

แผนปฏิบัติการ กลยุทธ์และแผน ประจําปี 2568
ข้อมูล : Goal (Finance Social Environment)

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

-
2. กลยุทธ์หลักองค์กร

-
3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KPI)

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ถาวร (ROA)

- การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (C/I-X)
4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)

- ร้อยละ 1.85

- ไม่เกินร้อยละ 80.394
5. กลยุทธ์หลักสาขา

-
6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KPI)

- การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของ สาขาฯ สาขาฯ

- การบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของ สาขาฯ สาขาฯ
7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)

- ไม่เกินร้อยละ 80.394

- ไม่เกินร้อยละ 80.394

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (รายการรวมกิจกรรมที่มอบหมายให้ปฏิบัติ) (Activities / Action Steps)	10. สถานะ	หมวดหมู่	11. เป้าหมายภายในไตรมาส				12. หน่วยงบประมาณ	13. งบประมาณ (ล้านบาท)			ผลดำเนินงาน	
				ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4		(1)ลงทุน	(2)บริหาร	รวม	ไตรมาสที่ 1/2568	ไตรมาสที่ 1-1/2568
แผนงานที่ 3 การดำเนินงานด้านกลยุทธ์ การดำเนินงาน	1.1 ประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนและต้นทุนที่ไม่ได้ควบคุมไว้ให้มีความเหมาะสม สำหรับงานให้บริการลูกค้าเชิงพาณิชย์ สำหรับระบบโลจิสติกส์ดิจิทัล CIG 2 เป้าหมาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 (ไม่รวมงานที่ดำเนินการโดยสหสาขาวิชาใหญ่ และงานที่ ดำเนินการแบบข้ามสายงานหลัก (Crosskey))	กลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละ					ลบ. (เจริญชัย) ลบ. (วี)				รวมได้ 1,625,743.38 บาท ต้นทุน 762,573.29 บาท กำไร 863,170.09 บาท คิดจากกำไร 53.09	รวมได้ 1,625,743.38 บาท ต้นทุน 762,573.29 บาท กำไร 863,170.09 บาท คิดจากกำไร 53.09
	1.2 ประสิทธิภาพของการบริการของเว็บไซต์ VMS สำหรับระบบการให้บริการลูกค้า เชิงพาณิชย์รวมศูนย์ ชุมชน และบริการ เป้าหมาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95	กลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละ					ลบ. (เจริญชัย) ลบ. (วศวี) ลบ. (ศิริกนก)				รวมได้ 489,740.47 บาท ต้นทุน 178,818.50 บาท กำไร 310,921.97 บาท คิดจากกำไร 63.49	รวมได้ 489,740.47 บาท ต้นทุน 178,818.50 บาท กำไร 310,921.97 บาท คิดจากกำไร 63.49
	1.3 ประสิทธิภาพการให้บริการด้านการบริการลูกค้าเชิงพาณิชย์ ด้านความคุ้มค่า ทางด้านการเงิน และกลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ กลุ่มที่ 1 รายได้จากกลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ กลุ่มที่ 2 รายได้จากกลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ (ไม่รวม Power BI Dashboard วิสัยทัศน์ ธุรกิจใหม่) เป้าหมาย รายได้จากการบริการลูกค้าเชิงพาณิชย์ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 4 ของรายได้ปี 2567	กลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละ					ลบ. (เจริญชัย) ลบ. (วี) ลบ. (ศิริกนก) ลบ. (เสาวฤทธิ์)				กลุ่ม 1 รวมได้ 491,813.00 บาท ต้นทุน 8,965.51 บาท กำไร 482,847.49 บาท คิดจากกำไร 98.18 กลุ่ม 2 รวมได้ 2,115,483.85 บาท ต้นทุน 948,473.96 บาท กำไร 1,167,009.89 บาท คิดจากกำไร 55.17	กลุ่ม 1 รวมได้ 491,813.00 บาท ต้นทุน 8,965.51 บาท กำไร 482,847.49 บาท คิดจากกำไร 98.18 กลุ่ม 2 รวมได้ 2,115,483.85 บาท ต้นทุน 948,473.96 บาท กำไร 1,167,009.89 บาท คิดจากกำไร 55.17
	1.4 ตรวจสอบความถูกต้องของงบการเงินทางฝ่ายการเงิน ปี 2568	กลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละ	100.00	-	-		ลบ. (วีระ)				ยอดเงิน 2,823,000 บาท	ยอดเงิน 2,823,000 บาท
	1.4.1 ตรวจสอบค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าบริการประจำปี 2569 ด้วยระบบ VMS ให้ครบถ้วน เป้าหมาย ร้อยละ 100 ภายในไตรมาสที่ 4/2568 ยอดค่าใช้จ่ายตามปีงบประจําปี 2568 ยอดเงิน 2,823,000 บาท	กลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละ										
	1.4.2 จัดทำรายการขายและต้นทุนรายการที่ส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าปี 2568 (รวมค่า) เป้าหมาย จัดทำรายการขายและต้นทุน ร้อยละ 100 ภายในเดือน ม.ค. 2568 ยอดค่าใช้จ่ายตามปีงบประจําปี 2568 ยอดเงิน 2,823,000 บาท กลุ่ม ก.3.งบกำไร 229/2568 ค.3.พ.2568	กลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละ	100	-	-	-	ลบ. (วีระ)				ยอดเงิน 2,823,000 บาท	ยอดเงิน 2,823,000 บาท
	1.4.3 จัดทำแผนและกำหนดแนวทางการตรวจสอบสินค้าของผลิตภัณฑ์อาหาร (รายการ RDS รายการขายสินค้าของผลิตภัณฑ์) เป้าหมาย จัดทำแผนและกำหนดแนวทาง ภายในไตรมาสที่ 1/2568 งบ.5307.14/ก.ม.4211	กลุ่มเป้าหมาย	ครั้ง	1	-	-	-	ลบ. (วีระ)				ยอดเงิน 223,390บาท	ยอดเงิน 223,390บาท
	1.4.4 ดำเนินการตรวจสอบสินค้าของผลิตภัณฑ์อาหาร ตามแผนงาน ปี 1.4.3 เป้าหมาย ดำเนินการตามแผนงาน ภายในไตรมาสที่ 3/2568 ก.3 กลุ่ม.16/367/2568 ค.3 ก.ม.68	กลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละ	100.00			-	ลบ. (วีระ)				ยอดเงิน 223,390บาท	ยอดเงิน 223,390บาท

	เป้าหมาย ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ 50 จุดมุ่งหมาย							สมท. (ร/ร) สมท. (ส/ส) สมท. (ส/ร)					
	3.5.3 งานก่อสร้างมูลนิธิฯ ทั่วประเทศ (C02.2) <u>เป้าหมาย</u> แบ่งจัดงบประมาณก่อสร้างตามจำนวนพื้นที่ งาน C02.2 ที่รับจ้างเป็นจากมูลนิธิแห่งประเทศไทย ๕.๖. 2568 ให้ครอบคลุมทุกงาน (วัดจำนวนงาน) เนื่องจากการได้ผลการดำเนินงาน : 1. ไม่เป็นมาตรฐานในงานด้านสิ่งแวดล้อมของสำนักงานใหญ่ 2. ไม่เป็นมาตรฐานในงานด้านวิศวกรรม หรือสิ่งแวดล้อมในพื้นที่หน่วยงานภายนอก 3. ไม่เป็นมาตรฐานการดำเนินงานด้านบริหาร 4. กรณีดำเนินการในปี 2568 ต้องดำเนินการตาม WBS 02.2 เท่านั้น	กลุ่ม. ก.งานแผน	ร้อยละ	25%	25%	25%	25%	สมท. (ร/ร) สมท. (ส/ร) สมท. (ส/ร)				จำนวนงานที่ทำได้ 14 งาน 2,777,983.55 บาท จำนวนงานที่ยังเหลือ 22 งาน 2,348,939.14 บาท คิดเป็น 63.63%	จำนวนงานที่ทำได้ 14 งาน 2,777,983.55 บาท จำนวนงานที่ยังเหลือ 22 งาน 2,348,939.14 บาท คิดเป็น 63.63%
	3.6 ศึกษาการจัดซื้อที่ดินจาก องค์กร หน่วยงานท้องถิ่น มูลนิธิฯ 3.6.1 จัดทำแบบจัดซื้อที่ดินจาก องค์กร หน่วยงานท้องถิ่น มูลนิธิฯ ปีงบประมาณ 2568 <u>เป้าหมาย</u> จัดทำแบบจัดซื้อที่ดินจาก องค์กร หน่วยงานท้องถิ่น มูลนิธิฯ ปีงบประมาณ 2568 3.6.2 จัดทำรายงานผลการดำเนินงาน-จ่าย-คืน ที่ส่งจาก location 0021 <u>เป้าหมาย</u> รายงานผลการดำเนินงานปี 20 ของมูลนิธิฯ ไปยัง องค์กร หน่วยงานท้องถิ่น มูลนิธิฯ ปีงบประมาณ 2568 3.7 จัดทำแบบจัดซื้อที่ดินจาก องค์กร หน่วยงานท้องถิ่น มูลนิธิฯ ปีงบประมาณ 2568 <u>เป้าหมาย</u> จัดทำแบบจัดซื้อที่ดินจาก องค์กร หน่วยงานท้องถิ่น มูลนิธิฯ ปีงบประมาณ 2568	กลุ่ม.	ครั้ง	1	-	-	-	กลุ่ม. ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน					
		กลุ่ม.	ครั้ง	1	1	1	1	กลุ่ม. ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน					
		กลุ่ม.	ครั้ง	1	-	-	-	กลุ่ม. ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน					
แผนงานที่ 4. ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม	4.1 ความครอบคลุมของมูลนิธิฯ ทั่วประเทศ (C02.2) <u>เป้าหมาย</u> ความครอบคลุม 100 4.2 ความครอบคลุมของมูลนิธิฯ ทั่วประเทศ (C02.2) <u>เป้าหมาย</u> ความครอบคลุม 100	กลุ่ม. ก.งานแผน	ร้อยละ					สมท. (ร/ร) สมท. (ส/ร) สมท. (ส/ร)				มูลนิธิฯ ครอบคลุมงาน 645 งาน มีการจัดทำสัญญา 643 งาน คิดเป็นร้อยละ 99.69	มูลนิธิฯ ครอบคลุมงาน 645 งาน มีการจัดทำสัญญา 643 งาน คิดเป็นร้อยละ 99.69
		กลุ่ม. ก.งานแผน	ร้อยละ					สมท. (ร/ร) สมท. (ส/ร) สมท. (ส/ร)				มูลนิธิฯ ครอบคลุมงาน 629 งาน มีการจัดทำสัญญา 627 งาน คิดเป็นร้อยละ 93.12	มูลนิธิฯ ครอบคลุมงาน 629 งาน มีการจัดทำสัญญา 627 งาน คิดเป็นร้อยละ 93.12
แผนงานที่ 5. พัฒนาระบบบริหารงาน	5. พัฒนาระบบบริหารงานมูลนิธิฯ ทั่วประเทศ (C02.2) <u>เป้าหมาย</u> พัฒนาระบบบริหารงานมูลนิธิฯ ทั่วประเทศ (C02.2) (1) ฐานข้อมูล (2) ฐานข้อมูล (3) ฐานข้อมูล	กลุ่ม. / คณะกรรมการ	ร้อยละ	100	100	100	100	คณะกรรมการ ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน					

แบบปฏิบัติการ กฟผ.กำหนดแผน ประจำปี 2568

มุมมอง : Customer

1. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

- SO1 เป็นผู้นำการให้บริการจำหน่ายไฟฟ้า

ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลนวัตกรรม และทุนมนุษย์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- SCM1 ยกระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI)

- เป็นการวัดผลสำรวจความผูกพันระหว่างลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟผ.

ตัวชี้วัดทางสถิติและระเบียบวิธีที่เป็นที่ยอมรับ และดำเนินการโดยหน่วยงาน

ผู้ประเมินอิสระภายนอก (Third Part y) มาดำเนินการ ซึ่งจะประเมินผล

ตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

: กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ

: กลุ่มชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

: กลุ่มสื่อมวลชน

: กลุ่มพันธมิตร

: กลุ่มคณะกรรมการ

: บริษัทในเครือ

: กลุ่มผู้เทียบหรือคู่แข่ง

: กลุ่มลูกค้า

4. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)

- ร้อยละ 80

5. กลยุทธ์ระดับสาขา

- SCM1 ยกระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI)

- เป็นการวัดผลสำรวจความผูกพันระหว่างลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟผ.

ตัวชี้วัดทางสถิติและระเบียบวิธีที่เป็นที่ยอมรับ และดำเนินการโดยหน่วยงาน

ผู้ประเมินอิสระภายนอก (Third Part y) มาดำเนินการ ซึ่งจะประเมินผล

ตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

: กลุ่มหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ

: กลุ่มชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

: กลุ่มสื่อมวลชน

: กลุ่มพันธมิตร

: กลุ่มคณะกรรมการ

: บริษัทในเครือ

: กลุ่มผู้เทียบหรือคู่แข่ง

: กลุ่มลูกค้า

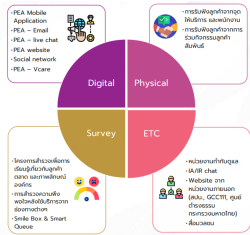
7. ค่าเป้าหมาย (ระดับ 5)

- ร้อยละ 80

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติ (จะปฏิบัติงานหลักพร้อมวิธียานหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	10. สถานที่	หน่วยวัด	11. เป้าหมายรายไตรมาส				12. หน่วยงานหลัก	13. จปประมาณ (ล้านบาท)			ผลดำเนินงาน	ผลดำเนินงานระยะ
				ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม		
แผนงานที่ 1 แผนงานสร้างความยั่งยืน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2568 มีการกำหนดกิจกรรมตามระดับและรูปแบบในการสร้างความสัมพันธ์ เป็นแผน - ทบทวนแผนสร้างความสัมพันธ์ฯ ปี 2568 ตามแบบฟอร์ม SM-1 ภายใน 31 ม.ค. 2568 - คณะทำงาน ดำเนินการตามแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปี 2568	ทุกกอง	ร้อยละ	25	25	25	25	คณะทำงานฯ Core Enablers ด้านที่ 4 กฟผ.3 ไม่เกี่ยวข้อง				ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง

แผนงานที่ 2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พร้อมรายงานผลให้รายงาน (กท) ภายใน 1 วัน หลังสิ้นไตรมาส	ทุกกอง	ร้อยละ	-	100	-	-	คณะทำงานฯ Core Enablers ด้านที่ 4 mfn.3 ไม่เกี่ยวข้อง				ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง										
แผนงานที่ 3 การจัดทำและปรับปรุงฐานข้อมูลเพื่อมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile)	3. การบันทึกข้อมูลในฐานข้อมูล เพื่อมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile) เป็นไปตาม - คณะทำงานฯ บันทึกข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Profile) ตามแบบฟอร์ม SM-8 ภายใน 25 ส.ค. 2568	ทุกกอง	ร้อยละ	-	-	100	-	คณะทำงานฯ Core Enablers ด้านที่ 4 mfn.3 ไม่เกี่ยวข้อง				ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง										
แผนงานที่ 4 การยกระดับมาตรฐานของเกณฑ์การให้บริการ	4.1 มาตรฐานด้านการให้บริการ การอำนวยความสะดวกในการให้บริการขอใช้ไฟฟ้า และยกระดับการให้บริการ <table><tr><th>มาตรฐานด้านการให้บริการ</th><th>พื้นที่</th><th>ระยะเวลาดำเนินการ</th></tr><tr><td rowspan="2">กรณีไม่ต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่ายไฟฟ้าใหม่เดิม</td><td>เขตชุมชน (เทศบาล)</td><td>1 วันทำการ</td></tr><tr><td>นอกเขตชุมชน</td><td>3 วันทำการ</td></tr><tr><td>กรณีต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่ายไฟฟ้าใหม่เดิม ระยะทางไม่เกิน 140 เมตร</td><td>เขตชุมชน</td><td>10 วันทำการ</td></tr></table> เป็นไปตาม - ดำเนินการภายในระยะเวลาที่กำหนด ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 - กทล.(ก3) สรุปรายงานผล พร้อมจัดส่งรายงานให้ ผ.อ.(กท) ภายใน 5 วัน หลังสิ้นไตรมาส	มาตรฐานด้านการให้บริการ	พื้นที่	ระยะเวลาดำเนินการ	กรณีไม่ต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่ายไฟฟ้าใหม่เดิม	เขตชุมชน (เทศบาล)	1 วันทำการ	นอกเขตชุมชน	3 วันทำการ	กรณีต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่ายไฟฟ้าใหม่เดิม ระยะทางไม่เกิน 140 เมตร	เขตชุมชน	10 วันทำการ	กทล.ก่านแพงแสน	ร้อยละ				อบต. อัญญาถิ่น ผด. คุณนิมิตร				ดำเนินการภายในระยะเวลาที่กำหนด	ดำเนินการภายในระยะเวลาที่กำหนด
มาตรฐานด้านการให้บริการ	พื้นที่	ระยะเวลาดำเนินการ																					
กรณีไม่ต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่ายไฟฟ้าใหม่เดิม	เขตชุมชน (เทศบาล)	1 วันทำการ																					
	นอกเขตชุมชน	3 วันทำการ																					
กรณีต้องการขยายเขต/ปรับปรุงระบบจำหน่ายไฟฟ้าใหม่เดิม ระยะทางไม่เกิน 140 เมตร	เขตชุมชน	10 วันทำการ																					
	4.2 การขอรับกองทุนราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) 4.2.1 การรักษามาตรฐาน สำหรับ กทฟ. ที่ดำเนินการรับกองทุนราชการสะดวกแล้ว เพื่อพร้อมรองรับการตรวจแบบ Surprise Check จาก สท.ป. และตามแผนงาน	กทล.ก่านแพงแสน	ร้อยละ					คณะทำงานฯ				ได้รับรับรองมาตรฐานระดับพื้นฐาน											

	ตรวจสอบภายในหน่วยงาน (Internal Audit) - กฟฟ. ที่เคยผ่านการรับรองและยังอยู่ในระยะเวลาการรับรองมาตรฐาน GECC - กฟส.(L,M) ที่เคยผ่านการรับรองมาตรฐาน GECC แต่ไม่ได้สมัครรับรองเพื่อต่ออายุ เป็นไปตาม. - แต่งตั้งคณะทำงานตรวจสอบภายใน (Internal Audit) เพื่อรักษามาตรฐาน ตามเกณฑ์ GECC ภายในเดือน ม.ค. 2568 - ดำเนินการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ตามแผนงานที่กำหนด ภายในเดือน ก.ย. 2568 - รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ภายในไตรมาสที่ 4										ท.ศ.2567-2569	
	4.2.2 เน้นความพร้อมการดำเนินการสู่ศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) เป็นไปตาม - กฟส.(L,M) ที่เคยได้รับการรับรองฯ จาก สปบ. ให้สมัครต่ออายุในปี 2568 จำนวน 11 แห่ง ได้แก่ กฟส.บร., บข., บพส., บสน., สค., อบบ., พพน., พก., สข., สทบ., สข. - กฟฟ. ที่สมัครขอรับรองฯ ที่กรมมีสมัครใหม่และต่ออายุ ในปี 2568 จะยื่นข้อส่งใบสมัครครบถ้วนร้อยละ 100	บร., บข., บพส., บสน., สค., อบบ., พพน., พก., สข., สทบ., สข.	ร้อยละ					คณะทำงาน GECC (เลขาฯ กบส.(ก3)) ไม่เกี่ยวข้อง			ไม่เกี่ยวข้อง	
แผนงานที่ 5 การปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กร (รวมข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์ข้อมูลในช่องทาง) เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และการบริหารจัดการ (Data Driven Execution)	5.1 การรับฟังเสียงของลูกค้า ตามคู่มือกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้าและวิธีปฏิบัติงาน การรวบรวมเสียงของลูกค้าแต่ละช่องทาง (PEA VOC System) ดังนี้ 5.1.1 การติดตามข้อมูลย้อนกลับจากลูกค้าผ่านช่องทางประเมินความพึงพอใจ แบบบันทึก (Smile Box) หรือแบบ Touch Screen - กฟส.(L,M,S) ประเมินลูกค้าทางโทรศัพท์สำหรับลูกค้าที่ติดต่อประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 (ที่ติดต่อประเมิน 1, 2) โดยให้ข้อมูลจากโปรแกรม Customers' Smile Feedback - กฟส.(L,M,S) นำผลวิเคราะห์การประเมินฯ ของลูกค้าที่ประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 มาดำเนินการปรับปรุงแก้ไข - กฟส.(L,M,S) รายงานสรุปผลวิเคราะห์การประเมินฯ และแจ้งให้ กบส.(ก3) ทราบ ภายใน 5 วัน หลังสิ้นสุดไตรมาส เป็นไปตาม - สัดส่วนการยกประเมินเทียบกับจำนวนตัวทั้งหมด กฟส.(L,M,S) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนตัวทั้งหมด. - กบส.(ก3) ติดตามและรายงานสรุปผลวิเคราะห์การประเมินฯ ในภาพรวมของ กฟผ.3 ภายใน 5 วันหลังสิ้นสุดไตรมาส - กบส.(ก3) รายงานผลการใช้งานและปัญหาอุปสรรคของระบบฯ ภายใน 5 วันหลังสิ้นสุดไตรมาส หมายเหตุ : Front Manager กฟส.(L,M,S) เป็นผู้ดำเนินงาน และบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรม Customers' Smile Feedback	กฟผ.กานตงแสน	ร้อยละ					แผน.8 ผบ.ส.(ขวัญชัย) ผบร. (ชินมณ)			นำผลวิเคราะห์การประเมินฯ ของลูกค้าที่ ประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 มาดำเนินการ การ	นำผลวิเคราะห์การประเมินฯ ของลูกค้าที่ ประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ 3 มาดำเนินการ การ
											' ก.3 กบส.(ลส.)- 2568 647 ร้อยละ 57.88	ก.3 กบส.(ลส.)- 2568 647



แผนงานที่ 6 พัฒนาการใช้ประโยชน์จากฐาน

ข้อมูลลูกค้า (Customer Analytics) เพื่อพัฒนา

คุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ

เก็บมาเอง

5.1.2 การรวบรวมเสียงของลูกค้าจากช่องทาง 4 กลุ่ม (กลุ่มดิจิทัล กลุ่มกายภาพ กลุ่มการสำรวจ และกลุ่มอื่นๆ) เป้าหมาย - กฟส.(L,M,S) บันทึกข้อมูลเสียงของลูกค้าที่มีนัยสำคัญ หรือจัดการไม่ได้ระบบ - PEA VOC System ทุกครั้ง - กบส.(ก3) รวบรวมเสียงของลูกค้า จากระบบ PEA VOC System และจัดส่งให้ ฝ่าย(กท) ภายใน 5 วันหลังรับทราบผล	กฟส.ก้าแพงแสน	ร้อยละ								ผบ.ส.(ขวัญชัย)		ครบ 100%	
6.1 การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ หรือสร้างโอกาสทางธุรกิจเบื้องต้น 6.1.1 ฐานข้อมูลลูกค้า High Value เพื่อการดำเนินการธุรกิจงานขยายเขต ติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะราย เป้าหมาย จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ - ฐานข้อมูลลูกค้า High Value ที่มีกรไฟฟ้าใช้ตั้งแต่ร้อยละ 70 ของขนาดพื้นที่หม้อแปลง - ภายใน ม.ค. - ก.พ. 2568	กบส.(ก3)	ร้อยละ								กบส.(ก3)		ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง
6.1.2 ฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อการดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา เป้าหมาย จัดทำฐานข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้ - ฐานข้อมูลลูกค้าที่ เคย ใช้บริการบำรุงรักษา ปี 2566-2567 - ฐานข้อมูลลูกค้าที่ ไม่เคย ใช้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลงรวมกันเกิน 250 kVA - ภายใน ม.ค. - ก.พ. 2568	กบส.(ก3)	ร้อยละ								กบส.(ก3)		ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง
6.2 การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจเบื้องต้น 6.2.1 การดำเนินการธุรกิจงานขยายเขตติดตั้งหม้อแปลงเฉพาะรายโดย ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้า High Value เป้าหมาย - จัดทำแผนการให้บริการลูกค้าและนำเสนอข้อมูลการให้บริการธุรกิจเบื้องต้น - กบส.(ก3) รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส หมายเหตุ : ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 6.1.1 6.2.2 การดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา โดยมุ่งเน้นลูกค้า 2 กลุ่ม ดังนี้ (1) ลูกค้ารายเดิม (ที่เคยใช้บริการบำรุงรักษา) ทุกราย (2) ลูกค้ารายใหม่ (ที่ไม่เคยใช้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลงรวมกันเกิน 250 kVA) ร้อยละ 20 เป้าหมาย - จัดทำแผนการให้บริการลูกค้าและนำเสนอข้อมูลการให้บริการธุรกิจเบื้องต้น - กบส.(ก3) รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส หมายเหตุ : - ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 6.1.2 - กฟส.(L,M,S) สามารถดำเนินการปรับแผนการจำหน่ายลูกค้าได้ตามความเหมาะสม	กฟส.ก้าแพงแสน	ร้อยละ								ผบ.ส. (ขวัญเมือง)		รายงานลงใน CRM Plus	รายงานลงใน CRM Plus
6.2.2 การดำเนินการธุรกิจงานบำรุงรักษา โดยมุ่งเน้นลูกค้า 2 กลุ่ม ดังนี้ (1) ลูกค้ารายเดิม (ที่เคยใช้บริการบำรุงรักษา) ทุกราย (2) ลูกค้ารายใหม่ (ที่ไม่เคยใช้บริการบำรุงรักษา และติดตั้งหม้อแปลงรวมกันเกิน 250 kVA) ร้อยละ 20 เป้าหมาย - จัดทำแผนการให้บริการลูกค้าและนำเสนอข้อมูลการให้บริการธุรกิจเบื้องต้น - กบส.(ก3) รายงานผลการดำเนินงาน ทุกไตรมาส หมายเหตุ : - ฐานข้อมูลลูกค้าฯ ตามกิจกรรมข้อ 6.1.2 - กฟส.(L,M,S) สามารถดำเนินการปรับแผนการจำหน่ายลูกค้าได้ตามความเหมาะสม	กฟส.ก้าแพงแสน	ร้อยละ								ผบ.ส. (ขวัญเมือง)		รายงานลงใน CRM Plus	รายงานลงใน CRM Plus

	6.3 นำเสนอโครงการประเมินความพึงพอใจ การติดตามข้อมูลป้อนกลับ และข้อเสนอแนะ มาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ/ปรับปรุงกระบวนการทำงาน เป้าหมาย - กฟส.(L,M,S) จัดทำแบบสอบถามปรับปรุงกระบวนการทำงานและรายงานผล การตอบสนองเชิงเชิงของลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ/สนับสนุน ตามช่องทางที่กำหนด ให้ กบส.(ก3) ทราบ ผลลัพธ์ไตรมาส - กบส.(ก3) ติดตาม และรายงานสรุปผล ในภาพรวมของ กฟผ.3 ภายใน 5 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟส. กำนตพณ	ร้อยละ						ลบ.ส. (ขวัญเมือง)					ไม่มีข้อร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ไม่มีข้อร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์/บริการ
	6.4 จัดทำแผนการนำเสนอการขายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง การซื้อต่อ ยอด (Up selling) และการซื้อต่อเนื่อง (Cross selling) แก่ลูกค้ารายสำคัญจากการดำเนินการตามกระบวนการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ เป้าหมาย ร้อยละความสำเร็จของกิจกรรมที่ (1)-(4) (1) กบส.(ก3) จัดทำแผนการขายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ของกลุ่มลูกค้า - กฟผ.3 จำนวนลูกค้าที่เข้าพบ ราย (รวมค่าเป้าหมาย) หรือไม่น้อยกว่าร้อยละ กข. กำหนด ภายในกรอบค่าเป้าหมายของรายงาน หมายเหตุ : ลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มลูกค้ากรรมและพาณิชย์รายใหญ่ (2) กฟส.(L,M,S) เข้าพบเพื่อเสนอราคา และลูกค้าที่ส่งงานในสัญญา ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 ของจำนวนลูกค้าที่เข้าพบเพื่อ เสนอการขายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (3) กฟส.(L,M,S) รายงานผลการขายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่องฯ ทุกครั้งที่มีความคืบหน้า ของสถานะงาน ตาม Google sheet (Sale Tracking) จัดส่ง กบส.(ก3) ผลลัพธ์ไตรมาส (4) กบส.(ก3) รายงานสรุปผลการดำเนินงานการนำเสนอการขายงานธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (ลูกค้ารายใหม่, การซื้อต่อยอด (Up selling) และการซื้อต่อเนื่อง (Cross Selling) ตามแบบฟอร์ม Sale-MCS-001 จัดส่ง ผ.กค.) ภายใน 5 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟส. กำนตพณ	ร้อยละ						ลบ.ส. (ขวัญเมือง)					รายงานผลตาม Google sheet	รายงานผลตาม Google sheet (Sale Ti

แบบแผนที่ 7 การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียน	7.1 การบริหารจัดการข้อร้องเรียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อยกระดับการให้บริการที่ดีของ กฟผ. ลดความไม่พึงพอใจและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ดังนี้ 7.1.1 การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ดังนี้ (1) การตอบข้อร้องเรียน (ด้านบริการ) โดยรวม - ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วันทำการ (ร้อยละ 100) - ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วัน (ร้อยละ 100) - ข้อร้องเรียนทั่วไป ปิดได้ภายใน 15 วัน (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 93) - ข้อร้องเรียนสำคัญเร่งด่วน (IA/IR chat) ภายใน 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 100) (2) การตอบข้อร้องเรียน (ด้านบริการ) กลุ่มบริการทั่วไป (คุณภาพไฟฟ้า-การให้บริการ) - การปิดข้อร้องเรียน ภายใน 20 วัน (ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 97) (3) การตอบข้อร้องเรียน (ด้านบริการ) กลุ่มที่ต้องเร่งรัดแก้ไข (พฤติกรรมพนักงาน+การจดหน่วยแจ้งเข้าไฟฟ้า+การดูแลจ่ายไฟฟ้า) - การปิดข้อร้องเรียน ภายใน 10 วัน (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85) (4) ระยะเวลาตอบสนองต่อลูกค้าร้องขอและปฏิบัติตามเงื่อนไข - ตรวจสอบหรือติดต่อผู้มีส่วนภายใน 5 วัน (ร้อยละ 100) เป้าหมาย ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการบริหารจัดการข้อร้องเรียนให้เป็นไปตามค่าเป้าหมาย และจัดทำรายงานสรุปข้อร้องเรียนทุกไตรมาส หมายเหตุ : ไม่รวมข้อร้องเรียนประเภททุจริตประพดลมิชอบ	กฟผ.ก้านทอง	ร้อยละ					ลบ.ชวัญชัย พม.ทุกแผนก			ปิดข้อร้องเรียนภายในระยะเวลาที่กำหนดพร้อม จัดทำรายงานสรุปข้อร้องเรียนทุกไตรมาส ผ่าน Google Drive	
	7.2 การจัดทำแผนงานหรือแนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกันข้อร้องเรียนของลูกค้า เป้าหมาย - กฟผ.(L,M,S) จัดทำแผนงานหรือแนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกันข้อร้องเรียนของลูกค้า และสรุปรายงานผลจัดส่ง กบส.(ก3) หลังสิ้นไตรมาส - กบส.(ก3) วิเคราะห์ปัญหาข้อร้องเรียน (ด้านบริการ) จัดทำแผนงานหรือแนวทางการปฏิบัติงานเชิงป้องกัน ข้อร้องเรียนของลูกค้า และจัดส่ง ผอ. ภายใน 5 วันหลังสิ้นไตรมาส	กฟผ.ก้านทอง	ครั้ง					ลบ.ชวัญชัย พม.ทุกแผนก			ปิดข้อร้องเรียนภายในระยะเวลาที่กำหนดพร้อม จัดทำแผนป้องกันข้อร้องเรียนทุกไตรมาส ผ่าน Google Drive	
แบบแผนที่ 8 แผนงานสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานข้อมูลลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) และนำระบบ Digital CRM มาใช้สนับสนุนการให้บริการลูกค้า	8.1 ทบทวนรายชื่อลูกค้ารายสำคัญ และแผนควบคุมกระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMT) ให้ออกค้องแผนค่าเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพการดูแลลูกค้า เป้าหมาย - ทบทวนและขอผลวิเคราะห์ลูกค้ารายสำคัญภายในเดือน ม.ค.2568 - จัดทำฐานข้อมูลลูกค้า และแผนบริหารลูกค้ารายสำคัญ ลงในโปรแกรม Digital CRM ให้เป็นปัจจุบัน	กบส.(ก3)	ร้อยละ	100	-	-	-	กบส.(ก3) ไม่เกี่ยวข้อง			ไม่เกี่ยวข้อง	ไม่เกี่ยวข้อง
	8.2 ดำเนินการตามแผนงาน กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ (KAMT) 8.2.1 การบริการฟรีโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (Free Maintenance Service : FMS) ตามที่ลูกค้าร้องขอ เป้าหมาย การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้า โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ - ลูกค้ากลุ่ม Strategic ร้อยละ 100 ของข้อมูลตามข้อ 8.1 กฟผ.3 จำนวน 45 ราย	กฟผ.ก้านทอง	ร้อยละ					ลบ.ชวัญเมือง ลบ.สัญญา			รายงานลงใน CRM Plus	รายงานลงใน CRM Plus

	- ลูกค้ากลุ่ม Star ร้อยละ 100 จะตั้งข้อมูลเสร็จ 8.1 ภาพ.3 จำนวน 6 ราย - ลูกค้ากลุ่ม Status ร้อยละ 100 ของข้อมูลครบคือ 8.1 ภาพ.3 จำนวน 351 ราย 8.2.2 กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายสำคัญ (Relation Building Activity : RBA) เป็นคะแนน การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าตามระดับของลูกค้า โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ดังนี้ - กลุ่ม Strategic ร้อยละ 100 - กลุ่ม Star ร้อยละ 100 - กลุ่ม Status ร้อยละ 100 - กลุ่ม Streamline ร้อยละ 40 8.3 การเขียนแผนลูกค้ารายสำคัญ/ลูกค้ามูลค่าสูง/ลูกค้าในสินค้าอุตสาหกรรม และลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ SPP โดยผู้บริหาร และกำหนดวัตถุประสงค์ การเขียนแผนลูกค้าแต่ละรายที่ชัดเจนพร้อมบันทึกผลการเขียนไปโปรแกรม Digital CRM เป็นคะแนน - เขียนแผนโดย ผจก.(ก3) : ไตรมาสละ 1 ราย หรือ 4 ราย/ปี - เขียนแผนโดย ผจก. CEO (ระดับ 11-12) : ไตรมาสละ 3 ราย หรือ 12 ราย/ปี (สท., นฐ., กว., สท.) - เขียนแผนโดย ผจก.ฟอส.(L,M) : ไตรมาสละ 6 ราย หรือ 24 ราย/ปี - เขียนแผนโดย ผจก.ฟอส.(S) : ไตรมาสละ 3 ราย หรือ 12 ราย/ปี - เขียนแผนโดย ผจก.ฟอส.(XS) : พิจารณาคำนวณพร้อม และศักยภาพของพื้นที่ หมายเหตุ : สามารถพิจารณารูปแบบการเขียนแผนลูกค้าได้ 2 รูปแบบ 1. รูปแบบ Onsite และ 2. รูปแบบ Online Meeting ผ่านระบบออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ (ตามอนุมัติ ผวท. ลงวันที่ 5 มกราคม 2567 ต่อท้ายหนังสือ กธส(สท) 1239/2566 ลง 5 ม.ค. 2567 ลงมติที่ประชุมเพื่อพิจารณาและพิจารณาความเห็นที่กธส(สท))	กฟส.ก้านทองสน	ร้อยละ								รายงานผลใน CRM Plus	รายงานผลใน CRM Plus
	8.3 การเขียนแผนลูกค้ารายสำคัญ/ลูกค้ามูลค่าสูง/ลูกค้าในสินค้าอุตสาหกรรม และลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ SPP โดยผู้บริหาร และกำหนดวัตถุประสงค์ การเขียนแผนลูกค้าแต่ละรายที่ชัดเจนพร้อมบันทึกผลการเขียนไปโปรแกรม Digital CRM เป็นคะแนน - เขียนแผนโดย ผจก.(ก3) : ไตรมาสละ 1 ราย หรือ 4 ราย/ปี - เขียนแผนโดย ผจก. CEO (ระดับ 11-12) : ไตรมาสละ 3 ราย หรือ 12 ราย/ปี (สท., นฐ., กว., สท.) - เขียนแผนโดย ผจก.ฟอส.(L,M) : ไตรมาสละ 6 ราย หรือ 24 ราย/ปี - เขียนแผนโดย ผจก.ฟอส.(S) : ไตรมาสละ 3 ราย หรือ 12 ราย/ปี - เขียนแผนโดย ผจก.ฟอส.(XS) : พิจารณาคำนวณพร้อม และศักยภาพของพื้นที่ หมายเหตุ : สามารถพิจารณารูปแบบการเขียนแผนลูกค้าได้ 2 รูปแบบ 1. รูปแบบ Onsite และ 2. รูปแบบ Online Meeting ผ่านระบบออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ (ตามอนุมัติ ผวท. ลงวันที่ 5 มกราคม 2567 ต่อท้ายหนังสือ กธส(สท) 1239/2566 ลง 5 ม.ค. 2567 ลงมติที่ประชุมเพื่อพิจารณาและพิจารณาความเห็นที่กธส(สท))	กฟส.ก้านทองสน	ร้อยละ								รายงานผลใน CRM Plus	รายงานผลใน CRM Plus
	8.4 จัดประชุมสัมมนาลูกค้ารายใหญ่ในพื้นที่ กฟฟ. ที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท/เดือน เป็นคะแนน ภาพ.3 จำนวน 15 ภาพ หมายเหตุ : ปรับลดได้ตามความเหมาะสม โดยหลักเกณฑ์การจัดขึ้นมานำ ให้เป็นไปตามอนุมัติ ผวท. 8.5 การมอบของหรือสิ่งในโอกาสพิเศษ/มอบของหรือสิ่งสำหรับจัดกิจกรรมนันทนาการ/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ เป็นคะแนน - กลุ่ม Strategic ทุกราย ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี - กลุ่ม Star, Status ให้พนักงาน KAMR พิจารณาคำนวณเหมาะสม - กิจกรรมนันทนาการ/ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ สำหรับลูกค้าพิจารณา ตามความเหมาะสม 8.6 การสนับสนุนลูกค้ารายใหม่ ตามข้อมูล BOI/หน่วยงานท้องถิ่น/แหล่งข้อมูลอื่นๆ โดยการติดต่อสื่อสาร/เขียนเขียน เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ เช่น การขอใช้ไฟฟ้า, ขยายเขตระบบ ไฟฟ้าและการวางแผนการจ่ายไฟฟ้า เป็นต้น เป็นคะแนน รายงานสรุปผลการติดต่อสื่อสาร/เขียนเขียน ทุกไตรมาส	กฟส.ก้านทองสน	ร้อยละ								รายงานผลใน CRM Plus	รายงานผลใน CRM Plus
		กฟส.ก้านทองสน	ร้อยละ								รายงานผลใน CRM Plus	รายงานผลใน CRM Plus
		กฟส.ก้านทองสน	ร้อยละ								รายงานผลใน CRM Plus	รายงานผลใน CRM Plus
		กฟส.ก้านทองสน	ร้อยละ								ไม่มีลูกค้า BOI	ไม่มีลูกค้า BOI

[illegible]

แผนปฏิบัติการ กฟส.กำหนดแผน ประจำปี 2568
มุมมอง : Learning & Growth

1. วัดถูประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

- SO1 เป็นผู้นำการให้บริการจำหน่ายไฟฟ้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลนวัตกรรม และทามมนุษย์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

- HCM1 People พัฒนาระบบการเรียนรู้เสริมสร้าง (Reskill) และยกระดับสมรรถนะ (Upskill) ของบุคลากร

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

- HCM1 People พัฒนาระบบการเรียนรู้เสริมสร้าง (Reskill) และยกระดับสมรรถนะ (Upskill) ของบุคลากร

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI)

- กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการพัฒนาตาม Future Competency และมีส่วนร่วมในการพัฒนา Use Case (100%)

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน (KRI)

- ร้อยละความพึงพอใจของการดำเนินงานแผนพัฒนางานด้านการจัดการความรู้
- จำนวนองค์ความรู้ตามกระบวนการผลิตและกระบวนการสนับสนุนที่สำคัญ (Key and Support Processes) ที่มีการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงาน โดยให้เครื่องมือการจัดการความรู้
- ร้อยละความพึงพอใจของพนักงานด้านการจัดการความรู้ที่ผ่านการประเมินประสิทธิภาพของการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพพนักงาน
- จำนวนองค์ความรู้ตามกระบวนการผลิตและกระบวนการสนับสนุนที่สำคัญ (Key and Support Processes) ที่มีการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงาน โดยให้เครื่องมือการจัดการความรู้

4. คำเป้าหมาย (ระดับ 5)

- រ៉ូយលេ 100

7. คำเป้าหมาย (ระดับ 5)

- ร้อยละของจำนวนองค์ความรู้ตามกระบวนการหลัก
และกระบวนการสนับสนุน
(รอกำเป้าหมายจากสายงานฯ บก)

- ร้อยละของจำนวนองค์ความรู้ตามกระบวนการหลัก
และกระบวนการสนับสนุน
(รศค่าเป้าหมายจากสายงานฯ บก)

[illegible]

แผนงานหลักที่ 2 แผนงานพัฒนาบุคลากรในงานด้านนวัตกรรมเพื่อไปใช้ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานของหน่วยงาน	ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย, แนวทางการปรับปรุงกระบวนการจากหน่วยงานที่มีรูปแบบการดำเนินงานใกล้เคียง, Training เป็นต้น เป้าหมาย: อย่างน้อย 1 เรื่อง ภายในไตรมาสที่ 3/2568	คณะทำงาน ฯ กฟผ.3	เรื่อง	-	-	อย่างน้อย 1	-	ผพค.กสข. ไม่เกี่ยวข้อง					
	1.7 รวบรวมข้อมูลในแบบฟอร์ม "การจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับจุดที่ต้องควบคุมระยะวังหรือ จุดสำคัญ/วิกฤต (Critical Step)" Download แบบฟอร์มในระบบ KM-Si ส่วนของจากใจทีมงาน เป้าหมาย: อย่างน้อย 1 เรื่อง ภายในไตรมาสที่ 3/2568	KM Facilitator กฟผ.3	เรื่อง	-	-	อย่างน้อย 1	-	ผพค.กสข. ไม่เกี่ยวข้อง					
	1.8 วิเคราะห์ผลการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานในกระบวนการที่ถูกเลือกเพื่อประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการนั้นๆ เช่น การเพิ่มความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น เป้าหมาย: วิเคราะห์และสรุปผล ภายในไตรมาสที่ 3/2568	คณะทำงาน ฯ กฟผ.3	ร้อยละ	-	-	-	100	ผพค.กสข. ไม่เกี่ยวข้อง					
	2.1 คณะทำงานวิจัย พัฒนาสิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรม ของสายงานฯ และ กฟผ. ร่วมกันจัดทำแผนการดำเนินงานด้านนวัตกรรม ประจำปี 2568 และกำหนดกิจกรรมส่งเสริมฯ 2.1.1 แต่งตั้งคณะทำงานฯ เพื่อพิจารณาจัดทำแผนและกำหนดกิจกรรมอย่างน้อย 1 กิจกรรม เช่น จัดประกวด, จัดอบรม, แลกเปลี่ยนความคิด เป็นต้น เพื่อพัฒนาความสามารถและเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการจัดการงานนวัตกรรม เป้าหมาย: จัดตั้งคณะทำงานฯ ภายในไตรมาสที่ 1/2568	คณะทำงานวิจัยฯ	กิจกรรม	อย่างน้อย 1	-	-	-	ผพค.กสข. ไม่เกี่ยวข้อง					
	2.1.2 ถ่ายทอดแผนการดำเนินงาน ตามข้อ 1.1 และแผนการปลูกฝังค่านิยมและการเสริมสร้างวัฒนธรรมของ กฟผ. ให้พนักงานในสังกัดทราบ ผ่านช่องทางสื่อสารในรูปแบบดิจิทัล เช่น เว็บบอร์ด กฟผ., Facebook, Line Office Account, Youtube เป็นต้น เป้าหมาย: อย่างน้อย 3 ช่องทาง ภายในไตรมาสที่ 2/2568	คณะทำงานวิจัยฯ	ช่องทาง	-	อย่างน้อย 3	-	-	คณะทำงานวิจัยฯ ไม่เกี่ยวข้อง					
	2.2 ประเมินผลความสำเร็จของแผนการดำเนินงานด้านนวัตกรรมประจำปี 2568 เป้าหมาย: วิเคราะห์และสรุปผล ภายในไตรมาสที่ 4/2568	คณะทำงานวิจัยฯ	ร้อยละ	-	-	-	100	คณะทำงานวิจัยฯ ไม่เกี่ยวข้อง					
	2.3 กทว. หรือ คณะทำงานฯ คัดเลือกสิ่งประดิษฐ์หรือนวัตกรรมที่ขึ้นทะเบียน TRIL3 ขยายผลไปสู่การพัฒนาหรือปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานภายในหน่วยงาน เป้าหมาย: คัดเลือกสิ่งประดิษฐ์หรือนวัตกรรม อย่างน้อย 1 ชิ้น ภายในไตรมาสที่ 3/2568	คณะทำงานวิจัยฯ	ชิ้น	-	-	อย่างน้อย 1	-	ผพค.กสข. ไม่เกี่ยวข้อง					