	2. การสูญเสียลูกค้า กฟภ. ให้กับ SPP												
	01 รายงานการสูญเสียลูกค้า กฟภ. ให้กับ SPP	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กหว.(ผลส.)
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับ	3. ประชุมคณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟข.	-		1 ครั้ง		-		1 ครั้ง			0.005	0.005	กบล.(ผลส.)
ลูกค้าแต่ละกลุ่ม	เป้าหมาย ปีละ 2 ครั้ง (อ.ฟ.บ.ประธาน, ท.ผลส.กบล.เลขาฯ,												ทุก กฟฟ.
	KAM ทุก กฟฟ.เป็นคณะทำงาน โดยให้ประชุมพร้อมกับคณะกรรมการในแผนงานที่ 6 ข้อ 03.1.2												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า

3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41

ระดับ 4.33

ระดับ 4.36

ระดับ 4.32

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	4. ประชุมคณะทำงานบริหารลูกค้ารายสำคัญประจำ กฟฟ.	-		1 ครั้ง		-		1 ครั้ง			0.005	0.005	กฟฟ.1-3
	เป้าหมาย ปีละ 2 ครั้ง												(ผวต., ผบค.)
	5. 01 ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการพนักงานผู้ปฏิบัติงาน KAM ของ ก4	-		-		1 ครั้ง		-					ผวธ.(ก4)
	02 ติดตามผลหลังจากการสัมมนา และสรุปรายงานเพื่อนำมา	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
	ปรับปรุงพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ ทุกไตรมาส												
	เป้าหมาย จัดประชุมปีละ 1 ครั้ง												
	6. สรุปผลความพึงพอใจของลูกค้าต่อเจ้าหน้าที่ KAM	-		-		1 ครั้ง		-					call center
	จากผลสำรวจโดย PEA Call Center												
	เป้าหมาย KAM ประจำ กฟฟ. ทุกสาย ปีละ 1 ครั้ง (KAM 60 คน)												
	กฟต.2 1 ครั้ง (KA 416 ราย)												
	Note.- ข้อมูลลูกค้า (กฟฟ.ส่ง กบล.ส่ง กบพ.ส่ง 1129 เพื่อสำรวจ)												กบล.(ผลส.)
													ทุก กฟฟ.
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับ	7. จัดประชุม คู่ค้า/ผู้รับจ้างงานบริการด้านมิเตอร์/	-		-		1 ครั้ง		-					กบญ.(ผตป.)
ลูกค้าแต่ละกลุ่ม	จดหน่วยแจ้งค่าไฟฟ้า เกี่ยวกับการให้บริการกับลูกค้า												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย เขตจัด ปีละ 1 ครั้ง												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า

3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41

ระดับ 4.33

ระดับ 4.36

ระดับ 4.32

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	8. เปิดให้บริการ PEA Shop	(รอค่าเป้าหมาย โดย อ.สุภาพ จะประสานงานกับ รฟ.วัฒนา)											
	เป้าหมาย กฟต.2 = 3 แห่ง (กระบี่, ฉลอง, พุนพิน) และอาจพิจารณายกระดับ นครศรีฯ และอาจขยายของ ตรัง)												คณะทำงาน
	** อาจมีการเปลี่ยนแปลง อยู่ระหว่างการทบทวนหลักเกณฑ์												
	การเปิด Shop ของคณะทำงาน Smart Front Office**												
	9. ก่อสร้างสำนักงาน กพย.แบบ Knockdown	(รอค่าเป้าหมาย)											กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย กฟต.2 - แห่ง												
	10. สรุปผลความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจเสริม	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย รายงานทุกไตรมาส (เขตละ 200 ราย)												กบล.(ผบธ.)
	(ยกเลิกแผนงาน เนื่องจากซ้ำซ้อนกับแผนงานที่ 5 ข้อ 01.3)												
แผนงานหลักที่ 6 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม	11. สรุปผลการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า โดยวิธีโทรศัพท์	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
	สอบถามความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน-												ทุก กฟฟ.
	เป้าหมาย รายงานทุกไตรมาส (เขตละ 400 ราย)												
	(ยกเลิกแผนงาน เนื่องจากซ้ำซ้อนกับแผนงานที่ 5 ข้อ 01.3-2)												
แผนงานหลักที่ 7 การบริหารจัดการข้อร้องเรียน	1. บริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า โดยตรวจสอบข้อเท็จจริง	4 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					กบล.(ผลส.)

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ ของทุกกลุ่มลูกค้า	2. กลยุทธ์ระดับองค์กร CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว	3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า 3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	4. เป้าหมาย ระดับ 4.37 ระดับ 4.28 ร้อยละ 100
	5. กลยุทธ์ระดับสายงาน CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว	6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน 6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4 6.2 ความพึงพอใจลูกค้า 6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย 6.2.2 กลุ่มพาณิชย์ 6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม 6.2.4 กลุ่มอื่นๆ 6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account) 6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด	7. เป้าหมาย ระดับ 4.37 ระดับ 4.41 ระดับ 4.33 ระดับ 4.36 ระดับ 4.32 ระดับ 4.28 ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
ให้กับลูกค้า	กำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ลูกค้าเป็นที่เข้าใจ												ทุก กฟฟ.
	ภายใน 30 วัน (ปฏิทิน) (รวมถึงติดตามการแก้ไขให้เกิดผลสำเร็จ)												นคต.
	ภายในเวลาที่กำหนดดังนี้												
	01 IA/IR Chat ภายใน 24 ชั่วโมง (เรื่องเร่งด่วน)	4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง				กอก.(ชก.), ทุกฝ่าย, ทุกกอง,	
	(กอก.บันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องชี้แจงผลการแก้ไข ลงในระบบรับฟังเสียงลูกค้า (PEA VOC System), กบล.สรุปรายงานให้ ผวธ.ภ4)											ทุก กฟฟ., กบล.(ผลส.)	
	02 ประเด็นทั่วไป พบผู้ใช้ไฟ ภายใน 5 วัน ตอบเป็น	4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง					ทุก กฟฟ.
	ลายลักษณ์อักษร ภายใน 30 วัน												กบล.(ผลส.)
	(ทุกช่องทาง)												นคต.
	03 ครั้งหนึ่ง (50 %) ของทุกประเภทภายใน 15 วัน	4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง					ทุก กฟฟ.
													กบล.(ผลส.)
แผนงานหลักที่ 7 การบริหารจัดการข้อร้องเรียน	04 สำนวความพึงพอใจภายหลังแก้ไขข้อร้องเรียน ทุกราย	4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง		4 ครั้ง					นคต.
	(แยกตามประเภทข้อร้องเรียน ตามมาตรฐานการบริการ)	Note.- ถ้าร้องเรียนผ่าน 1129 (Code C) 1129 สำนวเองหลังจากปิดเรื่อง ถ้าร้องผ่านช่องทางอื่น หน่วยงานที่ถูกร้องเรียน จะเป็นผู้สำวเองหลังจากปิดเรื่องร้อง1129, กฟฟ., กบล.											
	05 วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการแก้ไข	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	ข้อร้องเรียน จากผลการสำวจโดย PEA Call Center												
	เป้าหมาย กฟต.2 4 ครั้ง (ไตรมาสละครั้ง)												
ให้กับลูกค้า													
	2. เร่งรัด ติดตาม ประเมินผลความสำเร็จของการจัดการ	3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง		3 ครั้ง					กบล.(ผลส.)
	ข้อร้องเรียนทุกเดือน (ให้ปิดให้ได้ตามกำหนด)												ทุก กฟฟ.

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้า

3.2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

3.3 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

6.1 ความพึงพอใจของลูกค้า สายงานการไฟฟ้า ภาค 4

6.2 ความพึงพอใจลูกค้า

6.2.1 กลุ่มบ้านอยู่อาศัย

6.2.2 กลุ่มพาณิชย์

6.2.3 กลุ่มอุตสาหกรรม

6.2.4 กลุ่มอื่นๆ

6.3 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าสำคัญ (Key Account)

6.4 ร้อยละของข้อร้องเรียนที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จตาม SLA ที่กำหนด

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.37

ระดับ 4.41

ระดับ 4.33

ระดับ 4.36

ระดับ 4.32

ระดับ 4.28

ร้อยละ 100

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
													นกด.
แผนงานหลักที่ 8 งานพัฒนาศักยภาพพนักงาน ที่ดูแลลูกค้ารายใหญ่ (Key Account)	1. พัฒนาศักยภาพพนักงานที่ดูแลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account)	-		1 ครั้ง		-		-			0.195	0.195	กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย จัดอบรมพนักงาน 1 ครั้ง/เขต												
	2. สรุปข้อมูลและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและตลาด												
	มาเป็นปัจจัยนำเข้า (input)												
	01 รายงานข้อมูลแรงดันจุดที่ลูกค้าร้องเรียนเกี่ยวกับแรงดันไม่	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กฟฟ.
	(เฉพาะส่วนที่มีการร้องเรียน) ของแต่ละระบบแรงดัน												กบล.(ผลส.)
	เป้าหมาย รายงานผลเป็นรายไตรมาส												นกด.
	Note.- กฟฟ.ตรวจสอบแรงดัน บันทึกแบบฟอร์ม,สรุปรายงาน กบล.												ผบป.,กป.
	กบล.รายงาน สายงาน ว,วศ.												
แผนงานหลักที่ 8 งานพัฒนาศักยภาพพนักงาน ที่ดูแลลูกค้ารายใหญ่ (Key Account)	02 รายงานการประเมินประสิทธิภาพ ด้านความเพียงพอ	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					กปบ.(ผวว.)
	02.1 รายงานสรุปข้อมูลสายส่งและจำหน่ายที่มีโหลดเกินพิกัด												
	02.2 รายงานสรุปข้อมูลหม้อแปลงไฟฟ้ากำลังที่มีโหลด												
	เกินพิกัด โดยเรียงลำดับจากปัญหามากไปหาน้อย												
	เป้าหมาย รายงานผลทุกไตรมาส												

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2561

แผนงานตามภาระหน้าที่

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2561								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานที่ 26 แผนงานขยายผลระบบประเมินความพึงพอใจ โดยใช้ระบบ Smart Display ผ่านจอ Touch Screen และประมวลผลด้วยระบบ Customer's Smile Feedback (ด้าน Customer Value Proposition)	1. ขยายผล ให้การไฟฟ้าชั้น 1-3 ตามที่ กฟผ. กำหนด 01 ติดตั้งระบบ(หลังจากได้รับอุปกรณ์จาก กคช.) 02 จัดประชุมชี้แจงเพื่อนำมาใช้งาน Note.- ถ้า กฟผ. ได้รับอุปกรณ์ Touch Screen จากกองคอมพิวเตอร์และเครือข่าย ก็จะเร่งดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 1 เดือน												กรท.(ผปค.)
*แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561	2. สรุปรายงานผลการใช้งานระบบประเมินความพึงพอใจ												กรท.(ผสจ.)
Smart มุ่งสู่ความทันสมัย	ไตรมาสละ 1 ครั้ง												
- Service Excellence : การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ													
และครบวงจร													
ข้อ 9. ขยายผลระบบประเมินความพึงพอใจให้การไฟฟ้าชั้น 1-3 โดยใช้ระบบ Smart Display ผ่านจอ Touch Screen และประมวลผลด้วยระบบ Customer's Smile Feedback เพื่อให้ลูกค้าได้รับการตอบสนองการแก้ไขปัญหา และช่วยให้ผู้บริหารมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ													
แผนงานที่ 27 แผนงานขยายผลการใช้งานโปรแกรมระบบงานจ่ายไฟ (DMSX) (ด้าน Customer Value Proposition)	1. ขยายผลการใช้งานโปรแกรมระบบงานจ่ายไฟ (DMSX) ให้การไฟฟ้าชั้น 1-3 และการไฟฟ้าสาขา ตามที่ กฟผ. กำหนด 01 กรท. OJT ให้กับพนักงาน ณ ที่ตั้งของ กฟฟ.ชั้น 1-3 02 กรท OJT ให้กับพนักงาน ณ ที่ตั้งของ กฟส.	100%		100%									กรท.(ผสจ.)
*แผนการดำเนินงาน ผวก. ปี 2561													
Smart มุ่งสู่ความทันสมัย	2. รายงานผลการใช้งานโปรแกรมระบบงานจ่ายไฟ (DMSX)												กรท.(ผสจ.)
- Service Excellence : การบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ	ไตรมาสละ 1 ครั้ง												กบญ.(ผตป.)
และครบวงจร	01 ติดตาม ประเมินผล	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
	02 สรุปรายงานผลการดำเนินงาน	1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง		1 ครั้ง					
ข้อ 10. ขยายผลการใช้งานโปรแกรมระบบงานจ่ายไฟ (DMSX) ให้การไฟฟ้าชั้น 1-3 และการไฟฟ้าสาขา เพื่อสนับสนุนงานจ่ายไฟและติดกลับมิเตอร์ให้มีประสิทธิภาพ มีความถูกต้องและรวดเร็วในการปฏิบัติงานรองรับการเชื่อมโยงกับ Application “PEA Smart Plus”													