



แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ
ของ บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด

พ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓

(AEROTHAI Customer Relationship Management Strategic Plan)

บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด
Aeronautical Radio of Thailand, Ltd. (AEROTHAI)

เรื่อง	สารบัญ	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)		๑
สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ		๖
พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๗๒		
บทที่ ๑ บทนำ		๑๒
๑.๑ ความเป็นมา		๑๒
๑.๒ ความเชื่อมโยงระหว่างแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการกับแผนวิสาหกิจและแผนอื่น ๆ ใน บวท.		๑๓
บทที่ ๒ การทบทวนสภาพแวดล้อมด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ		๑๓
๒.๑ ภาพรวมของอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย		๑๔
๒.๒ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (PESTEL)		๒๑
๒.๓ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (McKinsey 7S Framework)		๓๒
๒.๔ การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis)		๓๘
๒.๕ การวิเคราะห์ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ และความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์		๔๙
๒.๕.๑ ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges: SC)		๔๙
๒.๕.๒ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantages : SA)		๕๑
๒.๖ การวิเคราะห์ SWOT/TOWS Matrix		๕๓
๒.๗ การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน		๕๖
บทที่ ๓ ทิศทาง และเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ		๖๐
๓.๑ วัตถุประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ		๖๐
๓.๒ เป้าหมายการดำเนินการ		๖๐
๓.๓ การจำแนกลูกค้าและตลาด		๖๑
๓.๓.๑ ผลการจำแนกลูกค้าในปัจจุบัน		๖๕
๓.๓.๒ การวิเคราะห์ลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต		๗๔
๓.๓.๓ การวิเคราะห์คู่แข่ง/คู่เทียบ		๗๘
๓.๓.๔ การจัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อบูรณาการ/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า		๘๒
๓.๓.๕ การสื่อสารข้อมูลด้านลูกค้าให้กับบุคลากรภายในองค์กร		๘๓

เรื่อง	หน้า
บทที่ ๔ โครงสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๘๔
๔.๑ โครงสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๘๔
๔.๒ ตัวชี้วัดของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๘๖
๔.๓ เป้าหมายตัวชี้วัดระยะต่างๆ ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๘๖
๔.๔ ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Output/Outcome)	๘๘
บทที่ ๕ แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๘๙
๕.๑ กรอบแนวคิดในการจัดทำแผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๘๙
๕.๒ แผนระยะสั้น และแผนระยะยาว และเป้าหมายของแผน	๙๐
๕.๓ แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการระยะสั้น (ประจำปี ๒๕๖๙)	๙๒
๕.๓.๑ แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ให้บริการ	๙๒
๕.๓.๑.๑ การสื่อสารและรับฟังเสียงของผู้ให้บริการ	๙๒
(๑) การรับฟังลูกค้า	๙๓
(๒) การพัฒนาช่องทางดิจิทัล	๙๙
๕.๓.๑.๒ การส่งมอบไปยังหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง	๑๐๐
๕.๓.๒ แผนบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ (แผนระยะสั้น)	๑๐๑
(๑) การสนับสนุนลูกค้า	๑๐๓
- การวิเคราะห์ Customer Journey	๑๐๘
- การจัดทำกฎบัตร/นโยบาย และมาตรฐานด้านบริการ	๑๑๐
การเดินทางอากาศ	
(๒) การสร้างความผูกพัน	๑๑๓
- แผนปฏิบัติการปี ๒๕๖๙ สำหรับบริการการเดินทางอากาศ	๑๑๔
- แผนปฏิบัติการปี ๒๕๖๙ สำหรับบริการการเกี่ยวเนื่อง	๑๒๑
- แผนดำเนินงานสำหรับกลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	๑๒๓
(๓) การจัดการเรื่องร้องเรียน	๑๒๕
๕.๓.๓ แผนพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ	๑๒๙
(๑) การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน	๑๒๙
(๒) การบริหารจัดการแผนปรับปรุงการให้บริการ	๑๓๓
(๓) การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	๑๓๕

เรื่อง

หน้า

๕.๔	แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการระยะยาว (ปี ๒๕๖๙ ต่อเนื่องจนถึง ปี ๒๕๗๓)	๑๔๒
๕.๔.๑	แผนการสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ (แผนระยะยาว)	๑๔๒
๕.๔.๒	แผนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (แผนระยะยาว)	๑๔๒
๕.๔.๓	แผนการจัดทำแผนพัฒนา/แผนปรับปรุงการให้บริการ (แผนระยะยาว)	๑๔๒

ภาคผนวก

ภาคผนวก A	ตารางแสดงความเชื่อมโยงข้อมูลแผนวิสาหกิจกับแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓
ภาคผนวก B	ตารางเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการกับแผนแม่บทอื่นๆ
ภาคผนวก C	ตาราง Customer Segment Profile (ลูกค้าปัจจุบัน)
ภาคผนวก D	สรุปรายงานปริมาณเที่ยวบินในอาเซียน ตั้งแต่ ปี ๒๐๑๙ และ ๒๐๒๕
ภาคผนวก E	ตารางแผนปรับปรุงการให้บริการการเดินทางอากาศ
ภาคผนวก F	ตารางแผนปรับปรุงการให้บริการข้อมูลข่าวสารการบิน
ภาคผนวก G	ตารางแผนปรับปรุงการให้บริการเกี่ยวเนื่อง
ภาคผนวก H	แผนปรับปรุงการให้บริการการเดินทางอากาศ (แผนระยะยาว)
ภาคผนวก I	แผนระยะยาวในการสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการการเดินทางอากาศ
ภาคผนวก J	แผนระยะยาวในการสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการเกี่ยวเนื่อง

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (Customer Relationship Management : CRM) อยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง (HPO) โดยมีกรอบการดำเนินงานที่สำคัญ (Key Performance Area:KPA) KPA11 Corporate Performance มีผลการประเมินผลองค์กรในระดับดีเยี่ยม โดยมีวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (SO 5) มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กร และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อมุ่งไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง โดยมีตัวชี้วัดผลการดำเนินการ (Key Performance Indicators) KPI 5.2 การดำเนินการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า โดยมีกลยุทธ์ (Strategy) ที่ S5.1 สร้างและยกระดับความสัมพันธ์/การบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียลูกค้าและผู้ให้บริการ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยมีแผนงานที่สนับสนุนคือ แผนงาน ๕.๑.๑ แผนงานการจัดการและยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ รวมถึงจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ

ประกอบกับ หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ Core Business Enablers ของรัฐวิสาหกิจ (ฉบับปรับปรุง ปี ๒๕๖๗) (State Enterprise Assessment Model: SE-AM) ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง ได้บรรจุเรื่องการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management: SCM) ไว้ในด้านที่ ๔ Module 2 การมุ่งเน้นลูกค้า จึงทำให้การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการมีความสำคัญยิ่งต่อการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์และจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนดำเนินการที่ชัดเจน เพื่อให้การบริหารจัดการด้านลูกค้าขององค์กรเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน โดยการใช้เทคโนโลยีและใช้บุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดการบูรณาการ รวมถึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า และได้รับความร่วมมืออันดีจากลูกค้า ในการปฏิบัติงานร่วมกัน และก่อให้เกิดเป็นความผูกพันในที่สุด

รวมถึงการพิจารณาจากประกาศสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย เรื่อง การกำหนดประเภทนิติบุคคล อายุใบรับรอง และหน้าที่อื่นของผู้ได้รับใบรับรองบริการการบินอากาศ พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๖(๗): “ให้บริการอย่างเป็นธรรม เปิดเผย โปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติ และเผยแพร่เงื่อนไขการให้บริการ และการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากผู้รับบริการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นรายหน่วยงานหรือหลายหน่วยงานรวมกัน อย่างเป็นประจำและสม่ำเสมอ” ซึ่งเงื่อนไขในการต่ออายุใบรับรองการให้บริการของ บพท. และ เป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีกระบวนการบริหารจัดการลูกค้าอย่างเป็นระบบ

จากบริการของ บวท. ในปัจจุบันสามารถแบ่งส่วนตลาดได้เป็น ๒ ส่วนหลัก ได้แก่

๑. บริการการเดินอากาศ ประกอบด้วย

๑.๑ บริการการจัดการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Management: ATM) มีบริการย่อยประกอบด้วย บริการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Services: ATS), บริการจัดการห้วงอากาศ (Airspace Management: ASM) บริการการจัดการความคล่องตัวของการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Flow Management: ATFM)

๑.๒ บริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน (Communication, Navigation, Surveillance: CNS)

๑.๓ บริการข่าวสารการบิน (Aeronautical Information Services: AIS)

๑.๔ บริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design: IFPD)

๒. บริการเกี่ยวเนื่อง ประกอบด้วย

๒.๑ บริการระบบวิทยุสื่อสาร

๒.๒ บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน

๒.๓ บริการงานผลิต/รับทำ

๒.๔ บริการบินทดสอบ

ดังนั้น บวท. จึงได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ (ปี ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓) ให้สอดคล้องกับการแบ่งส่วนตลาดตามผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

(๑) **กลุ่มผู้ใช้บริการการเดินอากาศ** โดยแบ่งเป็น ๕ กลุ่มตามพื้นฐานความต้องการ และมีกระบวนการในการดำเนินงานคล้ายคลึงกัน (Behavioral Base Segmentation) เพื่อให้ บวท. สามารถจัดทำแผนบริหารผลลัพธ์และบริหารความสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มได้อย่างครบถ้วน และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดด้านพฤติกรรม ความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มได้อย่างละเอียดมากขึ้น โดยแบ่งเป็น (๑) กลุ่มการขนส่งทางอากาศเชิงพาณิชย์ เช่น สายการบิน (๒) อากาศยานที่ทำการบินทั่วไป (๓) โรงเรียนการบิน (๔) อากาศยานปฏิบัติงานในพื้นที่และ (๕) อากาศยานภาครัฐ

ทั้งนี้ กลุ่มสายการบิน เป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ให้กับบริการการเดินอากาศมากที่สุด จึงเป็นกลุ่มที่มีการจัดทำแผนบริหารความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

(๒) **กลุ่มผู้ใช้บริการเกี่ยวเนื่อง** แบ่งกลุ่มลูกค้าเป็น ๕ กลุ่ม คือ (๑) สายการบิน (๒) ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน (๓) หน่วยงานให้บริการการเดินอากาศ (๔) หน่วยงานภาครัฐ (๕) กลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียมและที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ

ทั้งนี้ ในปัจจุบันบริการขายสื่อสารสายการบิน AOC เป็นบริการที่ทำรายได้มากที่สุด โดยมีความร่วมมือร่วมกับบริษัท Collins Aerospace ดำเนินการทางด้านการตลาดและด้านลูกค้า

เนื่องจากแผนงานการขยาย Remote Ground Station (RGS) ในต่างประเทศเพิ่มขึ้น สำหรับบริการเกี่ยวเนื่องที่มีรายได้รองลงมา ได้แก่ บริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร เช่น Trunked Radio, Air to Ground Radio, AFTN Terminal เป็นบริการที่ บวท. ได้ดำเนินการทางตลาดและพิจารณาในการหาลูกค้า แต่เพียงผู้เดียว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ คือ สายการบิน ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกับที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

(๑) วิสัยทัศน์ขององค์กรเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

จากวิสัยทัศน์ของ บวท. (Vision) “ **เป็นองค์กรที่ให้บริการการเดินทางอากาศด้วยคุณภาพสูงสุดอย่างยั่งยืน เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค** ”

“To Provide Sustainable Air Navigation Services of the Highest Quality Driving Thailand’s Position as a Regional Aviation Hub” ดังนั้น แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการจึงได้นำวิสัยทัศน์ขององค์กรมากำหนดเป็นกรอบในการดำเนินงานด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ เพื่อเป็นส่วนสนับสนุนให้ บวท. มีคุณภาพการและมาตรฐานการให้บริการสูงสุดอย่างยั่งยืน และสามารถตอบสนองต่อความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าและผู้ให้บริการได้อย่างทันท่วงที

(๒) โครงสร้างยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

จากประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์กรไปสู่สมรรถนะสูง KPA11 : Corporate Performance ของแผนวิสาหกิจถ่ายทอดมาสู่แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ระยะสั้น คือ “**ยกระดับความพึงพอใจผู้ใช้บริการพร้อมกับจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง**” และประเด็นยุทธศาสตร์ระยะยาว คือ “**เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล**” วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ คือ มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนและสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าและผู้ให้บริการทุกกลุ่ม

ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของ Corporate Performance ตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ ของ แผนวิสาหกิจ จึงจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การยกระดับความพึงพอใจในเชิงรุก เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนกิจกรรมและการดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนด โดยกำหนดกลยุทธ์ (Strategic Theme) ๒ แนวหลัก เพื่อใช้เป็นกรอบในการพัฒนากลยุทธ์และแผนงานเพื่อการยกระดับความพึงพอใจต่อไป ประกอบด้วย ๑) Efficiency Strategic Theme การพัฒนากระบวนการ ขั้นตอนวิธีปฏิบัติ และเครื่องมือในการรับฟังเสียงของลูกค้า ๒) Engaging Strategic Theme การสร้างการยอมรับและการเพิ่มความสัมพันธ์ร่วมกัน จนนำไปสู่การกำหนดแผนการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการทั้งระยะสั้น (ประจำปี ๒๕๖๙) และระยะยาว (๒๕๖๙ ต่อเนื่องถึงปี ๒๕๗๓) พร้อมกิจกรรมตามแผน ฯ โดยแบ่งเป็น ๓ แผนหลัก คือ

๑) **แผนการสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ** โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสื่อสารแผนงาน/โครงการต่าง ๆ ทิศทางการดำเนินงาน วิสัยทัศน์ และรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ เช่น การจัดประชุม Airspace Users – ANSP Meeting ซึ่งเป็นการจัดประชุมร่วมกับผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม โดยจัดการประชุมเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง การจัด Worskhop ร่วมกับผู้ใช้บริการกลุ่มต่าง ๆ เพื่อชี้แจงทำความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการจัดกิจกรรมเหล่านี้ จะถูกนำไปประมวลผล ใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้บริการต่อไป นอกจากนี้ยังมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาใช้ในการรับฟังสารสนเทศเสียงของลูกค้า ข้อร้องเรียน ต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน

๒) **แผนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ** เพื่อเป็นการสนับสนุนลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน รวมทั้งยังเป็นการสร้างความผูกพันระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ เช่น การจัดกีฬาเชื่อมสัมพันธ์ Business Talk เป็นต้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจะช่วยยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ใช้บริการให้เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงการจัดการข้อร้องเรียนผ่านศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน โดยใช้ช่องทางต่าง ๆ ที่ บพท. กำหนดไว้

๓) **แผนการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ** บพท. ได้ดำเนินการประเมินผลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความผูกพันของลูกค้าและผู้ใช้บริการ โดยจะนำผลจากการประเมิน ดังกล่าวมาวิเคราะห์ และจัดทำเป็นแผนพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ ซึ่งจะถูกบรรจุไว้ในแผนวิสาหกิจของ บพท. รวมถึงนำข้อมูลไปเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและผู้ใช้บริการ

โครงการในปี ๒๕๖๙ คือ โครงการยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการเพื่อสนับสนุนและพัฒนาขีดความสามารถการให้บริการตามเป้าหมายองค์กร โดยบรรจุไว้ในแผนวิสาหกิจ

ตัวชี้วัดของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ ได้แก่

- ๑) ลูกค้าและผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจเพิ่มสูงขึ้น และระดับความไม่พึงพอใจลดน้อยลง
- ๒) ลูกค้าและผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการต่างๆ และการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- ๓) สัดส่วนข้อร้องเรียนที่จัดการได้ของด้านผู้ใช้บริการ เท่ากับ ๑๐๐%

ภาพที่ ๑ ความเชื่อมโยงระหว่างแผนวิสาหกิจ กับแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ



สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ (Achievements)

ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๗๒

ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๗๒
๓. การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง	ยุทธศาสตร์ระยะสั้น : “ยกระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการ พร้อมจัดการกับความไม่พึงพอใจ และข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง” กลยุทธ์ : สร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอกประเทศกับผู้ให้บริการ เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินโครงการที่สำคัญของ บวท. แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ประจำปี ๒๕๖๔ ประกอบด้วย ๓ แผนหลัก คือ ๑. แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ให้บริการ ๑.๑ แผนสื่อสารและรับฟังเสียงของผู้ให้บริการ ประกอบด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้ <u>บริการการเดินอากาศ</u> ๑) การประชุม Airspace Users-ANSP Meeting จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง ประมาณเดือนสิงหาคม – กันยายน ๒๕๖๔ (อยู่ระหว่างดำเนินการ) ๒) การประชุมความร่วมมือกับโรงเรียนการบิน ประมาณเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ (ดำเนินการแล้ว) ๓) การประชุมความร่วมมือกับหน่วยงานที่ปฏิบัติการบินแบบ VFR จัดเป็นประจำทุกปี (ดำเนินการแล้ว) ๔) การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทยที่ให้บริการ เต็มรูปแบบ (Airline Full Service Workshop) จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง (ดำเนินการครบถ้วนแล้ว) ๕) การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทยต้นทุนต่ำ (Airline Low Cost Carrier Workshop) จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง (อยู่ระหว่างดำเนินการ) ทั้งนี้ สำหรับการประชุมที่อยู่ระหว่างดำเนินการ คาดว่าจะสามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จตามแผน <u>บริการเกี่ยวเนื่อง</u> ๑) การประชุม Aviation Customer Meeting (ACM) ระหว่างหน่วยงาน AEROTHAI, บริษัท Collins Aerospace และ ADCC ให้กับผู้ให้บริการ โดยจัดประชุม จำนวน ๒ ปี/ครั้ง (ดำเนินการแล้ว) ๒) การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้บริการวิทยุสื่อสาร Digital Trunked Radio, Air to Ground Radio และ AFTN ในโครงการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ทั้งหมด ๔ หน่วยงาน คือ สายการบินไทย (ทสภ.) สายการบินไทยแอร์เอเชีย (ทอม.), บจก. ไฟล์ เซอร์วิส (BFS) (ทสภ.) และ บจก. พีทีทีโกลบอล เคมีคอล นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จ.ระยอง (อยู่ระหว่างดำเนินการ) ๑.๒ แผนการพัฒนาช่องทางดิจิทัล การพัฒนาช่องทางการรับฟังลูกค้าโดย วส.สส. ได้จัดทำโครงการพัฒนาระบบการรับฟังลูกค้าในรูปแบบดิจิทัล เพื่อการจัดการคุณภาพและสร้างความผูกพัน เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าและผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตอบสนองได้ทันห่วงที่ และองค์กรมีแนวทางปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน โดยได้เริ่มใช้งานจริงเมื่อเดือนมกราคม ๒๕๖๔ เป็นต้นมา

ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๗๒
	๒. แผนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ <u>บริการการเดินทางอากาศ</u> ประกอบด้วยกิจกรรม ดังต่อไปนี้ ๑) Business Talk with Airline Executives จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง (ดำเนินการครบถ้วนแล้ว) ๔) Executive Dinner Talk จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง (อยู่ระหว่างดำเนินการ) ๕) กิจกรรมอวยพรและยินดีในโอกาสสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ การเลื่อนตำแหน่ง วันครบรอบหน่วยงาน (ดำเนินการแล้ว) ๖) กีฬาเชื่อมสัมพันธ์ จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง (ดำเนินการครบถ้วนแล้ว) <u>บริการเที่ยวเนื่อง</u> ๑) กิจกรรมอวยพรและยินดีในโอกาสสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ การเลื่อนตำแหน่ง วันครบรอบหน่วยงาน (ดำเนินการแล้ว) ๒) กิจกรรมพบปะเยี่ยมเยียนผู้ใช้บริการ (ดำเนินการแล้ว) ๓) กิจกรรมกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น โบว์ลิ่ง ฟุตบอล เป็นต้น (อยู่ระหว่างดำเนินการ) ๔) กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น บุญนิธิธรศการ (อยู่ระหว่างดำเนินการ) ทั้งนี้ อยู่ระหว่างการดำเนินกิจกรรมตามแผนประจำปี
	๓) แผนการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ ๓.๑ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ในปี ๒๕๖๔ บพท. อยู่ระหว่างดำเนินการตามกระบวนการบริหารความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ผู้ใช้บริการ โดยใช้กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดจากกระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดมาใช้เป็นกลุ่มเป้าหมายในการประเมินความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ โดยได้กำหนดขอบเขตการสำรวจด้านการให้บริการการเดินทางอากาศ ตามภารกิจ ๖ ด้าน (อ้างอิงจากข้อกำหนดของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย ฉบับที่ ๒๕ ว่าด้วยการขอและออกใบรับรองบริการการเดินทางอากาศ) โดยคำถามจะอยู่บนพื้นฐาน 11 KPAs ของ ICAO โดยคัดเลือกมา ๕ ด้าน ได้แก่ Safety, Cost Effectiveness, Capacity, Efficiency, Predictability และการประเมินด้าน Service Quality Dimensions ๓ ด้าน ได้แก่ Emphathy, Reliability, Assurance (รวมถึงประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง) บริการข่าวสารการบิน และบริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร ซึ่งประเด็นในการสำรวจ จะเกี่ยวข้องกับบริการ ดังนี้ ๑) บริการการจัดการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Management : ATM) ซึ่งมีบริการย่อยประกอบด้วย บริการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Services: ATS), บริการจัดการห้วงอากาศ (Airspace Mangement: ASM) บริการการจัดการความคล่องตัวของการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Flow Management: ATFM) ๒) บริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินทางอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน (Communication, Navigation, Surveillance: CNS) ๓) บริการข่าวสารการบิน (Aeronautical Information Services: AIS) ๔) บริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design: IFPD) ๕) มาตรฐานความปลอดภัยในการให้บริการ (Safety & Security) ๖) บริการระบบวิทยุสื่อสาร ประกอบด้วย Trunked Radio, Air to Ground Radio และ AFTN Terminal

ประเด็น ยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๗๒
	<u>กลุ่มเป้าหมายในการประเมินผลฯ ได้แก่</u> • กลุ่มสายการบินสัญชาติไทย และสายการบินต่างชาติ (Commercial Air Transport: CAT) • กลุ่มอากาศยานที่ทำการบินทั่วไป (General Aviation: GA) • กลุ่มผู้ทำงานทางอากาศ (Aerial Work: AW) • กลุ่มอากาศยานภาครัฐ (State Aircraft: SA) • กลุ่มโรงเรียนการบิน (Approved Training Organization: ATO) • กลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจเกี่ยวเนื่องของ บพท. (Related Business Users) <u>เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ ได้แก่</u> ๑. การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการของ บพท. โดยใช้แบบสอบถามมาตรฐาน (Standard Questionnaire) เพื่อประเมินความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ โดยคำถามประกอบด้วย คำถามแบบมีข้อคำตอบให้เลือกและคำถามปลายเปิด ๒. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview)/การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และทัศนคติและความผูกพันที่มีต่อ บพท. <u>ขอบเขตของการประเมินผลฯ ครอบคลุมภารกิจทั้ง ๓ ด้านของ บพท. ได้แก่</u> ๑) ด้านการให้บริการการเดินอากาศ (ANS) มีการเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวัง-ความพึงพอใจตามประเด็นคุณภาพหลัก ๘ ประเด็น ดังนี้ ความปลอดภัย (Safety) ความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ (Capacity) ความคุ้มค่า (Cost-Effectiveness) ประสิทธิภาพการให้บริการ (Efficiency) ความคาดการณ์ได้ (Predictability) ความเข้าใจและใส่ใจ (Empathy) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเป็นที่ไว้วางใจ (Assurance) ๒) บริการข้อมูลข่าวสารการบิน (AIS) มีการวัดระดับคะแนนความพึงพอใจ ของ ๒ บริการหลัก คือ NOTAM, Flight Plan และข่าว ATS Message อื่นๆ โดยมีการเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวัง-ความพึงพอใจในประเด็นความน่าเชื่อถือและถูกต้องของบริการ ความรวดเร็วของบริการ ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ ประสิทธิภาพของช่องทางในการรับบริการข้อมูล และประสิทธิภาพของช่องทางในการติดต่อประสานงาน ๓) บริการเช่าอุปกรณ์ มีการวัดระดับคะแนนความพึงพอใจ ของ ๓ บริการหลัก คือ Trunked Radio, AFTN Terminal และ Air to Ground Radio โดยมีการเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวัง ความพึงพอใจในประเด็นด้านความเชื่อถือได้ ด้านความมั่นใจ ด้านสิ่งสัมผัสได้ ด้านความเข้าใจ และด้านความตอบสนอง <u>ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจ</u> ๕.๒.๒: ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่น้อยกว่า ๔.๐๔ <u>ตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ปี ๒๕๖๔ – ๒๕๗๒</u> ๑. ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่น้อยกว่า ๔.๐๔ ๒. ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่เกินร้อยละ ๒๕ ๓. สัดส่วนข้อร้องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการร้อยละ ๑๐๐ ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๗๐ ทั้งนี้ คาดว่าจะได้ผลการสำรวจความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจความต้องการ และความคาดหวังของผู้ให้บริการ ประจำปี ๒๕๖๔ ในระหว่างเดือน สิงหาคม – กันยายน ๒๕๖๔ โดยคาดการณ์ระดับคะแนนที่ได้สูง

ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๗๒
	กว่าค่าตัวชีวิตที่ตั้งไว้ โดยประมาณการจากผลระดับคะแนนของปี ๒๕๖๓/๒๔๖๓ ซึ่งมีระดับคะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ๔.๐๔ ระดับความไม่พึงพอใจ อยู่ที่ ๙.๓% และสัดส่วนของข้อร้องเรียนที่จัดการได้ ร้อยละ ๑๐๐ ๓.๒ การบริหารแผนปรับปรุงการให้บริการ แผนปรับปรุงการให้บริการเกิดจากการนำประเด็นที่มีนัยสำคัญจากผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ในปีที่ผ่านมา ส่งมอบให้หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องจัดทำเป็นแผนพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ หรือพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ ใน ๓ บริการหลักที่ทำการสำรวจ ได้แก่ บริการการเดินทางอากาศ (ANS) บริการข้อมูลข่าวสารการบิน (AIS) และบริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร โดยในปี ๒๕๖๓ มีโครงการที่ได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว จำนวน ๓ โครงการ และอยู่ระหว่างดำเนินการ ๑๐ โครงการ ดังนี้ <u>โครงการที่อยู่ระหว่างดำเนินการ ได้แก่</u> <u>บริการการเดินทางอากาศ (ANS)</u> ๑. โครงการนำระบบ ATFAS V2.0 เข้าใช้งาน (KPA : Efficiency, Predictability) กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มสายการบิน ๒. โครงการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศเส้นทางบิน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการจราจรทางอากาศ Bangkok FIR (KPA : Capacity) กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มสายการบิน กลุ่มอากาศยานที่ทำการบินทั่วไป และกลุ่มอากาศยานภาครัฐ ๓. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทางวิ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองและสุวรรณภูมิ (KPA : Safety, Capacity, Flight efficiency, Collaboration, Interoperability) กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มสายการบิน กลุ่มอากาศยานที่ทำการบินทั่วไป และกลุ่มอากาศยานภาครัฐ กลุ่มโรงเรียนการบิน ๔. โครงการจัดทำวิธีปฏิบัติ Reduced Runway Separation Between Aircraft Using the Same Runway (KPA : Capacity) กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มสายการบิน กลุ่มอากาศยานที่ทำการบินทั่วไป และกลุ่มอากาศยานภาครัฐ <u>บริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร (แผนระยะสั้น)</u> ๑. แผนบริการ On Site Service ในพื้นที่ Airside (ดอนเมือง) สำหรับการให้บริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร (Trunked Radio หรือ AFTN Terminal หรือ Air to Ground) (KPA : Efficiency, Empathy) กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มสายการบิน กลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียมและที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ (ดำเนินการแล้วเสร็จ) ๒. แผนปรับปรุงสัญญาณระบบวิทยุสื่อสาร DTRS ภายในอาคาร Passenger Terminal Complex (PTC) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ๓. แผนปรับปรุงช่องทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ๔. แผนติดตั้งสถานีวิทยุสื่อสาร Air to Ground สำรอง <u>บริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร (แผนระยะยาว เริ่มดำเนินการปี ๒๕๖๔-๒๕๗๐ เป็นต้นไป)</u> ๑. แผนจัดหาอุปกรณ์ Computer Terminal ทดแทนของเดิม ๒. แผนจัดหาอุปกรณ์สื่อสาร Air to Ground ทดแทนของเดิม

ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๗๒
	ทั้งนี้ บพท. ได้ติดตามผลการดำเนินงานของแผนปรับปรุงจากระบบติดตามแผนปรับปรุงเพื่อจัดเก็บข้อมูลแผนปรับปรุงของแต่ละสายงาน และให้มีการรายงานความคืบหน้าของการดำเนินการเป็นรายเดือน โดยได้แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ แผนวิสาหกิจที่เป็นแผนปรับปรุง และแผนปรับปรุงที่ไม่ใช่แผนวิสาหกิจ และมีการรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานให้กับที่ประชุมระดับสูง (EMM) รับทราบในเดือนเมษายน และเดือนตุลาคมของทุกปี ๓.๓ การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ บริการการเดินทางอากาศ ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการจำนวน ๒ โครงการ คือ ๑. ระบบบูรณาการการเชื่อมต่อแหล่งข้อมูล สำหรับระบบบริการข้อมูลการบินสำหรับระบบจัดการการปฏิบัติการภาคพื้น (Connected Data Source Solution for Aviations Operations Data Services (CS for AODS)) ๒. ระบบอำนวยความสะดวกในการจัดการแผนการบินสำหรับผู้ให้บริการ (Filed FPL from Anywhere) บริการเกี่ยวเนื่อง โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ จำนวน ๒ โครงการ คือ ๑. ระบบบูรณาการการเชื่อมต่อแหล่งข้อมูล สำหรับระบบบริการข้อมูลการบินสำหรับระบบจัดการการปฏิบัติการภาคพื้น (Connected Data Source Solution for Aviations Operations Data Services (CS for AODS)) ๒. โครงการการควบคุมระยะไกล และการแจ้งเตือนผ่านระบบ DTRS (Telemetry Control and Alert via DTRS System)
	ยุทธศาสตร์ระยะยาว : “เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล” กลยุทธ์ : ยกระดับการพัฒนาด้านการบินให้เป็นไปตามความต้องการ ความคาดหวังของผู้ให้บริการ แผนงาน/โครงการ : การพัฒนาระบบการรับฟังลูกค้าในรูปแบบดิจิทัลเพื่อการจัดการคุณภาพและสร้างความผูกพัน ผลการดำเนินการในปี ๒๕๖๔ บพท. ได้พัฒนาช่องทางดิจิทัลในด้านต่างๆ เพื่อสนับสนุนลูกค้า โดยได้ดำเนินการต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี ๒๕๖๔ ๑) การพัฒนาระบบจัดการเรื่องร้องเรียน โดยดำเนินการพัฒนาระบบได้แล้วเสร็จในปี ๒๕๖๔ เพื่อใช้บันทึกการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนในระบบฯ พร้อมแนบไฟล์เอกสาร เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดเก็บและสืบค้นเอกสารรวมทั้งการรายงานและติดตามสถานะการดำเนินงาน ซึ่งเป็นการตอบเกณฑ์ในส่วนของกรนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการ ติดตาม รายงานสถานะ และสรุปผลการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสม ๒) สายงานพัฒนาธุรกิจ (พทก.) มุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจด้วยการตลาดในรูปแบบดิจิทัล (Digital Marketing) ส่งเสริมการเผยแพร่ข้อมูลเนื้อหา (Content) ให้เข้าถึง และเข้าใจได้ง่าย มีการพัฒนา Application สำหรับการใช้งานวิทยุสื่อสาร การพัฒนาเว็บไซต์ของ พทก. นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของ พทก. พัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัล เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ และการดำเนินการของหน่วยธุรกิจ ใน Facebook Airspace-ANSP (Thailand) เป็นต้น

ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๗๒
	๓) การพัฒนาระบบการรับฟังลูกค้าในรูปแบบดิจิทัลเพื่อการจัดการคุณภาพและสร้างความผูกพัน การทดลองนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในขั้นตอนรวบรวมสารสนเทศเสียงลูกค้า เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าและผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตอบสนองได้ทันทั่วทั้ง และองค์กรมีแนวทางปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมา

บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด (บวท.) ในฐานะที่เป็นรัฐวิสาหกิจด้านการขนส่งทางอากาศ สังกัดกระทรวงคมนาคม (คค.) มีหน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะเป็นผู้ให้บริการการเดินอากาศ (Air Navigation Services Provider) บริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน (Communication, Navigation, Surveillance: CNS) บริการข่าวสารการบิน (Aeronautical Information Services: AIS) บริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design: IFPD) รวมถึงบริการเกี่ยวเนื่องและงานตามนโยบายรัฐบาล ดำเนินการให้บริการการเดินอากาศเป็นไปตามมาตรฐานและข้อเสนอแนะขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization : ICAO) เพื่อความปลอดภัยและเกิดประสิทธิภาพทางการบินของผู้ใช้ห้วงอากาศในประเทศไทย

การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ (Customer Engagement) เป็นส่วนหนึ่งภายใต้กรอบการดำเนินงานที่สำคัญ (Key Performance Area 11 : KPA11) ด้าน Corporate Performance ของ บวท. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง จึงจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการขององค์กร เพื่อให้การดำเนินงานด้านลูกค้าและผู้ให้บริการเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกันทั่วทั้งองค์กร โดยการใช้เทคโนโลยีและการใช้บุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดการบูรณาการ รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการความคาดหวังของลูกค้า และได้รับความร่วมมืออันดีจากลูกค้าในการปฏิบัติงานร่วมกัน และรักษาคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จนเกิดเป็นความผูกพันในที่สุด

ประกอบกับ หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ Core Business Enablers ของรัฐวิสาหกิจ (ฉบับปรับปรุง ปี ๒๕๖๓) (State Enterprise Assessment Model: SE-AM) ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง ได้บรรจุเรื่องการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management: SCM) ไว้ในหมวดที่ ๔ Module 2 การบริหารจัดการลูกค้า เพื่อให้รัฐวิสาหกิจได้ศึกษาและเรียนรู้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงมีการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก่อให้เกิดการบูรณาการเข้ากับการกำกับดูแลขององค์กร ซึ่งเกณฑ์ SE-AM นี้ ใช้เป็นแนวทางในการประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการของ บวท.

รวมถึงการพิจารณาจากประกาศสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย เรื่อง การกำหนดประเภทนิติบุคคล อายุใบรับรองและหน้าที่อื่นของผู้ได้รับใบรับรองบริการการเดินอากาศ พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๖(๓): “ให้บริการอย่างเป็นธรรม เปิดเผย โปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติ และเผยแพร่เงื่อนไข การให้บริการ และการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็น จากผู้รับบริการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นรายหน่วยงานหรือหลายหน่วยงานรวมกันอย่างเป็น ประจำและสม่ำเสมอ” ซึ่งเป็นเงื่อนไขในการต่ออายุใบรับรองการให้บริการของ บวท. และเป็น ส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญ และความจำเป็นของการจัดให้มีกระบวนการบริหารจัดการ ลูกค้าย่างเป็นระบบ

๑.๒ ความเชื่อมโยงระหว่างแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการกับแผนวิสาหกิจและ แผนอื่น ๆ ใน บวท.

วิสัยทัศน์ของ บวท. (Vision)

“ เป็นองค์กรที่ให้บริการการเดินอากาศด้วยคุณภาพสูงสุดอย่างยั่งยืน เพื่อขับเคลื่อน ประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค ”

“To Provide Sustainable Air Navigation Services of the Highest Quality Driving Thailand’s Position as a Regional Aviation Hub”

จากแผนวิสาหกิจของ บวท. (พ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓) ได้ถ่ายทอดไปสู่แผนยุทธศาสตร์ ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ดังนี้

ภาพที่ ๒ แผนวิสาหกิจของ บวท. พ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓

AEROTHAI Destination 2037 Vision			
วิสัยทัศน์ “เป็นองค์กรที่ให้บริการการเดินอากาศด้วยคุณภาพสูงสุดอย่างยั่งยืน เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค” “To Provide Sustainable Air Navigation Services of the Highest Quality Driving Thailand’s Position as a Regional Aviation Hub.”			
เป้าหมายวิสัยทัศน์			
1. ให้บริการการเดินอากาศที่มีคุณภาพระดับแนวหน้า (AEROTHAI Servicemark)	2. สร้างบุคลากรมืออาชีพ (Professionals)	3. พัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง (HPO)	4. สร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ และสร้างประโยชน์ให้กับกิจการบิน (Value for National Competitiveness and Aviation Industry)
กรอบการดำเนินงานที่สำคัญ (Key Performance Area: KPA) และ [วัตถุประสงค์ระยะยาว (Long-term Objective)]			
1. Implementation of Standard [ให้บริการการเดินอากาศที่มีมาตรฐานขั้นสูงสุด] 2. Safety [ให้บริการที่มีระดับความปลอดภัยขั้นสูงและยั่งยืน] 3. Security [ให้ระบบการบริหารจราจรทางอากาศของประเทศ มีความมั่นคง] 4. Capacity [มีความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศสอดคล้องต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการบิน] 5. Efficiency [เพิ่มประสิทธิภาพภายในในภาคส่วนการบิน] 6. Global Interoperability [พัฒนาบริการการเดินอากาศของภูมิภาคให้เชื่อมโยงและสอดคล้องกันอย่างบูรณาการ] 7. Environment [ให้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม]	8. Competency [พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถหลากหลายที่กำหนด] 9. Productivity [เพิ่มผลผลิตทางการปฏิบัติงาน] 10. Employee Engagement [ให้บุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กร]	11. Corporate Performance [มีผลการประเมินองค์กรในระดับดีเยี่ยม] 12. Cost Effectiveness [บริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการให้บริการที่คุ้มค่า]	13. Leadership in ANS [สร้างคุณค่าให้กับกิจการบินผ่านการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดการพัฒนาตามมาตรฐานในระดับภูมิภาค/โลก] 14. National Competitiveness [พัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย]

ประเด็นยุทธศาสตร์			
1. การให้บริการการเดินอากาศที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ	2. การสร้างบุคลากรมืออาชีพ	3. การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง	4. การสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ และสร้างประโยชน์ให้กับกิจการการบิน
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)
SO.1 ให้บริการที่ปลอดภัยและมั่นคง เป็นไปตามมาตรฐาน และต่อเนื่องในทุกช่วงการบิน SO.2 พัฒนาศักยภาพในการรองรับเที่ยวบิน และยกระดับประสิทธิภาพระบบการเดินอากาศ	SO.3 มีบุคลากรมืออาชีพที่เพียงพอ มีการจัดการทุนมนุษย์อย่างเป็นระบบสามารถขับเคลื่อนวิสัยทัศน์และองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน SO.4 มีบุคลากรที่ทุ่มเท มีความผูกพัน และมีสภาพแวดล้อมด้านบุคลากรที่ดี	SO.5 มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั้งองค์กร และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อมุ่งไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง SO.6 มีการบริหารจัดการทางการเงินและต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพและสมดุล เพื่อความยั่งยืนขององค์กร และมีอัตราค่าบริการที่เป็นธรรม โปร่งใส และแข่งขันได้	SO.7 สร้างประโยชน์ให้กับกิจการการบินทุกระดับ SO.8 มีโครงสร้างพื้นฐานระบบบริการ การเดินอากาศที่ครบถ้วนและมีศักยภาพสอดคล้องกับการพัฒนาการขนส่งทางอากาศของประเทศ
ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)
Implementation of Standard SO 1 KPI1.1 การดำเนินการตามมาตรฐานการให้บริการการเดินอากาศ Safety KPI1.2 SMS Maturity Level KPI1.3 Safety Occurrences Ratio KPI1.4 CNS/Support System Service Availability Security KPI1.5 ไม่มี Incident ที่เกิดจากการแทรกแซง Capacity SO 2 KPI2.1 Bangkok FIR Capacity Efficiency KPI2.2 Airport Throughput Efficiency KPI2.3 Airport/Terminal ATM Delay KPI2.4 Taxi-out Efficiency KPI2.5 Actual En-route Extension KPI2.6 Filed Flight Plan En-route Extension KPI2.7 ค่าเฉลี่ย En-route ATM Delay KPI2.8 Terminal Efficiency KPI 2.9 Taxi-in Efficiency KPI 2.10 Flight Time Variability Global Interoperability KPI 2.11 ความเสถียรตาม ASBUs และ APAC Seamless ANS Plan Environment KPI 2.12 Additional Fuel Burn	Competency SO 3 KPI3.1 ความสามารถของพนักงานทั่วทั้งองค์กร Productivity KPI3.2 ATCOs in OPS Hours Productivity Employee Engagement SO 4 KPI4.1 ระดับความผูกพันต่อองค์กร	Corporate Performance SO 5 KPI5.1 คะแนนประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ในส่วน Core Business Enablers KPI5.2 การดำเนินการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า KPI5.3 ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) KPI5.4 นวัตกรรมที่สร้างมูลค่าให้กับองค์กร Cost Effectiveness SO 6 KPI6.1 Total Cost per IFR Flight Hour KPI6.2 รายได้จากการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจ	Leadership in ANS SO 7 KPI7.1 ความเป็นผู้นำในระดับภูมิภาคโลก National Competitiveness SO 8 KPI8.1 ประสิทธิภาพของแผนแม่บททางอากาศและการเดินอากาศแห่งชาติ
กลยุทธ์ (Strategy)	กลยุทธ์ (Strategy)	กลยุทธ์ (Strategy)	กลยุทธ์ (Strategy)
S1.1 พัฒนาระบบการดำเนินงานตามกระบวนการมาตรฐานให้สอดคล้องกับกฎหมายและการกำกับของภาครัฐ S1.2 พัฒนาระบบบริหารความปลอดภัยตามมาตรฐานขั้นสูงขององค์กรให้บริการการเดินอากาศสากล S1.3 จัดการความเสี่ยงที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการดำเนินงานด้านความปลอดภัยให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล S1.4 ปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารระบบเทคโนโลยีบริการการเดินอากาศ (CNS) ให้เป็นไปตามมาตรฐานและสอดคล้องระดับบริการ S1.5 มุ่งการพัฒนาที่ยั่งยืนตามมาตรฐานด้านความต่อเนื่องในการให้บริการระดับสูงสุด พร้อมรองรับวิกฤตการณ์ต่าง ๆ อย่างทันเหตุการณ์ S2.1 ยกระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติการและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสนับสนุนการเดินอากาศ ตลอดทุกช่วงการบิน S2.2 พัฒนาการบริหารจัดการข้อมูลทั้งระบบการเดินอากาศ	S3.1 พัฒนาระบบบริหารทุนมนุษย์เพื่อให้บุคลากรมีคุณสมบัติและมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในระดับที่เทียบเคียงกับ ANSP ชั้นนำ S3.2 พัฒนาทุนมนุษย์ให้มีความสามารถตรงตามคุณสมบัติของตำแหน่งงานที่กำหนด สอดคล้องตามการเปลี่ยนแปลงและทิศทางการพัฒนาบุคลากรด้านการบิน S4.1 พัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานและคุณภาพชีวิตของบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการตามปัจจัยสร้างความผูกพัน S4.2 สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับบุคลากร (Employee Experience) ตลอดระยะเวลาการทำงาน รวมทั้งรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ และสร้างแรงจูงใจสำหรับบุคลากรรุ่นใหม่	S5.1 สร้างและยกระดับความสัมพันธ์การบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ ที่ภายในและภายนอกประเทศ อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร S5.2 พัฒนาระบบการดำเนินงานด้านประสิทธิภาพ ภายใต้อำนาจและอำนาจหน้าที่ และการแสดงความรับผิดชอบด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมให้ครอบคลุมทั้งที่องค์กรอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน S5.3 พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้เข้าใช้งานกับทุกส่วนงานขององค์กร S5.4 พัฒนาระบบการจัดการความรู้ทั่วทั้งองค์กร ส่งเสริมการพัฒนา/ต่อยอดนวัตกรรม และขยายผลเชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อการแข่งขันขององค์กร ให้เติบโตอย่างยั่งยืน S6.1 บริหารสภาพคล่องและต้นทุนขององค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและมีอัตราค่าบริการที่สอดคล้องตามข้อเสนอแนะของ ICAO (DOC 9082) S6.2 บริหารและสร้างรายได้ให้กับ บพท. โดยการรักษามาตรฐานลูกค้า และขยายโอกาสธุรกิจใหม่	S7.1 ดำเนินงานเชิงรุกด้านพัฒนาการเดินอากาศในระดับภูมิภาคโลก S8.1 ยกระดับขีดความสามารถระบบการบินของประเทศ โดยการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานระบบบริการการเดินอากาศ มีศูนย์บริหารจราจรทางอากาศ เพื่อให้อากาศยานเคลื่อนย้ายผ่านในวิถีและวิถีการบินที่ปลอดภัยและรองรับการจราจรทางอากาศระบบใหม่อย่างสมบูรณ์ด้วยเนื่องด้านการขนส่งทางอากาศของประเทศ รวมทั้งแผนแม่บททางอากาศ และการเดินอากาศแห่งชาติ

ที่มา แผนวิสาหกิจ บพท. พ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓

จากแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓ สามารถสรุปได้ดังนี้

วิสัยทัศน์ขององค์กร: “เป็นองค์กรที่ให้บริการการเดินอากาศด้วยคุณภาพสูงสุดอย่างยั่งยืน เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค”

เป้าหมายวิสัยทัศน์ที่ ๓ : ด้านการพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง

เป้าหมายวิสัยทัศน์ในระยะต่างๆ :

มุ่งเน้นที่การกำกับดูแลที่ดี มีเทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการดำเนินการ บริหารจัดการและพัฒนานวัตกรรม มีการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา และมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์บริการใหม่เพิ่มเติมนอกเหนือจากภารกิจหลัก เพื่อความยั่งยืนขององค์กรฯ

กรอบการดำเนินงานที่สำคัญ :

KPA11 : Corporate Performance : มีผลการประเมินผลองค์กรในระดับดีเยี่ยม

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO 5: มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กร และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อมุ่งไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง

ตัวชี้วัดผลการดำเนินการ :

KPI 5.2: การดำเนินการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

กลยุทธ์ : S5.1 สร้างและยกระดับความสัมพันธ์/การบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร

แผนงาน :

๕.๑.๑ แผนงานการจัดการและยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ และปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองผู้ให้บริการได้ตามความต้องการ และเหนือกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง และเพิ่มความผูกพันให้กับลูกค้า (Quick Win)
โครงการ: ยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการเพื่อสนับสนุนและพัฒนาขีดความสามารถการให้บริการตามเป้าหมายขององค์กร

(รายละเอียดตามภาคผนวก A ตารางแสดงความเชื่อมโยงแผนวิสาหกิจกับแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓)

ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ระยะสั้น

“ยกระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการ พร้อมจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง” เพื่อสนับสนุนให้องค์กรสามารถบรรลุในเป้าหมายวิสัยทัศน์ที่ ๓ คือ “การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง” (High Performance Organization : HPO)

ประเด็นยุทธศาสตร์ระยะยาว

“เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล”

(รายละเอียดของประเด็นยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการในบทที่ ๓)

ทั้งนี้ จากการเชื่อมโยงของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ กับแผนวิสาหกิจของ บพท. (รายละเอียดการเชื่อมโยงกับแผนวิสาหกิจขององค์กรใน ภาคผนวก C) และความสามารถพิเศษขององค์กร “เป็นองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ให้บริการการเดินทางอากาศของประเทศมาอย่างยาวนาน ด้วยความปลอดภัยมีประสิทธิภาพ และมีความต่อเนื่องในทุกสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ ตลอดจนสร้างคุณค่าให้กับกิจการบินของประเทศ มีความสามารถในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมระบบสนับสนุนบริการการเดินทางอากาศ รวมทั้งมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือ เป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภูมิภาค” จึงนำมาใช้ในการกำหนดเป็นประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ที่เชื่อมโยงกับแผนแม่บทอื่นๆ ในองค์กร อาทิ แผนแม่บทการกำกับดูแลกิจการที่ดี แผนหลักการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน แผนปฏิบัติการดิจิทัล แผนธุรกิจเกี่ยวเนื่อง แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ แผนแม่บทการจัดการความรู้ แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม (รายละเอียดตาม ภาคผนวก B ตารางเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการกับแผนแม่บทอื่นๆ)

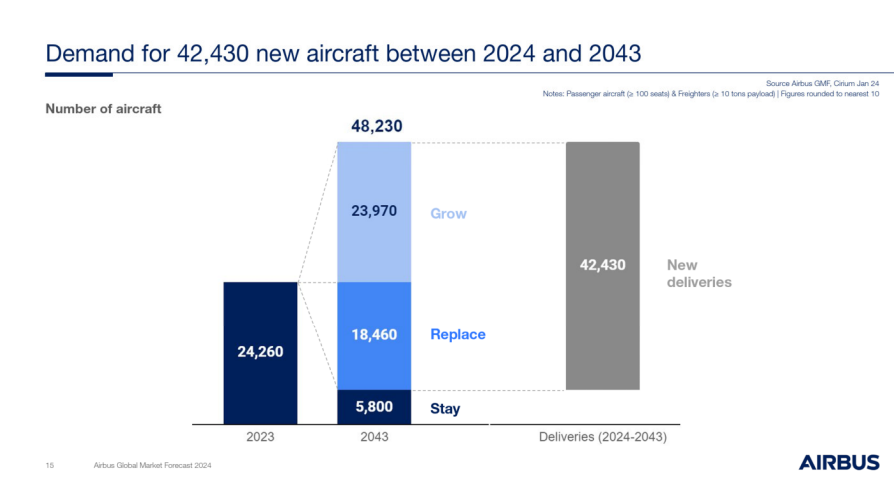
บทที่ ๒

การทบทวนสภาพแวดล้อมด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

สถานการณ์ปัจจุบันประชาชนกลับไปใช้ชีวิตในรูปแบบปกติอย่างที่เคยเป็น ทั้งการทำงาน จ้างจ่าย กิจกรรมในชีวิตประจำวัน รวมถึงการเดินทาง โดยรัฐบาลหลากหลายประเทศมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว เปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลให้การเดินทางทางอากาศมีสถิติที่เพิ่มสูงขึ้นมาก ใกล้เคียงกับช่วงเวลาก่อนที่จะเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 โดยรัฐบาลไทยได้ผลักดันนโยบายเปิดบินเสรีในประเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ สนับสนุนฟรีวีซ่าแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของประเทศ

สำหรับสถานการณ์แนวโน้มของอุตสาหกรรมการบินโลก จากรายงาน Global Market Forecast 2024–2043 ของแอร์บัส (Airbus) ระบุว่า ความต้องการเครื่องบินพาณิชย์ทั่วโลกจะอยู่ที่ ๔๘,๒๓๐ ลำในปี พ.ศ. ๒๕๖๖ หรืออีก ๒๐ ปีข้างหน้า เพิ่มขึ้นจาก ๒๔,๒๕๐ ลำ ในช่วงต้นปีนี้ หรือเพิ่มขึ้นเกือบหนึ่งเท่าตัว และคาดการณ์ว่าประมาณร้อยละ ๔๕ ของความต้องการเครื่องบินพาณิชย์ใหม่จะเป็นการนำไปใช้เพื่อแทนที่เครื่องบินลำเก่า โดยจีนและอินเดียจะเป็นตลาดที่ขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินทั่วโลกในช่วง ๒๐ ปีข้างหน้า โดยเฉพาะอินเดีย พบว่า สายการบินของอินเดียกำลังขยายธุรกิจและการให้บริการเครื่องบินลำตัวกว้าง โดยสายการบินหลายแห่งในอินเดียมีการสั่งซื้อเครื่องบินลำใหม่จำนวนมาก เนื่องจากอุปสงค์การเดินทางทางอากาศที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มชนชั้นกลาง ในขณะที่โบอิง โค (Boeing) ได้เปิดเผยรายงาน 2024 Commercial Market Outlook ถึงแนวโน้มคาดการณ์ความต้องการเครื่องบินพาณิชย์และบริการที่เกี่ยวข้องในระยะยาวของโบอิง ว่า จีนจะมีความต้องการเครื่องบินพาณิชย์ ๙,๗๔๐ ลำ ภายในปี ๒๕๖๖ จากปัจจุบัน ๔,๓๔๕ ลำ หรือเพิ่มขึ้นหนึ่งเท่าตัวภายใน ๒๐ ปีข้างหน้า เนื่องจากอุตสาหกรรมการบินของจีนมีการขยายตัวและปรับปรุงให้ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นในการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าที่ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับแรงหนุนจากการเติบโตทางเศรษฐกิจ

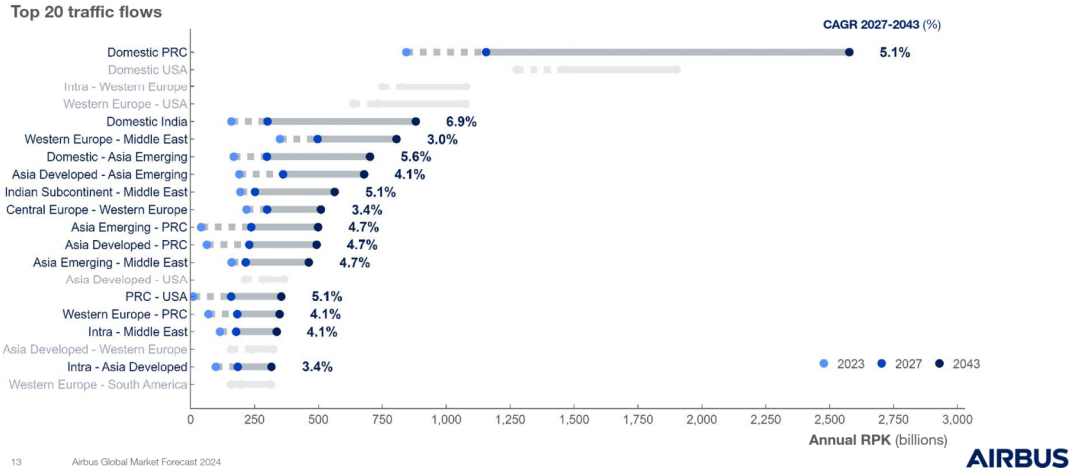
ภาพที่ ๓ ปริมาณความต้องการเครื่องบินพาณิชย์ทั่วโลก ระหว่างปี ๒๐๒๔ – ๒๐๔๓



ภาพที่ ๔ การเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในเอเชีย และตะวันออกกลาง

...and stronger traffic growth in Asia and Middle East, led by India and PRC

Source: Airbus GMF



ที่มา : Airbus Global Market Forecast 2024

อีกหนึ่งประเด็นที่ IATA ให้ความสำคัญคือ ความยั่งยืน หรือ Sustainability โดย IATA ได้จัดทำแผนงานนโยบายและแผนงานด้านการเงินสำหรับการปล่อย ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นศูนย์ (Policy and Finance Net Zero Roadmaps) ซึ่งได้วิเคราะห์และสรุปเป็น ๔ ข้อสรุป ดังนี้

(๑) การเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานของอุตสาหกรรมขนส่งทางอากาศสามารถเกิดขึ้นได้ภายในปี ค.ศ. ๒๐๕๐

(๒) ปริมาณการลงทุนที่จะจำเป็นต้องใช้เพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนผ่านดังกล่าวได้นั้น มีมูลค่าเทียบเท่ากับปริมาณการลงทุนในการสร้างตลาดพลังงานหมุนเวียนใหม่ๆ ในอดีต

(๓) ความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่านนี้ ขึ้นอยู่กับความเป็นเอกภาพในการกำหนดนโยบายของผู้กำหนดนโยบาย

(๔) เวลาสำหรับการร่วมมือในการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานของการขนส่งทางอากาศกำลังลดน้อยลงอย่างรวดเร็ว ทุกการกระทำที่ล่าช้าคือโอกาสที่สูญเสียไป

๒.๑ ภาพรวมของอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย

ในปัจจุบันรัฐบาลได้ประกาศวิสัยทัศน์เพื่อขับเคลื่อนด้านการคมนาคมของประเทศสำหรับอุตสาหกรรมการบิน รัฐบาลมีเป้าหมายผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค (Aviation Hub) กระทรวงคมนาคม และหน่วยงานด้านการบินที่เกี่ยวข้องร่วมมือจัดทำนโยบาย/แผนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกรอบ และเป้าหมายของรัฐบาล โดยนโยบาย Aviation Hub

มีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการบินครอบคลุมในทุกมิติของอุตสาหกรรมการบิน การคมนาคมและการขนส่งทางอากาศ

นอกจากนี้รัฐบาลยังมีแผนยุทธศาสตร์ชาติประเด็นโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิทัล ในด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม ที่มุ่งพัฒนาประเทศไทยให้มีโครงข่ายระบบโลจิสติกส์ และคมนาคมที่สามารถสนับสนุนการเดินทาง และการขนส่งสินค้าหลายรูปแบบ และไร้รอยต่อ สามารถสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเมือง พื้นที่เกษตรกรรม การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมของประเทศ ที่สามารถนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และเศรษฐกิจได้ จึงส่งผลให้หน่วยงานต่างๆ ด้านอุตสาหกรรมการบิน ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เป็นหนึ่งในกลไกด้านระบบโลจิสติกส์ และคมนาคมร่วมเป็นกลไกสร้างแรงผลักดัน เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายของประเทศในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

จากข้อมูลรายงานอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยในปี ๒๕๖๓ มีผู้โดยสารเพิ่มขึ้นเป็น ๓,๕,๘๑๕,๔๕๕ คน และมีปริมาณเที่ยวบินรวม ๕๓๐,๓๖๐ เที่ยวบิน เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๖๔ ที่มีปริมาณเที่ยวบินรวม ๒๙๑,๓๙๓ เที่ยวบิน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องใกล้เคียงกับปริมาณผู้โดยสารในช่วงก่อนที่จะเกิดวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด ๑๙ อันมีสาเหตุมาจากการผลักดันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาครัฐ สร้างแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น เช่น มาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับค่าใช้จ่ายการเที่ยวเมืองรอง การขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการสายการบินในการลดค่าบัตรโดยสารในช่วงเทศกาล รวมถึงโครงการเราเที่ยวด้วยกันที่กำลังจะเกิดขึ้นในปี ๒๕๖๔ นโยบายฟรีวีซ่าของรัฐบาลไทย และรัฐบาลนานาชาติที่เปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยว นโยบายเหล่านี้ส่งผลต่อปริมาณการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติมายังประเทศไทย และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปต่างประเทศอีกด้วย ถือเป็นสาเหตุหลักที่ส่งผลให้ปริมาณเที่ยวบินมีสถิติที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความต้องการในการเดินทาง และขนส่งทางอากาศมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นมากเกินกว่าอุปทานด้านการบินที่มีอยู่เดิม จึงไม่เพียงพอกับการรองรับจำนวนการเติบโต ส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยเผชิญกับปัญหาขาดแคลนอากาศยาน และผู้ควบคุมอากาศยาน (นักบิน) ทำให้สายการบินต้องทำการแก้ปัญหาด้วยการเช่าอากาศยาน ผู้ประจำหน้าที่ (Wet Lease) และผู้ควบคุมอากาศยานต่างชาติ เพื่อทำการบินเส้นทางการบินภายในประเทศไทย โดยรัฐบาลได้อนุญาตให้ผู้ควบคุมอากาศยานต่างชาติ เข้ามาปฏิบัติการบินเส้นทางการบินในประเทศไทยเป็นการชั่วคราว เพื่อให้เพียงพอต่อการรองรับจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้น จากเดิมที่ผู้ควบคุมอากาศยานต่างชาติเป็นงานที่คนต่างด้าวห้ามทำโดยเด็ดขาดตามประกาศกระทรวงแรงงาน เรื่องกำหนดงานที่ห้ามคนต่างด้าวทำ

บวท. คาดการณ์ว่า ในปี ๒๕๖๘ ประเทศไทยจะมีปริมาณเที่ยวบินรวม ๔๕๘,๓๘๓ เที่ยวบิน หรือคิดเป็น ๖๕ % เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณเที่ยวบินปี ๒๕๖๓ โดยสถานการณ์ปัจจุบันของประเทศไทยในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ มีเที่ยวบินรวม ๒,๐๕๑ เที่ยวบินต่อวัน มากกว่าเดือนมกราคม ๒๕๖๓ หรือ ๓.๑๓%

สำหรับอุตสาหกรรมการบินของไทย ทางสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) มองว่า อุตสาหกรรมการบินของไทยมีศักยภาพ โดยปริมาณความต้องการฟื้นตัวขึ้นมาอยู่ในระดับร้อยละ ๘๘ ของเมื่อ ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ แล้ว และคาดว่าจะเห็นถึงการขยายตัวที่แท้จริงในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ เป็นต้นไป โดยคาดการณ์ว่า จำนวนผู้โดยสารที่เดินทางเข้าออกประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ ๓.๘๘ ในช่วง พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๘๖ นอกจากนี้ ยังคาดว่าประเทศไทยจะก้าวขึ้นเป็นหนึ่งใน ๑๕ ตลาดการบินอันดับต้นของโลกในอีก ๒๐ ปี ข้างหน้า

เมื่อวันที่ ๒๓ มกราคม ๒๕๖๘ สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) ได้แถลงผลการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๓ โดยภาพรวมจำนวนผู้โดยสารในปี ๒๕๖๓ มีจำนวน ๑๔๐ ล้านคน โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๕.๑๒ เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และมีการฟื้นตัวร้อยละ ๘๕.๑๔ เมื่อเทียบกับสภาวะปกติ ขณะที่ปริมาณเที่ยวบินในปี ๒๕๖๓ ในภาพรวมมีจำนวนมากถึง ๘.๘ แสนเที่ยวบิน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๑.๙๐ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๖๖ อย่างไรก็ตาม ปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศมีการเติบโตมากกว่าสถานการณ์ปกติ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๑.๖๓ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๖๒ และมีจำนวนมากกว่าปี ๒๕๖๖ ถึงร้อยละ ๒๒.๔ จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมการบินในปี ๒๕๖๘ มีทิศทางในการฟื้นตัวและสามารถกลับมาเติบโตได้ในระดับเดียวกันกับปี ๒๕๖๒

สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการจราจรทางอากาศ และเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับเที่ยวบินตามนโยบายขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาคนั้น บวท. ได้วางแผนการพัฒนากิจการดำเนินงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับเที่ยวบิน (Capacity) โดยมีเป้าหมาย ๑.๒ ล้านเที่ยวบิน ในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ เพิ่มขึ้นเป็น ๑.๔ ล้านเที่ยวบิน ในปี พ.ศ. ๒๕๗๑ และ ๒ ล้านเที่ยวบิน ในปี พ.ศ. ๒๕๘๑

บวท. มีวิสัยทัศน์ และนโยบายในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบบริการการเดินทางและเพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ สนับสนุนการเชื่อมโยงการคมนาคม และขนส่งในหลากหลายมิติ ทั้งบก น้ำ ร้าง และอากาศ ตามที่ บวท. มีความเกี่ยวข้องต่อระบบห่วงโซ่คุณค่า VO1 โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก FO101 โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ตามเส้นทางยุทธศาสตร์ชาติ ในการเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ และเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินงานของรัฐบาลในการผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กรที่เหมาะสมสอดคล้องกับทิศทางอุตสาหกรรมการบินของไทยและโลก อีกทั้งมีแผนสร้างความร่วมมือ

และบูรณาการการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานด้านอุตสาหกรรมการบิน ผ่านการจัดทำและบริหาร บันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน เพื่อให้บูรณาการและร่วมมือกัน ระหว่างหน่วยงานอย่างเป็นระบบ และประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) ได้จัดทำแผนก่อสร้างและปรับปรุง พื้นที่และอาคารบริเวณท่าอากาศยาน และอาคารผู้โดยสารในท่าอากาศยานหลายจังหวัดที่อยู่ภายใต้ ความรับผิดชอบของ ทอท. เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับผู้โดยสาร โดย บวท. ได้ติดตาม แผนการปรับปรุง/พัฒนาท่าอากาศยานของ ทอท. อย่างใกล้ชิด เนื่องจากการพัฒนาพื้นที่อาจ ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ติดตั้งอุปกรณ์ของ และวิธีปฏิบัติงานของ บวท. และนำไปบรรจุในโครงการ/ แผนงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนการติดตั้ง ซ่อมแซม อุปกรณ์และระบบสนับสนุนการเดินทางอากาศ ระบบติดตามอากาศยานต่างๆ ตามท่าอากาศยานต่างๆ ที่มีการปรับปรุงพื้นที่จุดติดตั้งอุปกรณ์ หรือ ก่อสร้างใหม่ให้เป็นไปตามแนวทางและกรอบเวลาที่ ทอท. กำหนด

อย่างไรก็ดี จากการวิเคราะห์ SWOT ขององค์กร โครงสร้างเส้นทางบิน และการบริหารท่าอากาศยานยังไม่สอดคล้องกับปริมาณจราจรทางอากาศสูงสุดที่เคยเกิดขึ้นในอดีต รวมถึง ปริมาณจราจรทางอากาศที่คาดการณ์ว่าจะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ดังนั้น บวท. จึงต้องมีแผนการพัฒนา ความสามารถในการรองรับของระบบการบินทั้งระบบ (การให้บริการการเดินทางอากาศ เทคโนโลยี ระบบ/ อุปกรณ์ บุคลากร เป็นต้น) ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ บวท. มีความพร้อมในทุกมิติ

ดังนั้น ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ จึงต้องมีการทบทวน และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรโดยใช้การวิเคราะห์โดยใช้ PESTEL Analysis, การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในองค์กรโดยใช้ McKinsey 7s Framework การวิเคราะห์ SWOT Analysis TOWS Matrix และการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

๒.๒ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (PESTEL)

โดยใช้ PESTEL Analysis ซึ่งประกอบด้วยวิเคราะห์ ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง (Political) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic) ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม (Social) ปัจจัยทางเทคโนโลยี และสารสนเทศ (Technological) ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (Environmental) และปัจจัยทางกฎหมาย (Legal) โดยเป็นข้อมูลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจากแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓

Political: ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๓ นโยบาย กฎ ระเบียบฯ ภาครัฐ)

- **การสนับสนุนเชิงนโยบายภาครัฐด้านการบินและการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อน อุตสาหกรรมการบินของประเทศ** รัฐบาลได้ประกาศนโยบายการเป็นศูนย์กลางทางการบิน ของภูมิภาค (Aviation Hub) โดยเน้นการเพิ่มความสามารถในการรองรับอากาศยาน และ ตั้งเป้าหมายให้สามารถรองรับอากาศยานได้ 2.1 ล้านเที่ยวบินในปี 2580 โดยเน้นการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน สนามบินใหม่ การเพิ่มเส้นทางบิน และการขยายขีดความสามารถการขนส่ง

ทางอากาศ โดยได้ผลักดันการปฏิบัติการบินอากาศยานทางทะเล หรือ Seaplane Operations เพื่อยกระดับการขนส่งทางอากาศให้มีความปลอดภัย และสนับสนุนการท่องเที่ยว การคมนาคม การแพทย์ และ การบรรเทาภัยพิบัติ

- **นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าและเพิ่มโอกาสการตลาด** ทำให้ธุรกิจบริการขนส่งทางอากาศของไทยเติบโตต่อเนื่อง ภาครัฐสนับสนุนการเปิดเสรีการบินเพื่อเสริมธุรกิจขนส่งทางอากาศของไทย อาทิ การเปิดเสรีการขนส่งสินค้า (ปี ๒๕๕๑) และขนส่งผู้โดยสารระหว่างเมือง (ปี ๒๕๕๓) ทำให้มีการเปิดเสรีการบินระหว่างอาเซียนกับภูมิภาคอื่นเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการผ่อนปรนนโยบาย Zero-COVID ของจีน เพื่อช่วยส่งเสริมการขนส่งสินค้า และทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค (Aviation Hub)
- **นโยบายการให้ ทอท. เข้าไปเป็นผู้รับผิดชอบในการดูแลและบริหารจัดการท่าอากาศยานอุดรธานี บุรีรัมย์ และกระบี่ แทน ทย.** ปัจจุบัน ทอท. อยู่ระหว่างรอ กพท. ออกใบรับรองการดำเนินงานสนามบินสาธารณะ อีกทั้ง รัฐบาลได้มีนโยบายเพิ่มเติมให้ ทอท. เข้าบริหาร ๒๕ สนามบินของ ทย. โดย ทอท. อาจใช้วิธีก่อตั้งบริษัทลูกเพื่อเข้าให้บริการ ปัจจุบันอยู่ระหว่างการศึกษานโยบายดำเนินการ
- **แผนการพัฒนาท่าอากาศยาน** ทอท. มีแผนพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในส่วน East Expansion และในอนาคตจะมีการก่อสร้าง South Terminal และ Runway ที่ ๔ ในภาพรวมจะสามารถรองรับผู้โดยสารได้เพิ่มขึ้นจาก ๖๕ ล้านคน/ปี เป็น ๑๕๐ ล้านคน/ปี มีแผนพัฒนาท่าอากาศยานดอนเมือง ปรับปรุง Terminal 1 และก่อสร้าง Terminal 3 อีกทั้งยังมีแผนการปรับปรุงท่าอากาศยานในสังกัดทั้งหมด เพื่อเพิ่มความสามารถในการรองรับผู้โดยสาร
- **นโยบายการบริหารจัดการท่าอากาศยานในสังกัดของ ทย.** ตามที่รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคม ได้มีนโยบายให้กรมท่าอากาศยาน (ทย.) มีแผนก่อสร้างท่าอากาศยานแห่งใหม่จำนวน ๓ แห่ง ประกอบด้วย พัทลุง สตูล ปังกาฬ มุกดาหาร พะเยา กาฬสินธุ์ และนครปฐม เพื่อกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค และเชื่อมต่อกับท่าอากาศยานหลัก เช่น สุวรรณภูมิ และดอนเมือง หากมีการก่อสร้างท่าอากาศยานแห่งใหม่ในสังกัด ทย. โดย บวท. ต้องเตรียมความพร้อมทั้งระบบ อุปกรณ์ บุคลากร งบประมาณ และการบริหารจัดการเพื่อรองรับท่าอากาศยานใหม่ ขณะนี้ บวท. กำลังติดตามผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการ รวมถึงข้อมูลพิกัดตำแหน่ง แผนการดำเนินการ และกรอบระยะเวลาการก่อสร้าง เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการประเมินผลกระทบ และสิ่งที่ต้องดำเนินการต่อไป
- **นโยบายพัฒนาท่าอากาศยานอุตะเถาให้เป็นท่าอากาศยานเชิงพาณิชย์แห่งที่ ๓** เมื่อวันที่ ๓๐ ตุลาคม ๒๕๖๑ ครม. มีมติให้ บวท. รับผิดชอบการบริหารจัดการการเดินทางอากาศของโครงการสนามบินอุตะเถา ซึ่ง บวท. ต้องเตรียมความพร้อมทั้งในส่วน of ระบบ อุปกรณ์ บุคลากร และ

การบริหารจัดการ โดยมีผู้แทนเข้าร่วมคณะทำงานพิจารณาด้านเทคนิคในการคัดเลือกเอกชนร่วมลงทุนและการหารือกับกองทัพเรือ (ทร.) และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) อย่างต่อเนื่อง บวท. ได้แต่งตั้งคณะกรรมการจัดเตรียมความพร้อมให้บริการการเดินอากาศที่สนามบินอู่ตะเภา ซึ่งมีกำหนดเริ่มต้นปี ๒๕๖๔ และกำลังดำเนินการขยายขอบเขต Bangkok TMA ตามแนวคิด TRACON (Terminal Radar Control) เพื่อให้ครอบคลุมสนามบินอู่ตะเภา นอกจากนี้ บวท. และ ทร. ได้ลงนามบันทึกความตกลงความร่วมมือเมื่อวันที่ ๒๔ กันยายน ๒๕๖๔ เกี่ยวกับอัตราค่าจ้างและระบบบริหารจัดการการควบคุมจราจรทางอากาศที่สนามบินอู่ตะเภา

- **นโยบายการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคใต้อย่างยั่งยืน (Southern Economic Corridor : SEC)** เพื่อพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจใหม่และทางออกทางทะเลของภาคใต้ตอนบน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาการขนส่งสินค้าฝั่งตะวันตกและเชื่อมโยงกับเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ผืนดินอันดามันและอ่าวไทย และเพื่อเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปและสินค้าการเกษตร และอุตสาหกรรมการประมง บวท. จึงต้องเตรียมความพร้อมเพื่อตอบสนองและสนับสนุนนโยบาย SEC ทั้งด้านการออกแบบเส้นทางบินใหม่ให้สอดคล้องกับแผนการขนส่งสินค้าและรองรับปริมาณเที่ยวบินที่อาจเพิ่มสูงขึ้น
- **นโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) ของรัฐบาล** สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (สำนักงาน ก.พ.ร.) เสนอให้หน่วยงานภาครัฐทบทวนและปรับปรุงแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต เช่น การระบาดของโรคโควิด-19 และปรับแผนให้สามารถรับมือกับโรคระบาดที่ยาวนานได้ โดยการพัฒนาแบบจำลองจราจรทางอากาศให้รองรับปัญหาทางเทคนิคและความเสี่ยงต่าง ๆ รวมถึงการจัดตั้งศูนย์สำรองเพื่อให้บริการในกรณีฉุกเฉิน บวท. ได้รับใบรับรอง ISO 22301:2012 สำหรับการบริการจราจรทางอากาศ และข้อมูลข่าวสารการเดินทางอากาศ โดยมุ่งเน้นการฝึกซ้อมแผนฉุกเฉินและทบทวนแผน ERP และ BCP เพื่อให้รองรับสถานการณ์การระบาดของโรคและเป็นไปตามมาตรฐานของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.)
- **ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี** เป็นยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๑) ฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญ ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” จากแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๖ ยุทธศาสตร์ (แผนระดับที่ ๑) ถูกถ่ายโยงไปสู่แผนยุทธศาสตร์ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ทั้ง ๒๓ ประเด็น (แผนระดับที่ ๒) ที่มีความบูรณาการและเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ด้านที่เกี่ยวข้อง และประเด็นการพัฒนาที่ไม่มีความซ้ำซ้อน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำแผนยุทธศาสตร์ฯ ไปเป็นกรอบในการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายของยุทธศาสตร์ได้อย่างครบถ้วน บวท. ได้กำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงานและเป้าหมายขององค์กรให้สอดคล้องกับเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์ของประเทศ ได้นำแผนวิสาหกิจ

พ.ศ. ๒๕๖๕ – ๒๕๖๙ และแผนปฏิบัติการ (แผนระดับที่ ๓) เข้าระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSER) เรียบร้อยแล้ว โดยแผนของ บวท. อยู่ภายใต้เงื่อนไขข้อที่ ๓ การดำเนินการจัดทำแผนผ่านกลไกการบริหาร

- **นโยบายภาครัฐด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือด้านดิจิทัล** ภาครัฐได้กำหนดกรอบนโยบายการพัฒนาดิจิทัล เช่น Thailand 4.0 และแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งแนวทางประเมินรัฐวิสาหกิจตามระบบการประเมินผลระบบใหม่ (SE-AM) โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างนวัตกรรม บวท. ได้จัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัล ๒๕๖๕ - ๒๕๖๙ และพัฒนา Big Data ที่สามารถสนับสนุนการใช้งานร่วมกันในอนาคตระหว่างหน่วยงานในสังกัด คค. โดยได้ออกแบบโครงสร้างการกำกับดูแลข้อมูล (Data Governance Framework) ตามกรอบของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (Digital Governance Agency: DGA) ซึ่งจะนำไปสู่การได้มาและการนำไปใช้ข้อมูลของ บวท. ที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นปัจจุบัน รักษาความเป็น ส่วนบุคคลและสามารถนำข้อมูลไปเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นของรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมั่นคงปลอดภัย

Economic: ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๔ การเติบโตและแนวโน้มปริมาณจราจรทางอากาศ และปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๖ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ)

- **ปริมาณจราจรทางอากาศ และรายได้จากการให้บริการการเดินทางทางอากาศ** ในปี ๒๕๖๓ ปริมาณเที่ยวบินของประเทศไทยมีแนวโน้มดีขึ้นในอัตราชะลอตัว ทำให้ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๖ จากปี ๒๕๖๒ อยู่ที่ ๘.๘ แสนเที่ยวบิน และเที่ยวบินที่เป็นรายได้ ๓.๕ แสนเที่ยวบิน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๘ คาดการณ์ ๑๓ และเที่ยวบินที่เป็นรายได้จำนวน ๘.๔ แสนเที่ยวบินเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๓ จากปี ๒๕๖๓ แนวโน้มเที่ยวบินทั้งหมดและเที่ยวบินที่เป็นรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนจะฟื้นกลับมาใกล้เคียงกับปี ๒๕๖๒ ในปีงบประมาณ ๒๕๖๔
- **ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ให้บริการ** บวท. มีการสำรวจความพึงพอใจผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปี ๒๕๖๓ การสำรวจความพึงพอใจผู้ให้บริการ มีการแบ่งการสำรวจตามประเภทการให้บริการ ได้แก่ บริการการเดินทางทางอากาศ บริการข้อมูลข่าวสารการบิน บริการเช่าอุปกรณ์ (Trunked Radio) และ บริการเช่าอุปกรณ์ (AFTN Terminal และ Air to Ground Radio) นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์ผู้บริหารสายการบินอีกด้วย โดยในภาพรวม ความพึงพอใจเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักทุกบริการ ปี ๒๕๖๓ เท่ากับ ๔.๐๔ คะแนน ซึ่ง บวท. ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำ หรือปรับปรุงประเด็นที่มี Gap สูงที่สุด เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการ ซึ่งอาจนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรมใหม่ได้ นอกจากนี้ บวท. ทบทวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกปี และได้จัดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสร้างระบบฐานข้อมูลเพื่อเก็บข้อมูลของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนและปรับกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย พร้อมจัดทำแผนยุทธศาสตร์ และคู่มือการดำเนินงานด้านการมุ่งเน้นลูกค้า

Social: ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๒ ผลประโยชน์แห่งชาติ ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๘ ปัจจัยด้านประชากร บุคลากร และการพัฒนาบุคลากรด้านการบินของประเทศ)

- **ปัจจัยอันตรายทางการบิน** ปัจจุบันมีปัจจัยอันตรายทางการบินที่ บวท. ร่วมแก้ไขกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ การจุดบั้งไฟ การปล่อยโดมลอย/โดมควีน วิถีชุมชนรบกวนการบิน ข้อมูลอุตุนิยมวิทยาการบินไม่สมบูรณ์ อากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aircraft System: UAS หรือ Remotely Piloted Aircraft System: RPAS หรือ Drone) และเลเซอร์ ปัจจัยอันตรายดังกล่าวล้วนเป็นความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดอันตรายร้ายแรงต่ออากาศยาน ชีวิต/ทรัพย์สิน และภาพลักษณ์ของประเทศได้ และจำเป็นต้องมีการจัดการที่เหมาะสมจากภาครัฐ โดยปัจจุบัน ICAO ได้กำหนดมาตรฐานความปลอดภัยสำหรับการบินร่วมกันของอากาศยานไร้คนขับและมีผู้โดยสาร บวท. จึงพัฒนาแผนงาน/โครงการเพื่อลดความเสี่ยงและจัดทำแนวปฏิบัติในการบริหารจัดการการจราจรเมื่อพบ Drone และการใช้ IT ในการอนุญาตการบินใกล้เคียงการบิน บวท. ได้จัดทำบันทึกข้อตกลงร่วมกับ GISTDA ในการพัฒนาการบริหารจัดการห้วงอากาศแบบบูรณาการระหว่างระบบ THAI-CMAC กับระบบบำเพ็ญแล้วเสร็จ ปัจจุบันอยู่ระหว่างพัฒนาโปรแกรมให้เชื่อมต่อกัน และกำหนดแนวปฏิบัติในการใช้ระบบ และในช่วงปีที่ผ่านมา GNSS Interference เป็นเหตุการณ์ที่พบได้มากขึ้นในหลายพื้นที่ทั่วโลก ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในบริเวณพื้นที่ที่มีความขัดแย้ง/สงคราม โดยสำหรับประเทศไทย พบเหตุการณ์เหล่านี้ในพื้นที่ด้านทิศตะวันตก ซึ่งติดกับชายแดนประเทศเมียนมาร์ และ Bird-Strike (ปี ๒๕๖๗ – ๖๑๕ รายงาน) ซึ่งภายใต้ Thailand Aviation Safety Action Plan (TASAP) ได้กำหนด Safety Objective ที่จะลดจำนวน Bird Strike ลง
- **การพัฒนาบุคลากรด้านการบินตามแผนพัฒนาการขนส่งทางอากาศของประเทศไทย ระยะ ๑๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๗๖)** ได้ถูกกำหนดให้เป็นหนึ่งในแนวทางการพัฒนาการขนส่งทางอากาศที่สำคัญ เนื่องจากบุคลากรด้านการบินเป็นกลไกหลักสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการบินของไทย โดย บวท. ได้เตรียมความพร้อมในการจัดตั้ง ATM Professional Center และอยู่ระหว่างการขอรับรอง Approved Training Organisation ตามเป้าหมายการจัดตั้ง ATM Professional Centre โดย กพท. รับรองคู่มือ Training and Procedure Manual แล้ว ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างรอการ Audit จาก กพท. บวท. มี MOU กับสถาบันการบินพลเรือน (สบพ.) เพื่อพัฒนาบุคลากรให้ตรงตามความต้องการ ของ บวท.

Technology: ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๓/ บริบทด้านการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลง และปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๑๐ ทิศทางและแนวโน้มของเทคโนโลยีและมาตรฐานที่ส่งผลต่อยุทธศาสตร์องค์กร)

- **อากาศยานรูปแบบใหม่** ปัจจุบันได้มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนเกี่ยวกับ UTM ในแผนแม่บทห้วงอากาศและการเดินอากาศแห่งชาติ ดังนี้

ระยะฟื้นฟู – พัฒนาพื้นที่ห้วงอากาศให้พร้อมรองรับอากาศยานไร้คนขับ และให้มีระบบเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติการของอากาศยานไร้คนขับในระยะฟื้นฟู

ระยะสั้น – มีระบบบริหารจัดการจราจรทางอากาศรองรับการปฏิบัติการบินของอากาศยานไร้คนขับ (UAS Accommodations/UTM)

ระยะกลาง – มีการบูรณาการระบบบริหารจัดการจราจรทางอากาศ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติการของอากาศยานทุกรูปแบบ (ATM/UTM/STM Integration)
- **Remotely Operated Aerodrome Air Traffic Services (RATS)** ICAO อยู่ระหว่างการพัฒนาข้อกำหนดเกี่ยวกับ RATS แต่ในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายรับรองในส่วนที่เกี่ยวข้อง โดย กพท. อยู่ระหว่างการจัดทำกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ RATS และคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี ๒๕๖๐ บพท. อยู่ระหว่างดำเนินการนำ Digital เข้าทดลองใช้งานในสนามบินสุวรรณภูมิ
- **System Wide Information Management (SWIM) Concept** คือแนวคิดที่กำหนดมาตรฐานและโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการจัดการและแลกเปลี่ยนข้อมูลการบริหารจราจรทางอากาศระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ โดย ICAO ให้ความสำคัญกับ SWIM เพราะเป็นพื้นฐานในการพัฒนาระบบการเดินอากาศสากล บพท. ควรสนับสนุนการดำเนินการด้าน SWIM และสามารถใช้อุปกรณ์นี้ในการพัฒนาธุรกิจ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบัน บพท. ร่วมกับ CAAS และ Hongkong Civil Aviation Department สาธิต SWIM/CRV Demonstration เมื่อปี ๒๕๖๖ เพื่อสาธิต/ทดสอบการแลกเปลี่ยนข้อมูลตามแนวคิด SWIM บนเครือข่าย CRV (Common aeronautical Virtual Private Network) ปัจจุบัน กพท. อยู่ระหว่างการจัดทำแผนแม่บทเพื่อพัฒนาการจัดการข้อมูลทางอากาศแบบครบวงจร สำหรับประเทศไทย (SWIM Master Plan) โดยได้ลงนามว่าจ้างที่ปรึกษาแล้ว)
- **Trajectory-Based Operation (TBO)** การบริหารจราจรทางอากาศที่นำเทคโนโลยีการสื่อสารและการนำร่อง และเทคโนโลยีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มากำหนดเส้นทางการบินด้วยความแม่นยำระดับสูง 4 มิติ ที่ทำให้วางแผนจราจรทางอากาศล่วงหน้าได้นานและแม่นยำมากขึ้น และสามารถลดจำนวนปริมาณ conflict รวมถึงลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศ ส่งผลให้เจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศรองรับอากาศยานในแต่ละช่วงเวลาได้มากขึ้น โดย บพท. ได้จัดตั้ง Committee of Operational Excellence (OE) เพื่อมอบทิศทาง/นโยบาย และบริหารจัดการตามการพัฒนาการดำเนินการ เพื่อมุ่งไปสู่การให้บริการการเดินอากาศด้วยคุณภาพสูงสุด

- **Total Airport Management (TAM)** คือ การบริหาร/จัดการปฏิบัติการภายในสนามบินทั้งหมด ทั้งในส่วน Airside และ Landside ผ่านการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นปัจจุบันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผ่าน SWIM เพื่อใช้ในการวางแผนและตัดสินใจร่วมกัน ซึ่ง TAM เป็นการขยายขอบเขตจากในระยะ Tactical ผ่านกระบวนการ A-CDM ไปสู่ระยะ Pre-Tactical และ Strategic ทั้งนี้ TAM เป็นการบูรณาการเทคโนโลยี/วิธีปฏิบัติที่ใช้สนับสนุนการปฏิบัติการในเขตสนามบินที่มีอยู่แล้ว เช่น AMAN/DMAN, A-SMGCS, A-CDM ให้อยู่ภายในโครงสร้างเดียว การพัฒนาของ TAM จะเป็นประโยชน์กับการให้บริการจราจรทางอากาศ โดย บวท. ได้มีการดำเนินการและติดตาม การพัฒนาของแนวคิดและเทคโนโลยี รวมถึงสื่อสารให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าใจ เพื่อการพัฒนาต่อไป

Environment: ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๕ แผนพัฒนาและสภาพอุตสาหกรรม การบินของโลก/ภูมิภาค)

- **CANSO Green ATM** CANSO ได้จัดทำโครงการ CANSO Green ATM ในปี ๒๕๖๕ ซึ่งเป็นโครงการ เพื่อตรวจประเมินให้คะแนน ANSPs สำหรับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยหน่วยงานที่เป็นอิสระและ ได้รับการยอมรับในอุตสาหกรรมซึ่งโครงการจะตรวจประเมินการดำเนินการเพื่อลดผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งทางตรงและทางอ้อมของหน่วยงาน ปัจจุบัน บวท. อยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูล เพื่อสมัครเข้าร่วมโครงการ
- **การลดก๊าซเรือนกระจกของระบบการบินภายในประเทศไทย** ประเทศไทยได้ตั้งเป้าหมาย ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร้อยละ ๓๐ - ๔๐ ในทุกภาคส่วน ภายใน พ.ศ. ๒๕๗๓ (ค.ศ. ๒๐๓๐) เทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๖๓ และเข้าสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนปี พ.ศ. ๒๕๙๓ (ค.ศ. ๒๐๕๐) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี ค.ศ. ๒๐๖๕ จากเป้าหมายเหล่านี้ สคร. ได้กำหนดตัวชี้วัด บันทึกรายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสำหรับทุกธุรกิจคือ Eco-efficiency และปริมาณก๊าซเรือนกระจกขององค์กร
- **การลดก๊าซเรือนกระจกของระบบการบินระหว่างประเทศ** ในการประชุมสมัชชาขององค์การการบิน พลเรือนระหว่างประเทศครั้งที่ ๔๑ (41st ICAO Assembly) ในปี ๒๕๖๕ ได้รับรองเป้าหมายปณิธาน ระยะยาวของภาคการบินระหว่างประเทศ (Long Term Aspirational Goal: LTAG) โดยมีเป้าหมาย คือ ภาคการบินระหว่างประเทศจะปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี ๒๐๕๐ หรือ net zero emissions by 2050 เพื่อสนับสนุนเป้าหมายทางด้านการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศโลก ตามความตกลงปารีส โดยการดำเนินการที่จะสนับสนุน LTAG ได้แก่ การปฏิบัติการบิน การพัฒนา ของเทคโนโลยี และเชื้อเพลิง โดยคาดการณ์ว่าการปรับเปลี่ยนเชื้อเพลิงมาใช้ Sustainable Aviation Fuel (SAF) จะเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุน LTAG

- **การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ตามตัวชี้วัดการประเมินประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-Efficiency)** คณะกรรมการประเมินผลงานรัฐวิสาหกิจได้มีมติเมื่อวันที่ ๓ สิงหาคม ๒๕๖๐ เพื่อเตรียมความพร้อมให้หน่วยงานรัฐวิสาหกิจดำเนินงานสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ตามนโยบายรัฐบาล โดยกำหนดให้ตัวชี้วัด Eco-Efficiency เป็นหนึ่งในการประเมินผลการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ และในปี ๒๕๖๔ สศร. ได้เพิ่มตัวชี้วัดการประเมินผลคือปริมาณก๊าซเรือนกระจกขององค์กร.
- **ธรรมาภิบาลด้านสิ่งแวดล้อมและอุตสาหกรรมการบินอย่างยั่งยืน** ภาคอุตสาหกรรมได้ร่วมมือในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ด้วยการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงแบบยั่งยืน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี ๒๕๙๓ รวมถึงลดการใช้อุปกรณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างปฏิบัติการบิน รวมถึงการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ภาคพื้นดินที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม โดย บพท. ได้บริหารจัดการเส้นทางการบินโดยได้คำนึงถึงการใช้เชื้อเพลิงของสายการบินเพื่อให้ประหยัดเชื้อเพลิงในการทำการบิน
- **ผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางเสียง** ปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดเขตพื้นที่อ่อนไหวด้านเสียง (Noise Sensitive Area) แต่อย่างใด โดยหน่วยงานกำกับดูแลสิ่งแวดล้อม มีเพียงการบังคับให้จัดทำแผนที่ Noise Contour และแนวทางชดเชยจากท่าอากาศยาน บพท. ร่วมมือกับสนามบินในการจัดทำข้อมูลสิ่งแวดล้อมและประเมินผลกระทบทางเสียงในรายงาน EIA สำหรับสนามบินที่ปรับปรุงทางวิ่ง บพท. ยังให้ข้อคิดเห็นต่อร่างแผนจัดการมลพิษทางเสียงและความสั่นสะเทือนและจะสนับสนุนข้อมูลในการจัดทำแผนที่และผังเมืองเมื่อแผนประกาศใช้

Legal: ปัจจัยทางกฎหมาย (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๓ นโยบาย กฎ ระเบียบฯ ภาครัฐ ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๕ แผนพัฒนาและสภาพอุตสาหกรรมการบินของโลก/ภูมิภาค ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๙ ความร่วมมือประชาคมอาเซียน)

- **พ.ร.บ. การเดินอากาศ (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ. ๒๕๖๒** กพท. อยู่ระหว่างการปรับปรุงข้อบังคับข้อกำหนด และระเบียบต่าง ๆ เช่น TCAR เป็นต้น เพื่อให้ผู้ให้บริการการเดินอากาศมีการดำเนินการให้สอดคล้องกับมาตรฐานการให้บริการระดับสากล ซึ่งในการปรับปรุงดังกล่าวอาจมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ บพท. ในหลายมิติ โดยในปี ๒๕๖๔ คาดว่า ICAO จะเข้าตรวจประเมิน USOAP และ USAP ในประเทศไทย ทั้งนี้ ในปี ๒๕๖๖ กบร. ได้ประกาศคณะกรรมการการบินพลเรือนเรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการคำนวณค่าบริการการเดินอากาศ พ.ศ. ๒๕๖๖ และปี ๒๕๖๗ กพท. ออกประกาศเรื่องอัตราบริการการเดินอากาศ ด้านบริการการจัดการจราจรทางอากาศ ด้านบริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ

และระบบติดตามอากาศยานและด้านบริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (ลวท. ๒๘ ตุลาคม ๒๕๖๓) บวท. ได้รับในรับรอง CNS แล้ว (๑๑ ธันวาคม ๒๕๖๓)

- (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) ซึ่งเป็นแผนระดับที่ ๒ ซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญในการแปลงยุทธศาสตร์ชาติไปสู่การปฏิบัติ และใช้เป็นกรอบสำหรับการจัดทำแผนระดับที่ ๓ เพื่อให้การดำเนินงานของภาคีในการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง สามารถสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ ตามกรอบระยะเวลาที่คาดหวังไว้ได้ บวท. ได้พิจารณาบริบทองค์กร ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญและพิจารณากำหนดปัจจัยยั่งยืนขององค์กรที่ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals หรือ SDGs) ซึ่งเป็นหนึ่งในหลักในการขับเคลื่อนและวางแผนการพัฒนาประเทศไปสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” รวมทั้งสอดคล้องตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผล (State Enterprise Assessment Model : SE-AM) ด้านที่ ๑ : การกำกับดูแลที่ดี และการนำองค์กร ซึ่งได้มีการเชื่อมโยงไปสู่การจัดทำแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๗๒
- แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) สศช. ได้จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ (ร่าง) แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ (ร่าง) กรอบแผนพัฒนาภาค พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ รวมถึงบริบทการเปลี่ยนแปลงภายนอกและภายใน เพื่อกำหนดภาพรวมประเด็นการพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ที่สำคัญและจัดทำเป็น (กรอบ) แผนปฏิบัติการฯ มีเป้าหมายการพัฒนา “เพิ่มมูลค่าระบบโซ่อุปทานของประเทศและเป็นประตูและทางเชื่อมของภูมิภาค โดย บวท. ได้นำส่งข้อมูลแผนงานการบริหารการเดินอากาศ ณ สนามบินอู่ตะเภา เพื่อบรรจุในแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ((พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) (ตามหนังสือที่ บวท ๔๕๘/๒๕๖๕ ลงวันที่ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕)
- แผนปฏิบัติการด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) และระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๗๑-๒๕๘๐) (ปัจจัยที่ ๓) คค. ได้มีการพัฒนายุทธศาสตร์ให้มีความเชื่อมโยงทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างบูรณาการ สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาประเทศ และรองรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงระดับประเทศ และระดับภูมิภาคได้อย่างเป็นระบบ รวมถึงการพิจารณาปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวง พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔ ให้สอดคล้องกับกรอบเวลาของแผนยุทธศาสตร์ ๒๐ ปี และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ โดยได้ปรับกรอบระยะเวลาของแผนกระทรวงคมนาคม จาก พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔ เป็น พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕ และปรับเปลี่ยนชื่อแผน เป็น “แผนปฏิบัติการด้านคมนาคม (ระยะที่ ๑) พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕” บวท. ได้นำส่ง “แผนงานพัฒนาการบริการการเดินอากาศ ณ สนามบินอู่ตะเภา” ให้กับ สนข. ระยะเวลาดำเนินแผนงาน พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๖๙ ประกอบด้วย (๑) ด้านการออกแบบและก่อสร้างอาคาร และ

(๒) ด้านการจัดหาและติดตั้งระบบ/อุปกรณ์ รวมทั้ง การดำเนินงานคู่ขนานด้านบุคลากรและด้านมาตรฐานต่าง ๆ โดยกรอบเวลาดำเนินการของโครงการฯ มีความสอดคล้องกับกรอบเวลาของแผนปฏิบัติการฯ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ในแนวพัฒนาที่ ๑ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการพัฒนาของประเทศอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและเครือข่ายโลจิสติกส์ตามเส้นทางยุทธศาสตร์เพื่อเชื่อมโยงอนุภาคและเป็นศูนย์กลางคมนาคมขนส่ง เพื่อส่งเสริมการลดต้นทุนโลจิสติกส์และลดก๊าซเรือนกระจก ตัวชี้วัดที่ ๗ ชีตความสามารถในการรองรับปริมาณผู้โดยสารในท่าอากาศยานหลัก (ล้านคนต่อปี)

- **กฎหมาย พ.ร.บ. ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร** ภาครัฐได้กำหนดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ชัดเจนที่หน่วยงานต้องถือปฏิบัติ บวท. จำเป็นต้องถือปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ภาครัฐกำหนด รวมทั้งจัดทำแผน/ขับเคลื่อนการพัฒนาดิจิทัลขององค์กรให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางตามกรอบนโยบายภาครัฐ จึงได้นำแนวทางในการดำเนินการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์กร
- **แผนพัฒนาการขนส่งทางอากาศของประเทศไทย ระยะ ๑๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๗๖)** สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (สนข.) ได้จัดทำแผนพัฒนาฯ ซึ่งครอบคลุมแนวทางการพัฒนาการขนส่งทางอากาศที่สำคัญ ๕ ด้าน ได้แก่ ๑) ด้านการพัฒนาระบบท่าอากาศยานและโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยง ๒) ด้านการพัฒนาธุรกิจสายการบินและธุรกิจสนับสนุน ๓) ด้านการพัฒนาบริการการเดินทางอากาศ ๔) ด้านการพัฒนา กลไกการกำกับดูแล และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และ ๕) ด้านการพัฒนาบุคลากรด้านการ โดย บวท. ได้ตระหนักและให้ความสำคัญในการให้บริการการเดินทางที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการดำเนินการที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการพัฒนาการขนส่งทางอากาศของประเทศให้บรรลุเป้าหมายในการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็น Regional Hub โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบบริการการเดินทางอากาศ การพัฒนาขีดความสามารถและประสิทธิภาพการให้บริการจราจรทางอากาศ การปรับปรุงโครงสร้างเส้นทางบิน ซึ่งเป็นการดำเนินการภายใต้แผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๕-๒๕๖๙ ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ : การให้บริการการเดินทางที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมการให้บริการที่ปลอดภัยและมั่นคง เป็นไปตามมาตรฐาน และต่อเนื่องในทุกช่วงการบิน ตลอดจนการพัฒนาขีดความสามารถในการรองรับเที่ยวบินและยกระดับประสิทธิภาพระบบการเดินทางอากาศ
- **แผนแม่บททางอากาศและการเดินทางแห่งชาติ** แผนแม่บททางอากาศและการเดินทางแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๓ มุ่งพัฒนาระบบเดินทางอากาศของประเทศให้รองรับการเติบโตของจราจรทางอากาศ และสนับสนุนความมั่นคงและเศรษฐกิจ โดยใช้แนวคิด Flexible Use of Airspace (FUA) เพื่อการเดินทางที่ไร้รอยต่อในระดับสากล พร้อมทั้งพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน บวท.

จะร่วมมือบริหารจัดการเส้นทางบินและเชื่อมโยงเส้นทางทั้งภูมิภาค ตามแผนยุทธศาสตร์
 ห่วงอากาศและการเดินอากาศแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๕-๒๕๖๙

- **แผนยุทธศาสตร์การจัดตั้งสนามบินพาณิชย์ของประเทศ** ปัจจุบันคณะทำงานฯ ได้นำเสนอ
 แผนยุทธศาสตร์การจัดตั้งสนามบินพาณิชย์ของประเทศ ฉบับทบทวน ให้ กพท. เรียบร้อยแล้ว
 โดยอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาของ กพท. ทอท. มีแผนก่อสร้าง ทชม. แห่งที่ ๒ และ ทกก. แห่งที่ ๒
 (สนามบินพังงา) ในปี ๒๕๓/๑ และแล้วเสร็จในปี ๒๕๓/๔ บวท. ต้องมีการเตรียมความพร้อม
 การจัดการห่วงอากาศ ระบบ/อุปกรณ์ บุคลากร และการบริหารจัดการรองรับสำหรับสนามบิน
 แห่งใหม่ เพื่อตอบสนองแผนยุทธศาสตร์การจัดตั้งสนามบินพาณิชย์ของประเทศ
- **GANP 7th edition** GANP ฉบับใหม่ มีการแบ่งระดับของแผนให้ชัดเจน ตั้งแต่ระดับโลก ระดับ
 ภูมิภาค จนถึงระดับประเทศ ซึ่งได้กำหนด Basic Building Block (BBB) คือพื้นฐานที่จำเป็น
 ต้องพัฒนาก่อนการพัฒนาตามประเด็นการพัฒนาต่าง ๆ รวมทั้งได้พัฒนาตัวชี้วัดเพิ่มเติม และ
 อธิบายความสัมพันธ์ของการพัฒนาด้านต่าง ๆ กับการพัฒนาของตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง โดย บวท.
 จำเป็นต้องศึกษาแนวทางการพัฒนา และตัวชี้วัดที่เหมาะสมเพื่อนำมาปรับใช้ในองค์กร รวมถึง
 เน้นการพัฒนา BBB ในลำดับแรก
- **ASEAN ANS Master Plan** เป็นแผนงานที่ปรับปรุงจาก ASEAN ATM Master Plan โดยมี
 การปรับชื่อแผนเนื่องจากมีการขยายขอบเขตของแผนจากการบริหารจัดการจราจรทางอากาศ
 (ATM) ไปสู่การให้บริการการเดินอากาศ (ANS) เพื่อให้สอดคล้องกับ APAC Seamless ANS Plan
 เวอร์ชัน 3.0 and ICAO GANP ทั้งนี้ ได้รับการรับรองจากที่ประชุมรัฐมนตรีด้านการขนส่งอาเซียน ครั้งที่
 ๒๖ ในเดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๓ ASEAN ANS Master Plan เป็นแผนงาน ๔ ปี (๒๕๖๑-๒๕๖๔)
 มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการบริหารจราจรทางอากาศที่ไร้รอยต่อ แผนนี้ครอบคลุมการดำเนินงาน
 ๕ ด้าน คือ ๑) การดำเนินงานด้านการบริหารจราจรทางอากาศในเขตสนามบิน ๒) เขตประชิด
 สนามบิน ๓) ตามเส้นทางบิน ๔) ความร่วมมือระหว่างพลเรือนและทหาร และ ๕) ระบบที่สามารถ
 ทำงานร่วมกันได้ตามมาตรฐานสากล โดยมีเรื่องที่ประเทศสมาชิกอาเซียนต้องพัฒนาการดำเนินงาน
 ให้สอดคล้องกัน ๗ เรื่อง (Required ASEAN-Wide Harmonized Implementation) คือ PBN Routes,
 ATFM, AIDC, AIM, CRV, SWIM และ FF-ICE โดยกำหนดให้ประเทศสมาชิกรายงานผล
 การดำเนินงาน ๒ ครั้งต่อปี ต่อที่ประชุม Strategic Planning Group (SPG) ซึ่งสิงคโปร์ได้รับบทบาท
 เป็นประธานที่ประชุมต่อจาก ฟิลิปปินส์ ในปี ๒๕๖๕ ประเทศไทย โดย บวท. จะต้องดำเนินการ
 ตามแผน และรักษาความเป็นผู้นำอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่อง CRV, ATFM, IM SWIM
 และ FF-ICE พร้อมทั้งพัฒนาความสามารถในการประมวลผลตัวชี้วัด และ Simulation and
 Modelling เพื่อให้สามารถสอบทานผลการศึกษาการพัฒนาเส้นทาง PBN จาก ATMRI ประเทศ
 สิงคโปร์ ทั้งนี้ บวท. มีข้อคิดเห็นและเสนอแนะต่อ ASEC ว่าไม่สามารถยอมรับผลการศึกษานี้ได้
 เนื่องจากสมมติฐานและข้อมูลที่น่ามาประกอบการศึกษาไม่ถูกต้องและไม่ครบถ้วน หากรายงาน

ถูกนำไปอ้างอิงจะมีผลเสียต่อประเทศไทย โดย บวท. ได้ขอเสนอให้พิจารณานำผลการศึกษาดังกล่าวไปหารือในเวที ICAO South China Sea Traffic Flow Review Group (SCSTFRG) ที่มีผู้เชี่ยวชาญ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางด้านการบิน เพื่อขอข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อไป

๒.๓ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร โดยใช้ McKinsey 7S Framework (Strategy, Structure, Style, System, Staff, Skill, Shared Value) (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๑ ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อสมรรถนะขององค์กร) โดยเป็นข้อมูลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจากแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๗๒

7S : Strategy

- **สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดตามบันทึกข้อตกลงฯ และตัวชี้วัดของแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๗** ในปี ๒๕๖๗ มีตัวชี้วัดทั้งสิ้น ๑๒ ตัวชี้วัด คะแนนที่ได้รับ (เบื้องต้น) เท่ากับ ๓.๕๕๗/๑ คะแนน (คาดการณ์คะแนน ณ วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๗) เป็นไปในทิศทางที่ดีจากการติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด แสดงให้เห็นว่าองค์กรกำลังพัฒนาไปตามทิศทางของเป้าหมายที่กำหนดไว้
- **สรุปผลการดำเนินการโครงการ/งานตามแผนวิสาหกิจ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๗**
ปีงบประมาณ ๒๕๖๗ มีการดำเนินการตามแผน 52 แผนงาน (คิดเป็นร้อยละ ๙๓) และล่าช้า ๔ แผนงาน (คิดเป็นร้อยละ ๗) โดยแผนงานที่ล่าช้าส่วนใหญ่เป็นแผนงานภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ โดยเฉพาะ S1.4 ปรับปรุง/พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารระบบ/เทคโนโลยีบริการการเดินทางทางอากาศ (CNS) ให้เป็นไปตามมาตรฐานและข้อตกลงระดับบริการ โดยความล่าช้าของแผนงานเกิดจากความล่าช้าของการดำเนินโครงการที่อยู่ภายใต้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการการเดินทางทางอากาศ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามเป้าหมายที่ บวท. กำหนดไว้
- **Operational Excellence (OE)** บวท. ได้จัดตั้ง Committee of Operational Excellence (OE) เพื่อมอบทิศทาง/นโยบายและบริหารจัดการติดตามการพัฒนาการดำเนินการ เพื่อมุ่งไปสู่การให้บริการการเดินทางด้วยคุณภาพสูงสุด โดยจัดให้มีการประชุมร่วมกันทุกวันอังคารเป็นประจำทุกสัปดาห์ เพื่อให้แนวทางในการดำเนินการและบริหารจัดการ สำหรับประเด็นสำคัญอย่างใกล้ชิดคือการพัฒนาไปสู่ TBO ซึ่งจะส่งผลให้ บวท. สามารถขับเคลื่อนการดำเนินการให้เป็นไปตามแผน และสามารถปรับตัว/พัฒนาการให้บริการฯ ได้ทันตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมเทคโนโลยี และความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน รวดเร็ว
- **สถานะทางการเงิน** ในปี ๒๕๖๗ มีปริมาณเที่ยวบินที่เป็นรายได้ ๓,๕๐,๐๗/๓ เที่ยวบิน เพิ่มขึ้นจากเที่ยวบินในปี ๒๕๖๖ ร้อยละ ๑๔ โดย บวท. มีรายได้ทั้งสิ้น ๑๑,๓๒๙.๓๖ ล้านบาท

มีค่าใช้จ่าย ๑๐,๕๘๒.๓๓ ล้านบาท ซึ่งมีรายได้สูงกว่าค่าใช้จ่าย ๓/๔๓.๔๓ ล้านบาท และยังคงอันดับเครดิตองค์กรในระดับ AAA ติดต่อกันตั้งแต่ปี ๒๕๕๘ - ๒๕๖๓

- **นโยบายเพื่อการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร** เนื่องจาก บวท. เป็นบริษัทมหาชนที่ดำเนินธุรกิจโดยจำเป็นต้องตระหนักและคำนึงถึงความสำคัญของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Sustainability Development) ตามแนวทาง/หลักการที่มีความเป็นสากล ได้แก่ ESG: การพัฒนาขององค์กรอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม (Environmental, Social, and Governance: ESG) SDGs: เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ประกอบด้วย ๑๗ เป้าหมาย ครอบคลุม ๕ มิติ ได้แก่ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสันติภาพและสถาบัน และด้านหุ้นส่วนการพัฒนา และ GRI Standards: แนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนที่เป็นมาตรฐานสากล

7S : Structure

- **โครงสร้างองค์กร/โครงสร้างหน่วยงาน** โครงสร้างองค์กร ด้วยสภาพแวดล้อมต่างๆ ในปัจจุบันส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อองค์กร ไม่ว่าจะเป็นนโยบายภาครัฐ พ.ร.บ. การเดินอากาศ (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไป และกระทบต่อความต้องการเดินทางทางอากาศ ตลอดจนสภาพเศรษฐกิจของโลก ปัจจัยต่าง ๆ ล้วนเป็นสาเหตุสำคัญที่องค์กรจำเป็นต้องมีการทบทวนโครงสร้างองค์กรและโครงสร้างหน้าที่รับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องรองรับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป บวท. ได้ดำเนินการปรับโครงสร้างองค์กร และกำหนดหน้าที่รับผิดชอบให้สอดคล้องกับสถานการณ์และมาตรฐานการให้บริการ รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการบริหารต้นทุน ปัจจุบันอยู่ระหว่างการวางแผนและดำเนินการเปลี่ยนอัตรากำลังกลุ่มหน่วยงานที่มีความจำเป็นลำดับต้น กับสายงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกำหนดตำแหน่ง คุณสมบัติบุคลากรที่จำเป็นต้องสรรหา และอยู่ระหว่างการสรรหาบุคลากรภายในเพื่อโอนย้ายหน่วยงาน เพื่อให้มีอัตรากำลังที่สอดคล้องกับการปฏิบัติงานที่ปรับเปลี่ยน

7S : System

- **การบริหารความเสี่ยง** การจัดการความเสี่ยงระหว่างปี ๒๕๖๓ มีประเด็นสำคัญที่ต้องมีการบริหารจัดการ ดังนี้ บวท. ถูกโจมตีทางไซเบอร์ โดยมีการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน ซึ่งมีการกำหนดมาตรการควบคุมเพิ่มเติมในส่วนของ Cyber Security และการรับการตรวจจาก กพท. พบประเด็นเรื่องการบริหารจัดการระบบอุปกรณ์ของวิศวกรรมจราจรทางอากาศ ซึ่งมีอายุการใช้งานนาน และการหาอะไหล่ทดแทนยาก โดยกำหนดมาตรการควบคุมเพิ่มเติม

เพื่อให้การให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด สถานการณ์ COVID-19 ที่คลี่คลายส่งผลให้ปริมาณเที่ยวบินปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้สถานะทางการเงินของ บวท. ดีขึ้น แต่ยังคงต้องติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง และผลการดำเนินงานการเบิกจ่ายงบลงทุนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

- **ผลการดำเนินงานตามระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM)** ในปี ๒๕๖๓ ระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจได้รับการปรับปรุง โดยรวมระบบประเมินของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) เข้าด้วยกันเป็นระบบเดียวคือ SE-AM เพื่อประเมินผลรัฐวิสาหกิจ ๕๑ แห่ง โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการตอบสนองกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและยกระดับการดำเนินงานสู่ระดับสากล ในปี ๒๕๖๖ บวท. ได้รับคะแนน ๒.๓๗/๓/๔ ในด้าน Core Business Enablers ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๖๕ โดยคะแนนสูงสุดคือการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (๓.๒๑๓/๓) และคะแนนต่ำสุดในด้านการจัดการนวัตกรรม (๑.๖๓/๕) สำหรับปี ๒๕๖๓ บวท. คาดว่าจะได้คะแนน ๓.๕๐๔ โดยคะแนนสูงสุดอยู่ที่การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (๓.๖๐๓/๕) และคะแนนต่ำสุดในการจัดการความรู้และนวัตกรรม (๒.๒๙๑๕) ณ กันยายน ๒๕๖๓
- **ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA)** โดยในปี ๒๕๖๓ บวท. ได้รับผลการประเมิน ITA อยู่ใน “ระดับผ่าน” โดยมีคะแนนอยู่ที่ ๙๒.๓๓/ และได้รับรางวัลหน่วยงานที่มีพัฒนาการสูงสุดในประเภทกลุ่มรัฐวิสาหกิจ ประจำปี ๒๕๖๓ โดยมีคะแนนเพิ่มขึ้น ๙.๒๔ คะแนน มากกว่าผลการประเมิน ของปี ๒๕๖๖ จากวิเคราะห์ผลการประเมิน ในปี ๒๕๖๓ พบว่ามีคะแนนที่ บวท. ได้รับสูงกว่าค่าเป้าหมายของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบที่กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐทุกหน่วยงาน มีผลการประเมิน ITA ในภาพรวม ไม่ต่ำกว่า ๘๕.๐๐ คะแนน
- **โครงสร้างเส้นทางบิน และการบริหารห้วงอากาศ** ในปี ๒๕๖๖ ศท.บจ. ร่วมกับ ศจ. ได้ออกแบบ Middle Sector เพิ่มเติม 4 Sector เพื่อแก้ไขปัญหา Theoretical Workload ของพนักงานควบคุมจราจรทางอากาศ และได้รับความร่วมมือจาก อพ.บจ. จัดทำ Fast time Simulation เพื่อทดสอบการออกแบบ Sector ใหม่ โดยพบว่า หากสามารถเพิ่ม Middle Sector จำนวน 4 Sector ได้ จะสามารถลด Theoretical Workload ของพนักงานควบคุมจราจรทางอากาศได้ ส่งผลให้ บวท. สามารถรองรับอากาศยานได้ ๑.๒ ล้านเที่ยวบิน ตามค่าเป้าหมาย ปัจจุบัน กพท. อยู่ระหว่างการกำหนดชั้นห้วงอากาศ (Airspace Classification)
- **การพัฒนาระบบการทำงาน** บวท. ได้พัฒนาระบบบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรเพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยได้แปลงวิสัยทัศน์ เป้าหมาย กลยุทธ์ พันธกิจ มาสู่การปฏิบัติผ่านการจัดการระบบงานและกระบวนการ พร้อมให้ความสำคัญกับการทบทวน/พัฒนา

ระบบงานในทุกระดับ ปัจจุบันได้มีการบูรณาการระบบงานขององค์กรกับระบบประเมินผล รัฐวิสาหกิจ (SE-AM) โดยทบทวนและจัดทำกระบวนการให้สอดคล้องตามเกณฑ์ Enablers เพื่อวัดผลลัพธ์การทำงานตามภารกิจหน่วยงาน การบูรณาการนี้ช่วยปรับปรุงกระบวนการในทิศทางเดียวกัน ลดการทำงานซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ

- **โครงสร้างเส้นทางบิน และการบริหารห้วงอากาศ** การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ปริมาณการจราจรทางอากาศในเขต Bangkok FIR ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ บวท. จึงปรับปรุงโครงสร้างห้วงอากาศและเส้นทางบิน เช่น การพัฒนาเส้นทางบินคู่ขนาน (Parallel Route) และการจัดการจราจรแบบทางเดียว (Uni-directional) รวมถึงเส้นทางบิน RNP2/RNAV2 เพื่อเพิ่มความปลอดภัยและประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังนำมาตรการ ATFM เพื่อบริหารสภาพคล่องจราจรทางอากาศในระดับภูมิภาค สำหรับการบริการการเดินทางอากาศในเขตสนามบิน บวท. กำลังพัฒนาห้วงอากาศสำหรับสนามบินที่มีความซับซ้อน (Metroplex) และเส้นทางบิน Uni-directional Parallel Route ๖ เส้นทาง พร้อมได้รับอนุมัติจาก กพท. สำหรับเส้นทาง PBN แบบ RNP2/RNAV2 ในปี ๒๕๖๔ ส่วนการบริการนอกเขตสนามบิน บวท. กำลังเตรียมเปิด Flight Information Center (FIC) เพื่อให้บริการข้อมูลการบินและบริการเตือนภัยในพื้นที่ Bangkok FIR.
- **การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าใช้งาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และลดต้นทุนขององค์กร** ในปี ๒๕๖๗ บวท. มีการดำเนินการที่สำคัญ อาทิ การเตรียมความพร้อมของระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนโครงการพัฒนารูปแบบการทำงานให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ เช่น การใช้งาน Microsoft 365 พร้อมทั้งการเปลี่ยนคอมพิวเตอร์สำหรับปฏิบัติงานสำหรับพนักงานส่วนใหญ่ และพัฒนาระบบสารสนเทศขององค์กรในปัจจุบัน ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้งานเพื่อลดต้นทุนขององค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม
- **การพัฒนาวัฒนธรรม และการนำเข้าใช้งาน** บวท. ส่งเสริมวัฒนธรรมและจัดประกวดทุกปี โดยผลงานได้รับรางวัลทั้งในระดับประเทศและระดับโลก แต่ยังคงเน้นการแก้ปัญหาหรือเพิ่มประสิทธิภาพในบางหน่วยงานเท่านั้น บวท. ได้ดำเนินการจัดทำแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม (กรอบเวลา ๕ ปี) และเริ่มนำมาใช้ดำเนินการแล้วตั้งแต่ปี ๒๕๖๓ พร้อมกำหนดตัวชี้วัดในแผนวิสาหกิจฯ และปรับปรุงกระบวนการตามเกณฑ์ SE-AM ในปี ๒๕๖๕ บวท. ทบทวนโครงสร้างการจัดการนวัตกรรม เพิ่มคณะทำงานใหม่ และจัดกิจกรรม i-Preview i-Battle ที่ได้รับการตอบรับดี เพื่อกระตุ้นการคิดสร้างสรรค์และการปรับปรุงการทำงาน
- **การดำเนินการจัดทำบันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือ** บวท. ได้มีการจัดทำบันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ มาอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับข้อตกลงที่เป็นประโยชน์กับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบัน บวท. ได้มีการจัดทำบันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือกับหน่วยงาน

ต่าง ๆ ดังนี้ Memorandum of Agreement: MOA กับกองทัพอากาศ (ทร.) Memorandum of Cooperation : MOC กับสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) MOA กับ กองทัพอากาศ (ทอ.) Letter of Agreement (LOA) กับกรมอุตุนิยมวิทยา (อต.) บันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่าง Air Traffic Management Bureau (ATMB) Civil Aviation Administration of China (CAAC) ทั้งนี้ บันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือ ที่ บวท. ได้จัดทำร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ เป็นข้อตกลงที่เป็นประโยชน์กับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์ COVID-19 และข้อติดขัดในเงื่อนไขของข้อตกลงอาจทำให้ บวท. ไม่สามารถดำเนินการลงนามในบันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือได้ทันเวลาตามกำหนด ส่งผลให้การดำเนินการระหว่างหน่วยงานล่าช้า และอาจส่งผลต่อการบริหารจัดการการดำเนินงานภายในองค์กรต่อไป

- **การดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับจากการตรวจติดตามมาตรฐาน** บวท. ได้รับการตรวจติดตามมาตรฐานจาก กพท. เป็นประจำทุกปี โดยมีหัวข้อสำคัญที่อยู่ระหว่างการดำเนินการแก้ไข ดังนี้ Human Performance การบริหารความเหนื่อยล้า (Fatigue Management) (NC ANS20-CI-ACBN-001-032) และระบบการจัดตารางเวร (Rostering System) (NC ANS20-CI-ACBN-001-026)

7S : Staff

- **ผลิตภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร (Productivity)** ในปี ๒๕๖๖ บวท. ได้แต่งตั้งคณะทำงานพัฒนาแนวทางการเพิ่มผลิตภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศ (ATCO Productivity) เพื่อพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของ ATCO ด้วยอัตรากำลังที่เหมาะสม
- **การบริหารทรัพยากรบุคคล** ในปี ๒๕๖๗ บวท. ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจ้างงาน ในลักษณะเจ้าหน้าที่สัญญาจ้างแบบมีกำหนดระยะเวลา ๑-๓ ปี เพื่อปฏิบัติงานในกลุ่มงานปฏิบัติการ (ควบคุมจราจรทางอากาศ) กลุ่มงานวิศวกรรม กลุ่มงานสนับสนุน และกลุ่มงานธุรกิจ
- **การเกษียณอายุของพนักงาน** การเกษียณอายุของพนักงานพร้อมกันจำนวนมาก ส่งผลต่อการบริหารทรัพยากรบุคคล การสรรหาบุคลากรทดแทน การถ่ายทอดความรู้ และการบริหารความต่อเนื่องของงาน ดังนั้น บวท. จึงได้ใช้แนวทางการสรรหาบุคลากรทดแทน ๕ ปี ล่วงหน้าสำหรับวิศวกร และ ๑๐ ปี ล่วงหน้า สำหรับเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศ เพื่อให้สามารถพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงานได้ทันกับการเกษียณอายุของพนักงาน พร้อมทั้งสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างครบถ้วน ต่อเนื่อง และดำเนินการส่งเสริมการจัดการความรู้มาอย่างต่อเนื่อง พก.พล. ดำเนินการออกแบบระบบการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรของ บวท. และชะลอการดำเนินโครงการ Early Retire เนื่องจากความจำเป็นในการบริหารกระแสเงินสดขององค์กรในช่วงที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19

7S : Skill

- **Competency ของพนักงานและฝ่ายจัดการ** บวท. มีการกำหนด Competency ของพนักงานที่ชัดเจน และบุคลากรมีความสามารถในการให้บริการการเดินทาง เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งมีการเตรียมจัดตั้ง ATM Professional Center เพื่อสร้างบุคลากรด้านการบินให้กับประเทศ รวมทั้งพัฒนาองค์กรเป็น Learning Organization มีแผนมุ่งสู่การเป็น Innovation Organization และผลักดันการขยายผลงานวิจัย/พัฒนาและนวัตกรรม ให้สามารถนำเข้าใช้งานได้จริงในระบบงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นกลไกในการสร้างมูลค่าเพิ่มและขับเคลื่อนองค์กรเพื่อสร้างความสามารถให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน แต่ยังคงต้องพัฒนาความสามารถของพนักงานและฝ่ายจัดการให้ตรงตามความต้องการของหน่วยงาน ตำแหน่ง สภาพแวดล้อมการทำงาน และการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน (Disruption) รวมถึงการสร้างผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะด้าน (Specialist) เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางองค์กรในระยะยาวและการเปลี่ยนแปลงกลุ่มบุคลากร บวท. ได้ดำเนินการทบทวนคุณสมบัติประจำตำแหน่ง (Success Profile) ของฝ่ายจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลง ที่รวดเร็วของเทคโนโลยีในปัจจุบัน (Disruption) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถของฝ่ายจัดการ ตลอดจนเป็นหลักเกณฑ์ในการสรรหา และพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งต่อไป
- **Talent Management** ในปี ๒๕๖๓/ บวท. มีโครงการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูง (Talent) และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialist) ให้เป็นผู้แทน บวท. ในเวทีระดับนานาชาติ และนำร่องด้วยการพัฒนา Talents (Specialists) ให้เป็นผู้แทนในเวทีระดับโลก (ICAO Panel/Study Group ระหว่างปี ๒๕๖๖ - ๒๕๖๘ เพื่อให้มีความพร้อมปฏิบัติงานด้านการบินและงานที่เกี่ยวข้องในอนาคต โดยเข้าร่วมดำเนินการ/ร่วมประชุม/ร่วมเป็นคณะทำงานในเวทีของ ICAO ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- **การวิเคราะห์และระบุปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ (Knowledge Risk)** บวท. จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์และระบุปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ให้ครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ได้แก่ Knowledge Risk ที่มีโอกาสเกิดได้จากการปฏิบัติงาน เช่น การสูญเสีย Critical Knowledge จากบุคลากรที่เกษียณหรือลาออก การไม่แบ่งปันความรู้ในทีมงานหรือระหว่างสายงาน เป็นต้น

7S : Style

- **ผู้บริหารมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง/นโยบายที่ชัดเจน รวมถึงส่งเสริม/ปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร** ในปัจจุบัน บวท. ได้ดำเนินการสื่อสาร/ถ่ายทอดทิศทาง/นโยบายองค์กร รวมถึงสถานการณ์ที่ บวท. กำลังเผชิญ ผ่านกิจกรรม/ช่องทางต่าง ๆ เช่น ประชุม สัมมนา

ผู้บริหารพบพนักงาน INTERNET, INTRANET, Zoom Meeting, Facebook, Line, E-Mail แลงข่าว สื่อมวลชน ฯลฯ โดยมีกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร พร้อมทั้งเน้นย้ำให้ฝ่ายจัดการสื่อสารข้อมูลสำคัญขององค์กรผ่านการประชุมหน่วยงานเป็นประจำทุกเดือน

7S : Shared Value

- **วัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร** บวท. ได้ทบทวน/กำหนดวัฒนธรรมองค์กร (AEROTeam) และค่านิยมองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อให้มั่นใจว่าพฤติกรรมที่พึงประสงค์ภายใต้วัฒนธรรมองค์กรจะนำองค์กรไปสู่ทิศทางและเป้าหมายที่กำหนดได้อย่างยั่งยืน

๒.๔ การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) โดยข้อมูลบางส่วนมาจากแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓

จุดแข็ง (S-Strengths)

- S1: ทิศทาง/ยุทธศาสตร์ขององค์กรที่ชัดเจน:** วิสัยทัศน์องค์กรมีความสอดคล้องกับแนวพันธกิจองค์กร และผลักดันให้มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนนโยบายและเป้าหมายการดำเนินงานของรัฐบาลในการผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค พร้อมด้วยทิศทาง/เป้าหมายระยะยาวที่ชัดเจน พร้อมทั้งมียุทธศาสตร์/กลยุทธ์องค์กรที่เหมาะสมสอดคล้องกับทิศทางอุตสาหกรรมการบินเทคโนโลยี สภาพแวดล้อม และนโยบายเพื่อการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร เพื่อสนับสนุนให้วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายองค์กรที่กำหนดไว้สัมฤทธิ์ผลอย่างชัดเจน (Strategy)
- S2: ตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินอย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ:** บวท. มีการกำหนดแผน/มาตรการ/การดำเนินการเพื่อตอบสนอง/รองรับผลกระทบจากสถานการณ์ และอุบัติการณ์ต่าง ๆ ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยมีการบริหารความเสี่ยงและบริหารจัดการทั้งด้านสถานที่ทำงานสำรอง ระบบ/อุปกรณ์ อัตรากำลัง และสภาพคล่องขององค์กร ส่งผลให้ บวท. สามารถให้บริการการเดินทางได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดชะงัก (Strategy)
- S3: อันดับเครดิตองค์กรดี:** บวท. มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงสุดอย่างคงที่มาอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับการจัดเครดิตองค์กรในระดับ AAA ติดต่อกันตั้งแต่ปี ๒๕๕๘ – ๒๕๖๗ จากการเป็นองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับภาครัฐระดับสูงสุดและความสำคัญต่อรัฐบาลในระดับสูงที่สุด และมีความเป็นไปได้อย่างมากที่จะได้รับการสนับสนุนเป็นพิเศษจากภาครัฐได้อย่างพอเพียง และทันการณ์ หาก บวท. ประสบภาวะวิกฤตทางการเงิน

- S4: โครงสร้างองค์กรที่สอดคล้อง/รองรับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปและมาตรฐานในการให้บริการการเดินอากาศ:** บพท. มีการทบทวนโครงสร้างองค์กร หน้าที่รับผิดชอบ และจัดสรรอัตรากำลัง ให้สนองตอบกับสถานการณ์ และมาตรฐานการให้บริการ รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและการบริหารต้นทุน (Structure)
- S5: การยกระดับการบริหารความปลอดภัยและความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ:** บพท. มีการยกระดับการบริหารความปลอดภัยและความเสี่ยง โดยมีการดำเนินงานในเชิงรุกอย่างเป็นระบบอย่างต่อเนื่อง มีสถิติความปลอดภัยอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม (Safety Performance อยู่ในระดับดีกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม) มีแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน พร้อมรับการเผชิญสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยเฉพาะที่กระทบต่อความต่อเนื่องในการให้บริการได้อย่างทันท่วงที (System)
- S6: การตอบสนองต่อนโยบายผู้ถือหุ้น/ภาครัฐ:** องค์กรตอบสนองต่อหลักการและแนวนโยบายภาครัฐ ดำเนินการตามระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM) รวมถึงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ได้อย่างตรงประเด็นและต่อเนื่อง โดยเฉพาะการผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบบริการการเดินอากาศ การเพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ การสนับสนุนการเชื่อมโยงการขนส่งในหลากหลายมิติ ทั้งบก น้ำ ราง และอากาศ ในลักษณะของ Multimodal Transport และการจัดวางยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนเพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมและเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือด้านดิจิทัลต่าง ๆ (System)
- S8: มีความร่วมมือและบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันกับหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบินมาอย่างต่อเนื่อง:** บพท. มีความร่วมมือและการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันกับหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบินมาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีกลไกในการดำเนินงานผ่านการจัดทำและบริหารบันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ก่อให้เกิดการบูรณาการและร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานอย่างเป็นระบบ และประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร (System)
- S9: มีความสามารถพิเศษเฉพาะด้าน:** บพท. มีความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ให้บริการการเดินอากาศของประเทศมาอย่างยาวนานด้วยความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และมีความต่อเนื่องในทุกสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ ตลอดจนสร้างคุณค่าให้กับกิจการบินของประเทศ และมีความสามารถในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมระบบสนับสนุนบริการการเดินอากาศได้ภายในองค์กร รวมทั้งมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือเป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภูมิภาคซึ่งองค์กรอาจใช้จุดแข็งและความสามารถพิเศษดังกล่าว ต่อยอดในการเพิ่มช่องทางแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป (Staff/Skill)

- S10: การส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมขององค์กรอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง:** บพท. มีการส่งเสริมงานวิจัย/พัฒนา และนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง มีความสามารถในการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมระบบสนับสนุนบริการการเดินทางได้ภายในองค์กร และมีผลงานวิจัยที่ใช้สนับสนุน การกิจและได้รับรางวัลทั้งในระดับประเทศและระดับโลก รวมทั้งพัฒนาองค์กรเป็น Learning Organization เพื่อการสร้างความสามารถให้กับองค์กร และเพื่อเกิดการเรียนรู้ระยะยาวและยั่งยืน (Skill)
- S11*: บพท. มีการประกาศนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี** (ปก/เลขานุการ ๓๐๙/ ๒๕๖๓ ลงวันที่ ๘ กรกฎาคม ๒๕๖๓) ที่มุ่งเน้นส่งเสริมให้รัฐวิสาหกิจตอบสนองกับสภาพแวดล้อม ในการดำเนินภารกิจ การแข่งขัน ความต้องการของผู้ใช้บริการ และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ด้วยการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ อันจะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกภาคส่วนเกิดความมั่นใจ ศรัทธา ไว้วางใจในการบริหารงานขององค์กร และสร้างคุณค่าให้แก่ กิจการอย่างยั่งยืน
- S12: บพท. มีประกาศนโยบายความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม** (ปก/เลขานุการ ๓๒๘/๒๕๖๕ ลงวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๖๕) โดยมีนโยบายด้านลูกค้า/ผู้รับบริการที่ชัดเจน คือ การให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล ปฏิบัติต่อลูกค้า/ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม และโปร่งใส มีการพัฒนากระบวนการการให้บริการ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรม มาใช้ได้อย่างเหมาะสม
- S13: ลูกค้า/ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในการพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และให้บริการ** โดยใช้เวที การประชุม/กิจกรรมร่วมกับลูกค้า/ผู้รับบริการ เพื่อรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การจัดทำ แนวทางการปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการที่พัฒนา/ปรับปรุงตรงกับ ความต้องการในการใช้งานของลูกค้าและผู้รับบริการ
- S14: ระบบอุปกรณ์ที่ให้บริการในส่วนการตลาด Trunked Radio และ Data Link มีการดูแล รักษาระบบอย่างต่อเนื่อง :** ทำให้ระบบมีเสถียรภาพที่ดี สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ มีขีดความสามารถรองรับการให้บริการเพิ่มมากขึ้น และเพียงพอ
- S15: การให้บริการอย่างใกล้ชิดและรวดเร็ว มีบุคลากรที่มีความชำนาญ:** บพท. มีช่องทางการ ติดต่อกับหลากหลาย และมี Touch Point ตามจุดบริการต่าง ๆ ที่ใกล้ชิดกับผู้รับบริการ เพื่อให้ สามารถตอบสนองผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงบุคลากรที่มีความชำนาญ มีความสามารถ เฉพาะด้านที่หลากหลาย ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศไว้วางใจ และ มีความสัมพันธ์ที่ดี ทำให้สามารถต่อยอดโอกาสธุรกิจเพิ่มเติมได้
- S16: บริการเกี่ยวเนื่องมีการบริการหลังการขาย:** เพื่อให้การซ่อมบำรุงอุปกรณ์เป็นไปอย่าง มีประสิทธิภาพ

หมายเหตุ * ตัวหนังสือสีน้ำเงินคือ SWOT ในส่วนของลูกค้าและผู้รับบริการ

- S17: บริการเกี่ยวเนื่องได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ (ISO9001:2015):** ทำให้มีโอกาสในการแข่งขันทั้งในส่วนงานขาย ผลิต/รับทำ งานบริการวิทยุสื่อสาร และบริการข้อมูลสื่อสารสายการบิน ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสดงให้เห็นถึงการมีมาตรฐานการผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ของหน่วยธุรกิจ และยังใช้เป็นเครื่องมือในการลดต้นทุน
- S18: การปรับปรุงพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง :** เช่น การพัฒนาระบบบริหารธุรกิจวิทยุสื่อสาร (Information for Rental Communication Services : iRCS) ทำให้กระบวนการดำเนินธุรกิจทั้งงานขาย งานซ่อมบำรุงรักษาเครื่องวิทยุสื่อสารให้กับลูกค้าทำได้รวดเร็วขึ้น อีกทั้งลูกค้ายังสามารถติดตามความคืบหน้าได้ ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากขึ้น
- S19: บริการเกี่ยวเนื่องมีการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมขององค์กรอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง**

จุดอ่อน (W-Weaknesses)

- W1: การบริหารจัดการแผนงาน โครงการ/งานให้สัมฤทธิ์ผล และพัฒนาการบริหาร**
การเปลี่ยนแปลงเพื่อความยั่งยืนขององค์กร: บวท. ยังต้องผลักดันและบริหารจัดการการดำเนินงานแผนงาน โครงการ/งานการเบิกจ่ายงบประมาณให้สัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งให้ความสำคัญในการพัฒนา การบริหารการเปลี่ยนแปลงให้องค์กรสามารถปรับตัวรองรับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งปรับปรุงการดำเนินงาน/โครงการให้มีความโปร่งใส เพื่อความยั่งยืน ขององค์กร
- W2: การวิเคราะห์ข้อมูล:** บวท. ยังต้องการ Data Scientist และ Data Analytic รวมทั้งพัฒนาบุคลากรให้ครอบคลุมทักษะ/ความรู้ด้าน Data Analytic, Data Engineer และ Machine Learning เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การมีระบบสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร (Decision Support System)
- W3: การพัฒนาความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศให้สอดคล้องตาม**
เป้าหมายที่กำหนด โครงสร้างเส้นทางบิน และการบริหารห้วงอากาศยังไม่สมดุลกับปริมาณจราจรทางอากาศสูงสุดที่เคยเกิดขึ้นในอดีต รวมถึงปริมาณจราจรทางอากาศที่คาดการณ์ว่าจะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต (เมื่อสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ดีขึ้น) ส่งผลให้ บวท. ควรพัฒนาความสามารถในการรองรับของระบบการบินทั้งระบบ (การให้บริการการเดินทางอากาศ เทคโนโลยี ระบบ/อุปกรณ์ บุคลากร เป็นต้น) ร่วมกับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ บวท. มีความพร้อมในทุกมิติ มีการใช้ระบบการจัดการจราจรทางอากาศระบบใหม่อย่างเต็มศักยภาพ และเพียงพอในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศที่เพิ่มสูงขึ้น (System)

W4: การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลเข้าใช้งาน: การนำระบบสารสนเทศมาสนับสนุนการดำเนินการ การบูรณาการ การแลกเปลี่ยน/จัดเก็บข้อมูลระหว่างสายงาน และการนำข้อมูลมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ การนำเทคโนโลยีเข้าใช้งานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดต้นทุนและภาระงานของพนักงาน ตลอดจนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุนนโยบาย Governance Risk Management and Compliance (GRC) ยังไม่ทั่วถึงเพียงพอต่อความต้องการทั่วทั้งองค์กร

W5: การจัดการนวัตกรรมและการนำผลงานวิจัย/พัฒนาและนวัตกรรมเข้าใช้งาน: บวท. ยังต้องปรับปรุงกระบวนการจัดการนวัตกรรมภายในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานตามเกณฑ์ประเมินผลองค์กรด้านการจัดการนวัตกรรม รวมทั้งปรับปรุง/พัฒนาและผลักดันการขยายผลงานวิจัย/พัฒนาและนวัตกรรม ให้สามารถนำเข้าใช้งานได้จริงในระบบงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นกลไกในการปรับวิธีปฏิบัติงานและเพิ่มผลผลิตภาพ (Productivity) ลดต้นทุนการให้บริการ/การปฏิบัติงาน เพิ่มช่องทางการแสวงหารายได้ สร้างมูลค่าเพิ่มและขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืน (System)

W6: การบริหารและพัฒนาความสามารถของพนักงานและฝ่ายจัดการ: พนักงานที่จะครบกำหนดเกษียณอายุตั้งแต่ปี ๒๕๖๓ – ๒๕๗๕ คิดเป็นร้อยละ ๔๐ (๓๖.๕๐) ของพนักงานปัจจุบัน รวมทั้งปัจจุบัน บวท. จะลดการรับพนักงานใหม่ และถึงแม้ว่า บวท. จะมีแผนอัตรากำลัง แผนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคล แผนยุทธศาสตร์การจัดการความรู้ และกำหนด Competency ของพนักงานที่ชัดเจน แต่ยังคงต้องพัฒนาความสามารถของพนักงานและฝ่ายจัดการ ให้ตรงตามความต้องการของหน่วยงาน ตำแหน่ง สภาพแวดล้อมการทำงานและการพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน (Disruption) รวมถึงการสร้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialist) การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง (Talent Management) และการวางแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อรับช่วงต่อ (Succession Plan) เพื่อสร้างความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับทิศทางองค์กรในระยะยาว นอกจากนี้ บวท. ยังมีค่า ATCO in ops Productivity ที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม สะท้อนการจัดการบุคลากรขององค์กรที่ยังไม่มีประสิทธิภาพสูงสุด บวท. จึงควรปรับปรุงการบริหารจัดการบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ นำระบบอุปกรณ์ที่จำเป็นเหมาะสมเข้าใช้งาน เพื่อลดภาระงาน และเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานในทุกตำแหน่งงาน (Staff / Skill)

W7: บริการเกี่ยวเนื่อง: การตลาดผ่านช่องทาง Website อยู่ในช่วงเริ่มต้น ขณะนี้อยู่ระหว่างการพัฒนาให้ระบบมีมาตรฐานและมีความสามารถทัดเทียมคู่แข่ง : เพื่อใช้เป็นช่องทางสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และมุ่งสู่การทำ Digital Marketing เป็นสำคัญเพราะการเปลี่ยนแปลงของ Customer Journey ที่ใช้เวลาอยู่บนโลกออนไลน์มากขึ้น ทำให้การกำหนดช่องทางที่จะสื่อสารกับผู้บริโภค (Touch Points) เป็นสิ่งสำคัญทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าและทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อ

- W9: บริการเกี่ยวเนื่องต้นทุนค่าแรงและค่าใช้จ่ายการผลิตของบริการเกี่ยวเนื่องสูงขึ้นทุกปี**
ถือเป็นจุดอ่อนที่สำคัญในการแข่งขัน ทำให้หน่วยธุรกิจต้องบริหารค่าใช้จ่ายในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง โดยการพิจารณาใช้ Outsource ในบางกิจกรรม
- W10: บริการเกี่ยวเนื่อง: การดำเนินกิจกรรมด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์** ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่ส่งผลต่อการเพิ่มรายได้จากการขาย รวมถึงแผนบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้า ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับของ บวท. เพื่อให้เห็นทิศทางและเป้าหมายในการดำเนินการที่วัดผลลัพธ์ได้
- W11: บริการเกี่ยวเนื่อง: ขาดระบบการจัดทำ Marketing Data Analytics** โดยเริ่มจากการจัดทำข้อมูลของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม (Customer Segment Profile) ที่ระบุคุณลักษณะของแต่ละกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน โดยต้องสื่อสาร/ถ่ายทอดผลการจำแนกลูกค้า และส่วนตลาดเป้าหมายให้กับทุกกลุ่มงานภายในหน่วยธุรกิจ เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการทำงาน
- W12: บริการเกี่ยวเนื่อง : มีข้อจำกัดด้านความคล่องตัว** อุปสรรคด้านความยืดหยุ่น ความท้าทายในการปรับตัวเชิงปฏิบัติในการดำเนินงานเมื่อเทียบกับภาคเอกชน
- W13: บริการเกี่ยวเนื่อง : ข้อจำกัดด้านระดับอำนาจการต่อรองกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายต่ำ**

โอกาส (O-Opportunities)

- O1: ยุทธศาสตร์ภาครัฐมีความชัดเจน:** ภาครัฐกำหนดยุทธศาสตร์สำคัญที่มีเป้าหมายและกรอบเวลาในระยะกลางและระยะยาว อาทิ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) แผนปฏิบัติการด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) และระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๗๑-๒๕๘๐) แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) นโยบายภาครัฐด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือด้านดิจิทัลต่าง ๆ แผนรัฐบาลดิจิทัล ปี ๒๕๖๖ ยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 พ.ร.บ. การเดินอากาศ (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ แผนพัฒนาการขนส่งทางอากาศของประเทศไทย ระยะ ๑๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๗๖) แผนยุทธศาสตร์ห้วงอากาศและการเดินอากาศแห่งชาติ รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์การจัดตั้งสนามบินพาณิชย์ของประเทศ เป็นต้น ทำให้ บวท. มีกรอบทิศทางในการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์และวางแผนพัฒนา/กำหนดกลยุทธ์ขององค์กร ให้สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ภาครัฐ เพื่อสนับสนุนการพัฒนา/สร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้อย่างชัดเจน
- O2: แนวทางการจัดโครงสร้างและบริหารห้วงอากาศของไทย:** ภาครัฐและภาคความมั่นคงตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดโครงสร้างและบริหารห้วงอากาศ เพื่อพัฒนาความสามารถในการรองรับของห้วงอากาศให้เกิดการใช้ห้วงอากาศอย่างเกิดประโยชน์สูงสุดและเป็นไปตามหลักสากล รวมทั้งยอมรับในหลักการบริหารห้วงอากาศแบบยืดหยุ่น (FUA) และมีส่วนร่วม

สนับสนุนและผลักดันให้มีการแก้ปัญหาและพัฒนาระบบห่วงอากาศและการบิน รวมถึงเพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณการจราจรทางอากาศของประเทศ อีกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ต่างให้ความสำคัญกับการบูรณาการการบริหารจัดการจราจรทางอากาศ เพื่อรองรับผู้ใช้งานห่วงอากาศที่หลากหลายและเพิ่มเติมจากบริบทการบินในปัจจุบัน ให้สามารถทำการบินร่วมกันได้อย่างปลอดภัย เป็นไปตามมาตรฐานและมีประสิทธิภาพ เช่น อากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aircraft System: UAS) เป็นต้น ซึ่งถือเป็นโอกาสในการแสดงบทบาทและความสามารถพิเศษเฉพาะด้าน/ความเชี่ยวชาญในการให้บริการจราจรทางอากาศขององค์กร ในการสร้างคุณค่าและความปลอดภัยให้กับกิจการการบิน และเป็น Business Opportunity ที่สำคัญขององค์กร

03: แผน/แนวทางพัฒนาด้านการบินสากลที่ชัดเจน: แผนการเดินทางอากาศสากล (GANP) และกลยุทธ์การพัฒนาระบบการบิน (ASBUs) แผนบริหารจราจรทางอากาศอย่างไร้รอยต่อของภูมิภาคเอเชีย/แปซิฟิก (APAC Seamless ANS Plan) แผนความปลอดภัยทางการบิน (GASP) ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพด้านการบิน เช่น Next Generation of Aviation Professional (NGAP) และ Standard of Excellence in Human Performance Management ตลอดจนการให้บริการการเดินทางโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตามแนวทางของ CANSO (Green ATM) กำหนดนโยบายทิศทาง กรอบเวลาการพัฒนาเป้าหมายการพัฒนา และแนวทางการวัดผล มีความชัดเจนและแบ่งเป็นช่วงระยะเวลาไปถึงอนาคต ทำให้มีแนวทางในการนำเทคโนโลยีเข้าใช้งาน สามารถวางแผนพัฒนาอย่างมีทิศทาง

04: ความร่วมมือในอาเซียน: ที่ประชุมรัฐมนตรีด้านการขนส่งอาเซียนได้รับรองแผน ASEAN ANS Master Plan (Third Edition) โดยแผนนี้เป็นแผนงาน ๘ ปี (๒๕๖๑-๒๕๖๘) มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการบริหารจราจรทางอากาศที่ไร้รอยต่อภายในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งหมายถึงมีขั้นตอนการดำเนินงานและ การปฏิบัติงานที่สอดคล้องกันภายใต้แนวความคิด “Seamless ASEAN Sky” อีกทั้งยังได้กำหนดตัวชี้วัดที่ครอบคลุมด้าน Capacity Efficiency และ Predictability โดยความร่วมมือกันภายในภูมิภาคนี้จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการรองรับการจราจรทางอากาศ และประสิทธิภาพในการให้บริการการเดินทางอากาศในภาพรวมของทั้งภูมิภาค ตลอดจนความสามารถของบุคลากรที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล สามารถนำมาต่อยอดในการแสวงหาโอกาสจากความเชี่ยวชาญและความสามารถเฉพาะทางของบุคลากรได้

05: วิวัฒนาการทางเทคโนโลยี: วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีด้านการเดินทางอากาศและอื่น ๆ (เทคโนโลยีสารสนเทศการบริหารจัดการ และการวิเคราะห์/ประมวลผล เป็นต้น) ที่พร้อมให้เลือกนำมาใช้งานเป็นปัจจัยบวกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านการเพิ่มผลผลิต (Productivity) และสนับสนุนให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงเชื้อให้เกิดความต้องการบริการระบบ/อุปกรณ์ เทคโนโลยีที่หลากหลายของหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบิน

ซึ่งถือเป็นโอกาสในการเพิ่มช่องทางในการแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลักจากศักยภาพ/ความสามารถพิเศษขององค์กร เช่น งานวิจัย/พัฒนานวัตกรรม งานบินทดสอบ เป็นต้น

06: นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ มาตราการการส่งเสริมและกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศ และดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เช่น นโยบายฟรีวีซ่าให้กับประเทศจีน และประเทศคาซัคสถาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีนโยบายเพื่อเตรียมการรองรับปริมาณผู้โดยสารที่จะเพิ่มขึ้นจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ อีกด้วย โดยนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจเหล่านี้จะส่งเสริมให้เกิดการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้น และสร้างรายได้ให้กับ บวท. อีกทั้ง บวท. ยังอาจได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐมากขึ้น ในการดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการจราจรทางอากาศเพื่อรองรับการเติบโตของปริมาณเที่ยวบิน

07: บริการเกี่ยวเนื่อง: ลูกค้า/ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น: เป็นโอกาสที่ พชก. จะมุ่งเน้นการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทาง Digital Marketing เพื่อสร้างโอกาสธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยการพัฒนา Website ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพื่อเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสร้างการรับรู้และสนับสนุนการตัดสินใจในการเลือกซื้อให้กับลูกค้า

08: บริการเกี่ยวเนื่อง: รัฐบาลมีนโยบายการสร้างสนามบินภูมิภาคเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งการขยายศักยภาพของสนามบินภายในประเทศไทย: ทำให้มีโอกาสการขยายธุรกิจที่สร้างรายได้ในระยะยาว ได้แก่ การให้บริการ Airport Solution ภายในสนามบิน และการให้บริการระบบตรวจสอบและคัดกรองผู้โดยสารล่วงหน้า (Advance Passenger Processing System: APPS) กับสนามบินในการกำกับดูแลของกรมท่าอากาศยาน, บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด และสนามบินในการกำกับดูแลของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) รวมถึงโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ระบบ Intelligent Telematics System, Fleet Management และ Job Tracking ให้กับกลุ่มลูกค้าที่ทำหน้าที่ให้บริการภาคพื้นดิน (Ground Handling) และหน่วยงานที่ปฏิบัติงานประจำสนามบินต่างๆ ให้สามารถติดตามและบริหาร Asset ที่มีอยู่ในบริเวณลานจอดด้วยวิทยุสื่อสาร เพื่อลดการสูญหาย รวมทั้งให้บริการของลูกค้ามีประสิทธิภาพสูงขึ้น ผลักดันนโยบาย การขับเคลื่อนสู่การเป็น “ศูนย์กลางการบิน” (Aviation Hub)

09: บริการเกี่ยวเนื่อง: ข้อกำหนดด้านการกำกับดูแลความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัยของ ICAO สร้างโอกาสการขยายที่สำคัญด้านการจัดหาระบบอุปกรณ์ (ผลิตภัณฑ์ด้าน Safety/ Security) และการให้บริการฝึกอบรม ATCO/ ATSEP/ Auditor Training และ Pre-Audit Self-Assessment Process โดยด้าน Technology roadmap ตาม ASBUs Module ของ ICAO ส่งเสริมให้แต่ละประเทศมีความต้องการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการตาม Roadmap

O10: บริการเกี่ยวเนื่อง: วิศวกรรมการทางเทคโนโลยี : วิศวกรรมการทางเทคโนโลยีด้านการเดินอากาศและอื่น ๆ (เทคโนโลยีสารสนเทศการบริหารจัดการ และการวิเคราะห์/ประมวลผล เป็นต้น) ที่พร้อมให้เพื่อนำมาใช้งานเป็นปัจจัยบวกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านการเพิ่มผลผลิต (Productivity) และสนับสนุนให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงเอื้อให้เกิดความต้องการบริการ ระบบ/อุปกรณ์ การขยายตัวพัฒนาประสิทธิภาพเทคโนโลยี Big Data และ Advance Analytics ในอุตสาหกรรมการบิน ซึ่งถือเป็นโอกาสในการเพิ่มช่องทางในการแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลักจากศักยภาพ/ความสามารถพิเศษขององค์กร เช่น งานวิจัย/พัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

O11: บริการเกี่ยวเนื่อง: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) เข้ามามากำกับดูแลการใช้งานความถี่ที่ต้องตามใบอนุญาตมากขึ้น จึงมีแนวโน้มว่าท่าอากาศยานภูมิภาคต่างๆ จะต้องจัดหาวิทยุสื่อสารเพิ่มเติม จึงเป็นโอกาสของหน่วยธุรกิจที่จะเข้าร่วมการแข่งขันราคาดังกล่าว

O12: บริการเกี่ยวเนื่อง: รัฐบาลมีการสนับสนุนในการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) พทก. สามารถทำการตลาดเชิงรุกในกลุ่มลูกค้านิคมอุตสาหกรรมพลังงานในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ

อุปสรรค (T-Threats)

T1: ปัจจัยอันตรายทางการบิน: ปัจจัยอันตรายทางการบิน ทั้งในส่วนของบั้งไฟ/โดมลอย/วิทยุชุมชน/ข้อมูลอุตุนิยมวิทยาการบิน ยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างสมบูรณ์ และยังมีปัจจัยอันตรายที่เกิดขึ้นใหม่ ได้แก่ อากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aircraft System: UAS หรือ Remotely Piloted Aircraft System: RPAS หรือ Drone) และเลเซอร์ (Laser and Bright light) เป็นปัจจัยอันตรายที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และจำเป็นต้องมีการจัดการที่เหมาะสม

T2: การจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม: ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการบิน ทั้งก๊าซและเสียงถูกยกระดับความสำคัญมากขึ้น ในอุตสาหกรรมการบิน ประเทศไทย และชุมชนในบริเวณสนามบินสำคัญ ซึ่งมาตรการ/เป้าหมายที่จะมีการบังคับใช้ อาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อ บวท. ในรูปของข้อจำกัดการปฏิบัติงาน หรือทางอ้อมผ่านต้นทุนจากระบบคาร์บอนเครดิตของสายการบิน

T3: บริบทด้านการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลง: ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการขนส่งทางอากาศก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว การพัฒนา Unmanned Aircraft System (UAS) มีความเสถียรและได้รับความนิยมมากขึ้น มีแนวโน้มขยายตัวในการปฏิบัติการบินเพิ่มขึ้น ในอนาคตอันใกล้จึงจำเป็นต้อง

ต้องมี Unmanned Aircraft Traffic Management (UTM) ซึ่งเป็นการบริหารจัดการและให้บริการจราจรทางอากาศที่เพิ่มเติมจากบริบทการบินปัจจุบัน เพื่อบริหารจัดการ UAS รวมทั้ง พ.ร.บ. การเดินอากาศ (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ ที่เปิดโอกาสในการแข่งขันในการเป็นผู้ประกอบกิจการบริการการเดินอากาศ และการขอใบรับรองในการให้บริการการเดินอากาศ รวมทั้งการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูล ส่งผลให้ผู้ที่มีข้อมูลและศักยภาพในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้รับโอกาสจากข้อได้เปรียบนั้น แสดงให้เห็นถึงบริบทการให้บริการที่เป็นเชิงการแข่งขันมากขึ้น และเปิดโอกาสให้กับผู้ให้บริการรายใหม่ ๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน (Disruption) ที่ส่งผลให้องค์กรต้องปรับตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันในด้านต่าง ๆ เช่น ทิศทางองค์กร เทคโนโลยี บุคลากร กระบวนการปฏิบัติงาน เป็นต้น เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

- T4: ความผันผวนของปริมาณจราจรทางอากาศ:** ปริมาณจราจรทางอากาศมีความผันผวนตามสถานการณ์โรคระบาด สภาวะเศรษฐกิจ และการเมืองทั้งในระดับประเทศและระดับโลกเป็นอย่างมาก หากสถานการณ์มีความต่อเนื่องยาวนาน วิกฤตการณ์ปริมาณจราจรทางอากาศจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อวิกฤตการณ์ทางการเงินและการวางแผนเตรียมการรองรับของ บวท. เนื่องจากรายได้หลักทางเดียวตามภารกิจขององค์กรคือ รายได้จากการให้บริการการเดินอากาศ ซึ่งมีความไม่แน่นอนและผันผวนไปตามปริมาณจราจรทางอากาศ ถือเป็นความเสี่ยงต่อความอยู่รอดและยั่งยืนขององค์กร จึงอาจต้องพิจารณาแนวทางการสร้างรายได้ นอกเหนือจากภารกิจหลัก และเพิ่มช่องทาง/ขยายโอกาสในการแสวงหารายได้จากภาคธุรกิจเพิ่มขึ้น เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถข้ามผ่านวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ไปได้อย่างยั่งยืน
- T5: วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ของโลก:** วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ทั้งวิกฤตเศรษฐกิจ วิกฤตการณ์ทางการเมือง โรคระบาด ภัยธรรมชาติ ภัยคุกคาม เหตุฉุกเฉิน ข้อขัดข้องต่าง ๆ เป็นความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการบิน และเป็นความเสี่ยงต่อความต่อเนื่อง/คุณภาพในการให้บริการการเดินอากาศที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งผลจากวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น อาจส่งผลกระทบระยะสั้นและระยะยาวต่อ บวท. และอุตสาหกรรมการบิน โดย บวท. ควรต้องมีแผนรองรับสถานการณ์ กระบวนการ/ระบบอุปกรณ์ ที่พร้อมตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อรักษาความต่อเนื่องและคุณภาพในการให้บริการการเดินอากาศ
- T6: ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ:** คะแนนความคาดหวังที่มีค่าสูงกว่าความพึงพอใจ (Gap) แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการยังมีความคาดหวังที่จะให้เกิดการพัฒนาการให้บริการ/เทคโนโลยีให้ตอบสนองความคาดหวัง/ความต้องการ และความคุ้มค่าในการลงทุน จึงจำเป็นต้องมีแผนปรับปรุง/การพัฒนา และการติดตามอย่างต่อเนื่อง เพราะความคาดหวังของผู้ใช้บริการแตกต่างไปจากเดิม

- T7: การดำเนินการ/ความร่วมมือของหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบิน:** ไทยมีแผนแม่บทการจัดตั้งสนามบินพาณิชย์ของประเทศแล้ว แต่ยังคงมีนโยบายพัฒนาสนามบินซึ่งอยู่นอกแผนแม่บทฯ โดยยังไม่มีการบูรณาการและร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบินอย่างเป็นระบบ รวมทั้งยังไม่มีการบูรณาการการจัดตั้งสนามบินของประเทศ โดยพิจารณาความเหมาะสมของพื้นที่ทั้งทางอากาศและเส้นทางบินในภาพรวม ส่งผลต่อความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศและประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการบินของประเทศ
- T8: เทคโนโลยีและสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ:** โดยเฉพาะการประยุกต์นวัตกรรมด้านดิจิทัล ซึ่งทำให้การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจโลกและส่งผลกระทบไปยังทุกภาคส่วนในสังคม รวมถึงการส่งผลกระทบต่อธุรกิจต่าง ๆ ด้วย ดังนั้น ธุรกิจเกี่ยวข้องจึงต้องเร่งปรับปรุงการดำเนินงานโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือหรือช่องทางการขาย และการสื่อสารกับลูกค้าให้มากขึ้น
- T9: พฤติกรรมและการรับรู้ของกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ:** ให้ความเชื่อถือในการเลือกหาผลิตภัณฑ์และบริการจากประเทศในกลุ่มยุโรปและอเมริกาเป็นส่วนใหญ่ ทำให้การเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการด้วยแบรนด์ AEROTHAI อาจมีอุปสรรคอยู่บ้าง บริการเกี่ยวข้องต้องกำหนดกลยุทธ์ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการให้เหมาะสม พร้อมทั้งสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์และบริการควบคุมกันไป ตลาดมีความต้องการมาตรฐานและการรับรองสินค้าที่มากขึ้น
- T10: คู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดเดียวกับหน่วยธุรกิจมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ:** ทำให้ลูกค้ามีสินค้าให้เลือกหลากหลายมากขึ้น ลูกค้าจึงมีอำนาจการต่อรองเพิ่มขึ้น ดังนั้นการมุ่งมั่นแต่จะขายสินค้าของตนเองเพียงอย่างเดียวจึงไม่ใช่คำตอบ หน่วยธุรกิจจะต้องพิจารณาสภาพตลาด การขายของคู่แข่ง และเรียนรู้ข้อมูลคู่แข่งในด้านต่าง ๆ บริบทด้านการแข่งขันทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อประเมินสภาพคู่แข่ง และเปรียบเทียบหาจุดแข็ง เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการขายสินค้า
- T11: อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์มีมากขึ้น:** ทำให้บริการเกี่ยวข้องเสียเปรียบในเรื่องต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ทางออกที่สำคัญคือการนำผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเองหรือจากพันธมิตรทางการค้าที่ได้ลงนามความร่วมมือไปแล้ว รวมถึงแสวงหาความร่วมมือเพิ่มเติมตามจังหวะและโอกาสทางธุรกิจ เพื่อเร่งพัฒนา Solution ที่ตอบโจทย์ความต้องการลูกค้า ในราคาที่เหมาะสม
- T12: ผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมประเภท ๓ (บุคคลทั่วไป) เข้ามาแข่งขันให้บริการในกลุ่มลูกค้าของ บวท. (ประเภท ๒) :** จึงต้องเร่งสร้างความแข็งแกร่งทั้งในส่วนการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม การแสวงหาลูกค้าใหม่ รวมทั้ง

การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการลูกค้า และปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง

๒.๕ การวิเคราะห์ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ และความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์

๒.๕.๑ ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges: SC)

๑. วิฤตการณ์ต่าง ๆ ของโลก ทั้งโรคระบาด ภัยธรรมชาติ วิฤตเศรษฐกิจ วิฤตการณ์ทางการเมือง และสถานการณ์ฉุกเฉิน ตลอดจนความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการบิน ความผันผวนของปริมาณจราจรทางอากาศ ส่งผลต่อการเกิดวิฤตการณ์ด้านปริมาณเที่ยวบิน การให้บริการให้บริการการเดินอากาศ และวิฤตการณ์ทางการเงินหรือรายได้ขององค์กร ซึ่งมีรายได้หลักทางเดียวตามภารกิจจากการให้บริการการเดินอากาศ จึงส่งผลต่อความอยู่รอดและความยั่งยืนขององค์กร เป็นความท้าทายต่อการปรับตัวให้องค์กรสามารถข้ามผ่านวิฤตการณ์ต่าง ๆ ไปได้ โดยอาจพิจารณาการสร้างรายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก และเพิ่มช่องทาง/ขยายโอกาสในการแสวงหารายได้จากภาคธุรกิจเพิ่มขึ้น รวมทั้งควรมีแผนรองรับสถานการณ์ กระบวนการ/ระบบอุปกรณ์ ที่พร้อมตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อรักษาความต่อเนื่องและคุณภาพในการให้บริการการเดินอากาศ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป (W5, T4, T5)
๒. การพัฒนาความสามารถในการรองรับของระบบการจราจรทางอากาศของประเทศ ระบบสนามบิน และการบริหารจราจรทางอากาศ ที่จำเป็นต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องและบูรณาการให้ทันต่อสภาพแวดล้อม/สถานการณ์และการเติบโตของปริมาณจราจรทางอากาศ ตลอดจนรักษา/พัฒนาระดับศักยภาพการให้บริการการเดินอากาศ ให้มีความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และมีความต่อเนื่องในทุกสภาพแวดล้อม/สถานการณ์ พร้อมรองรับในทุกมิติ (การให้บริการการเดินอากาศ เทคโนโลยี ระบบ/อุปกรณ์ บุคลากร เป็นต้น) มีการใช้ระบบการจัดการจราจรทางอากาศระบบใหม่อย่างเต็มศักยภาพ เมื่อสถานการณ์ด้านการบินที่ได้รับผลกระทบจากวิฤตการณ์ COVID-19 กลับเข้าสู่ภาวะปกติ (W3, T4, T5, T7)
๓. บริบทด้านการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป การเกิดขึ้นขององค์กรให้บริการการเดินอากาศข้ามชาติ (ผู้ผลิต/องค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีขนาดใหญ่) ซึ่งมีความได้เปรียบหลายด้าน หรือผู้ให้บริการการเดินอากาศจากต่างประเทศ และการพัฒนาของเทคโนโลยีด้านการขนส่งทางอากาศ เช่น Unmanned Aircraft System (UAS) ซึ่งส่งผลให้ต้องมีการบริหารจัดการและให้บริการจราจรทางอากาศที่เพิ่มเติมจากบริบทการบินปัจจุบัน (Unmanned Aircraft Traffic Management : UTM) รวมทั้ง พ.ร.บ. การเดินอากาศ (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ แสดงให้เห็นถึงบริบทการให้บริการที่เป็นเชิงการแข่งขันมากขึ้น และเปิดโอกาสให้กับผู้ให้บริการรายใหม่ ๆ อาจเข้ามาแก่งแย่งธุรกิจขององค์กรไปดำเนินการในอนาคต ตลอดจนการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของประเทศ

ในปัจจุบัน เช่น การพัฒนาระบบการขนส่งทางราง (รถไฟความเร็วสูง) อาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการขนส่งและการเดินทางเพิ่มมากขึ้นในอนาคต (T3)

๔. กฎหมาย/ระเบียบ/ข้อกำหนด/มาตรฐานด้านการบินที่กำหนดขึ้นใหม่ โดยเฉพาะ พ.ร.บ. การเดินอากาศ (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ ที่กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการบริการการเดินอากาศต้องขอใบรับรองบริการการเดินอากาศ ส่งผลให้องค์กรต้องปรับตัวให้สอดคล้องและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและมาตรฐานด้านการบินของประเทศ เพื่อความเป็นมาตรฐานและความยั่งยืนขององค์กร และในปัจจุบัน บวท. ได้รับใบรับรองทั้ง ๕ บริการแล้วจึงต้องรักษามาตรฐานการบริการให้เป็นไปตามข้อกำหนดของ กพท. (T3)
๕. วิวัฒนาการโลกการบินและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการเดินอากาศโดยรวม รวมถึงเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการดำเนินภารกิจขององค์กร ซึ่งใหม่และเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ส่งผลให้องค์กรต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่องและทันต่อการเปลี่ยนแปลง (W4, W5, T3)
๖. การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และดิจิทัล ตลอดจนผลงานวิจัย/พัฒนาและนวัตกรรมเข้าใช้งานเพื่อสนับสนุนการดำเนินการขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการให้บริการ/การปฏิบัติงาน และลดภาระงานของพนักงาน ตลอดจนการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และเพิ่มช่องทางการแสวงหารายได้ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร รวมถึงตอบสนองต่อนโยบาย Thailand 4.0 Governance Risk Management and Compliance (GRC) ของภาครัฐ จำเป็นต้องดำเนินการให้รวดเร็ว ทันกาล สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม/สถานการณ์ และการพัฒนาทางเทคโนโลยีของโลก (W2, W4, W5, W6)
๗. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยปัจจัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความคาดหวังและความต้องการในการปรับปรุงและพัฒนาระบบ/อุปกรณ์และการให้บริการให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการและความคุ้มค่าในการลงทุนของผู้ใช้บริการ (W3, W4, T5, T6)
๘. ความสามารถขององค์กรในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศในอนาคต ด้วยการให้บริการการเดินอากาศได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยความปลอดภัย (Safety) และมีประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นไปตามกฎหมาย/ระเบียบ/มาตรฐานด้านการบิน เป็นที่ยอมรับและเทียบเคียงได้กับหน่วยงานชั้นนำด้านการบินระดับโลก แม้ในสถานการณ์ที่เกิดภัยคุกคามหรือภาวะวิกฤต (W3, W6, T4, T5)
๙. ปัจจัยอันตรายทางการบิน (บั้งไฟ โคมลอย วิทยุชุมชน/ข้อมูลอุตุนิยมวิทยากาการบิน และปัจจัยใหม่ ๆ ได้แก่ อากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aircraft System: UAS หรือ Remotely Piloted Aircraft System: RPAS หรือ Drone) และ เลเซอร์ (Laser and Bright light)) มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และจำเป็นต้องมีการจัดการที่เหมาะสม (T1)
๑๐. Airspace Management การพัฒนาโครงสร้างและการจัดการห้วงอากาศของประเทศให้มีความสามารถเพียงพอในการรองรับการเติบโตของปริมาณจราจรทางอากาศ ทั้งในปัจจุบันและ

อนาคต รวมทั้งบริหารจัดการ/เชื่อมโยงเส้นทางบินทั้งภูมิภาค เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหาร สภาพคล่องจราจรทางอากาศแบบไร้รอยต่อในระดับภูมิภาค (W1)

๑๑. สิ่งแวดล้อม ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการบิน ทั้งก๊าซและเสียง ถูกยกระดับความสำคัญ มากยิ่งขึ้นในอุตสาหกรรมการบินประเทศไทย และชุมชนในบริเวณสนามบินสำคัญ บวท. เป็นส่วนหนึ่งในระบบการบินของประเทศไทย ที่จะต้องให้ความร่วมมือในการพัฒนาประสิทธิภาพ การเดินอากาศ มาตรการ/เป้าหมายที่จะมีการบังคับใช้ อาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อ บวท. ในรูป ของข้อจำกัดการปฏิบัติงาน หรือทางอ้อมผ่านต้นทุนจากระบบคาร์บอนเครดิตของสายการบิน (T2)
๑๒. ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการให้บริการมากขึ้น ทั้งในด้านการใช้งาน การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดเก็บข้อมูล และรูปแบบการให้บริการ ดังนั้น การพัฒนาระบบรวบรวม สารสนเทศเสี่ยงของลูกค้าในรูปแบบดิจิทัล จะช่วยให้สามารถรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเสี่ยง ของผู้ใช้บริการจากทุกช่องทางได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สามารถวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผล ได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำเสนอเป็น Dash Board ต่อผู้บริหารได้หลากหลายรูปแบบ (W1)
๑๓. ลูกค้า/ผู้ใช้บริการในปัจจุบันมีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น การทำการตลาด ด้วยรูปแบบ Digital Marketing จึงเป็นเป็นสิ่งสำคัญเพราะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น และสามารถขยายฐานลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น เพราะ Customer Journey ของลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ใน โลกออนไลน์มากขึ้น (W7, T7)

๒.๕.๒ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantages : SA)

๑. องค์การมีความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ให้บริการการเดินทางอากาศของประเทศมาอย่างยาวนาน ด้วยความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และมีความต่อเนื่อง ในทุกสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ ตลอดจนสร้างคุณค่าให้กับกิจการบินของประเทศ สนับสนุนนโยบายและเป้าหมายการดำเนินงาน ของรัฐบาลในการผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค มีการบูรณาการ การดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบินอย่างต่อเนื่อง และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ องค์การผู้ให้บริการการเดินทางอากาศอื่น ๆ ในหลายมิติและหลายระดับ เช่น การให้ความช่วยเหลือ การถ่ายทอดเทคโนโลยีการให้ความร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรม และการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง กิจการบินของภูมิภาครวมทั้งในระดับนานาชาติ (S1, S4, S8, S9, S10, S11, O4)
๒. ภาครัฐและภาคความมั่นคงตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดโครงสร้างและบริหารห่วงอากาศ และมีส่วนร่วมในการสนับสนุน/ผลักดันให้มีการแก้ปัญหาและพัฒนาระบบห่วงอากาศและการบิน ของประเทศ รวมทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้ให้ความสำคัญกับการบูรณาการการบริหารจัดการ จราจรทางอากาศ เพื่อรองรับผู้ใช้งานห่วงอากาศที่หลากหลายและเพิ่มเติมจากบริบทการบิน ในปัจจุบัน ให้สามารถทำการบินร่วมกันได้อย่างปลอดภัย เป็นไปตามมาตรฐานและมีประสิทธิภาพ

ตลอดจนสนับสนุนการเชื่อมโยงการขนส่งในหลากหลายมิติ ทั้งบก น้ำ ราง และอากาศ ในลักษณะของ Multimodal Transport นอกจากนี้ยังมีนโยบายการผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้น การใช้จ่ายภายในประเทศ และดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ รวมทั้งยังมีนโยบายเพื่อเตรียมการรองรับปริมาณผู้โดยสารที่จะเพิ่มขึ้นจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจอีกด้วย (S1, S9, O2, O6)

๓. บวท. เป็นองค์กรที่มีผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ และมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงสุด ได้รับการจัดเครดิตองค์กรในระดับ AAA ติดต่อกันตั้งแต่ปี ๒๕๕๔-๒๕๖๓ จากการเป็นองค์กรที่มีความสัมพันธ์และความสำคัญกับภาครัฐระดับสูงสุด และมีความเป็นไปได้อย่างมากที่จะได้รับการสนับสนุนเป็นพิเศษจากภาครัฐได้อย่างพอเพียงและทันการณ์ หาก บวท. ประสบภาวะวิกฤตทางการเงิน (อย่างไรก็ตาม อันดับเครดิตของ บวท. อาจได้รับการปรับลดลงได้ หากระดับความสัมพันธ์หรือบทบาทของ บวท. กับภาครัฐเปลี่ยนแปลงไป จนถึงระดับที่มีความกังวลต่อการที่ภาครัฐจะให้การสนับสนุนที่พอเพียงและทันการณ์ หาก บวท. ประสบปัญหาวิกฤตทางการเงิน) (S1, S3)
๔. การพัฒนาด้านการบิน รวมทั้งบุคลากรด้านการบิน มีแผนการพัฒนาที่ชัดเจน สอดคล้องและส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีการเดินทางอากาศ การพัฒนาของเทคโนโลยีเหล่านี้จะช่วยสนับสนุนการบริการ ให้มีประสิทธิภาพ ความปลอดภัยสูงขึ้น เพิ่มผลิตภาพ (Productivity) รวมถึงเอื้อให้เกิดโอกาสในการเพิ่มช่องทางในการแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลักจากศักยภาพขององค์กร (S1, O3, O5, O10)
๕. Safety Performance ผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย (Safety Performance) ของ บวท. อยู่ในระดับที่เทียบเคียงได้กับประเทศชั้นนำของโลก (Best Practices) และมีแผน/มาตรการ/การดำเนินการเพื่อตอบสนอง/รองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน พร้อมรับการเผชิญสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยเฉพาะที่กระทบต่อความต่อเนื่องในการให้บริการ ได้อย่างทันท่วงที และมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ บวท. สามารถให้บริการการเดินทางอากาศได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดชะงัก (S1, S2, S5, S9)
๖. การตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐ ได้อย่างตรงประเด็น และต่อเนื่อง โดยเฉพาะการผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบบริการการเดินทางอากาศและการพัฒนาระบบบริการการเดินทางอากาศ ณ ท่าอากาศยานต่าง ๆ รวมทั้งการเพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ การสนับสนุนการเชื่อมโยงการขนส่งในหลากหลายมิติ ทั้งบก น้ำ ราง และอากาศ ในลักษณะของ Multimodal Transport เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมและเศรษฐกิจของประเทศ (S1, S6, O1, O6)

- ๓/. บพท. มีบุคลากรที่มีความสามารถในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมระบบสนับสนุนบริการ การเดินอากาศได้ภายในองค์กร ซึ่งเป็นหนึ่งในความสามารถพิเศษ (Core Competency) ของ องค์กร โดยองค์กรอาจใช้จุดแข็งและความสามารถพิเศษดังกล่าว ต่อยอดในการเพิ่มช่องทาง แสงหารรายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป (S6, S7)
- ๔/. บพท. มีความได้เปรียบในการสร้างความสามารถให้กับองค์กร โดยมีแนวทางการบริหารจัดการ/ พัฒนาบุคลากรที่ชัดเจน มีอัตรากำลังที่จะพัฒนาความสามารถและผลิิตภาพการปฏิบัติงาน รวมทั้ง ได้รับการรับรองสถาบันและหลักสูตรฝึกอบรมด้านการบิน (ATCTO) เพื่อสร้างบุคลากร ด้านการบินให้กับประเทศ ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เป็นการสร้าง Competency ให้กับ องค์กรในระยะยาว ตลอดจนเส้นทางสายอาชีพให้กับพนักงาน รวมทั้งพัฒนาองค์กรเป็น Learning Organization เพื่อสร้างความสามารถให้กับองค์กร และเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ระยะยาวและยั่งยืน (S10)
- ๕/. การได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ (ISO9001:2015): แสดงให้เห็นถึงการมีมาตรฐาน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ของหน่วยธุรกิจ ทำให้เพิ่มโอกาสในการแข่งขันทั้งในส่วนงานขาย ผลิต/รับทำ งานบริการวิทยุสื่อสาร และบริการข้อมูลสื่อสารสายการบิน และยังช่วยลดต้นทุนได้ (S15)

๒.๖ การวิเคราะห์ SWOT/TOWS Matrix

เมื่อระบุ SWOT แล้ว จึงมากำหนด SWOT/TOWS Matrix โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การกำหนดแนวกลยุทธ์ผ่าน SWOT / TOWS Matrix (แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๗๒)				
หัวข้อ/วัตถุประสงค์	จุดแข็ง	IS - Strengths	จุดอ่อน	IW - Weaknesses
ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	S1. ทิศทางยุทธศาสตร์องค์กร (+4) S2. คุณสมบัติของบุคลากรในทุกระดับ (+4) S3. โครงสร้างองค์กร (+2) S4. ความปลอดภัยและความเสี่ยง (+4) S5. ความร่วมมือในอุตสาหกรรมการบิน (+4) S6. ความสามารถพิเศษ (+5) S7. การส่งเสริมงานวิจัยและนวัตกรรม (+3) S8. การตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐ (+4)	S9. นโยบายและแนวทางการกำกับดูแลที่ดี (+4) S10. นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม (+4) S11. ลูกค้าผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ (+5) S12. คู่และระบบอุปถัมภ์อย่างยั่งยืน (+3) S13. บุคลากรในบริการมีความชำนาญ และบริการใกล้ชิด (+4) S14. มีบริการหลังการขาย (+3) S15. บริการที่ยั่งยืนได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO9001:2015 S16. มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	W1. การวิเคราะห์ข้อมูล (-3) W2. การพัฒนาความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ (-2) W3. การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลมาใช้ (-4) W4. การจัดการนวัตกรรมและนำผลงานเข้าใช้งาน W5. การบริการพัฒนาความสามารถพนักงานและฝ่ายจัดการ (-4) W6. สถานะการเงินและต้นทุนขององค์กร (-5)	W7. การตลาดผ่านช่องทาง Website อยู่ในช่วงเริ่มต้น W8. ต้นทุนค่าแรงและค่าใช้จายในการผลิตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (-3) W9. กิจกรรมบริหารความยั่งยืนของบริการเกี่ยวเนื่องไม่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ W10. ขาดระบบการจัดทำ Marketing Data Analysis
โอกาส (O - Opportunities)	SO - ใช้ความเข้มแข็งภายในแสวงประโยชน์จากโอกาสภายนอก (กลยุทธ์การรุกกลยุทธ์เชิงรุก) SO1. ขยายบทบาทให้บริการเดินอากาศและบริการเกี่ยวเนื่อง จากโอกาสการเติบโตของปริมาณเที่ยวบินที่จะกลับมาในอนาคด การใช้ทางอากาศร่วมกันระหว่างทหาร-พลเรือนอย่างคล่องตัว การบริหารจัดการจราจรทางอากาศ เพื่อรองรับการใช้งานทางอากาศที่หลากหลายและเพิ่มเติมจากบริการการบินปัจจุบัน เพื่อพัฒนาความสามารถในการรองรับของทางอากาศให้เกิดการใช้ทางอากาศอย่างเกิดประโยชน์สูงสุดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้จุดแข็งเพื่อต่อยอดเทคโนโลยีด้านการบิน ความสามารถของบุคลากร และบริการจัดการที่มีคุณภาพและพร้อมนำใช้งานสนับสนุนวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมขององค์กร รวมทั้งสามารถใช้จุดแข็งเพื่อต่อยอดที่มีศักยภาพเป็นโอกาสในการแสวงหารายได้เพิ่มเติม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร SO1, SO2, SO3, SO4 SO2. ความร่วมมือในอุตสาหกรรมการบินทั้งในระดับประเทศและในภูมิภาค การกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดของ ICAO และ กพท. การมีส่วนร่วมของภาคผู้ให้บริการในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ จะช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมการบินของไทยให้มีมาตรฐานเคียงกับหน่วยงานผู้ให้บริการจราจรทางอากาศอื่นๆ และได้รับความยอมรับจากผู้ให้บริการ SO1, SO2, SO3, SO4, SO5, SO6		WO - จัดการจุดอ่อนภายใน โดยมุ่งใช้ประโยชน์จากโอกาสภายนอก (กลยุทธ์การรับกลยุทธ์เชิงรับ) WO1. เพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในการบริหารจัดการทรัพยากรและความรู้ในองค์กร เพื่อยกระดับมาตรฐานบริการการเดินอากาศให้เทียบเคียงกับหน่วยงานผู้ให้บริการการเดินอากาศอื่น ๆ และเพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ ผ่านการพัฒนาตามแผนการเดินอากาศภาค ASEAN ANS Master Plan รวมถึงของทางความร่วมมือในอาเซียน และกับประเทศคู่เจรจาอาเซียนที่มีประสบการณ์ความชำนาญและอิทธิพลด้านการบิน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการรองรับการจราจรทางอากาศ และประสิทธิภาพในการให้บริการการเดินอากาศในการรวมของทั้งภูมิภาค ตลอดจนความสามารถของบุคลากรที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล สามารถนำมายุทธในการแสวงหาโอกาสจากความร่วมมือและความสามารถเฉพาะของบุคลากรได้ WO2, WO3, WO4, WO5, WO6 WO2. บูรณาการข้อมูลสำคัญ รวมถึงผลการเทียบเคียง (Benchmarking) เพื่อการตัดสินใจและบริหารยุทธศาสตร์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้แนวทางเก็บข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับวัดผลการทางเทคโนโลยีด้านบริหารจัดการที่มีพร้อมนำใช้งาน WO1, WO3, WO5	

SO: ใช้ความเข้มแข็งภายในแสวงประโยชน์จากโอกาสภายนอก (กลุ่มยุทธศาสตร์/กลยุทธ์เชิงรุก)

- SO1. ยกระดับการให้บริการการเดินทางอากาศและบริการเกี่ยวเนื่อง จากโอกาสการเติบโตของปริมาณเที่ยวบินที่จะกลับมาในอนาคต การใช้ห้วงอากาศร่วมกันระหว่างทหาร-พลเรือนอย่างคล่องตัว การบริหารจัดการจราจรทางอากาศ เพื่อรองรับผู้ใช้งานห้วงอากาศที่หลากหลายและเพิ่มเติมจากบริบทการบินปัจจุบัน เพื่อพัฒนาความสามารถในการรองรับของห้วงอากาศให้เกิดการใช้ห้วงอากาศอย่างเกิดประโยชน์สูงสุดและเป็นไปตามหลักสากล โดยใช้จุดแข็งที่องค์กรมีเทคโนโลยีด้านการบิน ความสามารถของบุคลากร และบริหารจัดการที่มีการพัฒนาและพร้อมนำมาใช้งานผลงานวิจัย/พัฒนาและนวัตกรรมขององค์กร รวมทั้งสามารถใช้จุดแข็งที่องค์กรมีดังกล่าวเป็นโอกาสในการแสวงหารายได้เพิ่มเติม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร [S9, O2, O3, O5]
- SO2. ความร่วมมือในอุตสาหกรรมการบินทั้งในประเทศและในภูมิภาค การกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดของ ICAO และ กพท. การมีส่วนร่วมของลูกค้า/ผู้ใช้บริการในการพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ จะช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมการบินของไทยให้มีมาตรฐานเดียวกันกับหน่วยงานผู้ให้บริการจราจรทางอากาศอื่นๆ และได้รับความยอมรับจากผู้ให้บริการ; [S5, S12, O4, O5, O8]

WO: จัดการจุดอ่อนภายใน โดยมุ่งใช้ประโยชน์จากโอกาสภายนอก (กลุ่มยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ผลิกพื้น)

- WO1. เพิ่มคุณภาพและเน้นประสิทธิภาพการปฏิบัติการบิน การบริหารจัดการทรัพยากร และความรู้ในองค์กร เพื่อยกระดับมาตรฐานบริการการเดินทางอากาศเทียบเคียงกับหน่วยงานผู้ให้บริการการเดินทางอากาศอื่น ๆ และเพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ ผ่านการพัฒนาตามแผนการเดินทางอากาศสากล ASEAN ANS Master Plan รวมถึงช่องทางความร่วมมือในอาเซียน และกับประเทศคู่เจรจาของอาเซียนที่มีประสบการณ์/ความชำนาญและอิทธิพลด้านการบิน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการรองรับการจราจรทางอากาศ และประสิทธิภาพในการให้บริการการเดินทางอากาศในภาพรวมของทั้งภูมิภาค ตลอดจนความสามารถของบุคลากรที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล สามารถนำมาต่อยอดในการแสวงหาโอกาสจากความเชี่ยวชาญและความสามารถเฉพาะทางของบุคลากรได้ [W2, W4, O3, O4]
- WO2. บูรณาการข้อมูลสำคัญ รวมถึงผลการเทียบเคียง (Benchmarking) เพื่อการตัดสินใจและบริหารยุทธศาสตร์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้แนวทางเก็บข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีด้านการบริหารจัดการที่มีพร้อมนำมาใช้งาน [W1, W3, O5]

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง		จุดอ่อน	
	จุดแข็ง	SW - Strengths	จุดอ่อน	W - Weaknesses
ปัจจัยภายนอก	S1. ทิศทางยุทธศาสตร์องค์กร (+4) S2. ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง (+4) S3. โครงสร้างองค์กร (+2) S4. ความปลอดภัยและความเสี่ยง (+4) S5. ความร่วมมือในอุตสาหกรรมการบิน (+4) S6. ความสามารถพิเศษ (+5) S7. การส่งเสริมงานวิจัยและนวัตกรรม (+3) S8. การตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐ (+4)	S9. นโยบายและแนวทางกำกับดูแลที่ดี (+4) S10. นโยบายด้านภูมิสังคมได้ส่วนใหญ่มาก (+4) S11. ลูกค้าผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ (+5) S12. คู่และระบบอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่อง (+3) S13. บุคลากรในบริการมีความชำนาญ และบริการใกล้ชิด (+4) S14. มีบริการหลังการขาย (+3) S15. บริการเที่ยวบินได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO9001:2015 S16. มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	W1. การวิเคราะห์ข้อมูล (-3) W2. การพัฒนาความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ (-2) W3. การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลเข้าใช้งาน (-4) W4. การจัดกระบวนการวัดผลและแผนงานใช้งาน W5. การบริการพัฒนาความสามารถของพนักงานและฝ่ายจัดการ (-4) W6. สถานการณ์เงินและต้นทุนขององค์กร (-5)	W7. การตลาดผ่านช่องทาง Website อยู่ในช่วงเริ่มต้น W8. ต้นทุนค่าแรงและค่าใช้จ่ายในการผลิตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (-3) W9. กิจกรรมบริหารความเสี่ยงยังต้องบริการเกี่ยวเนื่องในแง่ผลตอบรับของรายได้อื่น W10. ขาดระบบการจัดทำ Marketing Data Analysis
อุปสรรค (T - Threats) และ ความท้าทาย (C - Challenges)	ST - ใช้ความเข้มแข็งภายในหลักเสี่ยงปัญหา/อุปสรรคภายนอก (กลุ่มยุทธศาสตร์กลยุทธ์เชิงภาพ หรือ คงที่)		WT - ลดจุดอ่อนภายใน และหลีกเลี่ยงปัญหา/อุปสรรคภายนอก (กลุ่มยุทธศาสตร์กลยุทธ์เชิงรับ หรือ ดัดแปลง)	
T1. ปัจจัยอันตรายทางการเมือง (-5) T2. การจัดการของระบบต้องอิงบุคคล T3. บริบททางการเมืองที่เปลี่ยนแปลง (-5) T4. ความล้มเหลวของปริมาณจราจรทางอากาศ (-5) T5. วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ของโลก (-5) T6. ความคาดหวังของผู้ให้บริการ (-4) T7. ความร่วมมือของหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบิน (-4) T8. เทคโนโลยีในปัจจุบันก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ T9. พฤติกรรมและการรับรู้ของกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ T10. คู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดเดียวกันอย่างรวดเร็วมากขึ้น T11. อำนาจการต่อรองของสหประชาชาติที่มีมากขึ้น T12. ผู้ประกอบการได้รับใบอนุญาตประเภท ๓ เข้ามาร่วมแข่งขัน	ST1. รองรับวิกฤตการณ์ สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน รวมถึงรักษาระดับมาตรฐานและความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องในการให้บริการ โดยบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างทันทั่วทั้งที่มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง การจัดทำแผนสำรอง แผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน การบริหารความเสี่ยงเชิงรุกอย่างเป็นระบบ และใช้ความสามารถและเชี่ยวชาญของบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีและบริการจราจรทางอากาศ รวมถึงนวัตกรรมในการจัดการความยากลำบากให้มีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพการจราจรทางอากาศ และสร้างโอกาสทางธุรกิจ แสวงหารายได้นอกเหนือจากการหลัก เพื่อบรรเทาผลกระทบให้องค์กรอยู่รอด พร้อมรองรับเมื่อสถานการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติ และสามารถข้ามผ่านวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ไปได้อย่างยั่งยืน [S2, S4, S6, S9, T1, T5]		WT1. บริหารสภาพคล่อง ลดต้นทุนการให้บริการการปฏิบัติงาน ควบคุมค่าใช้จ่ายและต้นทุนขององค์กร พิจารณาคงทุนการดำเนินงาน การการลงทุนด้านการบริการ ความคุ้มค่าในการลงทุน ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคตอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม ตลอดจนบริหารและสร้างรายได้นอกเหนือจากการหลัก เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถข้ามผ่านวิกฤตการณ์ไปได้อย่างยั่งยืน [X1, X2, T4, T7] WT2. ผลักดันองค์กร เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และผูกพันต่อองค์กร รวมทั้งสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่พนักงาน (Employee Experience) เพื่อสร้างแรงจูงใจ และพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทั้งภายในและภายนอก [X4, T3, T7]	

ST: ใช้ความเข้มแข็งภายในหลักเสี่ยงปัญหา/อุปสรรคภายนอก (กลุ่มยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ เสถียรภาพ หรือ คงที่)

ST1. รองรับวิกฤตการณ์ สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน รวมถึงรักษาระดับมาตรฐานและความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องในการให้บริการ โดยบริหาร/จัดการความเสี่ยงอย่างทันทั่วทั้งที่มีประสิทธิภาพและต่อเนื่องการจัดให้มีแผนสำรอง แผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน การบริหารความเสี่ยงเชิงรุกอย่างเป็นระบบ และใช้ความสามารถและเชี่ยวชาญของบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีและบริการจราจรทางอากาศ รวมถึงนวัตกรรม ในการจัดวางมาตรการและจัดให้มีเทคโนโลยี/เครื่องมือบริหารความคล่องตัวจราจรทางอากาศ และสร้างโอกาสทางธุรกิจ แสวงหารายได้ นอกเหนือจากการหลัก เพื่อบรรเทาผลกระทบให้องค์กรอยู่รอด พร้อมรองรับเมื่อสถานการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติ และสามารถข้ามผ่านวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ไปได้อย่างยั่งยืน

[S2, S4, S6, S9, T1, T5]

ST2. พัฒนาระบบบริหารความปลอดภัยและมาตรฐานการปฏิบัติงาน/การให้บริการการเดินอากาศอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ รวมทั้งการสร้างความพร้อมด้านการรักษาความปลอดภัยทางการบิน การผลักดันการแก้ไขกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ผ่านการกำหนดทิศทางและวางแผนที่ชัดเจน และความสามารถพิเศษขององค์กร เพื่อควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการบริการการเดินอากาศ รวมทั้งการจัดการปัจจัยอันตรายทางการเมืองและความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ

[S1, S4, S6, T1, T5, T7]

ST3. พัฒนาการให้บริการตามแผนการเดินทางอากาศสากล/ภูมิภาค โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย ความสามารถในการรองรับ ประสิทธิภาพทางการบิน ผลกระทบสิ่งแวดล้อม และความคุ้มค่า การลงทุน โดยอาศัยความน่าเชื่อถือ อันดับเครดิต ศักยภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการ การเดินทางขององค์กร [S3, [S6, T2, T4, T7]

WT : ลดจุดอ่อนภายใน และหลีกเลี่ยงปัญหา/อุปสรรคภายนอก (กลุ่มยุทธศาสตร์/กลยุทธ์เชิงรับ หรือ ตัดทอน)

WT1. บริหารสภาพคล่อง ลดต้นทุนการให้บริการ/การปฏิบัติงาน ควบคุมค่าใช้จ่ายและต้นทุนขององค์กร พิจารณาต้นทุนการดำเนินการ ภาระการลงทุนด้านการให้บริการ ความคุ้มค่าในการลงทุน ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม ตลอดจนบริหารและสร้างรายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถข้ามผ่านวิกฤตการณ์ไปได้อย่างยั่งยืน [W3, W5, T4, T5]

WT2. ผลักดันองค์กร เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และผูกพัน ต่อองค์กร รวมทั้งสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่พนักงาน (Employee Experience) เพื่อสร้างแรงจูงใจ และพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและให้บริการ ที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทั้งภายในและภายนอก [W4, T3, T6]

๒.๗/ การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ถูกใช้อย่างแพร่หลาย เรียกว่า Five Forces Model ซึ่งเป็นการวิเคราะห์แรงกดดันทั้ง ๕ ที่มีผลต่อสถานะแวดล้อมในการแข่งขัน โดย Michael E. Porter นักวิชาการด้านยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์ ที่มีชื่อเสียงชาวอังกฤษ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังนี้

การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrance)

Business Threats

- การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ทางด้านบริการการเดินทางอากาศมีความเป็นไปได้ต่ำเนื่องจาก บพท. เป็นหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลให้ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการการเดินทางหนึ่งเดียวของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน และมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ รวมถึงมีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่างๆ และบุคลากรที่มีความชำนาญ มีความสามารถที่หลากหลาย ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศไว้อย่างต่อเนื่องที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน จึงทำให้ได้เปรียบคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาในอนาคต
- คู่แข่งในปัจจุบันของ บพท. คือ บมจ. สามารถ คอร์ปอเรชั่น เนื่องจาก SAMART มีการลงทุนในหลายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล ซึ่งสามารถแข่งขันในตลาดที่คล้ายกันได้ อย่างไรก็ตาม SAMART มีศักยภาพ

ในการลงทุนสูง เนื่องจากบริษัทมีความสามารถในการระดมทุนจากทั้งตลาดทุนและการขยายธุรกิจไปสู่การลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ จึงเป็นคู่แข่งที่ท้าทายสำหรับ บวท.

- ศักยภาพในการพัฒนาของคู่แข่ง/คู่เทียบของบริการเกี่ยวเนื่อง
- การเข้าสู่ธุรกิจการบินและระบบการสื่อสารทางการบินต้องใช้ทุนและเทคโนโลยีสูง นอกจากนี้ยังมีการควบคุมที่เข้มงวดจากหน่วยงานภาครัฐ มีข้อจำกัดในการแข่งขันจากบริษัทเอกชนในบางด้าน และมาตรฐานความปลอดภัยที่สูง ทำให้ผู้ประกอบการใหม่ไม่สามารถเข้ามาในตลาดได้ง่าย ๆ การที่ บวท. เป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจที่มีอำนาจในการจัดการเรื่องเหล่านี้ช่วยลดภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่

Non Business Threats

- ค่าครองชีพในปัจจุบันที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ประชาชนมีค่าใช้จ่าย และหนี้สินครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น ผลต่อเศรษฐกิจในภาพรวม ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง
- ภัยพิบัติ และภัยธรรมชาติที่ส่งผลให้โครงสร้างและระบบโครงสร้างพื้นฐานของท่าอากาศยานเสียหาย

อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Power of Customer)

- ด้านบริการการเดินทางอากาศลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองต่ำเนื่องจาก บวท. เป็นผู้ให้บริการการเดินทางเพียงรายเดียวของประเทศไทย ลูกค้าหลักของ บวท. คือหน่วยงานงานภาครัฐ และบริษัทสายการบินต่างๆ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มักจะมีความต้องการที่ค่อนข้างเฉพาะเจาะจงและไม่สามารถเลือกผู้ให้บริการได้มากนักในอุตสาหกรรมการบิน ดังนั้นอำนาจต่อรองของลูกค้าจึงต่ำกว่าอุตสาหกรรมอื่นๆ
- ด้านบริการเกี่ยวเนื่องลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองปานกลาง เนื่องจากมีคู่แข่งในบางประเภทของบริการเกี่ยวเนื่อง ในส่วนของบริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร สำหรับกลุ่มลูกค้าธุรกิจพลังงานปิโตรเลียม สำหรับในส่วนของโครงการงานผลิตรับทำจะเป็นการเสนอราคา ซึ่งขึ้นอยู่กับปริมาณของลูกค้าเป็นหลัก
- เทคโนโลยีที่ บวท. ใช้ในการควบคุมการจราจรทางอากาศมีความเฉพาะเจาะจงและต้องการความเชี่ยวชาญสูง สายการบินและหน่วยงานอื่นๆ จึงไม่สามารถเปลี่ยนผู้ให้บริการได้ง่าย และต้องพึ่งพาความสามารถของบวท. ในการให้บริการที่มีความปลอดภัยสูง ดังนั้น อำนาจต่อรองของลูกค้าจึงลดลง

การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threats of Substitutes)

- ด้านบริการการเดินทางอากาศ การหาสินค้าหรือบริการทดแทนได้ยากเนื่องจาก บวท. ยังเป็นผู้ให้บริการรายเดียวของประเทศไทย และยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาทดแทน
- ในด้านบริการเกี่ยวเนื่องมีคู่แข่งคู่เทียบ ในบริการเกี่ยวเนื่องบางประเภท ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่าในการให้บริการ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น

- การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานของระบบขนส่งของประเทศ เช่น สร้างรถไฟความเร็วสูงข้ามภูมิภาคทั่วประเทศเป็นตัวเลือกการเดินทางที่อาจส่งผลให้การคมนาคมทางอากาศลดลง
- การพัฒนาถนนช่วยเพิ่มความสะดวกในการเดินทางด้วยรถส่วนตัวหรือรถบัสให้ดีขึ้น แต่ยังคงมีข้อจำกัดบางประการ เนื่องจากการเดินทางอาจใช้เวลานานในช่วงเวลาที่มีการจราจรหนาแน่นหรือเกิดปัญหาความล่าช้าอื่นๆ ที่ทำให้การเดินทางไม่สะดวกอย่างที่ควรจะเป็น จึงทำให้การเดินทางทางอากาศจึงเป็นทางเลือกที่สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น แม้จะมีต้นทุนที่สูงกว่า แต่การประหยัดเวลาอาจคุ้มค่างับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น
- ทางด้านการบิน เทคโนโลยีและระบบที่ บพท. ใช้ในการควบคุมการจราจรทางอากาศมีความเฉพาะเจาะจงสูง ซึ่งไม่สามารถทดแทนได้ง่าย ด้วยเทคโนโลยีหรือบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตามการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ อาจเป็นภัยคุกคามในระยะยาวที่อาจทำให้บริการที่ บพท. ให้บริการอยู่ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงได้
- การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ในอุตสาหกรรมการบินอาจนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถทดแทนการควบคุมการจราจรทางอากาศแบบเดิมของ บพท. ได้เช่นระบบการบินด้วยโดรน (Drone Technology) หรือการใช้ระบบควบคุมการจราจรทางอากาศสำหรับอากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aircraft System Traffic Management: UTM) ซึ่งสามารถช่วยลดความจำเป็นในการใช้บุคลากรของ บพท. ในการควบคุมการจราจร

อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

- กรมอุตุนิยมวิทยา (อต.) เป็นผู้ส่งข่าวอากาศให้กับ บพท. ซึ่งคุณภาพ และประสิทธิภาพในการส่งข่าวอากาศ เกี่ยวพันกับความทันสมัยของเทคโนโลยีด้านข่าวอากาศของ อต. อาทิ การใช้เทคโนโลยีในการเก็บข้อมูล การคาดการณ์สภาพอากาศที่แม่นยำ และการส่งข้อมูลที่รวดเร็วและทันเวลา
- บมจ. ท่าอากาศยานไทย และกรมท่าอากาศยาน บมจ. การบินกรุงเทพ ซึ่งมีสนามบินในความรับผิดชอบอยู่ทั่วประเทศ และเป็นผู้ดูแลระบบบริหารจัดการสนามบิน พื้นผิวทางวิ่ง การซ่อมบำรุงทางวิ่ง ซึ่งแผนซ่อมบำรุง และดูแลรักษาด้านกายภาพของสนามบิน จะมีผลต่อศักยภาพในการให้บริการของ บพท.
- การบริหารการใช้ห้วงอากาศในการใช้พื้นที่การฝึกทางทหาร ที่ต้องความอนุเคราะห์จากกองทัพอากาศ (ทอ.) ส่งผลต่อขีดความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ และการจัดทำเส้นทางการบิน
- การทำงานร่วมกันของหน่วยงานด้านการบินที่ขาดการทำงานอย่างบูรณาการ
- การคุกคามทางอ้อมจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้นมีผลกระทบโดยตรงต่อราคาตัวเครื่องบิน เนื่องจากน้ำมันเครื่องบินเป็นต้นทุนหลักที่สายการบินต้องจ่ายในการดำเนินการบิน สายการบินจะต้อง

ปรับราคาตัวเครื่องบินให้สูงขึ้นเพื่อชดเชยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นนี้ ส่งผลให้การคมนาคมทางอากาศลดลง และกลายเป็นทางเลือกที่มีต้นทุนสูงขึ้นสำหรับผู้โดยสาร

- บริการเที่ยวเห่เนื่องมีความจำเป็นต้องจัดหาอุปกรณ์บางรายการจากซัพพลายเออร์ให้กับลูกค้า ทำให้มีต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น

คู่แข่งที่เป็นภัยมากที่สุด (Industry Rivalry)

- บมจ. สามารถ คอร์ปอเรชั่น มีศักยภาพสูงในการลงทุน และเป็นคู่แข่งของ บวท. ในอนาคต สำหรับบริการธุรกิจเห่เนื่อง บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) ของบริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร และ SITA เป็นคู่แข่งในการให้บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน (AOC)
- เห่เนื่องจาก บวท. เป็นองค์กรของภาครัฐที่มีบทบาทสำคัญในการดูแลความปลอดภัยในการบินในประเทศไทย ดังนั้น อุตสาหกรรมการควบคุมการจราจรทางอากาศจึงมีการควบคุมและข้อบังคับที่เข้มงวดจากหน่วยงานรัฐ

โดยรวมแล้ว บวท. มีการแข่งขันต่ำในหลายปัจจัยเห่เนื่องจากความเป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจที่มีการควบคุมจากภาครัฐและมีข้อจำกัดในการแข่งขันจากบริษัทเอกชนในบางด้านการเข้ามาของผู้แข่งขันใหม่หรือภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทนยังมีจำกัด ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันต่อคู่แข่ง/คู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ ตาม (SWOT Analysis) และความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ในข้างต้น จะเห็นได้ว่า บวท. มีจุดแข็งหลายด้านประกอบกับมีโอกาสใหม่ๆ ที่เข้ามา ดังนั้นการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการ จึงควรกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก (Aggressive Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้ โดยนำโอกาสต่างๆ มาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ โดยมีรายละเอียดของแผนการบริหารจัดการในบทที่ ๕

บทที่ ๓

ทิศทาง และเป้าหมายของยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

วิสัยทัศน์องค์กร (Vision)

“เป็นองค์กรที่ให้บริการการเดินทางอากาศด้วยคุณภาพสูงสุดอย่างยั่งยืน
เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค”

พันธกิจ (Mission)

“เป็นผู้ให้บริการการเดินทางอากาศของประเทศที่ตอบสนองความต้องการของผู้ให้บริการด้วยความปลอดภัย เป็นมาตรฐาน และมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค และสร้างประโยชน์ให้แก่กิจการบิน”

๓.๑ วัตถุประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

จากวัตถุประสงค์ในประเด็นยุทธศาสตร์ SO5: มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กร และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อมุ่งไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง สามารถถ่ายโยงมาเป็นวัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ได้ดังนี้

- ๑) เพื่อให้องค์กรมีแนวทางและแผนการดำเนินการในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับการกำกับดูแลขององค์กร กลยุทธ์ และการบริหารจัดการภายในองค์กร
- ๒) เพื่อนำข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการมาปรับปรุงการให้บริการหรือกระบวนการให้บริการ และการแก้ไขปรับปรุงความไม่พึงพอใจของผู้ให้บริการ เพื่อให้ลูกค้ากล่าวถึงในทางที่ดี และใช้เป็นปัจจัยนำเข้าในการจัดทำแผนบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการในปีถัดไป
- ๓) เพื่อยกระดับคะแนนความพึงพอใจให้เพิ่มสูงขึ้นและเกิดเป็นความผูกพันกับองค์กร
- ๔) เพื่อให้การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าทุกรายส่งผลต่อการสร้างความยั่งยืนของกิจการอย่างแท้จริง

๓.๒ เป้าหมายการดำเนินการ

จาก AEROTHAI's Strategic Positioning “เป็นผู้ให้บริการการเดินทางอากาศหลักของประเทศ มีความสามารถในการรองรับของระบบการบินของประเทศสอดคล้องตามเป้าหมายแผนแม่บททางอากาศ และการเดินทางแห่งชาติ มีการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการการเดินทางอากาศ มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในพื้นที่และรูปแบบการให้บริการมีความสามารถตรงตามตำแหน่งงาน และพัฒนา

คุณภาพการบริหารจัดการองค์กรตามระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนมีการบริหาร ต้นทุนองค์กรอย่างคุ้มค่าสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ เพิ่มเติมนอกเหนือจากภารกิจหลัก เพื่อ ความยั่งยืนขององค์กร โดยแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการมีเป้าหมายในการดำเนินการ ดังนี้

- ๑) ยกระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพร้อมจัดการกับความไม่พึงพอใจและ ข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องภายในระยะเวลา ๕ ปี
- ๒) มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจนเกิดความผูกพัน
- ๓) สามารถดูแลและใส่ใจลูกค้าตลอดระยะเวลาการให้บริการ
- ๔) สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที
- ๕) สามารถรักษาคูณภาพและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๓.๓ การจำแนกลูกค้าและตลาด

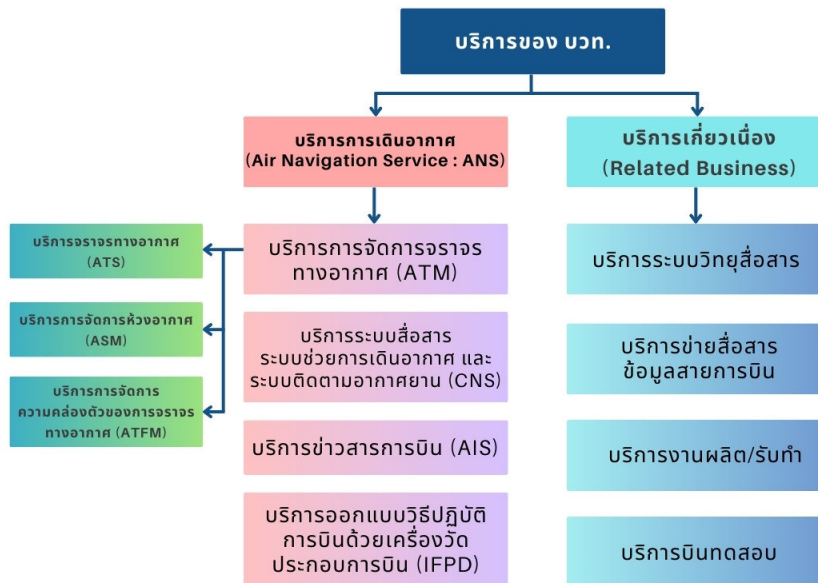
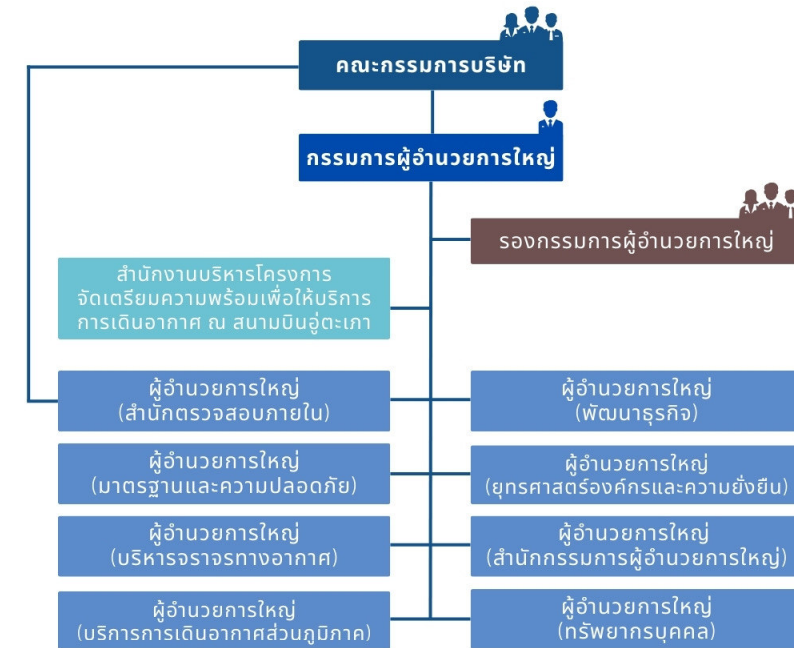
การผลักดันให้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการสามารถดำเนินการได้ ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ บวท. จำเป็นต้องมีการกำหนดตลาดและกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินการที่ชัดเจน โดยบวท. มีการทบทวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและผู้ให้บริการเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาจากปัจจัย ต่างๆ มาวิเคราะห์เพื่อแบ่งกลุ่มลูกค้า ได้แก่ การแบ่งกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดจากผลิตภัณฑ์และ บริการของ บวท. สัดส่วนรายได้ในปีที่ผ่านมา สถิติปริมาณเที่ยวบิน ลักษณะการให้บริการ ตัวแปรด้าน พฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Base Segmentation) โดยมีวัตถุประสงค์ในการจำแนกลูกค้าและ ส่วนตลาด ดังนี้

๑. เพื่อช่วยให้ บวท. สามารถตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าแต่ละ กลุ่มทั้งกลุ่มลูกค้าปัจจุบันและอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๒. เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การวางแผนธุรกิจและแผนการดำเนินงานด้านการตลาด การบริหารความสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย
๓. เพื่อช่วยให้มุ่งเน้นทำการตลาดให้ได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย
๔. สามารถเข้าใจกลุ่มลูกค้าในแต่ละกลุ่ม สามารถกำหนดแผนส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้น ยอดขายในการเข้าถึงลูกค้าได้เป็นอย่างดี
๕. สามารถเข้าถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่มีความสนใจผลิตภัณฑ์และบริการ

(๑) **โครงสร้างองค์กรของ บวท. ในปัจจุบัน** สามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดตามผลิตภัณฑ์ และบริการ ได้ดังนี้

ภาพที่ ๕ โครงสร้างองค์กรด้านลูกค้าตามความรับผิดชอบของหน่วยงานของ บวท.

โครงสร้างองค์กรด้านลูกค้าตามความรับผิดชอบของหน่วยงานของ บวท.



จากบริการของ บวท. ในปัจจุบันสามารถแบ่งส่วนตลาดได้เป็น ๒ ส่วนหลัก ได้แก่

๑. บริการการเดินอากาศ ประกอบด้วย

๑.๑ บริการการจัดการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Management: ATM) ซึ่งมีบริการย่อยประกอบด้วย บริการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Services: ATS), บริการจัดการห้วงอากาศ (Airspace Management: ASM) บริการการจัดการความคล่องตัวของการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Flow Management: ATFM)

๑.๒ บริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน (Communication, Navigation, Surveillance: CNS)

๑.๓ บริการข่าวสารการบิน (Aeronautical Information Services: AIS)

๑.๔ บริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design: IFPD)

๒. บริการเกี่ยวเนื่อง ประกอบด้วย

๒.๑ บริการระบบวิทยุสื่อสาร

๒.๒ บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน

๒.๓ บริการงานผลิต/รับทำ

๒.๔ บริการบินทดสอบ

(๒) สัดส่วนรายได้แบ่งตามประเภทบริการของ บวท.

ภาพที่ ๖ สัดส่วนรายได้แบ่งตามประเภทบริการของ บวท.



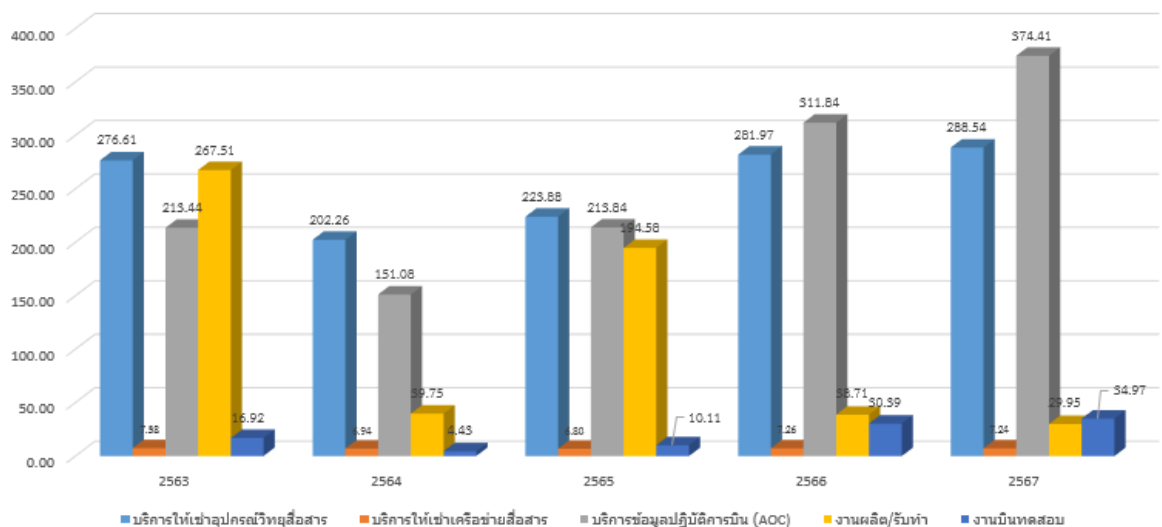
ที่มา : รายงานประจำปีของ บวท. ประจำปี ๒๕๖๓

จากรายงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ บวท. มีรายได้รวมทั้งสิ้น จำนวน ๑๑,๓๔๑.๔๒ ล้านบาท โดยรายได้หลักที่สำคัญของ บวท. คือ รายได้ค่าบริการควบคุมจราจรทางอากาศ จำนวน ๑๐,๔๔๘.๙๐ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๙๒.๕ ของรายได้รวม รายได้จากการให้บริการเกี่ยวเนื่อง จำนวน ๓/๓๕.๑๑ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๖.๕ ของรายได้รวม ซึ่งประกอบด้วยรายได้ ค่าเช่า ค่าบำรุงรักษา อุปกรณ์ ค่าบริการข้อมูลการบิน และรายได้จากงานที่รับทำ นอกจากนี้มีรายได้อื่น ๆ จำนวน ๑๑๖.๔๑ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๑

นอกจากนี้ แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ยังนำไปใช้ในการบริหารจัดการลูกค้าในกลุ่มผู้ให้บริการเกี่ยวเนื่อง ซึ่งรายได้จากการให้บริการในปีงบประมาณ ๒๕๖๖ และ ๒๕๖๗ สำหรับบริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร ได้แก่ Trunked Radio, Conventional Radio, Air to Ground Radio, AFTN Terminal ถือเป็นกลุ่มที่ทำรายได้รองลงมาจากบริการธุรกิจเกี่ยวเนื่องในการทำการตลาดและการหาลูกค้าแต่เพียงผู้เดียว ได้แก่ บริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร เช่น Trunked Radio, Air to Ground Radio, AFTN Terminal โดยเป็นบริการที่ บวท. ได้ดำเนินการทางตลาดและพิจารณา ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ คือ สายการบิน ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกับที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ให้บริการ ดังภาพที่ ๓

ภาพที่ ๓/ รายได้จากการดำเนินงานของสายงานพัฒนาธุรกิจในปีงบประมาณ ๒๕๖๓ – ๒๕๖๓/

หน่วย : ล้านบาท



ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าบริการการบินอากาศ และกลุ่มลูกค้าบริการเกี่ยวเนื่อง ในส่วนของการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประจำปี โดยจะนำผลสำรวจที่ได้มาประมวลผล วิเคราะห์ และคัดกรองความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า และนำข้อมูลดังกล่าวมาสื่อสารให้กับหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ และนำมาจัดทำแผนงาน/โครงการต่างๆ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผลของการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

(๓) สถิติปริมาณเที่ยวบินในภาพรวม ๖ เดือนแรกของปีงบประมาณ ๒๕๖๔ (ตุลาคม ๒๕๖๓ – มีนาคม ๒๕๖๔)

ภาพที่ ๔ สรุปปริมาณเที่ยวบินสะสม ตุลาคม ๒๕๖๓ – มีนาคม ๒๕๖๔

ตารางสรุปปริมาณเที่ยวบินทั้งหมดที่ให้บริการใน BKK FIR

ปริมาณเที่ยวบิน ใน BKK FIR	2562		2563		2564		2565		2566		2567		2568 (6 เดือน)	
	รวม	เฉลี่ย/วัน	รวม	เฉลี่ย/วัน	รวม	เฉลี่ย/วัน	รวม	เฉลี่ย/วัน	รวม	เฉลี่ย/วัน	รวม	เฉลี่ย/วัน	รวม	เฉลี่ย/วัน
ประเภทเที่ยวบิน (Flight Type)														
ระหว่างประเทศ	510,451	1,398	252,760	691	67,063	184	135,178	370	326,400	894	426,185	1,164	244,550	1,344
ภายในประเทศ	427,255	1,171	301,708	824	210,705	577	269,587	739	318,681	873	317,016	866	174,383	958
ผ่านน่านฟ้า	108,035	296	62,437	171	30,288	83	45,948	126	73,174	200	93,316	255	55,188	303
ประเภทการบิน (Type of flight)														
S: Schedule	877,252	2,403	483,612	1,321	201,372	552	330,027	904	592,075	1,622	707,119	1,932	401,378	2,205
N: Non-Schedule	22,855	63	20,464	56	19,623	54	27,708	76	28,663	79	31,513	86	20,119	111
G: General	89,694	246	53,352	146	35,089	96	37,313	102	40,119	110	37,537	103	20,922	115
M: Military	39,703	109	41,747	114	36,777	101	42,924	118	42,205	116	45,835	125	23,069	127
O: Others	16,237	44	17,730	48	15,195	42	12,741	35	15,193	42	14,513	40	8,633	47
ประเภทกฎการบิน (Flight Rules)														
IFR	936,615	2,566	532,544	1,455	241,700	662	380,626	1,043	644,959	1,767	763,055	2,085	434,653	2,388
VFR(includes Y,Z)	109,126	299	84,361	230	66,356	182	70,087	192	73,296	201	73,462	201	39,468	217
Wtrube														
J: Super Heavy	10,336	28	5,689	16	323	1	2,304	6	6,856	19	6,963	19	4,075	22
H: Heavy	231,652	635	138,279	378	79,312	217	110,802	304	145,633	399	174,164	476	103,185	567
M: Medium	680,109	1,863	384,864	1,052	161,473	442	262,854	720	486,476	1,333	575,234	1,572	324,063	1,781
L: Light	123,644	339	88,073	241	66,948	183	74,753	205	79,280	217	80,156	219	42,798	235
TOTAL	1,045,741	2,865	616,905	1,686	308,056	844	450,713	1,235	718,255	1,968	836,517	2,286	474,121	2,605
	%Change		-41%		%Change		-50%		%Change		45%		59%	
											16%		14%	

ที่มา : รายงานสถิติข้อมูลการจราจรทางอากาศภายใน Bangkok FIR ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ณ เดือนมีนาคม ๒๕๖๔

จากภาพที่ ๔ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มสายการบิน (Schedule Flight) เป็นกลุ่มที่ใช้บริการมากที่สุดของ บวท. และเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้มากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มผู้ให้บริการอื่นๆ

จากการนำปัจจัยด้านต่างๆ มาใช้ในการวิเคราะห์การจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดปัจจุบัน และลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

๓.๓.๑ ผลการจำแนกลูกค้าในปัจจุบัน

บริการการบินอากาศ

บวท. มีระบบ Air Traffic Managemet (ATM System) และระบบ Air Traffic Flow Advisory System (ATFAS) เป็น Big Data ในการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

(Data Collection and Data Analysis) ทำให้ทราบถึงสถิติการบิน ข้อมูลจราจรทางอากาศเพื่อจัดทำ Billing ปริมาณเที่ยวบินแต่ละช่วงเวลา ความหนาแน่นของแต่ละ Sector แต่ละช่วงเวลา Traffic Demand ของผู้ให้บริการแต่ละช่วงเวลา จากการประมวลผลการจำแนกผลิตภัณฑ์/บริการ การแบ่งส่วนตลาด ทำให้ บวท. สามารถจำแนกลูกค้าโดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าที่มีพื้นฐานความต้องการ และมีกระบวนการในการดำเนินงาน ลักษณะการใช้งานที่คล้ายคลึงกัน (Behavioral Base Segmentation) ในการให้บริการการจัดการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Management: ATM) และการให้บริการ ข้อมูลข่าวสารการบิน (Aeronautical Information Service: AIS) โดยจำแนกกลุ่มผู้ให้บริการเป็น ๕ กลุ่ม ดังนี้

๑) การขนส่งทางอากาศเชิงพาณิชย์ (Commercial Air Transport : CAT)

เช่น สายการบินสัญชาติไทย และสายการบินต่างชาติ

๒) อากาศยานที่ทำการบินทั่วไป (General Aviation : GA)

๓) โรงเรียนการบิน

๔) อากาศยานปฏิบัติงานในพื้นที่ (Aerial Work : AW)

๕) อากาศยานภาครัฐ (State Aircraft : SA)

การแบ่งกลุ่มในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการนี้ เพื่อให้ บวท. สามารถจัดทำ แผนบริหารผลลัพธ์และบริหารความสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ให้บริการแต่ละกลุ่ม ได้อย่างครบถ้วน และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดด้านพฤติกรรม ความต้องการ ความคาดหวังของผู้ให้บริการแต่ละกลุ่มได้อย่างละเอียดมากขึ้น

บริการเกี่ยวเนื่อง

การจำแนกลูกค้าของบริการเกี่ยวเนื่อง สายการบินพัฒนาธุรกิจ (พชก.) วิเคราะห์ จากความต้องการและลักษณะธุรกิจที่คล้ายคลึงกันตามประเภทธุรกิจของลูกค้า เพื่อนำมากำหนด โอกาสทางธุรกิจและดำเนินกิจกรรมการตลาดตามแผนธุรกิจประจำปี โดยจะนำรายชื่อลูกค้าปัจจุบัน และผลวิเคราะห์ Voice Of Customer มาศึกษา ทบทวน การจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ของธุรกิจเกี่ยวเนื่องประกอบด้วย ๕ กลุ่ม ดังนี้

๑. สายการบิน

๒. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการการบิน

๓. หน่วยงานที่ให้บริการการเดินทางอากาศ

๔. หน่วยงานภาครัฐ

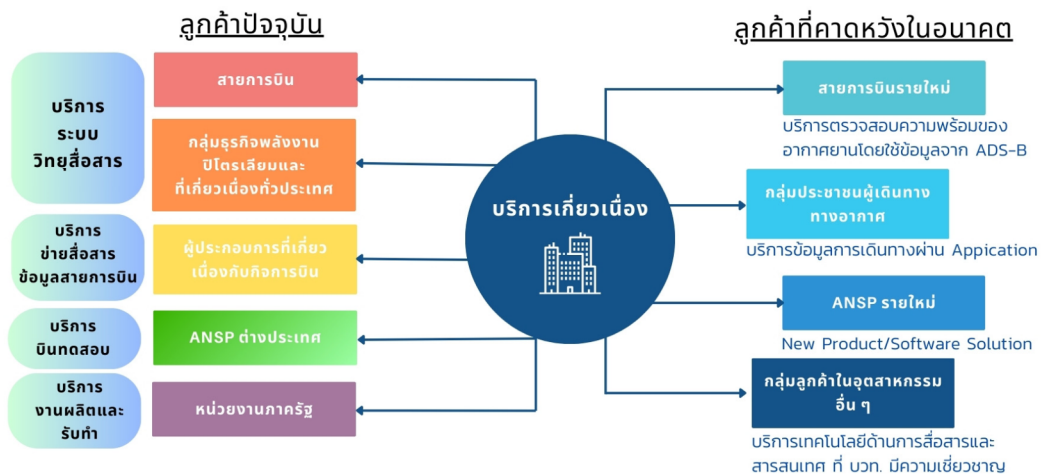
๕. ธุรกิจพลังงานปิโตรเลียมและที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ

ภาพที่ ๙ ผลการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดปี ๒๕๖๙

ลูกค้าปัจจุบัน และ ลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต บริการการเดินทางอากาศ



ลูกค้าปัจจุบัน และ ลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต บริการการเกี่ยวเนื่อง



ดังรายละเอียดสรุปผลการจำแนกกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน และกลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคตในตารางที่ ๑ ทั้งนี้ บวท. ได้จัดทำข้อมูล Customer Segment Profile ของกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันแต่ละกลุ่ม (รายละเอียดตาม ภาคผนวก C ตาราง Customer Segment Profile) (ลูกค้าปัจจุบัน)

ตารางที่ ๑ สรุปผลการจำแนกกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน และกลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
บริการ การบินอากาศ	บริการการจัดการจราจร ทางอากาศ (Air Traffic Management: ATM)	- Air Traffic Services (ATS) - Airspace Management (ASM) - Air Traffic Flow Management (ATFM)	- กลุ่มผู้ใช้บริการหวงอากาศ (Airspace Users) - กลุ่มสายการบิน - อากาศยานที่ทำการบินทั่วไป (GA) - โรงเรียนการบิน - อากาศยานปฏิบัติงานในพื้นที่ - อากาศยานภาครัฐ	บริการ UTM	- กลุ่มอากาศยานไร้คนขับ
	บริการระบบสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน (Communications, Navigation and Surveillance : CNS)	CNS	- กลุ่มผู้ใช้บริการหวงอากาศ (Airspace Users)		
	บริการข่าวสารการบิน (Aeronautical Information Services : AIS)	NOTAM Office Pre-flight Post-Flight	กลุ่มเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก (Flight Operations) ของ สายการบิน	- Flight Information Services	- กลุ่มสายการบิน - กลุ่มอากาศยานปฏิบัติการบินตามกฎหมาย

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
			- อากาศยานที่ทำการบินทั่วไป - โรงเรียนการบิน - อากาศยานปฏิบัติงานในพื้นที่ - อากาศยานภาครัฐ		การบินด้วยทัศนวิสัย (Visual Flight Rule : VFR) - กลุ่มผู้ให้บริการอากาศยานทางทะเล (Seaplane)
บริการ การบินอากาศ	บริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design : IFPD)	Procedure Design	- กลุ่มสายการบิน	IFPD	- กลุ่มผู้ดำเนินงานสนามบิน
บริการเกี่ยวเนื่อง	บริการระบบวิทยุสื่อสาร	Trunked Radio, Conventional Radio	- กลุ่มสายการบิน - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน - กลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียมและที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ	iTAFM	
		AFTN Terminal, Air to Ground Radio	- กลุ่มสายการบิน - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน		

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
บริการเกี่ยวเนื่อง	บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน	AOC	- กลุ่มสายการบิน - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน	- บริการขายสื่อสารข้อมูล AOC - VHF Data Link - FORMAX - AOIP	กลุ่มสายการบินใหม่ ๆ
	บริการงานผลิต/รับทำ		- หน่วยงานภาครัฐ	- พัฒนา Solution และนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหา หรือเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานทางด้านวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการฝึกอบรมต่าง ๆ	- หน่วยงานความมั่นคงในประเทศ - หน่วยงานภายใต้กระทรวงคมนาคม
	บริการบินทดสอบ		- หน่วยงานให้บริการ การเดินอากาศในประเทศ และ (ANSP) (ต่างประเทศ)	- ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอุปกรณ์ - สำเร็จรูป และ/หรือ ซอฟต์แวร์ที่พัฒนาสนับสนุนการปฏิบัติการ หรือจัดทำเป็นโซลูชันให้แก่กลุ่มลูกค้า ANSP รายใหม่	- หน่วยงานด้านสถาบันฝึกอบรมในประเทศ - กลุ่มลูกค้า ANSP รายใหม่
				<u>กลยุทธ์ และช่องทางที่ใช้ :</u> - กลยุทธ์ด้านราคาที่แข่งขันได้กับผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกันที่มีจำหน่ายในตลาด	

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง ในอนาคต
				-เน้นช่องทางการจัดจำหน่ายทาง Digital Marketing รวมถึงการเข้าร่วมจัดงานนิทรรศการ/การประชุมที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก -เปิดช่องทางการสนับสนุนงานขายและหลังการขาย เพื่อการบริการลูกค้าผ่านทางช่องทาง Digital มากกว่าเดิม พร้อมข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย	
บริการเกี่ยวเนื่อง				- พทก. มีแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสารทางอากาศ และประชาชนทั่วไปสำหรับการให้บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเวลาของเที่ยวบิน และการติดตามอากาศยานผ่านทางแอปพลิเคชัน เช่น โครงการ SkyHub ที่จะมี	กลุ่มประชาชนผู้เดินทางทางอากาศ

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
				การเชื่อมโยงสู่ระบบ Smart Airport และ Smart City ในส่วนของ Smart Tourist ที่จะเชื่อมโยงไปสู่ Smart Mobility ในการเดินทางต่อไป	
บริการเกี่ยวเนื่อง				- บริการเกี่ยวเนื่องของ บพท. นอกเหนือจากการให้บริการในกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมการบินแล้ว ปัจจุบันมีกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมพลังงาน ทั้งนี้ อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับ อุตสาหกรรม การบิน ยังเป็นส่วน การตลาด ที่ พกท. มีความมุ่งมั่น ในการพัฒนาธุรกิจที่จะเชื่อมโยง ระบบนิเวศ (Ecosystem) ใน อุตสาหกรรมการบิน เข้ากับ อุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมการขนส่งทางบก ราง และ น้ำ รวมไปถึง อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และ	กลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอื่น ๆ

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง ในอนาคต
				อุตสาหกรรมเกษตร เช่น การใช้อากาศยานไร้คนขับ เพื่อการเกษตร เป็นต้น โดยอาศัย การนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร และสารสนเทศที่ บวท. มีความ เชี่ยวชาญ ไปประยุกต์ใช้งาน ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	

๓.๓.๒ การวิเคราะห์ลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต

บริการการเดินอากาศ

๑. กลุ่มผู้ใช้อากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aerial Vehicle (UAV))

ปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการขนส่งทางอากาศล้าหน้าไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดอุปสงค์ใหม่ ๆ ในอุตสาหกรรมการบินอย่างต่อเนื่อง โดยหลายหน่วยงานได้ให้ความสนใจในการพัฒนาระบบต่าง ๆ ให้เป็นอัตโนมัติมากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมาการพัฒนาของระบบอากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aircraft System: UAS) มีความเสถียรมากขึ้น สามารถตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคได้หลากหลายวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ UAS ที่ถูกพัฒนาในปัจจุบัน ได้แก่ Drone, Remotely Piloted Aircraft System (RPAS) และ Autonomous Passenger Air Vehicle (PAV) เป็นต้น ซึ่งในหลายประเทศเริ่มมีนโยบายให้อากาศยานไร้คนขับใช้น่านฟ้าบางส่วนร่วมกับอากาศยานอื่น ๆ โดยผู้ให้บริการจราจรทางอากาศมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัย และการให้บริการต่าง ๆ ซึ่งประเทศไทยคาดว่าจะมีแนวโน้มเช่นเดียวกัน โดยที่ผ่านมา ผู้ประกอบการยื่นขอใบอนุญาตจาก กพท. เพื่อปฏิบัติอากาศยานไร้คนขับขนาดใหญ่ (150 kg) ในการให้บริการฉีดพ่นสารเคมี และคาดว่าจะในอนาคตจะมีผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ยื่นขอใบอนุญาตมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าในอนาคตของ บพท.

ดังนั้น ในอนาคตอันใกล้ จึงจำเป็นต้องมี Unmanned Aircraft System Traffic Management (UTM) ซึ่งเป็นการบริหารจัดการและให้บริการจราจรทางอากาศที่เพิ่มเติมจากบริบทการบินปัจจุบัน เพื่อบริหารจัดการ UAS ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้อากาศยานไร้คนขับสามารถเข้ามาใช้ห้วงอากาศได้อย่างปลอดภัย โดยไม่รบกวนภารกิจด้านความมั่นคงของประเทศ และไม่รบกวนความเป็นส่วนตัว และสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น

โดยปัจจุบันองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ ได้กำหนดแนวทางมาตรฐานความปลอดภัยในการปฏิบัติการบินของอากาศยานไร้คนขับขึ้น เพื่อให้การปฏิบัติการบินของอากาศยานไร้คนขับและอากาศยานที่มีผู้โดยสารสามารถปฏิบัติการบินร่วมกัน ได้อย่างปลอดภัย นอกจากนี้แผนยุทธศาสตร์ห้วงอากาศและการเดินอากาศแห่งชาติยังได้กำหนดกลยุทธ์พัฒนาการบริหารจัดการอากาศยานไร้คนขับให้สอดคล้องกับการจัดการจราจรทางอากาศ

ดังนั้น บพท. จึงได้จัดทำโครงการพัฒนาการให้บริการจราจรทางอากาศสำหรับอากาศยานไร้คนขับ (UTM) Bangkok Control Zone) โดยในระยะเวลาดำเนินการช่วงที่ ๑ เป็นการพัฒนาระบบที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งคำขอเพื่ออนุญาตการขึ้นบินของ Drone บริเวณพื้นที่ 35 NM หรือรัศมี ๖๕ กิโลเมตร จากสนามบินดอนเมือง โดยเปิดตัวเมื่อวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๖๕ โดยร่วมกับ กพท. และ กสทช. พร้อมทั้งวางแผนพัฒนา/บูรณาการระบบอนุญาตการใช้ห้วงอากาศของ Drone ให้เชื่อมโยงกับระบบบริหารห้วงอากาศภายใต้ศูนย์บริหารจัดการห้วงอากาศ และได้ก่อตั้งศูนย์ประสานระบบจัดการจราจรทางอากาศสำหรับอากาศยานไร้คนขับ (UTM Coordination Center: UCC)

เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ ปัจจุบัน บวท. อยู่ระหว่างการดำเนินการในระยะที่ ๒ คือ ขยายการให้บริการ UTM และการเชื่อมต่อบนระบบ AeroSky กับระบบ UTM ของ กพท. และการจัดทำ ศึกษาเส้นทางบินสำหรับ UAM/AAM

๒. กลุ่มผู้ใช้บริการ Flight Information Center (FIC) ผู้ทำการบิน โดยใช้กฎการบินด้วย ทัศนวิสัย (Visual Flight Rule (VFR)) ในพื้นที่ห้วงอากาศที่ไม่ควบคุม (Uncontrolled Airspace)

จากสถิติของประเทศไทย ประมาณการเที่ยวบิน General Aviation (GA) ประมาณ ๒๐๐ เที่ยวบินต่อวัน (ช่วงโควิด-๑๙ ประมาณ ๑๕๐ เที่ยวบิน/วัน) และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบัน บวท. ให้บริการ Flight Information Service (FIS) ในพื้นที่ควบคุมจราจรทางอากาศ (Controlled Airspace) ณ ห้วงสนามบิน และเส้นทางบิน ยกเว้นในเขต Uncontrolled Airspace เช่น พื้นที่ Outside Controlled Airspace ใน Bangkok Flight Information Region (BKK FIR) คือพื้นที่นอกเหนือ Controlled Airspace พื้นที่ขึ้นลงชั่วคราวที่ กพท. กำหนด สนามบินทหาร ภายใต้ความรับผิดชอบของ ทหารอากาศ และพื้นที่ยกเว้น คือ พื้นที่ Prohibited, Danger, Restricted and Caution Areas (PDRs) ซึ่งเป็นยกเว้น รวมถึงพื้นที่ Thailand Air Defense Identification Zone (TADIZ) ตาม AIP Thailand GEN 3.3 ตามประกาศใน AIP ได้ระบุวิธีปฏิบัติให้อากาศยานที่ทำการบินแบบ VFR/IFR Outside Controlled Airspace ติดต่อแสดงตนกับหน่วยงานทหาร ที่ความถี่ 127.0 MHz หรือ 331.3 MHz ซึ่งไม่ใช่เพื่อการให้บริการจราจรทางอากาศ

ทั้งนี้ ตามข้อกำหนดของ ICAO และ AIP Thailand การให้บริการจราจรทางอากาศ ใน Airspace Class F and Class G อากาศยานที่ทำการบิน Instrument Flight Rule (IFR) และ VFR ต้องได้รับการ FIS (if requested)

ดังนั้น เพื่อให้บริการด้านจราจรทางอากาศเกิดความปลอดภัยและมั่นคง เป็นไปตาม มาตรฐาน ต่อเนื่องตลอดทุกช่วงการบิน มุ่งเน้นการให้บริการข้อมูล การบินแก่อากาศยานที่ทำการบิน ใน Airspace Class G ความสูง 3,000–20,000 Feet ระหว่าง เวลา ๐๖.๓๐–๑๘.๓๐ น. เพื่อให้ ผู้ปฏิบัติการบินได้รับข้อมูล FIS ตามที่ ICAO กำหนดใน ANNEX 11 และ DOC 4444 Chapter 9 (Flight Information Service and Alerting Service) และตามเอกสาร MOS-ATS ที่ กพท. กำหนด ช่วยลดภาระ การให้บริการ FIS ของ Air Traffic Control Officer (ATCO) ช่วยให้การบริการจราจรทางอากาศ ตอบสนองต่อการเจริญเติบโตของ GA และ Areal Work ในประเทศไทย โดย บวท. จะดำเนินการ รวบรวมสารสนเทศลูกค้าและวางแผนการบริหารความสัมพันธ์ในส่วนของลูกค้าในอนาคตเพิ่มเติม ต่อไป

๓. กลุ่มผู้ดำเนินการสนามบินที่ขึ้น-ลงชั่วคราว/สนามบินส่วนบุคคล

ปัจจุบันจำนวนสนามบินส่วนบุคคล หรือสนามบินที่ขึ้น-ลง ชั่วคราว มีแนวโน้ม เพิ่มขึ้น ทำให้ บวท. จำเป็นต้องมีการจัดสรรทรัพยากรบุคคลในการบริหารจัดการ เช่น การพิจารณาตำแหน่งที่ตั้งของสนามบิน สภาพแวดล้อมของห้วงอากาศในปัจจุบัน ผลกระทบ

ด้านความปลอดภัยในการใช้ห้วงอากาศ และการให้บริการจราจรทางอากาศ พร้อมทั้งพิจารณาถึงบริการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และจัดทำข้อตกลง วิธีปฏิบัติในการให้บริการ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานและ ความปลอดภัยในการให้บริการของ บวท. ดังนั้น คณะอนุกรรมการมาตรฐานและความปลอดภัยบริการการบินอากาศ (อมป.) จึงได้มีการพิจารณาประเด็นดังกล่าว และมีการสั่งการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการจัดทำชุดข้อมูลบริการของ บวท. และกำหนดกระบวนการรองรับการเกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ ANS หรือผู้ดำเนินการสนามบินที่ขึ้น-ลงชั่วคราวใหม่ เพื่อให้การให้บริการ/การปฏิบัติงานร่วมกับหน่วยงานใหม่ ดังกล่าว เป็นไปตามกรอบมาตรฐานและความปลอดภัย และเป็นโอกาสทางธุรกิจในการจัดเก็บค่าบริการในอนาคต

๔. กลุ่มผู้ดำเนินงานสนามบิน

ปัจจุบัน บวท. เป็นผู้ให้บริการการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design: IFPD) โดยกลุ่มผู้ให้บริการในปัจจุบันคือ สายการบิน ทั้งนี้ ตามกฎกระทรวง การขอและการออกใบอนุญาตจัดตั้งสนามบิน พ.ศ. ๒๕๖๑ ราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ ๑๘ เมษายน ๒๕๖๑ หมวด ๑ สนามบินสาธารณะ ข้อ ๔ (๖) แผนแม่บทสนามบินสาธารณะ (ง) ผู้ดำเนินงานสนามบินจะต้องจัดให้มีรายการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบิน ในพื้นที่ที่ขออนุญาตจัดตั้งและบริเวณใกล้เคียง ซึ่งการการออกแบบ Procedure Design ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบิน จึงมีความจำเป็นที่สนามบินสาธารณะจะต้องจัดให้มี เพื่อให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดในการบินเข้า-ออก สนามบิน และ บวท. เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการเรื่องดังกล่าวมาอย่างยาวนาน ดังนั้น กลุ่มสนามบินสาธารณะจึงนับเป็นกลุ่มลูกค้าในอนาคตที่สำคัญอีกหนึ่งกลุ่ม

๕. ผู้ให้บริการอากาศยานทางทะเล (Seaplane)

การให้บริการ Seaplane เป็นหนึ่งในบริการขนส่งรูปแบบใหม่ที่จะมีส่วนช่วยยกระดับเพิ่มมูลค่าให้กับภาคบริการด้านการท่องเที่ยว เพิ่มฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพสูง และเป็นการดำเนินการเพื่อส่งเสริมนโยบายรัฐบาล และกระทรวงคมนาคม ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศที่พร้อมรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เชื่อมโยงเส้นทางขนส่งและการท่องเที่ยว รวมทั้งนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม นายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ ในการเปิดประตูการค้า การท่องเที่ยว สร้างการเป็น Aviation Hub เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางในทุกมิติ

ปัจจุบัน กพท. ได้มีการจัดทำแนวทางการขับเคลื่อนการบินน้ำ (Seaplane) ภายใต้นโยบายของรัฐบาลและกระทรวงคมนาคม และจะมีการนำข้อมูลไปจัดทำแผนและสร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการภาคเอกชน มีแนวโน้มให้ความสนใจการดำเนินธุรกิจการให้บริการสนามบินน้ำ (Water Aerodrome) และ อากาศยานทางทะเล (Seaplane) โดยเน้นพื้นที่เกี่ยวเนื่องแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เช่น เมืองพัทยา จ.ชลบุรี และจังหวัดในภาคตะวันออก (ระยอง จันทบุรี และตราด)

เกาะพีพี จ.ภูเก็ต อ่าวนาง จ.กระบี่ เกาะหลัก จ.พังงา เกาะหลีเป๊ะ จ.สตูล ซึ่งมีพื้นที่ครอบคลุมทั้งชายฝั่งทะเลอันดามัน และชายฝั่งอ่าวไทย

โดย บวท. มีความพร้อมในการให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศสำหรับอากาศยานทางทะเล (Seaplane) ตามที่ผู้ประกอบการภาคเอกชนประสงค์ที่จะเปิดให้บริการในทุกพื้นที่ทางทะเล โดยมีรูปแบบแนวทางการให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศรองรับการปฏิบัติการบินด้วยกฎการบินด้วยทัศนวิสัย หรือ Visual Flight Rule (VFR) ซึ่งเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบในการให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศของ บวท. ที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ห้วงอากาศ หลังจากอากาศยานบินขึ้นจากพื้นน้ำไปจนกระทั่งก่อนที่อากาศยานจะร่อนลงสู่พื้นน้ำ รวมถึงการให้บริการในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินด้วยสำหรับการบินออกนอกห้วงอากาศควบคุม (Outside Controlled Airspace) การปฏิบัติการบินจะเป็นไปตามกฎการบิน Visual Flight Rule (VFR) ซึ่งอากาศยาน Seaplane จะต้องรับผิดชอบตนเองในการทำการบิน โดยนำทางจากการสังเกตจากภูมิประเทศ หรือนำร่องด้วยดาวเทียม (GPS) ด้วยตนเองไปจนกระทั่งถึงจุดหมายปลายทาง หรือจนกระทั่งจะเข้าสู่พื้นที่ห้วงอากาศควบคุมอีกครั้ง

ทั้งนี้ บวท. ได้ดำเนินการออกแบบและจัดทำเส้นทางการบิน เพื่อรองรับการปฏิบัติการบินของอากาศยานทางทะเล (Seaplane) เชื่อมต่อพื้นที่ขึ้น-ลงชั่วคราว บนน้ำ/สนามบินน้ำ กับสนามบินที่ บวท. ให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศอยู่ และในอนาคตอาจมีการออกแบบเส้นทางบินเข้า/ออก มาตรฐาน สำหรับอากาศยานปฏิบัติการบินด้วยกฎการบินทัศนวิสัย (Standard VFR Departure/Arrival Route)

บริการเกี่ยวเนื่อง

สายงานพัฒนาธุรกิจของ บวท. มีแผนงานที่จะขยายตลาดที่คาดว่าจะก่อให้เกิดรายได้ในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายใน สร้างนวัตกรรมและยกระดับการดำเนินงาน เพื่อขยายผลงานนวัตกรรมไปสู่การให้บริการในเชิงพาณิชย์ อาทิ E-Roster System, Movement Area Management System : MAMS, Automatic Portable Signal Light Gun, Drone Flight Inspection เป็นต้น พร้อมมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีและ Advanced Analytics มาใช้ในการพัฒนาและใช้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ บวท. ในการบริหารจัดการจราจรทางอากาศการขยายธุรกิจและขยายช่องทางการตลาด เพื่อมุ่งเน้นลูกค้าและเพิ่มรายได้และโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจ และให้บริการ Airport Solution ภายในสนามบิน และการให้บริการระบบตรวจสอบและคัดกรองผู้โดยสารล่วงหน้า (Advance Passenger Processing System: APPS) กับสนามบิน ในการกำกับดูแลของ บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), กรมท่าอากาศยาน, บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และสนามบินในต่างประเทศ รวมถึงโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ Telematic Solutions ให้กับลูกค้าในส่วนผู้ให้บริการภาคพื้น (Ground Operations) ประจำสนามบิน ต่าง ๆ สามารถติดตามและบริหาร Asset ที่มีอยู่ในบริเวณ ลานจอด ลดการสูญหาย รวมทั้งให้การบริการมีประสิทธิภาพสูงขึ้น นอกจากนี้ ได้มีการศึกษาที่จะนำเทคโนโลยี Broadband Mission Critical Push To Talk : BBMCPTT

มาให้บริการเพิ่มเติม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดสินค้าทดแทนระบบวิทยุสื่อสาร Digital Trunked ในอนาคตอันใกล้

๑. กลุ่มลูกค้า ANSP รายใหม่ เน้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นอุปกรณ์สำเร็จรูป และ/หรือ ซอฟต์แวร์ที่พัฒนามาสนับสนุนการปฏิบัติการ หรือจัดทำเป็นโซลูชันให้แก่กลุ่มลูกค้า ANSP รายใหม่

๒. กลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการบิน เป็นส่วนการตลาดที่ พทก. มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจที่จะเชื่อมโยงระบบนิเวศ (Ecosystem) ในอุตสาหกรรมการบินเข้ากับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมการขนส่งทางบก ราง และ น้ำ รวมถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการเกษตร เช่น การใช้อากาศยานไร้คนขับเพื่อการเกษตร เป็นต้น โดยอาศัยการนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศที่ บวท. มีความเชี่ยวชาญนำมาประยุกต์ใช้งานในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๓. กลุ่มประชาชนผู้เดินทาง พทก. มีแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสารทางอากาศ และประชาชนทั่วไป สำหรับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเวลาของเที่ยวบิน และการติดตามอากาศยานผ่าน Application เช่น โครงการ SkyHub ที่จะมีการเชื่อมโยงสู่ระบบ Smart Airport และ Smart City ในส่วนของ Smart Tourist ที่จะเชื่อมโยงไปสู่ Smart Mobility ในการเดินทางต่อไป

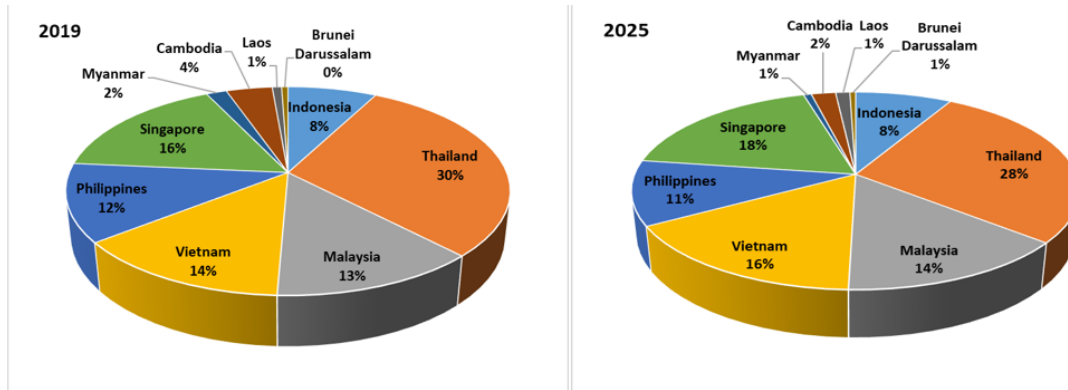
๔. กลุ่มสายการบินใหม่ ๆ บวท. ได้รับอนุญาตให้จัดตั้ง Monitoring Agency for Asia Region (MAAR) จาก Asia/Pacific Air Navigation Planning and Implementation Regional Group (APANPIRG) ทำหน้าที่ประเมินด้านความปลอดภัยโดยการตรวจสอบความพร้อมของอากาศยานที่ทำการบินในเขตพื้นที่ Reduced Vertical Separation Minimum (RVSM) โดยจะมีการพัฒนาธุรกิจผ่านช่องทาง Online เพื่อการให้บริการตรวจสอบโดยใช้ข้อมูล ADS-B ที่จะช่วยขยายขอบเขตในการให้บริการได้มากยิ่งขึ้น

๓.๓.๓ การวิเคราะห์คู่แข่ง/คู่เทียบ

ในปี ค.ศ. ๒๐๒๕ จากการสอบถามประเทศในกลุ่ม ASEAN คาดว่าจะมีประเทศที่มีปริมาณเที่ยวบิน เข้า/ออก ASEAN สูงสุด ๕ อันดับแรก ได้แก่

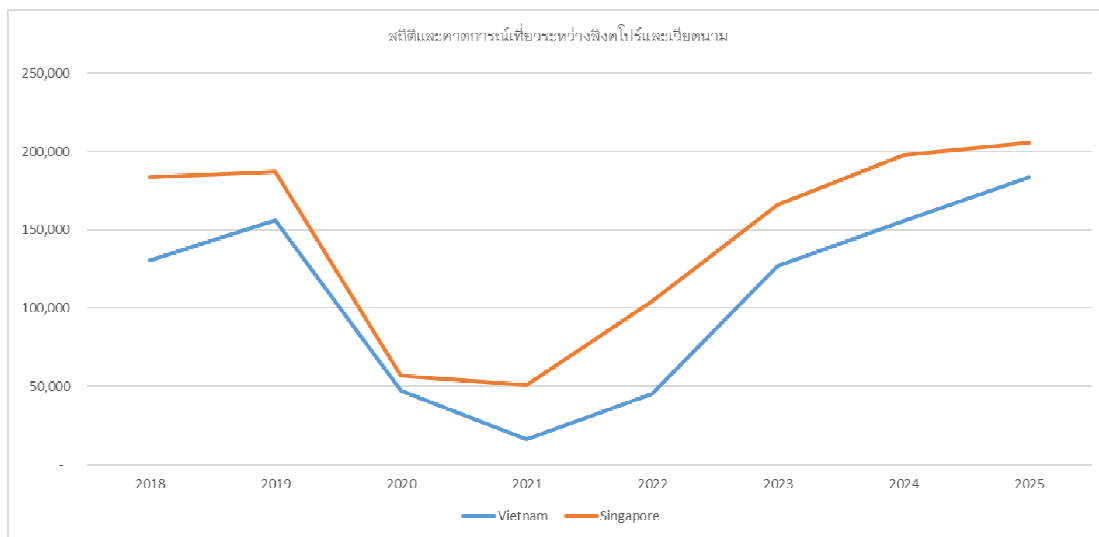
๑. ประเทศไทย ๓๑๔,๓๕๕ คิดเป็น ๒๔%
๒. ประเทศสิงคโปร์ ๒๐๕,๙๖๖ คิดเป็น ๑๘%
๓. ประเทศเวียดนาม ๑๘๓,๕๐๑ คิดเป็น ๑๖%
๔. ประเทศมาเลเซีย ๑๖๒,๔๓๑ คิดเป็น ๑๔%
๕. ประเทศฟิลิปปินส์ ๑๑๙,๘๓๒ คิดเป็น ๑๑%

ภาพที่ ๑๐ แผนภาพแสดงสัดส่วนการบินเข้า/ออกนอกกลุ่ม ASEAN International
ระหว่างปี ๒๐๑๙ และ ๒๐๒๕



ทั้งนี้ จากการพิจารณาข้อมูลส่วนแบ่งทางการตลาดของปี ๒๐๑๙ และ ๒๐๒๕ พบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งในขณะประเทศในกลุ่มอาเซียน อาทิ สิงคโปร์ เวียดนาม มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่ใกล้เคียงกัน โดยในปี ๒๐๒๕ สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-๑๙ เริ่มคลี่คลาย ปริมาณการจราจรทางอากาศค่อย ๆ เพิ่มขึ้นตามลำดับ จากกราฟจะเห็นได้ว่าประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีการฟื้นตัวภายหลังจากการแพร่ระบาดได้อย่างดี โดยมีสัดส่วนการตลาดเพิ่มขึ้น ๒% จากปี ๒๐๑๙ ในขณะที่ประเทศอื่น ๆ มีส่วนแบ่งการตลาดที่ยังคงใกล้เคียงกัน และประเทศไทยยังคงครองครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด แต่ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี ๒๐๑๙

ภาพที่ ๑๑ สถิติและคาดการณ์เที่ยวบินระหว่างสิงคโปร์และเวียดนาม



ทั้งนี้ จากข้อมูลสถิติปริมาณเที่ยวบินเข้า/ออก ASEAN พบว่า สิงคโปร์ยังคงรักษาสถานะเป็นคู่แข่งและคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในด้านการบินพาณิชย์ ด้วยความได้เปรียบทางยุทธศาสตร์และการลงทุนอย่างต่อเนื่อง สิงคโปร์สามารถฟื้นฟูปริมาณเที่ยวบินได้อย่างรวดเร็วหลังสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย ส่งผลให้มีการเติบโตของเที่ยวบินเข้า-ออกในภูมิภาคอาเซียนอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งท่าอากาศยานนานาชาติของสิงคโปร์ได้รับการยอมรับในระดับโลกด้วยมาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศและโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย ทำให้เป็นศูนย์กลางการเดินทางที่สำคัญ

ถึงแม้ว่าสิงคโปร์ยังคงเป็นคู่แข่งหลัก แต่ในระยะหลังเวียดนามกำลังกลายเป็นประเทศที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง ด้วยอัตราการเพิ่มขึ้นของเที่ยวบินที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด จนมีระดับใกล้เคียงกับสิงคโปร์ ปัจจัยสำคัญมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เข้มแข็งของรัฐบาล คาดการณ์ว่าในระยะเวลาอันใกล้ เวียดนามอาจก้าวขึ้นมาเป็นปริมาณเที่ยวบินที่สูงกว่าสิงคโปร์ และกลายเป็นคู่แข่งหลักของประเทศไทยในด้านการเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาถึงท่าอากาศยานนานาชาติหลักอย่างเดินเซินญี๊ต ของนครโฮจิมินห์ ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับปริมาณผู้โดยสาร

ในภาพรวม สถานการณ์การแข่งขันด้านการบินในภูมิภาคอาเซียนกำลังเข้มข้นขึ้น โดยมีทั้งสิงคโปร์ที่ยังคงรักษาความแข็งแกร่ง และเวียดนามที่กำลังก้าวขึ้นมาเป็นคู่แข่งรายใหม่ที่น่าจับตามอง ซึ่ง บวท. จำเป็นต้องมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์และลงทุนในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษา/พัฒนาระดับศักยภาพการให้บริการการเดินทางอากาศ ให้มีความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ เพื่อผลักดันประเทศในการเป็นศูนย์กลางการบินที่สำคัญของภูมิภาค (รายละเอียดตามภาคผนวก D สรุปปริมาณเที่ยวบินในอาเซียน ปี ๒๐๑๙ - ๒๐๒๕)

บริการการเดินทางอากาศ

คู่แข่ง

- SAMART (Cambodia Air Traffic Services Co., Ltd.) ซึ่งมีศักยภาพในการลงทุนสูง และมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยี ซึ่งปัจจุบันให้บริการจราจรทางอากาศ ณ กรุงเทพมหานคร ประเทศกัมพูชา
- ผู้ให้บริการบริหารจัดการจราจรทางอากาศสำหรับอากาศยานไร้คนขับในอนาคต (Unmanned Aircraft System Traffic Management: UTM) เนื่องด้วยในปัจจุบันอยู่ระหว่างการขยายพื้นที่นำร่องในการใช้งานระบบ OpenSky ซึ่งมีหน่วยงานทั้งภายในประเทศและต่างประเทศที่มีความสนใจเข้ามาเป็นผู้ให้บริการ UTM ในประเทศไทย
- บริษัท Synergize ซึ่งเป็นผู้ให้บริการด้าน AIS ของ กพท. ที่ในอนาคตจะมีบทบาทในการดำเนินงานด้าน AIS ของประเทศไทย

คู่แข่ง

Civil Aviation Authority of Singapore (CAAS) นับเป็นหน่วยงาน ANSP ที่มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่องและมีการบูรณาการทั้งระบบ

ภาพที่ ๑๒ คู่แข่ง/คู่แข่ง และคู่แข่งในอนาคตของ บวท. สำหรับบริการการเดินอากาศ

(๑) ลำดับในการแข่งขัน					(๒) การเปลี่ยนแปลงด้านการแข่งขัน		ความเชื่อมโยง กับผลลัพธ์
คู่แข่ง/ คู่แข่ง	ประเภทบริการ/ ผลิตภัณฑ์	ขนาด อุตสาหกรรม	อัตราการเติบโต ต่อปี (%)	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	โอกาสสำหรับ การสร้างนวัตกรรม	ความร่วมมือ	
คู่แข่ง/คู่แข่ง ทางตรง							
คู่แข่ง: Civil Aviation Authority of Singapore (CAAS)	ปริมาณเที่ยวบิน เป็นส่วน ร้อยละ ๙ ของอาเซียน	เติบโต ร้อยละ ๓	- การพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และ บูรณาการทั้งระบบ	-	- ทุกหน่วยงานด้าน การบิน ภายในประเทศ - หน่วยงานด้านการ บินระดับ นานาชาติ	NA	
คู่แข่ง: Department of Civil Aviation Malaysia	ปริมาณเที่ยวบิน เป็นส่วน ร้อยละ ๑๕ ของอาเซียน	เติบโต ร้อยละ ๔	-	-	-	NA	
คู่แข่งในอนาคต							
คู่แข่ง: SAMART (Cambodia Air Traffic Services Co., Ltd.)	ปัจจุบันให้บริการ จราจรทางอากาศ ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา	-	- ศักยภาพในการลงทุนของ SAMART ในขณะที่ ที่สัญญาจะระหว่าง บวท. กับรัฐบาล โดย กระทรวงคมนาคม จะสิ้นสุดในปี พ.ศ. ๒๕๖๔	- การพัฒนาระบบตามแนวทาง/ ความต้องการของ บวท. ได้ - สร้างแรงจูงใจ ด้วยค่าตอบแทน สำหรับบุคลากรที่มีคุณภาพ	-	NA	

หมายเหตุ: คู่แข่ง: หากพิจารณาว่าข้อมูลเป็นลักษณะการแบ่งสัดส่วนตลาด ในรูปแบบปริมาณเที่ยวบินเข้า-ออกในกลุ่มประเทศอาเซียน และมองเชิงการแข่งขัน เพื่อแย่งส่วนตลาดกับประเทศในกลุ่มอาเซียน ทั้งนี้ มีข้อสังเกตว่า ปัจจัยการเพิ่มลดของเที่ยวบินไม่ได้ขึ้นอยู่กับบริการการเดินอากาศแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ต้องพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือความรับผิดชอบของ บวท. ด้วย ซึ่งหากมองในเชิงกลยุทธ์และกำหนดให้มีคู่แข่ง บวท. อาจมีข้อจำกัดในการผลักดันให้เกิดการแข่งขันได้โดยสมบูรณ์ เนื่องจากต้องอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

คู่แข่ง: หากพิจารณาว่าข้อมูลปริมาณเที่ยวบินเป็นลักษณะปัจจัยที่สำคัญเพียงปัจจัยหนึ่ง เพื่อใช้พิจารณาวิเคราะห์ เพื่อเทียบเคียงการให้บริการการเดินอากาศในกลุ่มประเทศอาเซียน ว่ามีปริมาณเที่ยวบินมากน้อยแตกต่างกันอย่างไร และใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงการดำเนินงาน โดยไม่ได้มองว่าเป็นเชิงการแข่งขันเพื่อแย่งชิง/แบ่งส่วนตลาดกับประเทศในกลุ่มอาเซียน

ที่มา: สรุปผลการทบทวนการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด ปี ๒๕๖๔

บริการเกี่ยวเนื่อง

(๑) บริการเช่าอุปกรณ์สื่อสารระบบ Trunked Radio และ Conventional Radio สำหรับส่วนตลาดกลุ่มธุรกิจการบินและเกี่ยวเนื่อง

คู่แข่ง/คู่แข่ง

- บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) (NT) เป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมแบบที่สาม ไม่จำกัดกลุ่มไม่จำกัดพื้นที่จาก กสทช. สามารถขายต่อ/ขายส่งบริการโทรคมนาคมได้ โดยให้บริษัทเครือข่ายทำการตลาด เจาะกลุ่มผู้ใช้บริการที่ต้องการสินค้าราคาถูกระบบวิทยุสื่อสารมี Coverage Area มากกว่า (เขตชุมชนหลักทั่วประเทศ) แต่ระบบวิทยุสื่อสารมีประสิทธิภาพและเสถียรภาพต่ำ สัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ในสนามบิน ไม่มีสำนักงานในพื้นที่สนามบิน ไม่มีบริการหลังการขาย ๒๔ ชั่วโมง ไม่มี Onsite Service ปัจจุบันมีสัดส่วนการตลาดอยู่ที่ร้อยละ ๕ ส่วนตลาดที่เหลืออีกร้อยละ ๙๕ เป็นของ บวท.

(๒) บริการเช่าอุปกรณ์สื่อสารระบบ Trunked Radio และ Conventional Radio สำหรับ
ส่วนตลาดกลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียมและเกี่ยวเนื่อง

คู่แข่ง/คู่เทียบ

- บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) (NT) เป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมแบบที่สาม ไม่จำกัดกลุ่มไม่จำกัดพื้นที่จาก กสทช. สามารถขายต่อ/ขายส่งบริการโทรคมนาคมได้ โดยให้บริษัทเครือข่ายทำการตลาด จึงสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าได้มากกว่า มีบริการหลังการขาย ๒๔ ชั่วโมง มีบริการ Onsite Service ตั้งราคาขายถูกกว่า บวท. จึงได้เปรียบกรณีที่มีการแข่งขันราคา แต่ระบบวิทยุสื่อสารมีประสิทธิภาพและเสถียรภาพต่ำ (ต่ำกว่าของ บวท.) ระบบวิทยุสื่อสารมี Coverage Area มากกว่า (เขตชุมชนหลักทั่วประเทศ) ปัจจุบันมีสัดส่วนการตลาด อยู่ที่ร้อยละ ๖๐ ส่วนตลาดที่เหลืออีกร้อยละ ๔๐ เป็นของ บวท.

ทั้งนี้ การวิเคราะห์คู่แข่ง/คู่เทียบ ถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์และให้เห็นถึงภาพรวมและสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม สภาพการแข่งขัน และจำนวนคู่แข่งในการตลาด

๓.๓.๔ การจัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
และลูกค้า

ปัจจุบัน บวท. ได้เริ่มใช้งานระบบฐานข้อมูลมาตั้งแต่ปี ๒๕๖๓ เพื่อมุ่งเน้นในการจัดเก็บความรู้ และการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในรูปแบบดิจิทัลเพื่อใช้ในการสนับสนุนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ทั้งนี้ ได้ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลในการวางแผนทางพัฒนาระบบบริหารข้อมูลเพื่อสนับสนุนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างครบถ้วน

ทั้งนี้ ข้อมูลสารสนเทศที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูลประกอบด้วยข้อมูล ดังต่อไปนี้

- รายละเอียดหน่วยงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ลูกค้า และผู้ใช้บริการขององค์กรที่ผ่านมา ประกอบด้วย ประวัติผู้บริหาร ความต้องการ/ความคาดหวัง
- แผนบริหารความสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการประจำปี รวมถึงผลการดำเนินการ และตัวชี้วัดกิจกรรม
- แผนปรับปรุงการให้บริการ
- นโยบาย กฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง บันทึกข้อตกลงฯ
- รายงานผลสำรวจความพึงพอใจ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการ
- รายงานประจำปี
- รายงานประชุมของกิจกรรมที่เกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการ

ภาพที่ ๑๓ ภาพระบบฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ



๓.๓.๕ การสื่อสารข้อมูลด้านลูกค้าให้กับบุคลากรภายในองค์กร

(๑) กองพัฒนาและบริหารการจัดการเรียนรู้ (พก.พส.) มีการจัดการองค์ความรู้ในองค์กร เพื่อให้ความรู้ในด้านต่างๆ และพัฒนาความสามารถหลักของบุคลากร (Employee Core Competency :CC) ภายในองค์กร โดยมุ่งเน้นการฝึกอบรมที่เป็นความสามารถหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ทั้ง ๔ ด้าน ขององค์กร คือ High Service (บริการเด่น), High Professional (เป็นมืออาชีพ), High Efficiency (เน้นประสิทธิภาพ) และ High Value (สร้างคุณค่านำการแข่งขัน) โดยได้บรรจุหัวข้อการฝึกอบรมเรื่องลูกค้าไว้ในด้าน High Value ในหมวด “ความสามารถด้านลูกค้า” เพื่อใช้สำหรับการฝึกอบรมพนักงานในทุกระดับตำแหน่ง ให้มีความรู้และความเข้าใจในการบริหารจัดการลูกค้าขององค์กร

(๒) จัดทำหนังสือแจ้งหน่วยงานภายในให้รับทราบผลการจำแนกลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต เพื่อนำข้อมูลการจำแนกลูกค้าไปประกอบการดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการ/แผนบริหารความสัมพันธ์/แผนการตลาด ให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

(๓) นำเสนอผลการจำแนกกลุ่มลูกค้า และแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ให้กับสายงานปฏิบัติการ (Front Line) ได้รับทราบ

บทที่ ๔

โครงสร้างยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ

๔.๑ โครงสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ

จากประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ ของแผนวิสาหกิจ เป้าหมายวิสัยทัศน์ “พัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง” กรอบการดำเนินงานที่สำคัญ KPA11 : Corporate Performance : มีผลการประเมินผลองค์กรในระดับดีเยี่ยม มีวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO 5: มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อมุ่งไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง ตัวชี้วัดผลการดำเนินการ : KPI 5.2: การดำเนินการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ได้ถ่ายทอดมาเป็นแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ระยะสั้น

“ยกระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พร้อมจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง”

ประเด็นยุทธศาสตร์ระยะยาว

“เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ใช้บริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล”

(๒) วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ

“ มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าและผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม”

(๓) กลยุทธ์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ

กลยุทธ์สำหรับประเด็นยุทธศาสตร์ระยะสั้น

“สร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอกประเทศกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการ เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินโครงการที่สำคัญของ บพท.”

กลยุทธ์สำหรับประเด็นยุทธศาสตร์ระยะยาว

“ยกระดับการพัฒนาด้านการบินให้เป็นไปตามความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการทุกกลุ่มด้วยการพัฒนา และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้ใช้บริการ”

(๔) รายละเอียดกลยุทธ์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ

จากเป้าหมายการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ใช้บริการ ประกอบกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก รวมถึงข้อมูลจากผลสำรวจความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ

เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของ Customer Engagement ตามยุทธศาสตร์ของ บพท. จำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การยกระดับความพึงพอใจในเชิงรุก เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนกิจกรรมและการดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนด โดยกำหนดแนวกลยุทธ์ (Strategic Theme) ๒ แนวทางเพื่อใช้เป็นกรอบในการพัฒนากลยุทธ์และแผนงานเพื่อการยกระดับความพึงพอใจต่อไป ประกอบด้วย

๑) Efficiency Strategic Theme

เป็นแนวกลยุทธ์ที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนากระบวนการ ขั้นตอน วิธีปฏิบัติ และเครื่องมือในการรับฟังและปรับปรุง เพื่อให้เกิดการพัฒนาการให้บริการ ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ต้องใช้กลยุทธ์ ๓ กลยุทธ์หลักในการพัฒนา ได้แก่

- Design Thinking Strategy คือ กลยุทธ์การออกแบบแนวทางในการรับฟังและการสื่อสารทำความเข้าใจให้เกิดความชัดเจนในเรื่องที่ผู้ใช้บริการต้องการและคาดหวัง รวมถึงการสร้างและยกระดับการสื่อสารผลการดำเนินงานให้เป็นที่จดจำและทั่วถึง

- Service Development Strategy คือ กลยุทธ์การพัฒนาการให้บริการให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยใช้ข้อมูลความต้องการ/ความคาดหวัง มาวิเคราะห์และปรับปรุงอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวัง และยกระดับความพึงพอใจ

- Insight Strategy คือ กลยุทธ์การพัฒนาการได้รับข้อมูลเชิงลึกใหม่ๆ เพื่อสามารถวางแผนพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและถึงขั้นเหนือความคาดหมาย โดยใช้การวิเคราะห์แนวโน้มการดำเนินการของผู้ใช้บริการ การวิเคราะห์ข่าวสารสื่อสังคมออนไลน์ และการสัมภาษณ์/พูดคุยผ่านกิจกรรมต่างๆ

๒) Engaging Strategic Theme

แนวกลยุทธ์ที่มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการยอมรับและการเพิ่มความสัมพันธ์ร่วมกันในการพัฒนาสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายของ บพท. โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความสำเร็จทั้งกับบุคลากรภายในองค์กร (Internal CRM) และผู้ใช้บริการทุกกลุ่มและทุกระดับ ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ต้องใช้กลยุทธ์ ๒ กลยุทธ์หลักในการบริหาร ได้แก่

- Internal Participation Strategy คือ กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับในเป้าหมายการพัฒนาการให้บริการ ซึ่งจะช่วยสร้างแรงขับเคลื่อนการปรับปรุงในทิศทางที่เหมาะสม

- External Participation Strategy คือ กลยุทธ์การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม และทุกระดับ เพื่อให้เกิดการยอมรับและเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการแก้ไขปัญหาที่มีผลต่อความพึงพอใจ

(๕) แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ (รายละเอียดในบทที่ ๕)

- ๑) แผนการสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ
- ๒) แผนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ
- ๓) แผนการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ

(๖) โครงการปี ๒๕๖๙

“ยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการเพื่อสนับสนุน และพัฒนาขีดความสามารถการให้บริการตามเป้าหมายองค์กร”

๔.๒ ตัวชี้วัดของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ

- ๑) ระดับคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ใช้บริการเพิ่มสูงขึ้น
- ๒) ระดับคะแนนความไม่พึงพอใจของลูกค้าและผู้ใช้บริการลดลง
- ๓) สัดส่วนข้อร้องเรียนที่จัดการได้ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ เท่ากับ ๑๐๐%

ความเชื่อมโยงระหว่างแผนวิสาหกิจ กับแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ



๔.๓ เป้าหมายตัวชี้วัดระยะต่างๆ ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ

จากตัวชี้วัดทั้ง ๓ ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ ได้ถูกนำมากำหนดเป็นเป้าหมายตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของแผนวิสาหกิจ S5.1 สร้างและยกระดับความสัมพันธ์/การบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการ ทั้งภายในและภายนอก ประเทศอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยได้กำหนดค่าเป้าหมายไว้ตั้งแต่ปี ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓, ๒๕๗๔ และ ๒๕๘๐ (รายละเอียดตามตารางที่ ๓)

ตารางที่ ๒ เป้าหมายตัวชี้วัดระยะต่างๆ ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

[illegible]

๔.๔ ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Output/Outcome)

ตารางที่ ๓ ผลผลิต (Output)

ปีงบประมาณ	ผลผลิต
๒๕๖๘	มีการนำระบบเทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการรับฟัง และการสนับสนุนลูกค้า
๒๕๖๙	มีระบบการให้บริการโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่รองรับกลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
๒๕๗๐	มีกฎบัตร/นโยบาย มาตรฐานการบริการครบทุกผลิตภัณฑ์และบริการ
๒๕๗๑	มีผลิตภัณฑ์/บริการในรูปแบบดิจิทัล ที่สามารถตอบสนองรูปแบบการใช้งานของผู้ใช้บริการในอนาคต
๒๕๗๒	มีผลิตภัณฑ์และบริการที่รองรับการให้บริการจราจรทางอากาศแก่อากาศยานรูปแบบใหม่ เช่น บริการ UAS Traffic Management (UTM) โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
๒๕๗๓	การให้บริการในรูปแบบ Green ATM เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ในอุตสาหกรรมการบิน

ตารางที่ ๔ ผลลัพธ์ (Outcome)

ปีงบประมาณ	ผลลัพธ์
๒๕๖๘	รายได้ของ บวท. เพิ่มขึ้น
๒๕๖๙	การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลูกค้าทำได้รวดเร็ว มีความแม่นยำ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น
๒๕๗๐	ยกระดับความสามารถในการดำเนินการสู่ระดับสากล และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น
๒๕๗๑	รายได้ของ บวท. เพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์/บริการที่เป็นส่วนต่อขยายจากภารกิจหลัก
๒๕๗๒	บวท. สามารถให้บริการในรูปแบบ Green ATM ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๒๕๗๓	เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการจราจรทางอากาศอย่างต่อเนื่อง ลดระยะทางการบิน ประหยัดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO ₂)

บทที่ ๕

แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

๕.๑ กรอบแนวคิดในการจัดทำแผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

บวท. มีการประมวลผลข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อใช้เป็นปัจจัยนำเข้าในการกำหนดแผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ดังนี้

๑) กรอบการดำเนินงานที่สำคัญตามแผนวิสาหกิจ (ฉบับปีพ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓) ในเรื่อง Customer Engagement ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์กรไปสู่สมรรถนะสูง และแผนงาน/โครงการต่างๆ ตามแผนวิสาหกิจที่ส่งผลให้ระดับคะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น แผนบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการนั้น ต้องสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานขององค์กร

๒) หลักเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงาน (Core Business Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๖) ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง ได้บรรจุเรื่องการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM) ไว้ในด้านที่ ๔ Module 2 การบริหารจัดการลูกค้า เพื่อให้รัฐวิสาหกิจได้ศึกษาและเรียนรู้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงมีการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก่อให้เกิดการบูรณาการเข้ากับการกำกับดูแลขององค์กร

๓) ผลการวิเคราะห์สารสนเทศเสี่ยงของลูกค้าที่รวบรวมจากช่องทางต่างๆ รวมถึงและการดำเนินกิจกรรมร่วมกับผู้ใช้บริการปี ๒๕๖๔ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ได้รับทราบความต้องการ ความคาดหวังที่แท้จริงจากผู้ให้บริการ รวมถึงข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภายนอก และผลของการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทำให้ บวท. ได้รับทราบถึงระดับคุณภาพที่ผู้ใช้บริการได้รับ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประเด็นที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่ม เพื่อนำมาวางแผนการปรับปรุงการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทั่วทั้งองค์กรโดยใช้หลัก Quality Management System (QMS) และเป็นการยกระดับคะแนนความพึงพอใจให้สูงขึ้น

๔) การประมวลผลข้อมูลจากการเข้าพบผู้บริหารในระดับผู้อำนวยการใหญ่ ผู้อำนวยการฝ่าย และผู้อำนวยการกองของฝ่ายปฏิบัติการ และฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับทราบแผนงาน/โครงการ แผนดำเนินการเกี่ยวกับผู้ใช้บริการในปีที่ผ่านมา รวมถึงประเด็นปัญหา/ข้อขัดข้องในเรื่องต่างๆ ความเร่งด่วนในการดำเนินการเพื่อนำมาประกอบการจัดทำแผนการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ

๕) การวิเคราะห์ข้อมูลจาก Business Model Canvas ของ บพท. ปี พ.ศ. ๒๕๖๙ - ๒๕๘๐ ที่มีการนำการจำแนกลูกค้า มากำหนดคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการของ บพท. และสร้างช่องทางที่ใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยคำนึงถึงกระแสรายได้ขององค์กร โครงสร้างต้นทุนและทรัพยากรที่ใช้ มากำหนดเป็นกิจกรรมสำคัญที่จะต้องดำเนินการ พร้อมทั้งกำหนดหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง

๖) บพท. มีการศึกษาข้อมูล และเรียนรู้จากการเทียบเคียงกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมการบิน โดยเข้าร่วมเป็นคณะทำงาน CANSO Global Benchmarking Workgroup ซึ่งมีการเทียบเคียงประสิทธิภาพการบริการผ่านรายงานประสิทธิภาพของ CANSO Global Air Navigation Services ให้ภาพรวมทั่วโลกประจำปีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการเดินอากาศ (ANSP) โดยเปรียบเทียบตัวชี้วัดทางการเงินและผลผลิตที่สำคัญของ ANSPs แนวโน้มประสิทธิภาพทั่วโลกและการระบุช่องว่างต่างๆ รายงานดังกล่าวเป็นพื้นฐานสำหรับการปรับปรุงโดยรวมทำให้ ANSPs ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการสามารถตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูลเรื่องการให้บริการ ประสิทธิภาพและความคุ้มค่า สร้างโอกาสในการเรียนรู้ เป้าหมาย/ทิศทางการให้บริการ โดยการเทียบเคียงกับหน่วยงานสากลในอุตสาหกรรมการบิน ในด้าน Productivity, Cost Effectiveness, Pricing และ Profitability และสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการเทียบเคียงการดำเนินการของ บพท.

ดังนั้น จึงเป็นที่มาในการจัดทำแผนบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการ รวมถึงกิจกรรมภายใต้แผนต่าง ๆ ซึ่งแผนบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของ บพท. เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ให้บริการ และการเตรียมความพร้อมพัฒนาประสิทธิภาพ เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายวิสัยทัศน์อย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการสร้างความสมดุลระหว่างการวางแผนดำเนินการขององค์กรและความต้องการของลูกค้าและเพื่อรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรตลอดไป (CRM & Service Quality Loop) แนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จึงเป็นการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าให้อยู่กับองค์กรระยะยาวและเกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งแนวคิดดังกล่าวจะเกิดผลสำเร็จได้ จำเป็นจะต้องมีการผสานทั้งกลยุทธ์ แผนดำเนินการ การประสานงานทั้งจากสายงานหลักและสายงานสนับสนุน รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีและระบบข้อมูลสารสนเทศในการขับเคลื่อน เพื่อให้การดำเนินการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

๕.๒ แผนระยะสั้น และแผนระยะยาว และเป้าหมายของแผน

แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการแบ่งได้เป็นแผนระยะสั้น และแผนระยะยาว จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการในกลุ่มผู้ให้บริการการเดินอากาศ และกลุ่มผู้ให้บริการเกี่ยวเนื่อง โดยมีกรอบในการจัดทำแผนฯ แบ่งเป็น ๓ ด้าน คือ

(๑) แผนการสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ให้บริการ

(๒) แผนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ

(๓) แผนการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ

โดยมีการกำหนดเป้าหมายของแผนระยะสั้น และแผนระยะยาว ดังนี้

ด้านลูกค้าบริการการเดินทางอากาศ

เป้าหมายของแผนระยะสั้น: มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและผู้ให้บริการ และปรับปรุง/พัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจ ความผูกพัน และหลีกเลี่ยงความไม่พึงพอใจในอนาคต

เป้าหมายของแผนระยะยาว: มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาด้านบริการการเดินทางอากาศให้ตรงกับความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงาน

ด้านลูกค้าบริการเกี่ยวเนื่อง

เป้าหมายของแผนระยะสั้น

- การจัดกิจกรรมบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าตามแผนงานประจำปี เช่น การจัดกิจกรรมกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ การจัดนิทรรศการเพื่อการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และบริการ การแสดงความยินดีในโอกาสครบรอบของหน่วยงานลูกค้า เป็นต้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง บพท. กับผู้ให้บริการ
- กิจกรรมการเดินทางไปพบปะเยี่ยมเยียนผู้ให้บริการ
- การสำรวจความพึงพอใจลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ดียิ่งขึ้น
- พัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการเดินทางอากาศ เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมที่มี และสร้างรายได้ให้เป็นไปตามเป้าหมายตัวชี้วัด โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

เป้าหมายของแผนระยะยาว

- การรักษาฐานลูกค้าไว้ด้วยการรักษาคุณภาพและพัฒนาการให้บริการที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงการขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น
- นำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการทั้งด้านข้อมูล การพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที
- มุ่งมั่นสร้างแบรนด์ “AEROTHAI” ให้เป็นที่จดจำของลูกค้า/คู่ความร่วมมือ โดยเพิ่มช่องทางการสื่อสารและเข้าถึงลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคม เพื่อขยายตลาดและกลุ่มลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการหลากหลายที่สามารถสร้างคุณค่าและความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดีต่อเนื่อง

๕.๓ แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ (แผนระยะสั้น ปี ๒๕๖๙)

๕.๓.๑ แผนการสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ

ในการสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ คือการรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการและนำมาพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เพื่อยกระดับความพึงพอใจผู้ใช้บริการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๕.๓.๑.๑. การสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ การสื่อสารกับผู้มีบทบาทสำคัญต่อเป้าหมายวิสัยทัศน์ของ บวท. “ให้ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มมีความพึงพอใจและผูกพันต่อบริการขององค์กร” เนื่องจากเป็นช่องทางที่จะสามารถสื่อสารแผนปรับปรุงการให้บริการ การแก้ไขประเด็นประสิทธิภาพต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการผ่านกระบวนการสำรวจความพึงพอใจฯ นำเสนอความคิดเห็น แผนงาน/โครงการ ทิศทางการดำเนินงาน วิสัยทัศน์ และรับฟังข้อคิดเห็นจากผู้ใช้บริการ รวมไปถึงการสร้างความร่วมมือในวิธีปฏิบัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ห้วงอากาศ การรองรับปริมาณเที่ยวบินและความปลอดภัยในการปฏิบัติการบิน และเป็นช่องทางในการเผยแพร่เงื่อนไขการให้บริการ และการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องให้กับผู้ใช้บริการได้รับทราบ โดย บวท. ได้นำผลการประเมินช่องทางฯ จากกลุ่มผู้ใช้บริการประจำปีมาบูรณาการข้อมูลและวิเคราะห์ เพื่อทบทวนช่องทางสื่อสารและรับฟังเสียงลูกค้าบริการการเดินทางอากาศ และบริการเกี่ยวเนื่อง โดยมีการจัดกิจกรรมแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังนี้

๑) บริการการเดินทางอากาศ ประกอบไปด้วย บริการจราจรทางอากาศ บริการจัดการความคล่องตัวการจราจรทางอากาศ การจัดการห้วงอากาศ ระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินทางอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน และบริการออกแบบวิธีปฏิบัติด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน โดยมีกิจกรรม ดังนี้

๑.๑ การประชุม Airspace Users-ANSP Meeting จัดเป็นประจำทุกปี

ปีละ ๑ ครั้ง ในช่วงเดือนสิงหาคม

๑.๒ การประชุมความร่วมมือกับโรงเรียนการบิน/บิน VFR จัดเป็นประจำทุกปี

ปีละ ๑ ครั้ง ในช่วงเดือน มิถุนายน

๑.๓ การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทยที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Airline Workshop) จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง

๑.๒ การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทยต้นทุนต่ำ (Low Cost Carrier Airline Workshop) จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง

หมายเหตุ รายละเอียดของกิจกรรมตามแผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๙
สำหรับบริการการเดินทางอากาศ หน้า ๑๑๔

๒) บริการเกี่ยวเนื่อง

๒.๑ การเข้าร่วมประชุม Airspace Users-ANSP Meeting ที่จัดเป็นประจำทุกปี
ปีละ ๑ ครั้ง

๒.๒ การประชุม Aviation Customer Meeting (ACM) ที่ให้บริการขายสื่อสาร
ข้อมูลสายการบิน (AOC) จัดประชุม ๒ ปี/ครั้ง

หมายเหตุ รายละเอียดของกิจกรรม ตามแผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๙ สำหรับบริการ
เกี่ยวเนื่อง หน้า ๑๒๑

ทั้งนี้ เพื่อให้แผนสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และได้รับ
ข้อมูลครบถ้วนจากการสื่อสารกับลูกค้า บวท. จึงจัดให้มีการดำเนินการในการรับฟังลูกค้าในช่องทาง
ต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) การรับฟังลูกค้า

บวท. ดำเนินกระบวนการบริหารสารสนเทศเสียง (Voice Of Customer : VOC) ของ
ผู้ให้บริการโดยรับข้อมูลจากช่องทางสื่อสารและรับฟังต่าง ๆ รวมทั้งศูนย์บริหารจัดการเรื่องร้องเรียน
(ศรร.) เพื่อนำมาดำเนินการประเมินประสิทธิผลของข้อมูลสารสนเทศที่ได้ นำไปใช้เป็นข้อมูลนำเข้า
ในกระบวนการจัดทำแผนบริหารความสัมพันธ์/บริหารผลลัพธ์ และกระบวนการสำรวจความพึงพอใจ/
ความไม่พึงพอใจผู้ให้บริการ (ลูกค้า) และส่งต่อไปยังกระบวนการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปปรับปรุง/
พัฒนาการให้บริการ และนำไปใช้เป็นปัจจัยนำเข้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ และมีแนวปฏิบัติ
ในการรับฟังลูกค้าที่ระบุขอบเขต ขั้นตอนปฏิบัติ และแนวทางการติดตาม สื่อสารให้ผู้เกี่ยวข้อง
เป็นประจำทุกไตรมาส โดยมีช่องทางในการรับฟังกลุ่มลูกค้า ดังนี้

ตารางที่ ๕ แนวปฏิบัติในการรับฟังลูกค้า และตัวชี้วัดของแต่ละช่องทางฯ

ช่องทางการรับฟัง	แนวปฏิบัติ	ตัวชี้วัด
๑. การประชุมสัมมนา	รับฟังข้อคิดเห็นของลูกค้าจากการประชุม และจัดทำแบบประเมินผลหลังการประชุม/ สัมมนา เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของลูกค้า และจัดทำ เป็นรายงานสรุปประเมินผลการประชุม <u>ความถี่</u> : บันทึกข้อมูลหลังจากเสร็จสิ้น กิจกรรมทุกครั้งในระบบรวบรวมข้อมูล สารสนเทศเสียงของลูกค้า	ได้รับข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้าและ ผู้ให้บริการจากการประชุม/ สัมมนา
๒. กิจกรรมบริหาร ความสัมพันธ์	รวบรวมข้อคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม และจัดทำแบบประเมินผลหลังเสร็จกิจกรรม	ได้รับข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้าและ

ช่องทางการรับฟัง	แนวปฏิบัติ	ตัวชี้วัด
	<u>ความถี่</u> : บันทึกข้อมูลหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมทุกครั้งในระบบรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเสียงของลูกค้า	ผู้ให้บริการจากกิจกรรมบริหารความสัมพันธ์
๓. การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า และผู้ให้บริการ	ประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ของลูกค้าและผู้ให้บริการโดยใช้แบบสำรวจฯ โดยทำการสำรวจฯ <u>ความถี่</u> : - ดำเนินการสำรวจฯ เป็นประจำทุกปี และจัดทำเป็นรายงานผลสำรวจฯ นำเสนอผู้บริหาร - ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ การรับรู้ความเข้าใจ ทุกครั้งหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมร่วมกับผู้ให้บริการ และจัดทำเป็นรายงานนำเสนอผู้บริหารต่อไป	ได้รับผลการประเมินระดับคะแนนความพึงพอใจ
๔. การติดต่อหน่วยงาน ที่ให้บริการโดยตรง ผ่านผู้ประสานงาน	รับฟังปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน และพิจารณาความเร่งด่วนของปัญหา เพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาย่างทันท่วงที <u>ความถี่</u> : บันทึกข้อมูลหลังจากให้บริการทุกครั้งในระบบรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเสียงของลูกค้า	ได้รับข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้าและผู้ให้บริการจากการติดต่อโดยตรง <u>หมายเหตุ</u> ประเด็นที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้ในทันที จะนำข้อมูลไปใช้ในการพิจารณาวางแผนเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาดังต่อไป
๕. การสัมภาษณ์เชิงลึก	เลือกกลุ่มเป้าหมาย และจัดทำกรอบคำถามในการสัมภาษณ์ และดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการ ความคาดหวังในเชิงลึกของลูกค้า และจัดทำเป็นรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์ <u>ความถี่</u> : ดำเนินการสำรวจฯ เป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง และจัดทำเป็นรายงานผลสำรวจฯ นำเสนอผู้บริหาร	รายงานสรุปการสัมภาษณ์

ช่องทางการรับฟัง	แนวปฏิบัติ	ตัวชี้วัด
๖. เว็บไซต์ของบพท. (www.aerothai.co.th)	จัดเก็บข้อมูลของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ประเภทของบริการที่ใช้ รวมถึงข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่างๆ และนำมาจัดทำเป็นรายงานสรุปผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือน บริการเกี่ยวเนื่อง: ได้มีการจัดเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้าผ่านช่องทางอีเมล bs@aerothai.co.th ผ่านทาง Website หน่วยธุรกิจ ที่เว็บไซต์ www.aerothai.co.th/business/th <u>ความถี่</u>: บันทึกข้อมูลทุกครั้งที่มีผู้เข้ามาใช้บริการ หรือให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ในระบบรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเสียงของลูกค้า	ตอบสนองความต้องการทางเว็บไซต์ของบพท. เว็บไซต์ระบบบริการ
๗. สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media ได้แก่ Facebook Twitter Instagram Youtube Line Official)	ติดตาม รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการที่ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อซักถาม <u>ความถี่</u>: บันทึกข้อมูลทุกครั้งที่มีผู้เข้ามาใช้บริการ หรือให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ในระบบรวบรวมสารสนเทศเสียงของลูกค้า รายงานสรุปผลการดำเนินงานทุกไตรมาส นำเสนอผู้บริหารระดับสูง	ได้รับข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้าและผู้ให้บริการจากสื่อสังคมออนไลน์ <u>หมายเหตุ</u> ประเด็นที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้ในทันที จะนำข้อมูลไปใช้ในการพิจารณาวางแผนเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาต่อไป
๘. ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน (ศรร.)	จัดการกับเรื่องร้องเรียนตามคู่มือในการปฏิบัติงาน เป้าหมาย ตัวชี้วัด แบ่งแยกประเภทของเรื่องร้องเรียน ผู้รับผิดชอบ และตามกรอบระยะเวลาในการดำเนินการที่กำหนด <u>ความถี่</u>: รายงานผลการดำเนินงานทุกเดือน และจัดทำเป็นรายงานสรุปผลการดำเนินงานทุกไตรมาส นำเสนอผู้บริหารระดับสูง	สัดส่วนของข้อร้องเรียนตามลูกค้าและผู้ให้บริการที่จัดการได้ ๑๐๐%

ช่องทางการรับฟัง	แนวปฏิบัติ	ตัวชี้วัด
๙. Counter Service งานบริการระบบวิทยุสื่อสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตลอด ๒๔ ชม.	รับฟังปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน และพิจารณาความเร่งด่วนของปัญหา เพื่อ ดำเนินการแก้ไขปัญหาย่างทันท่วงที <u>ความถี่</u> : บันทึกข้อมูลหลังจากให้บริการทุก ครั้งในระบบรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเสี่ยง ของลูกค้า	ได้รับข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้าและ ผู้ให้บริการจากการรับเรื่อง

บพท. ได้ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องโครงการตามแผนวิสาหกิจ ปี ๒๕๖๙ - ๒๕๗/๓ ตามกลยุทธ์ที่ ๕.๑.๑ แผนงานการจัดการและยกระดับความสัมพันธ์กับ ผู้ใช้บริการ รวมถึงจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองผู้ใช้ บริการได้ตามความต้องการ และเหนือกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง และเพิ่มความผูกพันให้กับลูกค้า โดยได้ เริ่มใช้งานระบบรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเสี่ยงของลูกค้า (VOC) ในรูปแบบดิจิทัลเพื่อช่วยบริหาร คุณภาพ ตั้งแต่ปีงบประมาณ ๒๕๖๗ เป็นต้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมีระบบเทคโนโลยี มาสนับสนุนการรวบรวม/รับฟังลูกค้าจากทุก Focal Point ทั้งทั้งองค์กร จะส่งผลให้องค์กรได้รับข้อมูล ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าและผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และสามารถตอบสนองได้อย่าง ทันท่วงที และมีแนวทางในการปฏิบัติในการรับฟังลูกค้าในทิศทางเดียวกัน และระบบการวิเคราะห์ ข้อมูลการรับฟังเสียงจากลูกค้า (Voice of Customer : Sentiment Analysis) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ วิเคราะห์ข้อมูลการรับฟังเสียงจากลูกค้า (Voice of Customer : VOC) โดยใช้การประมวลผล ด้วยกรรมวิธีการวัดระดับความพึงพอใจ Sentiment Analysis ประมวลผลภาษาธรรมชาติ (Natural Language Processing : NLP) เพื่อรับทราบระดับของความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ จาก บพท. ในสิ่งที่จะนำมาปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ระบบรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเสี่ยงของลูกค้า (VOC) เป็นการพัฒนา (Web Application) เพื่อช่วยจัดการให้การดำเนินการเรื่องการเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้าอย่างครบถ้วน ทุกช่องทาง ทุกกลุ่มของลูกค้า และเป็นระบบมากขึ้นเพื่อนำมา วิเคราะห์ จัดลำดับความสำคัญ และ สรุปเป็นความต้องการความคาดหวังของลูกค้าได้ครบถ้วน ในทุก มิติ ซึ่งส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพ ในการจัดเก็บ/สืบค้นข้อมูลความต้องการ รวมทั้งลดขั้นตอนการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานและ การบันทึกเชิงสถิติ โดยระบบสามารถให้ Focal Point บันทึกข้อมูลจากทุกที่ ทุกเวลา สามารถแสดงผล ข้อมูลในรูปแบบที่กำหนด (กราฟแสดงสถิติและข้อมูล) บนหน้าระบบ สามารถกรองข้อมูลในมิติต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการเชิงลึกของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และสามารถทำการ Export ข้อมูลแบบฟอร์ม และรายงานสรุปผลสารสนเทศเสี่ยง (กราฟแสดงสถิติและข้อมูล) ในรูปแบบ PDF Excel และ Word ได้

ระบบการวิเคราะห์ข้อมูลการรับฟังเสียงจากลูกค้า (Voice of Customer : Sentiment Analysis) ศึกษาและพัฒนาระบบต้นแบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการ ในลักษณะของปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสร้างอภินิหารคำศัพท์ที่ระบุอารมณ์/ความรู้สึก/ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ได้แสดงออกมาผ่านตัวอักษร/ข้อความที่ปรากฏในแบบสอบถาม โดยจะใช้ข้อมูลผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ บวท. ได้ดำเนินการในปีที่ผ่านมา นำมาประมวลผล โดยใช้ข้อมูลในส่วนของการคิดเห็นอิสระ/ข้อเสนอแนะ (Open Comment) ที่ลูกค้าและผู้ให้บริการมีต่อ บวท. การสร้างอภินิหารคำศัพท์ และกำหนดแนวทางในการประมวลผลอารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ ของผู้ให้บริการด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยใช้การประมวลผลแบบ NLP ให้เป็นรูปแบบและมาตรฐานเดียวกัน จะช่วยให้ บวท. สามารถเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ จากข้อมูลแหล่งต่างๆ ได้อย่างเป็นระบบ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขกระบวนการทำงาน เพื่อตอบสนองต่อเสียงของลูกค้าต่อไป

ตารางที่ ๖ วิธีที่ใช้ในการรับฟังลูกค้าแต่ละประเภท

ประเภทลูกค้า	วิธีการรับฟัง
อดีตลูกค้า	- ประชุมระหว่างหน่วยงานภายใน บวท. เพื่อวิเคราะห์สาเหตุและปัจจัยในการเลิกใช้บริการ - บริการเกี่ยวเนื่อง ฝ่ายขายจะจัดทำ/ทบทวนแผนงาน Sale Trip ประจำปี เพื่อรับฟังเสียงของอดีตลูกค้า ในประเด็นปัญหา ข้อบกพร่อง เพื่อหาแนวทางแก้ไข โดยมีเป้าหมายรักษาความสัมพันธ์อันดี และวิเคราะห์หาโอกาสธุรกิจในอนาคต
ลูกค้าในอนาคต	- มีแนวโน้มมาจากการรับฟังเสียงผ่านช่องทางการประชุม/สัมมนาร่วมกับหน่วยงานภายใน บวท. และการประชุมร่วมกับหน่วยงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - บริการเกี่ยวเนื่อง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากปัจจัยแนวโน้มทิศทางของตลาด และเทคโนโลยี และปัจจัยด้านกฎระเบียบที่เกื้อหนุน เพื่อประเมินโอกาสธุรกิจ และลูกค้าเป้าหมายในอนาคต และใช้ช่องทางนำเสนอภารกิจ คักยภาพ ผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าในอนาคต ผ่านการ Sale Trip หรือการประชุม และนำผลลัพธ์ดังกล่าว ไปกำหนดแนวทางพัฒนานวัตกรรมหรือการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์/บริการ หรือ Solution ที่ตอบโจทย์ความต้องการ ความคาดหวัง หรือ Pain Point ของลูกค้า
ลูกค้าคู่แข่ง	- ประชุมระดับผู้บริหารภายในหน่วยงาน - ข้อมูลลูกค้าคู่แข่งมาจากการรับฟังเสียงผ่านช่องทางการสำรวจความพึงพอใจปีละ ๑ ครั้ง โดย บวท. ยังคงให้มีการสำรวจข้อมูลการให้บริการ เปรียบเทียบกับ ๑๐ ประเทศในภูมิภาคอาเซียน - บริการเกี่ยวเนื่อง ด้วยการหาข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ Customer pain-point จากหลากหลาย

ประเภทลูกค้า	วิธีการรับฟัง
	ช่องทาง เช่น Direct contact การประชุม/สัมมนา การ Meeting และหากมีโอกาสธุรกิจจะนำเสนอแนวทางที่ระบุจุดเด่น หรือข้อแตกต่าง เพื่อแก้ปัญหาของลูกค้า รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์/บริการ ให้ตรงความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า

การเรียนรู้

ทั้งนี้ จากการดำเนินการในปีที่ผ่านมา บวท. มีแนวทางในการจัดการความรู้ของการรับฟังเสียงของลูกค้า (ผู้ให้บริการ) เพิ่มเติมในการได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้บริการโดยตรง และเป็นความต้องการ ความคาดหวัง รวมถึงปัญหา ข้อขัดข้อง ข้อเสนอแนะ ดังนี้

การประเมินประสิทธิผลของช่องทางต่างๆ มีการดำเนินการ ดังนี้

การวิเคราะห์และประเมินประสิทธิผลของช่องทางผ่านรายงานสรุปสารสนเทศเสียงของลูกค้าเป็นประจำทุกปี ซึ่งผลการวิเคราะห์และประเมินสามารถนำมาทบทวน/การใช้ช่องทางการรับฟังเสียงของผู้ให้บริการที่มาจากหน่วยงานใน บวท.

- ประเมินประสิทธิผลของช่องทางการรับฟังลูกค้าผ่านแบบสอบถามตามแผนงานการดำเนินกิจกรรมตามแผนบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการ ประจำปี ๒๕๖๙ โดยสารสนเทศหรือผลการประเมินฯ ที่ปรึกษาเป็นผู้ประมวลผล และจะได้รับผลช่วงเดือนสิงหาคม ๒๕๖๙ ซึ่งอยู่ในรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจผู้ให้บริการ ประจำปี ๒๕๖๙

ทั้งนี้ ผลการประเมินประสิทธิผลช่องทางฯ ทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก จะนำมาบูรณาการ เพื่อทบทวนการใช้ช่องทางรับฟังเสียงฯ ในปีถัดไป

- ข้อมูลการประเมินประสิทธิผลช่องทาง (ผลลัพธ์ที่ได้) จะถูกรายงานและนำเสนอตามสายงาน รวมถึงแผนพัฒนาองค์กร ประจำปี ๒๕๖๙ ต่อไป

- สำหรับบริการเกี่ยวเนื่องมีการพัฒนาช่องทาง ในการรับฟังเสียงของลูกค้าและสนับสนุนลูกค้า ตามแผนการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจ

จากการดำเนินการที่ผ่านมาพบว่า การประชุมสัมมนา กิจกรรมบริหารความสัมพันธ์ การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าและผู้ให้บริการ เป็นการรับฟังที่ได้รับข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) มากที่สุด และเป็นข้อมูลเชิงลึก เนื่องจากมีการแลกเปลี่ยน ชักถาม สื่อสาร และทำความเข้าใจ จึงได้มาซึ่งข้อมูลที่มีประสิทธิผล สามารถนำไปพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ และส่งมอบให้หน่วยงานต่างๆ พัฒนาและปรับปรุงการบริการ ต่อไป การติดต่อหน่วยงานที่ให้บริการโดยตรงผ่านผู้ประสานงาน เว็บไซต์ของ บวท. และ Counter Service ณ ศูนย์ควบคุมการบิน เป็น ทางเลือกที่ลูกค้าใช้ประสานงาน แก้ไขปัญหา/ข้อขัดข้องเฉพาะหน้า เนื่องจากรวดเร็ว และได้รับการตอบสนองอย่างทันท่วงที

ทั้งนี้ บวท. ได้มีการศึกษาข้อมูลจากคู่แข่งคือ สิงคโปร์ มาเป็นส่วนประกอบในการพิจารณาสนับสนุนลูกค้าโดยมีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และมีการบูรณาการทั้งระบบ รวมถึงการจัดทำกิจกรรมบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ และมีการประเมินผลในการจัดกิจกรรม และนำข้อมูลมาประมวลผลสัมฤทธิ์ของการจัดกิจกรรมต่างๆ

(๒) การพัฒนาช่องทางดิจิทัล

บวท. ดำเนินการรวบรวมและประมวลผลข้อมูลจากช่องทางต่างๆ วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ช่องทางของลูกค้า และปรับตัวตามโลกยุคดิจิทัล จึงมุ่งเน้นการพัฒนาช่องทางสื่อสาร รับฟัง และจัดการเรื่องร้องเรียน และประชุมทางไกลบนระบบดิจิทัล ออกแบบและนำเสนอ ทดลองใช้งานในกลุ่มย่อยในระยะแรก และจะขยายฐานสมาชิก เพื่อความสะดวกของลูกค้าและเป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างเหมาะสมต่อไป โดยการพัฒนาช่องทางดิจิทัล ได้ดำเนินการตามกลยุทธ์ที่ ๕.๑.๑ แผนงานการจัดการและยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ รวมถึงจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการได้ตามความต้องการ และเหนือกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง และเพิ่มความผูกพันให้กับลูกค้า (Quick Win) โดยได้พัฒนาระบบการรับฟังลูกค้าในรูปแบบดิจิทัลเพื่อการจัดการคุณภาพและสร้างความผูกพันซึ่งเป็นการพัฒนาระบบการรับฟังลูกค้ามาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี ๒๕๖๔ เรื่อยมา โดยในปัจจุบันได้มีการสร้าง Facebook Close group : Airspace Users-ANSP (Thailand) ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- ๑) เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคลากรในฝ่ายปฏิบัติการของ บวท. และผู้ใช้ห้วงอากาศในรูปแบบการสื่อสารแบบ ๒ ทาง (2 ways communication) ในรูปแบบดิจิทัล เพื่อใช้ในการรับ – ส่ง การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่สำคัญต่างๆ และให้ผู้ใช้ห้วงอากาศได้สื่อสารข่าวสารที่สำคัญของหน่วยงานตนให้กับผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ
- ๒) เพื่อสื่อสารแผนงานโครงการต่างๆ ของ บวท. รวมถึงมาตรฐานด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติการบิน และการใช้ห้วงอากาศร่วมกัน
- ๓) เพื่อเพิ่มช่องทางดิจิทัลตามนโยบาย Thailand 4.0 ในการรับฟังความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ข้อคิดเห็นและปัญหาข้อขัดข้องต่างๆ จากผู้ใช้บริการห้วงอากาศ
- ๔) เพื่อเพิ่มช่องทางดิจิทัลการส่งต่อเรื่องร้องเรียน ไปยังศูนย์รับเรื่องร้องเรียนของ บวท.

โดยมี กลุ่มเป้าหมาย คือ

- ฝ่ายจัดการ และพนักงานปัจจุบันของ บวท.
- นักบินสายการบินสัญชาติไทย

- หน่วยบินของทางราชการ
- หน่วยบินของรัฐ
- โรงเรียนการบิน
- สมาคมกีฬาทางอากาศ

ในปัจจุบันมีสมาชิกเข้าร่วมมากกว่า ๖๐๐ ราย โดยแบ่งเป็นสมาชิกที่เป็นพนักงาน บวท. นักบินจากสายการบินต่างๆ หน่วยบินของรัฐ และหน่วยบินของทางราชการ โรงเรียนการบิน เป็นต้น ทั้งนี้ ได้มีการจัดทำสรุปผลการใช้ช่องทาง และสารสนเทศเสียงที่ได้ ทุก ๖ เดือน นำเสนอผู้บริหารเพื่อทราบต่อไป

แผนดำเนินการในระยะต่อไป

๑. เพิ่มสมาชิกให้ครอบคลุมนักบินทุกกลุ่ม โดยใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านทุกการประชุมร่วมกับ ผู้ให้บริการตลอดทั้งปี

เป้าหมายตัวชี้วัด : มีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น ๕๐%

๒. พัฒนา Content ในรูปแบบวิดีโอ และ Infographic เข้าใจง่าย เกี่ยวผลิตภัณฑ์และบริการ วิธีปฏิบัติในการรับบริการด้านต่างๆ โดยสามารถรับชม และติดตามย้อนหลังได้ทุกที่ทุกเวลา

เป้าหมายตัวชี้วัด : การเข้าถึง และจำนวน view เพิ่มขึ้นทุกเดือน

๕.๓.๑.๒ การส่งมอบข้อมูลไปยังหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการบริหารสารสนเทศเสียง (VOC) ของผู้ให้บริการเป็นการรับข้อมูลจาก ผลลัพธ์จากกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาดำเนินการประเมินประสิทธิผลของข้อมูล สารสนเทศที่นำไปใช้ และส่งต่อไปยังกระบวนการอื่น ๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ และกระบวนการต่าง ๆ ดังนี้

- กระบวนการจัดทำแผนวิสาหกิจ เพื่อนำไปใช้กำหนดแผนปฏิบัติการของการให้บริการ การเดินอากาศ เช่น การทบทวนสภาพแวดล้อมองค์กร ทิศทางขององค์กร บริบทองค์กร และ ยุทธศาสตร์
- กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการ เพื่อนำไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้ประกอบการจัดทำแผนงาน
- กระบวนการการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของหน่วยธุรกิจประจำปี
- กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนด้านบริการจราจรทางอากาศ และกระบวนการจัดการ ร้องเรียนด้านบริการเกี่ยวเนื่อง เพื่อนำไปดำเนินการแก้ไข ปรับปรุง พัฒนา
- กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อนำไปพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการ ให้ตรงกับความ ต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า เช่น การปรับปรุงแผนงานพัฒนาประสิทธิภาพเส้นทางบินผ่าน การจัดการการปฏิบัติการบินบนพื้นฐานวิธีการบิน เป็นต้น
- กระบวนการจัดการการตลาดและการขาย เพื่อนำไปปรับปรุงกลยุทธ์การวางแผนและการตลาด

โดย บวท. จะดำเนินการรวบรวมและประมวลผลข้อมูลจากช่องทางต่างๆ ดังกล่าว และนำส่งให้หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ และนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการ และกระบวนการดำเนินงานขององค์กร และ วส.สส. จะทำหน้าที่กำกับ/ติดตามการนำข้อมูลที่ส่งมอบไปบูรณาการในแผนปฏิบัติการของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

๑) บริการการเดินทางอากาศ

๑.๑ รวบรวมข้อคิดเห็น หรือข้อคำถามจากลูกค้าที่ต้องการตอบสนองอย่างทันทีทันใด จากช่องทางต่างๆ

๑.๒ รวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงจากหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง และชี้แจงหรือให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องกลับไปยังลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ ช่องทางหลัก รวมทั้ง www.aerothai.co.th และ Facebook: บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด โดยจะมีการประเมินผลการใช้งานของทั้ง ๒ ช่องทาง ทุก ๖ เดือน

๒) บริการเกี่ยวเนื่อง

๒.๑ การติดต่อหน่วยงานผู้ให้บริการโดยตรง (Direct contact) เช่น โทรศัพท์ อีเมล และ Counter Service สำหรับบริการเกี่ยวเนื่องในด้านการให้บริการ อุปกรณ์วิทยุสื่อสาร

๒.๒ การสื่อสารผ่านช่องทาง internet และ social media และในส่วนของการบริการเกี่ยวเนื่องใช้ช่องทาง เว็บไซต์ (www.aerothai.co.th/business/th) และ Social Media, Line@ (เฉพาะลูกค้าอุปกรณ์วิทยุสื่อสาร)

๕.๓.๒ แผนการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้ให้บริการ (แผนระยะสั้น)

การสร้างความสำเร็จให้องค์กรต้องมีความมุ่งมั่น มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และกลยุทธ์ที่วางไว้ตลอดเวลา เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้ารับรู้ การอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า การสร้างความเฉพาะเจาะจงให้แก่ลูกค้า และการสนับสนุนช่องทางการสื่อสารให้แก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรหรือการบริการ จนนำไปสู่ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ยั่งยืน สิ่งเหล่านี้นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของการให้บริการ ด้วยการบริหารความสัมพันธ์ ซึ่งปัจจุบันทุกองค์กรที่ต้องการประสบความสำเร็จจะต้องใช้กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด พร้อมทั้งการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและองค์กรร่วมด้วย ดังนั้น การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าจึงมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาผลการดำเนินงานของ บวท. ที่ต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ อีกทั้งเป็นการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาประสิทธิภาพเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายวิสัยทัศน์อย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมาย ดังตารางที่ ๓

ตารางที่ ๓/ เป้าหมายและตัวอย่างของการสร้างความสัมพันธ์

เป้าหมาย	ตัวอย่างของการสร้างความสัมพันธ์
เพื่อสร้างลูกค้าใหม่	- การเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำงาน/ดำเนินการศึกษาแนวทางการให้บริการจราจรทางอากาศสำหรับอากาศยานไร้คนขับ Unmanned Aircraft System Traffic Management: UTM) กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และอากาศยานทางทะเล (Seaplane) รวมถึงการบูรณาการเข้ากับระบบบริหารจราจรทางอากาศ สำหรับอากาศยานที่มีนักบินประจำบนอากาศยาน (ATM/UTM Integration) ภายใต้แผนงานพัฒนาขีดความสามารถและประสิทธิภาพในการบริหารจราจรทางอากาศตามแนวคิด/เทคโนโลยียุคใหม่ - สายการบินพัฒนาธุรกิจ ได้จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ผ่านการประชุมร่วมกันกับลูกค้า ทำให้ทราบความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม และนำไปพัฒนาบริการและผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเสนอต่อลูกค้ารายใหม่ นอกจากนี้ ได้มีการจัดกิจกรรมบุญนิธิรศการเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและขยายฐานลูกค้าใหม่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก กลุ่ม ANSP เพื่อเป็นช่องทางการตลาดในการสร้างการรับรู้สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ
ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า	- หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องร่วมกันวิเคราะห์/ทบทวนข้อมูลความต้องการและความคาดหวังลูกค้า เพื่อประเมินสถานะความสัมพันธ์ลูกค้า เมื่อผู้รับผิดชอบบริการ/ผลิตภัณฑ์ทราบสถานะและประเด็นสำคัญที่ความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง จนเกิดเป็นความพึงพอใจ จะพิจารณากำหนดประเด็นดำเนินงานพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการตามประเด็นดังกล่าว และจัดทำแผนการดำเนินงานต่อไป - สายการบินพัฒนาธุรกิจ ใช้ข้อมูลความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่ม แนวโน้มเทคโนโลยี และทิศทางของตลาด เพื่อนำไปพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการเดิม ตลอดจนการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อผลักดันการตลาด/นำบริการใหม่ ๆ ใช้งาน ซึ่งจะจัดทำเป็นแผนการตลาด การขาย (Business Action Plan) ในการดำเนินงานตามแผนทุกปี เพื่อตอบสนองให้ตรงตามความต้องการ/ความคาดหวังลูกค้าของแต่ละกลุ่ม และทำการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงาน ผ่านกระบวนการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ เพื่อใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการ ตลอดจนกระบวนการทำงานอื่นๆ
เพิ่มความผูกพันและการกลับมาซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์และบริการซ้ำ	- การประชุมหารือกับหน่วยงานผู้ใช้บริการ โดยผู้บริหารระดับสูงของ บวท. ได้จัดให้มีเวทีพบปะร่วมกับผู้บริหารระดับสูงของสายการบิน เพื่อรับทราบความต้องการ และปัญหาข้อขัดข้องของหน่วยงานดังกล่าว เพื่อนำมาวางแผนการแก้ไข การปรับปรุงการให้บริการ ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง เช่น ○ การประชุม Airspace User-ANSP Meeting (ปีละ ๑ ครั้ง)

เป้าหมาย	ตัวอย่างของการสร้างความสัมพันธ์
	○ การจัดประชุมกลุ่มย่อยระหว่างเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศกับผู้แทนของสายการบินสัญชาติไทย ○ สายการบินพัฒนาธุรกิจ จัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างและกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน ทำให้ลูกค้าได้ใกล้ชิดกับผู้บริหารระดับสูง/เจ้าหน้าที่ของ บวท. เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดียิ่งขึ้น
ให้ลูกค้ากล่าวถึงรัฐวิสาหกิจในทางที่ดี	- หน่วยงานที่ให้บริการกับลูกค้า ได้ให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ ซึ่งเน้นการให้ข้อมูลสนับสนุนหรือการให้ความช่วยเหลือด้วยความสุภาพและรวดเร็ว และสามารถตอบคำถามในเรื่องต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เพื่อแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ - จัดการประชุมเตรียมการร่วมกับผู้ใช้บริการและผู้เกี่ยวข้องในการเตรียมการสำหรับการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมวันเด็ก ของกองทัพอากาศ, การปิดซ่อมทางวิ่งของสนามบินดอนเมือง และสุวรรณภูมิ ซึ่ง บวท. ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี และได้รับเสียงชื่นชมจากผู้แทนของสายการบิน และ AOC รวมถึงผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหารจัดการฯ ของ บวท. ในช่วงเวลาดังกล่าว

(๑) การสนับสนุนลูกค้า

บวท. ได้แบ่งส่วนตลาดเป็น บริการการเดินทางอากาศ และบริการเกี่ยวเนื่อง ดังนั้น การให้บริการของ บวท. มีการกำหนดช่องทางในการสนับสนุนลูกค้าในทุกชั้นของ Customer Journey ทั่วทั้งประเทศ โดยมีจุดบริการ Physical Touchpoints ประกอบด้วย ศูนย์ควบคุมจราจรทางอากาศ เส้นทางบินกรุงเทพ ศูนย์ควบคุมจราจรทางอากาศเขตสนามบินกรุงเทพ ศูนย์บริการเครือข่าย การปฏิบัติการจราจรทางอากาศ ศูนย์บริหารข้อมูลและสารสนเทศการเดินทางอากาศ ศูนย์ควบคุมจราจรทางอากาศเขตประชิดสนามบินภูมิภาค หน่วยพัฒนาธุรกิจ และหน่วยวิศวกรรมบริการ ณ กรุงเทพมหานคร และจุดบริการสำหรับสนามบินภูมิภาคประกอบด้วย ศูนย์ควบคุมการบินภูเก็ต ศูนย์ควบคุมการบินหาดใหญ่ ศูนย์ควบคุมการบินสุราษฎร์ธานี ศูนย์ควบคุมการบินหัวหิน ศูนย์ควบคุมการบินเชียงใหม่ ศูนย์ควบคุมการบินพิษณุโลก ศูนย์ควบคุมการบินอุดรธานี ศูนย์ควบคุมการบินอุบลราชธานี ศูนย์ควบคุมการบินนครราชสีมา และมีการกำหนด Digital Touchpoints ได้แก่ เว็บไซต์ทุกจุดบริการบนระบบ Internet รวมทั้ง เว็บไซต์บริการภายใต้จุดบริการ (Web-based application) เช่น NOTAM website, BOBCAT website, ATFAS website, THAI-CMAC website เว็บไซต์ระบบวิทยุสื่อสาร เว็บไซต์บริการบินทดสอบ และ iDEP Application บนโทรศัพท์มือถือ รวมทั้ง OpenSky Application สำหรับลูกค้าอากาศยานไร้คนขับในอนาคต โดยทุกช่องทางจะมีการจะมีการรายงาน

ผลการสนับสนุนลูกค้า และความต้องการของผู้ใช้บริการตามแนวปฏิบัติในการรวบรวมสารสนเทศ
เสียงของลูกค้าเป็นประจำทุกไตรมาส

อีกทั้ง บวท. มีการกำหนดนโยบายคุณภาพสำหรับทุกจุดบริการ โดยมีการประเมินผลช่องทางการสื่อสารที่ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการ จากสรุปผลการประเมินความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการ ประจำปี โดยแบ่งช่องทางในการสนับสนุนลูกค้า หรือจุดสัมผัสบริการ (Touch Points)
เป็น ๒ ลักษณะ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้าในยุคปัจจุบัน คือ

- Physical Touchpoints ได้แก่

- การประชุม/สัมมนา : มุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ในการสนับสนุนลูกค้า โดยให้ลูกค้าและผู้ให้บริการได้รับข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการทำงานต่อไป และได้รับความสะดวก
ในการเข้าร่วมการประชุม/สัมมนา
- ศูนย์ควบคุมการบินทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค : โดยแต่ละศูนย์ฯ จะมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานกำกับกับการให้บริการในแต่ละศูนย์ฯ เพื่อให้การบริการกับลูกค้าทุกกลุ่ม
อย่างมีมาตรฐานทั่วทั้งองค์กร
- Point of Contact, Counter Service: บริการ Trunked Radio ได้มีการจัดตั้ง
Counter Service โดยตั้งอยู่ในพื้นที่ของ Support Building ณ บวท. ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ และสามารถให้บริการได้อย่างทันท่วงที มุ่งเน้นมาตรฐาน
การบริการภายใต้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 จึงมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานในระดับ Work
Instruction เพื่อให้แนวทางการดำเนินงานถูกถ่ายทอดเป็นไปแนวทางเดียวกัน

- Digital Touchpoints ได้แก่ ระบบสนับสนุนบริการในด้านต่างๆ บนเว็บไซต์
ของ บวท. ในหัวข้อ “บริการและผลิตภัณฑ์” (www.aerorhai.co.th/th/services-and-products) เช่น
ระบบบริการข้อมูลข่าวสารผู้ใช้บริการ (AEROTHAI eService), ระบบ BOBCAT, บริการ NOTAM List,
ระบบให้บริการ Monitoring Agency for Asia Region (MARR) ATFM Daily Plan และบริการเกี่ยวเนื่อง
ดังตัวอย่างต่อไปนี้

๑) ระบบบริการข้อมูลข่าวสารผู้ใช้บริการ (AEROTHAI eService) เพื่อสนับสนุน
นโยบายการพัฒนาระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาล (National e-Payment) มุ่งเน้น
มาตรฐานการบริการในการเพิ่มประสิทธิภาพในการรับ-จ่ายเงิน โดยลดขั้นตอน ระยะเวลา
การปฏิบัติงาน ลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการเงิน และป้องกันความเสี่ยงจากการทำธุรกรรม
ทางการเงินด้วยเงินสด รวมทั้ง ทำให้การบริหารจัดการด้านการเงินของ บวท. มีประสิทธิภาพ และ
คล่องตัวมากขึ้น โดยได้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลช่องทางการรับ-จ่ายเงิน ให้ลูกค้า/ลูกค้า รับทราบทาง
ใบแจ้งหนี้ จัดส่งทาง E-mail และเผยแพร่ใน Website ของ บวท.

๒) ระบบบริหารสภาพคล่องจราจรทางอากาศผ่านอ่าวเบงกอล (Bay of Bengal
Cooperative Air Traffic Flow Management System: BOBCAT) คือ ระบบ Web-based สำหรับ

ให้คำแนะนำการบริหารจัดการปริมาณจราจรทางอากาศตามเงื่อนไขของ ICAO เพื่อช่วยในการให้คำแนะนำสายการบินและผู้ให้บริการการเดินอากาศในการจัดระยะห่าง (Spacing) ของอากาศยานที่จะเดินทางไปทางตะวันตกผ่านเขตแถลงข่าวสารการบินของประเทศอัฟกานิสถาน (KABUL FIR) โดยมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการในการให้ข้อมูล การจัดระยะห่างตามค่าระยะห่างที่ได้ตั้งไว้ ณ เพดานบินต่างๆ ของจุด way point ที่สามารถตั้งค่าได้

๓) นอกจากนี้ยังมีระบบอื่นๆ เช่น บริการ NOTAM List, ระบบให้บริการ Monitoring Agency for Asia Region (MARR) และบริการเกี่ยวเนื่อง

๔) Web Application : iDEP ซึ่งให้บริการกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นสายการบิน และ OpenSky ให้บริการกับกลุ่มอากาศยานไร้คนขับ

จากการแบ่งกลุ่มย่อยของผู้ใช้บริการการเดินอากาศโดยใช้เกณฑ์จำแนกลูกค้าที่มีพื้นฐานของความต้องการและมีกระบวนการในการดำเนินงานคล้ายคลึงกัน (Behavioral Base Segmentation) ที่ให้บริการด้านการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Services: ATS) และการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารการเดินอากาศ/แผนที่การบิน (Aeronautical Information Service: AIS/Aeronautical Charts) นั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และนำไปสู่การจัดทำแผนบริหารจัดการลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้อย่างครอบคลุมและเกิดประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับผู้ใช้บริการ และกลายเป็นการสร้างมาตรฐานการบริการ หรือ Service Standard ได้ในอนาคต

ในปัจจุบัน บวท. ได้มีการพัฒนาคุณภาพให้บริการทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็วขึ้น และเพื่อให้ บวท. ทราบสารสนเทศที่ผู้ใช้บริการต้องการให้ บวท. สนับสนุนที่แท้จริงผ่านการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

• บริการการเดินอากาศ

○ การประชุมร่วมกับผู้แทนของสายการบิน (Physical Touchpoints) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่สำคัญขององค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ทราบสารสนเทศที่สายการบินต้องการให้บวท. สนับสนุน (Customer Insight) แก่ไขปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน และเป็นการชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้ให้บริการเกี่ยวกับแผนงานโครงการใหม่ ๆ ที่ต้องการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมการบิน เช่น การประชุม Airspace Users – ANSP Meeting (Physical Touchpoint) โดยในปัจจุบัน มีการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการรับ-ส่ง ข้อมูลให้กับผู้เข้าร่วมประชุม (Digital Touchpoints) การประชุมเรื่องปัญหาข้อขัดข้องในการร่วมกับผู้แทนของสายการบิน ทั้งนี้ การให้บริการการเดินอากาศของ บวท. ยึดถือปฏิบัติตาม ICAO Standard – Standard and Recommended Practices : SARPs และตามข้อกำหนดของสำนักงานการบินพลเรือน (กพท.)

○ การจัดทำแผนป้องกันการจัดการภาวะวิกฤติและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) มีการตอบสนอง บรรเทาผลกระทบที่มี

ประสิทธิผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และกิจกรรมที่มีความสำคัญขององค์กร บวท. จึงได้มีการจัดทำประกาศ นโยบายความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Policy) เลขที่ ปก ๒๔๔/๒๕๖๑ ลงวันที่ ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๑ ซึ่งมีแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้

๑. ดำเนินการให้สอดคล้องประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic issue) ตามกรอบวิสัยทัศน์ของ บวท. ที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ
๒. กำหนดและทบทวนวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives) ที่เกี่ยวข้องกับความต่อเนื่องทางธุรกิจ
๓. มุ่งมั่นดำเนินการให้สอดคล้องตามข้อกำหนด กฎข้อบังคับ มาตรฐานสากล และแนวปฏิบัติที่ดีที่นำมาประยุกต์ใช้
๔. จัดให้มีคณะกรรมการระดับสูง กำกับ ดูแลพัฒนาระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจในภาพรวม สนับสนุนทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นระยะ หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ
๕. ให้ความสำคัญกับการฝึกซ้อม การทบทวน/ปรับปรุงการดำเนินงานในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่าระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจที่จัดเตรียมไว้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๖. ส่งเสริมการเผยแพร่ข้อมูล สร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจแก่บุคลากรของ บวท.

ทั้งนี้ ในการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) บริษัทฯ นำระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) มาดำเนินการอย่างจริงจัง ภายใต้โครงการ พัฒนาระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) เพื่อขอการรับรองมาตรฐาน (ISO 22301:2012) โดยในปีงบประมาณ ๒๕๖๒ บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (ISO 22301:2012) ครอบคลุม ๓ พื้นที่ ได้แก่ ท่าอากาศยานดอนเมือง สุวรรณภูมิ ภายใต้ขอบข่ายการขอรับรอง คือ บริการจราจรทางอากาศ และบริการข้อมูลข่าวสารการเดินอากาศ เมื่อวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๖๒ จากบริษัท ยูไนเต็ด รีจิสตร้า ออฟ ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด (URS) ในปีงบประมาณ ๒๕๖๓ บริษัทฯ สามารถรักษามาตรฐานระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (การตรวจเพื่อติดตามระบบครั้งที่ ๑ หรือ The Surveillance Audit) ส่วนกลาง (ท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ ดอนเมือง)

การดำเนินการเรื่อง Customer Service Standard บวท. ได้รับมอบหมายจากคณะรัฐมนตรี ปี ๒๕๖๓ ให้เป็นหน่วยงานในการให้บริการการจัดการจราจรทางอากาศ และบริการการเดินอากาศที่เกี่ยวข้อง โดยมีความรับผิดชอบปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อกำหนดของ กพท.

สอดคล้องกับมาตรฐานและข้อแนะนำขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) และได้รับใบรับรองบริการ ๕ ประเภท ได้แก่ บริการจราจรทางอากาศ (ATS) บริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศและระบบติดตามอากาศยาน (Communication, Navigation & Surveillance: CNS) บริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design: IFPD) บริการจัดการความคล่องตัวของการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Flow Management: ATFM) และการจัดการห้วงอากาศ (Air Space Management: ASM) โดย บวท. ได้ผ่านมาตรฐานการตรวจประเมินและได้รับใบรับรองบริการทั้ง ๕ ประเภท

การได้รับใบรับรองดังกล่าวเป็นการสร้างมาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard) ของ บวท. ซึ่งไปตามวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ตามแผนวิสาหกิจของ บวท. “ให้บริการที่ปลอดภัยและมั่นคง เป็นไปตามมาตรฐาน และต่อเนื่องในทุกช่วงการบิน” การมีเป้าหมายด้านการมีมาตรฐานจะช่วยพัฒนาองค์ประกอบและการดำเนินงานตามกระบวนการมาตรฐานให้สอดคล้องกับกฎหมายและการกำกับของภาครัฐ

บวท. มีการจัดทำประกาศนโยบาย กฎบัตร และกำหนดมาตรฐานการบริการ ระเบียบวิธีปฏิบัติ สำหรับบริการในแต่ละด้าน เพื่อให้การบริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด โดยจะมีการทบทวนเมื่อ กพท. มีการออกข้อกำหนด ข้อบังคับ หรือกฎหมายใหม่ เพื่อให้การปฏิบัติมีความสอดคล้องกับกฎหมายดังกล่าว

● **บริการเกี่ยวเนื่อง** มีการดำเนินการภายใต้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 2015 จึงมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานในระดับ Work Instruction เพื่อให้แนวทางการดำเนินงานถูกถ่ายทอดเป็นไปแนวทางเดียวกัน โดยที่สารสนเทศที่ได้รับจากช่องทางต่าง ๆ หน่วยงานผู้ดูแลรับผิดชอบบริการ/ผลิตภัณฑ์ จะนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อการให้บริการ หรือใช้บริการของลูกค้า ในการประชุมรายงานผลดำเนินการประจำหน่วยงาน เพื่อดำเนินการวางแผนพัฒนา /ปรับปรุงเป็นแผนงาน/โครงการ

ทั้งนี้ ในส่วนของงานบริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร ได้มีการจัดตั้ง Counter Service ตั้งอยู่ในพื้นที่ของ Support Building ณ หอบังคับการบินสุวรรณภูมิ (Physical Touchpoints) ท่าอากาศยานดอนเมือง และสำนักงานบริการลูกค้า จังหวัดระยอง (ลูกค้ากลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียม) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ และสามารถให้บริการได้อย่างทันท่วงที

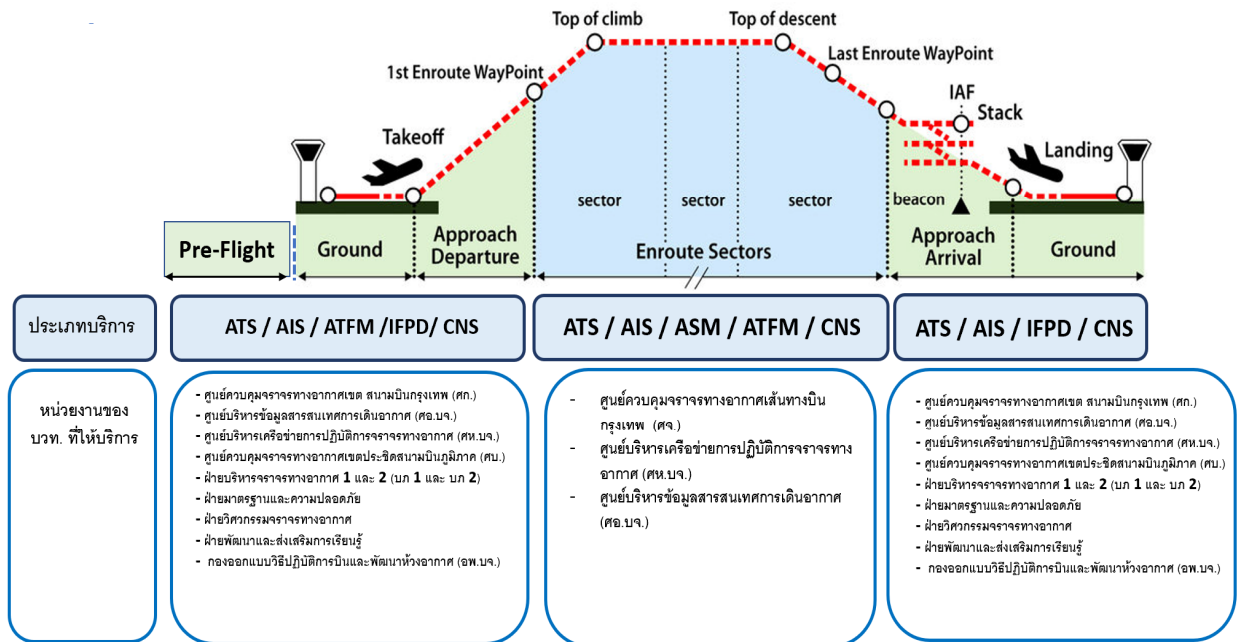
นอกจากนี้ บวท. ยังได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ความต้องการ ความคาดหวัง พฤติกรรมในการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์/บริการ ข้อมูลคู่แข่ง/คู่เทียบ และอื่นๆ โดยใช้ข้อมูลจากการประเมินความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ ประจำปี และรายงานสรุปสารสนเทศเสียงของลูกค้า (VOC) ที่รวบรวมข้อมูลจากช่องทางต่างๆ มาใช้ในการกำหนดความต้องการการสนับสนุนที่สำคัญของลูกค้า และนำมา

กำหนดจุดสัมผัสบริการ (Touch Point) ที่สำคัญตลอดการใช้บริการของลูกค้า (Customer Journey) และวงจรชีวิต ของลูกค้า (Customer Life Cycle) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การวิเคราะห์ Customer Journey

บริการการเดินทางอากาศ

ภาพที่ ๑๓ Phases of Flight : Customer Journey



ในการทำการบินแต่ละเที่ยวบิน จะแบ่งออกเป็น phase ต่างๆ ในแต่ละ phase ก็จะมีผลเกี่ยวเนื่องไปถึงการคำนวณปริมาณเชื้อเพลิงที่ต้องใช้ รวมถึงขั้นตอนการให้บริการการเดินทางอากาศของ บวท. แบ่งได้ตาม Phases of Flight คือ Pre-Flight, Taxi, Takeoff Phase, Departure and Climb Phase, Cruise Phase, Descent and Approach Phase, Landing Phase, Taxi to apron (รายละเอียดตามภาคผนวก E การวิเคราะห์ Customer Journey)

จากภาพดังกล่าว จะเห็นได้ว่า Customer Journey ของผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการการเดินทางอากาศ (บวท.) ทุกช่วงของการบริการตาม Phases of Flight โดยมีการให้บริการทั้งบริการการจัดการจราจรทางอากาศ (ATS) บริการข้อมูลข่าวสารการเดินอากาศ (AIS) และบริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ ระบบติดตามอากาศยาน (CNS) เป็นต้น โดยผู้ให้บริการสามารถแจ้งเหตุ หรือข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงานให้กับ บวท. ได้รับทราบ โดยผ่าน ATC Supervisor หรือ ผู้ประสานงานหลัก และช่องทางการให้บริการในหน้า website ของ บวท. ทั้งนี้ หากมีการแจ้งเหตุ Incident หรือ Accident ข้อมูลจะถูกรายงานเข้าสู่ระบบ Safety Management System (SMS) ของ บวท. และแจ้งเหตุไปยังหน่วยงานต้นสังกัดของสายการบิน และ กพท. เพื่อทำการสืบสวน/

สอบสวนต่อไป ทั้งนี้ บวท. ได้นำข้อมูลจากผลการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในประเด็นคุณภาพที่มีนัยสำคัญมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพ เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยตามหลักสากล

บริการเกี่ยวเนื่อง

หน่วยธุรกิจได้ทำการวิเคราะห์แนวทางการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าด้วยเครื่องมือ Customer Life Cycle ผลิตภัณท์และบริการที่สำคัญ ที่มีแผนจะดำเนินการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า คาดว่าจะสามารถสร้างโอกาสธุรกิจเพิ่มเติมในอนาคต ได้แก่ บริการ Digital Trunked Radio System, 3D Aerodrome Simulator, ระบบแสดงผลอากาศยาน ASD/GSD, บริการบินทดสอบ (Flight Inspection), บริการสอบเทียบเครื่องมือวัด เป็นต้น เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงธุรกิจแยกตามผลิตภัณท์และบริการที่จะเสนอลูกค้าในแต่ละปี และการหาจุดสัมผัสที่สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า (Touch point) โดยจากการวิเคราะห์พบว่า หน่วยธุรกิจยังต้องพัฒนาเรื่องการสื่อสารเพื่อการเข้าถึงหรือการสร้างการรับรู้ของลูกค้าในวงกว้าง โดยการปรับปรุงช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital marketing) เพื่อนำเสนอผลิตภัณท์/บริการ สร้างการรับรู้ใน แปรนต์ “AEROTHAI” ในวงกว้างให้เกิดขึ้น รวมทั้งสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายให้เติบโตอย่างรวดเร็วและยั่งยืน (รายละเอียดตาม [ภาคผนวก E](#) การวิเคราะห์ Customer Journey)

• บริการสนับสนุนลูกค้าในด้านอื่น ๆ

○ การนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Digital Touchpoints) เพื่อสนับสนุนนโยบายการพัฒนาระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาล (National e-Payment) และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรับ-จ่ายเงิน โดยลดขั้นตอน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน ลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการเงิน และป้องกันความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินเป็นเงินสด รวมทั้ง ทำให้การบริหารจัดการด้านการเงินของ บวท. มีประสิทธิภาพ และคล่องตัวมากขึ้น ได้แก่

- ๑) ระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์ (PromptPay) บริการรับชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Bill Payment และ Cross Bank Bill Payment)
- ๒) การติดตั้งเครื่องรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Capture : EDC) ณ ที่ทำการทุกแห่งของ บวท.
- ๓) เพิ่มประสิทธิภาพการจ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร และขยายการใช้บัตรเติมน้ำมัน (บัตรพลีทการ์ด) สำหรับรถเช่า ซึ่งเป็นบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความทันสมัย และทันกับการพัฒนาช่องทางการชำระเงินของลูกค้า
- ๔) การปรับเปลี่ยนระบบการสื่อสารทางการเงินและบัญชีที่มีการปรับเปลี่ยนช่องทางการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการเงินและบัญชี รวมถึงระบบผู้ถือหุ้นให้เป็น

ระบบ AEROTHAI E-Service เพื่อให้สอดคล้องกับยุค Digital Transformation โดยระบบดังกล่าวจะครอบคลุมการให้บริการข่าวสารทางการเงิน ดังนี้

- บริการแจ้งจัดเก็บค่าบริการและการชำระเงิน
- บริการเกี่ยวกับอัตราค่าบริการการควบคุมจราจรทางอากาศ
- บริการแจ้งข้อมูลน้ำหนักเครื่องบิน
- บริการผู้ถือหุ้น
- บริการแจ้งข้อสงสัย/ข้อเสนอแนะ
- บริการแจ้งข้อมูลข่าวสาร

ระบบ E-Service จะมีการอธิบายโครงสร้างการคิดคำนวณค่าบริการจราจรทางอากาศ โดยมีการกำหนดอัตราค่าบริการให้ผู้ใช้บริการสามารถลองคิดคำนวณในเบื้องต้นได้ โดยในส่วนของบริการผู้ถือหุ้นจะเป็นบริการแจ้งข่าวสาร เช่น การเปิดรับสมัครผู้ถือหุ้น การติดตามสถานะการสมัครเป็นผู้ถือหุ้น รวมถึงการจัดสรรหุ้นประจำปีแทนการจัดส่งข้อมูลในรูปแบบของจดหมาย การให้บริการทางการเงินในรูปแบบใหม่ จะก่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วกว่าการบริการทางการเงินในรูปแบบเดิม และในอนาคตมีแผนที่จะพัฒนาระบบให้สามารถรับชำระค่าบริการผ่านระบบ E-Service (E-Payment) ได้ โดยระบบ AEROTHAI E-Service

การจัดทำกฎบัตร/นโยบาย และมาตรฐานด้านบริการการเดินอากาศ

การดำเนินการจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะอนุกรรมการมาตรฐานและความปลอดภัยบริการการเดินอากาศ (อมป.) ซึ่งมีผู้อำนวยการใหญ่ (สำนักมาตรฐานความปลอดภัย) เป็นประธานอนุกรรมการ และนำเสนอต่อคณะกรรมการกำกับดูแลมาตรฐานและความปลอดภัยบริการการเดินอากาศ (กมป.) อนุมัติ จึงจะสามารถนำมาเผยแพร่ให้กับบุคลากรภายในองค์กร ได้รับทราบ และมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน คู่มือการดำเนินงานในแต่ละบริการเพื่อใช้เป็นกรอบ แนวทางในการปฏิบัติงานให้เกิดมีมาตรฐานเดียวกัน

ทั้งนี้ ตามแผนวิสาหกิจ ปี ๒๕๖๔-๒๕๗๒ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ “ให้บริการการเดินอากาศที่มีคุณภาพระดับแนวหน้า” และมีกรอบการดำเนินงานที่สำคัญ (Key Performance Area: KPA) ที่เกี่ยวข้องกับด้านมาตรฐาน ดังนี้ (๑) Implementation of Standard : ให้บริการการเดินอากาศที่มีมาตรฐานขั้นสูงสุด และ (๒) Safety : ให้บริการที่มีระดับความปลอดภัยขั้นสูงและยั่งยืน (๓) Security: ให้ระบบการบริหารจราจรทางอากาศของประเทศ มีความมั่นคง โดยมีวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ SO1 : ให้บริการที่ปลอดภัยและมั่นคง เป็นไปตามมาตรฐาน และต่อเนื่องในทุกช่วงการบิน และ SO2 : พัฒนาขีดความสามารถในการรองรับเที่ยวบิน และยกระดับประสิทธิภาพระบบการเดินอากาศ โดยได้กำหนดตัวชี้วัดด้านมาตรฐานการบริการการเดินอากาศไว้ ๔ ตัว ดังนี้

Implementation of Standard

KPI1.1 : การดำเนินการตามมาตรฐานการให้บริการการเดินอากาศ

Safety

KPI1.2 : SMS Maturity Level

KPI1.3 : Safety Occurrences Ration

KPI1.4 : CNS/Support System Service Availability

Security

KPI1.5 : ไม่มี Incident ที่เกิดจากการแทรกแซงฯ

โดยได้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินการด้านมาตรฐาน ดังนี้

S1.1 พัฒนาองค์ประกอบและการดำเนินงานตามกระบวนการมาตรฐานให้สอดคล้องกับกฎหมายและการกำกับของภาครัฐ

S1.2 พัฒนาระบบบริหารความปลอดภัยตามมาตรฐานขั้นสูงของ องค์การผู้ให้บริการการเดินอากาศสากล

S1.3 จัดการความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญสูงต่อผลการดำเนินงาน ด้านความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

S1.4 ปรับปรุง/พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารระบบ/เทคโนโลยี บริการการเดินอากาศ (CNS) ให้เป็นไปตามมาตรฐาน และข้อตกลงระดับบริการ

S1.5 มุ่งสู่การพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานด้านความต่อเนื่อง ในการให้บริการระดับสูงสุด พร้อมรองรับวิกฤตการณ์ต่าง ๆ อย่างทันท่วงที

ทั้งนี้ ได้มีการถ่ายทอดเป็นแผนงานและบรรจุไว้ในแผนวิสาหกิจ สำหรับการดำเนินการด้านมาตรฐานบริการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑.๑.๑ แผนงานพัฒนาระบบบริหารมาตรฐานการให้บริการการเดินอากาศ ตามกรอบกฎหมายและข้อกำหนดภาครัฐ (Quick win)

๑.๒.๑ แผนงานส่งเสริมความปลอดภัยการพัฒนาวัฒนธรรม ความปลอดภัยเชิงรุก (Safety Promotion & Development of a Positive and Proactive Safety Culture) และการเพิ่มประสิทธิผลด้านความปลอดภัย (Safety Achievement) (Quick win)

๑.๒.๒ แผนงานพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Safety Risk Management) และพัฒนาการบริหารความปลอดภัย อย่างยั่งยืน (Safety Assurance) (Long Term)

ทั้งนี้ ได้กำหนดแนวทาง ในการกำกับ ติดตาม ควบคุม การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานด้านบริการที่กำหนด โดยดำเนินการภายใต้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 ของบริการการเดินอากาศและบริการเกี่ยวเนื่อง และจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานในระดับ Work Instruction เพื่อให้แนวทางการดำเนินงานถูกถ่ายทอดเป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีการจัดทำแผนป้องกันการจัดการภาวะวิกฤตและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) ภายใต้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 22301 เพื่อให้มีการตอบสนอง บรรเทาผลกระทบที่มีประสิทธิผลต่อ ผู้มี

ส่วนได้ส่วนเสียหลัก ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และกิจกรรมที่มีความสำคัญขององค์กร โดยให้สอดคล้องกับมาตรฐานและสถานการณ์ปัจจุบัน

สายงานมาตรฐานและความปลอดภัย ได้ดำเนินการจัดทำ Internal Audit ปีละ 1 ครั้ง โดยดำเนินการตรวจประเมินผลการดำเนินการตามมาตรฐานบริการทั้ง ๕ ประเภทที่ขอใบรับรอง คือ บริการประเภท ATS, ATFM, ASM, CNS และ IFPD และจัดทำเป็นข้อมูลสรุปผลการตรวจประเมิน และให้หน่วยงานที่รับการตรวจประเมินดำเนินการแก้ไขข้อตรวจพบ (Finding) ให้แล้วเสร็จ ก่อนการตรวจประเมินประจำปีของ กพท. อีกทั้งยังมีการตรวจประเมินการดำเนินงานด้านมาตรฐานโดยสำนักตรวจสอบภายในเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาประเภทบริการที่มีความจำเป็นเร่งด่วนต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จก่อนการตรวจประเมินของ กพท.

การสร้างความผูกพัน

บพท. มีการนำผลจากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภายนอก และผลประเมินจากการดำเนินกิจกรรมร่วมกับผู้ให้บริการในปี ๒๕๖๔ มาใช้ในการวางแผนกิจกรรมให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการแต่ละกลุ่ม ในปี ๒๕๖๕ เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า เพิ่มความผูกพัน และให้ลูกค้ากล่าวถึงในทางที่ดี และทำให้เกิดความราบรื่นในการปฏิบัติงานร่วมกัน นอกจากนี้ ยังมี การรับฟังความต้องการจากหน่วยงานภายในองค์กร ที่มีการดำเนินการกับหน่วยงานผู้ให้บริการโดยตรง เพื่อให้ทราบถึงความต้องการรับการสนับสนุนในการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมกับผู้ให้บริการในปี ๒๕๖๕ การจัดกิจกรรม การประชุมร่วมกับสายการบิน กิจกรรมกับกองบินต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานและผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งจะได้มีการประเมินผลความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง และรวบรวมผลในเดือนกันยายน ๒๕๖๕ เพื่อนำข้อมูลไปกำหนดแผนการจัดกิจกรรมได้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ให้บริการได้ในต่อไป

สำหรับบริการเกี่ยวเนื่อง มีการจัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าผู้ให้บริการ เพื่อกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานและผู้ปฏิบัติงาน สร้างความผูกพันและการซื้อซ้ำ และถือเป็นช่องทางหนึ่งในการรับทราบความต้องการ ข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการโดยตรง เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ตัวอย่างกิจกรรมตามแผนดำเนินการ

๑) บริการการเดินทางอากาศ

๑.๑ Business Talk with Airline จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง

๑.๒ Executive Talk with Airline and AOC จัดเป็นประจำทุกปี
ปีละ ๑ ครั้ง

๑.๓ กีฬาเชื่อมสัมพันธ์ จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ # ครั้ง

๑.๔ กิจกรรมกิจกรรมมอวยพรและยินดีในโอกาสสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ การเลื่อนตำแหน่ง วันครบรอบหน่วยงาน

๑.๕ กิจกรรม Outing หรือ CSR ร่วมกับผู้ใช้บริการ จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง
หมายเหตุ รายละเอียดของกิจกรรม ตารางที่ ๘ แผนปฏิบัติการประจำปี
 ๒๕๖๙ หน้า ๑๑๔

๒) บริการเกี่ยวเนื่อง

๒.๑ กิจกรรมอวยพรและยินดีในโอกาสสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ การเลื่อนตำแหน่ง
 วันครบรอบหน่วยงาน

๒.๒ กิจกรรมสำรวจความพึงพอใจและพบปะเยี่ยมเยียนผู้ใช้บริการ

๒.๓ กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น โบว์ลิง กอล์ฟ และ ฟุตบอล เป็นต้น

๒.๔ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์และบริการ

๒.๕ กิจกรรมสนับสนุนหน่วยงานของลูกค้า

๒.๖ การประชุม Aviation Customer Meeting (ACM) เป็นการประชุมร่วมกับผู้ใช้
 บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน (AOC) มีการจัดประชุม ๒ ปี/ครั้ง

หมายเหตุ รายละเอียดของตารางที่ ๘ แผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๙ หน้า
 ๑๒๑

บพท. มุ่งเน้นขยายเครือข่ายความสัมพันธ์ตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนระดับปฏิบัติของ
 ทุกกลุ่มผู้ใช้บริการ เพื่อการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างหน่วยงาน สอบถามปัญหา/ข้อขัดข้อง
 ตอบสนองความต้องการอย่างทันท่วงทีและเหนือกว่าความคาดหวัง และเพิ่มความผูกพัน สอดคล้อง
 กับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ขององค์กร โดยได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๙ ดังนี้

ตารางที่ ๘ แผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๙ สำหรับบริการการเดินอากาศ

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ/งบประมาณ (ล้านบาท)	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการ	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
๑. ชีตความสามารถในการรองรับของห้วงอากาศ (Capacity)	๑. ปัญหาภาพรวมของการจัดการกับปัญหา Delay	– กลุ่มสายการบินสัญชาติไทย – กลุ่ม State Aircraft	จัดการประชุม Airspace Users – ANSP Meeting ประจำปี (แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ให้บริการ)	ส.ค. (๑ ครั้ง / ปี) งบประมาณที่ได้รับอนุมัติในปี ๒๕๖๙ (๐.๓๒๑ ล้านบาท)	๑) ผู้ใช้บริการได้รับทราบความคืบหน้าแผนงาน/โครงการและแผนปรับปรุงการให้บริการ ๒) ผู้ใช้บริการรับทราบถึงความพยายามของ บวท. ในการแก้ปัญหาข้อขัดข้องต่างๆ ที่เกิดขึ้น และการพัฒนาประสิทธิภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น	๑) ผู้เข้าร่วมประชุมมีความรู้และความเข้าใจในแผนที่ บวท. กำลังดำเนินการอยู่จากแบบประเมินผลในการจัดกิจกรรม	วส.สส.	หน่วยงานภายใน บวท. ที่เกี่ยวข้อง (ขึ้นอยู่กับวาระการประชุมในแต่ละครั้ง)
๒. ประสิทธิภาพ (Efficiency)	๒. ปัญหาประสิทธิภาพในการดำเนินการบิน	– กลุ่ม Aerial Work – กลุ่ม General Aviation – กลุ่มโรงเรียนการบิน – สมาคมทางการบิน – กลุ่มหน่วยงานด้านความมั่นคง			๓) สื่อสารผลการดำเนินงาน ความคืบหน้าแผนการปรับปรุงการให้บริการ	๒) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการชี้แจงของ บวท. เกี่ยวกับปัญหาข้อขัดข้องที่ได้รับ		
๓. ความสามารถในการคาดการณ์ได้ล่วงหน้า (Predictability)	๓. ปัญหาความสามารถในการคาดการณ์เพื่อการวางแผนการปฏิบัติการบินล่วงหน้า ๔. ปัญหาประสิทธิภาพการบริหารจัดการจัดลำดับการขึ้น – ลงของอากาศยาน ๕. ปัญหาประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อ					๓) มีข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุง		

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ/งบประมาณ (ล้านบาท)	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการ	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
๔. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	การประหยัดเชื้อเพลิงอากาศยานในการปฏิบัติการบิน ๖. ปัญหาประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศกับนักบิน ๗. ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานร่วมกับผู้ใช้บริการ				๔) ชี้แจงทำความเข้าใจในปัญหาข้อขัดข้องที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ ๕) รับฟังข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ	การให้บริการ		
		สายการบินสัญชาติไทยที่ให้บริการแบบ Full Service (การพิจารณาคัดเลือกสายการบินเข้าร่วมกิจกรรมโดยพิจารณาจากสถิติปริมาณเที่ยวบินในปี ๒๕๖๓/	Airlines Full Service Workshop (แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ)	มี.ค. / พ.ค. (๒ ครั้ง / ปี) งบประมาณที่ได้รับอนุมัติในปี ๒๕๖๓ (๐.๐๓/๓ ล้านบาท)	๑) ชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน ๒) ได้ข้อมูลในเชิงลึกและแนวทางในการแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องที่เกิดขึ้น ๓) มีความสัมพันธ์ขึ้น	๑) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการชี้แจงของบวท. เกี่ยวกับปัญหาข้อขัดข้องที่ได้รับ ๒) ได้ประเด็นปัญหา	วส.สส.	บจจ. ภภศ.

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ/ งบประมาณ (ล้านบาท)	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินกิจกรรม	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
		และคะแนนจากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ปี ๒๕๖๓)			ระหว่างนักบินและ ATC ในระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการ ๔) ลดข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน	เชิงลึกครบทุกประเด็น ๓) ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติการบินลดลง		
		สายการบินสัญชาติไทย ที่ให้บริการแบบ Low Cost (การพิจารณาคัดเลือกสายการบินเข้าร่วมกิจกรรมโดยพิจารณาจากสถิติปริมาณเที่ยวบินในปี ๒๕๖๓ และคะแนนจากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ปี ๒๕๖๓)	Airlines LCC Workshop (แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ)	ก.พ. / เม.ย. (๒ ครั้ง / ปี) งบประมาณที่ได้รับอนุมัติในปี ๒๕๖๔ (๐.๐๓๓/ล้านบาท)	๑) ชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน ๒) ได้ข้อมูลในเชิงลึกและแนวทางในการแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องที่เกิดขึ้น ๓) มีความสัมพันธ์ขึ้นระหว่างนักบินและ ATC ในระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการ ๔) ลดข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน	๑) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการชี้แจงของ บพท. เกี่ยวกับปัญหาข้อขัดข้องที่ได้รับ ๒) ได้ประเด็นปัญหาเชิงลึกครบทุกประเด็น ๓) ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติการบินลดลง	วส.สส.	บจจ. ภาศ.

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ/งบประมาณ (ล้านบาท)	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการ	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
		สายการบินสัญชาติไทย	* กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์กับสายการบิน (แผนบริหารความสัมพันธ์)	ม.ค./ มิ.ย. ๒ ครั้ง / ปี งบประมาณที่ได้รับอนุมัติในปี ๒๕๖๔ (๐.๕๑๔ ล้านบาท)	๑) ได้หารือเกี่ยวกับประเด็นข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน ๒) ได้ทำความรู้จัก มีความสัมพันธ์ และพัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ๓) ได้ช่องทางในการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น	๑) ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติการบินลดลง ๒) การประเมินความพึงพอใจจากการ จัดกิจกรรม	วส.สส.	บจจ. ภภค.
		ผู้บริหารระดับกลาง และระดับปฏิบัติของสายการบินสัญชาติไทย และคณะกรรมการดำเนินงานธุรกิจการบิน (AOC)	- Business Talk (แผนบริหารความสัมพันธ์)	ปีละ ๒ ครั้ง งบประมาณที่ได้รับอนุมัติในปี ๒๕๖๔ (๐.๒๐๖)	๑) ได้แนวทางในการแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในระดับนโยบาย ๒) มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารระดับสูงของ บวท. กับคณะกรรมการฯ ของ AOC	๑) มีนโยบายในการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจนอย่างน้อย ๑ เรื่อง	ผวท. รวท.ป ผญจ. ผศก.	วส.สส.

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ให้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ/งบประมาณ (ล้านบาท)	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการ	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
				ล้านบาท)	๓) พัฒนาความร่วมมือของผู้บริหารระดับสูง ทั้ง ๒ ฝ่าย			
		ผู้บริหารระดับสูงของสายการบินสัญชาติไทย และท่าอากาศยาน	* Executive Talk ร่วมกับผู้บริหารสายการบิน และท่าอากาศยาน (แผนบริหารความสัมพันธ์)	ธ.ค. ปีละ ๑ ครั้ง งบประมาณที่ได้รับอนุมัติในปี ๒๕๖๙ (๐.๒๐๖ ล้านบาท)	๑) ได้แนวทางในการแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในระดับนโยบาย ๒) สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารระดับสูงของ บวท. กับผู้บริหารของสายการบิน ๓) พัฒนาความร่วมมือของผู้บริหารระดับสูงของ บวท. กับสายการบิน	๑) มีนโยบายในการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจนอย่างน้อย ๑ เรื่อง	รвт.ป รвт.ม ผญศ. ผมป. ผบจ. ผศก.	วส.สส.

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ/งบประมาณ (ล้านบาท)	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการ	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
๑. ประสิทธิภาพ (Efficiency)	๑. ปัญหาประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการจัดสรรพื้นที่ ผักป็น ๒. ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน	กลุ่มโรงเรียนการบินทั้งหมด	การประชุมร่วมกับโรงเรียนการบิน (แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ)	ก.พ. (๑ ครั้ง/ปี) งบประมาณที่ได้รับอนุมัติในปี ๒๕๖๙ (๐.๐๓/๓ ล้านบาท)	๑) ได้แนวทางในการใช้พื้นที่ผักป็นของสถาบันด้านการบิน ๒) กำหนดวิธีปฏิบัติงานร่วมกัน	๑) ปัญหาข้อขัดข้องในการใช้พื้นที่ผักป็นลดน้อยลง	ศบ.	บจจ. วส.สส.
	๑. ปัญหาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ๒. ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน	กลุ่มผู้ทำการบินแบบ VFR	การประชุมร่วมกับกลุ่มผู้ทำการบินแบบ VFR (แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ)	พ.ย. (๑ ครั้ง/ปี) งบประมาณที่ได้รับอนุมัติในปี ๒๕๖๙ (๐.๐๓/๓ ล้านบาท)	๑) กำหนดวิธีปฏิบัติงานร่วมกัน ๒) รับทราบแนวทางการบริหารจัดการในการให้บริการของ บวท.	๑) ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติการบินลดลง	ศก.	บจจ. ภภศ. วส.สส.

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ/งบประมาณ (ล้านบาท)	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการ	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
๑. ประสิทธิภาพ (Efficiency) ๒. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ความร่วมมือในอุตสาหกรรมการบิน	- กลุ่มสายการบินสัญชาติไทย - กลุ่มหน่วยงานด้านความมั่นคง	กิจกรรมช่วยพรวนและย่นดีในโอกาสสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ การเลื่อนตำแหน่ง วันครบรอบหน่วยงาน (แผนบริหารความสัมพันธ์)	ธันวาคม, มกราคม, ตุลาคมของทุกปีงบประมาณ	๑) ความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานในระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ ๒) สร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ	ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการให้บริการ	วส.สส.	บจจ. ภภค. มปภ.

ตารางที่ ๙ แผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๙ สำหรับบริการเกี่ยวเนื่อง

กิจกรรมที่จะดำเนินการ	กลุ่มผู้ใช้บริการ	ระยะเวลา ในการ ดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการ กิจกรรม	การวัดผล	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ หลัก	หน่วยงาน สนับสนุน
๑. การประชุม Aviation Customer Meeting (ACM) เป็นการประชุมร่วมกับผู้ใช้บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน (AOC)	ผู้ใช้บริการขายสื่อสารการบิน (สายการบิน)	๒ ปีต่อครั้ง	การรับรู้ถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสารการบิน แนวทางการปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและความต้องการของลูกค้า	๑) แนวทางปรับปรุงการให้บริการ ๒) การร่วมกันแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อระบบและผู้ใช้งานสายการบิน	พชก.	ชป.ชก. บข.วบ.
๒. กิจกรรมอวยพรและยินดีในโอกาสสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ การเลื่อนตำแหน่ง วันครบรอบหน่วยงาน	- สายการบิน - หน่วยงานภาครัฐ - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง - กลุ่มธุรกิจพลังงาน - บิโตรเลียม	ธันวาคม, มกราคม, ตุลาคมของ ทุกปี งบประมาณ	๑) ความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานในระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ ๒) สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และสามารถรักษารฐานลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ทางธุรกิจ	ขอคิดเห็น/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการให้บริการ	พชก.	บส.วบ. ธน.ชก. ชป.ชก. บข.วบ. สธ.ชก.
๓. กิจกรรมพบปะเยี่ยมเยียนผู้ใช้บริการ	- สายการบิน - หน่วยงานภาครัฐ - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง - กลุ่มธุรกิจพลังงาน - บิโตรเลียม	มิถุนายน, กรกฎาคม ของทุกปี งบประมาณ	๑) ได้รับเสียงของลูกค้าสำหรับนำมาปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ๒) สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและเพื่อให้มีโอกาสในการกลับมาซื้อซ้ำ	ขอคิดเห็น/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการให้บริการ	พชก.	บส.วบ. ธน.ชก. ชป.ชก. สนง.พญพ. สธ.ชก.

กิจกรรมที่จะดำเนินการ	กลุ่มผู้ใช้บริการ	ระยะเวลา ในการ ดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนิน กิจกรรม	การวัดผล	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ หลัก	หน่วยงาน สนับสนุน
๔. การตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล (Digital Marketing)	- สายการบิน - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เนื่องกับกิจการบิน - หน่วยงานให้บริการ การเดินอากาศ - หน่วยงานภาครัฐ - กลุ่มธุรกิจพลังงาน ปิโตรเลียมและที่ เกี่ยวข้องทั่วประเทศ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๙	๑) เพื่อขยายตลาดและเพิ่มช่องทางเข้าถึงลูกค้า ใหม่ รวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์หน่วย ธุรกิจ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ๒) เพื่อสร้างการรับรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และ บริการของ บวท. แนะนำผลิตภัณฑ์และ บริการให้กับลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายได้รู้จัก เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น	การปรับปรุงเนื้อหาสื่อสังคม ออนไลน์ ข่าวสารที่เป็น ประโยชน์กับลูกค้า เพื่อสื่อสาร ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อ สร้างการรับรู้ในแบรนด์ “AEROTHAI” ผลิตภัณฑ์/ บริการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น	พธก.	สนง.แผนพ. ธน.ธก. ธป.ธก. สธ.ธก.

การติดตามและประเมินผลกิจกรรม จากกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามแผนปฏิบัติการฯ มีการติดตามผลและการประเมินผลรายการกิจกรรมที่จัดทำขึ้น โดยจัดทำเป็นแบบสอบถาม online เพื่อสอบถามข้อคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมและรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยตรง ซึ่งจะมีการสรุปผลและนำเสนอผู้บริหารเพื่อทราบต่อไป โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เป็นองค์ประกอบในการประมวลผลกิจกรรม และเป็นข้อมูลนำเข้าในการวางแผนจัดกิจกรรมในอนาคต

แผนดำเนินงานสำหรับกลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต และแผนดำเนินการ บพท.

มีแผนการดำเนินงานสำหรับลูกค้าที่เป็นผู้ใช้บริการ UTM, FIC อากาศยานทางทะเล และผู้ดำเนินการสนามบิน/ที่ขึ้น-ลงชั่วคราว โดยในปี ๒๕๖๔ จะมุ่งเน้นที่การทำ Customer Insight เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการใช้งาน ความถี่ จำนวนกลุ่มผู้ใช้งาน ข้อจำกัดในการปฏิบัติการ เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับลูกค้าแต่ละกลุ่มต่อไป

ตารางที่ ๑๐ กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต และแผนดำเนินการ

บริการการเดินอากาศ

กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง ในอนาคต	แผนดำเนินการ
กลุ่มผู้ใช้บริการ Unmanned Aircraft Traffic Management (UTM)	<u>ดำเนินการโดย คณะทำงาน UTM</u> - การขยายการให้บริการ UTM และการเชื่อมต่อกับระบบ AeroSky กับระบบ UTM ของ กพท. - ปัจจุบันได้มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนเกี่ยวกับ UTM ในแผนแม่บท ห่วงอากาศและการเดินอากาศแห่งชาติ ดังนี้ <u>ระยะฟื้นฟู</u> - พัฒนาพื้นที่ห้วงอากาศให้พร้อมรองรับอากาศยานไร้คนขับ และให้มีระบบเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติการของอากาศยานไร้คนขับในระยะฟื้นฟู <u>ระยะสั้น</u> - มีระบบบริหารจัดการจราจรทางอากาศรองรับการปฏิบัติการบินของอากาศยานไร้คนขับ (UAS Accommodations/UTM) <u>ระยะกลาง</u> - มีการบูรณาการระบบบริหารจัดการจราจรทางอากาศ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติการของอากาศยานทุกรูปแบบ (ATM/UTM/STM Integration)
กลุ่มผู้ใช้บริการ Flight Information Center (FIC)	<u>ดำเนินการโดย คณะทำงาน FIC</u> - จัดประชุมเพื่อชี้แจงการปฏิบัติงาน FIC กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ทั้งภายใน และภายนอก บพท. - ทดลองใช้งานจริงของระยะที่ ๑ (FIC on Operational FIS Phase 1)

กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง ในอนาคต	แผนดำเนินการ
กลุ่มผู้ใช้บริการอากาศยานทางทะเล	ดำเนินการโดย คณะทำงานสนับสนุนและผลักดันการปฏิบัติการบินทางทะเล (Seaplane) - จัดประชุมเพื่อชี้แจงวิธีปฏิบัติการบินสำหรับอากาศยานทางทะเลในพื้นที่น่านน้ำ - ประชุมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการบินทางทะเลในพื้นที่น่านน้ำ
กลุ่มผู้ดำเนินงานสนามบิน (สนามบินสาธารณะ และ สนามบินส่วนบุคคล)	ดำเนินการโดย วส.สส. นำกระบวนการในการให้บริการข้อมูลแก่ผู้ดำเนินงานสนามบินส่วนบุคคลมาใช้ในการทำงานร่วมกัน

บริการเกี่ยวเนื่อง (ดำเนินการโดยงานพัฒนาธุรกิจ)

กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง ในอนาคต	แผนการดำเนินงาน
กลุ่มลูกค้า ANSPs รายใหม่	- เน้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม และอุปกรณ์สำเร็จรูป และ/หรือ ซอฟต์แวร์ที่พัฒนาสนับสนุนการปฏิบัติการ หรือจัดทำเป็นโซลูชันให้แก่กลุ่มลูกค้า ANSP รายใหม่ - การใช้กลยุทธ์ด้านราคาที่แข่งขันได้กับผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกันที่มีจำหน่ายในตลาด - เน้นช่องทางการจัดจำหน่ายทาง Digital Marketing รวมถึงการเข้าร่วมงานนิทรรศการ/การประชุมที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก - เปิดช่องทางการสนับสนุนงานขายและหลังการขาย เพื่อการบริการลูกค้าผ่านทางช่องทาง Digital มากกว่าเดิม พร้อมข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย
กลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอื่น ๆ	บริการเกี่ยวเนื่องของ บวท. นอกเหนือจากการให้บริการในกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมการบินแล้ว ปัจจุบันมีกลุ่มลูกค้า ในอุตสาหกรรมพลังงาน ทั้งนี้ อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการบิน ยังเป็นส่วนการตลาดที่ พก. มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจที่จะเชื่อมโยงระบบนิเวศ (Ecosystem) ในอุตสาหกรรมการบิน เข้ากับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมการขนส่งทางบก ราง และ น้ำ รวมไปถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการเกษตร เช่น การใช้อากาศยานไร้คนขับเพื่อการเกษตร เป็นต้น โดยอาศัยการนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศที่ บวท. มีความเชี่ยวชาญ ไปประยุกต์ใช้งานในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มลูกค้าที่ คาดหวัง ในอนาคต	แผนการดำเนินงาน
กลุ่ม ประชาชน ผู้เดินทาง	พธก. มีแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสารทางอากาศ และประชาชนทั่วไป สำหรับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเวลาของเที่ยวบิน และการติดตามอากาศยานผ่านทางแอปพลิเคชัน เช่น โครงการ SkyHub ที่จะมีการเชื่อมโยงสู่ระบบ Smart Airport และ Smart City ในส่วนของ Smart Tourist ที่จะเชื่อมโยงไปสู่ Smart Mobility ในการเดินทางต่อไป
กลุ่ม สายการบิน ใหม่ ๆ	บพท. ได้รับอนุญาตให้จัดตั้ง Monitoring Agency for Asia Region (MAAR) จาก Aisa/Pacific Air Navigation Planning and Implementation Regional Group (APANPIRG) ทำหน้าที่ประเมินด้านความปลอดภัยโดยการตรวจสอบความพร้อมของอากาศยานที่ทำการบินในเขตพื้นที่ Reduced Vertical Separation Minimum (RVSM) โดยจะมีการพัฒนาธุรกิจผ่านทางช่องทาง Online เพื่อการให้บริการตรวจสอบโดยใช้ข้อมูล ADS-B ที่จะช่วยขยายขอบเขตในการให้บริการได้มากยิ่งขึ้น

(๓) การจัดการเรื่องร้องเรียน

บพท. ดำเนินการตามกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนขององค์กร โดยมีศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน (ศรร.) เป็นหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียน มีกองสื่อสารองค์กรและกิจการสังคม (สอ.สส.) ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่เป็น ศรร.

เป้าหมายของการจัดการเรื่องร้องเรียน คือ สัดส่วนเรื่องร้องเรียนที่จัดการได้ โดยแบ่งเป็น ด้านผู้ให้บริการ มีเป้าหมาย ร้อยละ ๑๐๐ และด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีเป้าหมาย ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓/๐ ซึ่งทำการวัดผลและรายงานผลทุกปี

ตัวชี้วัด : สัดส่วนเรื่องร้องเรียนที่จัดการ หมายถึง เรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติต่อจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด

ศรร. มีหลักเกณฑ์การพิจารณาในการรับเรื่องร้องเรียน คือ

๑) คัดกรองว่าเป็นเรื่องร้องเรียนหรือไม่ และจัดอยู่ในประเภทใด

๒) ตรวจสอบตัวตนของผู้ร้องเรียน และแจ้งผู้ร้องเรียนให้รับทราบว่า บพท. ได้รับเรื่องร้องเรียนแล้ว และจะนำเข้าสู่กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน

๓) ลงทะเบียนรับเรื่องร้องเรียน

โดยมีการกำหนดประเภทเรื่องร้องเรียนและฝ่ายงานหลักที่รับผิดชอบ ดังนี้

ตารางที่ ๑๑ ประเภทเรื่องร้องเรียน และฝ่ายงานหลักที่รับผิดชอบ

ประเภทเรื่องร้องเรียน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
การทำหน้าที่ของกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ (ผวท.) หรือคณะกรรมการ บวท.	- หน่วยงาน/บุคคล ที่ได้รับมอบหมายจากคณะทำงานพิจารณาเรื่องร้องเรียน
การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานใน บวท. (การบริหารงานบุคคล)	- ฝ่ายทรัพยากรบุคคลและคุณภาพชีวิต (ทบ.)
การจัดซื้อจัดจ้าง	- ฝ่ายบริหารทั่วไป (บท.)
การให้บริการเกี่ยวเนื่อง (Related Services) (คุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ)	- ฝ่ายบริหารธุรกิจ (ธก.) - ฝ่ายวิศวกรรมบริการ (วบ.) - ฝ่ายมาตรฐานและความปลอดภัย (มป.) - ฝ่ายบินทดสอบ (ทส.)
การให้บริการการเดินอากาศ	- ฝ่ายบริหารศูนย์ควบคุมจราจรทางอากาศเส้นทางบินกรุงเทพ (ศจ.) - ฝ่ายบริหารศูนย์ควบคุมจราจรทางอากาศเขตสนามบินกรุงเทพ (ศก.) - ฝ่ายบริหารเครือข่ายการจราจรทางอากาศ (บจ.) - ฝ่ายบริหารศูนย์ควบคุมจราจรทางอากาศเขตประชิดสนามบินภูมิภาค (ศป.) - ฝ่ายสนับสนุนงานวิศวกรรมจราจรทางอากาศ (สว.) - ฝ่ายบริหารงานวิศวกรรมจราจรทางอากาศ (บว.) - ฝ่ายมาตรฐานและความปลอดภัย (มป.)

ศร. รับผิดชอบในการรับเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ ที่ผ่านมาจากช่องทางรับเรื่องร้องเรียน แล้วดำเนินการนำเสนอแต่งตั้งคณะทำงานพิจารณาเรื่องร้องเรียน และจัดประชุมคณะทำงานพิจารณาเรื่องร้องเรียน เพื่อพิจารณาประเด็นเรื่องร้องเรียนที่เกิดขึ้น แนวทางการแก้ไขเบื้องต้น และมอบหมายสายงานหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปดำเนินการแก้ไข ซึ่ง ศร. จะแจ้งผู้ร้องเรียนให้ทราบถึงการนำเรื่องร้องเรียนเข้าสู่กระบวนการจัดการแล้ว นอกจากนี้ ศร. ดำเนินการติดตามความคืบหน้าการดำเนินการแก้ไขทุก ๑๕ วัน เพื่อบริการต่อ กอญ.บวท. และแจ้งผู้ร้องเรียนทราบ จากนั้นจะพิจารณาปรับปรุงมาตรการควบคุมภายในและสื่อสารกับการตระหนักรู้ เมื่อสายงานหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไขเรื่องร้องเรียนแล้วเสร็จ ศร. จะนำเสนอยุติเรื่องร้องเรียนต่อ กอญ.บวท. และแจ้งผลการดำเนินการให้ผู้ร้องเรียนทราบ สำหรับเรื่องร้องเรียนของลูกค้าบริการการเดินอากาศและลูกค้าบริการเกี่ยวเนื่อง มีการดำเนินการตามแนวทางการจัดการเรื่องร้องเรียน ดังนี้

**ตารางที่ ๑๒ แนวทางการจัดการเรื่องร้องเรียนของลูกค่าบริการการเดินทางอากาศ
และลูกค่าบริการเกี่ยวเนื่อง**

ประเภทข้อร้องเรียน	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	แนวทางการจัดการข้อร้องเรียน
๑. เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการการเดินทางอากาศ	กองมาตรฐานการบริการ (มก.มป.)	กระบวนการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการการเดินทางอากาศ (ANS Standards Verification Procedure) ซึ่งอยู่ภายใต้กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนด้านการบริการจราจรทางอากาศ
๒. เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับความปลอดภัยในการให้บริการจราจรทางอากาศ	กองบริหารความปลอดภัย (คป.มป.)	กระบวนการแจ้งเหตุ รายงานเหตุ และวิเคราะห์เหตุ (Safety Assurance) ซึ่งอยู่ภายใต้กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนด้านการบริการจราจรทางอากาศ
๓. เรื่องร้องเรียนด้านบริการการเดินทางอากาศที่ได้รับจากลูกค้าโดยตรง	บจ. ศจ. ศก. ศบ. บก ๑. บก ๒. ววจ. (เจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลข่าวสารการเดินทางอากาศ ข่าวสารการบินประจำวัน และวิศวกรที่ปฏิบัติงานสนับสนุนการให้บริการการเดินทางอากาศ)	คู่มือการปฏิบัติงานประจำแต่ละหน่วยงาน และระเบียบปฏิบัติการแจ้งเหตุ รายงานเหตุและสอบสวนเหตุที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่มีผลต่อความปลอดภัยด้านจราจรทางอากาศ
๔. เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการเกี่ยวเนื่อง	สายงานพัฒนาธุรกิจ (พทก.)	กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ (บริการเกี่ยวเนื่อง)

ทั้งนี้ ผู้ร้องเรียนสามารถยื่นเรื่องร้องเรียนต่อ บวท. โดยผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

- ๑) ติดต่อด้วยตนเอง ติดต่อที่ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน บวท. สำนักงานใหญ่
ท่าอากาศยานดอนเมือง
- ๒) ส่งเป็นหนังสือมาที่ ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน (กองสื่อสารองค์กรและกิจการ
สังคม) บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด เลขที่ ๑๐๒ ซอยงามดูพลี
ถนนพระราม ๔ แขวงท่าอากาศยาน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๒๐

๓) โทรศัพท์หมายเลข ๐ ๒๓๐๓/ ๒๒๒๒ หรือ ๐ ๒๒๘๓/ ๓๕๓๑ ต่อ ๕

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๖ ๓๒๓/๑ ๖๙๘๘

๔) เว็บไซต์ www.aerothai.co.th (ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน) สำหรับบุคคลภายนอก และ เว็บไซต์ home.aerothai.co.th (ข้อเสนอแนะ/เรื่องร้องเรียน) สำหรับพนักงาน บวท.

๕) E-mail: complaints@aerothai.co.th

(๖) กรณีผู้ร้องเรียนต้องการร้องเรียนการปฏิบัติงานของกองสื่อสารและกิจการสังคม (สอ.สส.) และ/หรือ เจ้าหน้าที่ สอ.สส. สามารถยื่นเรื่องร้องเรียนต่อ บวท. โดยผ่าน ผู้อำนวยการกองพนักงานสัมพันธ์และส่งเสริมความผูกพัน

(E-mail : saraban@aerothai.co.th)

การเรียนรู้

ศร. ได้ดำเนินการทบทวนและจัดทำกระบวนการดำเนินงานของศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียนที่ผ่านการรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร และได้ปรับปรุงคู่มือการจัดการเรื่องร้องเรียนให้สอดคล้องตามกัน โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ CG&CSR และคณะกรรมการ บวท. เรียบร้อยแล้ว (พฤศจิกายน ๒๕๖๑) จึงได้เผยแพร่คู่มือการจัดการเรื่องร้องเรียนฉบับปรับปรุงครั้งที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑ ในหน้าเว็บไซต์ของ บวท. และ intranet ต่อมาได้ดำเนินการทบทวน/ปรับปรุงคู่มือฯ โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ CG&CSR และคณะกรรมการ บวท. เรียบร้อยแล้ว (กันยายน ๒๕๖๕) จึงได้เผยแพร่คู่มือการจัดการเรื่องร้องเรียนฉบับปรับปรุงครั้งที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๕ ในหน้าเว็บไซต์ของ บวท. และ intranet ทดแทนฉบับเดิม และมีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เหมาะสมกับสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ บจจ. บภภ. ววจ. มปภ. พรก. วิเคราะห์สาเหตุที่สำคัญของเรื่องร้องเรียน และดำเนินการส่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาปรับปรุงระบบงาน อาทิ การปรับปรุง/พัฒนาผลิตภัณฑ์ การอบรม/ให้ความรู้เจ้าหน้าที่ ปรับปรุงขั้นตอนกระบวนการทำงาน การปรับปรุงช่องทางการสื่อสาร การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์หรือลดความไม่พึงพอใจ และทำการประเมินซ้ำตามกระบวนการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ จากการประเมินผลดำเนินการของ ศร. ที่ผ่านมาเป็นการเก็บบันทึกข้อมูลแบบ Manual ดังนั้นเพื่อให้ระบบเรื่องร้องเรียนสามารถง่ายต่อการสืบค้น และใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง รวมถึงสามารถติดตามสถานะการดำเนินงานได้ จึงได้พัฒนาระบบบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน โดยนำระบบ IT มาใช้งาน (ตั้งแต่ตุลาคม ๒๕๖๔ เป็นต้นมา)

๕.๓.๓ แผนการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ (แผนระยะสั้น)

ในการจัดทำแผนพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ และยกระดับความพึงพอใจผู้ให้บริการ โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

(๑) การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน

บพท. ได้ดำเนินการตามกระบวนการสำรวจความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ โดยมีการดำเนินการสำรวจ เป็นประจำทุกปี โดยใช้กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดจากกระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดมาใช้เป็นกลุ่มเป้าหมายในการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ โดยได้นำสารสนเทศที่ได้จากกระบวนการบริหารความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ผู้ให้บริการในปีที่ผ่านมา ไปบูรณาการกับสารสนเทศที่ได้จากกระบวนการของสายงานควบคุมจราจรทางอากาศ และกระบวนการของสายงานพัฒนาธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์สารสนเทศความต้องการความคาดหวังของลูกค้า เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการออกแบบคำถามและวิธีการในการสำรวจ

๑.๑ ขอบเขตในการสำรวจ

บพท. ได้กำหนดขอบเขตการสำรวจด้านการให้บริการการเดินอากาศ (Air Navigation Service – ANS) ๔ ด้าน ตามข้อกำหนด สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย ฉบับที่ ๒๕ ว่าด้วยการขอและออกใบรับรองบริการการเดินอากาศ โดยมีคำถามอยู่บนพื้นฐาน 5 KPAs จาก 11 KPAs ตาม Global Air Navigation System Performance Based ข อ ง ICAO (GANP) (Safety, Cost-Effectiveness, Capacity, Efficiency, Predictability) และ 3 Service Quality Dimensions (Empathy, Reliability, Assurance) ได้แก่

- บริการการจัดการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Management – ATM) ประกอบด้วยบริการย่อย ๓ ประเภท ได้แก่
 - ประเภทบริการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Service – ATS)
 - ประเภทการจัดการห้วงอากาศ (Airspace Management – ASM)
 - ประเภทการจัดการความคล่องตัวของจราจรทางอากาศ (Air Traffic Flow Management – ATFM)
- บริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน (Communication Navigation Surveillance – CNS)
- บริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design – IFPD)
- บริการข่าวสารการบิน (Aeronautical Information Services – AIS) ในส่วนของ International NOTAM Office (NOF) และ Pre-flight Information Unit ณ สนามบินดอนเมืองและสุวรรณภูมิ

- บริการเกี่ยวเนื่องอื่น ๆ เช่น บริการด้านเช่าอุปกรณ์สื่อสาร ประกอบด้วย Trunked Radio, Air to Ground Radio และ AFTN Terminal

๑.๒ กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ ได้แก่

- กลุ่มสายการบินสัญชาติไทย และสายการบินต่างชาติ (Commercial Air Transport: CAT)
- กลุ่มการขนส่งทางอากาศที่ไม่ใช่พาณิชย์ (Non-commercial)
- กลุ่มอากาศยานที่ทำการบินทั่วไป (General Aviation: GA)
- กลุ่มผู้ทำงานทางอากาศ (Aerial Work: AW)
- กลุ่มอากาศยานภาครัฐ (State Aircraft: SA)
- กลุ่มโรงเรียนการบิน (Approved Training Organization: ATO)
- กลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจเกี่ยวเนื่องของ บวท. (Related Business Users)

๑.๓ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่

๑. การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการของ บวท. โดยใช้แบบสอบถามมาตรฐาน (Standard Questionnaire) เพื่อประเมินความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ โดยคำถามประกอบด้วย คำถามแบบมีข้อคำตอบให้เลือกและคำถามปลายเปิด โดยจะครอบคลุมภารกิจทั้ง ๓ ด้านของ บวท. ได้แก่

- ๑) ด้านการให้บริการการเดินทางทางอากาศ (Air Navigation Services: ANS) คำถามจะอยู่บนพื้นฐาน 11 KPAs
- ๒) ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารการบิน (AIS) คำถามจะอยู่บนพื้นฐาน 11 KPAs รวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้อง
- ๓) ด้านการเช่าอุปกรณ์ Trunked Radio, AFTN Terminal และ Air to Ground Radio โดยคำถามจะเป็นเรื่องความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการใช้บริการของ บวท.

๒. การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามหลังการจัดกิจกรรม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการสอบถามความพึงพอใจ หลังการจัดกิจกรรมร่วมกับผู้ให้บริการ

๓. การสัมภาษณ์เชิงลึก* (In-depth-Interview)/การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) โดยแบ่งผู้ให้บริการเป็น ๓ บริการ ดังนี้

**ตารางที่ ๑๓ ประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก/สนทนากลุ่มย่อยในแต่ละบริการและ
กลุ่มเป้าหมาย**

บริการ	กลุ่มเป้าหมาย	ประเด็นการสนทนา
บริการด้าน Air Navigation Services : ANS	๑) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของ สายการบิน จำนวน ๗ สายการบิน <u>หรือ</u> ๒) การสนทนากลุ่มย่อยของเจ้าหน้าที่ควบคุม จราจรทางอากาศจาก Aerodrome, Approach, Area ได้แก่ นักบิน และ พนักงานอำนวยความสะดวกการบิน (Dispatcher)	ศึกษาความต้องการ ความ คาดหวัง และทัศนคติที่มีต่อ บวท. และความผูกพัน
บริการด้าน Aeronautical Information Service : AIS	การสัมภาษณ์พนักงานอำนวยความสะดวกการบิน (Dispatcher) ของสายการบิน	ศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และทัศนคติ ที่มีต่อ บวท. และความผูกพัน
บริการด้านการเช่า อุปกรณ์สื่อสาร Trunked Radio, Air to Ground Radio และ AFTN Terminal	การสัมภาษณ์หัวหน้างาน/พนักงาน อำนวยความสะดวกการบิน	ศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และทัศนคติ ที่มีต่อ บวท. และความผูกพัน

ทั้งนี้ กรอบการดำเนินการข้างต้น มีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของการมุ่งเน้น
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าตามระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจใหม่ มาเป็นแนว
ทางการสำรวจในปัจจุบัน ประกอบกับคำแนะนำของผู้บริหารระดับสูง รวมถึงใช้ข้อมูล ข้อคิดเห็น
ข้อเสนอแนะจากการสำรวจ ในปีที่ผ่านมาเป็นข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำผลการสำรวจความพึงพอใจ ทั้งนี้
กรอบในการดำเนินงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของอุตสาหกรรมการบินในปีนั้น
โดยจะนำผลที่ได้มาเป็นข้อมูลในการกำหนดแผนพัฒนาปรับปรุงกระบวนการบริการขององค์กรให้มี
ประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

ตามกระบวนการบริหารความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ผู้ใช้บริการ จะมีการสำรวจ
ทั้ง ๒ ส่วนคือ การระบุระดับคะแนนความไม่พึงพอใจ (๑-๕) และบรรจุไว้ในแบบส่วนคำถามปลายเปิด
ในแบบสอบถาม เพื่อให้ลูกค้าสามารถระบุประเด็นความไม่พึงพอใจได้อย่างอิสระ โดยกำหนดค่าเกณฑ์วัด
ตามระดับความถี่ เพื่อให้ได้ประเด็นความไม่พึงพอใจที่ต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน และนำมาจัดทำแผน/
กิจกรรม การปรับปรุงการให้บริการ จากประเด็นผลการสำรวจ ประจำปี ๒๕๖๔ อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี
ที่ผ่านมา บวท. มีการประเมินประสิทธิผลของการประเมินความพึงพอใจ โดยมีการจัดทำ

แบบสอบถามผ่าน QR code เป็น Google form ส่งไปยังหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการ/ลูกค้าของ บวท. หลังจากที่ได้รับข้อมูลรายงานการประเมินความพึงพอใจ แล้ว โดยมีกรอบคำถามถึงการนำข้อมูลรายงานฯ นำไปใช้งาน โดยคำถามจะถามเรื่องการใช้สารสนเทศจากรายงานผลสำรวจความพึงพอใจ ประจำปี ที่สามารถนำมาเป็นปัจจัยนำเข้าไปในกระบวนการทำงาน รวมถึงการปรับปรุงข้อมูลในรายงานผลสำรวจฯ เพื่อใช้ในการกิจของหน่วยงาน และการประเมินระเบียบวิธีวิจัย/ความครอบคลุมของประเด็นที่สำคัญในการสำรวจ / การสุ่มตัวอย่าง / การใช้ทฤษฎีเครื่องมือในการวิจัย/ความน่าเชื่อถือของผลการสำรวจ รวมถึงร้อยละการตอบกลับของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ มีการประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับแผนงาน/โครงการ หรือแผนปรับปรุงที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงาน เพื่อที่จะนำข้อมูลเหล่านั้นมาทบทวน/ปรับปรุงเพื่อเป็นปัจจัยนำเข้าไปของการประเมินฯ ในปีถัดไป

การเรียนรู้

ผลที่ได้จากการรับฟังเสียงของลูกค้า และผลการสำรวจฯ ในปี ๒๕๖๔ จะถูกนำมาจัดลำดับประเด็นคุณภาพที่ควรปรับปรุง เพื่อทบทวนและวิเคราะห์ประเด็นที่ลูกค้าให้ความสำคัญ รวมทั้งประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่ควรปรับปรุง และความ ไม่พึงพอใจ และจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการจากผลสำรวจฯ ในปี ๒๕๖๔ เพื่อตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า และปรับปรุงประสิทธิภาพของการให้บริการให้ดีขึ้น โดยจะติดตามความคืบหน้าการดำเนินการตามแผนปรับปรุงรายเดือน จากระบบติดตามแผนปรับปรุง และนำข้อมูลที่มีการวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยนำเข้าอื่นๆ มาจัดทำแผนบริหารความสัมพันธ์/บริหารผลลัพธ์ ในปี ๒๕๖๕ เพื่อดำเนินการกำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ได้ตรงตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ทบทวนสภาพแวดล้อมองค์กร ทิศทางขององค์กร บริบทองค์กร และยุทธศาสตร์ และนำสารสนเทศที่เกิดจากการบูรณาการของกระบวนการดังกล่าว ไปเป็นปัจจัยนำเข้าให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปดำเนินการ ทำแผนปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในประเด็นที่ บวท. ยังด้อยกว่าคู่แข่ง/คู่เทียบ

รวมทั้งนำผลลัพธ์ที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ เพื่อนำไปบูรณาการผลที่ได้จากกระบวนการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งสายงานปฏิบัติการ และสายงานพัฒนาธุรกิจ มาสรุปประเด็นเพื่อให้ได้สารสนเทศเรื่องความต้องการ/ความคาดหวัง แล้วจึงส่งมอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดทำแผนพัฒนา/แผนปรับปรุง แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม โดยแบ่งการดำเนินการออกเป็นแผนระยะสั้น แผนระยะยาว และแผนงานประจำของหน่วยงาน สส. ดังนี้

๑. สายงานปฏิบัติการ

- กระบวนการรับฟังลูกค้า เพื่อใช้ในการนำไปวิเคราะห์สารสนเทศความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า

- กระบวนการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อดำเนินการกำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ได้ตรงตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เช่น การจัดประชุมร่วมกับสายการบิน เป็นต้น
- กระบวนการจัดทำแผนวิสาหกิจ เพื่อนำไปใช้กำหนดแผนปฏิบัติการของงานการให้บริการการเดินทางอากาศ เช่น การทบทวนสภาพแวดล้อมองค์กร ทิศทางขององค์กร บริบทองค์กร และยุทธศาสตร์
- กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการ เพื่อนำไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้ประกอบการทำแผนพัฒนา/แผนปรับปรุง เช่น แผนบริหารจัดการโครงสร้างพื้นที่ควบคุมจราจรทางอากาศและเส้นทางบิน แผนพัฒนาการให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศเข้าแบบ Simultaneous Parallel Approach ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นต้น

๒. สายงานพัฒนาธุรกิจ

- กระบวนการการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมหน่วยธุรกิจประจำปี
- กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนด้านบริการเกี่ยวเนื่อง เพื่อนำไปดำเนินการแก้ไขปรับปรุงพัฒนาการให้บริการ
- กระบวนการกำหนดผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อนำไปพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการ ให้ตรงตามความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า
- กระบวนการจัดการการตลาดและการขาย เพื่อนำไปปรับปรุงกลยุทธ์การวางแผนและการตลาด

(๒) การบริหารจัดการแผนปรับปรุงการให้บริการ มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของ บพท. เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และเตรียมความพร้อมพัฒนาประสิทธิภาพ เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายวิสัยทัศน์อย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการสร้างความสมดุลระหว่างการวางแผนดำเนินการขององค์กรและความต้องการของลูกค้าและเพื่อรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรตลอดไป (CRM & Service Quality Loop) กระบวนการบริหารจัดการแผนปรับปรุงจึงมีความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าให้อยู่กับองค์กรระยะยาวและเกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งกระบวนการดังกล่าว มีรายละเอียด ดังนี้

- ทบทวนผลการสำรวจพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ร่วมกับหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์หาประเด็นคุณภาพ/ประเด็นที่ควรนำมาปรับปรุง

- สรุปประเด็นสำคัญที่ควรปรับปรุง ที่ได้มาจากความไม่พึงพอใจ และจัดทำหนังสือถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้พิจารณาข้อมูลดังกล่าวเพื่อจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการ หรือเชื่อมโยงกับแผนดำเนินการภายในหน่วยงาน โดยแบ่งออกเป็นแผนปรับปรุงระยะสั้น (ระยะเวลาในการดำเนินการน้อยกว่า ๑๒ เดือน) และแผนปรับปรุงระยะยาว (ระยะเวลาในการดำเนินการมากกว่า ๑๒ เดือน)

-จัดทำตารางเชื่อมโยงข้อมูลแผนปรับปรุงให้สอดคล้องกับประเด็นคุณภาพจากผลสำรวจที่ควรปรับปรุงพร้อมกรอบระยะเวลา และวัตถุประสงค์ของแผน ทั้งแผนปรับปรุงในส่วนบริการการเดินอากาศ แผนปรับปรุงในส่วนบริการข้อมูลข่าวสารการบิน และแผนปรับปรุงในส่วนบริการเกี่ยวเนื่อง

-กองวิสาหกิจสัมพันธ์ (วส.สส.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนปรับปรุง โดยแผนปรับปรุงดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับแผนการดำเนินการภายในหน่วยงาน ทั้งนี้ แผนปรับปรุงดังกล่าวอาจต่อยอดจากแผนงานเดิมที่อยู่ในระหว่างการดำเนินการ หรือเป็นแผนงานใหม่ และนำเสนอให้แก่วส.สส. เพื่อดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป โดยการจัดทำแผนปรับปรุงแยกตามสายงาน แบ่งเป็น แผนงานปรับปรุงของหน่วยปฏิบัติการ และแผนงานปรับปรุงของหน่วยงานธุรกิจ

-รวบรวมแผนปรับปรุงจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำเสนอตารางเชื่อมโยงของแผนปรับปรุงการให้บริการที่มาจากผลสำรวจความพึงพอใจ ต่อที่ประชุมฝ่ายจัดการระดับสูง (EMM) โดยนำเสนอแผนพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ ทั้งแผนระยะสั้น และแผนระยะยาว

-ดำเนินการบันทึกแผนปรับปรุงลงในระบบติดตามแผนปรับปรุง โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรายงานความคืบหน้าในระบบติดตามแผนปรับปรุงทุกเดือน พร้อมทั้งสรุปผลการดำเนินการตามแผนปรับปรุงต่อที่ประชุมฝ่ายจัดการระดับสูง (EMM) ทุก ๖ เดือน

-นอกจากนี้ ยังมีการสื่อสารผลการดำเนินการตามแผนปรับปรุง ซึ่งเป็นแผนงาน/โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแผนปรับปรุง ให้กับผู้ใช้บริการได้รับทราบผ่านช่องทางการประชุมร่วมกับผู้ใช้บริการในเวทีต่างๆ

-การจัดเก็บข้อมูลแผนปรับปรุง อยู่ในระบบติดตามแผนปรับปรุงใน Portal บน Intranet ของ บวท. เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการค้นหาและสนับสนุนกลุ่มงานอื่นๆ

-ตัวชี้วัดของกระบวนการบริหารความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ผู้ใช้บริการ คือ ร้อยละของจำนวนแผนปรับปรุงที่สำเร็จตามแผน โดยมีค่าเป้าหมาย อยู่ที่ร้อยละ ๘๐ ของแผนปรับปรุงทั้งหมด และมีความถี่ในการวัดผลอยู่ที่ ๑ ครั้ง/ปีงบประมาณ

ทั้งนี้ สำหรับสายงานพัฒนาธุรกิจในส่วนของงานผลิตและรับทำ ได้จัดทำแบบสำรวจเพื่อหาความพึงพอใจปีละครั้ง โดยแต่ละปีจะพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์จากมูลค่าโครงการ การส่งมอบอุปกรณ์ตามสัญญาจ้าง เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการจัดทำแบบสอบถามจะขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมีประเด็นสำคัญหลักในการสอบถามดังนี้

- ประเด็นด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
- ประเด็นด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่
- ประเด็นด้านความประทับใจ ความไม่พึงพอใจ และข้อเสนอแนะ

โดยสายงานพัฒนาธุรกิจจะนำประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาจากกระบวนการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจผู้ใช้บริการ (ลูกค้า) ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ มาวิเคราะห์และ

นำเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการให้กับกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานด้านความมั่นคง และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน โดยมีการทบทวนสภาพแวดล้อม และพัฒนาโครงการเพื่อยกระดับประสิทธิภาพ และบรรจุเป็นแผนงาน/โครงการในแผนวิสาหกิจต่อไป

อนึ่ง บวท. ได้นำระบบติดตามแผนปรับปรุงมาใช้งานเพื่อจัดเก็บข้อมูลแผนปรับปรุงของแต่ละสายงาน และติดตามความคืบหน้าการดำเนินการเป็นรายเดือน โดยได้แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ แผนปรับปรุงที่บรรจุอยู่ในแผนวิสาหกิจและแผนปรับปรุงที่ไม่ใช่แผนวิสาหกิจ และมีการรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานให้กับที่ประชุมฝ่ายจัดการระดับสูง (EMM) รับทราบในเดือนเมษายน และเดือนตุลาคมของทุกปี ทั้งนี้ แผนปรับปรุงแบ่งออกเป็นแผนระยะสั้น และแผนระยะยาว โดยแผนระยะสั้น คือ แผนที่มีระยะเวลาไม่เกิน ๑๒ เดือน และแผนระยะยาว คือแผนที่มีระยะเวลาดั้งแต่ ๑๓ เดือนขึ้นไป โดยนับจากเดือนที่จัดทำแผน (รายละเอียดตาม [ภาคผนวก F-H ตารางแผนปรับปรุงแบ่งตามประเภทบริการ](#))

(๓) การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

บวท. ส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรมให้พนักงานทำการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม เพื่อเป็นพลังสร้างสรรค์นวัตกรรมสนับสนุนการปฏิบัติงาน ทั้งภารกิจบริการการเดินทาง วิศกรรมการเดินทาง และบริหารจัดการองค์กร บวท. ให้ความสำคัญกับการพัฒนา นวัตกรรมทุกด้านเพื่อพัฒนาองค์กรทั้งภารกิจหลักด้านบริการการเดินทาง ภารกิจด้านบริการเกี่ยวเนื่องกับบริการการเดินทาง และด้านการบริหารจัดการองค์กร และกำหนดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบงานด้านการวิจัยและพัฒนาในโครงสร้างองค์กร อย่างชัดเจน มีนโยบายส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และนวัตกรรม โดยมีแนวทางส่งเสริมในหลายวิธีการอย่างเข้มข้น มาตั้งแต่ปี ๒๕๔๙ และเปิดโอกาสให้พนักงานนำเสนอผลงานวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมใหม่ๆ เสนอเข้าประกวดรางวัลนวัตกรรม ซึ่งผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญ โดยร่วมเป็นคณะกรรมการ/คณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมงานวิจัย พัฒนา และนวัตกรรม และให้การสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ได้เรียนเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกองค์กร ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญสูง และได้รับการยอมรับในส่วนของความเชี่ยวชาญ เฉพาะด้านระดับประเทศเป็นที่ปรึกษาคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมฯ เพื่อให้คำปรึกษาแนะนำต่อการดำเนินงาน วิจัย พัฒนา และนวัตกรรมในเรื่องที่เป็นประโยชน์ทั้งกับภารกิจของบริษัทฯ และทั้งที่เป็นประโยชน์กับอุตสาหกรรมการบินของประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานส่งเสริม นวัตกรรมในองค์กรของบริษัทฯ มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบและยั่งยืน นอกจากนี้ยังได้กำหนดเรื่องการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมในองค์กรไว้เป็นเป้าประสงค์ตามแผนวิสาหกิจอย่างชัดเจน และมีการกำหนดแผนการส่งเสริม นวัตกรรมอย่างเป็นรูปธรรม มีการทำงานร่วมกันในลักษณะการบูรณาการกับแผนงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร ได้แก่ หน่วยงานที่รับผิดชอบงานทรัพยากรบุคคลต่อยอดการจัดการความรู้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ยังมีการจัดทำแนวทางการส่งเสริมงาน วิจัย พัฒนา และนวัตกรรมที่ถ่ายทอดมาจากกลยุทธ์ นโยบายระดับองค์กร มีการกำหนดแผนงาน/โครงการ และกิจกรรมไว้อย่างเป็นระบบ มีการบูรณาการ งานนวัตกรรมกับระบบงาน/แผนงานภายในองค์กร และมีการสร้างพันธมิตรภายนอกองค์กร แสดงให้เห็นวงจรการพัฒนาองค์กรนวัตกรรม อย่างต่อเนื่อง ในปี ๒๕๖๔ บริษัทฯ มีการคัดเลือกผลงาน นวัตกรรมเพื่อส่งเข้าประกวดทั้งภายในองค์กร ระดับประเทศ และนานาชาติ

การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองต่อ ความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้าปัจจุบัน และสอดคล้องกับมาตรฐานการปฏิบัติงาน บวท. มีการ วิเคราะห์ข้อมูลจากสภาพแวดล้อมทางการบิน อาทิ เทคโนโลยี/การเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสารและ บริการการบินอากาศ ยุทธศาสตร์องค์กร ข้อมูลความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้าของแต่ละ ส่วนตลาด แนวโน้มความต้องการของตลาดบริการเกี่ยวเนื่องและความต้องการจากหน่วยงานภายใน บวท. แผนและมติที่ประชุมระดับนานาชาติ เช่น Global Air Navigation Plan, AsSEAN Seamless ANS Plan และมติที่ประชุม ICAO ในระดับต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อสรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการที่ บวท. จะต้องปรับปรุง พัฒนาและนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน และอนาคต โดยได้นำประเด็นผลลัพธ์จากการสำรวจความพึงพอใจ ประจำปี และข้อมูลสารสนเทศด้านอื่นๆ ผลลัพธ์การสัมภาษณ์เชิงลึก และการเก็บข้อมูลจาก Focal Point และข้อมูลสารสนเทศของลูกค้าจาก สื่อออนไลน์ มาเป็นปัจจัยนำเข้าในการดำเนินการพิจารณาจัดทำแผนการปรับปรุงการให้บริการเพื่อ ตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า

ปัจจุบัน กระบวนการพัฒนานวัตกรรม มีหลักการพื้นฐาน คือ การพัฒนานวัตกรรม โดยเน้นความต้องการของผู้ใช้งาน/ลูกค้าเป็นหลัก (Customer Centric) ผ่านขั้นตอนการระบุปัญหา การระดมความคิด การสร้างต้นแบบ และการทดสอบใช้งาน ซึ่ง บวท. ได้ปรับปรุงกระบวนการพัฒนา นวัตกรรม โดยในระยะแรกจะนำมาใช้กับการพัฒนานวัตกรรมในกลุ่มที่ 2 กลุ่มนวัตกรรมที่สนับสนุน การกิจปัจจุบัน (นวัตกรรมมุ่งเน้นระบบ) ให้เหมาะสมกับบริบทขององค์กร โดยใช้กระบวนการ Stage-Gate Process ซึ่งที่เป็นแนวคิดการพัฒนานวัตกรรมจากแนวความคิดสร้างสรรค์ จนนำเสนอ นวัตกรรมออกสู่ตลาดได้สำเร็จ ประกอบไปด้วยขั้นตอนต่างๆ ๔ ขั้นตอน คือ

Stage 1 – Scope : ขั้นตอนการทดสอบความคิดใหม่ๆ และกำหนดขอบเขตของการพัฒนา นวัตกรรมในเบื้องต้นให้ชัดเจน

Stage 2 – Design : ขั้นตอนการตรวจสอบอย่างละเอียดเกี่ยวกับความเป็นไปได้เบื้องต้นทั้งด้าน เทคนิคและตลาด เพื่อพัฒนาโครงการนวัตกรรมให้มีความชัดเจนมากขึ้น

Stage 3 – Develop : เป็นการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างละเอียด รวมทั้ง การออกแบบวิธีการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต/ให้บริการเต็มรูปแบบ ในอนาคต

Stage 4 – Scale Up : การทดลองในระดับห้องปฏิบัติการ ระดับการผลิต/ให้บริการจริง และทดสอบตลาดเพื่อให้แน่ใจถึงกระบวนการ ผลิต/ให้บริการและผลลัพธ์ด้านการตลาดของนวัตกรรมตามที่คาดหวัง

Stage 5 – Launch : เป็นการสร้างมูลค่าจากนวัตกรรม โดยดำเนินการผลิต/ให้บริการ การตลาด และการขายเต็มรูปแบบตามที่วางแผนไว้

ทั้งนี้ การก้าวข้ามในแต่ละขั้นตอนนั้นจะมีจุดตัดสินใจที่เรียกว่า Gate ซึ่งจะเป็นการพิจารณากันก่อนว่า จะดำเนินการหรือลงทุนต่อหรือจะกลับไปดำเนินการเพิ่มเติมในขั้นตอนก่อนหน้านี้ เป็นจุดที่จะสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินการที่เป็นระบบอย่างมี เหตุผลในแต่ละขั้นตอนที่ก้าวหน้าไป มีการบูรณาการผ่านกระบวนการจัดทำแผนการปรับปรุงการให้บริการ ร่วมกับการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเพื่อการพัฒนาวัตกรรมที่ตอบโจทย์ การดำเนินการจะเชื่อมโยงกับการนำประเด็นที่มีความสำคัญเร่งด่วน และนำเสนอผ่านคณะกรรมการนวัตกรรมที่ต่อไป

ในการนี้ การพัฒนาวัตกรรมได้ใช้ Business Model Canvas ในการวางแผนพัฒนา นวัตกรรม ซึ่งมีองค์ประกอบ ๙ อย่าง คือ

- ๑) ลูกค้า (Customer Segment – CS)
- ๒) คุณค่า/จุดขายของสินค้าหรือบริการ (Value Propositions – VP)
- ๓) ช่องทาง (Channels – CH)
- ๔) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships–CR) วิธีในการรักษารฐานลูกค้า
- ๕) กระแสรายได้ของธุรกิจ (Revenue Streams–RS)
- ๖) ทรัพยากรหลัก (Key Resources – KR)
- ๗) กิจกรรมหลัก (Key Activities – KA)
- ๘) พันธมิตรหลัก (Key Partners – KP)
- ๙) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure–CS)

ภาพที่ ๑๔ การวิเคราะห์ Business Model Canvas ของบริการการบินอากาศ

The Business Model Canvas: บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด พ.ศ. 2568				
Key Partners - ผู้กำกับดูแล - กระทรวงการคลัง - กระทรวงการคลัง (กค.) - กระทรวงคมนาคม (คค.) - สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพข.) - สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) - บริษัท ทรินิตี้ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (TRIS) - คู่ค้าร่วมมือ - กองทัพอากาศ (ทอ.) - กองทัพอากาศ (ทอ.) - สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ศูนย์บังคับและต่อต้านอากาศยานซึ่งไม่มั่นคงปลอดภัยของอากาศยานที่ควบคุมการบินจากภายนอก) (โดรน) (คพช.ศร.) - บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) - บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) - กรมท่าอากาศยาน (ทอ.) - บริษัท ยูนิคอส อินเตอร์เนชั่นแนล เอวิเอชัน จำกัด (UTA) - สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สทพ.) (EEC) - สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) - กรมอุตุนิยมวิทยา (อุต.) - กรมธนารักษ์ - ANSP ต่างประเทศ - ผู้เสนอ - ผู้ค้า	Key Activities - บริการจัดการจราจรทางอากาศ (ATM) ได้แก่ ATS (ATC และ FIS), ASM และ ATFM - บริการระบบสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน (CNS) - บริการออกใบปฏิบัติการการบินด้วยเครื่องไร้เครื่องยนต์ (IFPDS) - UAS Traffic Management (UTM) ในพื้นที่นำร่อง - บริการข้อมูลข่าวสารการเดินอากาศ (ประกอบด้วย NOTAM office, งานแผนการบิน, งานแนะนำการบิน) - Safety Management System Level C - ดำเนินการตาม SE-AM เพื่อให้ได้คะแนนในส่วน Core Business Endlers ไม่ต่ำกว่า 3.00 - พัฒนาศักยภาพของพนักงาน - บริการธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	Value Propositions - ให้บริการการเดินอากาศเหนือ - นำเข้าไทย ที่ - ปลอดภัย (Safety) - มีความมั่นคง (Security) - มีประสิทธิภาพ (Efficiency) - สามารถรองรับการจราจรทางอากาศได้ตามความต้องการ อย่างน้อย 1.2 ล้านเที่ยวบิน (Capacity) - ให้บริการเชื่อมโยงกับบริการการเดินอากาศ ที่มีความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญ	Customer Relationships - การประชุมระหว่างบริษัทและผู้ให้บริการ เช่น การประชุม ATC-Pilot และการประชุม Airspace Users เป็นต้น - ประสานงานโดยตรงผ่าน Focal Point - Email/ โทรศัพท์ - แบบสอบถามความพึงพอใจผู้ใช้บริการ - ช่องทางการร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ - Safety report form - เว็บไซต์ www.oerothai.co.th - Social Media - Web Conference	Customer Segments - บริการการเดินอากาศ - สายการบินพาณิชย์ - อากาศยานภาครัฐ - อากาศยานปฏิบัติการในพื้นน้ำ - โรงเรียนการบิน - General Aviation (GA) - ลูกค้าบริการเกี่ยวเนื่อง - สายการบิน - กลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียมและที่เกี่ยวข้อง - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการบิน - หน่วยงานผู้ให้บริการการเดินอากาศ ทั่วประเทศ - หน่วยงานภาครัฐ
Cost Structure - ต้นทุนคงที่ - คชจ. พนักงาน ประมาณร้อยละ 70 - ค่าเสื่อมราคา ประมาณร้อยละ 10 - ต้นทุนผันแปร ประมาณ ร้อยละ 20		Revenue Streams - รายได้จากค่าบริการควบคุมจราจรทางอากาศ (ประมาณร้อยละ 94) - รายได้จากธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (ประมาณร้อยละ 6)		

นอกจากนี้ จะมีการเชื่อมโยงองค์ความรู้ขององค์กร และการวิเคราะห์ความเสี่ยง การวิเคราะห์ Intelligent Risk ของ บวท. มาประกอบการวิเคราะห์ในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการของ บวท.

การวัดระดับความตอบสนองตามความต้องการความคาดหวังของลูกค้า โดยทำการสำรวจความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใหม่เพื่อเป็นการวัดระดับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโครงการ/แผนพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ถึงความตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ และนำข้อมูลผลสำรวจมาวิเคราะห์จุดบกพร่องและทบทวนแนวทางการดำเนินการของโครงการ/แผนพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

จัดทำคลังความรู้ด้านการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ โดยจัดเก็บข้อมูลนำเข้าด้านต่างๆ ลงในระบบการจัดการความรู้เพื่อเป็นฐานข้อมูลในรูปแบบดิจิทัล สำหรับเป็นข้อมูลเปรียบเทียบ วิเคราะห์ และเป็นแนวทางในการทบทวนแผนด้านการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการในอนาคตต่อไป

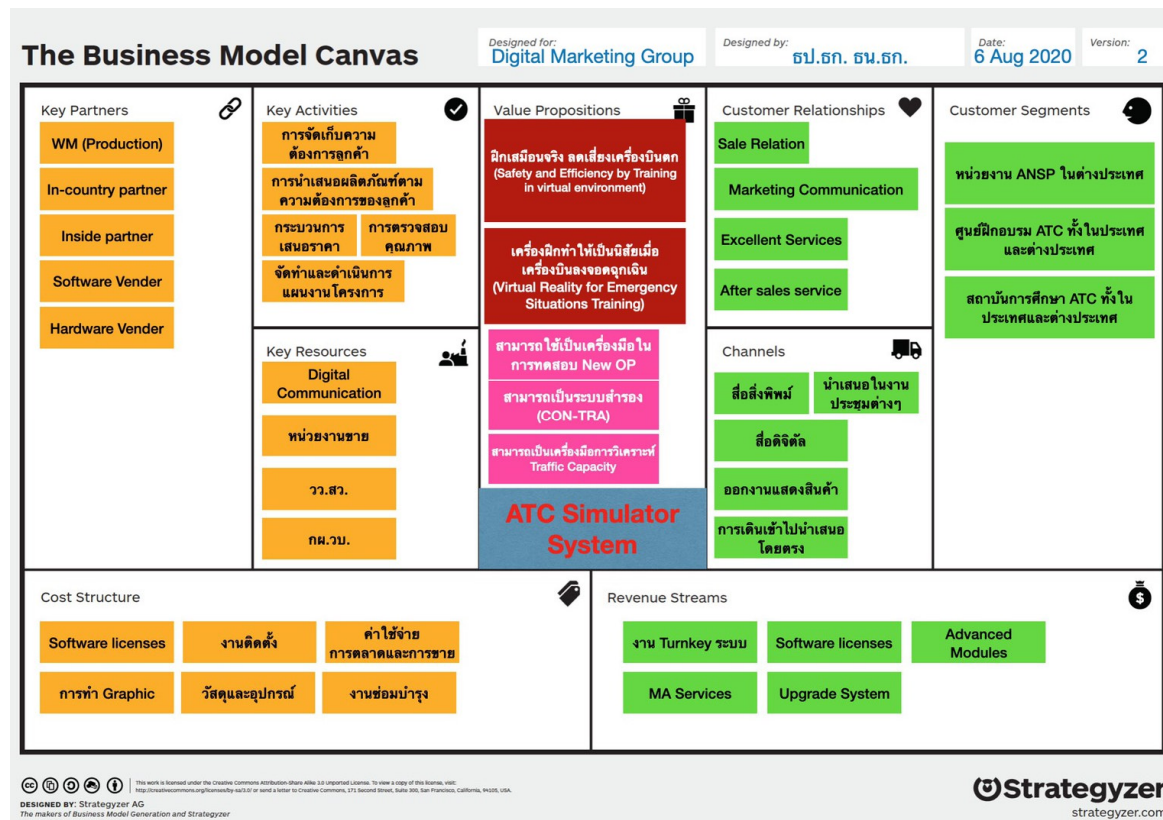
การเรียนรู้

จากการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ในปีที่ผ่านมา พบว่าเป็นผลงานที่ตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้าปัจจุบันและสอดคล้องกับมาตรฐานการปฏิบัติงาน แต่พบว่าการดำเนินการตามแผนการเดินทางอากาศสากลยังมีความล่าช้าอยู่ โดยมีทั้งส่วนที่อยู่ในความรับผิดชอบของ บวท. และอยู่นอกเหนือความรับผิดชอบของ บวท. อย่างไรก็ตาม การดำเนินการตามแผนการเดินทางอากาศสากลเป็นความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงได้มีการปรับปรุงกลยุทธ์ในส่วนที่เกี่ยวข้อง เพิ่มการสื่อสารกับหน่วยงานผู้ปฏิบัติ เพื่อกระตุ้นการดำเนินการให้เป็นไปตามแผนและกรอบเวลาของแผนการเดินทางอากาศสากล

สำหรับบริการเกี่ยวเนื่องได้มีการจัดทำ Business Model Canvas ของบริการที่สำคัญของสายงานพัฒนาธุรกิจ ได้แก่ ATC Simulator System, Airport Rotating Beacon, Parking Bay e-planning หรือ MAMS, Signal Light Gun และ JTrack เป็นต้น เพื่อให้สามารถเห็นถึงเป้าหมายในการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าได้อย่างชัดเจนขึ้น ผ่านการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจด้วยปัจจัย ๕ ด้าน ได้แก่ ด้านการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนที่สำคัญ พันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญ ทรัพยากรในการดำเนินงาน โครงสร้างต้นทุนและกระแสรายได้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ภาพที่ ๑๕ การวิเคราะห์ Business Model Canvas ของบริการเกี่ยวเนื่อง

Business Model Canvas



Key Partner 	Key Activity 	Value Proposition  Airport Rotating Beacon - สอดคล้องกับมาตรฐาน ICAO และ FAA - มาตรฐานด้านแสงสว่าง/ การป้องกันน้ำ/ การป้องกันการแพร่กระจายคลื่นไฟฟ้า - ทำงานด้วย LED ความเข้มของแสงสูง ประหยัด พลังงาน - ทำงานได้ต่อเนื่อง 8 ชั่วโมง - อายุการใช้งานของ LED มากกว่า 50,000 ชั่วโมง - ความเร็วรอบการหมุน 12-15 รอบต่อนาที - แรงดันไฟฟ้า 220-240 Vac - ใช้กำลังไฟฟ้า 350VA - น้ำหนัก 70 Kg.	Customer Relationships  - การรับฟังความต้องการลูกค้า - การทำ Conceptual Design - การให้ลูกค้าทดลองใช้งานจริง - การแนะนำข้อมูลการใช้งาน - การบริการหลังการขาย	Customer Segments  - ทำอากาศยานต่างๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
Key Resources  - อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการผลิต - ข้อมูลกระบวนการปฏิบัติงานของลูกค้า - พนักงาน ก.ม.ว.บ./วิศวกร - พนักงาน สอ.อ./กอ.อ. - (ผลิตสื่อภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว/สนับสนุนงานด้านสื่อการตลาด)		Channels  - การประชุม/กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ - Social Media (Website/Email/Line@) - Direct Sale ผ่านเจ้าหน้าที่การขาย - โบว์ชัวร์ - จัดบูธแนะนำ		
Cost Structure  - ต้นทุนทางตรง - ค่าใช้จ่ายในการผลิต (ค่าอุปกรณ์/ ค่าแรง/ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ) - ต้นทุนทางอ้อม (ดำเนินการร่วมกับงานขายอื่นๆ) - ค่าแรง (จัดทำแผนการตลาด) - ค่าแรง (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อการตลาด) - ค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโฆษณา เช่น คลิปวิดีโอ โบว์ชัวร์ ฯลฯ - ค่าใช้จ่ายกิจกรรมการตลาด (ประชุม/ จัดบูธ/กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์)		Revenue Streams  - ราคาขายต่อตัว: (อยู่ระหว่างกำหนด)		

Key Partner  - ผู้ขาย อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ /Software Tools (Suppliers) - กอ.อ. (แผนการตลาด) - สอ.อ. (แผนบริหารลูกค้าสัมพันธ์)	Key Activity  - การออกแบบและการผลิต Parking Bay e-Planning - กิจกรรมพบปะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย - การจัดทำสื่อภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว/ Brochure - กำหนดแผนการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล	Value Proposition  Parking Bay e-Planning - เป็นระบบสนับสนุนการปฏิบัติงานให้ลูกค้าคุมจราจรทางอากาศ เพื่อลดข้อผิดพลาด ซึ่งเป็น การเพื่อประสิทธิภาพการทำงาน - ใช้กระบวนการอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อ กำหนดจุดจอดของอากาศยาน -- - บันทึกตำแหน่งเพื่อการช่วยจำ - ทำงานด้วยการออกแบบ software ให้สอดคล้องกับกระบวนการปฏิบัติงานของลูกค้า	Customer Relationships  - การรับฟังความต้องการลูกค้า - การทำ Conceptual Design - พัฒนาเครื่องต้นแบบ - การให้ลูกค้าทดลองใช้งานจริง - การแนะนำข้อมูลการใช้งาน - การซ่อมบำรุง/บริการหลังการขาย	Customer Segments  - หอพักการบินต่างๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
Key Resources  - อุปกรณ์ Hardware/Software ในการผลิต - ข้อมูลกระบวนการปฏิบัติงานของลูกค้า - พนักงาน ก.ม.ว.บ./วิศวกร - พนักงาน สอ.อ./กอ.อ. (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อการตลาด)		Channels  - การประชุม/กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ - Social Media (Website/Email/Line@) - Direct Sale ผ่านเจ้าหน้าที่การขาย - โบว์ชัวร์ - จัดบูธแนะนำ		
Cost Structure  - ต้นทุนทางตรง - ค่าใช้จ่ายในการผลิต (ค่าอุปกรณ์/ ค่าแรง/ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ) - ต้นทุนทางอ้อม (ค่าเนิ่นการร่วมกับงานขายอื่นๆ) - ค่าแรง (จัดทำแผนการตลาด) - ค่าแรง (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อการตลาด) - ค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโฆษณา เช่น คลิปวิดีโอ โบว์ชัวร์ ฯลฯ - ค่าใช้จ่ายกิจกรรมการตลาด (ประชุม/ จัดบูธ/กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์)		Revenue Streams  - ราคาขายต่อระบบ: (อยู่ระหว่างกำหนดราคา)		

Key Partner  - บริษัทวีโพลเตอร์ จำกัด (Suppliers) - ICAO (ข้อกำหนด/คำแนะนำ) - กพท. (กฎระเบียบ/ตรวจประเมิน) - กอ.ธก. (แผนการตลาด) - สธ.ธก. (แผนบริหารลูกค้าสัมพันธ์)	Key Activity  - การออกแบบและการผลิต Signal Light Gun - กิจกรรมพบปะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย - การจัดทำสื่อเคลื่อนไหว/ Brochure ดิจิทัล - กำหนดแผนการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล	Value Proposition  Signal Light Gun - สอดคล้องกับมาตรฐาน ICAO และ FAA - ขนาดเล็กและน้ำหนักเบา - ทำงานด้วยระบบอัตโนมัติ และระบบแมนวลในการส่งสัญญาณ - ทำงานด้วย LED ประหยัดพลังงาน - ทำงานได้ต่อเนื่อง 8 ชั่วโมง - อายุการใช้งานของ LED มากกว่า 50,000 ชั่วโมง	Customer Relationships  - การรับฟังความต้องการลูกค้า - การทำ Conceptual Design - การให้ลูกค้าทดลองใช้งานจริง - การแนะนำข้อมูลการใช้งาน - การบริการหลังการขาย	Customer Segments  - ท่าอากาศยานต่างๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
Cost Structure  - ต้นทุนทางตรง - ค่าใช้จ่ายในการผลิต (ค่าอุปกรณ์/ ค่าแรง/ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ) - ต้นทุนทางอ้อม (ดำเนินการร่วมกับงานขายอื่นๆ) - ค่าแรง (จัดทำแผนการตลาด) - ค่าแรง (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อการตลาด) - ค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโฆษณา เช่น คลิปวิดีโอ โปสเตอร์ ฯลฯ - ค่าใช้จ่ายกิจกรรมการตลาด (ประชุม/ จัดบูท/กิจกรรมเชื่อมโยงสัมพันธ์)		Revenue Streams  - ราคาขายต่อตัว: 150,000 บาท		

BUSINESS MODEL CANVAS : Ground Handling Services Job Tracking via Trunked Radio (J-Track)

Key Partners  - ผู้ผลิต/จำหน่ายวิทยุสื่อสาร Hytera / Motorola (Suppliers) - บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) - ผู้ให้บริการวิทยุสื่อสาร - กสทช. (ด้านความถี่) - สธ.ธก./ กอ.ธก.	Key Activities  - การพัฒนาแพลตฟอร์ม - การติดตั้ง Application ในระบบวิทยุสื่อสารลูกค้า Trunked Radio - การแนะนำวิธีใช้งานและบริการหลังการขาย - ระบบการตรวจสอบ/ติดตาม/ประเมินผลการใช้งานของลูกค้า - การจัดทำสื่อ Brochure - วางแผน กำหนดแนวทางทางการตลาด	Value Propositions  - เป็น Application ที่ใช้ติดตามสถานะการปฏิบัติงานบริการภาคพื้น (Ground Handling) ผ่านระบบ Trunked Radio - เพื่อติดตามสถานะการทำงาน และใช้วางแผนการบริหารจัดการระบบ - Ground Handling ไร้ความสะดุดรวดเร็ว ลดความซ้ำซ้อน - ลดระยะเวลาออกตอบของอากาศยาน - ลดความผิดพลาดในการสื่อสาร - สามารถตรวจสอบข้อมูล (เรียลไทม์) ก่อนปฏิบัติงาน เพื่อความถูกต้อง - สามารถเชื่อมโยงกับระบบอื่นที่ลูกค้าใช้งานได้ - ระบบ Ground Handling มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ทั้งด้านต้นทุนและเวลา	Customer Relationships  - การรับฟังปัญหา/ความต้องการลูกค้า - การทำ Conceptual Design - การร่วมออกแบบพัฒนา Application/ Photo Type - การให้ลูกค้าทดลองใช้งานจริง - การแนะนำข้อมูลการใช้งาน - การให้บริการหลังการขาย เพื่อเป็นช่องทางในการรับฟังเสียงลูกค้าเกี่ยวกับการใช้งาน - ระบบรายงานการใช้งาน/ผลผลิตให้ลูกค้าทราบทุกเดือน	Customer Segments  ปัจจุบัน - บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) อนาคต - สายการบินอื่น - ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบิน เช่น บริการเติมน้ำมันเชื้อเพลิง อากาศยาน ฯลฯ - กลุ่มธุรกิจพลังงาน
Cost Structure  - ต้นทุนทางตรง Application Tools - ค่าแรง (ออกแบบ/จัดทำระบบ/อบรม) - ต้นทุนทางอ้อม - ค่าแรง (บริการหลังการขาย/ วิศวกรช่วยงานผลิตสื่อ) - ค่าแรง (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อการตลาด) - ค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโฆษณา เช่น คลิปวิดีโอ โปสเตอร์ ฯลฯ - ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เมื่อนำไปติดตั้งให้กับลูกค้าใช้งาน (เช่น ค่าแรงพนักงาน ระบบอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการติดตั้ง ค่าเข้ายืมสื่อสื่อสาร) - ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และการสนับสนุนลูกค้าก่อนและหลังการขาย (เช่น ค่าแรงพนักงาน)		Revenue Streams  - ค่าเข้าใช้บริการวิทยุสื่อสาร (รายปี) เพิ่มเดิมเฉพาะบริการเสริมสำหรับ Application ดังกล่าว (มุมมองในอนาคต รายได้จากการใช้งานผ่านวิทยุสื่อสาร DTRS / รายได้จากติดตั้งในวิทยุสื่อสาร/ คิดเพิ่มจากรายได้จากค่าเช่าอุปกรณ์)		

๕.๔ แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการระยะยาว (ปี ๒๕๖๔ ต่อเนื่องจนถึงปี ๒๕๗๒)

แผนระยะยาวในการบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ตามกรอบในการจัดทำแผนทั้ง ๓ ด้าน นั้น ได้มีการจัดทำแผนระยะยาว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๕.๔.๑ แผนการสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ให้บริการ (แผนระยะยาว)

ในแต่ละปี ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้ประเด็นคุณภาพที่จำเป็นต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารผลการดำเนินงาน แผนงาน/โครงการ ในด้านต่างๆ ให้ผู้ให้บริการได้รับทราบ รวมถึงรับทราบความคืบหน้าของแผนงาน/โครงการ และรับฟังข้อคิดเห็นจากผู้ให้บริการ และสร้างความร่วมมือในวิธีปฏิบัติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ห้วงอากาศ ผ่านเวทีการประชุม Airspace Users – ANSP Meeting ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี

ประกอบกับ พฤติกรรมการใช้สื่อต่างๆ ของคนในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุค Social Media ซึ่งเป็นช่องทางที่สื่อสารได้รวดเร็ว เข้าถึงคนจำนวนมาก และสามารถแสดงความคิดเห็นได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่าย บวท. จึงต้องเริ่มปรับตัวสู่ช่องทางใหม่ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมคนในปัจจุบัน และแนวโน้มการปรับลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ในอุตสาหกรรมการบิน โดยการพัฒนาช่องทางดิจิทัลในการรับฟังผู้ให้บริการ จึงมีการจัดทำแผนระยะยาวเพื่อสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้ให้บริการ (รายละเอียดแผนตาม [ภาคผนวก J](#))

๕.๔.๒ แผนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ (แผนระยะยาว)

การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน และเป็นการสร้างความผูกพันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจะช่วยยกระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการให้เพิ่มสูงขึ้น โดย บวท. ได้มีการจัดกิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์กับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทยเป็นประจำทุกปี และในส่วนของการบริการเกี่ยวเนื่องมีแผนดำเนินการในระยะยาว (รายละเอียดตาม [ภาคผนวก J](#))

๕.๔.๓ แผนพัฒนา/แผนปรับปรุงการให้บริการ (แผนระยะยาว)

แผนงาน/โครงการตามแผนปรับปรุงการให้บริการ ที่ได้จากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ให้บริการในปัจจุบัน จะถูกบรรจุไว้ในส่วนของแผนงานโครงการในแผนวิสาหกิจทั้งแผนระยะสั้นและแผนระยะยาว ซึ่งจะมีการติดตามผลการดำเนินงานทุกไตรมาส (รายละเอียดของแผนตามแผนวิสาหกิจ ฉบับปี พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๗๒) (รายละเอียดตาม [ภาคผนวก K](#) แผนระยะยาว)

ภาคผนวก

**ภาคผนวก A: ตารางที่ตารางแสดงความเชื่อมโยงข้อมูลแผนวิสาหกิจกับ
แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๙ – ๒๕๗๓**

	ข้อมูลแผนวิสาหกิจ	ข้อมูลแผนยุทธศาสตร์
๑	SWOT ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strength: S) จุดอ่อน (Weakness: W) โอกาส (Opportunity: O) และ อุปสรรค/ความท้าทาย (Threat: T) เช่น จุดแข็ง (Strength: S) :	SWOT : เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูลการวิเคราะห์ SWOT ในบทที่ ๒ ข้อ ๒.๔ ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ และหัวข้อย่อยในเล่มแผนยุทธศาสตร์ฯ ดังนี้: S1: ทิศทาง/ยุทธศาสตร์ขององค์กรที่ชัดเจน วิสัยทัศน์องค์กรมีความสอดคล้องกับแนวพันธกิจองค์กร และผลักดันให้มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง S2: ตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินอย่างทันทั่วทั้งที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถให้บริการการเดินทางได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดชะงัก S4: โครงสร้างองค์กรที่สอดคล้อง/รองรับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปและมาตรฐานในการให้บริการการเดินทาง S5: การยกระดับการบริหารความปลอดภัยและความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ มีการยกระดับการบริหารความปลอดภัยและความเสี่ยง และมีการดำเนินงานเชิงรุกอย่างมีระบบและต่อเนื่อง พร้อมรับการเผชิญสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ S8: มีความร่วมมือและบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันกับหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบิน มาอย่างต่อเนื่อง S9: มีความสามารถพิเศษเฉพาะด้าน ซึ่งอาจใช้จุดแข็งและความสามารถพิเศษในการต่อยอดในการเพิ่มช่องทางแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป S10: การส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมขององค์กรอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง และสามารถนำผลงานวิจัยมาสนับสนุนภารกิจของบริษัทฯ ได้ W3: การพัฒนาความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศให้สอดคล้องตามเป้าหมายที่กำหนด บริษัทฯ ควรพัฒนาความสามารถในการรองรับของระบบการบินทั้งระบบ (การให้บริการการเดินทาง เทคโนโลยี

	ข้อมูลแผนวิสาหกิจ	ข้อมูลแผนยุทธศาสตร์
		ระบบ/อุปกรณ์ บุคลากร เป็นต้น) ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บริษัทฯ มีความพร้อมในทุกมิติ มีการใช้ระบบการจัดการจราจรทางอากาศระบบใหม่อย่างเต็มศักยภาพ W5. การจัดการนวัตกรรมและการนำผลงานวิจัย/พัฒนาและนวัตกรรมเข้าใช้งาน: ปรับปรุง/พัฒนาและผลักดันการขยายผลงานวิจัย/พัฒนาและนวัตกรรม ให้สามารถนำเข้าใช้งานได้จริงในระบบงานขององค์กรอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นกลไกในการปรับวิธีปฏิบัติงานและเพิ่มผลผลิตภาพ (Productivity) ลดต้นทุนการให้บริการ W7. การบริหารและพัฒนาความสามารถของพนักงานและฝ่ายจัดการ: การสร้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialist) การพัฒนานักบินที่มีความรู้สูง (Talent Management) และการวางแผนพัฒนานักบินเพื่อรับช่วงต่อ (Succession Plan) O2: แนวทางการจัดโครงสร้างและบริหารห้วงอากาศของไทย ภาครัฐและภาคความมั่นคง ตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดโครงสร้างและบริหารห้วงอากาศ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการรองรับของห้วงอากาศ ให้เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุด และเป็นไปตามหลักสากล O3: แผน/แนวทางพัฒนาด้านการบินสากลที่ชัดเจน ทำให้มีแนวทางในการนำเทคโนโลยีเข้าใช้งาน สามารถวางแผนพัฒนาอย่างมีทิศทาง O4: ความร่วมมือในอาเซียน จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการรองรับการจราจรทางอากาศ และประสิทธิภาพในการให้บริการการเดินทางอากาศ ในภาพรวมของทั้งภูมิภาค O5: วิวัฒนาการทางเทคโนโลยี เป็นโอกาสในการเพิ่มช่องทางในการแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลักจากศักยภาพ/ความสามารถพิเศษขององค์กร เช่น งานวิจัย/พัฒนานวัตกรรม งานบินทดสอบ เป็นต้น T1: ปัจจัยอันตรายทางการบินที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และจำเป็นต้องมีการจัดการที่เหมาะสม T2: การจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาจส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อบริษัท ในรูปของข้อจำกัดการ

	ข้อมูลแผนวิสาหกิจ	ข้อมูลแผนยุทธศาสตร์
		ปฏิบัติงาน หรือ ทางอ้อมผ่านต้นทุนจากระบบคาร์บอนเครดิตของสายการบิน T3: บริบทด้านการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลง ทำให้องค์กรต้องปรับตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันในด้านต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป T4: ความผันผวนของปริมาณจราจรทางอากาศ พิจารณาแนวทางการสร้างรายได้นอกเหนือจากการบริการหลัก และเพิ่มช่องทาง/ขยายโอกาสในการแสวงหารายได้จากภาคธุรกิจเพิ่มขึ้น T5: วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ของโลก: เป็นความเสี่ยงต่อความต่อเนื่อง/คุณภาพในการให้บริการการเดินอากาศที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน อาจส่งผลกระทบต่อ บริษัท ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว และอุตสาหกรรมการบิน ซึ่งบวท. ควรมีแผนรองรับสถานการณ์ T6: ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ มี GAP เพิ่มขึ้น จึงจำเป็นต้องมีแผนการแก้ไข การพัฒนา และการติดตามอย่างต่อเนื่อง T7: การดำเนินการ/ความร่วมมือของหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบิน ยังมีนโยบายพัฒนามาตรฐานบินอยู่นอกแผนแม่บทฯ โดยยังไม่มีกระบวนการและร่วมกันระหว่างหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบินอย่างเป็นระบบ และยังไม่มีการบูรณาการการจัดตั้งสมาคมบินของประเทศ
๒	ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ เช่น ความท้าทายในภาพรวมขององค์กร (Business) : ๖ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล ตลอดจนผลงานวิจัย/พัฒนาและนวัตกรรมเข้าใช้งาน :::	ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูลการวิเคราะห์ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ในบทที่ ๒ ข้อ ๒.๕.๑ ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ดังนี้ ข้อ (๑) วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ของโลก ข้อ (๓:) บริบทด้านการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูล การกำหนดคู่แข่งในอนาคตของบริษัทฯ ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

	ข้อมูลแผนวิสาหกิจ	ข้อมูลแผนยุทธศาสตร์
		ข้อ (๒) การพัฒนาความสามารถในการรองรับของระบบการจราจรทางอากาศของประเทศฯ ข้อ (๕) วิศวกรรมการโลกการบินฯ ข้อ (๖) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และดิจิทัล งานวิจัย พัฒนาและนวัตกรรมเข้าใช้งาน ข้อ (๗) ความคาดหวังของผู้ให้บริการ <u>เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูล</u>การจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการ และการพัฒนาช่องทางการรับฟังด้วยระบบดิจิทัล ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ข้อ (๔) กฎหมาย/ระเบียบ/ข้อกำหนด/มาตรฐานฯ ที่กำหนดขึ้นใหม่ ข้อ (๘) ความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศในอนาคตฯ ข้อ (๑๐) แผนพัฒนา ASBUs ข้อ (๑๑) Airspace Management <u>เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูล</u>การจัดทำการจัดทำมาตรฐานและกฎบัตร เพื่อการสนับสนุนลูกค้าในเล่มแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ
๓	ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ เช่น ความได้เปรียบในภาพรวมขององค์กร (Business) : ๑ องค์กรมีความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ให้บริการการเดินอากาศ :	ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ <u>เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูล</u>การวิเคราะห์ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ในบทที่ ๒ ข้อ ๒.๕.๒ ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ดังนี้ ข้อ (๑) องค์กรมีความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ให้บริการการเดินอากาศฯ ข้อ (๕) Safety Performance <u>เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูล</u>การสนับสนุนลูกค้าในหัวข้อการจัดทำแผนป้องกันจัดการภาวะวิกฤติและการบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ข้อ (๒) ภาครัฐและภาคความมั่นคงตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดโครงสร้างและบริหารทั้งอากาศ ข้อ (๔) การพัฒนาการบิน <u>เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูล</u>การจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการ และข้อมูลการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

	ข้อมูลแผนวิสาหกิจ	ข้อมูลแผนยุทธศาสตร์
๔	ความสามารถพิเศษขององค์กร : “เป็นองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญในการเป็น ผู้ให้บริการการเดินทางอากาศของประเทศมาอย่างยาวนาน ด้วยความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และมีความต่อเนื่อง ในทุกสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ ตลอดจนสร้างประโยชน์ให้กับกิจการบินของประเทศ มีความสามารถในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมระบบสนับสนุนบริการ การเดินทางอากาศ รวมทั้งมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือเป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภูมิภาค”	- เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูลในบทที่ ๔ การกำหนด ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้า และผู้ใช้บริการ และการพัฒนาและนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า
๕	ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) - เป้าหมายด้าน HPO ปี ๒๕๓๐ ได้รับคะแนน ผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจไม่ต่ำกว่า 4.24 ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ร้อยละ 3 จากปีก่อนหน้าและมีรายได้ของภาคธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 10 ของรายได้ทั้งหมดของบริษัท เพื่อความยั่งยืนของ	- เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูล ในเล่มแผนยุทธศาสตร์ ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ ในบทที่ ๔ หัวข้อ ๕.๒ เป้าหมายในการดำเนินการ ดังนี้ ๑) ยกระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพร้อมจัดการ กับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่องภายในระยะเวลา ๕ ปี ๒) มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจนเกิดความผูกพัน ๓) สามารถดูแลและใส่ใจลูกค้าตลอดระยะเวลาการ ให้บริการ ๔) สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ อย่างทันท่วงที ๕) สามารถรักษาคุณภาพและปรับปรุงการให้บริการให้ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
๖	Business Model และ Intelligent Risk - กิจกรรมที่เป็น Key Activities ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม ผู้ใช้บริการ - Intelligent Risk ในประเด็นเรื่อง S1: ความเสี่ยงด้านการวางแผนและการจัดสรร ทรัพยากร S2: ความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมภายนอก O1: ความเสี่ยงด้านการให้บริการจราจรทาง อากาศ	- เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูล ในเล่มแผนยุทธศาสตร์ ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ ดังนี้ - เป็นข้อมูลในการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี กับ แต่ละกลุ่มลูกค้า - แผนปรับปรุงการให้บริการ ที่สามารถตอบสนองต่อ ความต้องการความคาดหวังของลูกค้าได้ - การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่ ตอบสนองต่อความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า และผู้ใช้บริการ

	ข้อมูลแผนวิสาหกิจ	ข้อมูลแผนยุทธศาสตร์
๓/	ประเด็นยุทธศาสตร์ เช่น ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓: การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง	- เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูลการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการทั้งระยะสั้นและระยะยาว วัตถุประสงค์ ประเด็นยุทธศาสตร์ระยะสั้น “ยกระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พร้อมจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง” เพื่อสนับสนุนให้องค์กรสามารถบรรลุในเป้าหมายวิสัยทัศน์ที่ ๓ ประเด็นยุทธศาสตร์ระยะยาว “เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล”
๔	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ SO 5: : มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กร และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อมุ่งไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง	- เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับข้อมูล ในเล่มแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ บทที่ ๔ หัวข้อ ๔.๒ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ “มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กร และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าและผู้ให้บริการทุกกลุ่ม”
๕	ตัวชี้วัด/เป้าหมายรายปี ในช่วงระยะเวลา ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๖๘) (วัดผลในระดับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์)	เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับตัวชี้วัด/เป้าหมายรายปี ในช่วงระยะเวลา ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๖๘) ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ในบทที่ ๓ ดังนี้ ๑) ลูกค้าและผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจเพิ่มสูงขึ้น และระดับความไม่พึงพอใจลดน้อยลง ๒) ลูกค้าและผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ และมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการต่างๆ ในส่วนของการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ ๓) สัดส่วนข้อร้องเรียนที่จัดการได้ของด้านผู้ให้บริการ เท่ากับ ๑๐๐% โดยมีรายละเอียด ดังนี้ เป้าหมายปี ๒๕๖๔: ๑) ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่น้อยกว่า ๔.๐๖ ๒) ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่เกินร้อยละ ๑๒

	ข้อมูลแผนวิสาหกิจ	ข้อมูลแผนยุทธศาสตร์
		๓) สัดส่วนข้อร้องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการ ๑๐๐% - ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ต่ำกว่า ๓๐% เป้าหมายปี ๒๕๓๐: ๑) ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่น้อยกว่า ๔.๐๘ ๒) ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่เกินร้อยละ ๑๑ ๓) สัดส่วนข้อร้องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการ ๑๐๐% - ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ต่ำกว่า ๓๐% เป้าหมายปี ๒๕๓๑: ๑) ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่น้อยกว่า ๔.๑๐ ๒) ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่เกินร้อยละ ๑๐ ๓) สัดส่วนข้อร้องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการ ๑๐๐% - ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ต่ำกว่า ๓๐% เป้าหมายปี ๒๕๓๒: ๑) ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่น้อยกว่า ๔.๑๐ ๒) ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่เกินร้อยละ ๑๐ ๓) สัดส่วนข้อร้องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการ ๑๐๐% - ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ต่ำกว่า ๓๐% เป้าหมายปี ๒๕๓๓: ๑) ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่น้อยกว่า ๔.๑๐ ๒) ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่เกินร้อยละ ๑๐ ๓) สัดส่วนข้อร้องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการ ๑๐๐% - ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ต่ำกว่า ๓๐%

	ข้อมูลแผนวิสาหกิจ	ข้อมูลแผนยุทธศาสตร์
๑๐	กลยุทธ์ S5.1 : สร้างและยกระดับความสัมพันธ์/การบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ ทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร	<u>เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับ</u> ข้อมูลในเล่มแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ บทที่ ๔ หัวข้อ ๔.๕ กลยุทธ์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ดังนี้ <u>กลยุทธ์สำหรับประเด็นยุทธศาสตร์ระยะสั้น</u> “สร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอกประเทศกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินโครงการที่สำคัญของบวท.” <u>กลยุทธ์สำหรับประเด็นยุทธศาสตร์ระยะยาว</u> “ยกระดับการพัฒนาด้านการบินให้เป็นไปตามความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม ด้วยการพัฒนา และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้ให้บริการ”
๑๑	แผนงาน ๕.๑.๑ แผนงานการจัดการและยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ รวมถึงการจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ (Quick Win)	- <u>เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับ</u> เล่มแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการในบทที่ ๕ หัวข้อ ๕.๓ โดยแบ่งเป็น ๓ แผนหลักคือ (๑) แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ให้บริการ (๒) แผนบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ (๓) แผนการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ
๑๒	โครงการ (ที่บรรจุอยู่ในแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๙-๒๕๗๓) ยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ เพื่อสนับสนุนและพัฒนาขีดความสามารถการให้บริการตามเป้าหมายองค์กร (รหัสโครงการ : 000-0957)	<u>เชื่อมโยง/สัมพันธ์กับ</u> เล่มแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการในบทที่ ๔ หัวข้อ ๔.๖ โครงการ/งาน โดยมีกิจกรรมภายใต้โครงการงานดังกล่าว (รายละเอียดตามแผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๙) โครงการ/งาน: ยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการเพื่อสนับสนุนและพัฒนาขีดความสามารถการให้บริการตามเป้าหมายองค์กร

ภาคผนวก B : ตารางแสดงความเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้ากับแผนแม่บทด้านอื่นๆ
ขององค์กร

แผนแม่บทอื่นๆ	ประเด็นความเชื่อมโยงกับหัวข้อในเล่ม แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ
๑. แผนแม่บทการกำกับดูแลกิจการที่ดี	๑. ใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (บทที่ ๒) ๒. แนวปฏิบัติในการดำเนินการจัดการเรื่องร้องเรียน (บทที่ ๕)
๒. แผนหลักการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน	๑. ใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงของแผนงาน/โครงการนวัตกรรม (บทที่ ๕)
๓. แผนปฏิบัติการดิจิทัล	๑. แผนงาน/โครงการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ได้ถูกบรรจุอยู่แผนปฏิบัติการดิจิทัล (บทที่ ๓)
๔. แผนธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	๑. การจำแนกกลุ่มลูกค้าบริการเกี่ยวเนื่อง (บทที่ ๓) ๒. ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการของบริการเกี่ยวเนื่อง (บทที่ ๓) ๓. การวิเคราะห์ Customer Journey (บทที่ ๕) ๔. แผนปฏิบัติการประจำปี (บทที่ ๕)
๕. แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีสว่นได้สว่นเสียที่สำคัญ	๑. ลูกค้าเป็นกลุ่มหนึ่งในบริบทของผู้มีส่วนได้ สว่นเสีย (บทที่ ๑) ๒. การจัดทำระบบฐานข้อมูลร่วมกัน (บทที่ ๑ และ บทที่ ๓)
๖. แผนแม่บทการจัดการความรู้	๑. การจัดทำหลักสูตร Core Competency ให้กับพนักงาน และบันทึกเป็นจัดการความรู้ขององค์กร (บทที่ ๕) ๒. ประเด็นในการจัดการความรู้กับกลุ่มลูกค้าและผู้ให้บริการตามผลการจำแนกลูกค้า (บทที่ ๕)
๗. แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม	๑. ข้อมูลรายละเอียดในการดำเนินการเรื่องการพัฒนาและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ (บทที่ ๕) ๒. แผนงานนวัตกรรมประจำปี ของ บวท. (บทที่ ๕)

ภาคผนวก B : รายละเอียดความเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้ากับแผนแม่บทด้านอื่นๆ ขององค์กร

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
ตัวชี้วัด - ๑. ระดับคะแนนความพึงพอใจและผูกพันต่อบริการขององค์กรที่เพิ่มขึ้น		- สอดคล้องกับเป้าหมายเรื่องการสร้างการรับรู้และความพึงพอใจต่อกิจกรรมการส่งเสริมความรู้ด้านการให้บริการการเดินทาง - สอดคล้องกับตัวชี้วัดเรื่องการรับรู้และความพึงพอใจต่อกิจกรรมการส่งเสริมความรู้ด้านการให้บริการการเดินทาง		- สอดคล้องกับเป้าหมายปี ๒๕๖๓, ๒๕๖๔, ๒๕๖๕ และ ๒๕๖๖	- สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาธุรกิจเกี่ยวเนื่องเชิงรุกเพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิม และขยายตลาดไปยังลูกค้าใหม่ - สอดคล้องกับแผนธุรกิจที่ ๓ รุกสู่การบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบวงจร	- สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ ๑ ระดับความพึงพอใจในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี - สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ยกระดับความพึงพอใจ/สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง - สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ S4.1 ผลการสำรวจความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในการสร้างความสัมพันธ์บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง - สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ S4.2 จัดทำแผนยกระดับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - สอดคล้องกับแผนงานการสร้างและยกระดับ	- สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาและยกระดับกระบวนการจัดการความรู้ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกระดับ	- สอดคล้องกับกลยุทธ์ WT1 ทบทวนทิศทางการพัฒนาผลงานเพื่อสนองความพึงพอใจลูกค้าทุกกลุ่ม	- สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานด้านอาชีวศึกษา สถานศึกษา สนับสนุนบุคลากรในอาชีพ มีค ยกระดับค ผูกพัน แล สภาพแวด บุคลากรใน เข้มแข็ง เ ขับเคลื่อน เป้าหมาย

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
						ความสัมพันธ์/การบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบินอย่างเป็นระบบ และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการบินของประเทศ			
- ๒. ระดับคะแนนความไม่พึงพอใจลดลง				- สอดคล้องกับเป้าหมายปี ๒๕๖๓, ๒๕๖๔, ๒๕๖๕ และ ๒๕๖๖					
ยุทธศาสตร์ ระยะสั้น - ยกระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พร้อมจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง					- สอดคล้องกับตัวชี้วัดระยะสั้น: สร้างรายได้ให้เป็นไปตามเป้าหมายตัวชี้วัด โดยพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการเดินอากาศ เร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อตอบสนองความต้องการ ความ	- สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ ๑ ระดับความพึงพอใจในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี - สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ยกระดับความพึงพอใจ/สร้างความสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง - สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ S4.1 ผลการสำรวจความ	- สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาและยกระดับกระบวนการจัดการความรู้ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกระดับ		

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
					คาดหวังของลูกค้า	พึงพอใจต่อการดำเนินงาน ในการสร้างความสัมพันธ์ บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียเพิ่มขึ้นอย่าง ต่อเนื่อง – สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ S4.2 จัดทำแผนยกระดับ การสร้างความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย – สอดคล้องกับแผนงาน การสร้างและยกระดับ ความสัมพันธ์/การบริหาร จัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย เพื่อให้เกิดการบูรณา การร่วมกันระหว่าง หน่วยงานในอุตสาหกรรม การป็นอย่างเป็นระบบ และเพิ่มประสิทธิภาพการ บริหารจัดการด้านการป็น ของประเทศ			
ยุทธศาสตร์ ระยะยาว – เพิ่ม ประสิทธิภาพใน การบริหาร จัดการลูกค้าและ				– สอดคล้องกับ นโยบายดิจิทัล (๒) ด้านการนำ เทคโนโลยีดิจิทัลมา ปรับใช้กับทุกภาค ส่วนขององค์กร	– สอดคล้องกับกล ยุทธ์ที่ ๑ พัฒนารูทกิจ เกี่ยวเนื่องเชิงรุก เพื่อ รักษารฐานลูกค้าเดิม และขยายตลาดไปยัง ลูกค้าใหม่	– สอดคล้องกับกลยุทธ์ S3.1 พัฒนาระบบ ฐานข้อมูลการบริหาร จัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย – สอดคล้องกับกลยุทธ์ S3.2 พัฒนาช่องทางใน	– สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ ๒.๒ นำเครื่องมือการ จัดการความรู้ไปเป็น กลไกในการพัฒนา สารสนเทศ/ความรู้ เพื่อ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธี		

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
ผู้ใช้บริการด้วย การใช้เทคโนโลยี ดิจิทัล				(Digital Transformation) (๓) ด้านการบูรณาการ เชื่อมโยงข้อมูลและ การดำเนินงาน (Digital Integration) - สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การ พัฒนาขีด ความสามารถในการ ปฏิบัติงานและ ให้บริการ กลยุทธ์ที่ ๒.๖ พัฒนาระบบ ดิจิทัลให้มี เสถียรภาพและ ประสิทธิภาพสูง เพื่อ สนับสนุนการนำ เทคโนโลยีดิจิทัลเข้า ใช้งานกับทุกส่วน ขององค์กร - สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การ พัฒนาข้อมูล สารสนเทศ กลยุทธ์ ที่ ๓.๑ พัฒนาการ กำกับดูแลข้อมูลการ	- สอดคล้องกับแผน ธุรกิจที่ ๕ การ พัฒนาการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Development)	รูปแบบดิจิทัลการสื่อสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ มีส่วนได้ส่วนเสีย	ปฏิบัติที่ดี (Good Practices) และการ เทียบเคียง (Benchmarking) ในกลุ่มผู้ มีส่วนได้ส่วนเสีย คู่ค้า คู่ความร่วมมือที่สำคัญ - สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ ๓.๑ นำเครื่องมือการ จัดการความรู้ไปเป็น กลไกในการพัฒนา กระบวนการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่ม Productivity ตอบสนองความต้องการ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ ผู้ใช้บริการและขยาย โอกาสทางธุรกิจใหม่ สร้างรายได้ หรือลด ค่าใช้จ่าย ลดต้นทุนการ ให้บริการขององค์กร		

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
				บริหารจัดการข้อมูล เพื่อสนับสนุนการนำ เทคโนโลยีดิจิทัลเข้า ใช้งานกับทุกส่วน ขององค์กร - สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การ บริหารทรัพยากร ด้านเทคโนโลยี ดิจิทัล กลยุทธ์ที่ ๕.๑ พัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน ดิจิทัลและความ ต่อเนื่องของระบบ ดิจิทัล เพื่อสนับสนุน การนำเทคโนโลยี ดิจิทัลเข้าใช้งานกับ ทุกส่วนขององค์กร - สอดคล้องกับ แผนงานเพิ่ม ประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงานและ ให้บริการด้วย เทคโนโลยีดิจิทัล - สอดคล้องกับ แผนงานพัฒนา					

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
				ข้อมูลสารสนเทศ เพื่อให้เกิดการใช้ ข้อมูลอย่างมี ประสิทธิภาพ บูรณา การ และสามารถ เข้าถึงได้ -สอดคล้องกับ แผนงานพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน ดิจิทัลให้มี เสถียรภาพและ ประสิทธิภาพสูง					
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ - (SO 5) มี คุณภาพการ บริหารจัดการที่ดี ทั่วทั้งองค์กร และ พร้อมรับการ เปลี่ยนแปลงด้วย การมีระบบการ กำกับดูแลที่ดีที่มี การจัดการใน ระดับดีเยี่ยม และ มีการแสดงความ รับผิดชอบต่อ		- สอดคล้องกับ ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๒ การแสดงความ รับผิดชอบต่อผู้มี ส่วนได้ส่วนเสียด้าน ชุมชน สังคม และ สิ่งแวดล้อมทั่วไป		- สอดคล้องกับ นโยบายดิจิทัล (๒) ด้านการนำ เทคโนโลยีดิจิทัลมา ปรับใช้กับทุกภาค ส่วนขององค์กร (Digital Transformation) (๓) ด้านการบูรณาการ เชื่อมโยงข้อมูลและ การดำเนินงาน (Digital Integration) - สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การ	- สอดคล้องกับตัวชี้วัด ระยะยาว: มุ่งมั่นสร้าง แบรนด์ “AEROTHAI” ให้เป็นที่จดจำ และ ขยายตลาดเพิ่มขึ้น โดย มุ่งเน้นการลงทุนใน อุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) ที่ สามารถสร้างคุณค่า และความพึงพอใจ ให้กับลูกค้า ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียของ บพท. อย่างต่อเนื่อง - สอดคล้องกับกล	- สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ ๑ ระดับความพึงพอใจในการ บริหารความสัมพันธ์กับผู้ มีส่วนได้ส่วนเสีย มี แนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่าง ต่อเนื่องทุกปี - สอดคล้องกับประเด็น ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้าง นวัตกรรมส่งเสริมการ บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	- สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนา และยกระดับ กระบวนการจัดการ ความรู้ ด้วยเทคโนโลยี ดิจิทัล เพื่อสร้างความ พึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วน เสียทุกระดับ		

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
สังคมและ สิ่งแวดล้อมตาม มาตรฐานสากล และเป็นองค์กร แห่งนวัตกรรมบน พื้นฐานของการ จัดการความรู้ และเทคโนโลยี ดิจิทัล เพื่อให้เกิด ผลลัพธ์ที่มี ประสิทธิภาพ อย่างยั่งยืน และ สร้างความพึง พอใจต่อผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย และ ผู้ใช้บริการทุก กลุ่ม				พัฒนาขีด ความสามารถในการ ปฏิบัติงานและ ให้บริการ กลยุทธ์ที่ ๒.๖ พัฒนาระบบ ดิจิทัลให้มี เสถียรภาพและ ประสิทธิภาพสูง เพื่อ สนับสนุนการนำ เทคโนโลยีดิจิทัลเข้า ใช้งานกับทุกส่วน ขององค์กร - สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การ พัฒนาข้อมูล สารสนเทศ กลยุทธ์ ที่ ๓.๑ พัฒนาการ กำกับดูแลข้อมูลการ บริหารจัดการข้อมูล เพื่อสนับสนุนการนำ เทคโนโลยีดิจิทัลเข้า ใช้งานกับทุกส่วน ขององค์กร - สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การ บริหารทรัพยากร	ยุทธ์ที่ ๒ พัฒนา Value Proposition (ส่ง ม อ บ คุณ ค่าที่ เหนือ กว่า คู่แข่ง) เพื่อสร้างโอกาส การแข่งขันทางธุรกิจ ยุคดิจิทัล				

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
				ด้านเทคโนโลยี ดิจิทัล กลยุทธ์ที่ ๕.๑ พัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน ดิจิทัลและความ ต่อเนื่องของระบบ ดิจิทัล เพื่อสนับสนุน การนำเทคโนโลยี ดิจิทัลเข้าใช้งานกับ ทุกส่วนขององค์กร – สอดคล้องกับ แผนงานเพิ่ม ประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงานและ ให้บริการด้วย เทคโนโลยีดิจิทัล – สอดคล้องกับ แผนงานพัฒนา ข้อมูลสารสนเทศ เพื่อให้เกิดการใช้ ข้อมูลอย่างมี ประสิทธิภาพ บูรณา การ และสามารถ เข้าถึงได้ – สอดคล้องกับ แผนงานพัฒนา					

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
				โครงสร้างพื้นฐาน ดิจิทัลให้มี เสถียรภาพและ ประสิทธิภาพสูง					
กลยุทธ์ - ๑. สร้างความ ร่วมมือและการมี ส่วนร่วมทั้ง ภายในและ ภายนอกประเทศ กับผู้มีส่วนได้ส่วน เสียและ ผู้ให้บริการ เพื่อ พัฒนาคุณภาพ บริการให้ดีขึ้น พร้อมทั้ง สนับสนุนให้บรรลุ เป้าหมายการ ดำเนินโครงการที่ สำคัญของ บวท.	- สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ สร้างกลไกที่ดีในการ สื่อสารและเผยแพร่ การดำเนินงานด้าน การกำกับดูแล กิจกรรมที่ดีอย่าง ทัวถึงทั้งภายในและ ภายนอกองค์กร	- สอดคล้องกับ เป้าหมายเรื่องการ รับรู้และความพึง พอใจกิจกรรมการ ส่งเสริมความรู้ด้าน การให้บริการการ เดินทางอากาศ - สอดคล้องกับ เป้าหมายเรื่องการ สร้างความรู้/ความ เข้าใจของประชาชน ในพื้นที่โดยรอบศูนย์ ควบคุมการบิน ๙ แห่ง ด้านปัจจัย อันตราย เพื่อให้เกิด ความร่วมมือในการ แจ้งจุดการเล่นบั้งไฟ จุดปล่อยโดมฯ อย่าง ถูกต้อง - สอดคล้องกับ เป้าหมายเรื่องเกิด เครือข่ายจิตอาสา	- สอดคล้องกับ ปัจจัยเสี่ยง S1. ความเสี่ยงด้านการ วางแผน และการ จัดสรรทรัพยากร (การพัฒนา และ บริหารจัดการ คู่ความร่วมมือมี ประสิทธิภาพไม่ เพียงพอต่อการบูร ณาการการ ให้บริการจราจร ทางอากาศให้ เป็นไปตาม เป้าหมายภายใต้ มาตรฐานความ ปลอดภัย)		- สอดคล้องกับแผน ธุรกิจที่ ๒ เร่งสื่อสาร และบริหาร ความสัมพันธ์กับลูกค้า เชิงรุก	- สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ ๒. ระดับความสำเร็จของ การได้รับความร่วมมือจากผู้ มีส่วนได้ส่วนเสีย และ บริหารประเด็นที่มี สำคัญได้ตามที่กำหนด	- สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ ๒.๒ นำเครื่องมือการ จัดการความรู้ไปเป็น กลไกในการพัฒนา สารสนเทศ/ความรู้ เพื่อ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธี ปฏิบัติที่ดี (Good Practices) และการ เทียบเคียง (Benchmarking) ในกลุ่มผู้ มีส่วนได้ส่วนเสีย คู่ค้า คู่ความร่วมมือที่สำคัญ - สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ ๓.๑ นำเครื่องมือการ จัดการความรู้ไปเป็น กลไกในการพัฒนา กระบวนการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่ม Productivity ตอบสนองความต้องการ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ ผู้ให้บริการและขยาย โอกาสทางธุรกิจใหม่		

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
		วิทยุการบินฯ ของ บวท. อย่างมี ประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพ - สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์เชิง ยุทธศาสตร์ที่ ๒.๑ ให้มีความสำคัญต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั่วไป - สอดคล้องกับ ตัวชี้วัดร้อยละ ความรู้ความเข้าใจ ของประชาชนที่เข้า ร่วมกิจกรรมการ เผยแพร่ความรู้ด้าน บัณฑิตยอนตรา - สอดคล้องกับ ตัวชี้วัดความสำเร็จ ของสมาชิกเครือข่าย จิตอาสาฯ ร่วม กิจกรรมจิตอาสา กับ กระทรวงคมนาคม (คค.) ได้ครบทุก					สร้างรายได้ หรือลด ค่าใช้จ่าย ลดต้นทุนการ ให้บริการขององค์กร		

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
		กิจกรรม – สอดคล้องกับ ตัวชี้วัดความสำเร็จ ของการจัดกิจกรรม จิตอาสาร่วมกับฝ่าย จัดการและพนักงาน จำนวน ๑ กิจกรรม							
– ๒. ยกระดับ การพัฒนาด้าน การบินให้เป็นไป ตามความ ต้องการ ความ คาดหวังของ ผู้ใช้บริการทุก กลุ่ม					– สอดคล้องกับตัวชี้วัด ระยะยาว: มุ่งมั่นสร้าง แบรนด์ “AEROTHAI” ให้เป็นที่จดจำ และ ขยายตลาดเพิ่มขึ้น โดย มุ่งเน้นการลงทุนใน อุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) ที่ สามารถสร้างคุณค่า และความพึงพอใจ ให้กับลูกค้า ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียของ บพท. อย่างต่อเนื่อง – สอดคล้องกับกล ยุทธ์ที่ ๑ พัฒนารู กี่ยวเนื่องเชิงรุก เพื่อ รักษารฐานลูกค้าเดิม และขยายตลาดไปยัง ลูกค้าใหม่		– สอดคล้องกับแผนงาน ที่ ๑ แผนงานส่งเสริม/ พัฒนาการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) การ วิจัยและการสร้าง นวัตกรรม เพื่อเพิ่ม Productivity ตอบสนอง ความต้องการของผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย/ ผู้ใช้บริการ และขยาย โอกาสทางธุรกิจใหม่ สร้างรายได้ หรือลด ค่าใช้จ่าย ลดต้นทุนการ ให้บริการขององค์กร		– สอดคล้อง ยุทธศาสตร์ พัฒนาการ ด้านอาคาร เพื่อรองรับ โครงสร้าง ระบบบริ เคินอากาศ ครบถ้วน แ ให้บริการที่ และมั่นคง ตามมาตร ต่อเนื่องใน การบิน แล สอดคล้อง พัฒนาการ อากาศขอ และภูมิภา – สอดคล้อง

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
					- สอดคล้องกับแผนธุรกิจที่ ๓ รุกสู่การบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบวงจร - สอดคล้องกับแผนธุรกิจที่ ๔ การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และบริการ				ยุทธที่ ๑.๑ จัดการโครงสร้างพื้นฐานของสถานที่ส่วนและทั่วปรพร้อมรองให้บริการกเดินอากาศปลอดภัย มาตรฐานเดทุกช่วงการ
แผนงาน ๑. แผนงานการจัดการและยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ และปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจัดการกับความไม่พึงพอใจและ			- สอดคล้องกับปัจจัยเสี่ยงที่ F3 ความเสี่ยงด้านส่วนตลาด (การดำเนินงานภาคธุรกิจ มีประสิทธิผลไม่เพียงพอต่อความคาดหวังขององค์กร)		- สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาธุรกิจเกี่ยวเนื่องเชิงรุก เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิมและขยายตลาดไปยังลูกค้าใหม่ - สอดคล้องกับแผนธุรกิจที่ ๒ เร่งสื่อสารและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเชิงรุก - สอดคล้องกับแผนธุรกิจที่ ๓ รุกสู่การบริการที่ตอบสนองความต้องการของ	- สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ ๑ ระดับความพึงพอใจในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี - สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ สร้างนวัตกรรมส่งเสริมการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ยกระดับความพึงพอใจ/สร้างความสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้	- สอดคล้องกับแผนงานที่ ๑ แผนงานส่งเสริม/พัฒนาการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) การวิจัยและการสร้างนวัตกรรม เพื่อเพิ่ม Productivity ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ผู้ใช้บริการ และขยายโอกาสทางธุรกิจใหม่สร้างรายได้ หรือลดค่าใช้จ่าย ลดต้นทุนการให้บริการขององค์กร		

แผน CRM	แผน CG	แผนชุมชนฯ	แผนความเสี่ยงฯ	แผน DT	แผน BU	แผน SRM	แผน KM	แผน IM	แผนอ
ขอเรียนอย่าง เป็นระบบ เพื่อ ตอบสนอง ผู้ใช้บริการได้ตาม ความต้องการ และเหนือกว่าที่ ลูกค้าคาดหวัง และเพิ่มความ ผูกพันให้กับลูกค้า					ลูกค้าแบบครบวงจร - สอดคล้องกับแผน ธุรกิจที่ ๔ การสร้าง ความแตกต่างใน ผลิตภัณฑ์และบริการ	ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง - สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ S4.1 ผลการสำรวจความ พึงพอใจต่อการดำเนินงาน ในการสร้าง - สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ S4.2 จัดทำแผนยกระดับ การสร้างความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - สอดคล้องกับแผนงาน การสร้างและยกระดับ ความสัมพันธ์/การบริหาร จัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย เพื่อให้เกิดการบูรณา การร่วมกันระหว่าง หน่วยงานในอุตสาหกรรม การป็นอย่างเป็นระบบ และเพิ่มประสิทธิภาพการ บริหารจัดการด้านการป็น ของประเทศความสัมพันธ์ บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียเพิ่มขึ้นอย่าง ต่อเนื่อง			

ภาคผนวก C : ตาราง Customer Segment Profile (ลูกค้าปัจจุบัน)

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
บริการ การบิน อากาศ	๑. ผู้ใช้หวงอากาศ (Airspace User) ๑.๑ สายการบิน	- มีระบบบริการจราจรทางอากาศ (ATM System) ที่ปลอดภัย (Safety) และการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ (Efficiency) - ประสิทธิภาพสูงและแก้ไขปัญหาได้ทันทีตลอด ๒๔ ชม. - แก้ไขปัญหาหรือสถานการณ์ได้ทันทีรวดเร็ว ทันกาล ตรงเวลา - มีเส้นทางบินที่มีประสิทธิภาพ - ได้รับข้อมูลข่าวสารการเดินอากาศที่มีความถูกต้องแม่นยำ และรวดเร็ว - บริการระบบสื่อสาร	- ตามความคาดหวังของสมาคมการบินด้านความสามารถรองรับปริมาณจราจรทางอากาศที่เพิ่มขึ้น (Capacity) ความคุ้มค่า (Cost effectiveness) และตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม (Environment) - ประหยัดเชื้อเพลิงอากาศยานในการปฏิบัติการบิน - มีความคล่องตัวและความต่อเนื่องในการปฏิบัติการทุกช่วงการบิน	- มีการรับฟัง สื่อสาร พัฒนา/ปรับปรุงการบริการจราจรทางอากาศ ห่วงอากาศ เส้นทางบิน ข่าวสาร การจัดทำแผนการบิน และทบทวนวิธีปฏิบัติการบิน ให้เกิดความปลอดภัยสูงสุด โดยดำเนินการประชุมร่วมกับผู้แทนจากสายการบินเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง	- ประสานงานโดยตรงผ่าน Focal Point : FP - E-mail / โทรศัพท์ /Social Media/ Website : www.aerothai.co.th - การประชุมต่างๆ - Facebook Close Group : Airspace Users – ANSP (Thailand)	๑. การสำรวจความพึงพอใจของ บวท. โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ๒. การประเมินผลจากระดับความพึงพอใจจากกิจกรรมที่ บวท. จัดประชุม/สื่อสารร่วมกับผู้ใช้บริการ ๓. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่มย่อย (Focus group) - หมายเหตุ - ตาม TOR การจ้างที่ปรึกษาสำรวจ	- การสำรวจความไม่พึงพอใจของ บวท. ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ๒. คำถามปลายเปิดเพื่อระบุเหตุการณ์และพื้นที่ที่มีความไม่พึงพอใจ - หมายเหตุ - ตาม TOR การจ้างที่ปรึกษาสำรวจความพึงพอใจในแต่ละปี

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ให้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		ระบบช่วยการเดิน อากาศ และระบบ ติดตามอากาศยานที่ สามารถให้บริการได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	- มีช่องทางการให้ความ ช่วยเหลือที่เข้าถึงง่าย และเป็นระบบ - พัฒนาระบบ สารสนเทศที่ใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ - พัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี เพื่อให้การ บริการตามมาตรฐาน สากลอย่างต่อเนื่อง			ความพึงพอใจ ในแต่ละปี	
	๑.๒ อากาศยานที่ ทำการบินทั่วไป (General Aviation : GA)	- วิธีปฏิบัติในการบินเข้า- ออก บริเวณสนามบิน - ประสานงานแจ้งเหตุ และแก้ไขปัญหา ได้ ทันทีตลอด ๒๔ ชม. - แผนการบิน - บริการระบบสื่อสาร ระบบช่วยการเดิน อากาศ และระบบ	- มีช่องทางการให้ความ ช่วยเหลือที่เข้าถึงง่าย และเป็นระบบ - มีเส้นทางการบินที่ ชัดเจน - สามารถปรับแผนการ บินได้ทั้ง IFR, VFR และ Direct ในบาง กรณี	- มีการรับฟัง สื่อสาร พัฒนา/ปรับปรุงการ บริการจราจรทาง อากาศ ห้วงอากาศ ข่าวสารการเดิน อากาศ การจัดทำ แผนการบิน และ ทบทวนวิธีปฏิบัติ การบินให้เกิดความ	- ประสานงาน โดยตรงผ่าน Focal Point : FP - E-mail / โทรศัพท์ /Social Media / Website : www.aerothai.	ใช้วิธีการสำรวจ แบบเดียวกับกลุ่ม สายการบิน	ใช้วิธีการสำรวจ แบบเดียวกับกลุ่ม สายการบิน

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		ติดตามอากาศยานที่ สามารถให้บริการได้ อย่างมีประสิทธิภาพ - ชาวอากาศได้รับข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีคุณภาพ และรวดเร็ว		ปลอดภัยสูงสุด และ สะดวกต่อการใช้งาน ของเครื่องบินส่วน บุคคล โดยดำเนินการ ประชุมร่วมกันเป็น ประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง	co.th - การประชุม ต่างๆ -Facebook Close Group : Airspace Users – ANSP (Thailand)		
	๑.๓ โรงเรียน การบิน	- พื้นที่บินวงจรฝึกบิน เดินทาง และช่วงเวลา ในการฝึกปฏิบัติ การ บิน - วิธีปฏิบัติในการบินเข้า- ออก บริเวณสนามบิน - ประสานงานแจ้งเหตุ และแก้ไขปัญหาได้ทันที ตลอด ๒๔ ชม. - แผนการบิน	- กำหนดพื้นที่ในการฝึก ปฏิบัติการบิน - มีช่องทางการให้ความ ช่วยเหลือที่เข้าถึงง่าย และเป็นระบบ - มีการจัดสรรพื้นที่ใน การฝึกบินวงจร สำหรับสภาพการฝึก กลางวัน กลางคืน และบินเดินทาง	- มีการรับฟัง สื่อสาร พัฒนา/ปรับปรุง การบริการจราจร ทางอากาศ ข่าวสาร การเดินอากาศ การจัดทำแผนการบิน การกำหนดพื้นที่ ฝึกบิน และทบทวน วิธีปฏิบัติการบิน ให้เกิดความปลอดภัย	- ประสานงาน โดยตรงผ่าน Focal Point : FP - E-mail / โทรศัพท์ /Social Media / Website : www.aerorhai.co.th	ใช้วิธีการสำรวจ แบบเดียวกับกลุ่ม สายการบิน	ใช้วิธีการสำรวจ แบบเดียวกับกลุ่ม สายการบิน

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		- บริการระบบ สื่อสาร ระบบช่วย การ เติบโตอากาศ และระบบ ติดตาม อากาศยาน ที่สามารถให้บริการ ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ - ชาวอากาศได้รับข้อมูล ข่าวสาร ที่ ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มี คุณภาพและรวดเร็ว		สูงสุด และสะดวกต่อ การใช้งานของ โรงเรียนการบิน โดยดำเนินการประชุม ร่วมกันเป็นประจำ ทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง	- การประชุม ต่างๆ - Facebook Close Group : Airspace Users – ANSP (Thailand)		
	๑.๔ อากาศยาน ปฏิบัติงานในพื้นที่	- วิธีปฏิบัติในการบินเข้า- ออก บริเวณสนามบิน - มีความเข้าใจภารกิจ ของการปฏิบัติการบิน ตามที่ได้รับมอบหมาย - มีเส้นทางบินของ VFR Route ที่ชัดเจน - ประสานงานแจ้งเหตุ และแก้ไขปัญหาได้ทันที	- มีจุดขึ้น - ลง บริเวณ สนามบินที่ชัดเจน - ได้รับข้อแนะนำหาก เกิดปัญหาข้อขัดข้อง ในการปฏิบัติการบิน	- มีการรับฟัง สื่อสาร พัฒนา/ปรับปรุง การบริการจราจร ทางอากาศ ข่าวสาร การเติบโตอากาศ การจัดทำแผนการบิน และทบทวนวิธี ปฏิบัติการบินให้เกิด ความปลอดภัยสูงสุด	- ประสานงาน โดยตรงผ่าน Focal Point - E-mail / โทรศัพท์ /Social Media /Website www.aerothai.co.th	ใช้วิธีการสำรวจ แบบเดียวกับกลุ่ม สายการบิน	ใช้วิธีการสำรวจ แบบเดียวกับกลุ่ม สายการบิน

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ให้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		ตลอด ๒๔ ชม. - กำหนดระยะสูงในการปฏิบัติการบินในพื้นที่กรุงเทพฯ สำหรับเฮลิคอปเตอร์ - แผนการบิน - บริการระบบสื่อสารระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยานที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ - ชาวอากาศได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีคุณภาพ และรวดเร็ว		และสนับสนุนภารกิจของอากาศยานปฏิบัติงานในพื้นที่ได้อย่างทันท่วงที โดยดำเนินการประชุมร่วมกันเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง	- การประชุมต่างๆ - Facebook Close Group : Airspace Users – ANSP (Thailand)		
	๑.๕ อากาศยานภาครัฐ	- มีความเข้าใจภารกิจของการปฏิบัติการบินตามที่ได้รับมอบหมาย	- บูรณาการการใช้พื้นที่ห้วงอากาศร่วมกันอย่าง	- มีการรับฟัง สื่อสาร พัฒนา/ปรับปรุง การบริการจราจร	- ประสานงาน โดยตรงผ่าน Focal Point :	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		- ประสานงานแจ้งเหตุและแก้ไขปัญหาได้ทันทีตลอด ๒๔ ชม. - ทราบข้อจำกัดในการใช้พื้นที่ทางทหาร - แผนการบิน - บริการระบบสื่อสารระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยานที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ - ชาวอากาศได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีคุณภาพและรวดเร็ว	มีประสิทธิภาพ	ทางอากาศ ความยืดหยุ่นในการใช้พื้นที่หวงอากาศร่วมกันระหว่างทหารและพลเรือน ข้าราชการ การเดินอากาศ การจัดทำแผนการบิน และทบทวนวิธีปฏิบัติการบินให้เกิดความปลอดภัยสูงสุด และสนับสนุนภารกิจของอากาศยานภาครัฐ โดยดำเนินการประชุมร่วมกันเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง	FP - E-mail / โทรศัพท์ / Social Media / Website : www.aerothai.co.th - การประชุมต่างๆ - Facebook Close Group : Airspace Users – ANSP (Thailand)		
	๒. เจ้าหน้าที่ อำนวยการบิน (Flight Operations)	- ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีคุณภาพและ	- มีระบบสารสนเทศและช่องทางการทำงานที่มี	- รับฟังข้อคิดเห็นจากเจ้าหน้าที่อำนวยการบิน เพื่อนำมา	- ประสานงานโดยตรงผ่าน Focal Point :	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ให้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
	ของสายการบิน	รวดเร็ว - บริการตามมาตรฐาน สากล ด้วยความ ปลอดภัย รวดเร็ว ต่อเนื่อง - ช่องทางการประสานงาน ในการรับส่งข้อมูลการบิน มีคุณภาพ เข้าถึงได้ สะดวก รวดเร็ว ทันกาล	ประสิทธิภาพ - มีการพัฒนาบุคลากร และเทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อให้ การบริการตาม มาตรฐานสากล อย่างต่อเนื่อง - เจ้าหน้าที่ของ AIS Briefing และ FDMC สามารถให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเพื่อการทำ แผนการบินที่ครบถ้วน และถูกต้อง	พัฒนาระบบงาน ทำงาน และระบบ ให้บริการเทคโนโลยี สารสนเทศ เช่น NOTAM, Flight Plan ให้มีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น โดย ดำเนินการประชุม ร่วมกันเป็นประจำ ปีละ ๑ ครั้ง	FP - E-mail / โทรศัพท์ /Social Media / Website - การประชุม ต่างๆ - ระบบ AFTN		
บริการ เกี่ยวเนื่อง	๑. สายการบิน ๒. ผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้องกับ กิจการบิน	<u>บริการระบบวิทยุสื่อสาร</u> (Trunked Radio) - ประสิทธิภาพของ อุปกรณ์ - ความชัดเจนของการ สื่อสาร	<u>บริการระบบวิทยุสื่อสาร</u> (Trunked Radio) - ความตั้งใจ ความ สุภาพ และ ความรวดเร็วของ เจ้าหน้าที่ในการ	- รับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของลูกค้า ในช่องทางการรับฟัง ต่างๆ เพื่อนำข้อมูล มาพัฒนา/ปรับปรุงระบบ วิทยุสื่อสารให้มี	<u>บริการระบบ</u> <u>วิทยุสื่อสาร</u> - ประสานงาน โดย ตรงกับ เจ้าหน้าที่	<u>บริการระบบวิทยุ</u> <u>สื่อสาร</u> - การสำรวจความ พึงพอใจของ การใช้บริการ Trunked Radio	<u>บริการระบบวิทยุ</u> <u>สื่อสาร</u> - การสำรวจความ ไม่พึงพอใจของ บวท. โดยใช้ แบบสอบถาม

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		- ความเข้าใจในความ ต้องการ - ความสะดวกในการติดต่อ เพื่อใช้บริการและเมื่อเกิด ปัญหา - ความใส่ใจและตั้งใจ แก้ปัญหา <u>บริการขายสื่อสารข้อมูล สายการบิน (AOC)</u> - ความสามารถในการ ให้บริการได้ของระบบ เครือข่าย (Service Availability) - พื้นที่บริการที่ครอบคลุม ตามต้องการ (Coverage)	ให้บริการ - ความสามารถของ เจ้าหน้าที่ในการตอบ และแก้ไขปัญหา <u>บริการขายสื่อสารข้อมูล สายการบิน (AOC)</u> - พัฒนาการให้บริการ รองรับความต้องการ ในอนาคต - มีการอบรม/ประชุม/ สัมมนาอย่างต่อเนื่อง	ประสิทธิภาพ และ ตรงตามความต้องการ ของลูกค้า และทำให้ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ในการใช้บริการ	ที่รับผิดชอบ - E-mail/ โทรศัพท์/ Social Media - Counter Service ที่สุวรรณภูมิ ดอนเมือง และศูนย์ฯ ภูมิภาค - Zoom Meeting - ประสานงาน กับ Point of Contract - On-Site Service (สุวรรณภูมิ/	โดยใช้แบบ สอบถาม (Questionnaire)	(Questionnaire) ๒. คำถามปลายเปิด เพื่อระบุเหตุการณ์ และพื้นที่ที่มีความไม่ พึงพอใจ <u>หมายเหตุ</u> - ตาม TOR การจ้างที่ปรึกษา สำรวจความพึง พอใจในแต่ละปี

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		<u>บริการบินทดสอบ</u> ให้บริการระบบเครื่องช่วย การเดินอากาศและระบบ สัญญาณไฟ PAPI ระบบ สัญญาณไฟฟ้าภายใน สนามบิน	<u>บริการบินทดสอบ</u> ให้บริการได้ตามกำหนด แผนการบิน / เวลาที่ ลูกค้าต้องการ	<u>บริการบินทดสอบ</u> การให้บริการเป็นไปตาม แผนการบิน โดยให้การ สำรวจความพึงพอใจ ประจำปี	ดอนเมือง) <u>บริการขาย</u> <u>สื่อสารข้อมูล</u> <u>สายการบิน</u> (AOC) - Help Desk (AOC) - การประชุม ต่าง ๆ - ตัวแทนขาย - Tele- Conference - Zoom Meeting - ผู้ร่วม ให้บริการ <u>บริการบิน</u> <u>ทดสอบ</u> - ประสานงาน	<u>บริการบินทดสอบ</u> - การสำรวจความพึง พอใจของลูกค้าตาม ผลิตภัณฑ์และ บริการ	

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
					กับ POC E-mail/ โทรศัพท์/ Social Media - Zoom Meeting		
	๓. หน่วยงาน ให้บริการ การเดินอากาศ (ANSP)	<u>บริการงานผลิต/รับทำ</u> - ผลิตภัณฑ์และบริการได้ ตามมาตรฐานสากลและ เงื่อนไขสัญญา - บุคลากรมีความ เชี่ยวชาญ และมี ประสบการณ์ - มีบริการหลังการขาย ที่ รวดเร็วและได้มาตรฐาน	<u>บริการงานผลิต/รับทำ</u> - บุคลากรมีองค์ความรู้ที่ ทันสมัย - ผลิตภัณฑ์และบริการ รองรับความต้องการ ของ อุตสาหกรรม การบินตาม แผนการเดินอากาศ สากล - ให้ความช่วยเหลือ/ สนับสนุน เพื่อ ยกระดับการให้บริการ การบินในภูมิภาค	<u>บริการงานผลิต/รับทำ</u> - สามารถดำเนินการได้ ครบถ้วนตามความ ต้องการของลูกค้าและ เป็นไปตามเงื่อนไขของ สัญญา	<u>บริการงาน ผลิต/รับทำ</u> - ประสานงาน โดยตรงกับ เจ้าหน้าที่ ที่รับผิดชอบ - E-mail/ โทรศัพท์/ Social Media - Zoom Meeting	<u>บริการงานผลิต/ รับทำ</u> - การสำรวจความ พึงพอใจของลูกค้า ตามผลิตภัณฑ์และ บริการ	

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
	๔. หน่วยงาน ภาครัฐ	<u>บริการงานผลิต/รับทำ</u> - ผลิตภัณฑ์และบริการได้ ตามมาตรฐานสากลและ เงื่อนไขสัญญา - บุคลากรมีความ เชี่ยวชาญและมี ประสบการณ์ - มีบริการหลังการขายที่ รวดเร็วและได้มาตรฐาน	<u>บริการงานผลิต/รับทำ</u> - บุคลากรมีองค์ความรู้ที่ ทันสมัย - ผลิตภัณฑ์และบริการ รองรับความต้องการ ของอุตสาหกรรม การบินตามแผน การเดินอากาศสากล - ให้ความช่วยเหลือ/ สนับสนุนเพื่อยกระดับ การให้บริการการบิน ในภูมิภาค	<u>บริการงานผลิต/ รับทำ</u> - สามารถดำเนินการได้ ครบถ้วนตามความ ต้องการของลูกค้าและ เป็นไปตามเงื่อนไขของ สัญญา	<u>บริการงาน ผลิต/ รับทำ</u> - ประสานงาน โดยตรงผ่าน เจ้าหน้าที่ โดยใช้ โทรศัพท์ / E-mail/ Social Media และ ระบบแจ้งซ่อม	<u>บริการงานผลิต/ รับทำ</u> - การสำรวจความ พึงพอใจของการ ใช้บริการโดยใช้ แบบสอบถาม	- การสำรวจความ ไม่พึงพอใจของ การให้บริการโดย ใช้แบบสอบถาม
	๕. กลุ่มธุรกิจ พลังงาน ปิโตรเลียมและ ที่เกี่ยวข้อง ทั่วประเทศ	<u>บริการระบบวิทยุสื่อสาร (Trunked Radio)</u> - ประสิทธิภาพของ อุปกรณ์ - ความชัดเจนของการ สื่อสาร - ความเข้าใจในความ	<u>บริการระบบวิทยุสื่อสาร (Trunked Radio)</u> - ความตั้งใจ ความ สุภาพ และ ความรวดเร็วของ เจ้าหน้าที่ในการ ให้บริการ	<u>บริการระบบวิทยุสื่อสาร (Trunked Radio)</u> - รับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของลูกค้า ในช่องทางการรับฟัง ต่างๆ เพื่อนำข้อมูล มาพัฒนา/ปรับปรุง	<u>บริการระบบ วิทยุสื่อสาร (Trunked Radio)</u> - ประสานงาน โดย ตรงกับ เจ้าหน้าที่	<u>บริการระบบวิทยุ สื่อสาร (Trunked Radio)</u> - การสำรวจความ พึงพอใจของการใช้ บริการ Trunked Radio โดยใช้	- การสำรวจความ ไม่พึงพอใจของ บวท. ใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) หมายเหตุ - ตาม TOR การจ้าง

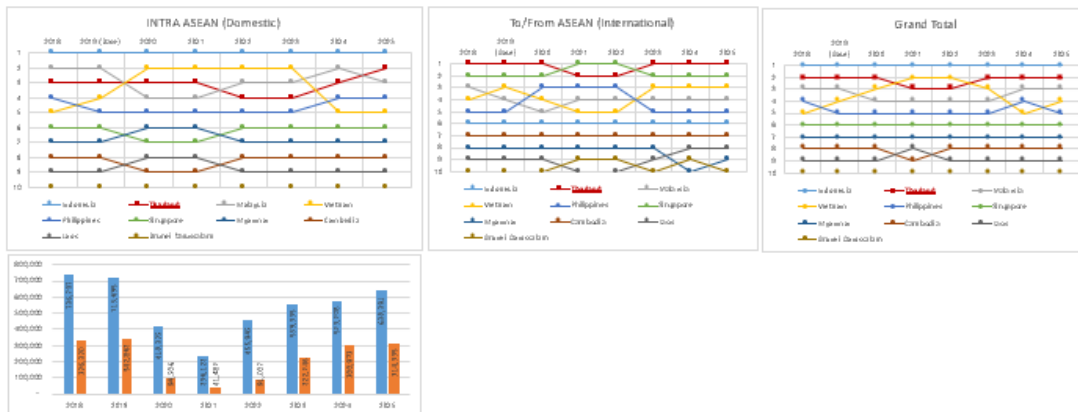
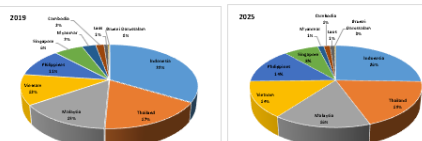
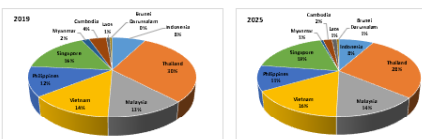
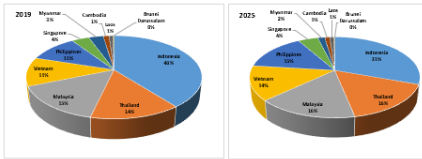
ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		ต้องการ - ความสะดวกในการติดต่อเพื่อใช้บริการและเมื่อเกิดปัญหา - ความใส่ใจและตั้งใจแก้ปัญหา	- ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการตอบและแก้ไขปัญหา	ระบบวิทยุสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ และมีการประเมินผลโดยวิธีการสำรวจความพึงพอใจประจำปี	ที่รับผิดชอบ - E-mail/โทรศัพท์/Social Media - สำนักงานบริการลูกค้า จ. ระยอง - Zoom Meeting	แบบสอบถาม (Questionnaire)	ที่ปรึกษาสำรวจความพึงพอใจในแต่ละปี

ภาคผนวก D : สรุปรายงานปริมาณเที่ยวบินในอาเซียน ตั้งแต่ ปี ๒๐๑๙ และ ๒๐๒๕

Domestic / Intra-ASEAN	YEAR	Indonesia	Thailand	Malaysia	Vietnam	Philippines	Singapore	Myanmar	Cambodia	Laos	Bhutan	TOTAL
In country Passenger	2025	509,739	243,329	222,728	226,899	289,984	-	21,138	2,972	10,800	-	1,531,588
Intra ASEAN	2025	625,460	393,698	430,325	533,156	513,155	172,935	18,995	41,931	24,892	8,897	2,965,028
In country Cargo	2025	15,629	322	322	-	-	-	-	-	-	-	16,275
Intra ASEAN	2025	16,763	1,774	2,064	1,191	155	2,288	769	129	-	104	25,237

Source : Clickum - IATA Analyser (Data loaded 1 April 2025)

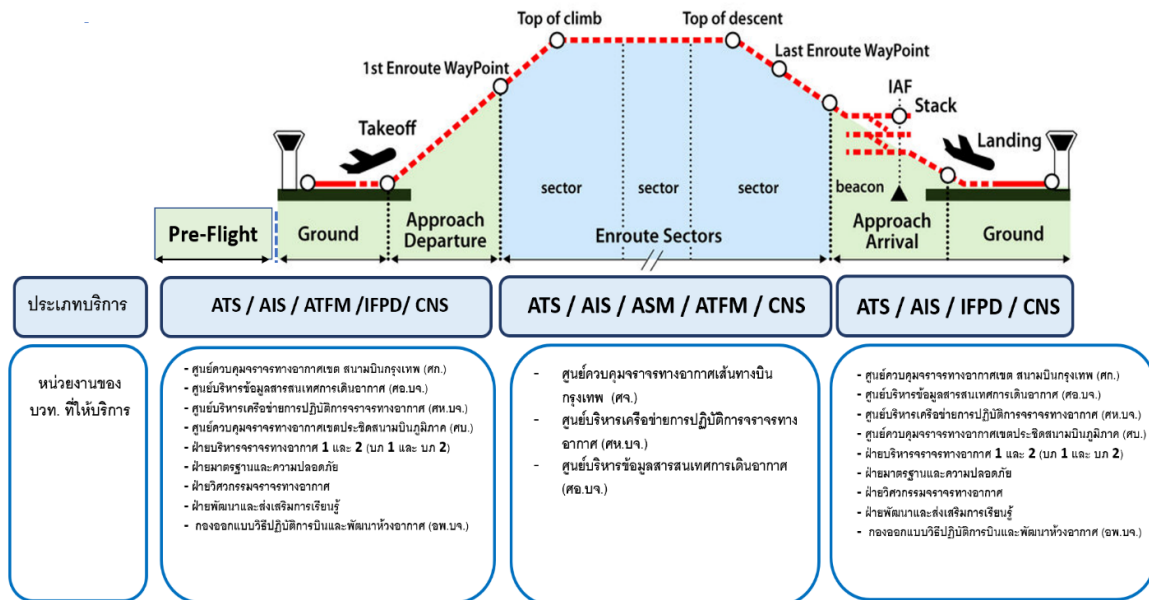
Domestic / Intra-ASEAN	YEAR	Indonesia	Thailand	Malaysia	Vietnam	Philippines	Singapore	Myanmar	Cambodia	Laos	Bhutan	TOTAL
Passenger	2018	2,124,019	734,876	733,019	482,118	597,730	192,752	147,250	63,816	41,710	13,919	3,885,888
	2019	2,149,867	713,382	754,483	544,795	536,111	188,791	160,476	61,286	42,762	12,298	3,987,368
	2020	1,430,015	458,838	341,152	446,157	215,043	48,210	18,057	17,130	22,731	3,778	2,338,282
	2021	1,218,486	253,690	198,316	384,579	141,507	22,823	48,790	2,935	1,892	968	2,283,558
	2022	1,412,811	492,794	402,212	614,942	407,338	90,214	60,733	19,109	19,109	3,812	2,686,844
	2023	1,362,961	536,888	366,473	574,708	505,078	135,058	71,456	36,899	30,448	6,843	3,085,490
	2024	1,354,424	576,844	386,411	493,728	532,848	193,130	11,180	41,988	32,805	7,994	3,085,358
	2025	1,363,579	596,872	432,274	570,851	541,091	172,935	40,129	41,983	35,452	8,898	3,092,614
Cargo	2018	36,708	2,382	6,578	5,185	227	4,534	-	546	-	2	54,622
	2019	39,975	2,833	6,474	2,884	374	4,268	-	522	-	-	58,518
	2020	31,108	2,808	4,810	2,543	2,075	3,277	80	577	-	-	46,976
	2021	22,518	2,872	1,810	1,810	380	2,982	204	547	2	-	34,828
	2022	40,718	3,202	2,752	1,804	524	2,702	186	605	66	-	52,758
	2023	37,851	2,469	6,449	1,562	222	3,754	80	519	2	100	53,828
	2024	43,001	2,884	4,392	1,499	851	3,870	481	528	-	104	53,906
	2025	32,590	1,774	2,288	1,191	155	2,288	769	129	-	104	41,288
Total Domestic	2018	2,160,687	737,259	739,597	487,303	597,957	197,286	147,250	64,362	41,710	13,941	3,940,470
	2019	2,189,842	716,215	760,557	547,615	538,885	192,808	160,476	61,808	42,762	12,298	3,946,476
	2020	1,461,123	461,650	345,962	448,000	217,118	51,087	18,057	17,707	22,731	3,778	2,396,208
	2021	1,270,984	256,322	200,427	386,889	142,887	25,765	49,046	2,762	1,894	968	2,367,204
	2022	1,405,549	495,686	402,964	616,866	407,832	93,236	61,219	20,114	19,110	3,812	2,690,682
	2023	1,420,812	538,338	372,522	576,270	506,200	162,812	71,516	37,258	30,450	6,843	3,044,518
	2024	1,344,325	573,768	390,803	495,227	533,009	197,246	11,761	42,516	32,805	8,008	3,044,478
	2025	1,353,589	596,872	432,274	570,851	541,091	172,935	40,129	41,983	35,452	8,898	3,092,614
International / Inter-ASEAN	YEAR	Indonesia	Thailand	Malaysia	Vietnam	Philippines	Singapore	Myanmar	Cambodia	Laos	Bhutan	TOTAL
Passenger	2018	84,515	319,847	141,867	128,184	114,484	177,070	10,755	36,799	8,841	-	1,625,888
	2019	84,137	314,442	142,381	132,022	133,500	181,484	18,375	44,541	9,520	5,161	1,555,887
	2020	27,008	86,851	39,124	44,500	44,305	49,420	4,830	9,896	2,467	1,340	302,805
	2021	9,771	23,908	12,833	8,736	22,021	36,836	1,002	2,404	812	395	119,113
	2022	27,696	72,392	40,405	40,220	44,306	47,383	1,332	2,991	1,056	989	300,620
	2023	60,020	208,832	101,817	121,384	104,876	148,461	4,214	10,813	4,914	2,642	793,136
	2024	74,127	276,884	138,109	147,090	112,814	184,449	5,094	13,945	10,016	3,017	966,265
	2025	85,122	300,466	150,769	177,362	112,577	174,361	5,105	10,985	12,457	3,292	1,061,376
Cargo	2018	2,791	6,475	3,805	2,158	3,300	6,472	1,338	914	178	-	28,513
	2019	3,024	6,430	3,809	3,891	3,891	5,875	853	813	279	1,094	31,948
	2020	3,676	10,879	5,305	2,940	4,193	7,910	2,000	727	427	729	37,490
	2021	6,196	17,852	6,480	7,429	6,716	13,126	3,722	2,840	384	3,895	79,183
	2022	7,425	18,088	11,727	5,012	8,989	16,528	4,264	7,188	597	4,524	86,769
	2023	5,797	21,354	11,116	5,705	9,942	17,798	3,795	1,932	1,448	2,446	85,253
	2024	6,528	22,886	7,911	7,800	7,862	13,436	2,817	1,984	514	1,094	79,441
	2025	6,986	13,888	11,862	5,039	7,246	11,805	2,328	3,237	918	2,395	68,049
Total International	2018	87,306	326,326	145,672	130,742	117,514	183,842	12,209	37,773	8,859	4,480	1,654,885
	2019	87,164	320,893	146,205	136,522	137,895	187,358	20,054	45,134	9,199	6,205	1,578,212
	2020	30,714	94,306	44,429	47,130	48,476	56,179	6,850	10,823	2,464	2,464	242,265
	2021	15,987	41,487	21,298	16,165	29,837	50,764	4,724	3,184	1,196	4,046	190,468
	2022	35,125	95,607	52,222	45,242	53,895	104,311	7,596	10,379	1,653	5,513	408,729
	2023	66,717	222,796	109,263	127,009	108,618	166,259	7,989	12,825	6,102	4,766	833,006
	2024	80,655	280,873	144,020	155,880	120,676	197,885	7,173	15,929	10,374	8,443	1,041,906
	2025	91,118	314,316	162,431	182,931	119,823	200,966	7,439	12,422	11,045	5,111	1,127,246
Grand Total	YEAR	Indonesia	Thailand	Malaysia	Vietnam	Philippines	Singapore	Myanmar	Cambodia	Laos	Bhutan	TOTAL
Passenger	2018	2,210,614	1,054,323	880,886	618,860	712,232	379,252	158,025	108,157	50,270	18,380	5,546,766
	2019	2,234,004	1,030,834	895,884	686,615	730,415	370,874	168,351	106,227	51,272	17,359	5,544,887
	2020	1,497,053	545,750	380,276	490,517	259,348	97,439	23,887	27,636	25,248	5,119	2,686,844
	2021	1,248,237	282,608	211,149	393,115	164,428	50,609	49,792	4,850	12,614	1,363	2,367,204
	2022	1,480,527	525,086	402,964	616,866	407,832	93,236	61,219	20,114	19,110	3,812	2,690,682
	2023	1,443,881	600,672	402,964	616,866	407,832	93,236	61,219	20,114	19,110	3,812	2,690,682
	2024	1,378,511	600,672	402,964	616,866	407,832	93,236	61,219	20,114	19,110	3,812	2,690,682
	2025	1,363,579	596,872	432,274	570,851	541,091	172,935	40,129	41,983	35,452	8,898	3,092,614
Cargo	2018	39,499	9,310	10,383	5,743	3,257	11,336	1,338	1,338	178	1,076	68,518
	2019	42,009	10,758	10,383	5,743	3,257	11,336	1,338	1,338	178	1,076	68,518
	2020	34,784	12,881	10,115	5,483	6,266	10,627	2,100	1,304	427	729	68,458
	2021	38,734	20,434	11,176	9,249	7,296	16,800	3,978	3,087	386	3,811	115,495
	2022	48,143	21,298	14,479	6,816	9,313	19,830	6,850	7,793	663	4,524	139,467
	2023	41,448	24,380	17,365	7,267	10,144	21,312	3,795	2,511	1,110	2,446	134,281
	2024	50,429	25,193	12,303	9,989	8,033	17,336	2,508	2,512	514	5,219	138,191
	2025	35,176	15,845	13,058	7,130	7,402	13,813	3,097	3,096	518	2,465	107,287
Grand Total	2018	2,249,793	1,063,133	891,269	624,603	715,477	390,588	159,363	109,493	50,448	19,455	5,615,652
	2019	2,281,008	1,041,686	906,260	692,330	738,230	382,214	179,726	107,363	52,471	18,435	5,615,652
	2020	1,534,053	558,550	390,502	537,537	266,644	97,578	24,784	29,672	27,266	5,119	2,719,059
	2021	1,266,474	294,016	212,447	399,230	166,259	50,609	49,792	4,850	12,614	1,363	2,367,204
	2022	1,508,053	547,082	402,964	616,866	407,832	93,236	61,219	20,114	19,110	3,812	2,690,682
	2023	1,443,881	600,672	402,964	616,866	407,832	93,236	61,219	20,114	19,110	3,812	2,690,682
	2024	1,378,511	600,672	402,964	616,866	407,832	93,236	61,219	20,114	19,110	3,812	2,690,682
	2025	1,363,579	596,872	432,274	570,851	541,091	172,935	40,129	41,983	35,452	8,898	3,092,614
2025/2019	-38%	-38%	-32%	9%	4%	0%	-42%	-38%	4%	-21%	-18%	-38%
2025/2020	5%	9%	13%	11%	4%	4%	16%	15%	13%	-12%	7%	7%
Rank Intra ASEAN (Domestic)	2018	1	3	2	5	4	6	7	8	9	10	
	2019	1	3	2	4	5	6	7	8	9	10	



ภาคผนวก C : การวิเคราะห์ Customer Journey

บริการการเดินทางอากาศ

Phases of Flight : Customer Journey



๑. **Pre-Flight Phase** คือกระบวนการก่อนเริ่มปฏิบัติการบิน เป็นการเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ ของเครื่องบิน โดยส่วนนี้จะอยู่ที่บริเวณ Parked ก่อนทำการบิน นักบินจะต้องตรวจสอบเอกสารการบิน รายงานสภาพอากาศ พยากรณ์อากาศ ข่าวสารการบิน (NOTA) การตรวจสอบแผนการบิน การตรวจสอบปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อใช้ในการบิน นักบินจะทำการขออนุญาตเส้นทางการบิน (Route clearance) จากหอบังคับการบิน (Delivery) เมื่อได้รับอนุญาตให้ถอยจากจุดจอดเพื่อติดเครื่องยนต์ ถือว่าเป็นการสิ้นสุด Before start phase โดย บพ. ให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศ (Air Traffic Service: ATS) บริการข่าวสารการเดินทางอากาศ (Aeronautical Information Service: AIS) บริการการจัดการความคล่องตัวของจราจรทางอากาศ (Air Traffic Flow Management: ATFM) และบริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ ระบบติดตามอากาศยาน (Aeronautical Communications, Navigation and Surveillance System/ Services: CNS)

๒. **Taxi Phase** นักบินจะขอคำอนุญาต taxi เพื่อไปวิ่งขึ้นบน runway โดยติดต่อวิทยุสื่อสารกับ Ground Controller ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบการจราจรบนพื้นที่ Taxiway

๓. **Takeoff Phase** นักบินนำเครื่องเข้าสู่ทางวิ่ง (Runway) และเพิ่มความเร็วจนถึงขีดสุด โดยจะติดต่อวิทยุสื่อสารกับ Tower Controller ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบพื้นที่บน Runway และรับผิดชอบการจราจรทางอากาศในเขตสนามบิน (aerodrome) รัศมีประมาณ 5 NM รอบสนามบิน

๖. **Departure & Climb Phase** เป็นช่วงของการไต่ระดับเพื่อนำเครื่องบินเข้าสู่เส้นทางบิน โดยจะติดต่อสื่อสารกับ Approach Controller ผู้รับผิดชอบการจราจรทางอากาศในเขตประชิดสนามบิน (Approach) รัศมีประมาณ 25 NM รอบสนามบิน

๕. **Cruise Phase** เป็นช่วงการบินรักษาระดับความสูงในเส้นทางบิน ในช่วงนี้จะติดต่อสื่อสารกับ Area Control ซึ่งรับผิดชอบการจราจรทางอากาศในเขตเส้นทางบิน ซึ่งจะมีการให้บริการ ATS AIS ATFM CSN แล้ว ยังมีการให้บริการ Airspace Management : ASM ด้วย

๖. **Descent & Approach Phase** เป็นช่วงการลดระดับเพื่อนำเครื่องลง ณ สนามบินปลายทาง โดยจะติดต่อสื่อสารกับ Approach Controller ของสนามบินปลายทาง ซึ่งมีการให้บริการ ATS AIS CNS และบริการการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design: IFPD)

๗. **Landing Phase** เป็นช่วงของการนำเครื่องลงบน Runway ช่วงนี้อาจจัดเป็นช่วงที่ critical ที่สุดโดยจะติดต่อสื่อสารกับ Tower Controller ตลอด

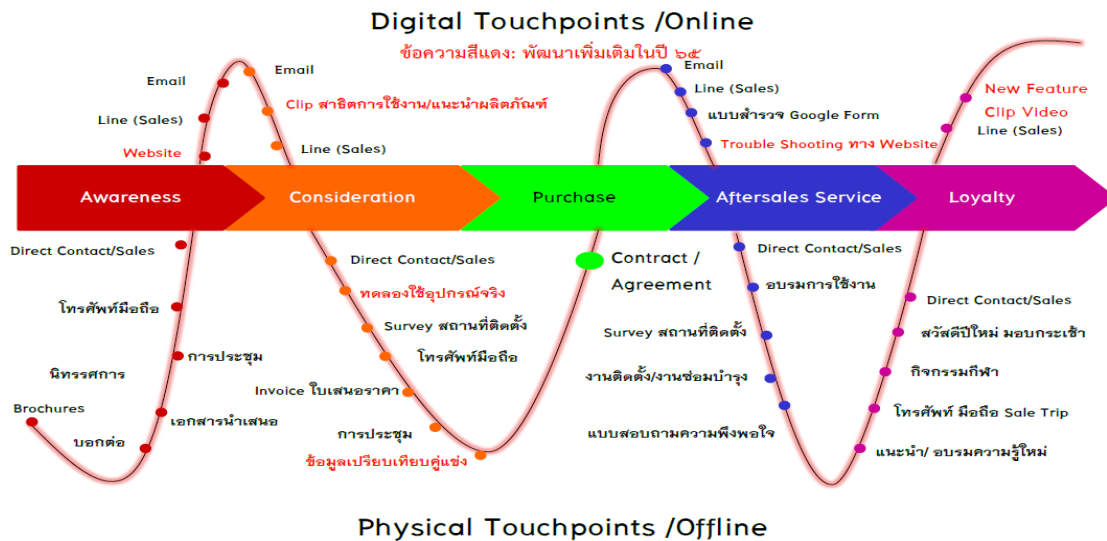
๘. **Taxi to apron** ช่วงสุดท้ายของการบินก่อนจะนำผู้โดยสารทุกท่านถึงปลายทางโดยสวัสดิภาพ นักบินจะวิทยุสื่อสารกับ Ground Controller ทันทีที่นำเครื่องออกจาก Runway

บริการเกี่ยวเนื่อง

หน่วยธุรกิจได้ทำการวิเคราะห์แนวทางการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าด้วยเครื่องมือ Customer Life Cycle รายผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ ที่มีแผนจะดำเนินการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า คาดว่าจะสามารถสร้างโอกาสธุรกิจเพิ่มเติมในอนาคต ได้แก่ บริการ Digital Trunked Radio System, 3D Aerodrome Simulator, ระบบแสดงผลอากาศยาน ASD/GSD, บริการบินทดสอบ (Flight Inspection), บริการสอบเทียบเครื่องมือวัด เป็นต้น เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงธุรกิจแยกตามผลิตภัณฑ์และบริการที่จะเสนอลูกค้าในแต่ละปี และการหาจุดสัมผัสที่สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า (Touch point) โดยจากการวิเคราะห์พบว่าหน่วยธุรกิจยังต้องพัฒนาเรื่องการสื่อสารเพื่อการเข้าถึงหรือการสร้างการรับรู้ของลูกค้าในวงกว้าง โดยการปรับปรุงช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital marketing) เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการ สร้างการรับรู้ในแบรนด์ “AEROTHAI” ในวงกว้างให้เกิดขึ้น รวมทั้งสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายให้เติบโตอย่างรวดเร็วและยั่งยืน

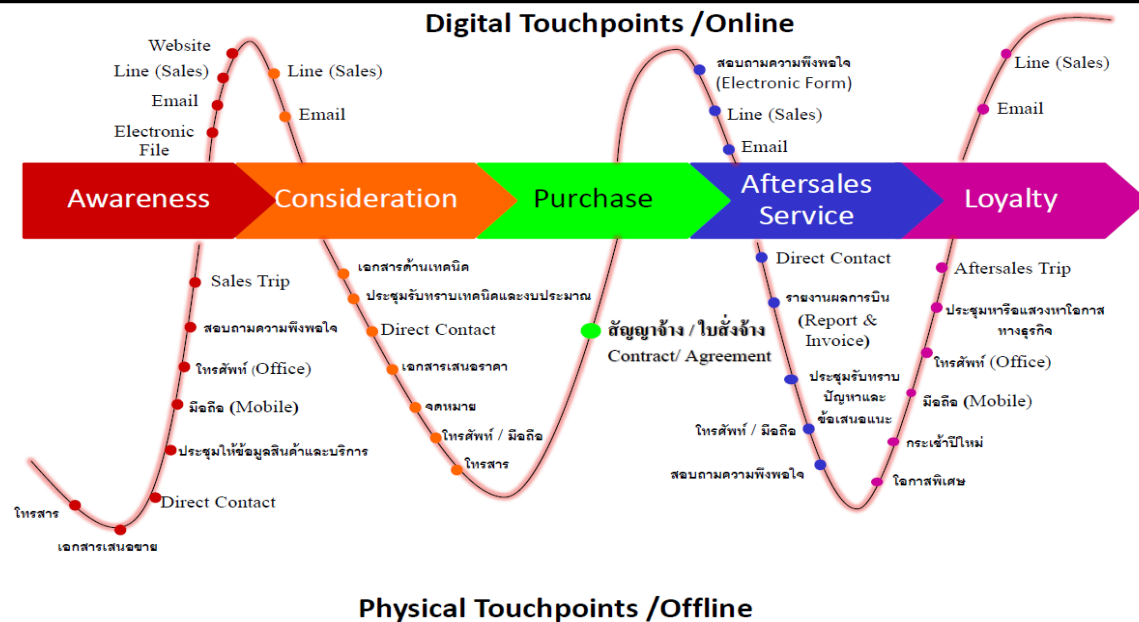
การวิเคราะห์ Customer Journey ของบริการเกี่ยวเนื่อง

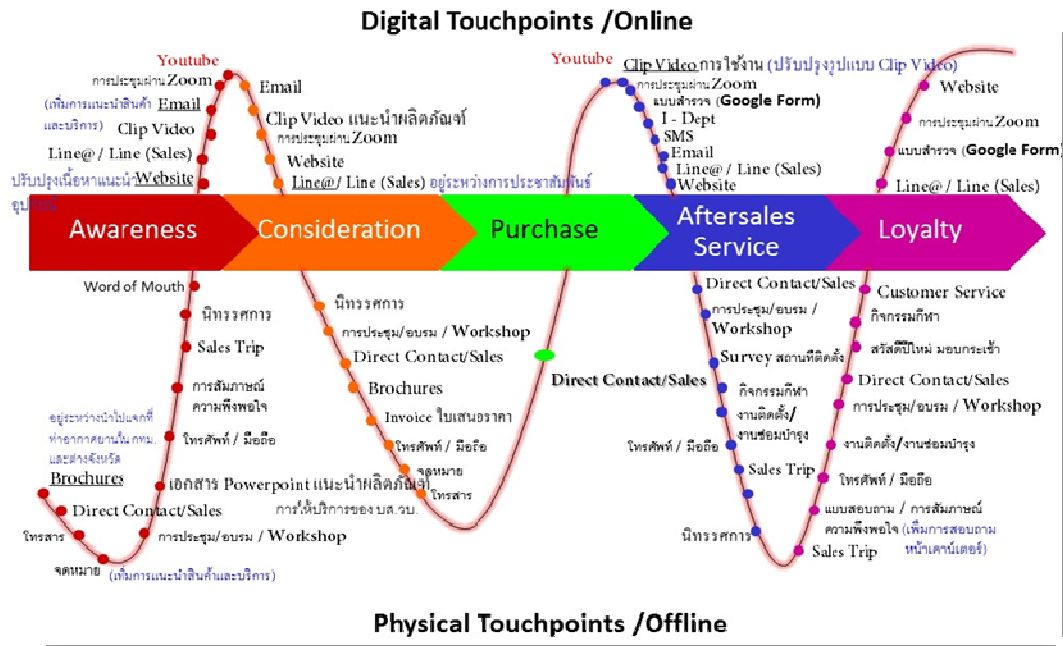
Customer Journey : อุปกรณ์วิทยุสื่อสาร Digital Trunked Radio System (DTRS)
Customer Life Cycle: 3D Aerodrome Simulator Existing Touchpoints



Customer Journey : งานบินทดสอบเครื่องอำนวยความสะดวกในสนามบิน
(Flight Inspection Services)

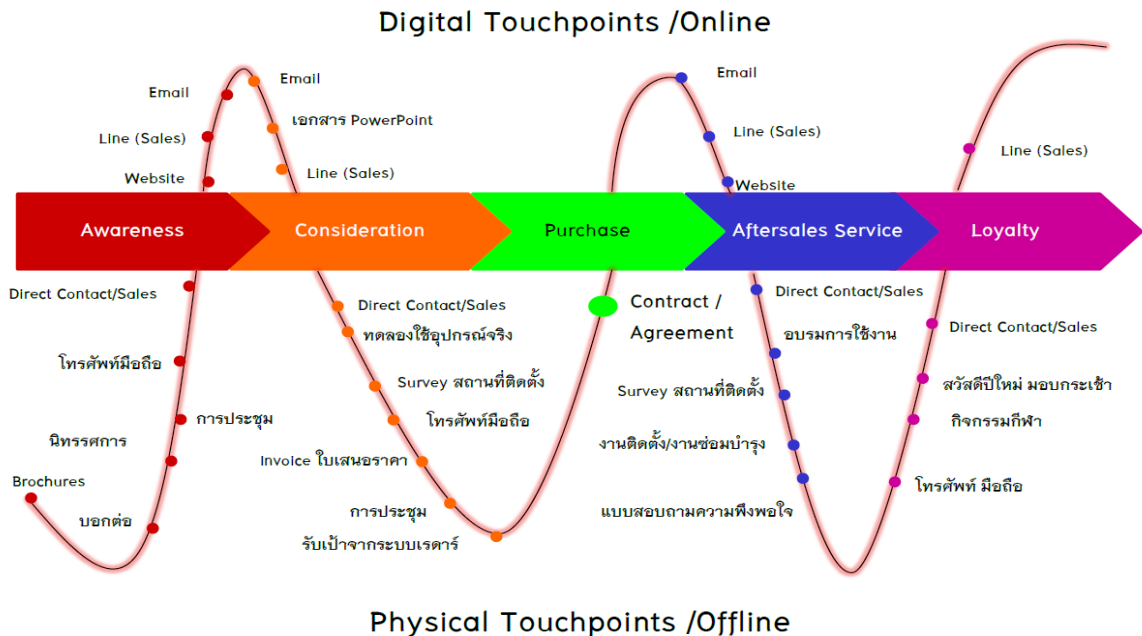
Existing Touchpoints





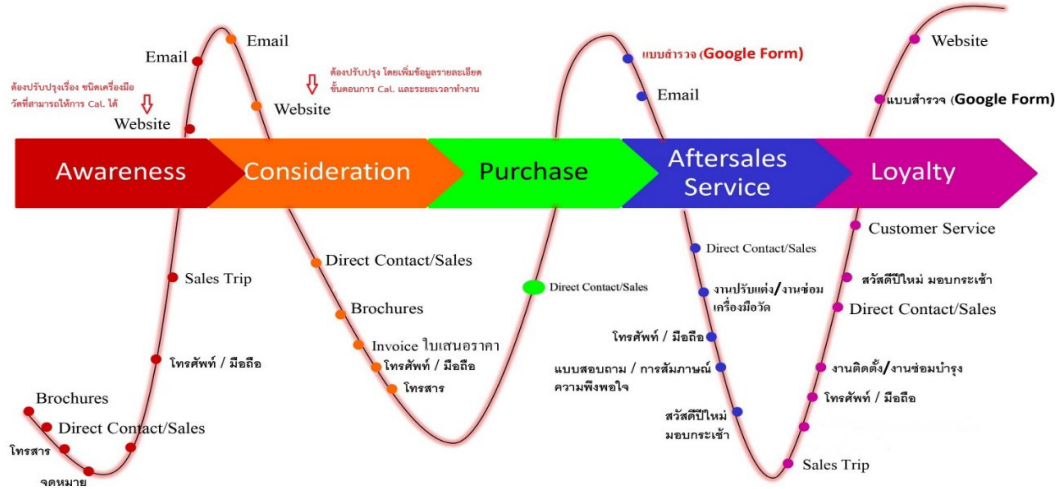
Customer Life Cycle: ระบบแสดงผลจากภาคยาน ASD / GSD

Existing Touchpoints



Customer Journey : บริการสอบเทียบมาตรฐานเครื่องมือวัด Existing Touchpoints

Digital Touchpoints /Online

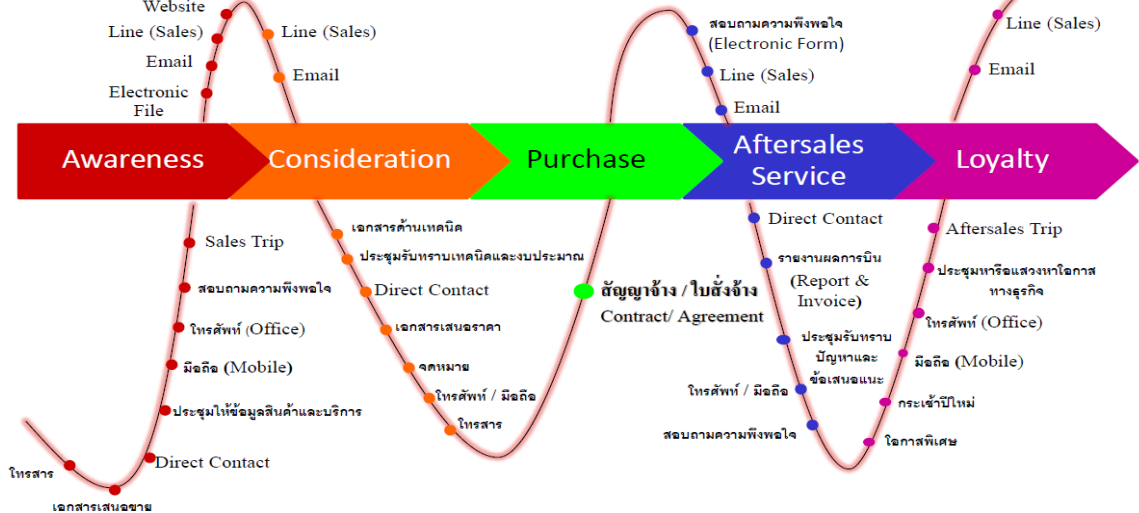


Physical Touchpoints /Offline

Customer Journey : งานบินทดสอบเครื่องอำนวยความสะดวกในสนามบิน (Flight Inspection Services)

Existing Touchpoints

Digital Touchpoints /Online



Physical Touchpoints /Offline

ภาคผนวก F : ตารางแผนปรับปรุงการให้บริการการเดินอากาศ

แผนปรับปรุงการให้บริการ บริการการเดินอากาศ	กรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ	ตัวชี้วัด/ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงาน ภายในที่ รับผิดชอบ
แผนระยะสั้น (ดำเนินโครงการเสร็จสิ้นในปีงบประมาณ ๒๕๖๙)			
- ประเด็นเรื่องความคล่องตัวและต่อเนื่องในการปฏิบัติการบินทุกช่วงการบิน (KPA : Efficiency) - ประเด็นเรื่องความสามารถในการให้บริการจราจรทางอากาศที่ทำให้สามารถวางแผนล่วงหน้าในการปฏิบัติการบินได้ (KPA : Predictability) - ประเด็นเรื่องความประหยัดเชื้อเพลิงอากาศยานในการปฏิบัติการบิน (KPA : Capacity)			
๑. ระบบบริหารความคล่องตัว การจราจรทางอากาศยานขาเข้า (MAESTRO AMAN) สำหรับ สนามบินสุวรรณภูมิและ สนามบินดอนเมือง	อยู่ระหว่างการปรับ กรอบเวลาการ ดำเนินงานของ โครงการ	๑. มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร ความคล่องตัวการจราจรทางอากาศในส่วน ของอากาศยานขาเข้าของท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิและท่าอากาศยานดอนเมือง ๒. สามารถลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ ควบคุมจราจรทางอากาศ ๓. เพิ่มความแม่นยำในการกำหนดลำดับการ เข้ามาลงของอากาศยาน และเวลาเข้าออก IAWP มากขึ้น ๔. ช่วยให้เจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทาง อากาศสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน และปฏิบัติงานด้วยความแม่นยำมากขึ้น	สจ.ศก. สจ.ศก. วต.บว.
- ประเด็นเรื่องความสามารถในการให้บริการจราจรทางอากาศที่ทำให้สามารถวางแผนล่วงหน้าในการปฏิบัติการบินได้ (KPA : Predictability)			
๒. รณรงค์การให้ข้อมูลที่ เป็น ประโยชน์ในการวางแผนการบิน ของอากาศยานเข้ามาลง	แผนระยะสั้น พ.ค. ๖๕ – ส.ค. ๖๖	อากาศยานที่จะเข้ามาลง สามารถวางแผนการบินล่วงหน้า คาดการณ์ลำดับการลง (Sequence Number) และจำนวนระยะทางที่จะต้องทำการบิน (Track miles) ในกรณีที่มีปริมาณการจราจรหนาแน่น และมีความจำเป็นที่จะต้องใช้การ Radar Vector เพื่อจัดลำดับการเข้ามาทำการลง	ศก.

ภาคผนวก G : ตารางแผนปรับปรุงการให้บริการข้อมูลข่าวสารการบิน

แผนปรับปรุงการให้บริการ บริการการเดินอากาศ	กรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ	ตัวชี้วัด/ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงาน ภายในที่ รับผิดชอบ
-ประเด็นเรื่องความน่าเชื่อถือและถูกต้องของบริการข้อมูลข่าวสารการบิน (KPA : Reliability)			
๑.แผนการแก้ปัญหาเรื่อง ความน่าเชื่อถือและถูกต้องของ บริการข้อมูลข่าวสารการบิน ร่วมระหว่างหน่วยงาน บวท. (International NOTAM Office: NOF) กับงานบริการข่าวสาร การบิน กพท. (AIS HQ)	<u>แผนระยะสั้น</u> พ.ย. ๖๔ – มี.ค. ๖๕	๑. งานบริการข่าวสารการบินของ กพท. เกิดความเข้าใจประเด็นจากผล สำรวจความพึงพอใจประจำปีของ บวท. ที่เกี่ยวข้องกับการออกประกาศ ผู้ทำการในอากาศ (NOTAM) ๒.สามารถร่วมวิเคราะห์สภาพปัญหา และแนวทางแก้ไขปัญห การ ให้บริการข่าวสารการบิน (การออก ประกาศผู้ทำการบินในอากาศ : NOTAM) ๓. เกิดการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและ แนวทางการปฏิบัติงานระหว่าง หน่วยงาน	ศอ.บจ.
๒.แผนการเพิ่มประสิทธิภาพ ช่องทางในการติดต่อร่วม ระหว่างหน่วยงาน บวท. (FDMC/ARO) กับ Users (สาย การบิน/ทหาร)	<u>แผนระยะสั้น</u> ม.ค. – พ.ค. ๖๖	๑. ผู้ใช้บริการสายการบิน/ทหารเกิด ความเข้าใจประเด็นจากผลสำรวจ ความพึงพอใจประจำปีของ บวท. ที่ เกี่ยวข้องกับการให้บริการข่าว แผนการบินและข่าวที่เกี่ยวข้อง ๒. เกิดความเข้าใจกับระบบให้บริการ ข่าวแผนการบิน ๓. เกิดแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและแนว ทางการปฏิบัติงานระหว่างหน่วยงาน	ศอ.บจ.

ภาคผนวก H : ตารางแผนปรับปรุงการให้บริการบริการเกี่ยวเนื่อง

แผนปรับปรุงการให้บริการ สำหรับบริการเกี่ยวเนื่อง	กรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ	ตัวชี้วัด/ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ	หน่วยงาน ภายในที่ รับผิดชอบ
-ประเด็นด้านความรวดเร็วในการประสานงานและตอบสนองในการให้บริการ (KPA: Responsiveness) -ประเด็นด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (KPA: Empathy) -ประเด็นด้านความเอาใจใส่ของ บพท. ในการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (KPA: Empathy) -ประเด็นด้านประสิทธิภาพ (KPA: Efficiency)			
๑. การบริการ On Site Service ใน พื้นที่ Airside ดอนเมือง	<u>แผนระยะสั้น</u> ต.ค. ๖๓-ม.ค. ๖๔	สามารถจัดเตรียมความพร้อม ด้านบุคลากร ให้สามารถ ตอบสนองความต้องการและ ประสานงานกับผู้ใช้บริการได้ อย่างรวดเร็ว และสามารถ ปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่ กำหนด	บส.วบ.
-ประเด็นด้านความน่าเชื่อถือ (KPA: Reliability) -ประเด็นด้านความแรงของสัญญาณและการสื่อสารผ่านวิทยุ (KPA: Assurance)			
๒. แผนปรับปรุงสัญญาณระบบวิทยุ สื่อสาร DTRS ภายในอาคาร Passenger Terminal Complex (PTC) ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	<u>แผนระยะสั้น</u> พ.ย. ๖๓ - ก.ค. ๖๔	มีการปรับปรุงระดับความแรง ของสัญญาณระบบวิทยุสื่อสาร DTRS ให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน และครอบคลุมพื้นที่ใช้งานของกลุ่ม สายการบินและที่เกี่ยวข้อง ภายในอาคาร PTC ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๙๕ ของพื้นที่ทั้งหมด	บส.วบ.
-ประเด็นด้านความน่าเชื่อถือ (KPA: Reliability) -ประเด็นด้านความสมบูรณ์และความพร้อมใช้งานของอุปกรณ์ (KPA: Tangible) -ประเด็นด้านประสิทธิภาพ (KPA: Efficiency)			
๓. แผนจัดหาอุปกรณ์ Computer Terminal ทดแทนของเดิม	<u>แผนระยะสั้น</u> ต.ค. ๖๓- ต.ค. ๖๔	มีการจัดหาอุปกรณ์รุ่นใหม่ ทดแทนอุปกรณ์รุ่นเดิมที่หมดค่า เสื่อมราคา ให้สามารถใช้งานได้	บส.วบ.

แผนปรับปรุงการให้บริการ สำหรับบริการเกี่ยวเนื่อง	กรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ	ตัวชี้วัด/ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ	หน่วยงาน ภายในที่ รับผิดชอบ
		อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ	
๔. แผนจัดหาอุปกรณ์ Air to Ground Radio ทดแทนของเดิม	<u>แผนระยะสั้น</u> ก.ย. ๖๓- ต.ค. ๖๔	มีการจัดหาอุปกรณ์รุ่นใหม่ ทดแทนอุปกรณ์รุ่นเดิมที่หมดค่า เสื่อมราคา ให้สามารถใช้งานได้ อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ	บส.วบ.
๕. แผนติดตั้งสถานีวิทยุสื่อสาร Air to Ground สำรอง	<u>แผนระยะสั้น</u> ก.ย. ๖๓- ต.ค. ๖๔	มีการติดตั้งสถานีวิทยุสื่อสาร Air to Ground สำรอง เพื่อรองรับ การให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ	บส.วบ.

ภาคผนวก I : แผนปรับปรุงการให้บริการการเดินอากาศ (แผนระยะยาว)

แผนปรับปรุงการให้บริการ	กรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงาน ภายในที่ รับผิดชอบ
แผนระยะยาว			
ประเด็นประสิทธิภาพเรื่อง Cost Efficiency และ Capacity			
๑. ระบบบริหารความคล่องตัว การจราจรทางอากาศยานพาหนะ เข้า (MAESTRO AMAN) สำหรับสนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินดอนเมือง	อยู่ระหว่างการปรับ กรอบเวลาการ ดำเนินงานของ โครงการ	๑. มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร ความคล่องตัวการจราจรทางอากาศในส่วน ของอากาศยานขาเข้า ทสภ. และ ทดม. ๒. สามารถลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ ควบคุมจราจรทางอากาศ ๓. เพิ่มความแม่นยำในการกำหนดลำดับการ เข้ามาลงของอากาศยาน และเวลาเข้าออก IAWP มากขึ้น ๔. ช่วยให้เจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทาง อากาศสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน และปฏิบัติงานด้วยความแม่นยำมากขึ้น	สจ.ศก. สจ.ศก. วต.บว.
๒. พัฒนาการบริหาร/จัดการ ห้วงอากาศสมัยใหม่ (รหัสโครงการ ๐๐๐-๐๓/๘๙)	ต.ค. ๒๕๖๔ – ก.ย. ๒๕๖๓/	๑) เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหาร/ จัดการห้วงอากาศโดยใช้เทคโนโลยีและ แนวคิดสมัยใหม่ มีความยืดหยุ่น ๒) สามารถบริหารจัดการห้วงอากาศได้ สอดคล้องกับสภาพการจราจร การจัด อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทาง อากาศ ได้อย่างคล่องตัว สนับสนุนการ บริหารจัดการจราจรทางอากาศ การ ให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศ และ การบริหารสภาพคล่องการจราจรทาง อากาศ ให้สอดคล้องมีประสิทธิภาพ	ศท.บจ. สจ.ศจ. อพ.บจ. วต.บว.

ภาคผนวก J : แผนระยะยาวในการสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการการเดินทางอากาศ

๑. ชื่อแผนปฏิบัติการระยะยาว

ชื่อโครงการ:	การพัฒนากระบวนการรับฟังลูกค้าในรูปแบบดิจิทัล เพื่อการจัดการคุณภาพและสร้างความผูกพัน	
ประเภท	X	โครงการ (Project)
โครงการ:		งาน (Strategic Activity)

๒. วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของโครงการ/งาน:	เพื่อเพิ่มช่องทางสื่อสารและรับฟังลูกค้าและผู้ใช้บริการที่สะดวกและตอบสนองพฤติกรรมการใช้ช่องทางของคนในปัจจุบัน
ประเด็นยุทธศาสตร์:	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์:	(SO5) มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม
เป้าหมาย:	ได้รับความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

๓. ที่มาและความจำเป็นของโครงการ/งาน (สภาพปัญหา/ความต้องการ/ความจำเป็นเร่งด่วน/ผลกระทบที่เกิดขึ้น)

ด้วยปัจจุบันพฤติกรรมการใช้สื่อของคนมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุค Social Media ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารได้รวดเร็ว เข้าถึงคนได้จำนวนมาก และสามารถแสดงความคิดเห็นได้ทุกที่ตลอดเวลา โดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่าย บวท. จึงต้องเริ่มปรับตัวสู่ช่องทางใหม่ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมคนในปัจจุบัน และแนวโน้มการปรับลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ในอุตสาหกรรมการบิน

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ		
X	มีระยะเวลาดำเนินการ		
	จำนวน	๕... ปี	ปีงบประมาณ ๒๕๖๔..... ถึงปีงบประมาณ
	๒๕๖๐.....		

๕. งบประมาณ

X	ไม่ใช้งบประมาณ
	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘
งบลงทุน	-	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	-	-	-	-	-	-
รวมทั้งสิ้น	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ - จำนวนเงินใช้หน่วยเป็นล้านบาท (ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง)

๖. ขั้นตอน

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๑	<u>ระยะที่ ๑</u> นำเสนอโครงการ	เม.ย. ๒๕๖๕	มิ.ย. ๒๕๖๕	๕			วส.สส.	
๒	เผยแพร่โครงการ	ก.ค. ๒๕๖๕	ส.ค. ๒๕๖๕	๕			วส.สส.	
๓	<u>ระยะที่ ๒</u> ทดลองใช้ช่องทาง สื่อสารและรับฟังลูกค้า ใหม่	ต.ค. ๒๕๖๕	ก.ย. ๒๕๖๕	๒๐			วส.สส.	
๔	วิเคราะห์ผลการ ดำเนินการ	ก.ย. ๒๕๖๕	มี.ค. ๒๕๖๖	๑๐			วส.สส.	
๕	ทบทวนช่องทางสื่อสาร และรับฟังลูกค้าใหม่	ก.ย. ๒๕๖๖	มี.ค. ๒๕๖๗	๑๐			วส.สส.	

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๖	ระยะที่ ๓ เริ่มใช้งานช่องทาง สื่อสารและรับฟังลูกค้า ใหม่	เม.ย. ๒๕๖๓	ก.ย. ๒๕๖๓	๓๐			วส.สส.	
๗	ปรับปรุงช่องทาง สื่อสารและรับฟังลูกค้า (หากจำเป็น)	ต.ค. ๒๕๖๔	มี.ค. ๒๕๖๔	๑๐			วส.สส.	
๘	พัฒนาไปสู่ Business Intelligence และ Automation	เม.ย. ๒๕๖๔	ก.ย. ๒๕๖๔	๑๐			สท.	
รวม				๑๐๐ %				

๗. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ

ตัวชี้วัด : มีการพัฒนาช่องทางสื่อสารและรับฟังลูกค้าและผู้ใช้บริการได้ตามกรอบเวลา

เป้าหมายของแผนงาน/โครงการ

เป้าหมายระยะที่ ๑ : มีการกำหนดช่องทางและแนวปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าตามเกณฑ์ SE-AM

เป้าหมายระยะที่ ๒ : มีระบบดิจิทัลสารสนเทศเสียงของลูกค้าเพื่อวางแผนและปรับปรุงการให้บริการตามเกณฑ์ SE-AM

เป้าหมายระยะที่ ๓ : ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ และผูกพันต่อบริการขององค์กร และสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้บริการ

๑. แผนปฏิบัติการระยะยาว

ชื่อโครงการ:	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์กับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทย (แผนระยะยาว – Long term)	
ประเภท		โครงการ (Project)
โครงการ:	X	งาน (Strategic Activity)

๒. วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของโครงการ/งาน:	เพื่อเป็นการทำความรู้จักซึ่งกันและกัน และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรของทั้ง ๒ ฝ่าย และเป็นการพัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน
ประเด็นยุทธศาสตร์:	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์:	(SO5) มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการทุกกลุ่ม
เป้าหมาย:	ได้รับความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

๓. ที่มาและความจำเป็นของโครงการ/งาน (สภาพปัญหา/ความต้องการ/ความจำเป็นเร่งด่วน/ผลกระทบที่เกิดขึ้น)

ทุกองค์กรต้องการประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน ดังนั้นการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ จึงมีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาผลการดำเนินงานของ บวท. เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ อีกทั้ง ยังเป็นการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายวิสัยทัศน์อย่างยั่งยืน

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
X	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน ๕.... ปี งบประมาณ ๒๕๖๖..... ถึงปีงบประมาณ ๒๕๗๐.....

๕. งบประมาณ

	ไม่ใช้งบประมาณ
X	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
งบลงทุน	-	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	-	๐.๓๐	๐.๒๐	๐.๒๐	๐.๒๐	๐.๑๐
รวมทั้งสิ้น	-	๐.๓๐	๐.๒๐	๐.๒๐	๐.๒๐	๐.๑๐

หมายเหตุ - จำนวนเงินใช้หน่วยเป็นล้านบาท (ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง)

๖. ขั้นตอน

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๑	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ กับสายการบินพาณิชย์ สัญชาติไทย	มี.ค. ๒๕๖๕	มี.ค. ๒๕๖๕	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	
๒	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ กับสายการบินพาณิชย์ สัญชาติไทย	พ.ค. ๒๕๖๕	พ.ค. ๒๕๖๕	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	
๓	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ กับสายการบินพาณิชย์ สัญชาติไทย	ก.ค. ๒๕๖๕	ก.ค. ๒๕๖๕	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	
๔	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ กับสายการบินพาณิชย์ สัญชาติไทย	พ.ค. ๒๕๖๖	พ.ค. ๒๕๖๖	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๕	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ กับสายการบินพาณิชย์ สัญชาติไทย	ก.ค. ๒๕๖๖	ก.ค. ๒๕๖๖	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	
๖	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ กับสายการบินพาณิชย์ สัญชาติไทย	พ.ค. ๒๕๖๓/	พ.ค. ๒๕๖๓/	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	
๗	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ กับสายการบินพาณิชย์ สัญชาติไทย	ก.ค. ๒๕๖๓/	ก.ค. ๒๕๖๓/	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	
๘	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ กับสายการบินพาณิชย์ สัญชาติไทย	พ.ค. ๒๕๖๔	พ.ค. ๒๕๖๔	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	
๙	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ กับสายการบินพาณิชย์ สัญชาติไทย	ก.ค. ๒๕๖๔	ก.ค. ๒๕๖๔	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	
๑๐	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ กับสายการบินพาณิชย์ สัญชาติไทย	พ.ค. ๒๕๖๙	พ.ค. ๒๕๖๙	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	
รวม				๑๐๐ %		๑.๐๐		

๓. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ

ตัวชี้วัด : เกิดกิจกรรมร่วมกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทย ๒ ครั้ง/ปีงบประมาณ

เป้าหมายของแผนงาน/โครงการ : เพื่อให้บุคลากรของทั้ง ๒ ฝ่าย รู้จักกันมากขึ้น และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรของทั้ง ๒ ฝ่าย และเป็นการพัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

ภาคผนวก K : แผนระยะยาวในการสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการเกี่ยวเนื่อง

๑. แผนปฏิบัติการระยะยาว

ชื่อโครงการ:	การประชุม Aviation Customer Meeting (ACM)	
ประเภท		โครงการ (Project)
โครงการ:	X	งาน (Activity)

๒. วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของโครงการ/งาน:	เพื่อสร้างความตระหนักในตราสินค้าและการบริการจากลูกค้า การรับรู้ถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสารการบิน นำเสนอการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ของการบริการขายสื่อสารข้อมูลการบินพร้อมนำเสนอแผนในการนำระบบ หรือ Application ที่มีให้บริการในอนาคต รับฟังข้อเสนอแนะจากการรับบริการจากลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น สร้างความสัมพันธ์และสร้างโอกาสทางธุรกิจกับลูกค้าต่อไปในอนาคต
ประเด็นยุทธศาสตร์:	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์:	(SO5) มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม
เป้าหมาย:	การรับรู้ถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสารการบิน แนวทางปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและความต้องการของลูกค้า

๓. ที่มาและความจำเป็นของโครงการ/งาน (สภาพปัญหา/ความต้องการ/ความจำเป็นเร่งด่วน/ผลกระทบที่เกิดขึ้น)

จากการที่ บพท. ร่วมกับ Collins Aerospace สหรัฐอเมริกา และหน่วยงาน Aviation Data Communication Corporation (ADCC) สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ร่วมให้บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน (Airline Operational Communications : AOC) ในภูมิภาคเอเชีย ภายใต้ชื่อ GLOBALink/Asia ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๑ โดยการจัดงานประชุม Aviation Customer Meeting (ACM) ขึ้นทุก ๒ ปี ที่ผ่านมามีการจัดประชุมฯ มาแล้ว ๑๓ ครั้ง โดยหมุนเวียนกันเป็นเจ้าภาพหลักและสถานที่ในการจัดประชุมตามแต่ละตกลงร่วมกัน (การเป็นเจ้าภาพหลัก หมายถึง การเป็นผู้สรรหาสถานที่จัดประชุมและเป็นผู้ดำเนินการหลักในการจัดงานประชุมฯ โดยทั้ง ๓ หน่วยงานจะร่วมกันจัดงานและร่วมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเท่าๆ กัน)

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
x	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน ๒ ปี / ครั้ง งบประมาณ ๒๕๖๙ , ๒๕๗๑ และ ๒๕๗๓

๕. งบประมาณ

	ไม่ใช้งบประมาณ
X	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๗๑	๒๕๗๒	๒๕๗๓
งบลงทุน	-	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	-	๒.๘๐	-	๒.๘๐	-	๒.๘๐
รวมทั้งสิ้น	-	๒.๘๐	-	๒.๘๐	-	๒.๘๐

หมายเหตุ จำนวนเงินใช้หน่วยเป็นล้านบาท (ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง)

๖. ขั้นตอน

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๑	ประชุมหารือร่วมกัน ๓ หน่วยงาน อาทิ บวท. Collins Aerospace ประเทศสิงคโปร์ และ ADCC สาธารณรัฐ ประชาชนจีน เพื่อ กำหนดหัวข้อรูปแบบ ผู้เข้าร่วมประชุม สถานที่ เอกสารและ อุปกรณ์ค่าใช้จ่าย กิจกรรมสันทนาการ จัดเลี้ยง การขนส่ง และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	เม.ย. ๒๕๖๘	ก.ค. ๒๕๖๘	๑๕	-	-	รป.รท.	-
๒	ตกลงแผนงานร่วมกัน และนำเสนอผู้บริหาร แต่ละฝ่ายพิจารณาให้ ความเห็นชอบ	ส.ค. ๒๕๖๘	ส.ค. ๒๕๖๘	๑๐	-	-	รป.รท.	๑
๓	ดำเนินการขออนุมัติ ค่าใช้จ่ายการจัด ประชุมและค่าใช้จ่าย เดินทางไปร่วมประชุม	ก.ย. ๒๕๖๘	ก.ย. ๒๕๖๘	๑๐	-	-	รป.รท.	๒

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๔	ดำเนินงานในส่วนที่ รับผิดชอบให้เป็นไปตาม แผนงาน ได้แก่ เตรียม งานประชุมและกิจกรรม ร่วมเชิญผู้ร่วมประชุม และผู้บรรยาย กำหนด งานผู้รับผิดชอบแต่ละ ส่วนงาน แผนการ รับรองผู้ร่วมประชุม ฯลฯ	ก.ย. ๒๕๖๘	พ.ย. ๒๕๖๘	๑๕	-	-	รป.รท.	๓
๕	สรุปงาน และเตรียม ความพร้อม	พ.ย. ๒๕๖๘	พ.ย. ๒๕๖๘	๑๐	-	-	รป.รท.	๔
๖	ดำเนินการจัดงาน ประชุมและเดินทางไป ร่วมประชุม	พ.ย. ๒๕๖๘	พ.ย. ๒๕๖๘	๒๐	-	๑.๘๐	รป.รท.	๕
๗	จัดทำข้อสรุปรายงาน ผลการประชุม	ธ.ค. ๒๕๖๘	ธ.ค. ๒๕๖๘	๑๐	-	-	รป.รท.	๖
๘	จัดทำสรุปค่าใช้จ่าย การจัดประชุมและ ค่าใช้จ่ายเดินทาง เพื่อ การเบิกจ่าย	ม.ค. ๒๕๖๙	ม.ค. ๒๕๖๙	๑๐	-	-	รป.รท.	๗
รวม				๑๐๐ %		๑.๘๐		

หมายเหตุ กิจกรรมและกำหนดระยะเวลาดำเนินการดังกล่าวสำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๙ และมี
กำหนดดำเนินการ (ประชุม ๒ ปี/ครั้ง) ซึ่งการดำเนินการประชุมครั้งต่อไปในปีงบประมาณ ๒๕๗๑
และ ๒๕๗๓

๓. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ

ตัวชี้วัด ความตระหนักในตราสินค้าและการบริการ รวมทั้งการรับรู้ถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสารการบิน และการได้แนวทางปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและความต้องการของลูกค้า

เป้าหมายของแผนงาน/โครงการ การรับรู้ถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสารการบิน แนวทางปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและความต้องการของลูกค้า

๑. ชื่อแผนปฏิบัติการระยะยาว

ชื่อโครงการ:	การเดินทางไปเยี่ยมเยียนผู้ใช้บริการ และสำรวจความพึงพอใจ / ไม่พึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (งานบริการเกี่ยวเนื่อง)	
ประเภท		โครงการ (Project)
โครงการ:	X	งาน (Activity)

๒. วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของโครงการ/กิจกรรม :	- เพื่อทำความรู้จัก พบปะ เยี่ยมเยียน สร้างความสนิทสนมคุ้นเคยกับผู้ใช้บริการ และเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงานทางธุรกิจ - เพื่อรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ และนำข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/การให้บริการของ บวท. (งานบริการเกี่ยวเนื่อง) มาปรับปรุงพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด
ประเด็นยุทธศาสตร์:	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์:	(SO5) มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม
เป้าหมาย:	- รู้จักผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และสามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการเพื่อการบริหารความสัมพันธ์ได้ในโอกาสอื่น - สามารถปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด รวมทั้งสามารถสร้างรายได้เพิ่มกับผู้ใช้บริการกลุ่มเดิม และขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังกลุ่มใหม่ได้

๓. ที่มาและความจำเป็นของโครงการ/งาน (สภาพปัญหา/ความต้องการ/ความจำเป็นเร่งด่วน/ผลกระทบที่เกิดขึ้น)

ตามที่ พทก. ได้ดำเนินงานทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งการให้บริการเช่าและซ่อมบำรุงอุปกรณ์สื่อสารกับผู้ใช้บริการสายการบิน / กลุ่มธุรกิจการบินภายในท่าอากาศยาน และกลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียม รวมทั้งให้บริการงานผลิตรับทำ กับผู้ใช้บริการหน่วยงานกองทัพ รัฐบาล เอกชน และหน่วยงานอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อบริหารความสัมพันธ์ รับทราบข้อมูล และรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการโดยตรงเกี่ยวกับการใช้งานผลิตภัณฑ์/บริการ และสามารถนำ

ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นต่างๆ มาทบทวน ปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการให้ตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดกับผู้ใช้บริการ พทก. จึงได้ดำเนินกิจกรรมพบปะ เยี่ยมเยียนผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความสนิทสนมคุ้นเคย และดำเนินการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ / บริการของ บวท. (งานบริการเกี่ยวเนื่อง) อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

x	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน ๕ ปี งบประมาณ ๒๕๖๙ ถึงปีงบประมาณ ๒๕๗๓

๕. งบประมาณ

	ไม่ใช้งบประมาณ
X	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๗๑	๒๕๗๒	๒๕๗๓
งบลงทุน	-	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	-	๐.๐๓	๐.๐๓	๐.๐๓	๐.๐๓	๐.๐๓
รวมทั้งสิ้น	-	๐.๐๓	๐.๐๓	๐.๐๓	๐.๐๓	๐.๐๓

หมายเหตุ จำนวนเงินใช้หน่วยเป็นล้านบาท (ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง)

๖. ขั้นตอน

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๑	วางแผนกำหนด แนวทางและประชุม ร่วมกันกับหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องใน พชก. และ วส.สส. เพื่อ กำหนดกลุ่ม เป้าหมายในการ พบปะเยี่ยมเยียน และการสำรวจ ความพึงพอใจ/ ไม่พึงพอใจ ประจำปี งบประมาณ	ธ.ค. ๒๕๖๘	ม.ค. ๒๕๖๙	๑๕	-	-	วส.สส. บส.วบ. สนง.พญพ. สธ.ธก.	-
	- งานให้บริการเช่า อุปกรณ์สื่อสารกับ ผู้ให้บริการกลุ่มสาย การบิน และกลุ่ม ธุรกิจพลังงาน ปิโตรเลียม (รับผิดชอบโดย วส. สส. และที่ปรึกษา โครงการสำรวจ ความพึงพอใจของ บวท. ซึ่ง บส.วบ. และ สธ.ธก. ได้ร่วม ดำเนินการและลง พื้นที่สำรวจด้วย)							

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
	- งานผลิตรับทำ ให้กับผู้ใช้บริการ ภายในประเทศ และต่างประเทศ (รับผิดชอบโดย สนง.พ.ญ.พ. และ สธ.ชก.)							
๒	จัดทำแผนงานและ แบบสำรวจความพึง พอใจและไม่พึงพอใจ ผู้ใช้บริการ งานผลิต รับทำ โดยประสาน งานกับผู้เกี่ยวข้อง และนำเสนอ ผู้บริหารพิจารณา อนุมัติ	ก.พ. ๒๕๖๙	เม.ย. ๒๕๖๙	๑๕	-	-	สนง.พ.ญ.พ. สธ.ชก.	๑
๓	ประสานกับ วส.สส. เพื่อจัดส่งแบบ สำรวจ งานผลิตรับ ทำ ให้กับอาจารย์ที่ ปรึกษาพิจารณาให้ คำแนะนำก่อน ดำเนินการจัดส่ง ให้กับผู้ใช้บริการ	เม.ย. ๒๕๖๙	พ.ค. ๒๕๖๙	๑๐	-	-	สธ.ชก.	๒

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๔	จัดส่งแบบสำรวจฯ งานผลิตรับทำ ให้กับ ผู้ให้บริการ โดย ประสานกับ เจ้าหน้าที่ ธน.ชก. และ ธป.ชก. เกี่ยวกับแนวทาง ในการจัดส่ง หรือ เดินทางร่วมกัน	มิ.ย. ๒๕๖๙	ก.ค. ๒๕๖๙	๑๐	-	๐.๐๑๐	สธ.ชก. ธน.ชก. ธป.ชก.	๓
๕	ลงพื้นที่สำรวจฯ ผู้ใช้งานบริการ เช่าอุปกรณ์สื่อสาร (สายการบิน และ กลุ่มพลังงาน) พร้อม กับ วส.สส. และ อาจารย์ที่ปรึกษา	มิ.ย. ๒๕๖๙	ก.ค. ๒๕๖๙	๑๐	-	๐.๐๒๘	บส.วบ. สธ.ชก.	๔
๖	รวบรวมแบบสำรวจ/ วิเคราะห์ / สรุปผล สำรวจความพึง พอใจและไม่พึงพอใจ ผู้ให้บริการงานผลิต รับทำ นำเสนอ ผู้บริหารใน พชก.	ส.ค. ๒๕๖๙	ก.ย. ๒๕๖๙	๑๐	-	-	สธ.ชก. สนง.พญพ.	๕

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๓/	จัดทำรายงานผล การเดินทางไป สำรวจความพึง พอใจ / ไม่พึงพอใจ ผู้ใช้บริการเข้า อุปกรณ์สื่อสาร (เดินทางร่วมกับ วส.สส. และอาจารย์ ที่ปรึกษาฯ) นำเสนอ ผู้บริหาร โดยหารือ รวมกันกับ บส.วบ.	ส.ค. ๒๕๖๙	ก.ย. ๒๕๖๙	๒๐	-	-	สธ.ธก.	๖
๔	จัดส่งรายงานผล สำรวจความพึง พอใจ/ไม่พึงพอใจ ให้กับผู้เกี่ยวข้องใน พธก. รับทราบ เพื่อ การจัดทำแผน ปรับปรุงการ ให้บริการ พร้อม ติดตาม	ก.ย. ๒๕๖๙	ก.ย. ๒๕๖๙	๑๐	-	-	สนง.พญพ. สธ.ธก.	-
รวม				๑๐๐%		๐.๐๓๘		

หมายเหตุ กิจกรรมและกำหนดระยะเวลาดำเนินการดังกล่าวสำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๙

๓. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม

ตัวชี้วัด ความพึงพอใจไม่น้อยกว่า ๓.๔๕

เป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม สามารถปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ / บริการ ให้ได้รับผล
การสำรวจความพึงพอใจสูงขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

๑. ชื่อแผนปฏิบัติการระยะยาว

ชื่อโครงการ:	การจัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ อาทิ การจัดประชุม การจัดทำ ผู้ใช้บริการเยี่ยมชมภารกิจของบวท. การจัดกีฬาโบว์ลิ่ง และฟุตบอล ฯลฯ (แผนงาน ประจำ)	
ประเภท		โครงการ (Project)
โครงการ:	X	งาน (Activity)

๒. วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของ โครงการ/กิจกรรม :	- เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ สร้างความสนิทสนมคุ้นเคย ขอบคุณ ผู้ใช้บริการ และเพิ่มความคล่องตัวในการติดต่อประสานงานระหว่าง หน่วยงาน - เพื่อรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ และนำข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์/การให้บริการของ บวท. (งานบริการเกี่ยวเนื่อง) มาปรับปรุง พัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้เกิดความพึงพอใจ สูงสุด
ประเด็นยุทธศาสตร์:	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง
วัตถุประสงค์ เชิงยุทธศาสตร์:	(SO5) มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับต่อ การเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้าง ความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม
เป้าหมาย:	รู้จักผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และสามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการเพื่อการบริหาร ความสัมพันธ์ และดำเนินงานทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

๓. ที่มาและความจำเป็นของโครงการ/งาน (สภาพปัญหา/ความต้องการ/ความจำเป็นเร่งด่วน/
ผลกระทบที่เกิดขึ้น)

ตามที่ พทก. ได้ดำเนินงานทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งการให้บริการเช่าและซ่อมบำรุงอุปกรณ์
สื่อสารกับผู้ใช้บริการสายการบิน/กลุ่มธุรกิจการบินภายในท่าอากาศยาน และกลุ่มธุรกิจพลังงาน
ปิโตรเลียม รวมทั้งให้บริการงานผลิตรับทำกับผู้ใช้บริการหน่วยงานกองทัพอากาศ กองทัพเรือ ราชการ
เอกชน และหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมาโดยตลอด ดังนั้น เพื่อสร้างโอกาสทาง
ธุรกิจ และบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง พทก. จึงได้จัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์
กับผู้ใช้บริการเป็นประจำทุกปี เพื่อขอบคุณผู้ใช้บริการที่ให้การสนับสนุน บวท. ด้วยดีเสมอมา และทำ
ความรู้จัก สร้างความสนิทสนมคุ้นเคย เพิ่มความคล่องตัวในการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงาน

ซึ่งจะทำให้เข้าถึง และรับรู้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับแผนงานโครงการฯ ของผู้ใช้บริการได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
อันจะเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินงานทางธุรกิจต่อไปในอนาคต

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

x	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน ๕ ปี งบประมาณ ๒๕๖๙ ถึงปีงบประมาณ ๒๕๗๓

๕. งบประมาณ

	ไม่ใช้งบประมาณ
X	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๗๑	๒๕๗๒	๒๕๗๓
งบลงทุน	-	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	-	0.๖๑	0.๖๑	0.๖๑	0.๖๑	0.๖๑
รวมทั้งสิ้น	-	0.๖๑	0.๖๑	0.๖๑	0.๖๑	0.๖๑

หมายเหตุ จำนวนเงินใช้หน่วยเป็นล้านบาท (ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง)

๖. ขั้นตอน

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๑	ประชุมหารือกับกองใน สังกัด พธก. ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนงาน กำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัน/เวลา รูปแบบ รายละเอียดเกี่ยวกับการ จัดกิจกรรมเชื่อม ความสัมพันธ์ประจำปี	ต.ค. ๒๕๖๘	ธ.ค. ๒๕๖๘	๑๕	-	-	สธ.ธก.	-
๒	จัดทำต้นเรื่องที่ สธ.ธก. รับผิดชอบ เพื่อขอ ความเห็นชอบ ดำเนินการพร้อม งบประมาณ นำเสนอ ผู้บริหารพิจารณา อนุมัติ	ม.ค. ๒๕๖๙	ม.ค. ๒๕๖๙	๑๕	-	-	สธ.ธก.	๑
๓	ประสานงานกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้ง ภายในภายนอก เพื่อ ดำเนินงานจัดกิจกรรม ตามแผนงานที่กำหนด	ก.พ. ๒๕๖๙	มี.ค. ๒๕๖๙	๒๐	-	-	สธ.ธก. บส.วบ. ธน.ธก.	๑
๔	จัดเตรียมข้อมูล อุปกรณ์ สถานที่เพื่อ การดำเนินกิจกรรม ต่าง ๆ ในแต่ละกลุ่ม ผู้ใช้บริการ ตาม แผนงานที่กำหนด	เม.ย. ๒๕๖๙	ก.ค. ๒๕๖๙	๑๕	-	-	สธ.ธก. บส.วบ. ธน.ธก.	๑

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๕	ดำเนินการจัดกิจกรรม เชื่อมความสัมพันธ์กับ ผู้ให้บริการตามแผนงาน ที่กำหนด	ส.ค. ๒๕๖๙	ส.ค. ๒๕๖๙	๒๐	–	0.610	สธ.ธก. บส.วบ. ธน.ธก.	๑
๖	จัดทำรายงานสรุปผล การดำเนินกิจกรรม เชื่อมความสัมพันธ์กับ ผู้ให้บริการนำเสนอ ผู้บริหารรับทราบ	ก.ย. ๒๕๖๙	ก.ย. ๒๕๖๙	๑๕	–	–	สธ.ธก.	๕
รวม				๑๐๐ %		0.610		

หมายเหตุ กิจกรรมและกำหนดระยะเวลาดำเนินการดังกล่าวสำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๙ โดยขึ้นอยู่กับแผนงานที่จะดำเนินการในแต่ละปีงบประมาณ

๓. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม

ตัวชี้วัด ความพึงพอใจไม่น้อยกว่า ๓.๕๐

เป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม ในแต่ละปีจะมีกิจกรรมที่สำคัญ ที่ต้องดำเนินการเป็นประจำทุกปี เพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างโอกาสทางธุรกิจ สร้างความสนิทสนมคุ้นเคย ขอบคุณผู้ให้บริการ และเพิ่มความคล่องตัวในการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงาน และรับฟังเสียงของผู้ให้บริการ นำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/การให้บริการของ บวท. มาปรับปรุงพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ให้บริการ ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่

๑. กิจกรรมกีฬาโบว์ลิ่งเชื่อมความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการสายการบิน / กลุ่มธุรกิจการบินภายในท่าอากาศยานฯ (ระดับผู้บริหารระดับกลาง และผู้ปฏิบัติงาน)
๒. กิจกรรมประชุมและกีฬาฟุตบอลเชื่อมความสัมพันธ์ กับผู้ให้บริการกลุ่มธุรกิจพลังงาน
ปิโตรเลียม คือ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (ปตท.) และ บริษัท พีทีที ดิจิตอล จำกัด (PTT Digital) (ระดับผู้บริหารระดับกลางและผู้ปฏิบัติงานที่มีอำนาจในการนำเสนอโครงการ)

๓. การจัดอบรมการใช้งานระบบอุปกรณ์วิทยุสื่อสารให้กับผู้ใช้บริการสายการบิน ณ ท่าอากาศยาน ภูมิภาค
๔. การประชุมร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) เรื่องข้อกำหนดและกฎระเบียบใหม่ด้านความถี่วิทยุ สื่อสาร
๕. การนำผู้ใช้บริการงานผลิตรับทำเย็บชมกิจการของบวท. ชมสถานที่ติดตั้งระบบอุปกรณ์ TMCS VCCS และ AMHS
๖. กิจกรรมงานอื่น ๆ (หากมี)

๑. ชื่อแผนปฏิบัติการระยะยาว

ชื่อโครงการ:	กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านธุรกิจ	
ประเภท		โครงการ (Project)
โครงการ:	X	งาน (Activity)

๒. วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของโครงการ/กิจกรรม :	- เพื่อประชาสัมพันธ์ แนะนำผลิตภัณฑ์/ระบบอุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ๆ ให้กับผู้ใช้บริการได้รับทราบ - เพื่อรักษาลูกค้าเดิม และขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังกลุ่มใหม่ - เพื่อให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ / การให้บริการของ บวท. อย่างต่อเนื่อง - เพื่อเป็นช่องทางในการรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการโดยตรง ซึ่งจะเป็นการดำเนินงานให้สอดคล้องตามแนวทางการประเมินรัฐวิสาหกิจ
ประเด็นยุทธศาสตร์:	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์:	(SO5) มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม
เป้าหมาย:	สามารถรักษาลูกค้าเดิมให้กลับมาซื้อซ้ำ และขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังกลุ่มใหม่ได้

ที่มาและความจำเป็นของโครงการ/งาน (สภาพปัญหา/ความต้องการ/ความจำเป็นเร่งด่วน/ผลกระทบที่เกิดขึ้น)

ตามที่ พทก. ได้ดำเนินงานทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งการให้บริการเช่าและซ่อมบำรุงอุปกรณ์สื่อสารกับผู้ใช้บริการสายการบิน/กลุ่มธุรกิจการบินภายในท่าอากาศยานฯ และกลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียม รวมทั้งให้บริการงานผลิตรับทำ กับผู้ใช้บริการหน่วยงานกองทัพ รัฐบาล เอกชน และหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมาโดยตลอด ดังนั้น เพื่อดำเนินการตลาดเชิงรุก สร้างโอกาสทางธุรกิจให้ผู้ใช้บริการได้เห็นถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ เทคโนโลยีของ บวท. เพื่อตอบสนองความต้องการ และสนับสนุนการดำเนินงานของผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง พทก. จึงได้มีแผนที่จะจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และจัดบูธนิทรรศการ แนะนำผลิตภัณฑ์/ระบบอุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ๆ ให้กับผู้ใช้บริการได้รับทราบ ซึ่งจะเป็นช่องทางในการรับฟังเสียงของลูกค้า อันจะเป็นประโยชน์ในการ

นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ ให้ตรงตามความต้องการซึ่งจะทำให้สามารถรักษาลูกค้าเดิมให้กลับมาซื้อซ้ำ และสามารถขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังกลุ่มใหม่ได้

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
x	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน ๒ ปี งบประมาณ ๒๕๗๐ , และ ๒๕๗๒

๕. งบประมาณ

	ไม่ใช้งบประมาณ
X	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๗๑	๒๕๗๒	๒๕๗๓
งบลงทุน	-	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	-	-	0.1๖	-	๐.๑๖	-
รวมทั้งสิ้น	-	-	0.1๖	-	๐.๑๖	-

หมายเหตุ จำนวนเงินใช้หน่วยเป็นล้านบาท (ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง)

๖. ขั้นตอน

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๑	ประชุมหารือกับกอง ในสังกัด พธก. ผู้เกี่ยวข้องเพื่อ วางแผนงาน คัดเลือก ผลิตภัณฑ์/บริการ เทคโนโลยีที่จะนำไป เผยแพร่กำหนด กลุ่มเป้าหมาย รูปแบบ วัน/เวลา รายละเอียดเกี่ยวกับ การจัดกิจกรรม	ม.ค. ๒๕๖๔	ก.พ ๒๕๖๔	๑๕	-	-	สช.ธก.	-
๒	จัดทำแผนงาน ต้นเรื่องขอความ เห็นชอบดำเนินการ พร้อมงบประมาณ นำเสนอผู้บริหาร พิจารณาอนุมัติ	มี.ค ๒๕๖๔	พ.ค ๒๕๖๔	๑๕	-	-	สช.ธก.	๑
๓	ประสานงานกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในภายนอก เพื่อการดำเนินงานจัด กิจกรรมตามแผนงาน ที่ได้รับอนุมัติ	มิ.ย ๒๕๖๔	มิ.ย ๒๕๖๔	๒๐	-	-	สช.ธก. กองในสังกัด พธก.	๒

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๔	จัดเตรียมเอกสาร ข้อมูล อุปกรณ์ สถานที่เพื่อการ ดำเนินกิจกรรมตาม แผนงาน	ก.ค ๒๕๖๔	ส.ค ๒๕๖๔	๒๐	-	-	สธ.ธก.	๓
๕	ดำเนินการจัด กิจกรรมเชื่อม ความสัมพันธ์กับ ผู้ใช้บริการตาม แผนงาน	ส.ค ๒๕๖๔	ส.ค ๒๕๖๔	๒๐		๐.๑๖	สธ.ธก. / กอง ผู้เกี่ยวข้อง ในสังกัด พธก.	๔
๖	จัดทำรายงานสรุปผล การดำเนินกิจกรรม นำเสนอผู้บริหาร รับทราบ	ก.ย ๒๕๖๔	ก.ย ๒๕๖๔	๑๐	-	-	สธ.ธก.	๕
รวม				๑๐๐ %		๐.๑๖		

หมายเหตุ กิจกรรมและกำหนดระยะเวลาดำเนินการดังกล่าวสำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๔

๗. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม

ตัวชี้วัด ได้รับข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ

เป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม ในแต่ละปีจะมีกิจกรรมที่สำคัญ ที่ต้องดำเนินการเพื่อ
รักษารฐานลูกค้าเดิมให้กลับมาซื้อซ้ำ และขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังกลุ่มใหม่ได้ รวมถึงผู้ให้บริการ
มีความเชื่อมั่นในการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการของ บวท. เพิ่มขึ้น และมองเห็นว่า บวท. ได้นำผลที่ได้รับจาก
การสำรวจความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจประจำปี มาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการอย่างต่อเนื่อง
ได้แก่

๑. การจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และบริการ การแนะนำระบบ อุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน ปีเว้นปี
๒. การจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และบริการ การแนะนำระบบ อุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพลังงานปิโตรเลียม และอื่น ๆ ปีเว้นปี
๓. การจัดบูธนิทรรศการประชาสัมพันธ์ แนะนำผลิตภัณฑ์/บริการ ให้กับผู้เข้าร่วมประชุม Airspace Users – ANSP Meeting ประจำปี (ในกรณีที่มีผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ๆ)

๑. ชื่อแผนปฏิบัติการระยะยาว

ชื่อโครงการ:	งานขยายโอกาสธุรกิจตามแผนงานขยายจากผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ที่ พทก. พัฒนาขึ้นเอง หรือร่วมพัฒนากับคู่ความร่วมมือ	
ประเภท		โครงการ (Project)
โครงการ:	X	งาน (Activity)

๒. วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของโครงการ/กิจกรรม :	เพื่อเพิ่มรายได้ของ บพท. จากการดำเนินงานของ พทก. ให้เติบโต
ประเด็นยุทธศาสตร์:	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์:	SO6: มีการบริหารจัดการทางการเงิน และต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพและสมดุล เพื่อความยั่งยืนขององค์กร และมีอัตราค่าบริการที่เป็นธรรม โปร่งใส และแข่งขันได้
เป้าหมาย:	เสริมสร้างการเติบโตสู่การมีรายได้เป็นร้อยละ ๖ ของรายได้ บพท.

ที่มาและความจำเป็นของโครงการ/งาน (สภาพปัญหา/ความต้องการ/ความจำเป็นเร่งด่วน/ผลกระทบที่เกิดขึ้น)

ตามความคาดหวังขององค์กรต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องต้องเติบโตเป็นร้อยละ ๑๐ ของรายได้บริษัทฯ ในปี ๒๕๓๐ และเติบโตขึ้น จึงจำเป็นต้องเร่งดำเนินการด้านการตลาดเชิงรุก ขยายโอกาสธุรกิจ และการพัฒนาธุรกิจใหม่ ที่แสวงหารายได้ที่เติบโตอย่างยั่งยืน

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
X	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน ๑ ปี งบประมาณ ๒๕๖๙

๕. งบประมาณ

	ไม่ใช้งบประมาณ
X	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๗๑	๒๕๗๒	๒๕๗๓
งบลงทุน	-	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	-	๑.๔๖	-	-	-	-
รวมทั้งสิ้น	-	๑.๔๖	-	-	-	-

หมายเหตุ จำนวนเงินใช้หน่วยเป็นล้านบาท (ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง)

๖. ขั้นตอน

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ล้านบาท		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๑	การดำเนินงาน ด้านการพัฒนา ธุรกิจในประเทศ	ตุลาคม ๒๕๖๘	กันยายน ๒๕๖๙	๓๐	-	๐.๐๓/	สนง.พญพ.	
๒	การจัดนิทรรศการ ในประเทศ	ตุลาคม ๒๕๖๘	กันยายน ๒๕๖๙	๑๕		๐.๑๖	สนง.พญพ.	
๓	การดำเนินงาน ด้านการพัฒนา ธุรกิจต่างประเทศ	ตุลาคม ๒๕๖๘	กันยายน ๒๕๖๙	๓๐	-	๐.๕๖	สนง.พญพ.	
๔	การจัดนิทรรศการ ต่างประเทศ	ตุลาคม ๒๕๖๘	กันยายน ๒๕๖๙	๑๕		๐.๓/๓/	สนง.พญพ.	
๕	วิเคราะห์ผลการ ดำเนินงานเพื่อ นำไปวางแผน การตลาดในปี ต่อไป	สิงหาคม ๒๕๖๙	กันยายน ๒๕๖๙	๑๐	-	-	สนง.พญพ.	
รวม				๑๐๐ %	๐.๐๐	๑.๕๖		

หมายเหตุ กิจกรรมและกำหนดระยะเวลาดำเนินการดังกล่าวสำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๙

๓. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม

ตัวชี้วัด จำนวนโครงการที่มีมูลค่าโครงการสูงกว่า ๑ ล้านบาท

เป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม รายได้เพิ่มเติมนอกเหนือจากรายได้หลักของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เนื่องจากการดำเนินงานด้วยผลิตภัณฑ์/บริการตาม business pipeline ในปัจจุบันของ พธก. จะสามารถสร้างรายได้สุทธิได้ตามตัวชี้วัดในระดับหนึ่ง แต่เมื่อพิจารณาถึงสภาวะการณ์ของ บวท. ที่ผ่านมา ยังจำเป็นที่จะต้องหาแหล่งรายได้ใหม่ เพื่อป้องกันความเสี่ยงต่อสถานการณ์ที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการบินในอนาคต ดังนั้น พธก. จึงได้พิจารณาแนวทางการสร้างรายได้เพิ่มขึ้น เพื่อป้องกันความเสี่ยงและลดภาระด้านการเงินของ บวท. โดยพิจารณาสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก บวท. รวมถึงโอกาสและทิศทางของเทคโนโลยีและลูกค้า
