



ประกาศการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ที่ ๒๙ /๒๕๖๘

เรื่อง กฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ

โดยที่เห็นสมควรปรับปรุงนโยบายการให้บริการและมาตรฐานการให้บริการ เพื่อให้การปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ และให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กรครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Point) ทางธุรกิจที่อาจมีกับลูกค้า สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ Enablers ของรัฐวิสาหกิจ ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๒๒ (๔) ข้อ ๒๓ และข้อ ๒๔ แห่งข้อบังคับ กผผ. ฉบับที่ ๔๐๒ ว่าด้วย การกำกับดูแลกิจการ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ประธานกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน ในการประชุมครั้งที่ ๔/๒๕๖๘ เมื่อวันที่ ๒ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๘ ออกประกาศไว้ เพื่อให้ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงาน ยึดมั่นเป็นหลักการในการปฏิบัติหน้าที่ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ให้ยกเลิกประกาศ กผผ. ที่ ๒๔/๒๕๖๗ เรื่อง กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการ

ข้อ ๒ กฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ (Customer Service Charter and Service Standard) มีดังนี้

(๑) กฎบัตรบริการ (Customer Service Charter)

กผผ. ให้ความสำคัญกับทุกบทบาทหน้าที่ที่มีต่อลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่มีคุณภาพสูงสุด ในเวลาที่กำหนด ด้วยความเป็นมืออาชีพจากวิสัยทัศน์องค์กร “นวัตกรรมไฟฟ้าเพื่อชีวิตที่ดีกว่า” ด้วยการเป็นองค์กรหลักเพื่อรักษาความมั่นคงด้านพลังงานไฟฟ้า และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อความสุขของคนไทย

กฎบัตรบริการนี้ ถือเป็นนโยบายที่สื่อสารถึงความมุ่งมั่นของ กผผ. ในการให้บริการต่อลูกค้า ซึ่งมีขอบเขตครอบคลุมทุกประเภทธุรกิจที่ กผผ. ดำเนินงาน

(๒) มาตรฐานการให้บริการ (Service Standard)

ให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานมีหน้าที่สนับสนุน ผลักดัน และกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานในแต่ละหน่วยธุรกิจให้สอดคล้องกับหลักการในการบริการ พิมพ์เขียวการให้บริการ (Service Blueprint) และเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ในแต่ละจุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Point) ตามแนบท้ายประกาศนี้ เพื่อให้สามารถให้บริการและกำหนดแนวทางการประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนที่สำคัญ

(๓) การทบทวนกฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ

กผผ. จะทำการทบทวนกฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงบนพื้นฐานของความต้องการของลูกค้าและการเปลี่ยนแปลงของตลาด

ข้อ ๓ ให้คณะกรรมการ/คณะอนุกรรมการ/คณะทำงาน ที่ผู้ว่าราชการแต่งตั้ง เป็นผู้จัดทำคู่มือหรือแนวทางปฏิบัติในการดำเนินงาน หรือกระบวนการทำงานตามกฎหมายและมาตรฐานการให้บริการ (Customer Service Charter and Service Standard) ตามข้อ ๒ โดยให้ดำเนินการ ดังนี้

(๑) จัดให้มีระบบบริหารจัดการ โดยกำหนดผู้รับผิดชอบ และระบุอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบให้ชัดเจน

(๒) จัดให้มีระบบส่งเสริมการดำเนินงาน เช่น การนำหลักการ แนวทางหรือมาตรฐานสากลมาใช้ในการดำเนินงาน การจัดทำแผนงาน การกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมาย การมอบหมายผู้รับผิดชอบและจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ให้เหมาะสม และเพียงพอ

(๓) จัดให้มีระบบติดตาม ประเมินผล และรายงานผลการดำเนินงาน อย่างน้อยไตรมาสละ ๑ ครั้ง

จึงประกาศมาเพื่อทราบและถือปฏิบัติ

ประกาศ ณ วันที่ ๑๗ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๘



(ศาสตราจารย์พิสุทธิ์ เพียรมนกุล)

ประธานกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน

รับรองสำเนาถูกต้อง ^{กรณี}

รับวันที่ ๑๙ ก.ย. ๖๘ / ๑๐.๑๕ น.

แผนกจัดการงานสารบรรณ

กระบวนการในการตอบสนองการให้บริการลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสการบริการ
(แนบท้ายประกาศ กฟผ. ที่ ๒๙ /๒๕๖๘)

กฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ

กฟผ. กำหนดกฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ โดยคำนึงถึงพิมพ์เขียวการให้บริการ (Service Blueprint) และเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ในแต่ละจุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Point) ดังนี้

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสการบริการ (Customer Touch Point)	พฤติกรรมกรให้บริการ (Service Guideline)	มาตรฐานการบริการ (Service Protocol)	แนวทางการประเมินผล (Evaluation)
๑. การสร้างการรับรู้ (Awareness) ผ่านช่องทางต่าง ๆ	• ช่องทางออนไลน์ เช่น EGAT Website, FB, Line Official^๒ Application^๓ เป็นต้น • ช่องทางออฟไลน์ เช่น การเข้าพบลูกค้า งานประชุม งานสัมมนา สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ Digital Signage^๓ เป็นต้น	• สร้างและกำหนดช่องทางที่ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย • สร้างการรับรู้เกี่ยวกับ กฟผ. ด้านต่าง ๆ	• ทบทวนข้อมูลเป็นประจำอย่างน้อยปีละครั้ง	• การสำรวจประสิทธิภาพของช่องทางสื่อสารต่าง ๆ • การสำรวจการรับรู้ด้านสินค้าและบริการ เป็นต้น
๒. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ (Consideration) ที่ครบถ้วนถูกต้อง ทันความต้องการ	• ช่องทางการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ ตามข้อที่ ๑	• นำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการของ กฟผ. ให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนทันการณ์		• การสำรวจประสิทธิภาพเกี่ยวกับการรับรู้ผลิตภัณฑ์และบริการในด้านต่าง ๆ
๓. การทำสัญญาเพื่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ อย่างถูกต้อง เป็นธรรม (Purchase)	• ผู้ทำสัญญาซื้อขายผลิตภัณฑ์และบริการกับลูกค้า เช่น พนักงานขายและบริหารสัญญา^๒ Online Application^๓ เป็นต้น	• จัดทำสัญญาที่เป็นธรรมต่อคู่สัญญา • ข้อมูลด้านสัญญาที่มีความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์^๓	• ทบทวนสัญญาซื้อขายให้สอดคล้องกับระเบียบข้อบังคับและกฎหมาย เป็นประจำ	• การผิดสัญญา การร้องขอแก้ไขสัญญา หรือความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านสัญญา เป็นต้น

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสการบริการ (Customer Touch Point)	พฤติกรรมกาให้บริการ (Service Guideline)	มาตรฐานการบริการ (Service Protocol)	แนวทางการประเมินผล (Evaluation)
๔. การส่งมอบผลิตภัณฑ์ และ/หรือ บริการที่ถูกต้องตามเงื่อนไข สัญญา/ข้อตกลงกับลูกค้า (Service)	- จุดส่งมอบผลิตภัณฑ์และ/หรือ บริการ เช่น ศูนย์ควบคุมระบบ แต่ละพื้นที่^๑ และหัวหน้า โครงการ (Project Manager) รวมทั้งพนักงานขายและบริหาร สัญญา (Sale and Contract Manager)^๒ เป็นต้น - จุดให้บริการ สถานีอัดประจุไฟฟ้า และ Application^๓	ส่งมอบตรงตามเงื่อนไขสัญญา หรือตามมาตรฐานที่ กฟผ. กำหนด	- ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ ที่ส่งมอบเป็นไปตามเงื่อนไข สัญญา/ข้อตกลง - ปฏิบัติตามระบบคุณภาพ อาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม	ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการ หรือเป็นไปตามที่ ระบุในสัญญา/ข้อตกลงกับลูกค้า
๕. การเรียกเก็บเงิน ชำระเงิน ถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐาน (Service)	ช่องทางการแจ้งชำระเงิน ช่องทางการรับหรือชำระเงิน	ถูกต้อง เป็นไปตามมาตรฐาน การให้บริการแต่ละกลุ่มธุรกิจ	- หลักฐานการส่งมอบงาน เช่น หนังสือส่งมอบงาน^๒ เป็นต้น ถูกต้องและเป็นไปตามกำหนด - นำส่งใบเรียกเก็บเงินถูกต้อง	- ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับ การเรียกเก็บเงิน ชำระเงิน - ข้อพิพาทเกี่ยวกับการผิณฑ์ ชำระเงิน
๖. การให้บริการหลังการขายเพื่อให้ ลูกค้าได้รับการดูแลที่ดี (Service)	- ศูนย์ควบคุมระบบแต่ละพื้นที่^๑ - พนักงานขายและบริหารสัญญา (Sale and Contract Manager)^๒ - พนักงานที่ให้บริการหลังการขาย ช่องทางออนไลน์และออฟไลน์^{๒, ๓}	ติดตามและให้บริการ หลังการขายอย่างมืออาชีพ	ตอบสนองต่อข้อร้องขอ หรือ ข้อร้องเรียนได้ตาม SLA ที่กำหนดไว้	การสำรวจเกี่ยวกับบริการ หลังการขาย หรือการให้บริการ
๗. การมีช่องทางการให้ Feedback ที่สะดวกรวดเร็ว (Loyalty)	จุดรับ Feedback เกี่ยวกับ การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น EGAT VOC, Call Center	เป็นช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว เพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที ให้กับลูกค้า	รวบรวมความเห็น ตอบสนอง และแก้ไข Feedback ได้ตาม ระยะเวลาที่ SLA กำหนด	การแก้ไขปัญหาถูกต้องตาม SLA กำหนด

เส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสการบริการ (Customer Touch Point)	พฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline)	มาตรฐานการบริการ (Service Protocol)	แนวทางการประเมินผล (Evaluation)
	และ EGAT Smart+ ^{/๑} รวมทั้ง ติดต่อผู้บริหาร* พนักงานขาย และบริหารสัญญา (Executive, Sales and Contract Manager) โดยตรง ^{/๒} Website, FB, Line Official, Email, Application ^{/๓}		• มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง อย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง	• ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการ ข้อร้องเรียน เป็นต้น
๘. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า จนเกิดความพึงพอใจและ ความภักดีต่อ กฟผ. (Loyalty)	• ศูนย์ควบคุมระบบแต่ละพื้นที่^{/๑} • ผู้บริหาร* หัวหน้าโครงการ (Project Manager) พนักงานขายและบริหารสัญญา (Executive, Sale and Contract Manager)^{/๒, ๓} • พนักงานที่ให้บริการหลังการขาย • ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง	• พัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า ในมิติต่าง ๆ จนเกิดความพึงพอใจ และความภักดี เช่น การจัดทำ แผนบริหารความสัมพันธ์กับ ลูกค้า ทำให้เกิดการเพิ่มรายได้ การซื้อซ้ำ การบอกต่อ เป็นต้น	• ทบทวนแผนงาน สร้างความสัมพันธ์เป็นประจำ ต่อเนื่องทุกปี	• การสำรวจความพึงพอใจ และ ความภักดีต่อ กฟผ. หรือต่อ งานบริการ กฟผ. • การสำรวจความพึงพอใจ เกี่ยวกับกิจกรรมหรือแผนงาน ที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า • การซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำ หรือการซื้อ ผลิตภัณฑ์เพิ่มของลูกค้า^{/๒}

หมายเหตุ : ^{/๑} เฉพาะธุรกิจพลังงานไฟฟ้า ^{/๒} เฉพาะธุรกิจโรงไฟฟ้าและระบบส่ง และ ^{/๓} เฉพาะธุรกิจนวัตกรรมพลังงาน

* ผู้บริหารระดับหัวหน้ากองขึ้นไป