

แผนปฏิบัติการ ทพต.2 ประจำปี 2564

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ

ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer Service)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.1 ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่)

ภาครัฐและอื่นๆ (ราชการและรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ)

2.2 ร้อยละต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่ลดลง

2.3 จำนวนพื้นที่ที่สามารถดำเนินการตามมาตรฐาน

การให้บริการตามแนวทาง PEA Doing Business **NEW

2.4 ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ

Potential Customer (strategic และ Star) เพื่อกำหนด

กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.4718

ระดับ 4.4674

ระดับ 4.4561

ระดับ 4.4919

ร้อยละ 15

ร้อยละ 100

ระดับ 5

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR1 ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Customer Service)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้าการไฟฟ้า ภาค 4

- ความพึงพอใจลูกค้าของ ภาค 4

กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่)

ภาครัฐและอื่นๆ (ราชการ และรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ)

- จำนวนพื้นที่ที่สามารถดำเนินงานตามมาตรฐานการให้บริการ ตามแนวทาง PEA Doing Business

- ความสำเร็จในการวิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของ Potential Customer (Strategic และ Star) เพื่อ

กำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

7. เป้าหมาย

รอกำเป้าหมาย

รอกำเป้าหมาย

รอกำเป้าหมาย

รอกำเป้าหมาย

รอกำเป้าหมาย

ระดับ 5

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 3 แผนงานการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อกำหนดและดำเนินการตามมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ที่เกินความคาดหวังของลูกค้า และเหนือกว่า คู่เทียบ	1. การยกระดับมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ที่เกินความคาดหวังของ ลูกค้า และเหนือกว่าคู่เทียบ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล															
	1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเสียงของลูกค้า ปี 2563 จากระบบ PEA VOC system	ครั้ง	1		-		-		-		1					ผลส.กบส.ต.
	ภายในเดือน ม.ค. 2564	เดือน	ม.ค.-64													
	1.2 วิเคราะห์มาตรฐานการให้บริการ (SLA) จากระบบ OM	ครั้ง	1		-		-		-		1					ผบธ.กบส.ต.
	ภายในเดือน ม.ค. 2564 (ดูว่า SLA ไหนต้องยกระดับ)	เดือน	ม.ค.-64													
	1.3 กำหนดคู่เทียบ (หน่วยงานภายใน กฟภ. หรือหน่วยงานภายนอก)	ครั้ง	1		-		-		-		1					ผบธ.กบส.ต.
	นำผลการวิเคราะห์ข้อ 1.1 และ 1.2 มากำหนดคู่เทียบ (หน่วยงานภายใน)	เดือน	ม.ค.-64													ผลส.กบส.ต.
	ภายในเดือน ม.ค. 2564															ผลต.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	1.4 จัดทำแผนที่ตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของ ลูกค้า และเหนือกว่าคู่แข่ง (SLA) (1 เรื่อง) พร้อมทดลองใช้งานในพื้นที่ จัดทำแผนงานเพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการ (SLA) ภายใน มี.ค. 2564	ครั้ง เดือน	1 มี.ค.-64		-		-		-		1				ผบธ.กบส.ต.2 ผลต.	
	1.5 ติดตามประเมินผล และปรับปรุง (รายไตรมาส) พร้อมรายงานผลให้ ผลต. เพื่อดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป ดำเนินการตามแผนงานข้อ 1.4 พร้อมติดตามประเมินผล/ปรับปรุง และสรุปรายงานผลรายไตรมาส	ครั้ง	-		1		1		1		3				ผบธ.กบส.ต.2 กฟฟ.	
	2. มาตรฐานการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการและความ คาดหวังของลูกค้า															
	2.1 ประเมินผลการดำเนินงานของผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (Front Manager : FM) ของ กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ตามตัวชี้วัดที่ กฟภ. กำหนด ผ่านระบบ Customers' Smile Feedback หรือแบบฟอร์ม FM-03															
	2.1.1 ทบทวนและแต่งตั้ง FM ให้ครบถ้วนทั้ง กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ภายในเดือน มี.ค. 2564	ครั้ง เดือน	1 มี.ค.-64		-		-		-		1				ผลส.กบส.ต.2	
	2.1.2 ชี้แจงแนวทางการปฏิบัติงาน และหลักเกณฑ์การประเมินให้ FM ทราบ ภายในไตรมาส 1	ครั้ง เดือน	1 มี.ค.-64		-		-		-		1				ผลส.กบส.ต.2	
	2.1.3 ติดตามประเมินผล/ปรับปรุง และสรุปรายงานทุกไตรมาส	ครั้ง	1		1		1		1		4				ผลส.กบส.ต.2 กฟฟ.	
	2.2 ประเมินผลการบริการ PEA Shop ทุกแห่ง ตามเกณฑ์ที่ กฟภ. กำหนด (ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน PEA Shop อนุมัติ ผวก. ลงวันที่ 26 สิงหาคม 2562)	ครั้ง	1		1		1		1		4				คณะทำงาน Smart Customer Service (ประธาน: รฟ.บพ. (นิตยา))	
	2.3 ขอการรับรองมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC)														คณะทำงาน GECC	
	01 ประเมินตนเอง/สมัครเข้าร่วมโครงการฯ	ร้อยละ	100		-		-		-		100			0.300	กฟอ.กญ.	
		แห่ง														

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	02 กฟข. ติดตามและประเมินผล	ร้อยละ แห่ง	-		100		-		-		100			0.100		
	03 สปน.ลงพื้นที่ตรวจประเมิน เพื่อให้การรับรอง	ร้อยละ	-		-		100		-		100			0.100		
	กฟต.2 : 16 แห่ง 9 แห่ง	แห่ง														
	2.4 เชิญชวนให้ลูกค้ากดประเมินความพึงพอใจผ่านระบบประเมินผล															คณะทำงาน
	ความพึงพอใจ (Smile Box) ร้อยละ 80 ของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งหมด ผ่านระบบ															Smart
	Customers' Smile Feedback															Customer
	2.4.1 คณะทำงาน Smart Customer Service ชี้แจง/สื่อสาร	ครั้ง	1		-		-		-		1					Service,
	สร้างความเข้าใจให้พนักงานประจำจุดรับคำร้อง และจุดรับชำระเงิน เชิญชวน															(ประธาน:
	ผู้ใช้ให้กดประเมินความพึงพอใจ ทุกรายที่มาใช้บริการ ภายในไตรมาส 1															รฟ.บท. (นิตยา))
																ทุก กฟฟ. ที่มี
																Smile Box
	2.4.2 ผลส.กบส.ต.2 ดำเนินการสรุปรายงานผลการดำเนินงานทุกเดือน	ร้อยละ	80		80		80		80		80					ผลส.กบส.ต.2
		เดือน	ม.ค.-64		เม.ย.-64		ก.ค.-64		ต.ค.-64		ม.ค.-มี.ค.					
		ร้อยละ	80		80		80		80		80					
		เดือน	ก.พ.-64		พ.ค.-64		ส.ค.-64		พ.ย.-64		ม.ค.-มิ.ย.					
		ร้อยละ	80		80		80		80		80					FM
		เดือน	มี.ค.-64		มิ.ย.-64		ก.ย.-64		ธ.ค.-64		ม.ค.-ก.ย.					ทุก กฟฟ. ที่มี
											80					Smile Box
											ม.ค.-ธ.ค.					
	2.5 ให้สำรวจและวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่ประเมินความพึงพอใจ	ร้อยละ	100		100		100		100		100					คณะทำงาน
	ผ่าน ระบบประเมินผลความพึงพอใจ (Smile Box) กรณีที่ได้รับการประเมิน															Smart
	ตั้งแต่ 3 ลงไป โดยสำรวจผ่านระบบ Customers' Smile Feedback															Customer
	(สถานะ มกราคม - กันยายน)															Service,
	2.5.1 คณะทำงาน Smart Customer Service ชี้แจง/สร้างความเข้าใจ															(ประธาน:
	คู่มือการใช้งานระบบ Customers' Smile Feedback ให้ FM ทราบ															รฟ.บท. (นิตยา))
	ภายในไตรมาส 1 (สามารถดำเนินการพร้อมกับข้อ 2.4.1 ได้)															
	2.5.2 FM ตรวจสอบผลการประเมิน และดำเนินการตามคู่มือฯ (ข้อ 2.5.1)															FM
																ทุก กฟฟ. ที่มี
																Smile Box

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564										งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	2.6 กรณี กฟฟ. ที่ไม่มี Smile Box ให้สำรวจความพึงพอใจ โดยใช้แบบฟอร์ม PEA-QN04 จำนวน 400 ราย/กฟฟ./ปี (วิเคราะห์ความพึงพอใจ และแนวทางการแก้ไข ในเดือนกันยายน)															FM
	2.6.1 FM ชี้แจง/สื่อสารสร้างความเข้าใจให้พนักงานประจำจุดรับชำระเงิน สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟทุกรายที่มาใช้บริการ	ราย	100		100		100		100		400					ทุก กฟฟ. ที่ ไม่มี Smile Bo
	2.6.2 FM รายงานผลฯ ให้ ผจก. ทราบทุกเดือน และรายงาน กฟผ.2	ครั้ง	3		3		3		3		12					หม.มต. และ ผบค.
	ทุกไตรมาส															
แผนงานหลักที่ 4 แผนงานการพัฒนาการให้บริการลูกค้า ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Service)	1. โครงการพัฒนาการให้บริการผ่าน Internet แบบครบวงจร PEA Smart Plus บน Smart Phone															คณะทำงาน Smart Customer
	1.1 ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และเชิญชวนให้ลูกค้า Download แอปพลิเคชัน PEA Smart Plus ใช้งาน ตามเป้าหมายที่ กฟผ. กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4) *รอกำเป้าหมายจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus	ราย												0.235		Service, (ประธาน: รฟ.บพ. (นิตยา)) ทุก กฟฟ.
	1.2 จำนวนรายการของการชำระเงินผ่าน PEA Smart plus ตามเป้าหมาย ที่ กฟผ.กำหนด (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4) *รอกำเป้าหมายจาก คณะทำงาน PEA Smart Plus	ราย														คณะทำงานฯ กฟผ.กณ. ผบค.
	1.3 ติดตามและวิเคราะห์ผลการใช้ Feature ต่างๆใน PEA Smart Plus เช่น การชำระค่าไฟฟ้าผ่าน APP , การต่อกลับมิเตอร์ , การขอใช้ไฟฟ้า พร้อมรายงานผลให้ คณะกรรมการ PEA Smart Plus	ครั้ง	1		1		1		1		4					คณะทำงานฯ ผสบ.กรท.ต.2
	2. แผนงานพัฒนาการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online Service (COS)															
	2.1 ติดตามการให้บริการขอใช้ไฟฟ้าและการขยายเขตไฟฟ้าผ่าน Internet : Customer Online Service (COS) เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ (เป้าหมาย ไตรมาส 1-4)	ครั้ง	1		1		1		1		4					คณะทำงานฯ ผสบ.กรท.ต.2

[illegible]

แผนปฏิบัติการ กฟต.2 ประจำปี 2564

ด้าน Customer Value Proposition

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO3 Customer Focused

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ
ของทุกกลุ่มลูกค้า

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ
รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

2.5 ความพึงพอใจลูกค้า Key Account

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.3979

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

CR2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวและ
รักษฐานลูกค้ารายสำคัญ (CRM)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

-ความพึงพอใจลูกค้า Key Account

7. เป้าหมาย

ระดับ 4.3979

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564														ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล					
แผนงานหลักที่ 7 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษา ฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า	1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป้าหมาย ด้วยกิจกรรมดังนี้																
	1.1 ประสานงานและสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ตามข้อมูล BOI/หน่วยงาน ท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ													0.0180	0.0180		ผลส.กบส.ต.2
	1.1.1 รวบรวมข้อมูลลูกค้าจากเทศบาล พาณิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด อบต. (รายเก่า) BOI (รายใหม่) ไตรมาสละ 3 ราย	ราย	3		3		3		3		12						
	1.1.2 ประชาสัมพันธ์แนะนำธุรกิจเสริม และบริการของ กฟภ.	ครั้ง	1		1		1		1		4						
	1.2 รายงานผลการบริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามหลักเกณฑ์ กฟภ. (รายงานภายใน 20 วัน หลังสิ้นไตรมาส)	ครั้ง	1		1		1		1		4						ผลส.กบส.ต.2 กฟฟ.ชั้น 1-3
	1.3 การเยี่ยมเยือนลูกค้ารายสำคัญ																
	01 จัดทำแผนการเยี่ยมเยือนลูกค้า และขออนุมัติ	1 ครั้ง	ม.ค.		-		-		-		-						ผลส.กบส.ต.2 กฟฟ.ชั้น 1-3
	อช./ผู้แทน ไตรมาสละ 3 ราย	ร้อยละ	100		100		100		100		100			0.0360			
	ผจก. กฟฟ.1-3 ไตรมาสละ 6 ราย	ร้อยละ	100		100		100		100		100			1.2240			
	02 บันทึกแผนงานในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)																ผลส.กบส.ต.2 กฟฟ.ชั้น 1-3
	02.1 บันทึกแผนงาน ชื่อ 01 ในระบบ CRM Plus ภายใน ก.พ.64	เดือน	ก.พ.														
	02.2 ออกเยี่ยมตามแผนงาน	ร้อยละ	100		100		100		100		100						
	02.3 บันทึกข้อมูลการตรวจเยี่ยมในระบบ CRM Plus	ร้อยละ	100		100		100		100		100						
	03 สรุปรายงานสถิติ วิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญของลูกค้า และแนวทางปรับปรุงแก้ไข																ผลส.กบส.ต.2 กฟฟ.ชั้น 1-3
	03.1 จัดทำแผนแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากการเยี่ยม	ร้อยละ	100		100		100		100		100						
	03.2 ปรับปรุงตามข้อแก้ไข	ร้อยละ	100		100		100		100		100						
	03.3 บันทึกข้อมูลในระบบ CRM Plus	ร้อยละ	100		100		100		100		100						

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564													ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	04 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ โดย KAMR (ยอดให้เป็นไปตามการวิเคราะห์ความเป็นลูกค้าของ กศฟ.)	ร้อยละ	100		100			100		100				0.1980		ผลส.กบส.ต.2 กฟฟ.ชั้น 1-3
	เป้าหมาย กฟต.2 จำนวน ราย															
	04.1 จัดกลุ่มลูกค้าตาม KAMR และขออนุมัติ	เดือน	ม.ค.													
	04.2 บันทึกข้อมูลลูกค้าและแผนงานบริการเสริมในระบบ CRM Plus	เดือน	ม.ค.													
	04.3 ดำเนินการตามแผนงาน	ร้อยละ	100		100			100		100		100				
	04.4 รายงานผลการดำเนินงานให้ลูกค้าทราบ	ร้อยละ	100		100			100		100		100				
	05 สรุปผลฯ และบันทึกผลการเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญตามแบบฟอร์มที่กำหนดลงในระบบสารสนเทศ (CRM Plus)	ร้อยละ	100		100			100		100		100				ผลส.กบส.ต.2 กฟฟ.ชั้น 1-3
	1.4 การจัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่															
	01 สำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตามแบบฟอร์มที่ ผอ.ก(ภ4) กำหนด	ครั้ง	1		-			-		-		1				ผลส.กบส.ต.2 กฟฟ.ชั้น 1-3
	01.1 จัดหาความต้องการของลูกค้าเป้าหมายในการจัดสัมมนา		ม.ค.													
	02 จัดทำแผนการสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ประจำปีและขออนุมัติ	ครั้ง	ก.พ.		-			-		-		-				ผลส.กบส.ต.2 กฟฟ.ชั้น 1-3
	03 จัดสัมมนาผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ในลักษณะ Cluster หรือพิจารณาตามความเหมาะสมของพื้นที่ โดยหลักเกณฑ์การจัดสัมมนาให้เป็นไปตามอนุมัติ ผว. ภายในไตรมาส 3	ร้อยละ	-					100		100		100			1.4000	ผลส.กบส.ต.2 กฟฟ.ชั้น 1-3
	04 สรุปรายงานการดำเนินการและวิเคราะห์ผลการจัดสัมมนา ทุกไตรมาส	ครั้ง						1				1				ผลส.กบส.ต.2
	2. สนับสนุนการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ากับเจ้าหน้าที่ KAMR จากโดยจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้ารายสำคัญ/ข้อมูลของพนักงาน KAMR (รายชื่อพนักงาน KAMR, เบอร์โทรศัพท์, รายชื่อลูกค้าที่ดูแล)	ครั้ง	-		-			1		-		1				ผลส.กบส.ต.2 กฟฟ.ชั้น 1-3
	3. สรุปผลการสำรวจข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า โดยวิธีโทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการ 15 วัน (ปีละ 400 ราย/เขต) (ไตรมาสละ 100 ราย/เขต)	ครั้ง	1		1			1		1		4				ผลส.กบส.ต.2
		ราย	100		100			100		100		100				

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564													ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
แผนงานหลักที่ 8 แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ ข้อร้องเรียน	1. ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการแนวทางการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ชี้แจงผู้ปฏิบัติ ภายในไตรมาส 1	ครั้ง	1								1			0.0080		ผลต.
	พท. ทุกแผนก ผู้รับผิดชอบ PEA-VOC system															ผลส.กบส.ต.2
	1.1 ประชุมชี้แจงกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน		ไตรมาส 1													กฟฟ.ชั้น 1-3
	1.2 แต่งตั้งกรรมการจัดการข้อร้องเรียนระดับหน่วยงาน(กฟต.2 กฟฟ.1-3)		ไตรมาส 1													กฟส. กฟย.
	2. บริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า ตามอนุมัติคู่มือ "เพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการข้อร้องเรียนของ กฟผ."															
	01 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 30 วัน เทียบกับจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด	ร้อยละ	100		100		100		100		100					ผลต.
	- การปิดข้อร้องเรียนด้านคุณภาพไฟฟ้า ภายใน 25 วัน (ร้อยละ 85)															ผลส.กบส.ต.2
	- การปิดข้อร้องเรียนด้านการให้บริการ ภายใน 25 วัน (ร้อยละ 85)															กฟฟ.ชั้น 1-3
	- การปิดข้อร้องเรียนด้านการจดหน่วย/แจ้งค่าไฟฟ้า ภายใน 15 วัน (ร้อยละ 85)															กฟส. กฟย.
	- การปิดข้อร้องเรียนด้านการถูกงดจ่ายไฟฟ้า ภายใน 20 วัน (ร้อยละ 85)															
	- การปิดข้อร้องเรียนด้านพฤติกรรม ภายใน 20 วัน (ร้อยละ 85)															
	- การปิดข้อร้องเรียนด้านอื่นๆ ภายใน 20 วัน (ร้อยละ 85)															
	02 ตรวจสอบข้อเท็จจริงกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกัน และชี้แจงให้แก่ ลูกค้าเป็นที่เข้าใจภายใน 15 วัน เทียบกับจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด	ร้อยละ	70		70		70		70		70					ผลต.
																ผลส.กบส.ต.2
																กฟฟ.ชั้น 1-3
																กฟส. กฟย.
	03 วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการแก้ไขข้อร้องเรียน ทุกช่องทาง เป้าหมาย (ทุกไตรมาส)	ครั้ง	1		1		1		1		4					ผลส.กบส.ต.2
	กฟต.2 4 ครั้ง															กฟฟ.ชั้น 1-3
																กฟส. กฟย.
	3. รายงานผลการวิเคราะห์และการแก้ไขข้อร้องเรียน ประเภทคุณภาพไฟฟ้า หัวข้อย่อย ไฟตก และไฟกระพริบ	ครั้ง	1		1		1		1		4					กวด.ต.2
แผนงานหลักที่ 9 แผนงานพัฒนาศักยภาพพนักงานใน ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	1. วิเคราะห์ความต้องการการพัฒนาบุคลากรด้านลูกค้าแล้วนำมากำหนด หลักสูตรสำหรับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร(ภายใน/ภายนอก) ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการลูกค้า	ครั้ง	1		-		-		-		1					ผอ.ก(4)
	2. อบรม/ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติการผู้รับชำระหนี้และผู้รับคำร้องของ กฟฟ.ชั้น1-3, กฟส.	ครั้ง	-		1		-		-		1			0.5670		กบญ. กบส.
																กฟฟ.ชั้น 1-3
																กฟส.

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมาย/ผล การดำเนินงาน ปี 2564										(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม	ผู้รับผิดชอบ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		รวมไตรมาส 1 - 4					
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล				
	3.อบรม/ประชุมชี้แจงเชิงปฏิบัติ พนักงาน EO และ พนักงานแก่กระแสไฟฟ้าขัดข้องของ กฟฟ.ชั้น1-3, และ กฟส.	ครั้ง	-		1		-		-		1			0.1960		กบป. กฟฟ.ชั้น 1-3
120																กฟส.
	4. ประเมินการไฟฟ้าทุกแห่งของสายงานภาค 4 ตามเกณฑ์ การไฟฟ้าดีเด่นของ กฟภ. เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่านระบบสารสนเทศและคัดเลือก การไฟฟ้าดีเด่น															คณะทำงาน กฟฟ.ดีเด่น ต.2 กฟฟ.1-3, กฟส. กฟย.
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟภ. ปี 2563 (ตามเอกสารแนบ : เกณฑ์การไฟฟ้าดีเด่น ของ กฟภ. รอบคัดกรอง ปี 2563)	ครั้ง	-		1		-		-		1					
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อมแจ้งผลฯ ให้ ผอภ.(ภ4)	ครั้ง	-		1		-		-		1					คณะทำงาน กฟฟ.ดีเด่น ต.2 กฟฟ.1-3, กฟส. กฟย.
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และมอบรางวัลโดย รผภ.(ภ4)	ครั้ง	-		-		1		-		1					ผอภ.(ภ4)
	04 วิเคราะห์ กฟฟ. ที่มีคะแนนการประเมินการไฟฟ้าดีเด่นที่คะแนนต่ำกว่า 50% เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	ครั้ง	-		-		-		1		1					คณะทำงาน กฟฟ.ดีเด่น ต.2 กฟฟ.1-3, กฟส. กฟย.
	04.1 รายงานผลการปรับปรุงให้แล้วเสร็จ								1							กฟย.
	5. ประเมิน กฟฟ.ชั้น 1-3 และ กฟส. ของสายงานภาค 4 ด้านผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (FM) เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการผ่านระบบสารสนเทศ และคัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (FM)															คณะทำงาน กฟฟ.ดีเด่น ต.2 กฟฟ.1-3, กฟส.
	01 ประเมินตนเองตามเกณฑ์คัดเลือกการไฟฟ้าดีเด่น ด้านผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า (FM) (เอกสารแนบ : เกณฑ์ประเมิน กฟฟ.ดีเด่นด้านบริการลูกค้า โดย ผู้จัดการศูนย์งานบริการลูกค้า)	ครั้ง	-		1		-		-		1					
	02 ตรวจสอบ และรวบรวมผลการประเมินตนเองตามเกณฑ์ฯ พร้อมแจ้งผลฯ ให้ ผอภ.(ภ4)	ครั้ง	-		1		-		-		1					คณะทำงาน กฟฟ.ดีเด่น ต.2 กฟฟ.1-3, กฟส.
	03 ประกาศผลการคัดเลือก กฟฟ. ที่ผ่านเกณฑ์ระดับมาตรฐานและมอบรางวัลโดย รผภ.(ภ4)	ครั้ง	-		-		1		-		1					ผอภ.(ภ4)
	03.1 กฟฟ.ที่มีคะแนนต่ำกว่า 50 % ให้ปรับปรุงให้แล้วเสร็จ								1							คณะทำงาน กฟฟ.ดีเด่น ต.2 กฟฟ.1-3, กฟส.

[illegible]