

แผนปฏิบัติการประจำปี 2559
ของ กฟจ.ตรัง

Customer Value Proposition

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัดกุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้า

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

150 เรื่อง/ล้านราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

รอกำเป้าหมายจากผู้รับผิดชอบ

[illegible]

Customer Value Proposition

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัดอุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้า

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

150 เรื่อง/ล้านราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกกระตือรือร้นการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

รอกำเป้าหมายจากผู้รับผิดชอบ

[illegible]

Customer Value Preposition

แผนปฏิบัติการ กฟพ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้า
จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.25
150 เรื่อง/ล้านราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ
จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.25
รอกำเป้าหมายจากผู้รับผิดชอบ

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2559								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	02 ปรับปรุงกระบวนการงาน (กฟพ.จัดรวมงานอย่างน้อย 1 กระบวนการงาน)	-	-	-	-	-	-	1	1		-	-	กฟพ.1-3
								กระบวนการงาน	กระบวนการงาน				
	03 ติดตามประเมินผลการใช้ SLA และ QA for SLA (โครงการ QA for SLA)	-	-	-	-	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-	-		0.309	0.309	คณะทำงาน QA for SLA
* กิจกรรมเพิ่มเติมของ กฟพ.2	04 ดำเนินงานตามคู่มือระบบประกันคุณภาพบริการ : SQA กระบวนการแก้กระแสไฟฟ้าขัดข้อง (P2) ตามอนุมัติ ผวก. ที่จะเพิ่มกระบวนการรับประกันใหม่ในปี 2559	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		-	-	คณะทำงาน SLA กฟพ.ตรัง
	04 รายงานผลให้ กฟพ.2 ทุกไตรมาส	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง		-	-	คณะทำงาน SLA
													กบล(ผบธ)
	3. One Touch Service										0.12	0.12	คณะทำงาน One Touch Service
	01 แต่งตั้งคณะทำงานดำเนินการ ระดับ กฟพ. (ไตรมาส 1)	1 ครั้ง	-	-	-	-	-	-	-				
	02 ประชุมติดตามประเมินผลทุกไตรมาส	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง				กบล(ผลส.)
	03 สรุปรายงานผลทุกไตรมาส	1 ครั้ง	-	1 ครั้ง	-	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง				กฟพ.ตรัง
	04 ปรับปรุงการดำเนินการ (ที่ระดับ กฟพ. ดำเนินการได้ ถ้าเกินอำนาจ ให้เสนอตามลำดับชั้น)												
	6. ประเมินประสิทธิภาพการส่งจ่ายตามความต้องการ การใช้ไฟฟ้าของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น												
	01 จัดส่งข้อมูล (รายละเอียด)	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง				กบล.(ผลส)

Customer Value Proposition

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้า

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

150 เรื่อง/ล้านราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

รอกำเป้าหมายจากผู้รับผิดชอบ

[illegible]

Customer Value Preposition

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Customer Value Preposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้า

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

150 เรื่อง/ล้านราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

รอกำเป้าหมายจากผู้รับผิดชอบ

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2559								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	(Customer Experience Management : CEM)												กฟจ.ตรัง
แผนงานหลักที่ 18 งานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	1. เยี่ยมเยือนลูกค้า High value และ/หรือลูกค้ารายสำคัญ										2,254	2,254	กบล.(ผลส.)
	01 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า และขออนุมัติ	ภายใน ก.พ.											กฟจ.ตรัง
	เป้าหมาย : รพค./ผู้แทน ไตรมาสละ 1 ราย							-	-				ผวธ.(ก4)
	อช./ผู้แทน ไตรมาสละ 2 ราย							2 ราย	2 ราย				กบล.(ผลส.)
	ผจก. กฟฟ.1-3 ไตรมาสละ 3 ราย	3 ราย	3 ราย	3 ราย	3 ราย	3 ราย	3 ราย	3 ราย	3 ราย				กฟจ.ตรัง
	02 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (Bic SAP)	-	-	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-	-	-	-				
	03 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง				กฟจ.ตรัง
	ลูกค้าและแนวทางปรับปรุงแก้ไข												
	2. ลูกค้ารายอื่น (รายสำคัญ, High value, ส่วนราชการ ฯลฯ)												กฟจ.ตรัง
	01 รายสำคัญ 100% ทุกราย	25%	25%	50%	100%	75%	-	100%	-				
	กฟจ.ตรัง = 32 ราย	8 ราย	8 ราย	8 ราย	24 ราย	8 ราย	-	8 ราย	-				
	02 High Value 50% (ทั้งหมด 348 ราย)												
	กฟต.2 = 28 ราย	-	-	-	-	-	-	-	-				
	3. การสัมมนาลูกค้ารายใหญ่										3,068	3,068	กบล.(ผลส.)
	01 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปี	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-	-	-	-	-	-				กฟจ.ตง.

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

1. วัดอุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้า

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

150 เรื่อง/ล้านราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

รอกำเป้าหมายจากผู้รับผิดชอบ

[illegible]

Customer Value Proposition

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัดกุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกกระตือรือร้นการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้า

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

150 เรื่อง/ล้านราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกกระตือรือร้นการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

รอกำเป้าหมายจากผู้รับผิดชอบ

[illegible]

Customer Value Proposition

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัดอุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้า

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

150 เรื่อง/ล้านราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความ

ต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

CR2 ยกระดับการให้บริการอย่างครบวงจรและมุ่งมั่น

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของลูกค้าในสายงานฯ

จำนวนข้อร้องเรียนต่อจำนวนผู้ใช้ไฟ

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.25

รอกำเป้าหมายจากผู้รับผิดชอบ

[illegible]

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Internal Process

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ
เพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

OM1 ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- Inventory Turnover

4. เป้าหมาย
90 รอบ/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OM1 ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- Inventory Turnover

7. เป้าหมาย
รอบ/ปี

[illegible]

4. เป้าหมาย

រ៉ូយតេ 70

7. เป้าหมาย

ร้อยละ 90

[illegible]

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ
เพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)
ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)
ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)
ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

4. เป้าหมาย

8.60 ครั้ง/ราย/ปี
2.924 ครั้ง/ราย/ปี
250.35 นาที/ราย/ปี
10.747 นาที/ราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)
ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)
ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)
ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) 12 เมืองใหญ่

7. เป้าหมาย

.....ครั้ง/ราย/ปี
.....ครั้ง/ราย/ปี
.....นาที/ราย/ปี
.....นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2559								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
แผนงานหลักที่ 23 แผนงานบำรุงรักษาระบบไฟฟ้า	1.การตรวจสอบระบบไฟฟ้าและการแก้ไข												
	- รายงานผลจากระบบงาน SAP-PM												
	01 ตรวจสอบระบบไฟฟ้า (Patrol System)												
	- ระบบสายส่ง 115 kV (วงจร-กม.) (จำนวนใบสั่งงาน (ZPM4)...ใบ)	100%	141.41%	100%	98%	100%	98%	100%	98%		0.238	0.238	กษช.(ผตบ.)
	เป้าหมาย 100% ทุกไตรมาส	51.2	72.4	102.4	100.00	51.2	50.00	51.2	50.00				กฟผ.ตรัง
	กฟผ.ตรัง256..... วงจร- กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.				
	- ระบบจำหน่ายแรงสูง (วงจร -กม.) (จำนวนใบสั่งงาน(ZPM4)...ใบ)	100%	37.39%	100%	113.05%	100%	79.06%	100%	90.35%		0.890	0.890	กษช.(ผตบ.)
	เป้าหมาย 100% ทุกไตรมาส	885.45	331.05	885.45	1001	885.45	700	885.45	800.00				กฟผ.ตรัง
	กฟผ.ตรัง. ... 3,541.8..... วงจร- กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.				
	- ระบบจำหน่ายแรงต่ำ (วงจร-กม.) (จำนวนใบสั่งงาน (ZPM4)...ใบ)	100%	99.50%	100%	97.31%	100%	87.06%	100%	98.44%				กษช.(ผตบ.)
	เป้าหมาย 100%	1,005	1,000	1,005	978	1,005	875	960	945.00				กฟผ.ตรัง
	กฟผ.ตรัง.3,975..... วงจร- กม.	-	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.	-	วงจร-กม.	วงจร-กม.	วงจร-กม.				
	02 แก้ไขและซ่อมแซมระบบไฟฟ้า												
	หลังจากการตรวจสอบ (Patrol System)												
	เป้าหมาย 100% ทุกไตรมาส												
	- ระบบสายส่ง 115 kV (จำนวนใบสั่งงาน (ZPM2)...ใบ)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%				กษช.(ผตบ.)
	กฟผ.ตรัง.256..... วงจร- กม.												กฟผ.ตรัง
	- ระบบจำหน่ายแรงสูง (จำนวนใบสั่งงาน (ZPM2)...ใบ)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%				กษช.(ผตบ.)
	กฟผ.ตรัง. ... 3,541.8..... วงจร- กม.												กฟผ.ตรัง
	- ระบบจำหน่ายแรงต่ำ (จำนวนใบสั่งงาน (ZPM2)...ใบ)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%				กฟผ.ตรัง
	กฟผ.ตรัง.3,975..... วงจร- กม.												

จำนวน ทั้งหมด 23 ใบ
- ปิดงานแล้ว 23 ใบ

Internal Process

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Internal Process

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ
เพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)
- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)
- ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

4. เป้าหมาย
- 8.60 ครั้ง/ราย/ปี
- 2.924 ครั้ง/ราย/ปี
- 250.35 นาที/ราย/ปี
- 10.747 นาที/ราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
- OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)
 - ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)
 - ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)
 - ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) 12 เมืองใหญ่

7. เป้าหมาย
-ครั้ง/รายปี
-ครั้ง/รายปี
-นาที/รายปี
-นาที/รายปี

[illegible]

4. เป้าหมาย

8.60 ครั้ง/ราย/ปี

2.924 ครั้ง/ราย/ปี

250.35 นาที/ราย/ปี

10.747 นาที/ราย/ปี

7. เป้าหมาย

.....ครั้ง/ราย/ปี

.....ครั้ง/ราย/ปี

.....นาที/ราย/ปี

.....นาที/ราย/ปี

[illegible]

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ
เพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)
ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)
ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)
ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

4. เป้าหมาย

8.60 ครั้ง/ราย/ปี
2.924 ครั้ง/ราย/ปี
250.35 นาที/ราย/ปี
10.747 นาที/ราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)
ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)
ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)
ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) 12 เมืองใหญ่

7. เป้าหมาย

.....ครั้ง/ราย/ปี
.....ครั้ง/ราย/ปี
.....นาที/ราย/ปี
.....นาที/ราย/ปี

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2559								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1)	(2)	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	ลงทุน	ทำการ		
	- สำรวจจัดซื้อเครื่องมือด้านช่าง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-	-	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-	-				กบข.(ผตบ.)
													กฟจ.ตรัง
	- สำรองอุปกรณ์แก่กระแสไฟฟ้าขัดข้อง	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%				กบข.(ผตบ.)
													กฟจ.ตรัง
	- ออกตรวจรณแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องและห้องเวร	-	-	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	-	-				กบข.(ผตบ.)
													กฟจ.ตรัง
	- ซ่อมแซมบำรุงรักษา - ยานพาหนะ (รถแก๊ส)	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง				กกด.(ผยค.)
													กฟจ.ตรัง
	- ซ่อมแซมบำรุงรักษาอาคาร (ห้องแก๊ส)	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง				กกด.(ผยธ.)
													กฟจ.ตรัง
	5. วัดโหลดหม้อแปลงในระบบจำหน่าย										1.223	1.223	
	- รายงานผลการระบบงาน SAP-PM												
	01 หม้อแปลง 1 เฟส (ปีละ 1 ครั้ง) (จำนวนใบสั่งงาน(ZPM4)...ใบ)												กฟจ.ตรัง
	เป้าหมาย อย่างน้อย 30% ของหม้อแปลงทั้งหมด	-		270	250	405	378	401	385				กบส.(ผمم.)
	กฟจ.ตง. = 1,076 เครื่อง (30%ของหม้อแปลงทั้งหมด 333 เครื่อง)	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง				
	02 หม้อแปลง 3 เฟส (ปีละ 1 ครั้ง) (จำนวนใบสั่งงาน(ZPM4)...ใบ)												กฟจ.ตรัง
	เป้าหมาย อย่างน้อย 30% ของหม้อแปลงทั้งหมด	450	450	160	160	-	-	-	-				กบส.(ผمم.)
	กฟจ.ตง. = 1,060 เครื่อง (30%ของหม้อแปลงทั้งหมด 318 เครื่อง)	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง				
	6. งานบำรุงรักษาหม้อแปลง												
	- รายงานผลการระบบงาน SAP-PM												
	02 ระบบจำหน่าย										26.464	26.464	
	- หม้อแปลง 1 เฟส (ปีละ 1 ครั้ง) (จำนวนใบสั่งงาน (ZPM4)...ใบ)												
	เป้าหมาย 30% ของหม้อแปลงทั้งหมด												
	กฟจ.ตง.....1,076. เครื่อง (หม้อแปลงทั้งหมด ...1,076.... เครื่อง)	-		-		430	400	646	646				กฟจ.ตรัง
		เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง		เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง	เครื่อง				กบส.(ผمم.)

Internal Process

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Internal Process

1. วัดถ้ำประสังค์เชิงยุทธศาสตร์

SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ

เพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี

ประสิทธิภาพและทั่วถึง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

4. เป้าหมาย

8.60 ครั้ง/ราย/ปี

2.924 ครั้ง/ราย/ปี

250.35 นาที/ราย/ปี

10.747 นาที/ราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี

ประสิทธิภาพและทั่วถึง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) 12 เมืองใหญ่

7. เป้าหมาย

.....ครั้ง/ราย/ปี

.....ครั้ง/ราย/ปี

.....นาที่/ราย/ปี

.....นาที่/ราย/ปี

[illegible]

Internal Process

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Internal Process

1. วัดถูประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ

เพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี

ประสิทธิภาพและทั่วถึง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

4. เป้าหมาย

8.60 ครั้ง/ราย/ปี

2.924 ครั้ง/ราย/ปี

250.35 นาที/ราย/ปี

10.747 นาที/ราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี

ประสิทธิภาพและทั่วถึง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) 12 เมืองใหญ่

7. เป้าหมาย

.....ครั้ง/ราย/ปี

.....ครั้ง/ราย/ปี

.....นาที่/ราย/ปี

.....นาที่/ราย/ปี

[illegible]

Internal Process

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Internal Process

1. วัดถ้ำประแสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ

เพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี

ประสิทธิภาพและทั่วถึง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

4. เป้าหมาย

8.60 ครั้ง/ราย/ปี

2.924 ครั้ง/ราย/ปี

250.35 นาที/ราย/ปี

10.747 นาที/ราย/ปี

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี

ประสิทธิภาพและทั่วถึง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI)

ดัชนีจำนวนครั้งที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIFI) เมืองใหญ่ (ภูเก็ต)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI)

ดัชนีระยะเวลาที่ไฟฟ้าขัดข้อง (SAIDI) 12 เมืองใหญ่

7. เป้าหมาย

.....ครั้ง/ราย/ปี

.....ครั้ง/ราย/ปี

.....นาที่/ราย/ปี

.....นาที่/ราย/ปี

[illegible]

- | | | | |
|---|---|---|-------------------------|
| 1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ
เพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า | 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง | 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
ร้อยละของหน่วยสูญเสีย (Loss) | 4. เป้าหมาย
ร้อยละ 5 |
| | 5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง | 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
ร้อยละของหน่วยสูญเสีย (Loss) | 7. เป้าหมาย
ร้อยละ |

[illegible]

- | | | | |
|---|---|---|-------------------------|
| 1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ
เพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า | 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง | 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
ร้อยละของหน่วยสูญเสีย (Loss) | 4. เป้าหมาย
ร้อยละ 5 |
| | 5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง | 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
ร้อยละของหน่วยสูญเสีย (Loss) | 7. เป้าหมาย
ร้อยละ |

[illegible]

- | | | | |
|---|---|---|-------------------------|
| 1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ
เพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า | 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง | 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
ร้อยละของหน่วยสูญเสีย (Loss) | 4. เป้าหมาย
ร้อยละ 5 |
| | 5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง | 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
ร้อยละของหน่วยสูญเสีย (Loss) | 7. เป้าหมาย
ร้อยละ |

[illegible]

- [illegible]

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ
เพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

—

4. เป้าหมาย

—

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OM2 เพิ่มขีดความสามารถระบบจำหน่ายไฟฟ้าที่มี
ประสิทธิภาพและทั่วถึง

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

การขยายเขตการบริการไฟฟ้า

7. เป้าหมาย

จำนวน

[illegible]

4. เป้าหมาย
ร้อยละ 98

7. เป้าหมาย
ร้อยละ 98
ระดับ 3
ระดับ 3

[illegible]

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Learning & Growth

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO2 เพิ่มประสิทธิภาพการเป็นผู้นำ
ในธุรกิจจำหน่ายไฟฟ้า

- ## 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
- HR2 เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากร (HRD)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ระดับความสำเร็จของแผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารบุคลากร
- ทั้งด้านการเงินและกายภาพ

4. เป้าหมาย
ระดับ 5

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
- HR2 เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากร (HRD)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ระดับความสำเร็จของแผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารบุคลากร
- ทั้งด้านการเงินและกายภาพ

7. เป้าหมาย
ระดับ 5

[illegible]

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Learning & Growth

- #### 4. เป้าหมาย

ดัชนี 0.1027

7. เป้าหมาย

ดัชนี 0.1138

[illegible]

แผนปฏิบัติการ กฟผ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Learning & Growth

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO1 เพื่อสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร
และมีธรรมาภิบาล

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
OC1 ส่งเสริมและพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ค่าดัชนีการประสบอุบัติเหตุ(Disabling Injury Index:√DI)

4. เป้าหมาย
ดัชนี 0.1027

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
OC1 ส่งเสริมและพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ค่าดัชนีการประสบอุบัติเหตุ(Disabling Injury Index:√DI)

7. เป้าหมาย
ดัชนี 0.1138

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2559								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	ฯลฯ (กฟผ.จตุรรมงานละ 1 ครั้ง/ปี)												
	เป้าหมาย 1 ครั้ง												
	02. จัดนิทรรศการและแจกโปสเตอร์เพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องการใช้ไฟฟ้าและรณรงค์ความปลอดภัยในเทศกาลต่างๆของหน่วยงานราชการอย่างน้อย 1 ครั้ง	-	-	-	-	-	-	1 ครั้ง	1 ครั้ง		0.060	0.060	กฟผ.ตง.
	เป้าหมาย 15 กฟผ. (กฟผ.จตุรรมงานละ 1 ครั้ง/ปี)												
	03. ตรวจสอบและแก้ไขระบบไฟฟ้าให้ได้ตามมาตรฐานความปลอดภัย เช่น ระยะห่างของเสาไฟฟ้า เสาเอนสายยึดโยง ค่าความต้านทานดินฯลฯ	4 จุด	4 จุด	4 จุด	4 จุด	4 จุด	4 จุด	4 จุด	4 จุด				กฟผ.ตง.
	เป้าหมาย (กฟผ.จตุรรมงานละไม่น้อยกว่า 10 จุด)												
	04. จัดเก็บข้อมูลอุบัติเหตุจากระบบจำหน่ายที่ทำให้ผู้ใช้ไฟเสียหาย และรายงานส่วนเกี่ยวข้องทุกครั้ง	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%				กฟผ.ตรัง
		3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง				
	05. ประชาสัมพันธ์ จัดทำสื่อโฆษณา วิทยุหรือโทรทัศน์,เคเบิลท้องถิ่น เกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้ไฟฟ้า	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง				กฟผ.ตรัง
	(กฟผ.จตุรรมงาน., กฟช. ละ 4 ครั้งต่อปี)												
	4.ส่งเสริม สนับสนุน และสร้างบรรยากาศด้านความปลอดภัย	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง	3 ครั้ง				ทุกหน่วยงาน
	ปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง												กฟผ.ตรัง
	5.ขยายผล PEA Safety Culture (PSC Activity)	25%	25%	50%	50%	75%	75%	100%	89.74%				กฟผ.ตรัง
	ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องให้ครอบคลุมทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน												
	เป้าหมาย ครบถ้วน												
	6.สำรวจเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ที่สำคัญ	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง				กฟผ.ตรัง

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Learning & Growth

- ### 1. วัดถูประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO1 เพื่อสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

และมีธรรมาภิบาล

- ## 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

OC1 ส่งเสริมและพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

- ### 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ค่าดัชนีการประสบอุบัติภัย(Disabling Injury Index:√DI)

- #### 4. เป้าหมาย

ดัชนี 0.1027

- ## 5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

OC1 ส่งเสริมและพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

- ## 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ค่าดัชนีการประสบอุบัติภัย(Disabling Injury Index:vDI)

- ## 7. เป้าหมาย

ดัชนี 0.1138

[illegible]

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Learning & Growth

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO1 เพื่อสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร
และมีธรรมาภิบาล

- ## 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
- OC2 ยกระดับ CG และ CSR สู่มาตรฐานสากล

- ### 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนแม่บท CG CSR

4. เป้าหมาย
ร้อยละ 100

- ## 5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
- OC2 ยกระดับ CG และ CSR สู่มาตรฐานสากล

- 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน**
- ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนแม่บท CSR
 - ความสำเร็จในการดำเนินงานตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000
 - การกำกับดูแลกิจการที่ดีและป้องกันปรามการทุจริตคอร์รัปชัน

7. เป้าหมาย
ร้อยละ 100
ระดับ 3
ระดับ 3

[illegible]

4. เป้าหมาย
ร้อยละ 100

7. เป้าหมาย
ร้อยละ 100
ระดับ 3
ระดับ 3

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	เป้าหมาย/ผล ปี 2559								งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		(1) ลงทุน	(2) ทำการ	รวม	
		เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	ตามงบประมาณปี 2558 ให้แล้วเสร็จ 100%												
	เป้าหมาย แล้วเสร็จภายใน ก.ค. 2559												
	กฟต.2 = 7,500 อัน												
	- จัดทำแผนการเปลี่ยนคอนพาดสายสื่อสารโทรคมนาคม	-	100%	-	100%	-	100%	100%	100%	-	-	-	กบล.(ผธท.)
	ตามงบประมาณปี 2559 ให้แล้วเสร็จ 100%												กฟจ.ตง.
	เป้าหมาย จัดทำแผนแล้วเสร็จ 100%												
	05 การสำรวจสายสื่อสารโทรคมนาคมและลงข้อมูลใน TAMS	100 กม.	-	200 กม.	-	200 กม.	-	100 กม.	-				กบล.(ผธท.)
	เป้าหมาย	บันทึกอนุมัติแล้วเริ่มปฏิบัติปี 2560											กฟจ.ตง.
	กฟต.2 =600..... กม.												
	9. โครงการชุมชนปลอดภัยใช้ไฟ PEA												กอก.(ผสส.)
	(อนุมัติ ผวก. ลว. 21 ก.พ. 2557)												กฟจ.ตง.
	กิจกรรมชุมชนปลอดภัยใช้ไฟ PEA												
	1) จัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ไฟฟ้าอย่างถูกต้อง	150 คน	-	-	-	-	150	-	-				
	ปลอดภัยและประหยัดรวมถึงความรู้เบื้องต้นในการดูแล						คน						
	แก้ไขอุปกรณ์ไฟฟ้าให้กับนักศึกษาช่างไฟฟ้า ระดับ ปวช.												
	และ ปวส.												
	เป้าหมาย 150 คน												
	2) นำนักศึกษาที่ได้รับการอบรมให้บริการตรวจสอบและ	6000	-			-	6000	-	-				
	แก้ไขอุปกรณ์ไฟฟ้าภายในครัวเรือน โรงเรียน อาคารต่างๆ	ครัวเรือน					ครัวเรือน						
	ภายในชุมชนที่รับผิดชอบของ PEA												
	เป้าหมาย 30,000 ครัวเรือน/ปี ในพื้นที่ 6 จังหวัด												
	3) ติดตามและสรุปประเมินผล	-	-	-	-	-	-	-	-				

แผนปฏิบัติการ กฟจ.ตรัง ประจำปี 2559

ด้าน Learning & Growth

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SO1 เพื่อสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร
และมีธรรมาภิบาล

- ## 2. กลยุทธ์ระดับองค์กร
- OC2 ยกระดับ CG และ CSR สู่มาตรฐานสากล

- ### 3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน
- ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนแม่บท CG CSR

4. เป้าหมาย
ร้อยละ 100

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน
OC2 ยกระดับ CG และ CSR สู่มาตรฐานสากล

- 6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน**
- ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนแม่บท CSR
 - ความสำเร็จในการดำเนินงานตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000
 - การกำกับดูแลกิจการที่ดีและป้องปรามการทุจริตคอร์รัปชัน

7. เป้าหมาย
ร้อยละ 100
ระดับ 3
ระดับ 3

[illegible]