

ด้าน Customer

1. วัดอุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

SO2 พัฒนาระบบจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ เชื่อถือได้ และยกระดับสู่โครงข่ายอัจฉริยะ (Smart grid) เพื่อเป็น ผู้นำระบบไฟฟ้า ตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้า และมีส่วนได้ส่วนเสีย

SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal
(Digital Customer Experience)

3. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

4. เป้าหมาย

2.4 Net Promotor Score ของลูกค้าที่ใช้ บริการผ่าน Digital Channel ของ กฟผ.

ระดับ 42.5

2.5 ความสำเร็จของการให้บริการออนไลน์
ผ่าน e-Service และ PEA Smart Plus

ร้อยละ 100

2.6 ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า

ระดับคะแนน 4.4859

- กลุ่มลูกค้ารายย่อย (บ้านอยู่อาศัยและพาณิชย์รายย่อย)

ระดับคะแนน 4.4837

- กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (อุตสาหกรรมและพาณิชย์รายใหญ่)

ระดับ 4.4781

- กลุ่มภาครัฐ (ราชการและรัฐวิสาหกิจ)

ระดับคะแนน 4.4959

- กลุ่มลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Customer)

ระดับคะแนน 4.4489

2.7 จำนวนผู้สมัครใช้บริการ e-Bill

2.8 จำนวนผู้สมัครใช้งาน PEA Smart Plus

2.9 ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า

PEA Shop ที่ปิดให้บริการ เกี่ยวกับจำนวน

PEA Shop ตามเป้าหมายที่ต้องการปิดให้บริการ

2.10 ความสำเร็จของการให้บริการตาม

ระดับคะแนน 5

มาตรฐาน SLA ที่กำหนด

5. กลยุทธ์ระดับสายงาน

6. เกณฑ์วัดการดำเนินงาน

7. เป้าหมาย

SCM2 การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้

2.4 ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า

ระดับ (รอกำเป้าหมาย)

บริการแบบ New Normal

- ความพึงพอใจรายกลุ่มลูกค้า ของสายงานการไฟฟ้าภาค 4

(Digital Customer Experience)

2.5 ร้อยละของจำนวนศูนย์บริการลูกค้า

ร้อยละ 100

PEA Shop ที่ปิดให้บริการเทียบกับจำนวน
PEA Shop ตามเป้าหมายที่ต้องการปิดให้บริการ

[illegible]

[illegible]

8. แผนงาน / โครงการ / งาน (Operating Strategies หรือ Strategic Initiatives)	9. แผนปฏิบัติการ (ระบุกิจกรรมหลักพร้อมปริมาณหรือเป้าหมาย) (Activities / Action Steps)	หน่วยวัด	เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2565										งบประมาณ (ล้านบาท)			ผู้รับผิดชอบ	ผู้ดำเนินการ/ผู้ปฏิบัติ
			ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4		ไตรมาส 1 - 4		(1)ลงทุน	(2)ทำการ	รวม		
			เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล	เป้าหมาย	ผล					
	06.1 ซ่อมเครื่องเย็นทั่วไป ปิดได้ภายใน 30 วัน	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00					ผลส.กบส.ต.2	ทุกหน่วยงาน
		ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00						มบต.
		ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00						ผกป.
		ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00						ผบง.
	06.2 ซ่อมเครื่องเย็นทั่วไป ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00					ผลส.กบส.ต.2	ทุกหน่วยงาน
		ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00						มบต.
		ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00						ผกป.
		ร้อยละ	90.00		90.00		90.00		90.00		90.00						ผบง.
	06.3 ซ่อมเครื่องเย็นสัญญาณ (IA/IR chat) ปิดได้ภายใน 24 ชั่วโมง	ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00					กอก.ต.2	ทุกหน่วยงาน
		ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00						มบต.
		ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00						ผกป.
		ร้อยละ	100.00		100.00		100.00		100.00		100.00						ผบง.
	06.4 ค่าเฉลี่ยการปิดซ่อมเครื่องเย็นประเภทต่างๆ (ด้านบริการ)																
	06.4.1 ซ่อมเครื่องเย็นด้านคุณภาพไฟฟ้า ปิดได้ภายใน 25 วัน	ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00					ผลส.กบส.ต.2	ทุกหน่วยงาน
		ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00						ผกป.
	06.4.2 ซ่อมเครื่องเย็นด้านการให้บริการ ปิดได้ภายใน 25 วัน	ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00					ผลส.กบส.ต.2	ทุกหน่วยงาน
		ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00						มบต.
		ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00						ผกป.
		ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00						ผบง.
	06.4.3 ซ่อมเครื่องเย็นด้านการจัดหน่วย/แจ้งค่าไฟฟ้า ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00					ผลส.กบส.ต.2	ทุกหน่วยงาน
		ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00						ผบง.
	06.4.4 ซ่อมเครื่องเย็นด้านพฤติกรรมพนักงาน ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00					ผลส.กบส.ต.2	ทุกหน่วยงาน
		ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00						มบต.
		ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00						ผกป.
		ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00						ผบง.
	06.4.5 ซ่อมเครื่องเย็นด้านการถูกงัดจ่ายไฟฟ้า ปิดได้ภายใน 15 วัน	ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00					ผลส.กบส.ต.2	ทุกหน่วยงาน
		ร้อยละ	95.00		95.00		95.00		95.00		95.00						ผบง

[illegible]

ด้าน Customer

2. กลยุทธ์ระดับองค์กร

SCM3 การรักษาทูลูกค้ารายสำคัญ
(Key Account) ที่มีความเสี่ยง

4. เป้าหมาย

ระดับ 4.0000

7. เป้าหมาย

ระดับ 3.5075

[illegible]

