

กฟจ.สุพรรณบุรี

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

- SO2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และความกังวลผู้มีส่วนได้เสีย

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กฟจ. ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ผลสำรวจความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของ กฟจ. ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4. เป้าหมาย

- รอค่าเป้าหมาย
- รอค่าเป้าหมาย

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- SCM1 มุ่งตอบสนองความต้องการความคาดหวัง และความกังวลผู้มีส่วนได้เสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจในการดำเนินงานของ กฟจ. ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ผลสำรวจความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของ กฟจ. ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

7. เป้าหมาย

- รอค่าเป้าหมาย
- รอค่าเป้าหมาย

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 1 แผนงานยกระดับการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย *** (แผนงานใหม่ ปี 2565) ***	- แต่งตั้งคณะทำงานด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านที่ 4.1 ของ กฟจ.3	ทุกฝ่าย กอก.	มี.ค.-65	ทุกฝ่าย กอก.	-	-
	1.1 ทบทวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของ กฟจ. เป้าหมาย - คณะทำงาน Core Business Enablers ด้านที่ 4.1 รายงานผล ให้ ผอ.ก.3 - ผอ.ก.3 รวบรวมรายงานผล ให้ ผสส. ทราบภายใน ไตรมาสที่ 2	ทุกฝ่าย กอก.	เม.ย.-มิ.ย.2565	ทุกฝ่าย กอก.	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 1 แผนงานยกระดับการดำเนินงานด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ต่อ) ***แผนงานใหม่ ปี 2565***	1.2 ทบทวนประเด็นปัญหา ความต้องการ ความคาดหวังที่สำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย <u>เป้าหมาย</u> - คณะทำงาน Core Business Enablers ด้านที่ 4.1 รายงานผล ให้ ผอภ.(ก3) - ผอภ.(ก3) รวบรวมรายงานผล ให้ ฝสส. ทราบภายใน ไตรมาสที่ 2	ทุกฝ่าย กกก.	เม.ย.-มิ.ย.2565	ทุกฝ่าย กกก.	-	-
	1.3 จัดทำแผนแม่บท/แผนปฏิบัติการประจำปี ด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2566 <u>เป้าหมาย</u> - คณะทำงาน Core Business Enablers ด้านที่ 4.1 จัดทำแผน ให้ ผอภ.(ก3) - ผอภ.(ก3) รวบรวมรายงานผล ให้ ฝสส. ทราบภายในเวลาที่กำหนด	ทุกฝ่าย กกก.	ก.ค.-ต.ค.2565	ทุกฝ่าย กกก.	-	-
	1.4 ติดตามผลการดำเนินงานตามแผนแม่บท/แผนปฏิบัติการด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2565 <u>เป้าหมาย</u> - คณะทำงาน Core Business Enablers ด้านที่ 4.1 รายงานผล ให้ ผอภ.(ก3) - ผอภ.(ก3) รวบรวมรายงานผล ให้ ฝสส. ทราบ ทุกไตรมาส	ทุกฝ่าย กกก.	ม.ค.-ธ.ค.2565	ทุกฝ่าย กกก.	-	-

กฟจ.สุพรรณบุรี

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

- SO2 ระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า และทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience)

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า
 - : กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)
 - : กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่)
 - : กลุ่มภาครัฐ (ราชการและรัฐวิสาหกิจ)
 - : กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Customer)
- สัดส่วนประเภทการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์
- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEAShop ที่ปิดให้บริการเทียบกับจำนวน PEAShop ทั้งหมด
- การทบทวน/ปรับปรุง SLA ของกระบวนการให้บริการ
- Net Promotor Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

- ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า PEAShop ที่ปิดให้บริการเทียบกับจำนวน PEAShop ทั้งหมด

4. เป้าหมาย

- ระดับ 4.4788
- ระดับ 4.4756
- ระดับ 4.4671
- ระดับ 4.4939
- ระดับ 4.4234

- ร้อยละ 100

- ร้อยละ 50

- 2 กระบวนการ

- ร้อยละ 40

7. เป้าหมาย

- ร้อยละ 50

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 1 แผนงานบริหารการปิดให้บริการศูนย์บริการลูกค้า PEA Shop *** (แผนงานใหม่ ปี 2565) ***	1.1 เตรียมความพร้อมก่อนการปิด PEA Shop เป้าหมาย - กฟฟ. ที่มี PEA Shop ดำเนินการเตรียมความพร้อมก่อนการปิด PEA Shop ตามหลักเกณฑ์ ที่ กฟผ. กำหนดและสรุปรายงานให้ กรท. ทราบ - กรท. รายงานผลการดำเนินงาน ให้ ฝอภ.(ภ3) ทราบทุกไตรมาส - ฝอภ.(ภ3) รายงานให้ ผลิต. ทราบ 1.2 ดำเนินการปิด PEA Shop ตามแผนงาน เป้าหมาย ปิด PEA Shop ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของ PEA Shop ทั้งหมด (ปี 2564 ปิด 3 Shop บปง,สพ,สพร) (ปี 2565 ปิด 5 Shop ที่เหลือ)	นฐ.,สพ., กจ.,สค., สพร.,บปง., กทบ.,ทมก.	ม.ค.-ธ.ค.2565	กฟจ.สพ. ไม่เกี่ยวข้อง	-	-
แผนงานที่ 2 การพัฒนากระบวนการให้บริการธุรกิจตามแนวทาง Doing Business: World Bank	- การให้บริการธุรกิจตามแนวทาง PEA Doing Business (20 วันปฏิทิน) เป้าหมาย - กบล. สรุปติดตามผลการดำเนินงานทุกเดือน และจัดทำสรุปรายงานให้ ผลิต. และ ฝอภ.(ภ3) ภายใน 20 วันของเดือนถัดไป	กฟฟ.1-3 กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. กฟฟ.ในสังกัด	-	-
แผนงานที่ 3 การยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ	- ยกระดับมาตรฐานการให้บริการ สำหรับลูกค้าในเขตพื้นที่ติดกับรอยต่อของ กฟน. ตามแนวทาง PEA Doing Business (15 วันปฏิทิน) เป้าหมาย - กฟฟ. พื้นที่ จ.นครปฐม และ จ.สมุทรสาคร ดำเนินการตามแผนงานที่คณะกรรมการฯ กำหนด (ตามอนุมัติ ผวก. ลว. 5 พ.ค. 2563 ที่ ฝอภ.(ภ3) 261/2563) - กบล. สรุปรายงานผล พร้อมจัดส่งรายงานให้ ฝอภ.(ภ3) ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส	นฐ.,สพร.,กฟส. นช.,บล.,สค. คกช.,สค.2, กทบ.,อมน. พทท.,ดตม.	ม.ค.-ธ.ค.2565	กฟจ.สพ. ไม่เกี่ยวข้อง	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 3 การยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ (ต่อ) *** (แผนงานเพิ่มเติม กฟภ.3) ***	- การรับฟังเสียงของกลุ่มลูกค้าพื้นที่ชนแดน กฟน. ด้วยวิธีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Survey Based) เพื่อสำรวจความพึงพอใจการให้บริการของ กฟภ. โดยเปรียบเทียบกับ กฟน. รวมถึงความผูกพันที่ลูกค้ามีต่อ กฟภ. - มุ่งเน้นลูกค้าที่มีประสบการณ์การใช้บริการจากทั้ง กฟภ. และ กฟน. ปีละ 2 ครั้ง (ครั้งที่ 1 เดือน เม.ย. ครั้งที่ 2 เดือน ต.ค.) เป้าหมาย - กบล. กำหนดแบบสอบถามและจัดทำอนุมัติแผนการสำรวจฯ - กฟพ. ที่มีกลุ่มลูกค้าเขตพื้นที่ชนแดน ดำเนินการสำรวจฯ ตามเป้าหมาย (ครั้งที่ 1 เดือน เม.ย. ครั้งที่ 2 เดือน ต.ค.) - กบล. สรุปวิเคราะห์รายงานผล (ครั้งที่ 1 เดือน พ.ค. ครั้งที่ 2 เดือน พ.ย.)	สค., บล. กทบ., อมน. คกข., สพร. พมท., บนจ.	ม.ค.-ธ.ค.2565	กฟจ.สพ. ไม่เกี่ยวข้อง		
แผนงานที่ 4 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า	- การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) 4.1 ทบทวนรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ และแผนตามกระบวนการบริหาร ลูกค้ารายสำคัญ (KAMT) ให้สอดคล้องตามค่าเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพ การดูแลลูกค้า เป้าหมาย - ทบทวนและขออนุมัติรายชื่อลูกค้ารายสำคัญภายในเดือน ม.ค. 2565 - จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ ลงในโปรแกรม CRM Plus ให้เป็นปัจจุบัน	กฟพ.1-3 (รวม กฟพ. ในสังกัด)	ม.ค. 2565	ผบป. เดชชาติฯ กฟพ.ในสังกัด	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 4 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า (ต่อ) *** (แผนงานเพิ่มเติม กฟก.3) ***	4.2 ดำเนินการตามแผนงาน กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management) 4.2.1 การบริการเสริมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (Free Maintenance Service: FMS) เป้าหมาย การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้า โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ - ลูกค้ากลุ่ม Strategic (ร้อยละ 100) กฟก.3 จำนวน 46 ราย - ลูกค้ากลุ่ม Star (ร้อยละ 100) กฟก.3 จำนวน 5 ราย - ลูกค้ากลุ่ม Status (ร้อยละ 100) กฟก.3 จำนวน 381 ราย 4.2.1 (1) สํารวจความพึงพอใจของลูกค้ารายสำคัญ ที่มีต่อการให้บริการของ กฟผ. หลังได้รับการบริการเสริมพิเศษโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เป้าหมาย - กบล. จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจ - กฟผ. / KAMR สํารวจความพึงพอใจลูกค้ารายสำคัญทุกครั้ง ภายหลังจากให้บริการเสริมฯ แล้ว - กฟผ.ชั้น 1-3 สรุปรายงานผลแจ้ง กบล. ทราบทุกไตรมาส	กฟผ.1-3 (รวม กฟผ. ในสังกัด) กฟผ.1-3 (รวม กฟผ. ในสังกัด)	ม.ค.-ธ.ค. 2565 ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ ผบป. เดชชาติฯ ผบค. นายพงศธรฯ	- (2) 2.799	- 2.799

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 4 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า (ต่อ)	4.2.2 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ (Relation Building Activity : RBA) เป้าหมาย การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้า โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ - กลุ่ม Strategic ร้อยละ 100 - กลุ่ม Star ร้อยละ 100 - กลุ่ม Status ร้อยละ 100 - กลุ่ม Streamline ร้อยละ 40 4.2.3 พนักงานบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMR) บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication : COM) และบันทึกผลในโปรแกรม CRM Plus เป้าหมาย - การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ : ลูกค้ากลุ่ม Strategic, Star, Status จำนวน 1 ครั้งขึ้นไป/ราย/ไตรมาส : ลูกค้ากลุ่ม Streamline จำนวน 1 ครั้งขึ้นไป/กลุ่ม/เดือน - การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการวางแผนงานที่มีผลกระทบโดยตรงกับลูกค้า เช่น แผนการดับไฟเพื่อปฏิบัติงาน เป็นต้น : ลูกค้ากลุ่ม Strategic ทุกปี (ตามแผนงานที่เกี่ยวข้อง) *หมายเหตุ : ปรับแผนได้ตามความเหมาะสม โดยสามารถดำเนินการติดต่อสื่อสารลูกค้าตามความเหมาะสม ในรูปแบบการเข้าพบ หรือประชุมผ่านสื่อออนไลน์ผ่าน Platfrom ต่างๆ เช่น Zoom Meeting, Google Meet, Webex Meet เป็นต้น	กฟฟ.1-3 (รวม กฟฟ. ในสังกัด)	ม.ค. - ธ.ค. 2565	ผบค. นายพงศธรฯ	-	-
		กฟฟ.1-3 (รวม กฟฟ. ในสังกัด)	เม.ย.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 4 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า (ต่อ)	4.3 การเยี่ยมเยียนลูกค้ารายสำคัญ/ลูกค้ามูลค่าสูง/ลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรม และลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ SPP โดยผู้บริหาร และกำหนดวัตถุประสงค์การเยี่ยมเยียนลูกค้าแต่ละรายที่ชัดเจนพร้อมบันทึกผลการเยี่ยมในโปรแกรม CRM Plus <u>เป้าหมาย</u> - รผก.(ภ3) หรือผู้แทน จำนวน 1 ราย/ไตรมาส - ผชก. หรือผู้แทน จำนวน 3 ราย/ไตรมาส/กฟพ. - ผจก.กฟพ.ชั้น1-3 จำนวน 6 ราย/ไตรมาส/กฟพ.	กฟพ.1-3	เม.ย.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	(2) 0.326	0.326
	*หมายเหตุ : ปรับแผนได้ตามความเหมาะสม โดยการเยี่ยมเยียนสามารถดำเนินการติดต่อสื่อสารลูกค้าตามความเหมาะสม ในรูปแบบการเข้าพบ หรือประชุมผ่านสื่อออนไลน์ผ่าน Platfrom ต่างๆ เช่น Zoom Meeting, Google Meet, Webex Meet เป็นต้น 4.4 จัดประชุมสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟพ. ที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน <u>เป้าหมาย</u> กฟพ.3 จำนวน 16 กฟพ. *หมายเหตุ : ปรับลดได้ตามความเหมาะสม	กฟพ.ที่เข้าหลักเกณฑ์	เม.ย.-ธ.ค.2565	ผบค. นายกิตติพงษ์ฯ	(2) 1.600	1.600
	4.5 การมอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ/มอบของที่ระลึกสำหรับจัดกิจกรรมนันทนาการ/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ <u>เป้าหมาย</u> - กลุ่ม Strategic ทุกราย ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี - กลุ่ม Star, Status ให้พนักงาน KAMR พิจารณาตามความเหมาะสม - กิจกรรมนันทนาการ/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ สำหรับลูกค้า พิจารณาตามความเหมาะสม	กฟพ.1-3 (รวม กฟพ.ในสังกัด)	ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. นายกิตติพงษ์ฯ	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 4 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนในการให้บริการลูกค้า (ต่อ)	4.6 การสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ โดยการติดต่อสื่อสาร/เยี่ยมเยียน เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ เช่น การขอใช้ไฟฟ้า, ขยายเขตระบบไฟฟ้าและการวางแผนการจ่ายไฟฟ้า เป็นต้น เป้าหมาย รายงานสรุปผลการติดต่อสื่อสาร/เยี่ยมเยียน ทุกไตรมาส (ตามแบบฟอร์มรายงาน BOI CRM-NCS-002)	กฟฟ.1-3	ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. นายกิตติพงษ์ฯ	-	-
แผนงานที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร (รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์ข้อมูลในช่องทาง) เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหารจัดการ (Data Driven Execution) **ปัจจุบัน Website ไม่สามารถใช้งานได้**	5.1 การรับฟังเสียงของลูกค้า ตามคู่มือกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า และวิธีปฏิบัติงานการรวบรวมเสียงของลูกค้าแต่ละช่องทาง (PEA VOC System) ดังนี้ 5.1.1 การติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าหลังจากการใช้บริการ พร้อมทั้งวิเคราะห์ ความพึงพอใจ และความคิดเห็นจากลูกค้าโดย กฟฟ. จัดส่งแบบประเมินผ่าน SMS ให้ลูกค้า แยกตาม 3 ประเภทงาน ดังนี้ (1) งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์ ทุกราย (ไม่รวมหมู่บ้านจัดสรร และ คอนโดมิเนียมที่เจ้าของโครงการเป็นผู้ดำเนินการมาขอใช้ไฟ) (2) งานขอขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์ ทุกราย (3) งานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย ทุกราย เป้าหมาย - กบส. ติดตามและสรุปผลการปรับปรุงในภาพรวมของ กฟฟ.1,2,3 ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส - กรท. รายงานผลการใช้งานและปัญหาอุปสรรคของระบบฯ ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3 กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	(2) 0.006	0.006

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร (รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์ข้อมูลในช่องทาง) เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหารจัดการ (Data Driven Execution) (ต่อ) **ปี 64 เกณฑ์ค่าเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 4.4718**	5.1.2 กบล. ดำเนินการสุ่ม และโทรศัพท์สำรวจลูกค้าที่ไม่ตอบ ประเมินผ่าน SMS ตามข้อ 5.1.1 เพื่อสอบถามความพึงพอใจภายหลังจากใช้บริการไม่เกิน 15 วัน ตามประเภทบริการ ดังนี้ - งานขอใช้ไฟติดตั้งมิเตอร์ (ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส/กฟฟ.ชั้น 1-3) กฟก.3 (18 กฟฟ.) จำนวน 216 ราย - งานขอขยายเขตแรงต่ำและติดตั้งมิเตอร์ (ไม่น้อยกว่า 3 ราย/ไตรมาส/กฟฟ.ชั้น 1-3) กฟก.3 (18 กฟฟ.) จำนวน 216 ราย - งานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย (ไม่น้อยกว่า 1 ราย/ไตรมาส/กฟฟ.ชั้น 1-3) กฟก.3 (18 กฟฟ.) จำนวน 72 ราย *หมายเหตุ : กรณี กฟฟ. มีผู้ใช้บริการน้อยกว่าเป้าหมาย ให้ กบล. สุ่มรายชื่อจาก กฟฟ. อื่นเพิ่มเติม เป้าหมาย - สรุปรายงานผลภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 4.4788	กฟฟ.1-3	ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	(2) 0.008	0.008
	5.1.3 การติดตามข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าผ่านกล่องประเมินความพึงพอใจแบบแป้นกด (Smile Box) หรือแบบ Touch Screen - กฟฟ. ชั้น1-3, กฟส. ประเมินลูกค้าทางโทรศัพท์สำหรับลูกค้าที่กดประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 (ที่กดประเมิน 1, 2) โดยใช้ข้อมูลจากโปรแกรม Customers' Smile Feedback - กฟฟ. ชั้น1-3, กฟส. นำผลวิเคราะห์การประเมินฯ ของลูกค้าที่ประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 มาดำเนินการปรับปรุงแก้ไข - กฟฟ. ชั้น 1-3, กฟส. รายงานสรุปผลวิเคราะห์การประเมินฯ และแจ้งให้ กบล. ทราบ ภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3 กฟส.	เม.ย.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร (รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์ข้อมูลในช่องทาง) เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหารจัดการ (Data Driven Execution) (ต่อ) **ปี 64 เกณฑ์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ไม่ต่ำกว่า 4.4718**	เป้าหมาย - สัดส่วนการกดประเมินเทียบกับจำนวนคิวทั้งหมด กฟฟ. ชั้น1-3 และ กฟส. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนคิวทั้งหมด - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 4.4788 - กบล. ติดตามและรายงานสรุปผลวิเคราะห์การประเมินฯในภาพรวมของ ก.3 ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส - กรท. รายงานผลการใช้งานและปัญหาอุปสรรคของระบบฯ ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส *หมายเหตุ : - สรุปรายงานผล เฉพาะ กฟส. ที่ติดตั้ง Smile Box - Front Manager กฟฟ. เป็นผู้ดำเนินงาน และบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรม Customers' Smile Feedback (ที่ กฟฟ.(สพ)13/2564 ลว. 8 ม.ค. 2564 ให้ชะลอการกด Smile Box) 5.1.4 การรวบรวมเสียงของลูกค้าในช่องทางต่างๆ (5 ช่องทาง 15 กลไก) เป้าหมาย - กฟฟ. บันทึกข้อมูลเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ ลงระบบ PEA VOC System ทุกครั้ง - กบล. รวบรวมเสียงของลูกค้า* จากระบบ PEA VOC System และจัดส่งให้ ฝอภ.(ก3) ภายใน 20 วันหลังสิ้นไตรมาส *หมายเหตุ : รวมถึงข้อมูลเสียงของลูกค้าจากกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (แบบฟอร์ม VOC-CRM-001 ตามคู่มือ CRM)	กฟฟ.1-3 กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ ผบป. นายสุพิติฯ กฟฟ.ในสังกัด FM นายไพฑูลย์ฯ FM นายไพฑูลย์ฯ ผบค. นายพงศธรฯ	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร (รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์ข้อมูล ในช่องทาง) เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหาร จัดการ (Data Driven Execution) (ต่อ)	5.2 จัดทำฐานข้อมูลคุณภาพไฟฟ้าในพื้นที่การแข่งขัน, พื้นที่อุตสาหกรรม, เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกลุ่มซูเปอร์คลัสเตอร์ และกลุ่ม EEC (ประกอบด้วย จ.พระนครศรีอยุธยา, จ.ปทุมธานี, จ.ชลบุรี, จ.ระยอง, จ.ฉะเชิงเทรา และ จ.ปราจีนบุรี) โดยตรวจวัด และวิเคราะห์ คุณภาพไฟฟ้า กำหนดแผนและปรับปรุงให้เป็นมาตรฐานสากล พร้อมจัดทำรายงานเพื่อสื่อสารกับลูกค้า - ดำเนินการตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า ณ สถานีไฟฟ้าที่จ่ายไฟให้กับ นิคมอุตสาหกรรม เป้าหมาย กฟภ.3 จำนวน 2 แห่ง 1 นิคมอุตสาหกรรมสินสาคร 2 นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร (ท่าทราย)	กฟจ.สค.	ม.ค.-ธ.ค.2565	กฟจ.สพ. ไม่เกี่ยวข้อง	(2) 0.020	0.020
แผนงานที่ 6 พัฒนาการใช้ประโยชน์จากฐาน ข้อมูลลูกค้า (Customer Analytics) เพื่อพัฒนา คุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง	6.1 การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจเกี่ยวเนื่อง 6.1.1 ฐานข้อมูลลูกค้า High Value เพื่อการดำเนินการธุรกิจ งานขอขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย เป้าหมาย จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ - ฐานข้อมูลลูกค้า High Value มีการใช้ไฟเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จาก ปี 2563-2564 และที่มีการใช้ไฟตั้งแต่ร้อยละ 50 ของขนาดพิกัดหม้อแปลง - ฐานข้อมูลลูกค้า High Value ที่มีการใช้ไฟตั้งแต่ร้อยละ 70 ของขนาดพิกัดหม้อแปลง	กฟฟ.1-3 กฟส.	ม.ค.-ก.พ.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 6 พัฒนาการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Analytics) เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (ต่อ)	6.1.2 ฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อการดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา เป้าหมาย จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ - ฐานข้อมูลลูกค้าที่เคยใช้บริการบำรุงรักษา ปี 2563-2564 - ฐานข้อมูลลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลงรวมกันเกิน 250 kVA	กฟฟ.1-3 กฟส.	ม.ค.-ก.พ.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	-	-
	6.2 การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจเกี่ยวเนื่อง 6.2.1 การดำเนินการธุรกิจงานขอขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย โดยใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้า High Value เป้าหมาย - จัดทำแผนการเข้าพบลูกค้าพร้อมใบเสนอราคา ตามฐานข้อมูลลูกค้าทุกราย - รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส *หมายเหตุ : ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 6.1.1	กฟฟ.1-3 กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	-	-
	6.2.2 การดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา โดยมุ่งเน้นลูกค้า 2 กลุ่ม ดังนี้ (1) ลูกค้ารายเดิม (ที่เคยใช้บริการบำรุงรักษา) ทุกราย (2) ลูกค้ารายใหม่ (ที่ไม่เคยใช้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลงรวมกันเกิน 250 kVA) ร้อยละ 20 เป้าหมาย - จัดทำแผนการเข้าพบลูกค้าพร้อมใบเสนอราคา ตามฐานข้อมูลลูกค้า - รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส *หมายเหตุ : - ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 6.1.2 - กฟฟ. สามารถดำเนินการปรับแผนการเข้าพบลูกค้าได้ตาม ความเหมาะสม	กฟฟ.1-3 กฟส.	เม.ย.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
*** (แผนงานเพิ่มเติม กฟก.3) ***	6.2.3 จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าที่ใช้งานบำรุงรักษาและระบบแจ้งเตือน (Alert Bot) ประสิทธิภาพครบรอบการบำรุงรักษางาน Service Package <u>เป้าหมาย</u> - กบล. จัดทำเว็บไซต์และคู่มือการใช้งานวิธีการ ลงฐานข้อมูลงาน Service Package - กฟฟ.ชั้น 1-3 บันทึกประวัติการบำรุงรักษาหลังจากให้บริการลูกค้า ทุกราย	กฟฟ.1-3 กฟส.	ม.ค.-มี.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ ผบป. นายเดชชาติฯ		
	6.3 นำผลวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจ การติดตามข้อมูลป้อนกลับ และข้อร้องเรียน มาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ/ปรับปรุงกระบวนการทำงาน <u>เป้าหมาย</u> - กฟฟ. ชั้น 1-3 และ กฟส. รายงานแผน และผลการตอบสนองเสียงของลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ/สนับสนุน และแจ้งให้ กบล. ทราบภายใน 10 วันหลังสิ้นเดือน - กบล. ติดตาม และรายงานสรุปผล ในภาพรวมของ กฟก.3 ภายใน 15 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3 กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 7 การยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ	7.1 การขอรับรองศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) 7.1.1 การรักษามาตรฐาน สำหรับ กฟฟ. ที่ผ่านการรับรองศูนย์ราชการสะดวกแล้ว เพื่อพร้อมรองรับการตรวจแบบ Surprise Check จาก สปน. เป้าหมาย - กฟฟ. แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบการรักษามาตรฐานสำหรับ กฟฟ. ที่ผ่านการรับรองศูนย์ราชการสะดวก - คณะทำงานฯ กฟฟ. ดำเนินการตรวจสอบการรักษามาตรฐานสำหรับ กฟฟ. ที่ผ่านการรับรองศูนย์ราชการสะดวก - คณะทำงานฯ กฟฟ. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน แจ้ง ผจก. และคณะทำงาน GECC ของ กฟผ.3	กฟฟ. ที่เกี่ยวข้อง	ม.ค.-ธ.ค.2565 ม.ค.-ก.พ.2565 มี.ค.-ก.ย.2565 ไตรมาส 2,4	คณะทำงาน GECC กฟผ.สพ กฟฟ.ในสังกัด	-	-
	7.1.2 เตรียมความพร้อมการดำเนินการสู่ ศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) เป้าหมาย - กฟฟ. ที่ผ่านการรับรองศูนย์ราชการสะดวกครบวาระ 3 ปี ให้ยื่นขอการตรวจรับรองศูนย์ราชการสะดวก จาก สปน. กฟฟ.ชั้น 1-3 จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ อมร. , กจ. , สค. , บปง., พทท. กฟส. จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ บปม., ศปจ., สช., ทมจ., พทท., ทยค., ทภ., ดชง., ทร.,สพท. กฟย. จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ ทคก. หมายเหตุ ให้ กฟฟ. พิจารณาตามความเหมาะสม - กฟส. และ กฟย. ที่มีความพร้อม และผ่านเกณฑ์ (ด้านกายภาพ) ทุกแห่ง *หมายเหตุ : ยกเว้น กฟฟ. ที่อยู่ระหว่างก่อสร้างอาคารสำนักงาน	กฟฟ. ที่เกี่ยวข้อง	ม.ค.-มี.ค.2565	คณะทำงาน GECC ของ กฟผ.3	-	-

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	11. ช่วงเวลา	12. หน่วยงานหลัก	13.งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
แผนงานที่ 8 การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ ข้อร้องเรียน	8.1 การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่ร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ โดยกำหนดระยะเวลาการตอบสนอง และปิดข้อร้องเรียนตามกลุ่มลูกค้า และประเภทเรื่องร้องเรียน ดังนี้ (ก) ข้อร้องเรียนประเภทต่าง ๆ (ด้านบริการ) (ปิดข้อร้องเรียนได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85) - ข้อร้องเรียนด้านคุณภาพไฟฟ้า ปิดข้อร้องเรียนภายใน 25 วัน - ข้อร้องเรียนด้านการให้บริการ ปิดข้อร้องเรียนภายใน 25 วัน - ข้อร้องเรียนด้านการจดหน่วย/แจ้งค่าไฟฟ้า ปิดข้อร้องเรียนภายใน 15 วัน - ข้อร้องเรียนด้านการถูกงดจ่ายไฟฟ้า ปิดข้อร้องเรียนภายใน 20 วัน - ข้อร้องเรียนด้านพฤติกรรมพนักงาน ปิดข้อร้องเรียนภายใน 20 วัน - ข้อร้องเรียนด้านอื่น ๆ ปิดข้อร้องเรียนภายใน 20 วัน (ข) เรื่องร้องเรียนสำคัญเร่งด่วน ผ่าน IA/IR Chat ภายใน 24 ชม. (ค) สามารถปิดข้อร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์และบริการทั้งหมด* ภายใน 30 วัน ได้ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 100 (ง) สามารถปิดข้อร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์และบริการทั้งหมด* ภายใน 15 วัน ได้ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 70 เป้าหมาย จัดทำรายงานสรุปข้อร้องเรียนทุกเดือน *หมายเหตุ : ไม่รวมข้อร้องเรียนประเภททุจริตประพฤติมิชอบ	กฟฟ.ทุกแห่ง	ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	-	-
	8.2 การจัดทำแผนงานหรือแนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกันข้อร้องเรียนของลูกค้า เป้าหมาย - กฟฟ.ชั้น 1-3 จัดทำแผนงานหรือแนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกันข้อร้องเรียนของลูกค้า และจัดส่ง กบส.(ก3) ภายในไตรมาสที่ 1 - กฟฟ.ชั้น 1-3 สรุปรายงานผลการดำเนินงานตามแผนงาน และปัญหา อุปสรรคของ กฟฟ.1-3 ภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3	ม.ค.-ธ.ค.2565 ม.ค.-มี.ค.2565 เม.ย.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ	-	-

กฟจ.สุพรรณบุรี

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	สถานที่	ช่วงเวลา	หน่วยงานหลัก	งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)																																													
*** (แผนงานเพิ่มเติม กฟผ.3) ***	1. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สำหรับงานก่อสร้างขยายเขตให้ผู้ใช้ไฟฟ้า (C02.2) และกลุ่มงานตรวจสอบซ่อมแซมและบำรุงรักษา	กฟผ.1-3 กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. นายพงศธรฯ																																															
	- มีการรับประกันคุณภาพงานและอุปกรณ์สำหรับงานก่อสร้างเป็นระยะเวลา 2 ปี นับถัดจากวันที่ส่งมอบงาน																																																		
	- มีการรับประกันคุณภาพงานตรวจสอบซ่อมแซมและบำรุงรักษาเป็นระยะเวลา 1 ปี นับถัดจากวันที่ส่งมอบงาน																																																		
	- บำรุงรักษาระบบไฟฟ้า โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายตามอนุมัติหลักเกณฑ์ (ตามอนุมัติ ผวก. เลขที่ ก.1 กบล.(ก).1747/2561 ลว.14 มิ.ย.2561)																																																		
	<table><tr><th>ที่</th><th>กิจกรรม</th><th>ไม่เกิน ๒๕๐ เควีเอ</th><th>เกิน ๒๕๐-๑,๕๐๐ เควีเอ</th><th>เกิน ๑,๕๐๐ เควีเอ ขึ้นไป</th></tr><tr><td>๑</td><td>ตรวจสอบจุดสัมผัสทางไฟฟ้าและจุดต่อด้วยกล้อง Thermal Viewer</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๒</td><td>บำรุงรักษาอุปกรณ์แรงสูงและแก้ไขจุดร้อน</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๓</td><td>ตรวจสอบและแก้ไขค่ากราวด์ ไม่เกิน ๕ จุด</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๔</td><td>บำรุงรักษาหม้อแปลง</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๕</td><td>ตัดกิ่งไม้ใกล้แนวสายไฟ</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๖</td><td>ฟรีให้คำแนะนำการอนุรักษ์พลังงานและความปลอดภัย</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>๗</td><td>ทำความสะอาด ล้างลูกถ้วย</td><td></td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>๘</td><td>ตรวจสอบข้อมูลการใช้โหลด (Load Profile)</td><td></td><td></td><td>✓</td></tr></table>						ที่	กิจกรรม	ไม่เกิน ๒๕๐ เควีเอ	เกิน ๒๕๐-๑,๕๐๐ เควีเอ	เกิน ๑,๕๐๐ เควีเอ ขึ้นไป	๑	ตรวจสอบจุดสัมผัสทางไฟฟ้าและจุดต่อด้วยกล้อง Thermal Viewer	✓	✓	✓	๒	บำรุงรักษาอุปกรณ์แรงสูงและแก้ไขจุดร้อน	✓	✓	✓	๓	ตรวจสอบและแก้ไขค่ากราวด์ ไม่เกิน ๕ จุด	✓	✓	✓	๔	บำรุงรักษาหม้อแปลง	✓	✓	✓	๕	ตัดกิ่งไม้ใกล้แนวสายไฟ	✓	✓	✓	๖	ฟรีให้คำแนะนำการอนุรักษ์พลังงานและความปลอดภัย	✓	✓	✓	๗	ทำความสะอาด ล้างลูกถ้วย			✓	๘	ตรวจสอบข้อมูลการใช้โหลด (Load Profile)			✓
	ที่						กิจกรรม	ไม่เกิน ๒๕๐ เควีเอ	เกิน ๒๕๐-๑,๕๐๐ เควีเอ	เกิน ๑,๕๐๐ เควีเอ ขึ้นไป																																									
	๑						ตรวจสอบจุดสัมผัสทางไฟฟ้าและจุดต่อด้วยกล้อง Thermal Viewer	✓	✓	✓																																									
	๒						บำรุงรักษาอุปกรณ์แรงสูงและแก้ไขจุดร้อน	✓	✓	✓																																									
	๓						ตรวจสอบและแก้ไขค่ากราวด์ ไม่เกิน ๕ จุด	✓	✓	✓																																									
	๔						บำรุงรักษาหม้อแปลง	✓	✓	✓																																									
๕	ตัดกิ่งไม้ใกล้แนวสายไฟ	✓	✓	✓																																															
๖	ฟรีให้คำแนะนำการอนุรักษ์พลังงานและความปลอดภัย	✓	✓	✓																																															
๗	ทำความสะอาด ล้างลูกถ้วย			✓																																															
๘	ตรวจสอบข้อมูลการใช้โหลด (Load Profile)			✓																																															
เป้าหมาย																																																			
- ให้ กฟผ.ชั้น 1-3, กฟส. จัดทำฐานข้อมูล และกำหนดแผน																																																			
เข้าบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายตามอนุมัติหลักเกณฑ์																																																			
- กบล. สรุปผลการดำเนินงานของ กฟผ. ทุกไตรมาส																																																			
(ใบสั่งงาน ZW07 : ใบสั่งงานรับประกันคุณภาพ)																																																			

แผนปฏิบัติการ ประจำปี 2565 (เพิ่มเติม กฟก.3)

กฟจ.สุพรรณบุรี

แผนงาน/โครงการ/งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	แผนปฏิบัติ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	สถานที่	ช่วงเวลา	หน่วยงานหลัก	งบประมาณ (ล้านบาท) (1) ลงทุน (2) ทำการ (3) อื่น ๆ	รวม (ล้านบาท)
*** (แผนงานเพิ่มเติม กฟก.3) ***	2. แต่งตั้งทีมงานการตลาด (Marketing Team) ประจำ กฟก.3 และ กฟฟ.ชั้น 1-3 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเร่งรัด การหารายได้ธุรกิจเสริม <u>เป้าหมาย</u> - กบล. และ กฟฟ.ชั้น 1-3 จัดทำรายชื่อทีมงานการตลาด - กบล. ขออนุมัติรายชื่อทีมงานการตลาด พร้อมกำหนดหน้าที่ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่จะดำเนินการเข้าพบเพื่อแนะนำงาน ธุรกิจเสริม - ทีมการตลาดที่ได้รับการแต่งตั้งจัดแผนเข้าพบหรือนำเสนอ งานธุรกิจเสริมตามช่องทางหรือวิธีการอื่นๆ - กฟฟ.ชั้น 1-3 สรุปรายงานผลแจ้ง กบล. ทราบ ภายใน 10 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟฟ.1-3 กฟส.	ม.ค.-ธ.ค.2565 ม.ค.-มี.ค.2565 เม.ย.-65 เม.ย.-ธ.ค. 2565 ม.ค.-ธ.ค.2565	ผบค. นายกิตติพงษ์ฯ		