



แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ
ของ บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด

พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๗๑

(AEROTHAI Customer Relationship Management Strategic Plan)

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

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)	๑
สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ปี ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	๔
บทที่ ๑ บทนำ	๑๐
๑.๑ ความเป็นมา	๑๐
๑.๒ วิสัยทัศน์	๑๑
๑.๓ วัตถุประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๑๑
๑.๔ เป้าหมายในการดำเนินการ	๑๑
๑.๕ ตัวชี้วัดของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๑๒
๑.๖ การจำแนกกลุ่มลูกค้าและผู้ให้บริการ	๑๒
๑.๖.๑ การจำแนกลูกค้าในปัจจุบัน	๑๔
- Customer Segment Profile ของกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	๒๐
- สรุปผลการจำแนกกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน และกลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	๓๑
๑.๖.๒ การวิเคราะห์ลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	๓๔
๑.๖.๓ การวิเคราะห์คู่แข่ง/คู่เทียบ	๔๑
๑.๖.๔ การจัดทำระบบฐานข้อมูลของลูกค้า	๔๓
๑.๖.๕ การสื่อสารข้อมูลด้านลูกค้าให้กับบุคลากรภายในองค์กร	๔๕
บทที่ ๒ การทบทวนสภาพแวดล้อมด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๔๖
๒.๑ ภาพรวมของอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย	๔๙
๒.๒ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (PESTEL)	๕๒
๒.๓ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (McKinsey 7S Framework)	๖๕
๒.๔ การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT)	๗/๓
๒.๕ การวิเคราะห์ SWOT/TOWS Matrix	๘๓
๒.๖ ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์	๘๔
๒.๗/ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์	๘๖
๒.๘ การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน	๘๗

สารบัญ

	เรื่อง	หน้า
บทที่ ๓	ยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๙๐
๓.๑	ความเชื่อมโยงและสอดคล้องระหว่างวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กับวัตถุประสงค์และพันธกิจของแผนวิสาหกิจ ปี ๒๕๖๓ - ๒๕๓/๑	๙๐
๓.๒	ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๙๓
๓.๓	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	๙๓
๓.๔	กลยุทธ์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๙๓
๓.๕	เป้าหมายระยะยาว	๙๖
๓.๖	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	๙๓/
บทที่ ๔	แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๙๙
๔.๑	กรอบแนวคิดในการจัดทำแผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ	๙๙
๔.๒	กลยุทธ์ในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการ	๑๐๑
๔.๓	ทิศทางของแผนระยะสั้น และแผนระยะยาว	๑๐๒
๔.๔	แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการระยะสั้น (ประจำปี ๒๕๖๓)	๑๐๓
	๔.๔.๑ แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ให้บริการ	๑๐๓
	(๑) การสื่อสารและรับฟังเสียงของผู้ให้บริการ	๑๐๓
	๑.๑ การรับฟังลูกค้า	๑๐๔
	๑.๒ การพัฒนาช่องทางดิจิทัล	๑๑๑
	(๒) การส่งมอบไปยังหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง	๑๑๒
	๔.๔.๒ แผนระยะสั้นในการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ	๑๑๓
	(๑) การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน	๑๑๓
	(๒) การบริหารจัดการแผนปรับปรุงการให้บริการ	๑๑๔
	(๓) การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ	๑๒๓

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
๔.๔.๓ แผนระยะสั้นในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ	๑๓๐
(๑) การสนับสนุนลูกค้า	๑๓๑
- การวิเคราะห์ Customer Journey	๑๓๔
(๒) การสร้างความผูกพัน	๑๔๐
- แผนดำเนินงานสำหรับกลุ่มลูกค้าในอนาคต	๑๔๑
(๓) การจัดการเรื่องร้องเรียน	๑๔๔
๔.๔.๔ ตารางสรุปประเด็นสำคัญในการปรับปรุงการให้บริการ และแผนปฏิบัติการแผนระยะสั้นที่จะดำเนินการในปี ๒๕๖๓	๑๔๘
๔.๕ แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการระยะยาว	๑๕๖
๔.๕.๑ แผนระยะยาวในการสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ	๑๕๖
๔.๕.๒ แผนระยะยาวในการจัดทำแผนพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ	๑๕๙
๔.๕.๓ แผนระยะยาวในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ	๑๖๐

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (Customer Relationship Management : CRM) อยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง โดยมีกรอบการดำเนินงานที่สำคัญ (Key Performance Area:KPA) KPA11 Corporate Performance มีผลการประเมินผลองค์กรในระดับดีเยี่ยม โดยมีวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (SO 5) มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กร และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ด้วยการมีระบบการกำกับดูแลที่ดีที่มีการจัดการในระดับดีเยี่ยมและมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล และเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมบนพื้นฐานของการจัดการความรู้ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม โดยมีตัวชี้วัดผลการดำเนินการ (Key Performance Indicators) KPI 5.2 การดำเนินการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์ (Strategy) ที่ S5.2 สร้างและยกระดับความสัมพันธ์/การบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียลูกค้าและผู้ใช้บริการ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยมีแผนงานที่สนับสนุนคือ แผนงาน ๕.๒.๑ แผนงานการจัดการและยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองของผู้ใช้บริการได้ตามความต้องการ และเหนือกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง และเพิ่มความผูกพันให้กับลูกค้า

ประกอบกับ หลักเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM) ปีบัญชี ๒๕๖๖ ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง ได้บรรจุเรื่องการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management: SCM) ไว้ในด้านที่ ๔ Module 2 การบริหารจัดการลูกค้า จึงทำให้การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ มีความสำคัญยิ่งต่อการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์และจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนดำเนินการที่ชัดเจน เพื่อให้การบริหารจัดการด้านลูกค้าขององค์กรเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน โดยการใช้เทคโนโลยีและใช้บุคลากรอย่างมีหลักการและก่อให้เกิดการบูรณาการ รวมถึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า และได้รับความร่วมมืออันดีจากลูกค้าในการปฏิบัติงานร่วมกัน และก่อให้เกิดเป็นความผูกพันในที่สุด

รวมถึงการพิจารณาจากประกาศสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย เรื่อง การกำหนดประเภทนิติบุคคล อายุใบรับรอง และหน้าที่อื่นของผู้ได้รับใบรับรองบริการการบินอากาศ พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๖(๗): “ให้บริการอย่างเป็นธรรม เปิดเผย โปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติ และเผยแพร่เงื่อนไข

การให้บริการ และการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากผู้รับบริการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นรายหน่วยงานหรือหลายหน่วยงานรวมกันอย่างเป็นประจำและสม่ำเสมอ” ซึ่งเงื่อนไขในการต่ออายุใบรับรองการให้บริการของ บวท. เป็นส่วนหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีกระบวนการบริหารจัดการลูกค้าอย่างเป็นระบบ

จากบริการของ บวท. ในปัจจุบันสามารถแบ่งส่วนตลาดได้เป็น ๒ ส่วนหลัก ได้แก่

๑. บริการการเดินทางอากาศ ประกอบด้วย

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

๑.๒ บริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินทางอากาศ 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 ๒๕๖๗ – ๒๕๗๑) ให้สอดคล้องกับการแบ่งส่วนตลาดตามผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

(๑) **กลุ่มผู้ใช้บริการการเดินทางอากาศ** โดยแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๔ กลุ่มตามพื้นฐานความต้องการและมีกระบวนการในการดำเนินงานคล้ายคลึงกัน (Behavioral Base Segmentation) เพื่อให้ บวท. สามารถจัดทำแผนบริหารผลลัพธ์และบริหารความสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มได้อย่างครบถ้วน และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดด้านพฤติกรรมความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มได้อย่างละเอียดมากขึ้น โดยแบ่งเป็น (๑) กลุ่มการขนส่งทางอากาศเชิงพาณิชย์ เช่น สายการบิน (๒) อากาศยานที่ทำการบินทั่วไป (๓) โรงเรียนการบิน (๔) อากาศยานปฏิบัติงานในพื้นที่ และ (๕) อากาศยานภาครัฐ

ทั้งนี้ กลุ่มสายการบิน เป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ให้กับบริการการเดินทางอากาศมากที่สุด จึงเป็นกลุ่มที่มีการจัดทำแผนบริหารความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

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

ทั้งนี้ บริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร เช่น Trunked Radio, Air to Ground Radio, AFTN Terminal เป็นบริการที่ทำรายได้มากที่สุดในส่วนของบริการเกี่ยวเนื่องและลูกค้าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ คือ สายการบิน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกับที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ มียุทธศาสตร์ที่สำคัญคือ **“ยกระดับความพึงพอใจผู้ใช้บริการพร้อมกับการจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง”** มีการทบทวนสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโดยการวิเคราะห์ PESTEL Analysis, McKinsey 7s Framework, SWOT Analysis การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ และการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภายนอก เพื่อนำมาประกอบกับการประมวลผลข้อมูลจากการเข้าพบผู้บริหารในฝ่ายปฏิบัติการ และฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และการประมวลผลผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงกิจกรรมที่ทำร่วมกับผู้ใช้บริการในปี ๒๕๖๖ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำแผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการ

ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของ Corporate Performance ตามยุทธศาสตร์ของ บพข. จึงจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การยกระดับความพึงพอใจในเชิงรุก เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนกิจกรรมและการดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนด โดยกำหนดแนวกลยุทธ์ (Strategic Theme) ๒ แนวหลัก เพื่อใช้เป็นกรอบในการพัฒนากลยุทธ์และแผนงานเพื่อการยกระดับความพึงพอใจต่อไป ประกอบด้วย ๑) Efficiency Strategic Theme การพัฒนากระบวนการ ขั้นตอน วิธีปฏิบัติ และเครื่องมือในการรับฟัง ๒) Engaging Strategic Theme การสร้างการยอมรับและการเพิ่มความสัมพันธ์ร่วมกัน จนนำไปสู่การกำหนดแผนการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ใช้บริการทั้งระยะสั้น (ประจำปี ๒๕๖๗) และระยะยาว (๒๕๖๗ - ๒๕๗๑) 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 ใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการผู้ใช้บริการต่อไป นอกจากนี้ ยังมี การนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาใช้ในการรับฟังสารสนเทศเสียงของลูกค้า ข้อร้องเรียน ต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน

๒) แผนการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ บพท. ได้ดำเนินการประเมินผลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความผูกพันของลูกค้าและผู้ให้บริการ โดยจะนำผลจากการประเมิน ดังกล่าวมาวิเคราะห์ และจัดทำเป็นแผนพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ ซึ่งจะถูกรวบรวมไว้ในแผนวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ รวมถึงนำข้อมูลไปเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและผู้ให้บริการ

๓) แผนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ เพื่อเป็นการสนับสนุนลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน รวมทั้งยังเป็นการสร้างความผูกพันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการ เช่น การจัดกีฬาเชื่อมสัมพันธ์ Business Dinner Talk เป็นต้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจะช่วยยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการให้เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงการจัดการข้อร้องเรียนผ่านศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน โดยใช้ช่องทางต่าง ๆ ที่ บพท. ได้จัดทำขึ้น

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ (Achievements)

ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐

ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
<p>๓. การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง</p>	<p>ยุทธศาสตร์ระยะสั้น : “ยกระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พร้อมจัดการกับความไม่พึงพอใจ และข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง”</p> <p>กลยุทธ์ : สร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอกประเทศกับผู้ใช้บริการ เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินโครงการที่สำคัญของ บพท.</p> <p>แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ประจำปี ๒๕๖๖ ประกอบด้วย ๓ แผนหลัก คือ</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>๑) แผนการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ</p> </div> <p>๑.๑ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน</p> <p>ในปี ๒๕๖๖ บพท. อยู่ระหว่างดำเนินการตามกระบวนการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ (ลูกค้า) ภายใต้ชื่อแผน “งานพัฒนามาตรฐานการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญต่อการดำเนินงานที่สำคัญของบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี” โดยใช้กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดจากกระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดมาใช้เป็นกลุ่มเป้าหมายในการประเมินความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ โดยได้กำหนดขอบเขตการสำรวจด้านการให้บริการการเดินทางอากาศ ตามภารกิจ ๖ ด้าน (อ้างอิงจากข้อกำหนดของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย ฉบับที่ ๒๕ ว่าด้วยการขอและออกใบรับรองบริการการเดินทางอากาศ) โดยคำถามจะอยู่บนพื้นฐาน 11 KPA ของ ICAO โดยคัดเลือกมา ๕ ตัว ได้แก่ Safety, Cost Effectiveness, Capacity, Efficiency, Predictability และการประเมินด้าน Service Quality Dimensions ๓ ตัว ได้แก่ Emphathy, Reliability, Assurance (รวมถึงประเด็นอื่นๆที่เกี่ยวข้อง) บริการข่าวสารการบิน และบริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร ซึ่งประเด็นในการสำรวจ จะเกี่ยวข้องกับบริการ ดังนี้</p> <p>๑) บริการการจัดการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Management : ATM) ซึ่งมีบริการย่อยประกอบด้วย บริการ</p>

ประเด็น ยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐
	<p>จราจรทางอากาศ (Air Traffic Services: ATS), บริการจัดการท่วงอากาศ (Airspace Management: ASM) บริการจัดการความคล่องตัวของจราจรทางอากาศ (Air Traffic Flow Management: ATFM)</p> <p>๒) บริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน (Communication, Navigation, Surveillance: CNS)</p> <p>๓) บริการข่าวสารการบิน (Aeronautical Information Services: AIS)</p> <p>๔) บริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design: IFPD)</p> <p>๕) มาตรฐานความปลอดภัยในการให้บริการ (Safety & Security)</p> <p>๖) บริการระบบวิทยุสื่อสาร ประกอบด้วย Trunked Radio, Air to Ground Radio และ AFTN Terminal</p> <p><u>กลุ่มเป้าหมายในการประเมินผลฯ ได้แก่</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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) <p><u>เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจฯ ได้แก่</u></p> <p>๑. การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการของ บพท. โดยใช้แบบสอบถามมาตรฐาน (Standard Questionnaire) เพื่อประเมินความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ โดยคำถามประกอบด้วย คำถามแบบมีข้อคำตอบให้เลือกและคำถามปลายเปิด</p> <p>๒. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview)/การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และทัศนคติที่มีต่อ บพท. และความภักดี</p> <p><u>ขอบเขตของการประเมินผลฯ ครอบคลุมภารกิจทั้ง ๓ ด้านของ บพท. ได้แก่</u></p> <p>๑) ด้านการให้บริการการเดินอากาศ (ANS) มีการเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวัง-ความพึงพอใจตามประเด็นคุณภาพหลัก ๔ ประเด็น ดังนี้ การตอบสนองความต้องการ ความปลอดภัย ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือ การรองรับระบบท่วงอากาศ ความคาดการณ์ได้ ความเป็นที่วางใจ ความเข้าใจและใส่ใจ</p> <p>๒) บริการข้อมูลข่าวสารการบิน (AIS) มีการวัดระดับคะแนนความพึงพอใจ ของ ๒ บริการหลัก คือ NOTAM, Flight Plan และข่าว ATS Message อื่นๆ โดยมีการเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวัง-ความพึงพอใจ ในประเด็นความน่าเชื่อถือและถูกต้องของบริการ ความรวดเร็วของบริการ ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ ประสิทธิภาพของช่องทางในการรับบริการข้อมูล และประสิทธิภาพของช่องทางในการติดต่อประสานงาน</p> <p>๓) บริการเช่าอุปกรณ์ มีการวัดระดับคะแนนความพึงพอใจ ของ ๓ บริการหลัก คือ Trunked Radio, AFTN Terminal และ Air to Ground Radio โดยมีการเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวัง-ความพึงพอใจในประเด็นด้านความเชื่อถือได้ ด้านความมั่นใจ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเข้าใจ และด้านความตอบสนอง</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐
	<p>ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจ Customer Engagement และแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ปี ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐</p> <p>KPT5.3 ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่น้อยกว่า ๔.๐๒</p> <p>KPI5.4 ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ไม่เกิน ๒๓%</p> <p>KPI5.5 สัดส่วนข้อร้องเรียนที่จัดการได้ตามผู้ให้บริการ ๑๐๐% และด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ต่ำกว่า ๓๐%</p> <p>ทั้งนี้ คาดว่าจะได้ผลการสำรวจความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจความต้องการ และความคาดหวังของผู้ให้บริการ ประจำปี ๒๕๖๖ ในระหว่างเดือน สิงหาคม – กันยายน ๒๕๖๖ โดยคาดการณ์ระดับคะแนนที่ได้สูงกว่าค่าตัวชี้วัดที่ตั้งไว้ โดยประมาณการจากผลระดับคะแนนของปี ๒๕๖๕ ซึ่งมีระดับคะแนนความพึงพอใจของผู้ให้บริการ ๔.๑๔ ระดับความไม่พึงพอใจ อยู่ที่ ๒๐.๓% และสัดส่วนของข้อร้องเรียนที่จัดการได้ ๑๐๐%</p> <p>๑.๒ การบริหารแผนปรับปรุงการให้บริการ</p> <p>แผนปรับปรุงการให้บริการเกิดจากการนำประเด็นที่มีนัยสำคัญจากผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ในปีที่ผ่านมา ส่งมอบให้หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องจัดทำเป็นแผนพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ หรือพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ ใน ๓ บริการหลักที่ทำการสำรวจฯ ได้แก่ บริการการเดินทางอากาศ (ANS) บริการข้อมูลข่าวสารการบิน (AIS) และบริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร โดยในปี ๒๕๖๖ มีโครงการที่ได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว จำนวน ๘ โครงการ และอยู่ระหว่างดำเนินการ ๗ โครงการ ดังนี้</p> <p>โครงการที่ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว ได้แก่</p> <p>บริการข้อมูลข่าวสารการเดินทางอากาศ (AIS)</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. การพัฒนาช่องทาง / Application ในการส่งแผนการบิน เพื่อตอบสนองการทำงานแบบ Work from anywhere (KPA : Capacity) ๒. แผนการจัดประชุม Flight Data Management Centre (FDMC)/ATS Reporting Office (ARO) ร่วมกับผู้ให้บริการ เพื่อถ่ายทอดความรู้การทำงานจากระบบ FDMS ผ่าน ZOOM Application ประเด็นเรื่องความน่าเชื่อถือและถูกต้องของบริการข้อมูลข่าวสารการบิน (KPA : Reliability) <p>โครงการที่อยู่ระหว่างดำเนินการ ได้แก่</p> <p>บริการการเดินทางอากาศ (ANS)</p> <ol style="list-style-type: none"> ๓. แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการจราจรทางอากาศผ่านระบบ IDEP (Intelligent Departure Enhancement Program) ภายใต้แนวคิด A-CDM ณ ท่าอากาศยานภูเก็ต ประเด็นเรื่องประสิทธิภาพในภาพรวมของการจัดการกับปัญหา Delay (KPA : Efficiency) ๔. โครงการพัฒนาการให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศขาออกแบบ Simultaneous Independent Parallel Departure ณ สนามบินสุวรรณภูมิ ประเด็นเรื่องประสิทธิภาพในภาพรวมของการจัดการกับปัญหา Delay (KPA : Efficiency) ๕. แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทางวิ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองและสุวรรณภูมิ ประเด็นเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลข่าวสารการบิน (KPA : Capacity)

ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐
	<p>๖. แผนงานบริหารจัดการโครงสร้างพื้นที่ควบคุมจราจรทางอากาศและเส้นทางบิน ประเด็นความสามารถ ในการรองรับของระบบห้วงอากาศ (KPA : Capacity)</p> <p>บริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร (แผนระยะยาว เริ่มดำเนินการปี ๒๕๖๗ เป็นต้นไป)</p> <p>๓๗. จัดหาและติดตั้งอุปกรณ์ขยายสัญญาณวิทยุสื่อสารระบบ Digital Trunked สำหรับอาคารส่วนต่อขยายท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ระยะที่ ๒ รองรับการใช้บริการแก่สายการบินและผู้ประกอบการอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน ประเด็นด้านความรวดเร็วในการประสานงานและตอบสนองในการให้บริการ (KPA: Responsiveness) เริ่มดำเนินการปี ๒๕๖๗</p> <p>๓๘. จัดหาอุปกรณ์สถานีฐานอุปกรณ์ขยายสัญญาณวิทยุสื่อสาร Trunked Radio อุปกรณ์ Infrastructure สำหรับวิทยุสื่อสารระบบ VHF Air to Ground เพื่อรองรับการใช้บริการที่สนามบินอุตะเถา ประเด็นด้านความเชื่อถือได้ (KPA : Reliability)) เริ่มดำเนินการปี ๒๕๖๘</p> <p>๓๙. จัดหาอุปกรณ์ระบบวิทยุสื่อสาร MCPTT, Trunked Radio, Conventional Radio, Air to Ground Radio และอุปกรณ์ระบบสื่อสารข้อมูล AFTN เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ สำหรับให้บริการเช่าใช้งานกับสายการบินและผู้ประกอบการอื่นที่เกี่ยวข้องภายใต้ขอบเขตการอนุญาตของ กสทช. ทั่วประเทศ ประเด็นด้านสิ่งสัมผัสได้ (KPA : Tangible) เริ่มดำเนินการปี ๒๕๖๙</p> <p>ทั้งนี้ บวท. ได้พัฒนาระบบติดตามแผนปรับปรุงเพื่อจัดเก็บข้อมูลแผนปรับปรุงของแต่ละสายงาน และให้มีการรายงานความคืบหน้าของการดำเนินการเป็นรายเดือน โดยได้แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ แผนวิสาหกิจที่เป็นแผนปรับปรุง และแผนปรับปรุงที่ไม่ใช่แผนวิสาหกิจ และมีการรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานให้กับที่ประชุมระดับสูง (EMM) รับทราบในเดือนเมษายน และเดือนตุลาคมของทุกปี</p> <p>๑.๓ การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ</p> <p>บริการการเดินทางอากาศ ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการจำนวน ๑ รายการ คือ</p> <p>๑. โครงการพัฒนาระบบรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจราจรทางอากาศ เพื่อรองรับการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับบริเวณสนามบิน</p> <p>บริการเกี่ยวเนื่อง โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ จำนวน ๒ โครงการ คือ</p> <p>๑. โครงการให้บริการระบบ Intelligent Telematics System & Fleet Management ให้กับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ปีงบประมาณ ๒๕๖๕-๒๕๖๖</p> <p>การทำงานของระบบจัดการอุปกรณ์บริการภาคพื้น Telematics & Fleet Management System เป็น Application ที่ช่วยสนับสนุนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานสำหรับผู้ให้บริการภาคพื้น Ground Handling ในการแสดงผลข้อมูล จัดเก็บ และติดตาม ซึ่งจะสื่อสารข้อมูลผ่านระบบวิทยุ DTRS หรือ ระบบ Cellular (LTE, 5G) โดยระบบจะช่วยให้การติดตามยานพาหนะ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ทำให้รับทราบตำแหน่ง ความเร็วของยานพาหนะ ผู้ขับขี่ พฤติกรรมการขับขี่ เส้นทาง การขับขี่ รวมทั้งแจ้งเตือนไปยังห้องควบคุม Control Room ถึงการขับเข้า-ออกนอกพื้นที่ที่กำหนด/พื้นที่ควบคุมซึ่งจะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานในการวางแผน และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านยานพาหนะ ผู้ขับขี่ และการใช้งานอุปกรณ์</p>

ประเด็น ยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐
	<p>๒. JTrack (Job Tracking Application) เป็น Application พัฒนาขึ้นเพื่อติดตามสถานะงานระหว่างผู้ปฏิบัติงานภาคพื้นและศูนย์ปฏิบัติการบิน โดยรับส่งข้อมูลการปฏิบัติงานผ่าน Data Service ของวิทยุสื่อสารระบบ DTRS เพื่อบริหารจัดการทรัพยากรสำหรับการให้บริการภาคพื้นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</p>
	<p>๒. แผนการสื่อสารและรับฟังเสียงของผู้ให้บริการ</p>
	<p>๒.๑ แผนการสื่อสารและรับฟังเสียงของผู้ให้บริการ ประกอบด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้</p> <p><u>บริการการเดินอากาศ</u></p> <p>๑) การประชุม Airspace Users-ANSP Meeting จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง ประมาณเดือนสิงหาคม – กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>๒) การประชุม Safety & Operations Forum จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง ประมาณเดือน กรกฎาคม ๒๕๖๖</p> <p>๓) การประชุมความร่วมมือกับโรงเรียนการบิน และอากาศยานที่บินแบบ VFR จัดเป็นประจำทุกปี ประมาณเดือน พฤษภาคม ๒๕๖๖</p> <p>๔) การประชุมเชิงปฏิบัติการกลุ่มย่อยกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทย จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง</p> <p>ทั้งนี้ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดเตรียมข้อมูล และรายละเอียดในการจัดการประชุมต่างๆ</p>
	<p><u>บริการเกี่ยวเนื่อง</u></p>
	<p>๑) การประชุม 3 Way Meeting ระหว่างหน่วยงาน AEROTHAI, บริษัท Collins Aerospace และ ADCC ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว</p> <p>๒) การประชุม Aviation Customer Meeting (ACM) จัดเป็นประจำทุก ๒ ปี</p> <p>๓) การสัมมนาเชิงลึกกลุ่มผู้ใช้บริการวิทยุสื่อสาร Digital Trunked Radio, Air to Ground Radio และ AFTN ในโครงการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ทั้งหมด ๔ หน่วยงาน คือ สายการบินไทย (ทสภ.) สายการบินไทยแอร์เอเชีย (ทตม.), บจก. ไฟล์ เซอร์วิส (BFS) (ทสภ.) และ บจก. พีทีทีโกลบอล เคมีคอล นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จ.ระยอง</p>
	<p>๒.๒ แผนการพัฒนาช่องทางดิจิทัล</p>
	<p>การพัฒนาช่องทางการรับฟังลูกค้าโดย วส.สส. ได้จัดทำโครงการพัฒนาระบบการรับฟังลูกค้าในรูปแบบดิจิทัล เพื่อการจัดการคุณภาพและสร้างความผูกพัน เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าและผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตอบสนองได้ทันที่ และองค์กรมีแนวทางปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน โดยคาดว่าโครงการจะแล้วเสร็จภายในเดือนกันยายน ๒๕๖๖</p>
	<p>๓. แผนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ</p>
	<p><u>บริการการเดินอากาศ</u> ประกอบด้วยกิจกรรม ดังต่อไปนี้</p>
	<p>๑) การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทยที่ให้บริการ เต็มรูปแบบ (Full Service Airline Workshop) จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐
	<p>๒) การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทยต้นทุนต่ำ (Low Cost Carrier Airline Workshop) จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง</p> <p>๓) Business Talk with Airline Executives จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง</p> <p>๔) Dinner Talk with Airline Operators Committee (AOC Dinner) จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง</p> <p>๕) กีฬาเชื่อมสัมพันธ์ จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง</p> <p><u>บริการเกี่ยวเนื่อง</u></p> <p>๑) กิจกรรมอวยพรและยินดีในโอกาสสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ การเลื่อนตำแหน่ง วันครบรอบหน่วยงาน</p> <p>๒) กิจกรรมพบปะเยี่ยมเยียนผู้ใช้บริการ</p> <p>๓) กิจกรรมกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น โบว์ลิ่ง ฟุตบอล เป็นต้น</p> <p>๔) กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น บูธนิทรรศการ</p> <p>ทั้งนี้ อยู่ระหว่างการดำเนินกิจกรรมตามแผน</p>
	<p>ยุทธศาสตร์ระยะยาว : “เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล”</p> <p>กลยุทธ์ : ยกระดับการพัฒนาด้านการบินให้เป็นที่ไปตามความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ</p> <p>แผนงาน/โครงการ : การพัฒนาระบบการรับฟังลูกค้าในรูปแบบดิจิทัลเพื่อการจัดการคุณภาพและสร้างความผูกพัน</p> <p>ผลการดำเนินการในปี ๒๕๖๖ บพท. ได้มีการพัฒนาช่องทางดิจิทัลเพื่อสนับสนุนลูกค้า โดยได้ดำเนินการต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี ๒๕๖๔</p> <p>๑) <u>การพัฒนาระบบจัดการเรื่องร้องเรียน</u> โดยดำเนินการพัฒนาระบบได้แล้วเสร็จในปี ๒๕๖๔ เพื่อใช้บันทึกการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนในระบบฯ พร้อมแนบไฟล์เอกสาร เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดเก็บและสืบค้นเอกสาร รวมทั้งการรายงานและติดตามสถานะการดำเนินงาน ซึ่งเป็นการตอบเกณฑ์ในส่วนของการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการจัดการ ติดตาม รายงานสถานะ และสรุปผลการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสม</p> <p>๒) <u>สายงานพัฒนาธุรกิจ (พทก.) มุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจด้วยการตลาดในรูปแบบดิจิทัล (Digital Marketing)</u> ส่งเสริมการเผยแพร่ข้อมูลเนื้อหา (Content) ให้เข้าถึง และเข้าใจได้ง่าย มีการพัฒนา Application สำหรับการใช้งานวิทยุสื่อสาร การพัฒนาเว็บไซต์ของ พทก. นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของ พทก. พัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัล เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ และการดำเนินการของหน่วยธุรกิจ ใน Facebook Airspace-ANSP (Thailand) เป็นต้น</p> <p>๓) <u>การพัฒนาระบบการรับฟังลูกค้าในรูปแบบดิจิทัลเพื่อการจัดการคุณภาพและสร้างความผูกพัน</u> การทดลองนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในขั้นตอนรวบรวมสารสนเทศเสียงลูกค้า เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าและผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตอบสนองได้ทันท่วงที และองค์กรมีแนวทางปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน</p>

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

การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (Customer Engagement) เป็นส่วนหนึ่งภายใต้กรอบการดำเนินงานที่สำคัญ (Key Performance Area : KPA) ด้าน Corporate Performance ของ บวท. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง จึงจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการขององค์กร เพื่อให้การดำเนินงานด้านลูกค้าและผู้ใช้บริการเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกันทั่วทั้งองค์กร โดยการใช้เทคโนโลยีและการใช้บุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดการบูรณาการ รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า และได้รับความร่วมมืออันดีจากลูกค้าในการปฏิบัติงานร่วมกัน และรักษาคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จนเกิดเป็นความผูกพันในที่สุด

ประกอบกับ หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ (ฉบับปรับปรุง ปี ๒๕๖๖) 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 อายุใบรับรอง และหน้าที่อื่นของผู้ได้รับใบรับรองบริการการเดินอากาศ พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๖(๗): “ให้บริการอย่างเป็นธรรม เปิดเผย โปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติ และเผยแพร่เงื่อนไขการให้บริการ และการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจาก

ผู้รับบริการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นรายหน่วยงานหรือหลายหน่วยงานรวมกันอย่างเป็นประจำ และสม่ำเสมอ” ซึ่งเป็นเงื่อนไขในการต่ออายุใบรับรองการให้บริการของ บวท. และเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญ และความจำเป็นในการจัดให้มีกระบวนการบริหารจัดการลูกค้าอย่างเป็นระบบ

๑.๒ วิสัยทัศน์ขององค์กร (Vision)

“ เป็นองค์กรที่ให้บริการการเดินทางอากาศด้วยคุณภาพสูงอย่างยั่งยืน ”

“A Sustainable Quality Excellent Air Navigation Service Provider”

๑.๓ วัตถุประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

จากวัตถุประสงค์ในประเด็นยุทธศาสตร์ SO5 มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กร และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ด้วยการมีระบบการกำกับดูแลที่ดีที่มีการจัดการในระดับดีเยี่ยมและมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล และเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมบนพื้นฐานของการจัดการความรู้ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ให้บริการทุกกลุ่มสามารถถ่ายโยงมาเป็นวัตถุประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ได้ดังนี้

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

๑.๔ เป้าหมายในการดำเนินการ

จากเป้าหมายวิสัยทัศน์ที่ ๓ “การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง” (High Performance Organization : HPO) “เป็นองค์กรสมรรถนะสูง ที่ได้รับการยอมรับ/ยกย่องจากประชาคมการบิน ทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และระดับสากล มีการเติบโตที่ยั่งยืนด้วยคุณภาพการบริหารจัดการทั่วทั้งองค์กร บริหารการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบการกำกับดูแลที่ดี พัฒนานวัตกรรมบนพื้นฐานเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งบริหารจัดการทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและสมดุล และมุ่งเน้นการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับความสามารถการดำเนินการสู่ระดับสากล สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการ และบริหารจัดการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อบรรลุ

เป้าหมายองค์กรอย่างยั่งยืน” ได้ถูกนำมาใช้ในการกำหนดเป้าหมายในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ที่นอกจากจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์และใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการแล้ว ยังรวมถึงการวางนโยบาย กำหนดทิศทาง และกระบวนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ และประสิทธิผลของการบริหารจัดการประเด็นของผู้ให้บริการ การบริหารจัดการความเสี่ยง และภาพลักษณ์องค์กร ตลอดจนความโปร่งใส การมีส่วนร่วมกับผู้ให้บริการ โดยมีเป้าหมายในการดำเนินการ ดังนี้

- ๑) ยกระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพร้อมจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องภายในระยะเวลา ๕ ปี
- ๒) มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจนเกิดความผูกพัน
- ๓) สามารถดูแลและใส่ใจลูกค้าตลอดระยะเวลาการให้บริการ
- ๔) สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที
- ๕) สามารถรักษาคุณภาพและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๑.๕ ตัวชี้วัดของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

- ๑) ลูกค้าและผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจเพิ่มสูงขึ้น และระดับความไม่พึงพอใจลดน้อยลง
- ๒) ลูกค้าและผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการต่างๆ ในส่วนของการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการขององค์กร

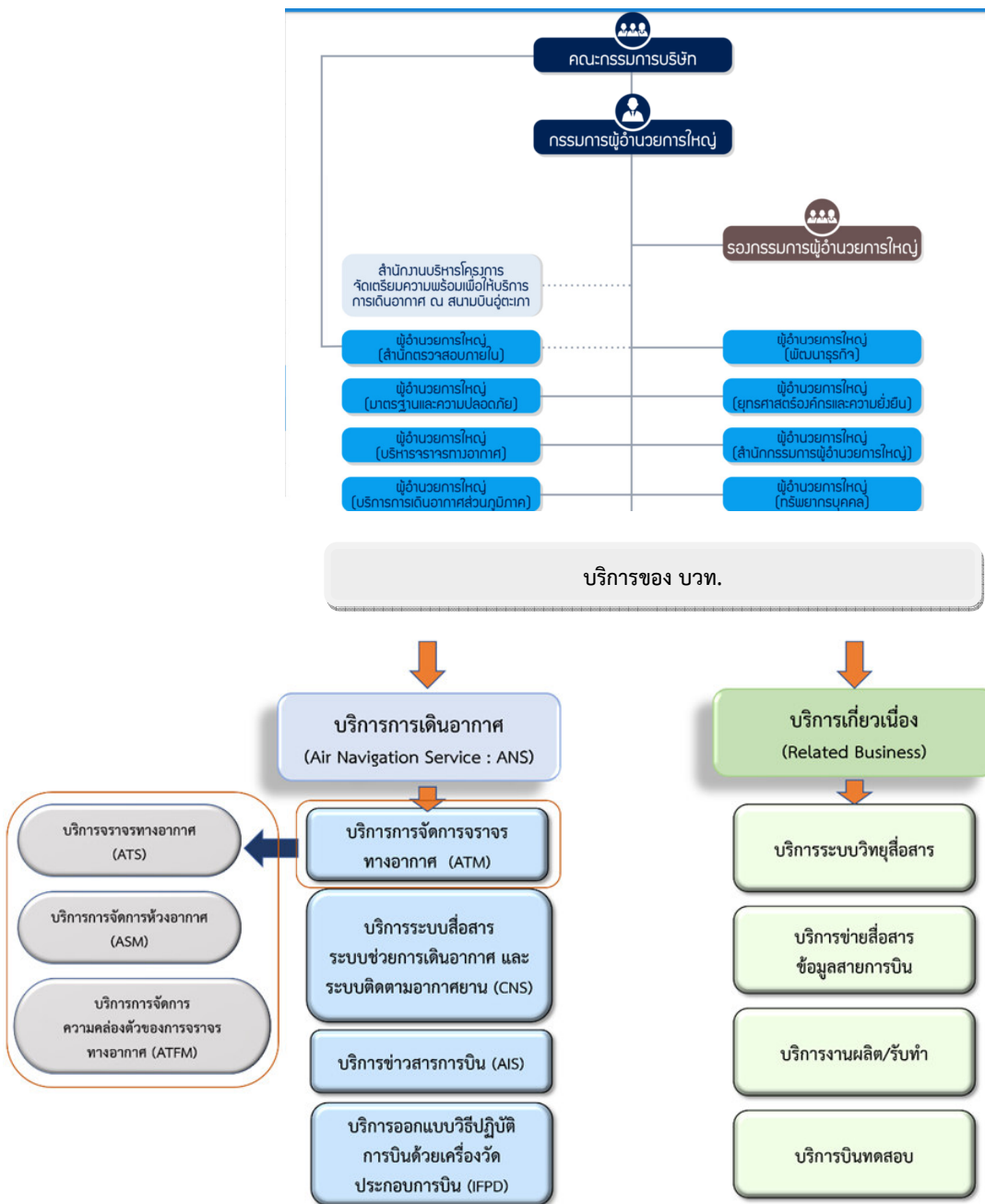
๑.๖ การจำแนกกลุ่มลูกค้าและผู้ให้บริการ

บพท. มีการทบทวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและผู้ให้บริการเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านต่างๆ มาวิเคราะห์เพื่อแบ่งกลุ่มลูกค้า อาทิ การแบ่งกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดจากผลิตภัณฑ์และบริการของ บพท. สัดส่วนรายได้ในปีที่ผ่านมา สถิติปริมาณเที่ยวบิน ลักษณะการใช้บริการ ตัวแปรด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Base Segmentation) โดยมีวัตถุประสงค์ในการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด ดังนี้

๑. เพื่อช่วยให้บริษัทฯ สามารถตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่มทั้งกลุ่มลูกค้าปัจจุบันและอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๒. เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การวางแผนธุรกิจและแผนการดำเนินงานด้านการตลาด การบริหารความสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย
๓. เพื่อช่วยให้มุ่งเน้นทำการตลาดให้ได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย
๔. สามารถเข้าใจกลุ่มลูกค้าในแต่ละกลุ่ม สามารถกำหนดแผนส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นยอดขายในการเข้าถึงลูกค้าได้เป็นอย่างดี
๕. สามารถเข้าถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่มีความสนใจผลิตภัณฑ์และบริการ

(๑) โครงสร้างองค์กรของ บพท. ในปัจจุบัน สามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดตามผลิตภัณฑ์และบริการ ได้ดังนี้

ภาพที่ ๑ โครงสร้างองค์กรด้านลูกค้าตามความรับผิดชอบของหน่วยงานของ บพท.



จากบริการของ บพท. ในปัจจุบันสามารถแบ่งส่วนตลาดได้เป็น ๒ ส่วนหลัก ได้แก่

๑. บริการการเดินอากาศ ประกอบด้วย

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

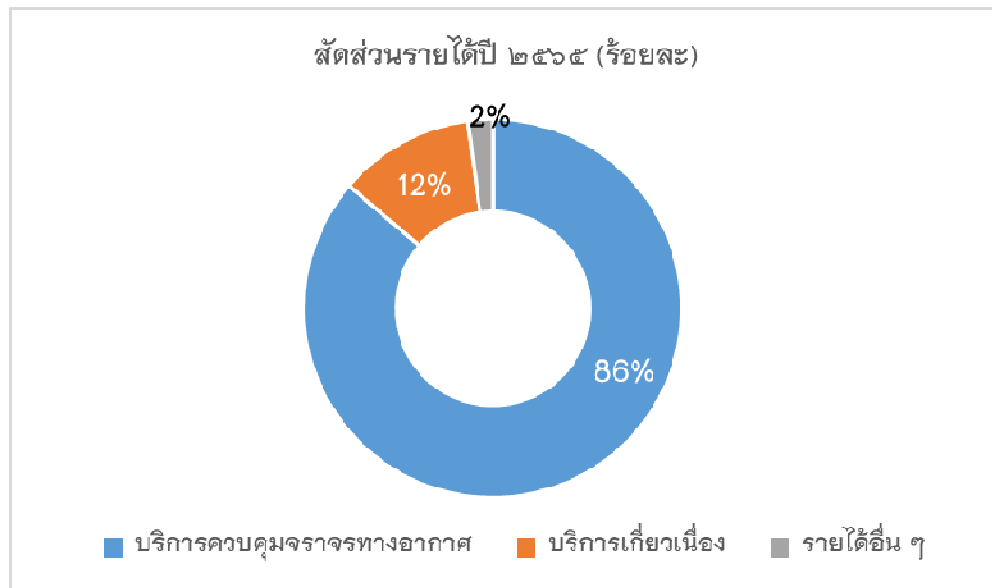
๒.๒ บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน

๒.๓ บริการงานผลิต/รับทำ

๒.๔ บริการบินทดสอบ

(๒) สัดส่วนรายได้แบ่งตามประเภทบริการของ บวท.

ภาพที่ ๒ สัดส่วนรายได้แบ่งตามประเภทบริการของ บวท.



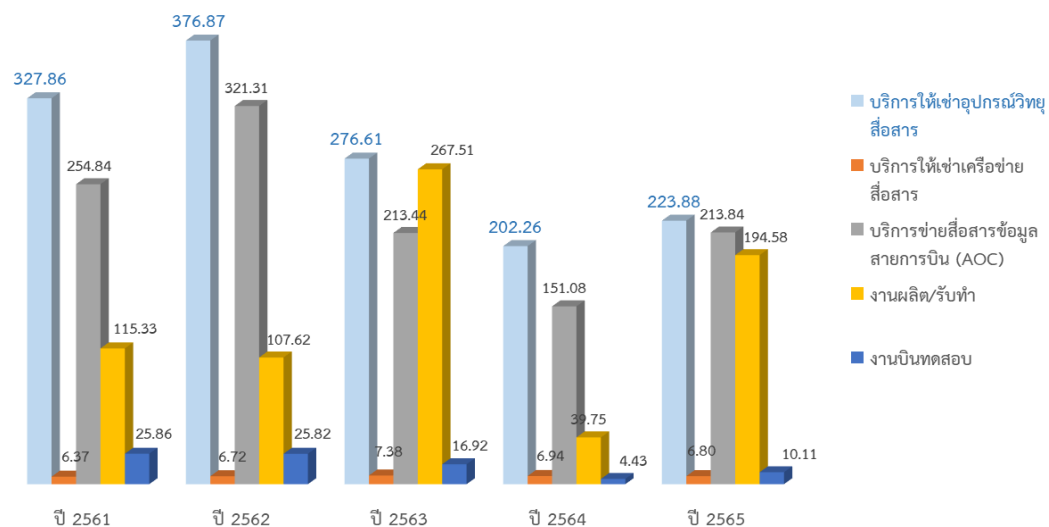
ที่มา : รายงานประจำปีของ บวท. ประจำปี ๒๕๖๕

จากรายงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ บวท. มีรายได้รวมทั้งสิ้น จำนวน ๕,๕๓๓.๒๙ ล้านบาท โดยรายได้หลักที่สำคัญของ บวท. คือ รายได้ค่าบริการควบคุมจราจรทางอากาศ จำนวน ๔,๘๐๕.๖๘ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๘๖ ของรายได้รวม รายได้จากค่าบริการเกี่ยวเนื่อง จำนวน ๖๔๙.๒๑ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๑๒ ของรายได้รวม ซึ่งประกอบด้วยรายได้ค่าเช่า ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์ ค่าบริการข้อมูลการบิน และรายได้จากงานที่รับทำ นอกจากนี้มีรายได้อื่น จำนวน ๑๑๘.๔๐ ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ ๒

นอกจากนี้ แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ยังนำไปใช้ในการบริหารจัดการลูกค้าในกลุ่มผู้ให้บริการเกี่ยวเนื่อง ซึ่งรายได้จากการให้บริการในปีงบประมาณ ๒๕๖๔ และ ๒๕๖๕ สำหรับบริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร ได้แก่ Trunked Radio, Air to Ground Radio, AFTN Terminal ถือเป็นกลุ่มที่ทำรายได้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับบริการเกี่ยวเนื่องอื่น เช่น บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน (AOC) และงานผลิต/รับทำ เป็นต้น ถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (COVID-19) ดังภาพที่ ๓

ภาพที่ ๓ รายได้จากการทำงานในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

หน่วย : ล้านบาท



ที่มา : ข้อมูลสรุปผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ของสายงานพัฒนาธุรกิจ บวท.

ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าบริการการเดินทางทางอากาศ และกลุ่มลูกค้าบริการเกี่ยวเนื่อง ในส่วนของการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประจำปี โดยจะนำผลสำรวจที่ได้มาประมวลผล วิเคราะห์ และคัดกรองความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า และนำข้อมูลดังกล่าวมาสื่อสารให้กับหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ และนำมา

จัดทำแผนงาน/โครงการต่างๆ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผลของการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

(๓) **สถิติปริมาณเที่ยวบินในภาพรวม** ๖ เดือนแรกของปีงบประมาณ ๒๕๖๖ (ตุลาคม ๒๕๖๕ - มีนาคม ๒๕๖๖)

ภาพที่ ๔ สรุปปริมาณเที่ยวบินสะสม ตุลาคม ๒๕๖๕ - มีนาคม ๒๕๖๖

เปรียบเทียบค่าสะสมช่วงเดียวกันปีงบประมาณ 2565 และ 2566

ปริมาณเที่ยวบินภายใน Bangkok FIR (%สัดส่วน)	ปีงบประมาณ 2565		ปีงบประมาณ 2566		%เพิ่ม (ลด)
	รวม	เฉลี่ย/วัน	รวม	เฉลี่ย/วัน	สะสมล่าสุด มี.ค.66
ประเภทเที่ยวบิน (Flight Type)					
International (42%)	49,103	270	148,179	814	201.8%
Domestic (48%)	126,334	694	165,062	907	30.7%
Overfly (10%)	19,244	106	33,740	185	75.3%
ประเภทการบิน (Type of flight)					
S : Schedule (81%)	130,679	718	281,682	1,548	115.6%
N : Non-Schedule (5%)	14,540	80	16,121	89	10.9%
G : General (6%)	20,194	111	20,813	114	3.1%
M : Military (6%)	22,827	125	21,639	119	-5.2%
X : Others (2%)	6,441	35	6,726	37	4.4%
ประเภทกฎการบิน (Flight Rules)					
IFR (89%)	157,652	866	310,136	1,704	96.7%
VFR (included Y,Z) (11%)	37,029	203	36,845	202	-0.5%
แบบเครื่องบินตามกระแสลมวน (Wake Turbulence Category)					
J : Super Heavy (1%)	493	3	3,572	20	624.5%
H : Heavy (21%)	51,898	285	71,840	395	38.4%
M : Medium (66%)	103,125	567	231,492	1,272	124.5%
L : Light (12%)	39,165	215	40,077	220	2.3%
รวมเที่ยวบินทั้งหมด	194,681	1,070	346,981	1,906	78.2%

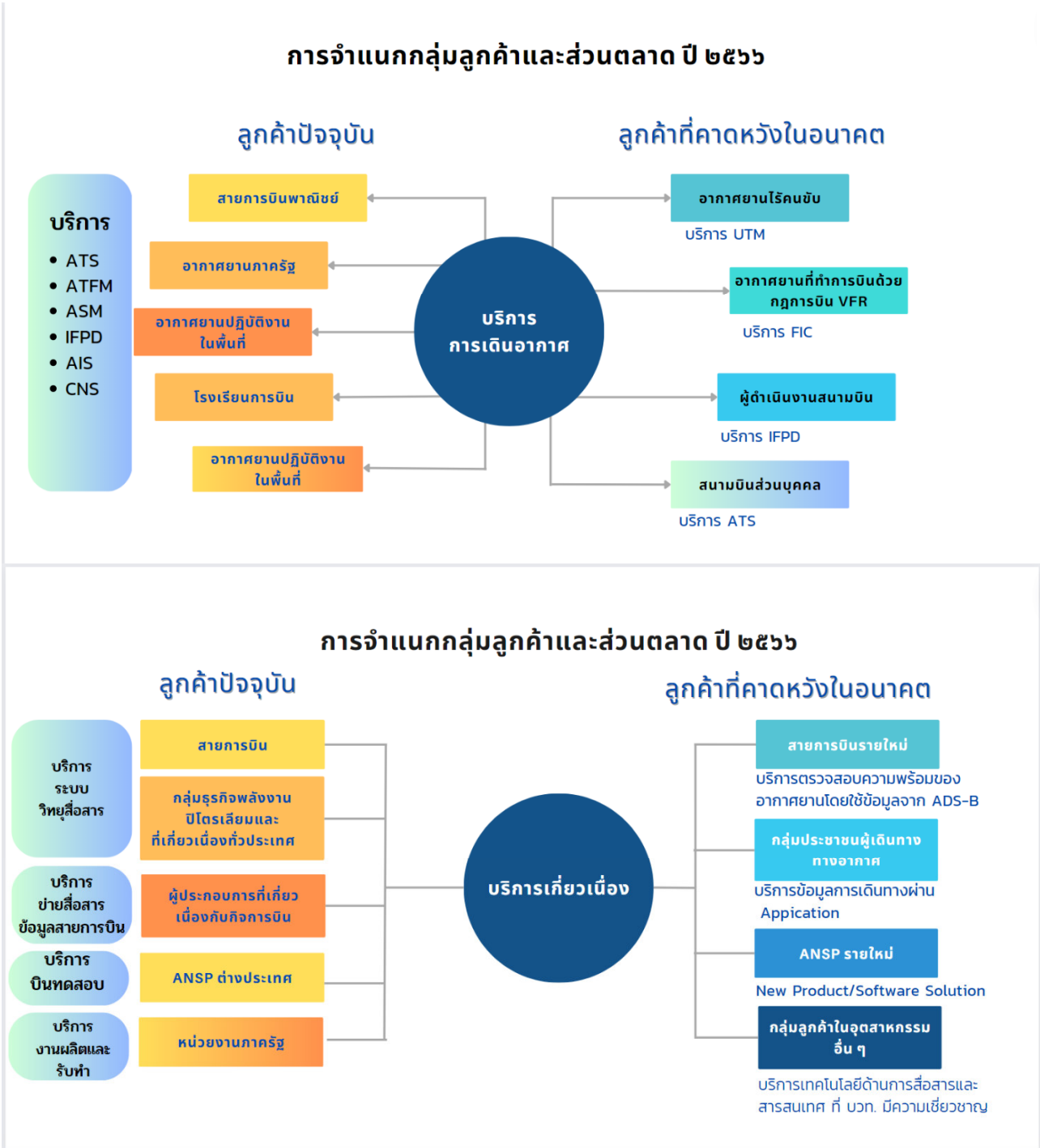
หมายเหตุ % เพิ่ม (ลด) เป็นการเปรียบเทียบร้อยละการเปลี่ยนแปลงสะสมของปริมาณเที่ยวบินในช่วงเดียวกัน
ไฮไลท์ หมายถึง ประเภทที่มีปริมาณเที่ยวบินมากที่สุดในแต่ละหมวดหมู่

ที่มา : รายงานสถิติข้อมูลการจราจรทางอากาศภายใน Bangkok FIR ประจำปี
งบประมาณ ๒๕๖๖ ณ เดือนมีนาคม ๒๕๖๖

จากภาพที่ ๔ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มสายการบิน (Schedule Flight) เป็นกลุ่มที่ใช้บริการ
มากที่สุดของ บวท. และเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้มากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มผู้ใช้บริการอื่นๆ

จากการนำปัจจัยด้านต่างๆ มาใช้ในการวิเคราะห์การจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด ปัจจุบัน และลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ภาพที่ ๕ การจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดปี ๒๕๖๖



๑.๖.๑ การจำแนกลูกค้าในปัจจุบัน

บริการการเดินทางอากาศ

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 จากการประมวลผลของการจำแนกผลิตภัณฑ์/บริการ การแบ่งส่วนตลาด ทำให้ บวท. สามารถจำแนกลูกค้าโดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าที่มีพื้นฐานความต้องการ และมีกระบวนการในการดำเนินงาน ลักษณะการใช้งานที่คล้ายคลึงกัน (Behavioral Base Segmentation) ในการใช้บริการการจัดการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Management:ATM) และการให้บริการข้อมูลข่าวสารการเดินทางอากาศ (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. สามารถจัดทำแผนบริหารผลลัพธ์และบริหารความสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มได้อย่างครบถ้วน และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดด้านพฤติกรรม ความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มได้อย่างละเอียดมากขึ้น

บริการเกี่ยวเนื่อง

การจำแนกลูกค้าของบริการเกี่ยวเนื่อง สายการบินพัฒนาธุรกิจ (พชก.) วิเคราะห์จากความต้องการและลักษณะธุรกิจที่คล้ายคลึงกันตามประเภทธุรกิจของลูกค้า เพื่อนำมากำหนดโอกาสทางธุรกิจและดำเนินกิจกรรมการตลาดตามแผนธุรกิจประจำปี โดยจะนำรายชื่อลูกค้าปัจจุบันและผลวิเคราะห์ Voice Of Customer มาศึกษา ทบทวน การจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด โดยได้ผลลัพธ์ ดังนี้

- กลุ่มลูกค้าของธุรกิจเกี่ยวเนื่องประกอบด้วย ๕ กลุ่มลูกค้า ดังนี้
๑. สายการบิน
 ๒. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการการบิน
 ๓. หน่วยงานที่ให้บริการการเดินทางอากาศ

๔. หน่วยงานภาครัฐ

๕. ธุรกิจพลังงานปิโตรเลียมและที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ

ทั้งนี้ บวท. ได้จัดทำข้อมูล Customer Segment Profile ของกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันแต่ละกลุ่ม โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ ๑

ตารางที่ ๑ Customer Segment Profile ของกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
บริการ การเดินทาง อากาศ	๑. ผู้ใช้หวงอากาศ (Airspace User) ๑.๑ สายการบิน	<ul style="list-style-type: none"> - มีระบบบริการจราจรทางอากาศ (ATM System) ที่ปลอดภัย (Safety) และการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ (Efficiency) - ประสานงานแจ้งเหตุและแก้ไขปัญหาได้ทันทีตลอด ๒๔ ชม. - แก้ไขปัญหาหรือสถานการณ์ได้ทันทีรวดเร็ว ทันกาล ตรงเวลา - มีเส้นทางบินที่มีประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - ตามความคาดหวังของประชาคมการบินด้านความสามารถรองรับปริมาณจราจรทางอากาศที่เพิ่มขึ้น (Capacity) ความคุ้มค่า (Cost effectiveness) และตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม (Environment) - ประหยัดเชื้อเพลิงอากาศยานในการปฏิบัติการบิน - มีความคล่องตัวและความต่อเนื่องในการ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการรับฟัง สื่อสาร พัฒนา/ปรับปรุงการบริการจราจรทางอากาศ ห่วงอากาศ เส้นทางบิน ข่าวสาร การเดินทาง การเดินทางอากาศ การจัดทำแผนการบิน และทบทวนวิธีปฏิบัติการบิน ให้เกิดความปลอดภัยสูงสุด โดยดำเนินการประชุมร่วมกับผู้แทนจากสายการบินเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงาน โดยตรงผ่าน Focal Point : FP - E-mail /โทรศัพท์ /Social Media/ Website : www.aerothai.co.th - การประชุมต่างๆ - Facebook Close Group : Airspace Users – ANSP (Thailand) 	<ol style="list-style-type: none"> ๑. การสำรวจความพึงพอใจของ บวท. โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ๒. การประเมินผลจากระดับความพึงพอใจจากกิจกรรมที่ บวท. จัดประชุม/สื่อสารร่วมกับผู้ใช้บริการ ๓. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือ การสนทนากลุ่มย่อย (Focus group) หมายเหตุ 	<ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจความไม่พึงพอใจของ บวท. ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามมีคำถามเปรียบเทียบการให้บริการใน ๑ ปี ที่ผ่านมาเพื่อใช้ในการสำรวจความไม่พึงพอใจจากการใช้บริการตลอด ๑ ปีที่ผ่านมา โดยเป็นการระบุระดับคะแนนความไม่พึงพอใจในการใช้

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับข้อมูลข่าวสารการเดินอากาศที่มีความถูกต้องแม่นยำ และรวดเร็ว - บริการระบบสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยานที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิบัติการทุกช่วงการบิน - มีช่องทางการให้ความช่วยเหลือที่เข้าถึงง่าย และเป็นระบบ - พัฒนาระบบสารสนเทศที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ - พัฒนาบุคลากรเทคโนโลยี เพื่อให้การบริการตามมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง 			<ul style="list-style-type: none"> - ตาม TOR การจ้างที่ปรึกษาสำรวจความพึงพอใจในแต่ละปี 	<ul style="list-style-type: none"> - บริการ - <u>หมายเหตุ</u> - ตาม TOR การจ้างที่ปรึกษาสำรวจความพึงพอใจในแต่ละปี
	๑.๒ อากาศยานที่ทำการบินทั่วไป (General Aviation : GA)	<ul style="list-style-type: none"> - วิธีปฏิบัติในการบินเข้า-ออก บริเวณสนามบิน - ประสานงานแจ้งเหตุและแก้ไขปัญหาได้ทันทีตลอด ๒๔ ชม. - แผนการบิน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีช่องทางการให้ความช่วยเหลือที่เข้าถึงง่าย และเป็นระบบ - มีเส้นทางการบินที่ชัดเจน - สามารถปรับแผนการบินได้ทั้ง IFR, VFR 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการรับฟัง สื่อสาร พัฒนา/ปรับปรุงการบริการจราจรทางอากาศ ห่วงอากาศ ข่าวสารการเดินอากาศ การจัดทำแผนการบิน และ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานโดยตรงผ่าน Focal Point : FP - E-mail /โทรศัพท์ /Social Media / Website : www.aerothai.co.th 	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		<ul style="list-style-type: none"> - บริการระบบสื่อสารระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยานที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ - ข่าวอากาศได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีคุณภาพและรวดเร็ว 	และ Direct ในบางกรณี	<p>ทบทวนวิธีปฏิบัติการบินให้เกิดความปลอดภัยสูงสุด และสะดวกต่อการใช้งานของเครื่องบินส่วนบุคคล โดยดำเนินการประชุมร่วมกันเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การประชุมต่างๆ - Facebook Close Group : Airspace Users – ANSP (Thailand) 		
	๑.๓ โรงเรียนการบิน	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นที่บินวงจรมีกบินเดินทาง และช่วงเวลาในการฝึกปฏิบัติการบิน - วิธีปฏิบัติในการบินเข้า-ออก บริเวณสนามบิน - ประสานงานแจ้งเหตุและแก้ไขปัญหาได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดพื้นที่ในการฝึกปฏิบัติการบิน - มีช่องทางการให้ความช่วยเหลือที่เข้าถึงง่าย และเป็นระบบ - มีการจัดสรรพื้นที่ในการฝึกบินวงจรสำหรับสภาพการฝึกกลางวัน กลางคืน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการรับฟัง สื่อสาร พัฒนา/ปรับปรุง การบริการจราจรทางอากาศ ข่าวสาร การเดินอากาศ การจัดทำแผนการบิน การกำหนดพื้นที่ฝึกบิน และทบทวน วิธีปฏิบัติการบิน 	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงาน โดยตรงผ่าน Focal Point : FP - E-mail /โทรศัพท์ /Social Media / Website : www.aerothai.co.th - การประชุมต่างๆ - Facebook Close 	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		<p>พื้นที่ตลอด ๒๔ ชม.</p> <ul style="list-style-type: none"> - แผนการบิน - บริการระบบ สื่อสารระบบช่วย <p>การเดินทางอากาศ และระบบติดตามอากาศยานที่สามารถให้บริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ชาวอากาศได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีคุณภาพและรวดเร็ว 	และบินเดินทาง	ให้เกิดความปลอดภัยสูงสุด และสะดวกต่อการใช้งานของโรงเรียนการบิน โดยดำเนินการประชุมร่วมกันเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง	Group : Airspace Users – ANSP (Thailand)		
	๑.๔ อากาศยานปฏิบัติงานในพื้นที่	<ul style="list-style-type: none"> - วิธีปฏิบัติในการบินเข้า-ออก บริเวณสนามบิน - มีความเข้าใจภารกิจของการปฏิบัติการบินตามที่ได้รับมอบหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> - มีจุดขึ้น - ลง บริเวณสนามบินที่ชัดเจน - ได้รับข้อเสนอแนะหากเกิดปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติการบิน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการรับฟัง สื่อสารพัฒนา/ปรับปรุงการบริการจราจรทางอากาศ ข่าวสารการเดินทางอากาศ การจัดทำแผนการบิน 	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานโดยตรงผ่าน Focal Point : FP - E-mail /โทรศัพท์ /Social Media / Website 	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		<ul style="list-style-type: none"> - มีเส้นทางบินของ VFR Route ที่ชัดเจน - ประสานงานแจ้งเหตุ และแก้ไขปัญหาได้ทันทีตลอด ๒๔ ชม. - กำหนดระยะสูงในการปฏิบัติการบินในพื้นที่กรุงเทพฯ สำหรับเฮลิคอปเตอร์ - แผนการบิน - บริการระบบสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยานที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ - ชาวอากาศได้รับข้อมูลข่าวสารที่ 		<p>และทบทวนวิธีปฏิบัติการบินให้เกิดความปลอดภัยสูงสุด และสนับสนุนภารกิจของอากาศยานปฏิบัติงานในพื้นที่ได้อย่างทันท่วงที โดยดำเนินการประชุมร่วมกันเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง</p>	<p>www.aerothai.co.th</p> <ul style="list-style-type: none"> - การประชุมต่างๆ - Facebook Close Group : Airspace Users – ANSP (Thailand) 		

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีคุณภาพและรวดเร็ว					
	๑.๕ อากาศยาน ภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> - มีความเข้าใจภารกิจของการปฏิบัติการบินตามที่ได้รับมอบหมาย - ประสานงานแจ้งเหตุและแก้ไขปัญหาได้ทันทีตลอด ๒๔ ชม. - ทราบข้อจำกัดในการใช้พื้นที่ทางทหาร - แผนการบิน - บริการระบบสื่อสารระบบช่วยการเดินทางอากาศ และระบบติดตามอากาศยานที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ - ชาวอากาศได้รับ 	<ul style="list-style-type: none"> - บูรณาการการใช้พื้นที่ห้วงอากาศร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการรับฟัง สื่อสารพัฒนา/ปรับปรุงการบริการจราจรทางอากาศ ความยืดหยุ่นในการใช้พื้นที่ห้วงอากาศร่วมกันระหว่างทหารและพลเรือน ข่าวสารการเดินทางอากาศ การจัดทำแผนการบิน และทบทวนวิธีปฏิบัติการบินให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดและสนับสนุนภารกิจของอากาศยานภาครัฐ โดยดำเนินการประชุมร่วมกันเป็นประจำ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานโดยตรงผ่าน Focal Point : FP - E-mail /โทรศัพท์ /Social Media / Website : www.aerothai.co.th - การประชุมต่างๆ - Facebook Close Group : Airspace Users – ANSP (Thailand) 	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน	ใช้วิธีการสำรวจแบบเดียวกับกลุ่มสายการบิน

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		ข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีคุณภาพและรวดเร็ว		ทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง			
	๒. เจ้าหน้าที่ อำนวยการบิน (Flight Operations) ของสายการบิน	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับข้อมูลข่าวสาร ที่ครบถ้วนถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีคุณภาพ และรวดเร็ว - บริการตามมาตรฐาน สากล ด้วยความ ปลอดภัย รวดเร็ว ต่อเนื่อง - ช่องทางการ ประสานงานในการ รับส่งข้อมูลการบิน มีคุณภาพ เข้าถึงได้ สะดวก รวดเร็ว ทันกาล 	<ul style="list-style-type: none"> - มีระบบสารสนเทศ และช่องทางการ ใช้งานที่มี ประสิทธิภาพ - มีการพัฒนาบุคลากร และเทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อให้ การบริการตาม มาตรฐานสากล อย่างต่อเนื่อง - เจ้าหน้าที่ของ AIS Briefing และ FDMC สามารถให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเพื่อการทำ แผนการบินที่ครบถ้วน และถูกต้อง 	<ul style="list-style-type: none"> - รับฟังข้อคิดเห็นจาก เจ้าหน้าที่อำนวยการ การบิน เพื่อนำมา พัฒนากระบวนการ ทำงาน และระบบ ให้บริการเทคโนโลยี สารสนเทศ เช่น NOTAM, Flight Plan ให้มีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น โดย ดำเนินการประชุม ร่วมกันเป็นประจำ ปีละ ๑ ครั้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงาน โดยตรงผ่าน Focal Point : FP - E-mail /โทรศัพท์ /Social Media / Website - การประชุมต่างๆ - ระบบ AFTN 	ใช้วิธีการสำรวจ แบบเดียวกับกลุ่ม สายการบิน	ใช้วิธีการสำรวจ แบบเดียวกับกลุ่ม สายการบิน

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
บริการ เกี่ยวเนื่อง	๑. สายการบิน ๒. ผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้องกับ กิจการบิน	<u>บริการระบบวิทยุสื่อสาร</u> (Trunked Radio) - ประสิทธิภาพของ อุปกรณ์ - ความชัดเจนของ การสื่อสาร - ความเข้าใจในความ ต้องการ - ความสะดวกในการ ติดต่อเพื่อใช้บริการและ เมื่อเกิดปัญหา - ความใส่ใจและตั้งใจ แก้ปัญหา <u>บริการขายสื่อสารข้อมูล</u> สายการบิน (AOC) - ความสามารถในการ ให้บริการได้ของระบบ เครือข่าย (Service Availability)	<u>บริการระบบวิทยุสื่อสาร</u> (Trunked Radio) - ความตั้งใจ ความ สุภาพ และ ความรวดเร็วของ เจ้าหน้าที่ในการ ให้บริการ - ความสามารถของ เจ้าหน้าที่ในการตอบ และแก้ไขปัญหา <u>บริการขายสื่อสารข้อมูล</u> สายการบิน (AOC) - พัฒนาการให้บริการ รองรับความต้องการ ในอนาคต - มีการอบรม/ประชุม/	- รับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของลูกค้า ในช่องทางการรับฟัง ต่างๆ เพื่อนำข้อมูล มาพัฒนา/ปรับปรุงระบบ วิทยุสื่อสารให้มี ประสิทธิภาพ และ ตรงตามความต้องการ ของลูกค้า และทำให้ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ในการใช้บริการ	<u>บริการระบบวิทยุ</u> <u>สื่อสาร</u> - ประสานงานโดย ตรงกับเจ้าหน้าที่ ที่รับผิดชอบ - E-mail/โทรศัพท์/ Social Media - Counter Service ที่สุวรรณภูมิ ดอนเมือง และ ศูนย์ฯ ภูมิภาค - Zoom Meeting - ประสานงานกับ Point of Contract - Help Desk (AOC) - การประชุมต่างๆ - ตัวแทนขาย - Tele-Conference - Zoom Meeting	<u>บริการระบบวิทยุ</u> <u>สื่อสาร</u> - การสำรวจความ พึงพอใจของ การใช้บริการ Trunked Radio โดยใช้แบบ สอบถาม (Questionnaire) - การสำรวจความ ไม่พึงพอใจของ บวท. โดยใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใน แบบสอบถามมี คำถาม เปรียบเทียบการ ให้บริการใน ๑ ปี ที่ผ่านมา เพื่อใช้ ในการสำรวจความ ไม่พึงพอใจจาก การใช้บริการ ตลอด ๑ ปี ที่ผ่านมา โดยเป็น การระบุระดับ	<u>บริการระบบวิทยุ</u> <u>สื่อสาร</u> - การสำรวจความ ไม่พึงพอใจของ บวท. โดยใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใน แบบสอบถามมี คำถาม เปรียบเทียบการ ให้บริการใน ๑ ปี ที่ผ่านมา เพื่อใช้ ในการสำรวจความ ไม่พึงพอใจจาก การใช้บริการ ตลอด ๑ ปี ที่ผ่านมา โดยเป็น การระบุระดับ

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
		<ul style="list-style-type: none"> - พื้นที่บริการที่ครอบคลุมตามต้องการ (Coverage) บริการบินทดสอบให้บริการระบบเครื่องช่วยการเดินอากาศและระบบสัญญาณไฟ PAPI ระบบสัญญาณไฟฟ้าภายในสนามบิน 	<p>สัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง</p> <p>บริการบินทดสอบให้บริการได้ตามกำหนดแผนการบิน / เวลาที่ลูกค้าต้องการ</p>	<p>บริการบินทดสอบ</p> <p>การให้บริการเป็นไปตามแผนการบิน โดยใช้การสำรวจความพึงพอใจประจำปี</p>	<p>บริการบินทดสอบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานกับ Point of Contract - E-mail/โทรศัพท์/Social Media - Zoom Meeting 	<p>บริการบินทดสอบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าตามผลิตภัณฑ์และบริการ 	<p>คะแนนความไม่พึงพอใจ ในกลุ่มผู้ใช้บริการ</p> <p>หมายเหตุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ตาม TOR การจ้างที่ปรึกษาสำรวจความพึงพอใจในแต่ละปี
	<p>๓. หน่วยงานให้บริการการเดินอากาศ (ANSP)</p>	<p><u>บริการงานผลิต/รับทำ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์และบริการได้ตามมาตรฐานสากลและเงื่อนไขสัญญา - บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ - มีบริการหลังการขายที่รวดเร็วและได้มาตรฐาน 	<p><u>บริการงานผลิต/รับทำ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - บุคลากรมีองค์ความรู้ที่ทันสมัย - ผลิตภัณฑ์และบริการรองรับความต้องการของ อุตสาหกรรมการบินตามแผนการเดินอากาศสากล 	<p><u>บริการงานผลิต/รับทำ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถดำเนินการได้ครบถ้วนตามความต้องการของลูกค้าและเป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญา 	<p><u>บริการงานผลิต/รับทำ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานโดยตรงกับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ - E-mail/โทรศัพท์/Social Media - Zoom Meeting 	<p><u>บริการงานผลิต/รับทำ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าตามผลิตภัณฑ์และบริการ 	

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
			<ul style="list-style-type: none"> - ให้ความช่วยเหลือ/ สนับสนุน เพื่อ ยกระดับการให้บริการ การบินในภูมิภาค 				
	๔. หน่วยงาน ภาครัฐ	<u>บริการงานผลิต/รับทำ</u> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์และบริการ ได้ตามมาตรฐานสากล และเงื่อนไขสัญญา - บุคลากรมีความ เชี่ยวชาญและมี ประสบการณ์ - มีบริการหลังการขาย ที่รวดเร็วและ ได้มาตรฐาน 	<u>บริการงานผลิต/รับทำ</u> <ul style="list-style-type: none"> - บุคลากรมีองค์ความรู้ที่ ทันสมัย - ผลิตภัณฑ์และบริการ รองรับความต้องการ ของอุตสาหกรรม การบินตามแผน การเดินอากาศสากล - ให้ความช่วยเหลือ/ สนับสนุนเพื่อยกระดับ การให้บริการการบิน ในภูมิภาค 	<u>บริการงานผลิต/ รับทำ</u> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถดำเนินการได้ ครบถ้วนตามความ ต้องการของลูกค้าและ เป็นไปตามเงื่อนไขของ สัญญา 	<u>บริการงานผลิต/ รับทำ</u> <ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานโดย ตรงผ่าน เจ้าหน้าที่ โดยใช้โทรศัพท์ / E-mail/ Social Media และระบบ แจ้งซ่อม 	<u>บริการงานผลิต/รับทำ</u> <ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจความ พึงพอใจของการ ใช้บริการโดยใช้ แบบสอบถาม 	<ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจความ ไม่พึงพอใจของ การใช้บริการโดย ใช้แบบสอบถาม
	๕. กลุ่มธุรกิจ พลังงาน ปิโตรเลียมและ	<u>บริการระบบวิทยุสื่อสาร</u> <u>(Trunked Radio)</u> <ul style="list-style-type: none"> - ประสิทธิภาพของ 	<u>บริการระบบวิทยุสื่อสาร</u> <u>(Trunked Radio)</u> <ul style="list-style-type: none"> - ความตั้งใจ ความ 	<u>บริการระบบวิทยุสื่อสาร</u> <u>(Trunked Radio)</u> <ul style="list-style-type: none"> - รับฟังข้อคิดเห็น 	<u>บริการระบบวิทยุ</u> <u>สื่อสาร (Trunked</u> <u>Radio)</u>	<u>บริการระบบวิทยุ</u> <u>สื่อสาร (Trunked</u> <u>Radio)</u>	<ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจความ ไม่พึงพอใจของ บวท. ใช้

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้บริการ/ ผลิตภัณฑ์)	ความต้องการ	ความคาดหวัง	เป้าหมาย การมุ่งเน้น กลุ่มลูกค้า	ช่องทาง ในการรับฟัง	วิธีการประเมินผลการสำรวจ	
						ความพึงพอใจ	ความไม่พึงพอใจ
	ที่เกี่ยวข้อง ทั่วประเทศ	อุปกรณ์ - ความชัดเจนของ การสื่อสาร - ความเข้าใจในความ ต้องการ - ความสะดวกในการ ติดต่อเพื่อใช้บริการและ เมื่อเกิดปัญหา - ความใส่ใจและตั้งใจ แก้ปัญหา	สุขภาพ และ ความรวดเร็วของ เจ้าหน้าที่ในการ ให้บริการ - ความสามารถของ เจ้าหน้าที่ในการตอบ และแก้ไขปัญหา	ข้อเสนอแนะของลูกค้า ในช่องทางการรับฟัง ต่างๆ เพื่อนำข้อมูล มาพัฒนา/ปรับปรุง ระบบวิทยุสื่อสารให้ มีประสิทธิภาพ และ ตรงตามความต้องการ ของลูกค้า และทำให้ ลูกค้าเกิดความ พึงพอใจในการใช้ บริการ และมีการ ประเมินผลโดยวิธีการ สำรวจความพึงพอใจ ประจำปี	- ประสานงานโดย ตรงกับเจ้าหน้าที่ ที่รับผิดชอบ - E-mail/โทรศัพท์/ Social Media - สำนักงานบริการ ลูกค้า จ. ระยอง - Zoom Meeting	- การสำรวจความ พึงพอใจของการใช้ บริการ Trunked Radio โดยใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire)	แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีคำถาม เปรียบเทียบ การให้บริการ ใน ๑ ปี ที่ผ่านมา โดยเป็นการระบุ ระดับคะแนนความ ไม่พึงพอใจ ในกลุ่ม ผู้ใช้บริการ <u>หมายเหตุ</u> - ตาม TOR การจ้าง ที่ปรึกษาสำรวจ ความพึงพอใจใน แต่ละปี

ตารางที่ ๒ สรุปผลการจำแนกกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน และกลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
บริการ การเดินทาง การเดินอากาศ	บริการการจัดการจราจร ทางอากาศ (Air Traffic Management: ATM)	<ul style="list-style-type: none"> - Air Traffic Services (ATS) - Airspace Management (ASM) - Air Traffic Flow Management (ATFM) 	<ul style="list-style-type: none"> กลุ่มผู้ใช้บริการทางอากาศ (Airspace Users) - กลุ่มสายการบิน - อากาศยานที่ทำการบินทั่วไป (GA) - โรงเรียนการบิน - อากาศยานปฏิบัติงานในพื้นที่ - อากาศยานภาครัฐ 	บริการ UTM	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มอากาศยานไร้คนขับ
	บริการระบบสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน (Communications, Navigation and Surveillance : CNS)	CNS	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มผู้ใช้บริการทางอากาศ (Airspace Users) 		
	บริการข่าวสารการบิน (Aeronautical Information Services : AIS)	NOTAM Office Pre-flight Post-Flight	<ul style="list-style-type: none"> กลุ่มเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกการบิน (Flight Operations) ของ - สายการบิน 	<ul style="list-style-type: none"> - Flight Information Services 	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มสายการบิน - กลุ่มอากาศยานปฏิบัติการบินตาม

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
			<ul style="list-style-type: none"> - อากาศยานที่ทำการบินทั่วไป - โรงเรียนการบิน - อากาศยานปฏิบัติงานในพื้นที่ - อากาศยานภาครัฐ 		กฎการบินด้วยทัศนวิสัย (Visual Flight Rule : VFR)
	บริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design : IFPD)	Procedure Design	- กลุ่มสายการบิน	IFPD	- กลุ่มผู้ดำเนินงานสนามบิน
บริการเกี่ยวเนื่อง	บริการระบบวิทยุสื่อสาร	Trunked Radio	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มสายการบิน - กลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียมและที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ 		
		AFTN Terminal, Air to Ground Radio	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มสายการบิน - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน เช่น ผู้ให้บริการภาคพื้น/ศูนย์ซ่อมบำรุง/ผู้ให้บริการน้ำมัน อากาศยาน 		

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
	บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน	AOC	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มสายการบิน - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน 	<p>บริการตรวจสอบความพร้อมของอากาศยานโดยใช้ข้อมูล ADS-B 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) โดยจะมีการพัฒนาธุรกิจผ่านทางช่องทาง Online เพื่อให้บริการตรวจสอบโดยใช้ข้อมูล ADS-B ที่จะช่วยขยายขอบเขตในการให้บริการได้มากยิ่งขึ้น</p>	กลุ่มสายการบินใหม่ ๆ
	บริการงานผลิต/รับทำ		<ul style="list-style-type: none"> - หน่วยงานภาครัฐ 		

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
	บริการบินทดสอบ		<ul style="list-style-type: none"> หน่วยงานให้บริการการเดินทางอากาศ (ANSP) (ต่างประเทศ) 	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอุปกรณ์สำเร็จรูป และ/หรือ ซอฟต์แวร์ที่พัฒนาสนับสนุนการปฏิบัติการ หรือจัดทำเป็นโซลูชันให้แก่กลุ่มลูกค้า ANSP รายใหม่ <p><u>กลยุทธ์ และช่องทางที่ใช้ :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> กลยุทธ์ด้านราคาที่แข่งขันได้กับผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกันที่มีจำหน่ายในตลาด เน้นช่องทางการจัดจำหน่ายทาง Digital Marketing รวมถึงการเข้าร่วมงานนิทรรศการ/การประชุมที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก เปิดช่องทางการสนับสนุนงานขายและหลังการขาย เพื่อการบริการลูกค้าผ่านทางช่องทาง 	กลุ่มลูกค้า ANSP รายใหม่

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
				Digital มากกว่าเดิม พร้อมข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย	
				- พธก. มีแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสารทางอากาศ และประชาชนทั่วไป สำหรับการให้บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเวลาของเที่ยวบิน และการติดตามอากาศยานผ่านทางแอปพลิเคชัน เช่น โครงการ SkyHub ที่จะมีการเชื่อมโยงสู่ระบบ Smart Airport และ Smart City ในส่วนของ Smart Tourist ที่จะเชื่อมโยงไปสู่ Smart Mobility ในการเดินทางต่อไป	กลุ่มประชาชนผู้เดินทางทางอากาศ

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
				<p>- บริการเกี่ยวเนื่องของ บวท. นอกเหนือจากการให้บริการในกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมการบินแล้ว ปัจจุบันมีกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมพลังงาน ทั้งนี้ อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการบิน ยังเป็นส่วนการตลาดที่ พธก. มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจที่จะเชื่อมโยงระบบนิเวศ (Ecosystem) ในอุตสาหกรรมการบิน เข้ากับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมการขนส่งทางบก ราง และ น้ำ รวมไปถึง อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และ อุตสาหกรรมการเกษตร เช่น การใช้อากาศยานไร้คนขับเพื่อการเกษตร เป็นต้น</p>	กลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอื่น ๆ

ส่วนตลาด	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน			กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต	
	ผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการย่อย	กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	ผลิตภัณฑ์/บริการ	กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง ในอนาคต
				โดยอาศัยการนำเทคโนโลยี ด้านการสื่อสารและสารสนเทศ ที่ บวท. มีความเชี่ยวชาญ ไป ประยุกต์ใช้งานในอุตสาหกรรม อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	

๑.๖.๒ การวิเคราะห์ลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต

บริการการเดินทางอากาศ

๑. กลุ่มผู้ใช้อากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aerial Vehicle (UAV))

ปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการขนส่งทางอากาศล้ำหน้าไปอย่างรวดเร็ว 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 และไม่รบกวนความเน่ส่วนตัว และสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น

โดยปัจจุบันองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ ได้กำหนดแนวทางมาตรฐานความปลอดภัยในการปฏิบัติการบินของอากาศยานไร้คนขับขึ้น เพื่อให้การปฏิบัติการบินของอากาศยานไร้คนขับและอากาศยานที่มีผู้โดยสารสามารถปฏิบัติการบินร่วมกัน ได้อย่างปลอดภัย นอกจากนี้แผนยุทธศาสตร์ห้วงอากาศและการเดินทางอากาศแห่งชาติยังได้กำหนด กลยุทธ์พัฒนาการบริหารจัดการอากาศยานไร้คนขับให้สอดคล้องกับการจัดการจราจรทางอากาศ

การพัฒนา UTM ประกอบด้วยบริการย่อย เช่น Flight Authorization : การขออนุญาตขึ้นบินของอากาศยานไร้คนขับ Tracking : การติดตามอากาศยาน Geo-awareness : การแชร์ข้อมูลเพื่อป้องกันอากาศยานรุกล้ำในพื้นที่ห้ามบิน และอื่นๆ โดยบริการแรกที่มีการพัฒนา คือ บริการ Flight Authorization หรือการเปิดให้ประชาชนส่งคำขออนุญาตขึ้นบินโดรนผ่านระบบ Electornics

ดังนั้น บพท. จึงได้จัดทำโครงการพัฒนาการบริหารจราจรทางอากาศสำหรับอากาศยานไร้คนขับในพื้นที่น่านรอง (Bangkok Control Zone) โดยได้ร่วมกับ DELV Aerospace Co., Ltd. พัฒนาระบบ OpenSky ซึ่งในระยะเวลาดำเนินช่วงที่ ๑ เป็นการพัฒนาระบบที่ช่วยอำนวยความสะดวก

ในการส่งคำขอเพื่ออนุญาตการขึ้นบินของ Drone บริเวณพื้นที่ 35 NM หรือรัศมี ๖๕ กิโลเมตร จาก สนามบินดอนเมือง โดยเปิดตัวเมื่อวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๖๕ โดยร่วมกับ กพท. และ กสทช. พร้อมทั้งวางแผนพัฒนา/บูรณาการระบบอนุญาตการใช้ห้วงอากาศของ Drone ให้เชื่อมโยงกับระบบบริหาร ห้วงอากาศภายใต้ศูนย์บริหารจัดการห้วงอากาศ และได้ก่อตั้งศูนย์ประสานระบบจัดการจราจรทาง อากาศสำหรับอากาศยานไร้คนขับ (UTM Coordination Center: UCC) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับ ผู้ใช้บริการ

ปัจจุบัน บพท. อยู่ระหว่างการดำเนินขยายพื้นที่นํารองบริหารจราจรทางอากาศสำหรับ อากาศยานไร้คนขับ (UTM) ระยะที่ ๒ ซึ่งพื้นที่นํารองในระยะที่ ๒ ได้แก่ พื้นที่เชิงใหม่ Control Zone, พื้นที่ขอบแทน Control Zone, พื้นที่สมมุติ Control Zone และพื้นที่กึ่งเขต Control Zone

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 ๑๔๐ เที่ยวบิน/วัน) และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ซึ่ง ในปัจจุบัน บพท. 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 ซึ่งไม่ใช่เพื่อการ ให้บริการจราจรทางอากาศ

ทั้งนี้ ตามข้อกำหนดของ ICAO และ AIP Thailand การให้บริการจราจรทางอากาศใน Airspace Class F and Class G อากาศยานที่ทำการบิน Instrument Flight Rule (IFR) และ VFR ต้อง ได้รับบริการ 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 บพท. จะดำเนินการ

รวบรวมสารสนเทศลูกค้าและวางแผนการบริหารความสัมพันธ์ในส่วนของลูกค้าในอนาคตเพิ่มเติมต่อไป

ปัจจุบันอยู่ระหว่างการปรับแก้ไขเอกสาร Changed Identification Report (CIR) ตามข้อคิดเห็นของ กพท.

๓. กลุ่มผู้ดำเนินงานสนามบิน

ปัจจุบัน บวท. เป็นผู้ให้บริการการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design: IFPD) โดยกลุ่มผู้ใช้บริการในปัจจุบันคือ 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

บริการเกี่ยวเนื่อง

สายงานพัฒนาธุรกิจของ บวท. มีแผนงานที่จะขยายตลาดที่คาดว่าจะก่อให้เกิดรายได้ในระยะยาว ได้แก่ การให้บริการ Airport Solution ภายในสนามบิน และการให้บริการระบบตรวจสอบและคัดกรองผู้โดยสารล่วงหน้า (Advance Passenger Processing System: APPS) กับสนามบิน ในการกำกับดูแลของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), กรมท่าอากาศยาน, บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และสนามบินในต่างประเทศ รวมถึงโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ Telematic Solutions ให้กับลูกค้าในส่วนผู้ให้บริการภาคพื้น (Ground Operations) ประจำสนามบินต่าง 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 ซอฟต์แวร์ที่พัฒนาสนับสนุนการปฏิบัติการ หรือจัดทำเป็นโซลูชันให้แก่กลุ่มลูกค้า ANSP รายใหม่

๒. กลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบิน เป็นส่วนการตลาดที่ พทก. มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจที่จะเชื่อมโยงระบบนิเวศ (Ecosystem) ในอุตสาหกรรมการบินเข้ากับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมการขนส่งทางบก ราง และ น้ำ รวมถึง

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการเกษตร เช่น การใช้อากาศยานไร้คนขับเพื่อการเกษตร เป็นต้น โดยอาศัยการนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศที่ บพท. มีความเชี่ยวชาญนำมาประยุกต์ใช้งานในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

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

๔. กลุ่มสายการบินใหม่ 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) โดยจะมีการพัฒนาธุรกิจผ่านช่องทาง Online เพื่อให้บริการตรวจสอบโดยใช้ข้อมูล ADS-B ที่จะช่วยขยายขอบเขตในการให้บริการได้มากยิ่งขึ้น

๑.๖.๓ การวิเคราะห์คู่แข่ง/คู่เทียบ

การศึกษาข้อมูลจากคู่แข่ง/คู่เทียบ จากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในปีที่ผ่านมา ข้อมูลในรายงาน CANSO Global Air Navigation Services Performance Report และจากการทบทวนข้อมูลต่างๆ สามารถสรุปคู่แข่ง/คู่เทียบของ บพท. ได้ดังนี้

บริการการเดินทางอากาศ

คู่แข่ง

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

คู่เทียบ

Civil Aviation Authority of Singapore (CAAS) นับเป็นหน่วยงาน ANSP ที่มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่องและมีการบูรณาการทั้งระบบ

ภาพที่ ๖ คู่แข่ง/คู่เทียบ และคู่แข่งในขนาดของ บพท. สำหรับบริการการเดินอากาศ

(๑) ลำดับในการแข่งขัน					(๒) การเปลี่ยนแปลงด้านการแข่งขัน		ความเชื่อมโยงกับผลลัพธ์
คู่แข่ง/คู่เทียบ	ประเภทบริการ/ผลิตภัณฑ์	ขนาดอุตสาหกรรม	อัตราการเติบโต (%)	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	โอกาสสำหรับการสร้างนวัตกรรม	ความร่วมมือ	
คู่แข่ง/คู่เทียบ ทางตรง							
คู่แข่ง: Civil Aviation Authority of Singapore (CAAS)	ปริมาณเที่ยวบินเป็นส่วนร้อยละ ๙ ของอาเซียน	เติบโตร้อยละ ๓	- การพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และบูรณาการทั้งระบบ	-	- ทุกหน่วยงานด้านการบินภายในประเทศ - หน่วยงานด้านการบินระดับนานาชาติ	NA	
คู่แข่ง: Department of Civil Aviation Malaysia	ปริมาณเที่ยวบินเป็นส่วนร้อยละ ๑๕ ของอาเซียน	เติบโตร้อยละ ๔	-	-	-	NA	
คู่แข่งในขนาด							
คู่แข่ง: SAMART (Cambodia Air Traffic Services Co., Ltd.)	ปัจจุบันให้บริการจราจรทางอากาศ ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา	-	- ศักยภาพในการลงทุนของ SAMART ในขณะที่ยังมีสัญญาระหว่าง บพท. กับรัฐบาล โดยกระทรวงคมนาคม จะสิ้นสุดในปี พ.ศ. ๒๕๖๔	- การพัฒนาระบบตามแนวทาง/ความต้องการของ บพท. ได้ - สร้างแรงจูงใจ ด้วยค่าตอบแทนสำหรับบุคลากรที่มีคุณภาพ	-	NA	

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

คู่เทียบ: หากพิจารณาว่าข้อมูลปริมาณเที่ยวบินเป็นลักษณะปัจจัยที่สำคัญเพียงปัจจัยหนึ่ง เพื่อใช้พิจารณาวิเคราะห์ เพื่อเทียบเคียงการให้บริการการเดินอากาศในกลุ่มประเทศอาเซียน ว่ามีปริมาณเที่ยวบินมากน้อยแตกต่างกันอย่างไร และใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงการดำเนินงาน โดยไม่ได้มองว่าเป็นเชิงการแข่งขันเพื่อแย่งชิง/แบ่งสัดส่วนตลาดกับประเทศในกลุ่มอาเซียน

ที่มา: สรุปผลการทบทวนการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด ปี ๒๕๖๖

บริการเกี่ยวเนื่อง

(๑) บริการเช่าอุปกรณ์สื่อสารระบบ Trunked Radio และ Conventional Radio สำหรับส่วนตลาดกลุ่มธุรกิจการบินและเกี่ยวเนื่อง

คู่แข่ง/คู่เทียบ

- บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) (NT) เป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมแบบที่สาม ไม่จำกัดกลุ่มไม่จำกัดพื้นที่จาก กสทช. สามารถขายต่อ/ขายส่งบริการโทรคมนาคมได้ โดยให้บริษัทเครือข่ายทำการตลาด เจาะกลุ่มผู้ใช้บริการที่ต้องการสินค้าราคาถูก ระบบวิทยุสื่อสารมี Coverage Area มากกว่า (เขตชุมชนหลักทั่วประเทศ) แต่ระบบวิทยุสื่อสารมีประสิทธิภาพและเสถียรภาพต่ำ สัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ในสนามบิน ไม่มีสำนักงานในพื้นที่สนามบิน ไม่มีบริการหลังการขาย ๒๔ ชั่วโมง ไม่มี Onsite Service ปัจจุบันมีสัดส่วนการตลาดอยู่ที่ 5% ส่วนตลาดที่เหลืออีก 95% เป็นของ บพท.

(๒) บริการเช่าอุปกรณ์สื่อสารระบบ Trunked Radio และ Conventional Radio สำหรับส่วนตลาดกลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียมและเกี่ยวเนื่อง

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 อยู่ที่ 60% ส่วนตลาดที่เหลืออีก 40% เป็นของ บวท.

ทั้งนี้ การวิเคราะห์คู่แข่ง/คู่เทียบ ถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์และให้เห็นถึงภาพรวมและสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม สถานะการแข่งขัน และจำนวนคู่แข่งในการตลาด

๑.๖.๔ การจัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อมุ่งเน้น/บริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า

ปัจจุบัน บวท. ได้มีการจัดทำระบบฐานข้อมูล เพื่อมุ่งเน้นในการจัดเก็บความรู้ และการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในรูปแบบดิจิทัลเพื่อใช้ในการสนับสนุนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนี้ บวท. ได้กำหนดแผนแม่บทดิจิทัลในการวางแผนทางพัฒนาระบบบริหารข้อมูลเพื่อสนับสนุนการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างครบถ้วน ให้แล้วเสร็จภายในปี ๒๕๖๕ โดยมีเป้าหมายการดำเนินการเพื่อพัฒนาระบบดังกล่าวให้สมบูรณ์ แบ่งออกเป็น ๒ ระยะ ดังต่อไปนี้

ระยะ	ระยะเวลาดำเนินการ	เป้าหมายดำเนินการ
ระยะ ๑	๒๕๖๓ - ๒๕๖๖	มีระบบสารสนเทศสำหรับจัดเก็บข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ข้อมูลหน่วยงานและข้อมูลผู้บริหารระดับสูง ที่อยู่ในความรับผิดชอบของกองวิสาหกิจสัมพันธ์ รวมถึงที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานอื่นภายใน บวท. อย่างเป็นระบบ (Systematic) เป็นปัจจุบัน (Update) เข้าถึงได้อย่างสะดวก (Accessible) และมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม (Data Privacy)

ระยะ	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมายดำเนินการ
ระยะ ๒	ภายในปี ๒๕๖๖ (ปัจจุบัน) - ๒๕๖๗	มีระบบบันทึกและประมวลผลกิจกรรมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า และผู้ให้บริการที่สำคัญระดับองค์กรในรูปแบบดิจิทัลที่เป็นมาตรฐาน เพื่อทดแทนวิธีการเก็บข้อมูลในปัจจุบันที่เป็นระบบกึ่งอัตโนมัติและยังขาดการบูรณาการเนื่องจากการแยกจัดเก็บคนละวิธี หรืออยู่บนฐานข้อมูลคนละระบบ รวมถึงการพัฒนากระบวนการประมวลผลกิจกรรมให้เป็นแบบอัตโนมัติ (Automation) เพื่อลดภาระงาน

ทั้งนี้ ข้อมูลสารสนเทศที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูลประกอบด้วยข้อมูล ดังต่อไปนี้

- รายละเอียดหน่วยงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ลูกค้า และผู้ให้บริการขององค์กรที่ผ่านมา ประกอบด้วย ประวัติผู้บริหาร ความต้องการ/ความคาดหวัง
- แผนบริหารความสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการประจำปี รวมถึงผลการดำเนินการ และตัวชี้วัดกิจกรรม
- แผนปรับปรุงการให้บริการ
- นโยบาย กฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง บันทึกข้อตกลงฯ
- รายงานผลสำรวจความพึงพอใจ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ
- รายงานประจำปี
- รายงานประชุมของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ

ภาพที่ ๗ ภาพระบบฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ



๑.๖.๕ การสื่อสารข้อมูลด้านลูกค้าให้กับบุคลากรภายในองค์กร

(๑) กองพัฒนาและบริหารการจัดการเรียนรู้ (พท.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” เพื่อใช้สำหรับฝึกอบรมพนักงานในทุกระดับตำแหน่ง ให้มีความรู้และความเข้าใจในการบริหารจัดการลูกค้าขององค์กร

(๒) จัดทำหนังสือแจ้งหน่วยงานภายในให้รับทราบผลการจำแนกลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต เพื่อนำข้อมูลการจำแนกลูกค้าไปประกอบการดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการ/แผนบริหารความสัมพันธ์/แผนการตลาด ให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

บทที่ ๒

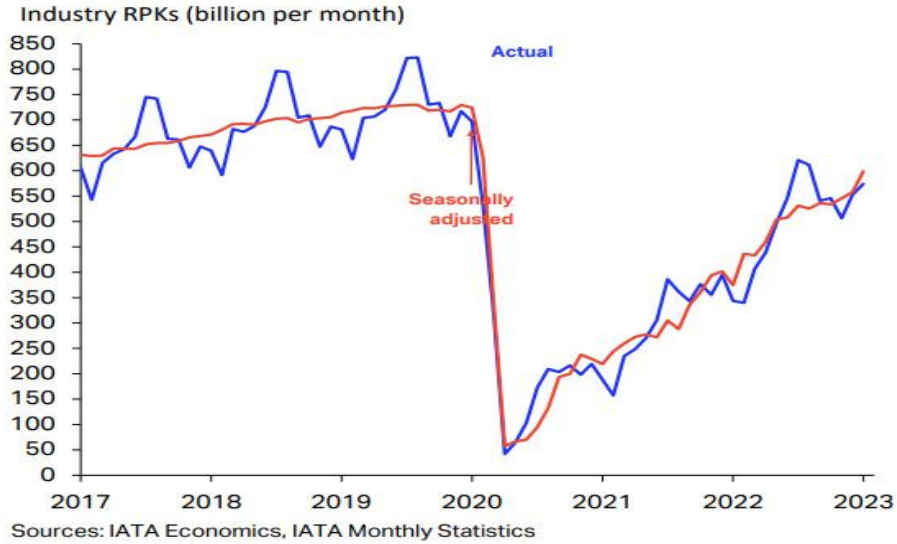
การทบทวนสภาพแวดล้อมด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่ดีขึ้นเป็นอย่างมากจากการจัดการระบบสาธารณสุขและการคิดค้นวัคซีนต้านไวรัสโคโรนา ส่งผลให้องค์การอนามัยโลก (World Health Organization : WHO) จึงได้ประกาศลดระดับความรุนแรงของสถานการณ์โรคโควิด - 19 และจัดให้เป็นโรคเฝ้าระวัง โดยเมื่อวันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ รัฐบาลไทยได้ยกเลิกโรคโควิด - 19 จากการเป็นโรคติดต่อร้ายแรง และได้ประกาศให้เป็นโรคประจำถิ่นพร้อมลดระดับมาตรการป้องกันโรคโควิด - 19 รวมถึงลดระดับมาตรการการเข้า - ออก ประเทศของชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่นเดียวกับประเทศต่างๆ ที่มีนโยบายเปิดประเทศ ลดระดับหรือยกเลิกมาตรการการเดินทางเข้า - ออกประเทศ

การลดระดับหรือยกเลิกมาตรการการเดินทางเข้า - ออกประเทศ รวมถึงการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการเดินทางของรัฐบาลนานาประเทศ ส่งผลให้ปริมาณเที่ยวบินเพิ่มสูงขึ้นโดยสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ได้ออกรายงานวิเคราะห์ตลาดการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ (Air Passenger Market Analysis) จากรายงานประจำเดือนตุลาคม ๒๕๖๕ ระบุว่าจำนวนปริมาณการขนส่งผู้โดยสารซึ่งคิดเป็นคนต่อกิโลเมตร (Revenue Passenger Kilometer : RPK) ของทั้งอุตสาหกรรม มีจำนวนเพิ่มขึ้นกว่า ๔๔.๖% เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดือนตุลาคม ๒๕๖๔ และใกล้เคียงกับปริมาณการขนส่งผู้โดยสารในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ในช่วงเดือนตุลาคม ๒๕๖๒ ถึง ๓๗.๔% แสดงให้เห็นถึงการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของปริมาณการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ

ภาพที่ ๔ ปริมาณผู้โดยสารทางอากาศทั่วโลก (คนต่อกิโลเมตร)

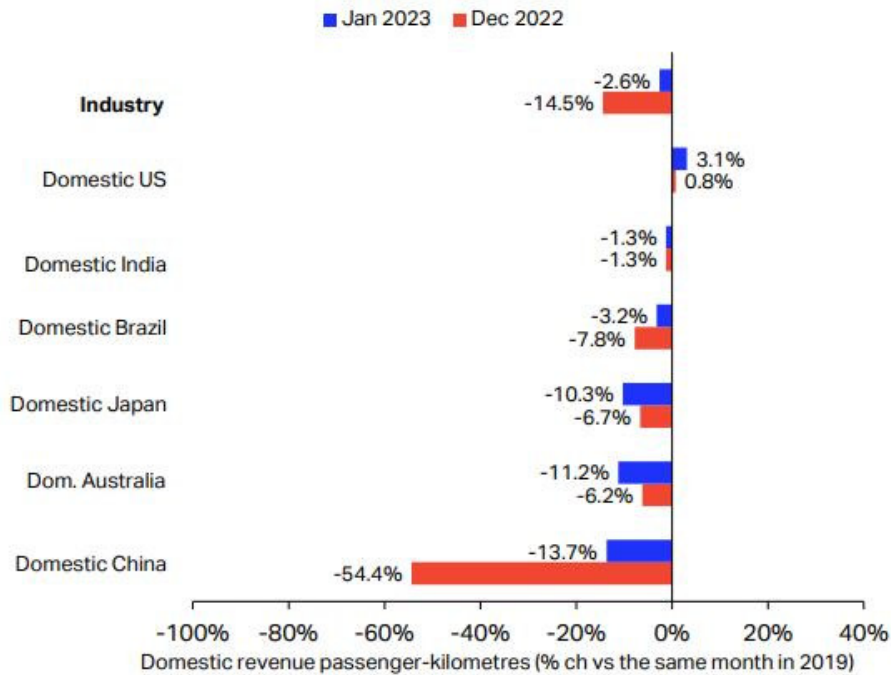
Chart 1 – Global air passengers, revenue passenger kilometers (RPKs), billions



โดยในเดือนมกราคม ๒๕๖๖ จากรายงานวิเคราะห์ตลาดการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ (Air Passenger Market Analysis) ของ IATA จำนวนปริมาณการขนส่งผู้โดยสารซึ่งคิดเป็นคนต่อกิโลเมตร (Revenue Passenger Kilometer : RPK) ของทั้งอุตสาหกรรมมีจำนวนเพิ่มขึ้นกว่า ๖๓% และใกล้เคียงกับจำนวนปริมาณการขนส่งระหว่างประเทศในก่อนช่วงการแพร่ระบาดในเดือนมกราคม ๒๕๖๒ ถึง ๓/๓% และใกล้เคียงกับจำนวนปริมาณการขนส่งภายในประเทศก่อนช่วงการแพร่ระบาดในเดือนมกราคม ๒๕๖๒ ถึง ๙๗.๔% โดยปัจจัยหลักที่ทำให้จำนวนปริมาณการขนส่งทางอากาศภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นมาจากการลดมาตรการการเดินทางของสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งให้เห็นว่า การเปิดประเทศของสาธารณรัฐประชาชนจีนมีอิทธิพลต่อจำนวนปริมาณการเดินทางทางอากาศเป็นอย่างมาก

ภาพที่ ๙ ปริมาณผู้โดยสารทางอากาศภายในประเทศ เป็นรายประเทศ

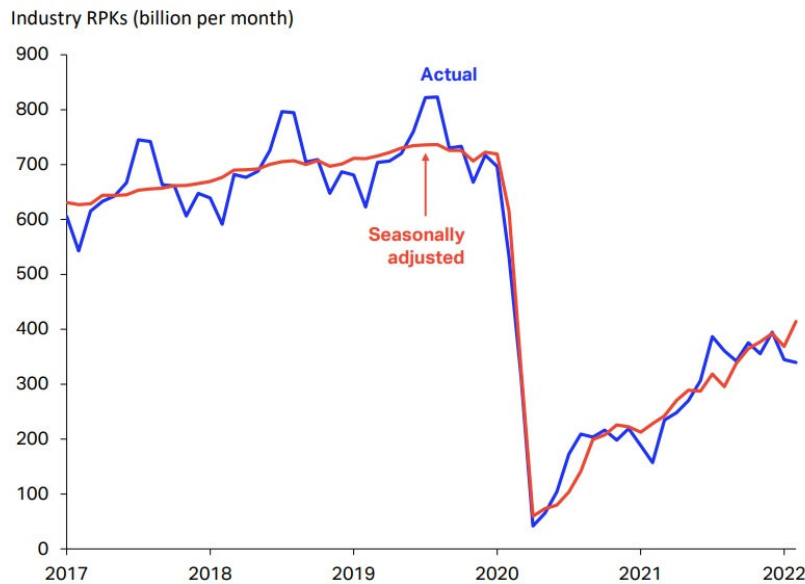
Chart 2 – Domestic RPK growth by airline region of registration, YoY% change versus 2019



Sources: IATA Economics, IATA Monthly Statistics

ภาพที่ ๑๐ ปริมาณผู้โดยสารทางอากาศทั่วโลก

Chart 1 – Global air passenger volumes (RPKs)



Sources: IATA Economics, IATA Monthly Statistics

ในปี ๒๕๖๕ ที่ผ่านมามีสายการบินต่าง ๆ ในทุกภูมิภาคทั่วโลกเริ่มที่จะฟื้นตัว และมีตัวเลขการขาดทุนที่ลดลง สายการบินสามารถลดการขาดทุนได้สืบเนื่องจากปริมาณการเดินทางและการขนส่งสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้น โดย IATA ได้คาดการณ์ว่าในปี ๒๕๖๖ สายการบินต่างๆ ทั่วโลกจะมีรายรับอยู่ที่ ๓/๓/๙ พันล้านเหรียญสหรัฐ และสามารถทำกำไรได้ ๔.๓ พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการทำกำไรครั้งแรกของอุตสาหกรรมการบินนับตั้งแต่วิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในปี ๒๕๖๒ โดยเริ่มทำกำไรในปี ๒๕๖๖ นั้น เป็นปัจจัยหลักที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมการบินอยู่รอดและมีโอกาสในการเติบโตได้ในอนาคต

นอกจากนี้ IATA ยังได้คาดการณ์ปริมาณผู้โดยสารในปี ๒๕๖๖ ที่คาดว่าจะอยู่ที่ ๔.๒ พันล้านคน หรือคิดเป็น ๘๕.๕% ของจำนวนผู้โดยสารในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 พร้อมทั้งได้คาดการณ์ปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศ ที่คาดว่าจะมีการขนส่งสินค้ารวม ๕๓.๓ ล้านตัน ด้วยจำนวนตัวเลขจากการคาดการณ์นี้ ทำให้ IATA ได้คาดการณ์ว่าสถานการณ์ทางการเงินของสายการบินในทุกภูมิภาคจะดีขึ้นอย่างต่อเนื่องหลังจากการขาดทุนครั้งใหญ่ โดยสายการบินในภูมิภาคยุโรปและตะวันออกกลางจะสามารถทำกำไรได้ในปี ๒๕๖๖ แม้ว่าในส่วนภูมิภาคละตินอเมริกา แอฟริกา และ เอเชียแปซิฟิกยังประสบปัญหาการขาดทุน แต่สายการบินในภูมิภาคเหล่านี้ยังคงจะมีรายรับมากขึ้นและมีแนวโน้มที่จะทำกำไรได้ในอนาคต โดยจะสายการบินทุกภูมิภาคทั่วโลกจะสามารถกลับมาทำกำไรได้ในช่วงปลายปี ๒๕๖๖

องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (The International Civil Aviation Organization : ICAO) ได้ประเมินว่าปริมาณจราจรทางอากาศจะกลับมาสูงเท่ากับปี ๒๕๖๒ ในช่วงปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ และคาดการณ์ว่าจะมีปริมาณความต้องการของผู้โดยสารเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ในปี ๒๕๖๔ ปริมาณผู้โดยสารจะสูงกว่าในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 เมื่อปี ๒๕๖๒ ๔% โดยอุตสาหกรรมการบินทุกภาคส่วนต้องเตรียมรองรับทั้งด้านนโยบาย นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อรับมือต่อปริมาณเที่ยวบินและผู้โดยสารที่จะมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น

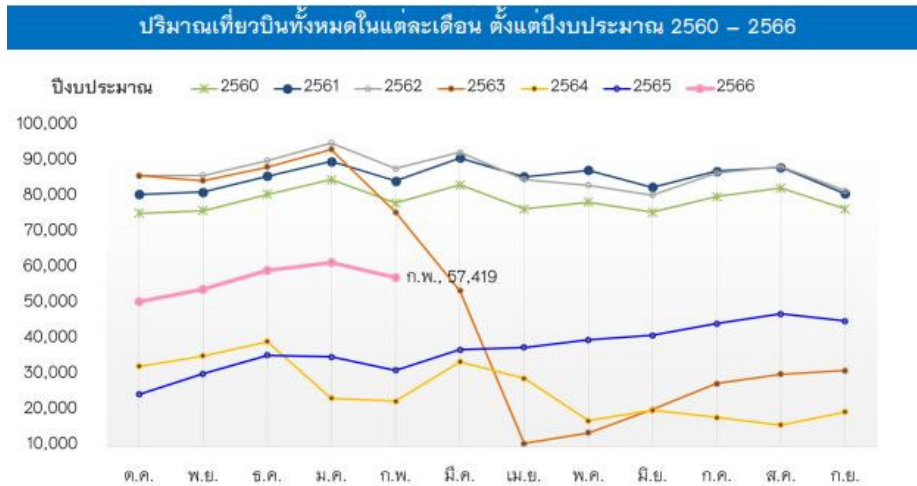
๒.๑ ภาพรวมของอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย

จากข้อมูลรายงานอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยในปี ๒๕๖๕ มีผู้โดยสารเพิ่มขึ้นเป็น ๓๕,๘๑๕,๔๕๕ คน และมีปริมาณเที่ยวบินรวม ๕๓๐,๓๖๐ เที่ยวบิน เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๖๔ ที่มีปริมาณเที่ยวบินรวม ๒๙๑,๓๙๓ เที่ยวบิน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการผ่อนคลายมาตรการการเดินทางของนานาประเทศ โดยเฉพาะการเปิดประเทศของสาธารณรัฐประชาชนจีน และจากการผลักดันสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาครัฐ รวมถึงภาวะเศรษฐกิจโลกที่กำลังฟื้นตัวและความอัดอั้นจากมาตรการการเดินทางก่อนหน้านี้ ส่งผลให้ประชาชนมีกำลังและความต้องการในการเดินทางเป็นอย่างสูง

โดย บวท. คาดการณ์ว่า ในปี ๒๕๖๖ ประเทศไทยจะมีปริมาณเที่ยวบินรวม ๘๕๘,๓๘๓ เที่ยวบิน หรือคิดเป็น ๖๕ % เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณเที่ยวบินปี ๒๕๖๕ โดย

สถานการณ์ปัจจุบันของประเทศไทย ในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๖ มีเที่ยวบินรวม ๒,๐๕๑ เที่ยวบินต่อวัน มากกว่าเดือนมกราคม ๒๕๖๖ หรือ ๓.๑๓% และมากกว่าในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ ที่มีเที่ยวบินรวม ๑,๑๒๔ เที่ยวบินต่อวัน หรือ ๕๔.๘% และเมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๖๒ ก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ ที่มีเที่ยวบินเฉลี่ยต่อวัน ๓,๑๔๓ เที่ยวบิน

ภาพที่ ๑๑ ปริมาณเที่ยวบินในแต่ละเดือน ตั้งแต่ปีงบประมาณ ๒๕๖๐ - ๒๕๖๖



ภาพที่ ๑๒ ปริมาณเที่ยวบินและผู้โดยสารเชิงพาณิชย์ ตั้งแต่ปี ๒๐๑๙ - ๒๐๒๒

1

Thailand Overall Traffic

COMMERCIAL MOVEMENTS

: Flight and Passenger (2019-2022)

ปริมาณเที่ยวบิน และผู้โดยสารเชิงพาณิชย์ตั้งแต่ปี 2019 - 2022



Note : 1 ข้อมูลที่แสดงยกเว้น สนามบินผู้โดยสาร สุกโยทัย ทรายตาด ปาย ตาก แม่สอดสงขล ภูเก็ต นครราชสีมา บิดาตัน (เนื่องจากไม่มีข้อมูลหรือไม่เกี่ยวข้อง)
 2 ข้อมูลการขนส่งทางอากาศแบบประจำ-ไม่ประจำทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศรวมกัน (ขาเข้าและขาออก)

การคาดการณ์การฟื้นตัวของการเดินทางทางอากาศ

● การฟื้นตัวของการเดินทางทางอากาศ หน่วยงานต่างๆ ได้มีการคาดการณ์ไปในทิศทางเดียวกันว่า การขนส่งทางอากาศจะปรับตัวดีขึ้น โดยคาดการณ์ว่าในปี ๒๕๖๗ การขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศจะกลับมาปริมาณใกล้เคียงกับปริมาณการขนส่งทางอากาศของปี ๒๕๖๒ และการเดินทางทางอากาศระยะสั้นหรือการเดินทางภายในประเทศจะกลับมาฟื้นตัวได้เร็วกว่าการเดินทางทางอากาศระยะไกล โดยตั้งแต่วันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๖ เป็นต้นไป ผู้ที่จะเดินทางเข้าประเทศไทยไม่ต้องแสดงเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเชื้อไวรัสโควิด-19 เช่น เอกสารรับรองการได้รับวัคซีน และผลตรวจหาเชื้อไวรัสโควิด-19 รวมทั้งไม่ต้องลงทะเบียน Thailand Pass ไม่ต้องกักตัว ทั้งคนไทยและต่างชาติ ทั้งสำหรับผู้ที่ได้รับวัคซีนครบ และไม่ได้รับวัคซีน รวมทั้ง ผู้เดินทางไม่จำเป็นต้องซื้อประกันสุขภาพ อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี หากผู้เดินทางประสงค์จะซื้อประกันการเดินทาง สามารถดำเนินการได้บนพื้นฐานความสมัครใจ ซึ่งทำให้ ในปี ๒๕๖๖ มีปริมาณนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

● แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี ๒๕๖๖ - ๒๕๖๘: บริการขนส่งทางอากาศ โดยปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี นักวิเคราะห์อาวุโส ของศูนย์วิจัยกรุงศรี คาดการณ์ว่า ปี ๒๕๖๖ - ๒๕๖๘ ธุรกิจขนส่งทางอากาศมีแนวโน้มเติบโตดีขึ้น โดยการขนส่งผู้โดยสารทั้งในประเทศและระหว่างประเทศจะเติบโตตามการฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยว ส่วนบริการขนส่งสินค้าทยอยฟื้นตัวตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ขณะที่การแข่งขันด้านราคามีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ท่ามกลางภาระการฟื้นฟูธุรกิจและต้นทุนที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้นตามราคาพลังงาน

ปัจจัยท้าทายของธุรกิจ ได้แก่ ราคาเชื้อเพลิงทรงตัวสูง เพิ่มภาระต้นทุนแก่ผู้ประกอบการ รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ให้บริการต่างชาติรายใหญ่ ซึ่งเพิ่มความครอบคลุมของเที่ยวบินขนส่งผู้โดยสารและสินค้ามายังภูมิภาคเอเชีย และภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการปฏิบัติตามเกณฑ์ความปลอดภัยต่างๆ แม้โรคโควิด-19 จะคลี่คลายลง ทำให้สายการบินต้องปรับตัวต่อปัจจัยเหล่านี้ อาจกระทบอัตรากำไรของธุรกิจ ขณะที่ผู้ประกอบการรายเล็กแข่งขันได้ยากจากข้อจำกัดด้านเงินทุน จำนวนฝูงบินและส่วนแบ่งตลาดในเส้นทางบิน

● การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้อุตสาหกรรมการบินและกิจการที่เกี่ยวข้องต้องหยุดหรือชะลอการให้บริการ ทำให้ภาพรวมด้านเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกอยู่ในสภาวะตกต่ำ ส่งผลต่อการดำเนินงานธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับกิจการบินของหน่วยธุรกิจ ที่ได้รับผลกระทบในทิศทางเดียวกัน และคาดว่าสถานการณ์ดังกล่าวจะยังมีผลกระทบต่อเนื่องในปีงบประมาณ ๒๕๖๕ - ๒๕๖๗ ทำให้หน่วยธุรกิจต้องพิจารณาปรับแผนธุรกิจ โดยมีเป้าหมายในการแสวงหารายได้เพิ่มจากกลุ่มลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ และใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อทำ Digital Marketing ในการสร้างการรับรู้จากลูกค้ากลุ่มใหม่ เพื่อสร้างโอกาสธุรกิจเพิ่มเติม รวมทั้งการทำ

การตลาดทางตรง (Direct Marketing) ผ่านวิศวกรขาย โดยมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการบินและลูกค้ากลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียมเป็นหลัก

นอกจากนี้ บริบทด้านการแข่งขันมีการเปลี่ยนแปลงไป การเกิดขึ้นขององค์กรให้บริการ การเดินทางข้ามชาติ (ผู้ผลิต/องค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีขนาดใหญ่) ซึ่งมีความได้เปรียบหลายด้าน หรือผู้ให้บริการการเดินทางจากประเทศอื่น รวมถึงการพัฒนาของเทคโนโลยีด้านการขนส่งทางอากาศ เช่น Unmanned Aircraft System (UAS) ส่งผลให้ต้องมีการบริหารจัดการและให้บริการจราจรทางอากาศที่เพิ่มเติมจากบริบทการบินในปัจจุบัน (Unmanned Aircraft Traffic Management:UTM) รวมทั้ง พ.ร.บ.การเดินทางอากาศ (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ.๒๕๖๒ แสดงให้เห็นถึงบริบทการให้บริการที่เป็นเชิงการแข่งขันมากขึ้น และเปิดโอกาสให้กับผู้ให้บริการรายใหม่ ๆ อาจเข้ามาแก่งแย่งธุรกิจขององค์กรไปดำเนินการในอนาคต

ดังนั้น ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ จึงต้องมีการทบทวนและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรโดยใช้การวิเคราะห์โดยใช้ PESTEL Analysis, การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรโดยใช้ McKinsey 7s Framework การวิเคราะห์ SWOT Analysis โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

๒.๒ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

โดยใช้ PESTEL Analysis ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง (Political) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic) ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม (Social) ปัจจัยทางเทคโนโลยีและสารสนเทศ (Technological) ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (Environmental) และปัจจัยทางกฎหมาย (Legal)

Political: ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๓ นโยบาย กฎ ระเบียบฯ ภาครัฐ)

- นโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐด้านอุตสาหกรรมการบินในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการบินของประเทศเริ่มตั้งแต่การทำความตกลงว่าด้วยบริการการเดินทางอากาศซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อสายการบินต่างๆ ที่จะเข้าสู่ตลาดการบินต่างประเทศ จึงกำหนดนโยบายเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการบินอย่างต่อเนื่อง ๖ นโยบายได้แก่ นโยบายการกำหนดอัตราค่าบริการ นโยบายความตกลงว่าด้วยบริการการเดินทางอากาศและการเปิดเสรีการขนส่งทางอากาศ นโยบายการกำหนดอัตราค่าบริการ นโยบายการกำกับดูแลทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบกิจการการบินพลเรือน ผู้ดำเนินงานสนามบินสาธารณะ และผู้ให้บริการการเดินทางอากาศ นโยบายเกี่ยวกับการอนุญาตในกิจการการบินพลเรือน และนโยบายการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในอุตสาหกรรมการบิน

- **นโยบายการบริหารจัดการท่าอากาศยานในสังกัดของ ทย.** ตามที่รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคม ได้มีนโยบายให้กรมท่าอากาศยาน (ทย.) มีแผนก่อสร้างท่าอากาศยานแห่งใหม่ จำนวน ๓ แห่ง ประกอบด้วย พัทลุง สตูล ปังกาฬ มุกดาหาร พะเยา กาฬสินธุ์ และนครปฐม เพื่อกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค และเชื่อมต่อกับท่าอากาศยานหลัก เช่น สุวรรณภูมิ และดอนเมือง หากมีการก่อสร้างท่าอากาศยานแห่งใหม่ในสังกัด ทย. ซึ่งบริษัทฯ ต้องเข้าไปให้บริการฯ จะส่งผลให้บริษัทฯ ต้องเตรียมความพร้อมของระบบ/อุปกรณ์ บุคลากร งบประมาณ และการบริหารจัดการเพื่อรองรับท่าอากาศยานแห่งใหม่ต่อไป ขณะนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการติดตามข้อมูลผลการศึกษาคความ เป็นไปได้ในการดำเนินโครงการ เพื่อให้ทราบข้อมูลพิกัดตำแหน่งท่าอากาศยานแห่งใหม่ รวมทั้ง แผนดำเนินการต่าง ๆ และกรอบระยะเวลาการก่อสร้าง เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการประเมินผล กระทบและสิ่งที่ต้องดำเนินการต่อไป
- **นโยบายพัฒนาท่าอากาศยานอุตะเถาให้เป็นท่าอากาศยานเชิงพาณิชย์แห่งที่ ๓** เมื่อวันที่ ๓๐ ตุลาคม ๒๕๖๑ ครม. ได้มีมติให้ความเห็นชอบให้ บวท. เป็นผู้รับผิดชอบการบริหารจัดการ การเดินอากาศของโครงการฯ ดังนั้น บวท. จึงต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการดำเนินการ ทั้งในส่วนระบบ/อุปกรณ์ บุคลากร การบริหารจัดการ เป็นต้น บวท. ได้มีส่วนร่วมในการ ดำเนินการโครงการฯ โดยมีผู้แทนเข้าร่วมในคณะทำงานพิจารณาด้านเทคนิคในการคัดเลือกเอกชน ร่วมลงทุนโครงการพัฒนาสนามบินอุตะเถาฯ และร่วมประชุม/หารือ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและ ข้อคิดเห็น ร่วมกับ ทร. และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) มาอย่างต่อเนื่อง และ บวท. ได้แต่งตั้งคณะกรรมการจัดเตรียมความพร้อมในการเข้าดำเนินการ ให้บริการการเดินอากาศ ณ สนามบินอุตะเถา ซึ่งมีกำหนดเริ่มปฏิบัติงาน ณ สนามบินอุตะเถา ในต้นปี ๒๕๖๘ บวท. อยู่ระหว่างดำเนินการขยายขอบเขต Bangkok TMA ให้ครอบคลุมสนามบิน อุตะเถา ตามแนวคิด TRACON (Terminal Radar Control) ตามแบบสากล บวท. และ ทร. ได้ร่วมกัน จัดให้มีการลงนามบันทึกความตกลงความร่วมมือ ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นด้านอัตราค่าจ้าง สำหรับบุคลากรและระบบบริหารจัดการในการให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศ ณ ท่าอากาศยาน อุตะเถา เมื่อวันที่ ๒๘ กันยายน ๒๕๖๔ ระหว่าง กอญ. บวท. กับ ผู้บัญชาการกองทัพอากาศ
- **นโยบายการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคใต้อย่างยั่งยืน (Southern Economic Corridor : SEC)** เพื่อพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจใหม่และทางออกทางทะเลของภาคใต้ตอนบนเพื่อ สนับสนุนการพัฒนาการขนส่งสินค้าฝั่งตะวันตกและเชื่อมโยงกับเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ฝั่งอันดามันและอ่าวไทย และเพื่อเป็นการพัฒนา อุตสาหกรรมแปรรูปและสินค้าการเกษตร และอุตสาหกรรมการประมง บวท. จึงต้องเตรียมความพร้อมเพื่อตอบสนองและสนับสนุนนโยบาย SEC ทั้งด้านการออกแบบเส้นทางบินใหม่ให้สอดคล้อง กับแผนการขนส่งสินค้า และรองรับปริมาณเที่ยวบินที่อาจเพิ่มสูงขึ้น

- **นโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM)**

ของรัฐบาล สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (สำนักงาน ก.พ.ร.) เสนอให้หน่วยงานของรัฐทุกหน่วยงานดำเนินการทบทวนและปรับปรุงแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ สำหรับการบริหารความพร้อมต่อสภาวะวิกฤต (BCP) ให้เป็นปัจจุบัน โดยนำมาตรการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐในการบริหารราชการในสภาวะวิกฤต (รองรับสถานการณ์การระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019) มาผนวกไว้ในแผนฯ รวมทั้งปรับปรุงแผนฯ ให้สามารถรองรับกรณีเกิดโรคระบาดต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน เพื่อให้หน่วยงานสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง เมื่อได้รับผลกระทบจากความเสียหายหรือปัจจัยคุกคามทั้งจากภายในและภายนอก และสคร. ได้กำหนดให้ BCM เป็นเกณฑ์หนึ่งในการประเมินประสิทธิภาพของการบริหารจัดการองค์กรของรัฐวิสาหกิจ โดยในปัจจุบันระบบบริการจราจรทางอากาศมีการออกแบบให้รองรับปัญหาทางเทคนิคต่าง ๆ ในหลายระดับ เพื่อความต่อเนื่องในการให้บริการ อีกทั้งเทคโนโลยีในปัจจุบันยังมีความพร้อมในการจัดตั้งศูนย์สำรองในบริเวณอื่น โดยเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินสามารถให้บริการจากศูนย์สำรองได้ในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งในปี ๒๕๖๒ - ๒๕๖๓ บวท. ได้รับใบรับรองมาตรฐาน ISO 22301:2012 สำหรับการบริการจราจรทางอากาศ และบริการข้อมูลข่าวสารการเดินอากาศ ของส่วนกลาง ๓ พื้นที่ ได้แก่ ท่าอากาศยานดอนเมือง และสุวรรณภูมิ แสดงให้เห็นว่า บวท. ได้พัฒนากระบวนการ และเอกสารได้ตามมาตรฐานสากลแล้ว ทั้งนี้ ยังต้องมีการปรับปรุงกระบวนการที่เกี่ยวข้องให้ดีขึ้น และปรับปรุงเอกสารให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ พร้อมทั้งฝึกซ้อมแผนฉุกเฉินเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดสามารถดำเนินการได้จริงเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน บริษัทฯ ได้ทบทวนแผน ERP และ BCP ให้สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ได้ และมุ่งเน้นการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจให้เป็นไปตามมาตรฐานของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) และมีการดำเนินการที่เป็นไปตามบันทึกข้อตกลงฯ

- **ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี** เป็นยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๑) ฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญ ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทย มีความมั่นคง 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

(eMENSUR) เรียบร้อยแล้ว โดยแผนของบริษัท อยู่ภายใต้เงื่อนไขข้อที่ ๓ คือเป็นการดำเนินการจัดทำแผนผ่านกลไกทางบริหาร

- **นโยบายภาครัฐด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือด้านดิจิทัล** ภาครัฐได้กำหนดกรอบนโยบายและแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจน ด้านดิจิทัล โดยมีแผนระดับชาติและระดับกระทรวง เช่น Thailand 4.0 นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ร่าง) แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ร่าง) แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙) รวมทั้งแนวทางประเมินรัฐวิสาหกิจตามระบบการประเมินผลระบบใหม่ (SE-AM) เป็นต้น โดยเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการบริการ และจัดให้มีระบบดิจิทัลสนับสนุนการเปิดเผยแลกเปลี่ยน เชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐอย่างบูรณาการ บวท. จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัล พ.ศ. ๒๕๖๕-๒๕๖๙ แล้วเสร็จ บวท. ดำเนินการ/พัฒนา Big Data ในส่วนของบริษัท ที่สามารถสนับสนุนการใช้งานร่วมกันในภาคระหว่างหน่วยงานในสังกัด คค. ในทุกภาคส่วนของการขนส่ง และสามารถขับเคลื่อน Big Data เพื่อประโยชน์ในการกิจของหน่วยงานและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในอนาคต โดยมีเป้าหมายนำนวัตกรรมต่าง ๆ มาช่วยพัฒนาศักยภาพให้เจ้าหน้าที่และผู้ใช้สามารถบูรณาการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด บวท. ได้ดำเนินการด้านข้อมูลของบริษัท โดยได้ออกแบบโครงสร้างการกำกับดูแลข้อมูล (Data Governance Framework) ตามกรอบของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (Digital Governance Agency: DGA) ซึ่งจะนำไปสู่การได้มา และการนำไปใช้ข้อมูลของบริษัท ที่มีความถูกต้อง ครบถ้วนเป็นปัจจุบัน รักษาความเป็นส่วนบุคคลและสามารถนำข้อมูลไปเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นของรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีมั่นคงปลอดภัย

Economic: ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๔ การเติบโตและแนวโน้มปริมาณจราจรทางอากาศ และปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๖ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ)

- **ปริมาณจราจรทางอากาศ และรายได้จากการให้บริการการเดินทางทางอากาศ** จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลให้ปริมาณจราจรทางอากาศทั่วโลกลดลงอย่างต่อเนื่อง และส่งผลกระทบต่อรายได้จากการให้บริการการเดินทางทางอากาศของ บวท. และได้ติดตามสถานการณ์และทบทวนผลการคาดการณ์อย่างต่อเนื่อง โดยใช้วิธี Scenario Analysis แบ่งการวิเคราะห์ผลกระทบเป็น ๕ กรณี (High, Base 1, Base2, Low1, Low2) ซึ่งในระหว่างปี ๒๕๖๔ เกิดการแพร่ระบาดใหญ่ถึง ๒ ระลอก ทำให้รัฐบาลประกาศงดทำการบิน ส่งผลให้บริษัท ต้องปรับการคาดการณ์จากกรณี Base1 เป็น Low1 ซึ่งจากผลกระทบการแพร่ระบาดฯ ส่งผลกระทบต่อปริมาณเที่ยวบิน IATA ระบุว่าอุตสาหกรรมการบินของเอเชียยังคงล่าช้ากว่าภูมิภาคอื่น ๆ อาจต้อง

ใช้เวลาจนถึงปี ๒๕๖๗ จึงจะกลับมาฟื้นตัวสู่ระดับเดียวกับช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดฯ (ข้อมูล ณ กรกฎาคม ๒๕๖๔) ดังนั้น บริษัทฯ ควรทบทวนมาตรการในการบรรเทาผลกระทบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจได้อย่างทันกาล รวมทั้งผลักดันมาตรการที่สามารถปรับปรุงองค์กรเพื่อความอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน อาทิ ปรับโครงสร้างองค์กรให้มีขนาดเล็กลง ควบรวมบาง Function งาน เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ และผลักดันการพัฒนาเทคโนโลยีและการบริหารจัดการนวัตกรรมที่สามารถนำไปต่อยอดให้เกิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืนต่อไป

ทั้งนี้ ในส่วนของรายได้จากการให้บริการการเดินทางอากาศที่ลดลง บวท. ได้มีการบริหารจัดการติดตามรายได้/ค่าใช้จ่ายอย่างใกล้ชิด และรายงานผลการวิเคราะห์ทางการเงิน/คาดการณ์แนวโน้มผลการดำเนินงานของ บวท. ที่เป็นปัจจุบัน ทบทวนประมาณการรายได้และค่าใช้จ่ายนำเสนอผู้บริหาร เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการบริหารและดำเนินการด้านการเงินให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ การปรับลดค่าใช้จ่ายดำเนินการจะไม่กระทบกับภารกิจด้านความปลอดภัย ในการจัดทำ/ทบทวนงบประมาณประจำปี รวมถึงดำเนินการตามแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินทางการเงินตามที่กำหนดไว้

- **ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ใช้บริการ** บริษัทฯ มีการสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปี ๒๕๖๕ การสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการ มีการแบ่งการสำรวจตามประเภทการให้บริการ ได้แก่ บริการการเดินทางอากาศ บริการข้อมูลข่าวสารการบิน บริการเช่าอุปกรณ์ (Trunked Radio) และ บริการเช่าอุปกรณ์ (AFTN Terminal และ Air to Ground Radio) นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์ผู้บริหารสายการบินอีกด้วย โดยในภาพรวม ความพึงพอใจ เฉลี่ยถ่วงน้ำหนักทุกบริการ ปี ๒๕๖๕ เท่ากับ ๔.๑๔ คะแนน คะแนนความคาดหวังที่มีค่าสูงกว่าความพึงพอใจ (Gap) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการยังมีความคาดหวังที่จะให้เกิดการพัฒนาในคุณภาพการให้บริการอยู่ ซึ่งบริษัทฯ ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงประเด็นที่มีความพึงพอใจต่ำ หรือปรับปรุงประเด็นที่มี Gap สูงที่สุด เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับ ประเด็นความไม่พึงพอใจ และข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการ ซึ่งอาจนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรมใหม่ได้ ทั้งนี้ ในปี ๒๕๖๕ บวท. ได้ดำเนินการเพิ่มช่องทางการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบออนไลน์

บริษัทฯ มีการทบทวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เชื่อมโยงกับสายงานภายในที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกปี ในปี ๒๕๖๖ บริษัทฯ ได้จัดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบจากการดำเนินงานตามพันธกิจหลักของบริษัทฯ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดำเนินงานและส่งผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อบริษัทฯ ทั้งในปัจจุบันและในอนาคตที่สอดคล้องกับแผนงาน/โครงการตามแผนวิสาหกิจปี ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ บริษัทฯ มีการจัดทำระบบจัดเก็บฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เพื่อบันทึกข้อมูลลักษณะเฉพาะของ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของส่วนตลาดของกลุ่มลูกค้า เพื่อให้หน่วยงานภายในได้รับทราบ และสามารถวางแผนดำเนินการได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ได้นำผลวิเคราะห์จากการดำเนินงานบริหารผลลัพธ์/ความสัมพันธ์ มาเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จัดทำคู่มือการดำเนินงานด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

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

- **ปัจจัยอันตรายทางการบิน** ปัจจุบันมีปัจจัยอันตรายทางการบินที่บริษัท ร่วมแก้ไขกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ การจุดบังไฟ การปล่อยโคลลอย/โคลควัน วิद्यุชুমชนรบกวนการบิน ข้อมูลอุตุนิยมวิทยาการบินไม่สมบูรณ์ อากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aircraft System: UAS หรือ Remotely Piloted Aircraft System: RPAS หรือ Drone) และเลเซอร์ ปัจจัยอันตรายดังกล่าวล้วนเป็นความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดอันตรายร้ายแรงต่ออากาศยาน ชีวิต/ทรัพย์สิน และภาพลักษณ์ของประเทศได้ และจำเป็นต้องมีการจัดการที่เหมาะสมจากภาครัฐ โดยปัจจุบัน ICAO ได้กำหนดแนวทางมาตรฐานความปลอดภัยในการปฏิบัติการบินของอากาศยานไร้คนขับขึ้น เพื่อให้การปฏิบัติการบินของอากาศยานไร้คนขับและอากาศยานที่มีผู้โดยสารสามารถปฏิบัติการบินร่วมกันได้อย่างปลอดภัย ดังนั้น บริษัท จึงจำเป็นต้องพิจารณาแนวทางดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยงจากปัจจัยเหล่านี้ โดยมีการสื่อสารปัญหาและแนวทางแก้ไขต่อภาครัฐในระดับนโยบายและสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน และมีแผนงาน/โครงการ รองรับในการแก้ไขปัญหาและควบคุมความเสี่ยงจากปัจจัยอันตรายทางการบินทั้ง ๖ ปัจจัย รวมทั้งมีการจัดทำแนวปฏิบัติ Procedure การบริหารจัดการการจราจรเมื่อพบ Drone และร่วม/เริ่มพัฒนาและนำ IT มาใช้ในการวางแผน/ให้อนุญาตการขึ้นบินของ Drone บริเวณใกล้สนามบิน แต่ทั้งนี้ ยังต้องผลักดันความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ให้มีการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม บริษัท เข้าร่วมหารือแนวทางกับ กพท. ในการจัดทำร่างประกาศ เรื่อง หลักเกณฑ์ที่เป็นข้อห้ามหรือข้อปฏิบัติในการดำเนินกิจกรรมที่กำหนดนอกเขตปลอดภัยในการเดินอากาศ พ.ศ. ... พร้อมให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการห้วงอากาศให้มีความปลอดภัยสูงสุด บริษัท ได้จัดทำบันทึกข้อตกลงร่วมกับ GISTDA ในการพัฒนาการบริหารจัดการห้วงอากาศแบบบูรณาการระหว่างระบบ THAI-CMAC กับระบบบำเพ็ญแล้วเสร็จ ปัจจุบันอยู่ระหว่างพัฒนาโปรแกรมให้เชื่อมต่อกัน และกำหนดแนวปฏิบัติในการใช้ระบบ

- **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 ซึ่งขณะนี้ อยู่ระหว่างรอการ Audit จาก กพท. บวท. มี MOU กับสถาบันการบินพลเรือน (สบพ.) เพื่อพัฒนาบุคลากรให้ตรงตามความต้องการ ของ บวท.

Technology: ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๗ บริบทด้านการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลง และปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๑๐ ทิศทางและแนวโน้มของเทคโนโลยีและมาตรฐานที่ส่งผลกระทบต่อยุทธศาสตร์องค์กร)

- **อากาศยานรูปแบบใหม่** ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการขนส่งทางอากาศก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว การพัฒนา Unmanned Aircraft System (UAS) มีความเสถียรและได้รับความนิยมมากขึ้น อากาศยานไร้คนขับขนาดใหญ่มีการนำมาใช้ประโยชน์มากขึ้น โดยในประเทศไทยเริ่มมีการนำ Drone มาใช้ทั้งในภาคเอกชน ภาครัฐ และภาคความมั่นคง มีแนวโน้มขยายตัวในการปฏิบัติการบินเพิ่มขึ้น ในอนาคตอันใกล้จึงจำเป็นต้องมี Unmanned Aircraft Traffic Management (UTM) ซึ่งเป็นการบริหารจัดการและให้บริการจราจรทางอากาศที่เพิ่มเติมจากบริบทการบินปัจจุบัน เพื่อบริหารจัดการ UAS ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบัน กพท. อยู่ระหว่างการนำเสนอร่างกฎระเบียบ สำหรับการบินเพื่อการเกษตร เพื่อขออนุมัติและ ประกาศใช้งานต่อ คค. นอกจากนี้แผนแม่บทห้วงอากาศ และการเดินอากาศแห่งชาติ ยังได้กำหนดเป้าหมาย การพัฒนาการบริหารจัดการอากาศยานไร้คนขับให้ สอดคล้องกับการจัดการจราจรทางอากาศ โดยเป็น กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ระยะสั้น (ปี ๒๕๖๓-๒๕๖๕) และ กลยุทธ์บูรณาการการบริหารจัดการจราจรทาง อากาศ เพื่อรองรับผู้ใช้งานห้วงอากาศที่หลากหลาย (Integration of ATM and UTM) ภายใต้ยุทธศาสตร์ ระยะกลาง (ปี ๒๕๖๖-๒๕๗๐)
- **Remotely Operated Aerodrome Air Traffic Services (RATS)** คือระบบการให้บริการจราจรทางอากาศเขตสนามบินจากอีกพื้นที่หนึ่งซึ่งไม่ใช่หอบังคับการบิน ณ สนามบิน นั้น โดยรักษาระดับการให้บริการเทียบเท่าสนามบินซึ่งมีบริการควบคุมจราจรทางอากาศ ปัจจุบันบางประเทศได้มีการให้บริการจราจรทางอากาศเขตสนามบินด้วยรูปแบบ Remote Tower Center (RTC) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการจราจรทางอากาศ เพิ่มความสามารถในการรองรับ และพัฒนาความคุ้มค่าในการลงทุน ทั้งนี้ ICAO อยู่ระหว่างการพัฒนาข้อกำหนดเกี่ยวกับ RTC แต่ในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายรับรองในส่วนที่เกี่ยวข้อง หากมีการนำ RTC เข้าใช้งานให้บริการฯ ในประเทศไทยในอนาคต จะส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยและความต่อเนื่องในการให้บริการ ให้บริษัทฯ สามารถให้บริการฯ ในสถานการณ์ฉุกเฉิน

ที่ไม่สามารถให้บริการ ณ หอบังคับการบินได้ รวมทั้งจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถรวมการให้บริการ ณ หอบังคับการหลายแห่งมาไว้ในบริเวณเดียวกันได้ ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงเพิ่มความปลอดภัย และคุณภาพชีวิตให้กับพนักงาน โดยไม่ลดคุณภาพของการให้บริการ การดำเนินการระยะที่ ๑ (ปี ๒๕๖๒ – ๒๕๖๓) จะดำเนินการจัดตั้งศูนย์บริหารจราจรทางอากาศแห่งที่ ๒ (ศจ. ศบ. ศก. ศท.บจ./ศอ.บจ.) และ RTC ภูเก็ต บริษัทฯ มีแผนจัดตั้งศูนย์บริหารจราจรทางอากาศแห่งที่ ๒ (ศจ. ศบ. ศก. ศท.บจ./ศอ.บจ.) ณ พื้นที่บางปิ้ง และ RATS สำหรับภูเก็ต โดยมีแผนดำเนินการในปี ๒๕๖๓-๒๕๖๔ และอยู่ระหว่างการทบทวน Operational Concept การให้บริการการเดินทางอากาศในแต่ละสนามบิน (ATS, RTAS, FIS)

- **System Wide Information Management (SWIM) Concept** คือ แนวคิดที่ครอบคลุมมาตรฐาน โครงสร้างพื้นฐาน และการกำกับดูแล เพื่อการจัดการข้อมูลและการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจราจรทางอากาศระหว่างหน่วยที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ผ่านบริการที่ทำงานร่วมกันได้ โดย ICAO จัดให้ SWIM อยู่ในเรื่องที่มีความสำคัญลำดับต้นๆ ที่จะต้องมีการดำเนินการ เนื่องจาก SWIM เป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการยกระดับระบบการเดินทางอากาศสากล ที่หากไม่มีการดำเนินการจะส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินการในเรื่องอื่น ๆ อาทิ ATFM, FF-ICE ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น บวท. ควรสนับสนุนการดำเนินการด้าน SWIM ต่อไป รวมถึงอาจใช้เป็นโอกาสในการทำธุรกิจ เป็นการเพิ่มช่องทางในการแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก เช่น ใช้ความรู้เชิงเทคนิคที่ บวท. ได้รับในการต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อให้บริการแก่ประเทศ/หน่วยงานต่าง ๆ ในการเชื่อมต่อกับแนวคิด SWIM เป็นต้น ปัจจุบันบริษัทฯ ร่วมกับ CAAS และ Hongkong Civil Aviation Department อยู่ระหว่างการเตรียมการเพื่อจัดการสาธิต SWIM/CRV Demonstration ภายในปี ๒๕๖๖ เพื่อสาธิต/ทดสอบ การแลกเปลี่ยนข้อมูลตามแนวคิด SWIM บนเครือข่าย CRV(Common aeronautical Virtual Private Network)
- **Trajectory-Based Operation (TBO)** การบริหารจราจรทางอากาศที่นำเทคโนโลยีการสื่อสารและการนำร่อง และเทคโนโลยีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์บินมากำหนดเส้นทางการบินด้วยความแม่นยำระดับสูง 4 มิติ ที่ทำให้วางแผนจราจรทางอากาศล่วงหน้าได้นานและแม่นยำมากขึ้น และสามารถลดจำนวนปริมาณ conflict รวมถึงลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศ ส่งผลให้เจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศรองรับอากาศยานในแต่ละช่วงเวลาได้มากขึ้น โดยบริษัทฯ ได้จัดตั้ง Committee of Operational Excellence (OE) เพื่อมอบทิศทางการนโยบาย และบริหารจัดการตามการพัฒนาการดำเนินการ เพื่อมุ่งไปสู่การให้บริการการเดินทางอากาศด้วยคุณภาพสูงสุด
- **Total Airport Management (TAM)** คือการบริหาร/จัดการปฏิบัติการภายในสนามบินทั้งหมดทั้งในส่วน Airside และ Landside ผ่านการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นปัจจุบันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่าน SWIM เพื่อใช้ในการวางแผนและตัดสินใจร่วมกัน ซึ่ง TAM เป็นการขยายขอบเขตจากในระยะ Tactical ผ่านกระบวนการ A-CDM ไปสู่ระยะ Pre-Tactical และ Strategic ทั้งนี้ TAM เป็นการ

บูรณาการเทคโนโลยี/วิธีปฏิบัติที่ใช้สนับสนุนการปฏิบัติการในเขตสนามบินที่มีอยู่แล้ว เช่น AMAN/DMAN, A-SMGCS, A-CDM ให้อยู่ภายในโครงสร้างเดียว การพัฒนาของ TAM จะเป็นประโยชน์กับการให้บริการจราจรทางอากาศ โดย บวท. ได้มีการดำเนินการและติดตามการพัฒนาของแนวคิดและเทคโนโลยี รวมถึงสื่อสารให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าใจ เพื่อการพัฒนาต่อไป

Environment: ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๕ แผนพัฒนาและสภาพอุตสาหกรรมการบินของโลก/ภูมิภาค)

- **การลดก๊าซเรือนกระจกของระบบการบินในประเทศไทย** ประเทศไทยได้ยื่นข้อเสนอการมีส่วนร่วมของประเทศในการลดก๊าซเรือนกระจกและการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Nationally Determined Contributions: NDCs) โดย คค. มอบหมายให้ สนข. เป็นหน่วยงานกลางในการดำเนินการ ซึ่ง สนข. ได้เสนอให้มีการแต่งตั้งคณะทำงาน เพื่อร่วมกันพิจารณาสิ่งที่ประเทศควรต้องดำเนินการในภาคขนส่งสำหรับการเตรียมการดำเนินงาน NDCs โดยในปัจจุบัน ICAO กำหนดมาตรการทางเศรษฐกิจในรูปแบบของ Global Market Based Measure (GMBM) ซึ่งใช้ชื่อว่า CORSIA (Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation) ซึ่งสายการบินต่าง ๆ ของไทยที่ทำการบินระหว่างประเทศได้รับผลกระทบ โดย กพท. ได้มีการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อเตรียมการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องแล้ว ทั้งนี้ สำหรับการดำเนินงานด้านการลดก๊าซเรือนกระจกของระบบการบินระหว่างประเทศ บวท. ได้สนับสนุนมาตรการในการดำเนินการที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้แก่ กพท. เพื่อรายงานต่อ ICAO ต่อไป ทั้งนี้ บวท. ได้กำหนดเป้าหมายในการวัดผลปริมาณ Additional Fuel Burn จากการปฏิบัติการบินตลอดช่วงการบินในความรับผิดชอบของบริษัทฯ โดยในปี ๒๕๖๕ จะจัดทำวิธีการคำนวณและวัดผล ซึ่งจะมีการวัดผลต่อเนื่องและจัดให้มีการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการลดปริมาณ Additional Fuel Burn จากการปฏิบัติการบิน และกำหนดเป้าหมายปริมาณ Additional Fuel Burn จากการปฏิบัติการบิน ตลอดช่วงการบินในปี ๒๕๖๐ ลดลงร้อยละ ๕ จากปีฐาน (เทียบเคียงกับเป้าหมายของ European ATM Master Plan) บริษัทฯ ได้รายงานผลการดำเนินการมาตรการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ต่อ กพท. และ สนข. เป็นประจำทุกปี
- **ผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางเสียง** ปัจจุบัน หน่วยงานกำกับดูแลด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องยังไม่มี การกำหนดเขตพื้นที่อ่อนไหวด้านเสียง (Noise Sensitive Area) แต่อย่างไรก็ดี มีเพียงแต่การบังคับให้จัดทำประเมินแผนที่เส้นเท่าระดับเสียง (Noise Contour) พร้อมกำหนดระดับความดังและแนวทางการชดเชยในแต่ละระดับจากหน่วยงานผู้ให้บริการท่าอากาศยาน ซึ่ง บวท. ได้ให้ความร่วมมือกับผู้ประกอบการสนามบินอย่างใกล้ชิดในการจัดทำข้อมูลต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อมร่วมสนับสนุนข้อมูล/วิธีปฏิบัติ สำหรับการประเมินผลกระทบทางเสียงประกอบการจัดทำรายงาน EIA ของสนามบินต่าง ๆ ในประเทศที่มีการปรับปรุง/เพิ่มความยาวทางวิ่ง เนื่องจากปริมาณเที่ยวบิน ทิศทางการทำการบิน และ SID/STAR เกี่ยวข้องโดยตรงกับ Noise Contour ในบริเวณโดยรอบ

สนาามบิน หากข้อมูลที่น่าไปใช้ไม่ถูกต้องจะส่งผลให้ผลการศึกษาคลาดเคลื่อนและไม่ตรงกับความเป็นจริง และบริษัทฯ ได้ร่วมให้ข้อคิดเห็นต่อ (ร่าง) แผนแม่บทจัดการมลพิษทางเสียงและความสั่นสะเทือน ระยะ ๑๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๘๐) โดยเมื่อประกาศใช้แล้ว บริษัทฯ ต้องสนับสนุนข้อมูลประกอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ การจัดทำแผนที่เส้นเท่าระดับเสียงบริเวณโดยรอบสนาามบิน และสนับสนุนข้อมูลเพื่อประกอบการจัดทำผังเมือง

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

- **พ.ร.บ. การเดินอากาศ (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ. ๒๕๖๒** มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๒ เพื่อให้ครอบคลุมกิจการการบินพลเรือนในทุกมิติที่รัฐต้องกำกับดูแล ยกเว้นการบินพลเรือนของประเทศไทยให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ทันสมัย และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องตามมาตรฐานของ ICAO และรองรับการตรวจสอบตามโครงการตรวจสอบและการกำกับดูแลความปลอดภัยสากล อีกทั้ง พ.ร.บ. การเดินอากาศ (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ ได้ระบุให้ผู้ประกอบกิจการบริการการเดินอากาศ ต้องดำเนินการขอใบรับรองภายใน ๓๖๐ วัน นับแต่ พ.ร.บ. นี้ใช้บังคับ ทั้งนี้ เมื่อวันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๓ ครม. ได้มีมติมอบหมายให้ บวท. ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานให้บริการการจัดการจราจรทางอากาศ และบริการการเดินอากาศที่เกี่ยวข้องสำหรับการบินพลเรือนของประเทศไทย โดยจะต้องดำเนินการขอใบรับรองตามกฎหมาย และไม่มีควมจำเป็นต้องทำสัญญามอบหมายกับกระทรวงคมนาคมอีก นอกจากนี้ พ.ร.บ. ยังได้มอบอำนาจแก่คณะกรรมการการบินพลเรือนในการกำหนดอัตราค่าบริการ หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการคำนวณค่าบริการการเดินอากาศ โดย กพท. ได้รับฟังข้อคิดเห็นต่อร่างข้อบังคับของ กบร. ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการคำนวณค่าบริการการเดินอากาศ และปัจจุบันอยู่ระหว่างนำเสนอ กบร. เพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป บริษัทฯ ได้ยื่นเรื่องขอรับใบรับรองการให้บริการการเดินอากาศ ด้านการจัดการจราจรทางอากาศ ประเภทการจัดการห้วงอากาศ (ASM) และประเภทการจัดการความคล่องตัวของจราจรทางอากาศ (ATFM) แล้วโดย กพท. ได้ตรวจสอบมาตรฐานการปฏิบัติงานตามกระบวนการขอและออกใบรับรอง ในเดือนมิถุนายน ๒๕๖๔ โดยบริษัทฯ ได้รายงานการดำเนินการแก่ NC ทั้งหมด และ กพท. แจ้งผลการพิจารณาแก้ไข NC แล้วเสร็จ โดยการดำเนินการตามขั้นตอน Issuance of the Certificate สำหรับด้าน ASM และ ATFM อยู่ในกระบวนการพิจารณาของ กพท. อนึ่ง เนื่องจาก กพท. ยังดำเนินการกระบวนการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติการเดินอากาศ พ.ศ. ๒๕๔๙/ และที่แก้ไขเพิ่มเติมไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ กพท. จึงจำเป็นต้องชะลอการออกใบรับรองต่าง ๆ ตามขั้นตอน Issuance of the Certificate ทั้งสำหรับ ด้าน CNS, IFPD, ASM และ ATFM ซึ่ง กพท.

คาดการณ์ในเบื้องต้นว่า จะสามารถออกใบรับรองที่เกี่ยวข้องได้ในปี ๒๕๖๖ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ สามารถดำเนินการให้บริการ ANS ทั้งหมดตามปกติได้อย่างต่อเนื่อง

- **(ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐)** สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) ซึ่งเป็นแผนระดับที่ ๒ ซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญในการแปลงยุทธศาสตร์ชาติไปสู่การปฏิบัติ และใช้เป็นกรอบสำหรับการจัดทำแผนระดับที่ ๓ เพื่อให้การดำเนินงานของภาคีในการพัฒนาที่เกี่ยวข้องสามารถสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ ตามกรอบระยะเวลาที่คาดหวังไว้ได้ บริษัทฯ ได้พิจารณาบริบทขององค์กร ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ และพิจารณากำหนดปัจจัยยั่งยืนขององค์กรที่ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals หรือ SDGs) ซึ่งเป็นหนึ่งในหลักในการขับเคลื่อนและวางแผนการพัฒนาประเทศไปสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” รวมทั้งสอดคล้องตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ตามระบบประเมินผล (State Enterprise Assessment Model : SE-AM) ด้านที่ ๑ : การกำกับดูแลที่ดี และการนำองค์กร ซึ่งได้มีการเชื่อมโยงไปสู่การจัดทำแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐
- **แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐)** สศช. ได้จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ (ร่าง) แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ (ร่าง) กรอบแผนพัฒนาภาค พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ รวมถึงบริบทการเปลี่ยนแปลงภายนอกและภายใน เพื่อกำหนดภาพรวมประเด็นการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่สำคัญ และจัดทำเป็น (กรอบ) แผนปฏิบัติการฯ โดยมีเป้าหมายการพัฒนา “เพิ่มมูลค่าระบบโซ่อุปทานของประเทศและเป็นประตูและทางเชื่อมของภูมิภาค โดยบริษัทฯ ได้นำส่งข้อมูลแผนงานการบริหารการเดินทางอากาศ 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 โดยได้ปรับกรอบระยะเวลาของแผนกระทรวงฯ จาก พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔ เป็น พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕ และปรับเปลี่ยนชื่อแผนเป็น “แผนปฏิบัติการด้านคมนาคม (ระยะที่ ๑) พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕” บริษัทฯ ได้นำส่ง “แผนงานพัฒนาการบริการการเดินทางอากาศ ณ สนามบินอู่ตะเภา” ให้กับ สนข. ระยะเวลาดำเนินแผนงาน พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๖๙ ประกอบด้วย (๑) ด้านการออกแบบและก่อสร้างอาคาร และ (๒) ด้านการ

จัดหาและติดตั้งระบบ/อุปกรณ์ รวมทั้ง การดำเนินงานคู่ขนานด้านบุคลากรและด้านมาตรฐานต่าง ๆ โดยกรอบเวลาดำเนินการของโครงการฯ มีความสอดคล้องกับกรอบเวลาของแผนปฏิบัติการฯ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ในแนวพัฒนาที่ ๑ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการพัฒนาของประเทศอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและเครือข่ายโลจิสติกส์ตามเส้นทางยุทธศาสตร์เพื่อเชื่อมโยงอนุภาคและเป็นศูนย์กลางคมนาคมขนส่ง เพื่อส่งเสริมการลดต้นทุนโลจิสติกส์และลดก๊าซเรือนกระจก ตัวชี้วัดที่ ๗ ชี้วัดความสามารถในการรองรับปริมาณผู้โดยสารในท่าอากาศยานหลัก (ล้านคนต่อปี)

- **กฎหมาย พ.ร.บ. ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร** ภาครัฐได้กำหนดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ชัดเจนที่หน่วยงานต้องถือปฏิบัติ บวท. จำเป็นต้องถือปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ ภาครัฐกำหนด รวมทั้งจัดทำแผนขับเคลื่อนการพัฒนาดิจิทัลขององค์กรให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางตามกรอบนโยบายภาครัฐ จึงได้นำแนวทางในการดำเนินการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์กร
- **แผนพัฒนาการขนส่งทางอากาศของประเทศไทย ระยะ ๑๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๗๖)** สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (สนข.) ได้จัดทำแผนพัฒนาฯ ซึ่งครอบคลุมแนวทางการพัฒนาการขนส่งทางอากาศที่สำคัญ ๕ ด้าน ได้แก่ ๑) ด้านการพัฒนาระบบท่าอากาศยาน และโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยง 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
- **แผนแม่บทห้วงอากาศและการเดินทางแห่งชาติ** แผนแม่บทห้วงอากาศและการเดินทางแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๓ เป็นแผนพัฒนาการเดินทางอากาศของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแผนการเดินทางอากาศสากล (Global Air Navigation Plan: GANP) และ APAC Seamless ANS Plan โดยมีวัตถุประสงค์ในการกำหนดกรอบแนวทางการพัฒนาระบบห้วงอากาศและการเดินทางของประเทศ เพื่อให้ระบบห้วงอากาศและการเดินทางของประเทศมีศักยภาพในการรองรับ การเติบโต

ของปริมาณจราจรทางอากาศ ตอบสนองภารกิจความมั่นคง และเสริมสร้างขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และมีเป้าหมายในการยกระดับขีดความสามารถระบบการเดินอากาศในภาพรวมของประเทศทั้งระบบ และนำแนวคิด Flexible Use of Airspace (FUA) เข้าใช้งาน เพื่อให้ได้มาซึ่งการเดินอากาศแบบไร้รอยต่อในระดับสากล ให้เกิดการใช้ห้วงอากาศอย่างเกิดประโยชน์สูงสุด และเพื่อให้ประเทศไทย มีการพัฒนาระบบการเดินอากาศที่เป็นระบบ เป็นรูปธรรม และยั่งยืน ทั้งนี้ บวท. มีกลยุทธ์สร้างความร่วมมือและบริหารจัดการเส้นทางบินให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและเชื่อมโยงเส้นทางบินทั้งภูมิภาค รวมทั้งแผนงานสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ห้วงอากาศและการเดินอากาศแห่งชาติ ภายใต้แผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๕-๒๕๖๙ ซึ่งได้ผลักดันให้มีการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง ได้นำตัวชี้วัดที่อยู่ในความรับผิดชอบของบริษัท มาบรรจุในแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๕-๒๕๖๙ พร้อมกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัด และโครงการ/งานให้สอดคล้องกับเป้าหมายยุทธศาสตร์แผนแม่บทห้วงอากาศและการเดินอากาศแห่งชาติในแต่ละระยะแล้ว

- **แผนยุทธศาสตร์การจัดตั้งสนามบินพาณิชย์ของประเทศ** ปัจจุบันคณะทำงานฯ ได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์การจัดตั้งสนามบินพาณิชย์ของประเทศ ฉบับทบทวน ให้ กพท. เรียบร้อยแล้ว โดยอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาของ กพท. ทอท. มีแผนก่อสร้าง ทชม. แห่งที่ ๒ และ ทภก. แห่งที่ ๒ (สนามบินพังงา) ในปี ๒๕๗๑ และแล้วเสร็จในปี ๒๕๗๘ บริษัทฯ ต้องมีการเตรียมความพร้อมการจัดการห้วงอากาศ ระบบ/อุปกรณ์ บุคลากร และการบริหารจัดการรองรับสำหรับสนามบินแห่งใหม่ เพื่อตอบสนองแผนยุทธศาสตร์การจัดตั้งสนามบินพาณิชย์ของประเทศ
- **GANP 7th edition** GANP ฉบับใหม่ มีการแบ่งระดับของแผนให้ชัดเจน ตั้งแต่ระดับโลก ระดับภูมิภาค จนถึงระดับประเทศ ซึ่งได้กำหนด Basic Building Block (BBB) คือพื้นฐานที่จำเป็นต้องพัฒนา ก่อนการพัฒนาตามประเด็นการพัฒนาต่าง ๆ รวมทั้งได้พัฒนาตัวชี้วัดเพิ่มเติม และอธิบายความสัมพันธ์ของการพัฒนาด้านต่าง ๆ กับการพัฒนาของตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง โดย บวท. จำเป็นต้องศึกษาแนวทางการพัฒนา และตัวชี้วัดที่เหมาะสมเพื่อนำมาปรับใช้ในองค์กร รวมถึงเน้นการพัฒนา BBB ในลำดับแรก
- **ASEAN ANS Master Plan** เป็นแผนงานที่ปรับปรุงจาก ASEAN ATM Master Plan โดยมีการปรับชื่อแผนเนื่องจากการขยายขอบเขตของแผนจากการบริหารจัดการจราจรทางอากาศ (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 กล่าวคือ ๑) การดำเนินงานด้านการบริหารจราจรทางอากาศในเขตสนามบิน ๒) เขตประชิดสนามบิน ๓) ตามเส้นทางบิน ๔) ความร่วมมือระหว่างพลเรือนและทหาร และ ๕) ระบบที่สามารถ

ทำงานร่วมกันได้ตามมาตรฐานสากล โดยมีเรื่องที่ประเทศสมาชิกอาเซียนต้องพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกัน ๗ เรื่อง (Required ASEAN-Wide Harmonized Implementation) คือ PBN Routes, ATFM, AIDC, AIM, CRV, SWIM และ FF-ICE โดยกำหนดให้ประเทศสมาชิกรายงานผลการดำเนินงาน ๒ ครั้งต่อปี ต่อที่ประชุม Strategic Planning Group (SPG) ซึ่งสิงคโปร์ได้รับบทบาทเป็นประธานที่ประชุมต่อจากฟิลิปปินส์ ในปี ๒๕๖๕ ประเทศไทย โดย บวท. จะต้องดำเนินการตามแผน และรักษาความเป็นผู้นำอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่อง CRV, ATFM, IM SWIM และ FF-ICE พร้อมทั้งพัฒนาความสามารถในการประมวลผลตัวชี้วัด และ Simulation and Modelling เพื่อให้สามารถสอบทานผลการศึกษาค้นคว้าพัฒนาเส้นทาง PBN จาก ATMRI ประเทศสิงคโปร์ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีข้อคิดเห็นและเสนอแนะต่อ ASEC ว่าไม่สามารถยอมรับผลการศึกษานี้ได้ เนื่องจากสมมติฐานและข้อมูลที่นำมาประกอบการศึกษาไม่ถูกต้องและไม่ครบถ้วน หากรายงานถูกนำไปอ้างอิงจะมีผลเสียต่อประเทศไทย โดย บริษัทฯ ได้ขอเสนอให้พิจารณานำผลการศึกษาดังกล่าวไปหารือในเวที ICAO South China Sea Traffic Flow Review Group (SCSTFRG) ที่มีผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางด้านการบิน เพื่อขอข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อไป

- **การให้บริการการเดินทางอากาศโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตามแนวทางของ CANSO (Green ATM)** ซึ่งเป็นโครงการเพื่อตรวจประเมินให้คะแนน ANSPs สำหรับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยหน่วยงานที่เป็นอิสระและได้รับการยอมรับในอุตสาหกรรม ซึ่งโครงการจะตรวจประเมินการดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งทางตรงและทางอ้อมของหน่วยงาน ผ่านการตรวจสอบด้านต่าง ๆ ๔ ด้าน และมีการชั่งน้ำหนักคะแนน ดังนี้ (๑) ด้านการกำกับดูแล (Governance) ร้อยละ ๑๕ (๒) ด้านการปรับปรุง ATM (Improved ATM) ร้อยละ ๖๕ (๓) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค (Infrastructure and Utilities) ร้อยละ ๑๔ (๔) ด้านอื่น ๆ (Other) ร้อยละ ๖ บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการดำเนินการกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ตามแนวทาง Green ATM ซึ่งหากต้องเข้ารับการตรวจประเมินจะต้องดำเนินการวิเคราะห์สถานะการดำเนินงานและระดับคะแนน ทั้ง ๔ ด้าน ของบริษัทฯ ณ ปัจจุบัน พร้อมทั้งสิ่งที่บริษัทฯ ต้องดำเนินการเพิ่มเติม และมุ่งเน้น/ผลักดันการพัฒนาการให้บริการ/การดำเนินการด้านต่าง ๆ ตามกรอบการดำเนินการ ๔ ด้าน และระดับการให้คะแนน ตามแนวทาง Green ATM ของ CANSO

๒.๓ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้ McKinsey 7S Framework (Strategy, Structure, Style, System, Staff, Skill, Shared Value) (ปัจจัยขับเคลื่อนที่ ๑ ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อสมรรถนะขององค์กร)

7S : Strategy

- **สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดตามบันทึกข้อตกลงฯ พ.ศ. ๒๕๖๔ และตัวชี้วัดของแผนวิสาหกิจ (เบื้องต้น)** บวท. ได้กำหนดตัวชี้วัดเพื่อติดตามและวัดผลการดำเนินการขององค์กรตามวิสัยทัศน์ ทิศทางองค์กร/เป้าหมายระยะยาวที่ตั้งไว้ โดยในปีงบประมาณ ๒๕๖๕ บวท. มีตัวชี้วัดตามบันทึกข้อตกลงฯ ๑๓ ตัว (ในส่วนการดำเนินงานตามนโยบายและผลการดำเนินงานของ รัฐวิสาหกิจ) และตัวชี้วัดตามแผนวิสาหกิจ ๕๕ ตัว (ไม่รวมตัวชี้วัดที่ซ้ำกับตัวชี้วัดบันทึกข้อตกลงฯ ๔ ตัว) รวมเป็นตัวชี้วัดทั้งสิ้น ๖๘ ตัว ผลการดำเนินการของตัวชี้วัดตามบันทึกข้อตกลงฯ และตัวชี้วัดตามแผนวิสาหกิจส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางที่ดีจากการติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด แสดงให้เห็นว่าองค์กรกำลังพัฒนาไปตามทิศทางของเป้าหมายที่กำหนดไว้ สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานมากนัก เนื่องจากมีการเตรียมการรองรับและแก้ปัญหา อุบัติเหตุ รวมถึงพิจารณากำหนดค่าเกณฑ์วัดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ แสดงให้เห็นถึงการปรับตัว และเตรียมความพร้อมของบริษัทฯ
- **สรุปผลการดำเนินการโครงการ/งานตามแผนวิสาหกิจ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕**
 ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ มีโครงการที่แล้วเสร็จ หรือเป็นไปตามแผนร้อยละ ตามแผน ๕๘ แผนงาน (คิดเป็นร้อยละ ๘๐.๕๖) และล่าช้า ๑๔ แผนงาน (คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๔๔) โดยแผนงานที่ล่าช้าส่วนใหญ่เป็นแผนงานภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ โดยเฉพาะ S2.1 ยกระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติการและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน/เทคโนโลยีสนับสนุนการเดินทางอากาศตลอดช่วงการบิน โดยความล่าช้าของแผนงานเกิดจากความล่าช้าของการดำเนินโครงการที่อยู่ภายใต้ หากมีโครงการใดโครงการหนึ่งภายใต้แผนงานดำเนินการล่าช้ากว่าแผน จะนับว่าแผนงานนั้นล่าช้า ความล่าช้าของแผนงานจึงอาจส่งผลกระทบต่อพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการการเดินทางอากาศ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามเป้าหมายที่บริษัทฯ กำหนดไว้ จึงควรให้ความสำคัญในการกำกับ ติดตาม และบริหารผลลัพธ์ให้แผนงานบรรลุความสำเร็จตามที่กำหนดไว้ โดย บริษัทฯ มีการติดตามความคืบหน้าของโครงการอย่างใกล้ชิด และรายงาน EMM เป็นประจำทุกเดือน
- Operational Excellence (OE) บริษัทฯ ได้จัดตั้ง Committee of Operational Excellence (OE) เพื่อมอบทิศทาง/นโยบายและบริหารติดตามการพัฒนาการดำเนินการ เพื่อมุ่งไปสู่การให้บริการการเดินทางอากาศด้วยคุณภาพสูงสุด โดยจัดให้มีการประชุมร่วมกันทุกวันอังคารเป็นประจำทุกสัปดาห์ เพื่อให้แนวทางในการดำเนินการและบริหารติดตาม สำหรับประเด็นสำคัญอย่างใกล้ชิด คือการพัฒนาไปสู่ TBO ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทฯ สามารถขับเคลื่อนการดำเนินการให้เป็นไปตามแผน และสามารถปรับตัว/พัฒนาการให้บริการฯ ได้ทันตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมเทคโนโลยี และความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน รวดเร็ว
- **สถานะทางการเงิน** จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่มีแนวโน้มดีขึ้น และนโยบายการเปิดประเทศของไทย และนานาประเทศทั่วโลก ส่งผลให้เที่ยวบินที่จัดเก็บรายได้ของ

บริษัทฯ ในปี ๒๕๖๕ มีปริมาณ ๔๕๐,๗๑๓ เที่ยวบิน เพิ่มขึ้นจากเที่ยวบินในปี ๒๕๖๔ ร้อยละ ๕๖.๓ บริษัทฯ ได้บริหารสภาพคล่อง โดยมีการดำเนินการ ทั้งด้านรายได้ ปรับลดค่าใช้จ่าย จัดหาแหล่งเงินระยะสั้น และระยะยาว เร่งรัดติดตามหนี้ และบริหารความสามารถในการชำระหนี้ การดำเนินการด้านรายได้ บริษัทฯ ได้ทบทวนโครงสร้าง/อัตราค่าบริการ และทบทวนแผนธุรกิจเพื่อแสวงหารายได้เพิ่มเติม และจัดทำแผนการเงินที่สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ และปรับปรุงทุกปี อีกทั้งในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง บวท. ได้กำหนดตัวชี้วัดด้านการเงินคือ Cost/IFR hours โดยเปรียบเทียบกับหน่วยงานผู้ให้บริการการเดินทางอื่น ๆ ใน CANSO พร้อมทั้งกำหนดตัวชี้วัดด้านอัตราค่าบริการฯ เพื่อให้ บวท. สามารถรักษาระดับการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนงาน และโครงการสนับสนุน

- **กลยุทธ์และมาตรการการดำเนินงานของ บวท. เพื่อรองรับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19** บวท. มีการติดตามสถานการณ์ ประเมินความเสี่ยง และออกมาตรการดำเนินการ รวมทั้งได้จัดทำแผนรองรับสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ของ บวท. ให้สอดคล้องตาม CANSO Guidance บริษัทฯ ได้ทบทวนแผนรองรับสถานการณ์ แผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) ให้เหมาะสมและพร้อมใช้งาน สามารถตอบสนองต่ออุบัติการณ์ต่าง ๆ ได้อยู่เสมอ ส่งเสริมนวัตกรรม เพื่อขับเคลื่อนองค์กรและขยายผลเชิงพาณิชย์ โดยได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการจัดการนวัตกรรม และคณะกรรมการจัดการนวัตกรรม เพื่อดำเนินการส่งเสริมงานด้านนวัตกรรม เพื่อขับเคลื่อนองค์กรบนพื้นฐานของการจัดการนวัตกรรม และขยายผลเชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรมนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลเข้าใช้งาน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพกระบวนการทำงาน ลดขั้นตอน/เวลาในการทำงาน และสนับสนุนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

7S : Structure

- **โครงสร้างองค์กร/โครงสร้างหน่วยงาน** โครงสร้างองค์กร ด้วยสภาพแวดล้อมต่างๆ ในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อองค์กร ไม่ว่าจะเป็นนโยบายภาครัฐ พ.ร.บ. การเดินทาง (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไป และกระทบต่อความต้องการเดินทางทางอากาศ ตลอดจนสภาพเศรษฐกิจของโลก ปัจจัยต่าง ๆ ล้วนเป็นสาเหตุสำคัญที่องค์กรจำเป็นต้องมีการทบทวนโครงสร้างองค์กรและโครงสร้างหน้าที่รับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องรองรับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับโครงสร้างองค์กร และกำหนดหน้าที่รับผิดชอบให้สนองตอบกับสถานการณ์และมาตรฐานการให้บริการ รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการบริหารต้นทุน ปัจจุบัน อยู่ระหว่างการวางแผนและดำเนินการเกลี่ยอัตราค่าส่งกลุ่มหน่วยงานที่มีความจำเป็นลำดับต้น กับสายงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกำหนดตำแหน่ง คุณสมบัติบุคลากรที่จำเป็นต้องสรรหา และอยู่ระหว่างการ

สรรหาบุคลากรภายในเพื่อโอนย้ายหน่วยงาน เพื่อให้มีอัตรากำลังที่สอดคล้องกับภารกิจที่ปรับเปลี่ยน

7S : System

- **การบริหารความเสี่ยง** การบริหารความปลอดภัยและความเสี่ยงของบริษัทฯ มีการดำเนินงานเชิงรุกอย่างเป็นระบบอย่างต่อเนื่อง โดยมีสถิติความปลอดภัยอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม (Safety Performance อยู่ในระดับดีกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม) อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงประสบกับความเสี่ยงในเรื่องการบริหารสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทฯ ไม่เพียงพอ (RF10) ซึ่งสาเหตุหลัก ๆ เกิดจากความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทฯ ไม่เพียงพอ, ไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายให้สอดคล้องกับรายรับ และไม่สามารถเรียกเก็บรายได้ ได้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายคงที่ (Fix Cost) เป็นต้น บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะทำงานทบทวนโครงสร้าง/อัตราค่าบริการการเดินทางอากาศ และการทบทวนแนวทางแสวงหารายได้เพิ่มเติม เพื่อให้การจัดเก็บรายได้ครอบคลุมการให้บริการทุกด้าน และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ในปัจจุบัน บริษัทฯ ทบทวนสถานะการเงินและสภาพคล่องทางการเงิน เพื่อกำหนดเป้าหมายการปรับลดค่าใช้จ่าย รวมทั้ง ออกมาตรการปรับลดค่าใช้จ่ายดำเนินการที่ไม่กระทบกับภารกิจด้านความปลอดภัย ปัจจุบัน บริษัทฯ อยู่ระหว่างทบทวนมาตรการควบคุมค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรเพิ่มเติม
- **การพัฒนากระบวนการทำงาน** บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรเข้าใช้งาน เพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยได้แปลงวิสัยทัศน์ เป้าหมาย กลยุทธ์ พันธกิจ มาสู่การปฏิบัติผ่านการจัดการระบบงานและกระบวนการ และให้ความสำคัญกับการทบทวน/พัฒนาระบบงาน/กระบวนการขององค์กร ในทุกระดับโดยปัจจุบันได้มีการบูรณาการระบบงานขององค์กรกับระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ (SE-AM) โดยมีการทบทวน/จัดทำกระบวนการตามโครงสร้างกระบวนการและจัดทำชุดตัวชี้วัดกระบวนการให้สอดคล้องตามเกณฑ์ Enablers ซึ่งสามารถนำไปใช้วัดผลลัพธ์การทำงานตามภารกิจหน่วยงาน ตามโครงสร้างกระบวนการได้อย่างครบถ้วน การบูรณาการระบบงานขององค์กรกับระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ (SE-AM) ส่งผลให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการทั่วทั้งองค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับการประเมินผลการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร ช่วยลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ
- **โครงสร้างเส้นทางบิน และการบริหารห่วงอากาศ** ในปัจจุบันจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้ปริมาณการจราจรทางอากาศทั่วโลก และใน Bangkok FIR ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้ปริมาณการจราจรทางอากาศที่เกิดขึ้นจริงนี้ ไม่สามารถสะท้อนความสามารถในการรองรับปริมาณการจราจรทางอากาศของห่วงอากาศได้ การปรับปรุงโครงสร้างห่วงอากาศและเส้นทางบินอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาเส้นทางบินคู่ขนาน (Parallel Route) และการจัดการจราจรแบบทางเดียว (Uni-directional) ทั่วประเทศ การพัฒนาเส้นทางบินไปสู่ RNP2/RNAV2 เพื่อเพิ่มความปลอดภัยและประสิทธิภาพการใช้งานพื้นที่ห่วงอากาศโดยรวม รวมทั้งนำมามาตรการ ATFM

เข้าใช้งานเพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพในการบริหารสภาพคล่องจราจรทางอากาศแบบไร้รอยต่อในระดับภูมิภาค บริษัทฯ อยู่ระหว่างการปรับการให้บริการการเดินทางอากาศ ทั้งในพื้นที่เขตสนามบิน และนอกเขตสนามบิน สำหรับการให้บริการในเขตสนามบิน โดยบริษัทฯ อยู่ระหว่างการออกแบบและพัฒนาห้วงอากาศสำหรับสนามบินที่มีความซับซ้อนของการจราจรทางอากาศ (Metroplex) ได้พัฒนาเส้นทางบิน Uni-directional Parallel Route สำหรับเส้นทางบินด้าน ทิศตะวันออก ทิศใต้ และทิศตะวันตก แล้วเสร็จ และเปิดใช้งานทั้งสิ้น ๖ เส้นทางบิน ปรับปรุงเส้นทางบิน PBN แบบ RNP2/RNAV2 โดยในปี ๒๕๖๔ ได้รับอนุมัติจาก กพท. ๔ เส้นทางบิน บริษัทฯ อยู่ระหว่างการศึกษาระดับการให้บริการการเดินทางอากาศภายในเขตสนามบินที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทฯ โดยผลการศึกษาเบื้องต้น ได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารระดับสูงแล้ว และอยู่ระหว่างการศึกษาเชิงลึกต่อไป สำหรับการให้บริการนอกเขตสนามบิน บริษัทฯ อยู่ระหว่างการเตรียมความพร้อมในการจัดตั้ง Flight Information Center (FIC) เพื่อให้บริการ Flight Information Service และ Alerting Service ให้ครอบคลุมทุกห้วงอากาศในเขต Bangkok FIR ให้มีความชัดเจนเพิ่มเติมจากการให้บริการจราจรทางอากาศที่ดำเนินการในปัจจุบัน โดย FIC จะให้บริการในเขตนอกพื้นที่ Controlled Airspace เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเติบโตอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืนของอุตสาหกรรม การบิน โดยไม่เพิ่มภาระงานให้กับเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศ คาดว่า บริษัทฯ จะสามารถเปิดให้บริการ FIC ได้ในช่วงปลายปี ๒๕๖๖

- **การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าใช้งาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และลดต้นทุนขององค์กร** บพท. ยังอยู่ระหว่างการพัฒนานำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าใช้งานได้อย่างทั่วถึงทั้งองค์กร จะมีผลต่อการเชื่อมโยงกันระหว่างระบบและฐานข้อมูลต่าง ๆ ภายในองค์กร ซึ่ง บพท. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบสารสนเทศให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และสอดคล้องกับความต้องการในการใช้งาน เพื่อให้องค์กรสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้งานอย่างเหมาะสมสามารถยกระดับผลิตภาพในการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวม ขยายผลไปสู่การลดต้นทุนขององค์กรในระยะยาว บริษัทฯ ได้จัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัล พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ และแผนปฏิบัติการประจำปี (Digital Roadmap and Action Plan) และได้มีการกำหนดนโยบายดิจิทัลของบริษัทฯ ทั้ง ๗ ด้าน เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการ Digital Transformation ระยะที่ ๑-๓ โดยได้พัฒนาระบบ AEROTHAI Digitization เข้าใช้งาน ได้ตั้งคณะทำงานบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ สำหรับองค์กร (Big Data Management) และมอบหมายนักวิเคราะห์ข้อมูลประจำสายงาน (Business Analyst) เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลของบริษัทฯ และนำข้อมูลที่มีอยู่มาวิเคราะห์ให้ งานให้เกิดประโยชน์ต่อไป
- **การพัฒนานวัตกรรม และการนำเข้าใช้งาน** บริษัทฯ มีการส่งเสริมนวัตกรรม และจัดประกวดนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยผลงานนวัตกรรมของบริษัทฯ ได้รับรางวัลจากเวทีระดับประเทศ และระดับโลกอีกด้วย ที่ผ่านมามีผลงานนวัตกรรมและแนวคิดส่วนใหญ่เป็นการแก้ปัญหาในงานหรือ

การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในเฉพาะบางหน่วยงานเท่านั้น ยังไม่สามารถขยายผลการใช้งานอย่างทั่วถึงทั้งองค์กร บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดทำแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม (กรอบเวลา ๕ ปี) พร้อมจัดทำโครงการ/งานตามแผนแม่บท และเริ่มนำมาใช้ดำเนินการแล้วตั้งแต่ปี ๒๕๖๓ บวท. และมีการกำหนดตัวชี้วัดด้านนวัตกรรมในแผนวิสาหกิจ พร้อมทั้งได้มีการปรับปรุงกระบวนการจัดการนวัตกรรมภายในองค์กรตามเกณฑ์ SE-AM ประสิทธิภาพการดำเนินงานตามเกณฑ์ประเมินผลองค์กรด้านการจัดการนวัตกรรม โดยในปี ๒๕๖๕ มีการทบทวนโครงสร้างการจัดการนวัตกรรม และเพิ่มคณะทำงานใหม่ AEROTeam Green CNS/ATM EECi เป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างทบทวนนโยบายการจัดการนวัตกรรม มีการจัดทำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการประจำปีด้านนวัตกรรม ปรับเปลี่ยนรูปแบบการประกวดผลงานนวัตกรรมเป็นการจัดงาน i-Preview i-Battle ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากพนักงาน และฝ่ายบริหาร มีการศึกษา Dominant Innovator พัฒนาศักยภาพนวัตกรรม โดยการจัดอบรม “โครงการผลิตบัณฑิตพันธุ์ใหม่” โดยทำ MOU ร่วมกับ วิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และเดินทางไปดูงาน ณ วังจันทร์วัลเลย์ ปตท. จัดกิจกรรม My small idea .. ทุก idea มีความหมาย” เพื่อกระตุ้นให้เกิดการคิดสร้างสรรค์ คิดปรับปรุง แก้ไขปัญหาการทำงาน

- **การดำเนินการจัดทำบันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือ** บริษัทฯ ได้มีการจัดทำบันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ มาอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับข้อตกลงที่เป็นประโยชน์กับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้มีการจัดทำบันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ดังนี้ Memorandum of Agreement: MOA กับกองทัพเรือ (ทร.) Memorandum of Cooperation : MOC กับสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) MOA กับ กองทัพอากาศ (ทอ.) Letter of Agreement (LOA) กับกรมอุตุนิยมวิทยา (อท.) บันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่าง Air Traffic Management Bureau (ATMB) Civil Aviation Administration of China (CAAC) ทั้งนี้ บันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือ ที่บริษัทฯ ได้จัดทำร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ เป็นข้อตกลงที่เป็นประโยชน์กับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์ COVID-19 และข้อติดขัดในเงื่อนไขของข้อตกลงอาจทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถดำเนินการลงนามในบันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือได้ทันเวลาตามกำหนด ส่งผลให้การดำเนินการระหว่างหน่วยงานล่าช้า และอาจส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการการดำเนินงานภายในองค์กรต่อไป

7S : Staff

- **ผลิตภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร (Productivity)** บริษัทฯ ได้เข้าร่วมใน CANSO Global Benchmarking Workgroup โดยมีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานด้านประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน (Cost Efficiency) และด้านผลิตภาพของบุคลากร (Staff Productivity) ของบริษัทฯ กับหน่วยงานที่ให้บริการการเดินทางอากาศอื่น ๆ (Air Navigation Service Providers: ANSPs) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้บริการประเภทเดียวกับบริษัทฯ จากทั่วโลก มาโดยตลอดตั้งแต่ปี ๒๕๕๒ โดยพบว่า

พนักงานควบคุมการจราจรทางอากาศของบริษัทฯ มีชั่วโมงปฏิบัติงานต่อคน ต่อปี อยู่ในกลุ่มที่สูงที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มคู่แข่งมาโดยตลอด และมี ค่า ATCO in OPS Hour Productivity (IFR hours/ATCOin OPS Hours: ผลิตภาพของพนักงานผู้ควบคุมการจราจรทางอากาศ) ที่ต่ำเกือบที่สุดในกลุ่มคู่แข่ง ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีมาตรการควบคุมชั่วโมงปฏิบัติงาน ล่วงเวลาอย่างใกล้ชิด และมีแผนดำเนินการเพื่อปรับลดชั่วโมงปฏิบัติงานของพนักงานควบคุมการจราจรทางอากาศให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด โดยจะใช้วิธีการจัดตารางปฏิบัติงาน (Roster) ในรูปแบบ Staggered Shift

- **การบริหารทรัพยากรบุคคล** บวท. มีการบริหาร/พัฒนาทรัพยากรบุคคลที่ชัดเจน มีแผนอัตรากำลัง เพื่อสร้างบุคลากรที่มีศักยภาพ มีความผูกพัน มีแนวทางที่ชัดเจนเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการทดแทนบุคลากร เช่น การบริหารการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) และการบริหารจัดการคนเก่ง (Talent Management) อย่างเป็นระบบและมีความเป็นมืออาชีพ ให้เพียงพอรองรับในอนาคต เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมาย ตลอดจนมีแนวทางจัดตั้งศูนย์ผลิตบุคลากรการจัดการจราจรทางอากาศมืออาชีพ (ATM Professional Center) เพื่อสร้างบุคลากรด้านการบิน ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล จากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ของโลก ทั้งโรคระบาด ภัยธรรมชาติ วิกฤตเศรษฐกิจ วิกฤตการณ์ทางการเมือง และสถานการณ์ฉุกเฉิน ตลอดจนความผันผวน ของปริมาณจราจรทางอากาศ ความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการบิน ส่งผลให้บริษัทฯ จำเป็นต้องมีการทบทวนการวางแผนและการบริหารอัตรากำลังให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ บริษัทฯ ได้มีการทบทวนแผนอัตรากำลัง ๕ ปี และ ๑๐ ปี จัดทำ Competency (Core/Functional Competencies) ทั้งทั้งองค์กรแล้วเสร็จ พร้อมจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรตาม Training Roadmap ตามกรอบความสามารถ (Competency Framework) โดยกำหนดหลักสูตรวิชาตามความสามารถของทั้ง ๓ ประเภท คือ Leadership Competencies, Core Competencies และ Functional Competencies บริษัทฯ ดำเนินการจัดทำแผนแม่บททรัพยากรบุคคล (HCM) แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม และแผนแม่บทการจัดการความรู้ตามเกณฑ์ระบบประเมินผลใหม่ Core Business Enablers ที่มีองค์ประกอบครบถ้วนแล้วเสร็จ

- **การเกษียณอายุของพนักงาน** การเกษียณอายุของพนักงานพร้อมกันจำนวนมาก ส่งผลต่อการบริหารทรัพยากรบุคคล การสรรหาบุคลากรทดแทน การถ่ายทอดความรู้ และการบริหารความต่อเนื่องของงาน ดังนั้น บวท. จึงได้ใช้แนวทางการสรรหาบุคลากรทดแทน ๕ ปี ล่วงหน้าสำหรับวิศวกร และ ๑๐ ปี ล่วงหน้า สำหรับเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศ เพื่อให้สามารถพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงานได้ทันกับการเกษียณอายุของพนักงาน พร้อมทั้งสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างครบถ้วน ต่อเนื่อง และดำเนินการส่งเสริมการจัดการความรู้มาอย่างต่อเนื่อง พก.พส. ดำเนินการออกแบบระบบการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ บริษัทฯ ชะลอการดำเนินโครงการ Early Retire เนื่องจากความจำเป็นในการบริหารกระแสเงินสดขององค์กร ในช่วงที่ได้รับผลกระทบจาก 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 เพื่อเป็นกลไกในการสร้างมูลค่าเพิ่มและขับเคลื่อนองค์กร เพื่อสร้างความสามารถให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน แต่ยังคงต้องพัฒนาความสามารถของพนักงานและฝ่ายจัดการให้ตรงตามความต้องการของหน่วยงาน ตำแหน่ง สภาพแวดล้อมการทำงานและการพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน (Disruption) รวมถึงการสร้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialist) เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางองค์กรในระยะยาวและการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มบุคลากร บริษัทฯ ได้ดำเนินการทบทวนคุณสมบัติประจำตำแหน่ง (Success Profile) ของฝ่ายจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลง ที่รวดเร็วของเทคโนโลยีในปัจจุบัน (Disruption) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถของฝ่ายจัดการ ตลอดจนเป็นหลักเกณฑ์ในการสรรหา และพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งต่อไป
- **Talent Management** ปัจจุบันบริษัท บริษัทฯ มีนโยบายในการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูง (Talent) และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialist) ให้มีคุณสมบัติ/ความสามารถเพียงพอต่อการสนับสนุน/เข้าร่วมดำเนินการ/เข้าร่วมเป็นคณะทำงาน/เข้าร่วมการประชุมของ ICAO CANSO APEC ASEAN และเวทีระหว่างประเทศต่าง ๆ ด้วยการนำเครื่องมือการจัดการความรู้มาสนับสนุนการส่งต่อความรู้/ประสบการณ์ของ Talent (Specialist) พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการสร้าง Talent Pool ขึ้นในองค์กร ซึ่งถือเป็นการบริหารความเสี่ยงขององค์กรที่อาจสูญเสียความรู้/ประสบการณ์ที่เป็นความสามารถพิเศษไปพร้อมกับพนักงานในกรณีเสียชีวิต เกษียณอายุ หรือลาออก (Knowledge Risk) อีกด้วย ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้ออกแบบการพัฒนาหลักสูตรสำหรับพนักงานที่มีศักยภาพสูง (Talent) และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialist) ตามคุณสมบัติของผู้แทน ICAO Panel/Study Group ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ได้แก่
 - ๑) Air Traffic Management Operations Panel
 - ๒) Communications Panel
 - ๓) Surveillance Panel
 - ๔) Navigation System Panel
 - ๕) ATM Requirement & Performance Panel
 - ๖) Information Management Panel
 - ๗) Instrument Flight Procedures Panel

๘) Global Air Navigation Plan Study Group

๙) Trust Framework Study Group

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะดำเนินการคัดเลือก Talent (Specialist) ตามกระบวนการคัดเลือกของบริษัทฯ ต่อไป

7S : Style

- **ผู้บริหารมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง/นโยบายที่ชัดเจน รวมถึงส่งเสริม/ปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร** ในปัจจุบันบริษัทฯ ได้ดำเนินการสื่อสาร/ถ่ายทอดทิศทาง/นโยบายองค์กร รวมถึงสถานการณ์ที่บริษัทฯ กำลังเผชิญ ผ่านกิจกรรม/ช่องทางต่าง ๆ เช่น ประชุมสัมมนาผู้บริหารพบพนักงาน INTERNET, INTRANET, Zoom Meeting, Facebook, Line, E-Mail แลกเปลี่ยนข้อมูล ฯลฯ โดยมีกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร พร้อมทั้งเน้นย้ำให้ฝ่ายจัดการสื่อสารข้อมูลสำคัญขององค์กรผ่านการประชุมหน่วยงานเป็นประจำทุกเดือน

7S : Shared Value

- **วัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร** บริษัทฯ ได้ทบทวน/กำหนดวัฒนธรรมองค์กร (AEROTeam) และค่านิยมองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อให้มั่นใจว่าพฤติกรรมที่พึงประสงค์ภายใต้วัฒนธรรมองค์กรจะนำองค์กรไปสู่ทิศทางและเป้าหมายที่กำหนดได้อย่างยั่งยืน บริษัทฯ นำเกณฑ์ประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจระบบใหม่ (SE-AM) มาใช้ในการกำหนดกรอบการส่งเสริมพฤติกรรมทางวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้ระบบดำเนินการต่าง ๆ ภายในองค์กรเป็นไปตามเป้าหมายและผลลัพธ์ที่กำหนด รวมทั้งสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ การดำเนินงานขององค์กร ทำให้จำเป็นต้องกระตุ้นพฤติกรรมเพื่อกระตุ้นให้บุคลากรพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง การสร้างความร่วมมือร่วมใจ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ได้มีการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร AEROTeam และค่านิยมองค์กร

๒.๔ การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (S-Strengths)

- S1: ทิศทาง/ยุทธศาสตร์ขององค์กรที่ชัดเจน:** วิสัยทัศน์องค์กรมีความสอดคล้องกับแนวพันธกิจองค์กร และผลักดันให้มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง พร้อมด้วยทิศทาง/เป้าหมายระยะยาวที่ชัดเจน พร้อมทั้งมียุทธศาสตร์/กลยุทธ์องค์กรที่เหมาะสมสอดคล้องกับทิศทางอุตสาหกรรมการบินเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อม เพื่อสนับสนุนให้วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายองค์กรที่กำหนดไว้สัมฤทธิ์ผลอย่างชัดเจน (Strategy)
- S2: ตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินอย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ:** บริษัทฯ มีการกำหนดแผน/มาตรการ/การดำเนินการเพื่อตอบสนอง/รองรับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 และอุบัติการณ์ต่าง ๆ ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยมีการบริหารความเสี่ยงและบริหาร

จัดการทั้งด้านสถานที่ทำงานสำรอง ระบบ/อุปกรณ์ อัตรากำลัง และสภาพคล่องขององค์กร ส่งผลให้ บริษัทฯ สามารถให้บริการการเดินทางอากาศได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดชะงัก (Strategy)

S3: โครงสร้างองค์กรที่สอดคล้อง/รองรับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปและมาตรฐานในการให้บริการการเดินทางอากาศ: บริษัทฯ มีการทบทวนโครงสร้างองค์กร หน้าที่รับผิดชอบ และจัดสรร อัตรากำลัง ให้สนองตอบกับสถานการณ์ และมาตรฐานการให้บริการ รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการบริหารต้นทุน (Structure)

S4: การยกระดับการบริหารความปลอดภัยและความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ: บริษัทฯ มีการยกระดับการบริหารความปลอดภัยและความเสี่ยง โดยมีการดำเนินงานในเชิงรุกอย่างเป็นระบบอย่างต่อเนื่อง มีสถิติความปลอดภัยอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม (Safety Performance อยู่ในระดับดีกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม) มีแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน พร้อมรับการเผชิญสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยเฉพาะที่กระทบต่อความต่อเนื่องในการให้บริการได้อย่างทันท่วงที (System)

S5: มีความร่วมมือและบูรณาการการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบินมาอย่างต่อเนื่อง: บริษัทฯ มีความร่วมมือและการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบินมาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีกลไกในการดำเนินงานผ่านการจัดทำและบริหารบันทึกข้อตกลง/ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ก่อให้เกิดการบูรณาการและร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานอย่างเป็นระบบ และประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร (System)

S6: มีความสามารถพิเศษเฉพาะด้าน: บวท. มีความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ให้บริการการเดินทางอากาศของประเทศมาอย่างยาวนานด้วยความปลอดภัย ต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพในทุกสภาพแวดล้อม และสถานการณ์ ตลอดจนสร้างคุณค่าให้กับกิจการบินของประเทศ และมีความสามารถในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมระบบสนับสนุนบริการการเดินทางอากาศได้ภายในองค์กร รวมทั้งมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือเป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภูมิภาคซึ่งองค์กรอาจใช้จุดแข็งและความสามารถพิเศษดังกล่าว ต่อยอดในการเพิ่มช่องทางแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป (Staff/Skill)

S7: การส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมขององค์กรอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง: บริษัทฯ มีการส่งเสริมงานวิจัย/พัฒนา และนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง มีความสามารถในการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมระบบสนับสนุนบริการการเดินทางอากาศได้ภายในองค์กร และมีผลงานวิจัยที่ใช้สนับสนุนภารกิจ และได้รับรางวัลทั้งในระดับประเทศและระดับโลก รวมทั้งพัฒนาองค์กรเป็น Learning Organization เพื่อการสร้างความสามารถให้กับองค์กร และเพื่อเกิดการเรียนรู้ระยะยาวและยั่งยืน (Skill)

S8. การตอบสนองต่อนโยบายผู้ถือหุ้น/ภาครัฐ: องค์กรตอบสนองต่อหลักการและแนวนโยบายภาครัฐ ดำเนินการตามระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM) รวมถึงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ได้อย่างตรงประเด็นและต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบบริการการเดินทางอากาศ การเพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ การสนับสนุนการเชื่อมโยงการขนส่งในหลากหลายมิติ ทั้งบก น้ำ ร้าง และอากาศ ใน

ลักษณะของ Multimodal Transport และการจัดวางยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนเพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมและเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือด้านดิจิทัลต่าง ๆ โดยมีระดับความพร้อมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของหน่วยงาน ในการดำเนินการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัลของหน่วยงาน อยู่ในระดับสูงกว่าค่าเฉลี่ยของหน่วยงานในระดับและภายใต้กระทรวงต้นสังกัดเดียวกัน (System)

S9: การส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมขององค์กรอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง: บริษัทฯ มีการส่งเสริมงานวิจัย/พัฒนา และนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง มีความสามารถในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมระบบสนับสนุนบริการการเดินทางอากาศได้ภายในองค์กร และมีผลงานวิจัยที่ใช้สนับสนุนภารกิจและได้รับรางวัลทั้งในระดับประเทศและระดับโลก รวมทั้งพัฒนาองค์กรเป็น Learning Organization เพื่อการสร้างความสามารถให้กับองค์กร และเพื่อเกิดการเรียนรู้ระยะยาวและยั่งยืน (Skill)

S10: บวท. มีการประกาศนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ปก/เลขานุการ ๓๐๙/๒๕๖๓ ลงวันที่ ๘ กรกฎาคม ๒๕๖๓) ที่มุ่งเน้นส่งเสริมให้รัฐวิสาหกิจตอบสนองกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ การแข่งขัน ความต้องการของผู้ใช้บริการ และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ด้วยการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ อันจะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนเกิดความมั่นใจ ศรัทธา ไว้วางใจในการบริหารงานขององค์กร และสร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน

S11: บวท. มีประกาศนโยบายความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม (ปก/เลขานุการ ๓๒๘/๒๕๖๕ ลงวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๖๕) โดยมีนโยบายด้านลูกค้า/ผู้รับบริการที่ชัดเจน คือการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล ปฏิบัติต่อลูกค้า/ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม และโปร่งใส มีการพัฒนากระบวนการให้บริการ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรมมาใช้ได้อย่างเหมาะสม

S12: ลูกค้า/ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในการพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และให้บริการ โดยใช้เวทีการประชุม/กิจกรรมร่วมกับลูกค้า/ผู้รับบริการ เพื่อรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การจัดทำแนวทางการปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการที่พัฒนา/ปรับปรุง ตรงกับความต้องการในการใช้งานของลูกค้าและผู้รับบริการ

S13: ระบบอุปกรณ์ที่ให้บริการในส่วนการตลาด Trunked Radio และ Data Link มีการดูแลรักษาระบบอย่างต่อเนื่อง : ทำให้ระบบมีเสถียรภาพที่ดี สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ มีขีดความสามารถรองรับการให้บริการเพิ่มมากขึ้น และเพียงพอ

S14: การให้บริการอย่างใกล้ชิดและรวดเร็ว มีบุคลากรที่มีความชำนาญ: บริษัทฯ มีช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย และมี Touch Point ตามจุดบริการต่าง ๆ ที่ใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงบุคลากรที่มีความชำนาญ มีความสามารถที่หลากหลาย ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศไว้วางใจ และมีความสัมพันธ์ที่ดี ทำให้สามารถต่อยอดโอกาสธุรกิจเพิ่มเติมได้

S15: บริการเกี่ยวเนื่องมีการบริการหลังการขาย: เพื่อให้การซ่อมบำรุงอุปกรณ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

- S16: บริการเกี่ยวเนื่องได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ (ISO9001:2015):** ทำให้มีโอกาสในการแข่งขันทั้งในส่วนงานขาย ผลิต/รับทำ งานบริการวิทยุสื่อสาร และบริการข้อมูลสื่อสารสายการบิน ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสดงให้เห็นถึงการมีมาตรฐานการผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ของหน่วยธุรกิจ และยังใช้เป็นเครื่องมือในการลดต้นทุน
- S17: การปรับปรุงพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง :** เช่น การพัฒนาระบบบริหารธุรกิจวิทยุสื่อสาร (Business Process Management System : BPMS) ทำให้กระบวนการดำเนินธุรกิจทั้งงานขาย งานซ่อมบำรุงรักษาเครื่องวิทยุสื่อสารให้กับลูกค้าทำได้รวดเร็วขึ้น อีกทั้งลูกค้ายังสามารถติดตามความคืบหน้าได้ ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากขึ้น

จุดอ่อน (W-Weaknesses)

- W1: การวิเคราะห์ข้อมูล:** บวท. ยังต้องการ Data Scientist และ Data Analytic รวมทั้งพัฒนาบุคลากรให้ครอบคลุมทักษะ/ความรู้ด้าน Data Analytic, Data Engineer และ Machine Learning เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การมีระบบสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร (Decision Support System)
- W2: การพัฒนาความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศให้สอดคล้องตามเป้าหมายที่กำหนด** โครงสร้างเส้นทางบิน และการบริหารห้วงอากาศยังไม่สอดคล้องกับปริมาณจราจรทางอากาศสูงสุดที่เคยเกิดขึ้นในอดีต รวมถึงปริมาณจราจรทางอากาศที่คาดการณ์ว่าจะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต (เมื่อสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ดีขึ้น) ส่งผลให้บริษัทฯ ควรพัฒนาความสามารถในการรองรับของระบบการบินทั้งระบบ (การให้บริการการเดินทางทางเทคโนโลยี ระบบ/อุปกรณ์ บุคลากร เป็นต้น) ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บริษัทฯ มีความพร้อมในทุกมิติ มีการใช้ระบบการจัดการจราจรทางอากาศระบบใหม่อย่างเต็มศักยภาพ และเพียงพอในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศที่จะกลับมาภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ยุติลง (System)
- W3: การจัดการนวัตกรรมและการนำผลงานวิจัย/พัฒนาและนวัตกรรมเข้าใช้งาน:** บริษัทฯ ยังต้องปรับปรุงกระบวนการจัดการนวัตกรรมภายในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานตามเกณฑ์ประเมินผลองค์กรด้านการจัดการนวัตกรรม รวมทั้งปรับปรุง/พัฒนาและผลักดันการขยายผลงานวิจัย/พัฒนาและนวัตกรรม ให้สามารถนำเข้าใช้งานได้จริงในระบบงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นกลไกในการปรับวิธีปฏิบัติงานและเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ลดต้นทุนการให้บริการ/การปฏิบัติงาน เพิ่มช่องทางการแสวงหารายได้ สร้างมูลค่าเพิ่มและขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืน (System)
- W4: การบริหารและพัฒนาความสามารถของพนักงานและฝ่ายจัดการ:** พนักงานที่จะครบกำหนดเกษียณอายุตั้งแต่ปี ๒๕๖๕ – ๒๕๗๔ คิดเป็นร้อยละ ๓๘ รวมทั้งปัจจุบันบริษัทฯ ชะลอการรับพนักงานใหม่ และถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะมีแผนอัตรากำลัง แผนยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรบุคคล แผนยุทธศาสตร์การจัดการความรู้ และกำหนด Competency ของพนักงานที่ชัดเจน แต่ยังคงต้องพัฒนาความสามารถของพนักงานและฝ่ายจัดการให้ตรงตามความต้องการของหน่วยงาน ตำแหน่ง

สภาพแวดล้อมการทำงานและการพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน (Disruption) รวมถึงการสร้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialist) การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง (Talent Management) และการวางแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อรับช่วงต่อ (Succession Plan) เพื่อสร้างความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับทิศทางองค์กรในระยะยาว (Staff / Skill)

W5: สถานะการเงินและต้นทุนขององค์กร: จากปริมาณจราจรทางอากาศที่ลดต่ำลงอย่างมากในปี ๒๕๖๓-๒๕๖๔ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลกระทบต่อรายได้จากการให้บริการการเดินทางของ บริษัท ซึ่งเป็นรายได้หลักทางเดียวตามภารกิจขององค์กร ทำให้รายได้ต่ำกว่าค่าใช้จ่าย จนส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายพนักงาน ๔ ซึ่งถือเป็นต้นทุนคงที่ ไม่สามารถปรับลดได้อย่างรวดเร็ว จึงควรมุ่งการปรับลดค่าใช้จ่ายบุคลากร อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานแทนบุคลากรอย่างเหมาะสมเพื่อลดภาระงาน ของพนักงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Productivity) รวมทั้งพิจารณาต้นทุนการดำเนินการ การระดมทุนด้านการให้บริการ และความคุ้มค่าในการให้บริการ โดยการศึกษาความเป็นไปได้ และความคุ้มค่าก่อนการลงทุน เพื่อให้การลงทุนขององค์กรเกิดความคุ้มค่า เหมาะสม และประโยชน์ สูงสุด (Strategy / Staff)

W6: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ: จากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในปี ๒๕๖๕ ทิศทางการปรับตัวที่ยังไม่ชัดเจน และยังไม่สามารถเทียบระดับคะแนนความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจระหว่างปีได้อย่างมีนัยสำคัญในเชิงการวิจัย เนื่องจากเป็นการดำเนินการสำรวจฯ ในสถานการณ์ที่อุตสาหกรรมการบินเริ่มฟื้นตัว และอยู่ในช่วงปรับตัวตามสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวแตกต่างกันมากเมื่อเทียบกับสถานการณ์ในช่วงปกติ แต่ผู้บริกรยังมีความคาดหวังให้เกิดการพัฒนาการให้บริการ/เทคโนโลยีให้ตอบสนองความต้องการ จึงมีความจำเป็นต้องปรับแผนการดำเนินการให้เกิดความคุ้มค่า โดยพิจารณาถึงลำดับความสำคัญและความจำเป็นเร่งด่วน ต่อการลงทุน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ/ลูกค้าไปพร้อมกัน

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

W8: บริการเกี่ยวเนื่อง: ต้นทุนค่าแรงและค่าใช้จ่ายการผลิตของบริการเกี่ยวเนื่องสูงขึ้นทุกปี ถือเป็นจุดอ่อนที่สำคัญในการแข่งขัน ทำให้หน่วยธุรกิจต้องบริหารค่าใช้จ่ายในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง โดยการพิจารณาใช้ Outsource ในบางกิจกรรม

W9: บริการเกี่ยวเนื่อง: การดำเนินกิจกรรมด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่ส่งผลัพท์ต่อการเพิ่มรายได้จากการขาย รวมถึงแผนบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้า ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับของบริษัท เพื่อให้เห็นทิศทางและเป้าหมายในการดำเนินการที่วัดผลลัพธ์ได้

W10: บริการเกี่ยวเนื่อง: ขาดระบบการจัดทำ Marketing Data Analytics โดยเริ่มจากการทำข้อมูลของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม (Customer Segment Profile) ที่ระบุคุณลักษณะของแต่ละกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน โดยต้องสื่อสาร/ถ่ายทอดผลการจำแนกลูกค้า และส่วนตลาดเป้าหมายให้กับทุกกลุ่มงานภายในหน่วยธุรกิจ เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการทำงาน

โอกาส (O-Opportunities)

O1: ยุทธศาสตร์ภาครัฐมีความชัดเจน: ภาครัฐกำหนดยุทธศาสตร์สำคัญที่มีเป้าหมายและกรอบเวลาในระยะกลางและระยะยาว อาทิ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๓ แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) แผนปฏิบัติการด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) และระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๗๑-๒๕๘๐) แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ 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 ทำให้บริษัทฯ มีกรอบทิศทางในการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์และวางแผนพัฒนา/กำหนดกลยุทธ์ขององค์กร ให้สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ภาครัฐ เพื่อสนับสนุนการพัฒนา/สร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้อย่างชัดเจน

O2: แนวทางการจัดโครงสร้างและบริหารห้วงอากาศของไทย: ภาครัฐและภาคความมั่นคงตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดโครงสร้างและบริหารห้วงอากาศ เพื่อพัฒนาความสามารถในการรองรับของห้วงอากาศให้เกิดการใช้ห้วงอากาศอย่างเกิดประโยชน์สูงสุดและเป็นไปตามหลักสากล รวมทั้งยอมรับในหลักการบริหารห้วงอากาศแบบยืดหยุ่น (FUA) และมีส่วนร่วมสนับสนุนและผลักดันให้มีการแก้ปัญหาและพัฒนาาระบบห้วงอากาศและการบิน รวมถึงเพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณการจราจรทางอากาศของประเทศ อีกทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างให้ความสำคัญกับการบูรณาการการบริหารจัดการจราจรทางอากาศ เพื่อรองรับผู้ใช้งานห้วงอากาศที่หลากหลายและเพิ่มเติมจากการบินในปัจจุบันให้สามารถทำการบินร่วมกันได้อย่างปลอดภัย เป็นไปตามมาตรฐานและมีประสิทธิภาพ เช่น อากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aircraft System: UAS) เป็นต้น ซึ่งถือเป็นโอกาสในการแสดงบทบาทและความสามารถพิเศษเฉพาะด้าน/ความเชี่ยวชาญในการให้บริการจราจรทางอากาศขององค์กร ในการสร้างคุณค่าและความปลอดภัยให้กับกิจการการบิน และเป็น Business Opportunity ที่สำคัญขององค์กร

- 03: แผน/แนวทางพัฒนาด้านการบินสากลที่ชัดเจน:** แผนการเดินทางอากาศสากล (GANP) และกลยุทธ์การพัฒนากระบวนการบิน (ASBUs) แผนบริหารจราจรทางอากาศอย่างไร้รอยต่อของภูมิภาคเอเชีย/แปซิฟิก (APAC Seamless ANS Plan) แผนความปลอดภัยทางการบิน (GASP) ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรด้านการบิน เช่น Next Generation of Aviation Professional (NGAP) และ Standard of Excellence in Human Performance Management ตลอดจนการให้บริการการเดินทางอากาศโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตามแนวทางของ CANSO (Green ATM) กำหนดนโยบาย ทิศทาง กรอบเวลาการพัฒนา เป้าหมายการพัฒนา และแนวทางการวัดผล มีความชัดเจนและแบ่งเป็นช่วงระยะเวลาไปถึงอนาคต ทำให้มีแนวทางในการนำเทคโนโลยีเข้าใช้งาน สามารถวางแผนพัฒนาอย่างมีทิศทาง
- 04: ความร่วมมือในอาเซียน:** ที่ประชุมรัฐมนตรีด้านการขนส่งอาเซียนได้รับรองแผน ASEAN ANS Master Plan โดยแผนนี้เป็นแผนงาน ๘ ปี (๒๕๖๑-๒๕๖๘) มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการบริหารจราจรทางอากาศที่ไร้รอยต่อภายในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งหมายถึงมีขั้นตอนการดำเนินงานและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกันภายใต้แนวความคิด “Seamless ASEAN Sky” อีกทั้งยังได้กำหนดตัวชี้วัดที่ครอบคลุมด้าน Capacity Efficiency และ Predictability โดยความร่วมมือกันภายในภูมิภาคนี้จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการรองรับการจราจรทางอากาศ และประสิทธิภาพในการให้บริการการเดินทางอากาศในภาพรวมของทั้งภูมิภาค ตลอดจนความสามารถของบุคลากรที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล สามารถนำมาต่อยอดในการแสวงหาโอกาสจากความเชี่ยวชาญและความสามารถเฉพาะทางของบุคลากรได้
- 05: วิศวกรรมการทางเทคโนโลยี:** วิศวกรรมการทางเทคโนโลยีด้านการเดินทางอากาศและอื่น ๆ (เทคโนโลยีสารสนเทศการบริหารจัดการ และการวิเคราะห์/ประมวลผล เป็นต้น) ที่พร้อมให้เสนอนำมาใช้งาน เป็นปัจจัยบวกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านการเพิ่มผลผลิต (Productivity) และสนับสนุนให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงก่อให้เกิดความต้องการบริการ ระบบ/อุปกรณ์ เทคโนโลยีที่หลากหลายของหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบิน ซึ่งถือเป็นโอกาสในการเพิ่มช่องทางในการแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก จากศักยภาพ/ความสามารถพิเศษขององค์กร เช่น งานวิจัย/พัฒนานวัตกรรม งานบินทดสอบ เป็นต้น
- 06: บริการเกี่ยวเนื่อง: ลูกค้า/ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น:** เป็นโอกาสที่ พทก. จะมุ่งเน้นการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทาง Digital Marketing เพื่อสร้างโอกาสธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการพัฒนา Website ให้น่าสนใจ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสร้างการรับรู้และสนับสนุนการตัดสินใจในการเลือกซื้อให้กับลูกค้า
- 07: บริการเกี่ยวเนื่อง: รัฐบาลมีนโยบายการสร้างสนามบินภูมิภาคเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งการขยายศักยภาพของสนามบินภายในประเทศไทย:** ทำให้มีโอกาสการขยายธุรกิจที่สร้างรายได้ในระยะยาว ได้แก่ การให้บริการ Airport Solution ภายในสนามบิน และการให้บริการระบบตรวจสอบและคัดกรองผู้โดยสารล่วงหน้า (Advance Passenger Processing System: APPS) กับสนามบินในการกำกับดูแลของกรมท่าอากาศยาน, บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด และสนามบิน

ในการกำกับดูแลของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) รวมถึงโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ระบบ Intelligent Telematics System, Fleet Management และ Job Tracking ให้กับกลุ่มลูกค้าที่ทำหน้าที่ให้บริการภาคพื้นดิน (Ground Handling) และหน่วยงานที่ปฏิบัติงานประจำสนามบินต่างๆ ให้สามารถติดตามและบริหาร Asset ที่มีอยู่ในบริเวณลานจอดด้วยวิทยุสื่อสาร เพื่อลดการสูญหาย รวมทั้งให้การบริการของลูกค้ามีประสิทธิภาพสูงขึ้น

O8: บริการเกี่ยวเนื่อง: ข้อกำหนดด้านการกำกับดูแลความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัยของ ICAO สร้างโอกาสการขายที่สำคัญด้านการจัดหาระบบอุปกรณ์ (ผลิตภัณฑ์ด้าน Safety/ Security) และการให้บริการฝึกอบรม ATCO/ ATSEP/ Auditor Training และ Pre-Audit Self-Assessment Process โดยด้าน Technology roadmap ตาม ASBUs Module ของ ICAO ส่งเสริมให้แต่ละประเทศมีความต้องการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการตาม Roadmap

O9: บริการเกี่ยวเนื่อง: วัฒนาการทางเทคโนโลยี : วัฒนาการทางเทคโนโลยีด้านการเดินอากาศและอื่น ๆ (เทคโนโลยีสารสนเทศการบริหารจัดการ และการวิเคราะห์/ประมวลผล เป็นต้น) ที่พร้อมให้เลือกนำมาใช้งานเป็นปัจจัยบวกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านการเพิ่มผลผลิต (Productivity) และสนับสนุนให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงเอื้อให้เกิดความต้องการบริการ ระบบ/อุปกรณ์ เทคโนโลยีที่หลากหลายของหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบิน ซึ่งถือเป็นโอกาสในการเพิ่มช่องทางในการแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก จากศักยภาพ/ความสามารถพิเศษขององค์กรเช่น งานวิจัย/พัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการ หรือสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

O10: บริการเกี่ยวเนื่อง: สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) เข้ามากำกับดูแลการใช้งานความถี่ที่ถูกต้องตามใบอนุญาตมากขึ้น จึงมีแนวโน้มว่าท่าอากาศยานภูมิภาคต่างๆ จะต้องจัดหาวิทยุสื่อสารเพิ่มเติม ซึ่งเป็นโอกาสของหน่วยธุรกิจที่จะเข้าร่วมการแข่งขันราคาดังกล่าว

O11: บริการเกี่ยวเนื่อง: รัฐบาลมีการสนับสนุนในการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ทำให้ พชก. สามารถทำการตลาดเชิงรุกในกลุ่มลูกค้านิคมอุตสาหกรรมพลังงานในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีในการเสนอตัวให้บริการ

อุปสรรค (T-Threats)

T1: ปัจจัยอันตรายทางการบิน: ปัจจัยอันตรายทางการบิน ทั้งในส่วนของบั้งไฟ/โคมลอย/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: บริบทด้านการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลง:** ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการขนส่งทางอากาศก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว การพัฒนา Unmanned Aircraft System (UAS) มีความเสถียรและได้รับความนิยมมากขึ้น มีแนวโน้มขยายตัวในการปฏิบัติการบินเพิ่มขึ้น ในอนาคตอันใกล้จึงจำเป็นต้องมี Unmanned Aircraft Traffic Management (UTM) ซึ่งเป็นการบริหารจัดการและให้บริการจราจรทางอากาศที่เพิ่มเติมจากบริบทการบินปัจจุบัน เพื่อบริหารจัดการ UAS รวมทั้ง พ.ร.บ. การเดินอากาศ (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ ที่เปิดโอกาสในการแข่งขันในการเป็นผู้ประกอบกิจการบริการการเดินอากาศ และการขอใบรับรองในการให้บริการการเดินอากาศ รวมทั้งการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูล ส่งผลให้ผู้ที่มิข้อมูลและศักยภาพในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้รับโอกาสจากข้อได้เปรียบนั้น แสดงให้เห็นถึงบริบทการให้บริการที่เป็นเชิงการแข่งขันมากขึ้น และเปิดโอกาสให้กับผู้ให้บริการรายใหม่ ๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน (Disruption) ที่ส่งผลให้องค์กรต้องปรับตัวให้พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันในด้านต่าง ๆ เช่น ทิศทางองค์กร เทคโนโลยี บุคลากร กระบวนการปฏิบัติงาน เป็นต้น เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป
- T3: ความผันผวนของปริมาณจราจรทางอากาศ:** ปริมาณจราจรทางอากาศมีความผันผวนตามสถานการณ์โรคระบาด สถานะเศรษฐกิจ และการเมืองทั้งในระดับประเทศและระดับโลกเป็นอย่างมาก หากสถานการณ์มีความต่อเนื่องยาวนาน วิกฤตการณ์ปริมาณจราจรทางอากาศ จะส่งผลกระทบต่อวิกฤตการณ์ทางการเงินและการวางแผนเตรียมการรองรับของบริษัท เนื่องจากรายได้หลักทางเดียวตามภารกิจขององค์กรคือรายได้จากการให้บริการการเดินอากาศ ซึ่งมีความไม่แน่นอนและผันผวนไปตามปริมาณจราจรทางอากาศ ถือเป็นความเสี่ยงต่อความอยู่รอดและยั่งยืนขององค์กร จึงอาจต้องพิจารณาแนวทางการสร้างรายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก และเพิ่มช่องทาง/ขยายโอกาสในการแสวงหารายได้จากภาคธุรกิจเพิ่มขึ้น เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถข้ามผ่านวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ไปได้อย่างยั่งยืน
- T4: วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ของโลก:** วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ทั้งวิกฤตเศรษฐกิจ วิกฤตการณ์ทางการเมือง โรคระบาด ภัยธรรมชาติ ภัยคุกคาม เหตุฉุกเฉิน ข้อขัดข้องต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการบิน เป็นความเสี่ยงต่อความต่อเนื่อง/คุณภาพในการให้บริการการเดินอากาศ มีมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งผลจากวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบิน เช่น ในช่วง ๒-๓ ปี ที่ผ่านมา เกิดการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบิน ส่งผลให้พฤติกรรมและอุปสงค์ของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมการบินเปลี่ยนแปลงไป อาจกลายเป็นวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ซึ่งอาจส่งผลให้การเดินทางลดลง ทำให้ปริมาณจราจรทางอากาศไม่กลับมาเติบโตด้วยอัตราที่สูงเช่นเดิมในอนาคต ซึ่งสถานการณ์ต่าง ๆ ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

- T5: ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ:** คะแนนความคาดหวังที่มีค่าสูงกว่าความพึงพอใจ (Gap) แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการยังมีความคาดหวังที่จะให้เกิดการพัฒนาการให้บริการ/เทคโนโลยีให้ตอบสนองความคาดหวัง/ความต้องการ และความคุ้มค่าในการลงทุน จึงจำเป็นต้องมีแผนปรับปรุง/ การพัฒนา และการติดตามอย่างต่อเนื่อง
- T6: การดำเนินการ/ความร่วมมือของหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบิน:** แม้ว่าจะมีแผนแม่บทการจัดตั้งสนามบินพาณิชย์ของประเทศแล้ว แต่ยังคงมีนโยบายพัฒนาสนามบินซึ่งอยู่นอกแผนแม่บท โดยยังไม่มีกระบวนการและร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบินอย่างเป็นระบบ รวมทั้งยังไม่มีกระบวนการการจัดตั้งสนามบินของประเทศ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของพื้นที่ห้วงอากาศและเส้นทางบินในภาพรวม ส่งผลต่อความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศและประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการบินของประเทศ
- T7: เทคโนโลยีและสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ:** โดยเฉพาะการประยุกต์นวัตกรรมด้านดิจิทัล ซึ่งทำให้การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจโลกและส่งผลกระทบต่อไปยังทุกภาคส่วนในสังคม รวมถึงการส่งผลกระทบต่อธุรกิจต่าง ๆ ด้วย ดังนั้น ธุรกิจเกี่ยวเนื่องจึงต้องเร่งปรับปรุงการดำเนินงานโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือหรือช่องทางการขาย และการสื่อสารกับลูกค้าให้มากขึ้น
- T8: พฤติกรรมและการรับรู้ของกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ:** ให้ความเชื่อถือในการเลือกหาผลิตภัณฑ์และบริการจากประเทศในกลุ่มยุโรป และอเมริกาเป็นส่วนใหญ่ ทำให้การเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการด้วยแบรนด์ AEROTHAI อาจมีอุปสรรคอยู่บ้าง บริการเกี่ยวเนื่องต้องกำหนดกลยุทธ์ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการ ให้เหมาะสม พร้อมทั้งสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์และบริการควบคู่กันไป
- T9: คู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดเดียวกับหน่วยธุรกิจมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ:** ทำให้ลูกค้ามีสินค้าให้เลือกหลากหลายมากขึ้น ลูกค้าจึงมีอำนาจการต่อรองเพิ่มขึ้น ดังนั้นการมุ่งมั่นแต่จะขายสินค้าของตนเองเพียงอย่างเดียวจึงไม่ใช่คำตอบ หน่วยธุรกิจจะต้องพิจารณาสภาพตลาด การขายของคู่แข่ง และเรียนรู้ข้อมูลคู่แข่งในด้านต่าง ๆ เพื่อประเมินสภาพคู่แข่ง และเปรียบเทียบหาจุดแข็ง เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการสร้างความได้เปรียบในการขายสินค้า
- T10: อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์มีมากขึ้น:** ทำให้บริการเกี่ยวเนื่องเสียเปรียบในเรื่องต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ทางออกที่สำคัญคือการนำผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเอง หรือจากพันธมิตรทางการค้าที่ได้ลงนามความร่วมมือไปแล้ว รวมถึงแสวงหาความร่วมมือเพิ่มเติมตามจังหวะและโอกาสทางธุรกิจ เพื่อเร่งพัฒนา Solution ที่ตอบโจทย์ความต้องการลูกค้า ในราคาที่เหมาะสม

T11: ผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมประเภท ๓ (บุคคลทั่วไป) เข้ามาแข่งขันให้บริการในกลุ่มลูกค้าของ บพท. (ประเภท ๒) : จึงต้องเร่งสร้างความแข็งแกร่งทั้งในด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม การแสวงหาลูกค้าใหม่ รวมทั้งการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการลูกค้า และปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง

๒.๕ การวิเคราะห์ SWOT/TOWS Matrix

เมื่อระบุ SWOT แล้ว จึงมากำหนด SWOT/TOWS Matrix โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หมายเหตุ: ผลการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน และระดับของโอกาสและภัยคุกคามจากกลุ่มบริษัท บพท. และผู้ประกอบการรายอื่น				
ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส (O - Opportunities)	
	S - Strengths	W - Weaknesses		
ปัจจัยภายนอก	<p>S1. ทิศทางยุทธศาสตร์องค์กร (+4)</p> <p>S2. ตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน (+4)</p> <p>S3. โครงสร้างองค์กร (+2)</p> <p>S4. ความปลอดภัยและความเสี่ยง (+4)</p> <p>S5. ความร่วมมือในอุตสาหกรรมการบิน (+4)</p> <p>S6. ความสามารถพิเศษ (+5)</p> <p>S7. การส่งเสริมงานวิจัยและนวัตกรรม (+3)</p> <p>S8. การตอบสนองสังคมไทยภาครัฐ (+4)</p> <p>S9. การส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมขององค์กรอย่างชัดเจน และต่อเนื่อง (+5)</p>	<p>S10. นโยบายและแนวทางการกำกับดูแลที่ดี (+4)</p> <p>S11. นโยบายด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม (+4)</p> <p>S12. ลูกค้าผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ (+5)</p> <p>S13. ดูแลระบบอุปกรณ์อย่างต่อเนื่อง (+3)</p> <p>S14. บุคลากรผู้ให้บริการมีความชำนาญ และบริการใกล้ชิด (+4)</p> <p>S15. มีบริการหลังการขาย (+3)</p> <p>S16. บริการเชื่อมโยงได้รับบริการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO9001:2015</p> <p>S17. มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>W1. การวิเคราะห์ข้อมูล (-3)</p> <p>W2. การพัฒนาความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ (-2)</p> <p>W3. การนำผลงานวิจัยพัฒนา นวัตกรรม เข้าใช้งาน (-4)</p> <p>W4. การบริการพัฒนาความสามารถของพนักงานและฝ่ายจัดการ (-4)</p> <p>W5. สถานะการเงินและต้นทุนขององค์กร (-5)</p> <p>W6. ความพึงพอใจจากผู้ให้บริการ</p>	<p>W7. การตลาดผ่านช่องทาง Website อยู่ในวัยเริ่มต้น</p> <p>W8. ต้นทุนค่าแรงและค่าใช้จ่ายในการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (-3)</p> <p>W9. กิจการบริการมีความสัมพันธ์ของบริการเกี่ยวเนื่องไม่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้</p> <p>W10. ขาดระบบการจัดทำ Marketing Data Analysis</p>
	SO - ใช้ความเข้มแข็งภายในแสวงประโยชน์จากโอกาสภายนอก (กลุ่มยุทธศาสตร์กลยุทธ์เชิงรุก)	WO - จัดการจุดอ่อนภายใน โดยมุ่งใช้ประโยชน์จากโอกาสภายนอก (กลุ่มยุทธศาสตร์กลยุทธ์เชิงรับ)		
	<p>SO1. ยกกระดับการให้บริการด้านอากาศและบริการเกี่ยวเนื่อง จากโอกาสการเติบโตของปริมาณเที่ยวบินที่จะกลับมาในอนาคต การใช้หัวงาอากาศร่วมกันระหว่างทหาร-พลเรือนอย่างคล่องตัว การบริหารจัดการจราจรทางอากาศ เพื่อรองรับผู้ใช้งานหัวงาอากาศที่หลากหลายและเพิ่มเติมจากการบินในปัจจุบัน เพื่อพัฒนาความสามารถในการรองรับหัวงาอากาศให้เกิดการใช้หัวงาอากาศอย่างเกิดประโยชน์สูงสุดและเป็นไปตามหลักสากล โดยใช้จุดแข็งที่องค์กรมีเทคโนโลยีด้านการบิน ความสามารถของบุคลากร และบริหารจัดการที่มี การพัฒนาและพร้อมนำมาใช้งานผลงานวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมขององค์กร รวมทั้งสามารถใช้จุดแข็งที่องค์กรมี ดังกล่าวเป็นโอกาสในการแสวงหารายได้เพิ่มเติม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร (S9, O2, O3, O5)</p> <p>SO2. ความร่วมมือในอุตสาหกรรมการบินทั้งในประเทศและในภูมิภาค การกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดของ ICAO และ กพท. การมีส่วนร่วมของลูกค้าผู้ใช้บริการในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ จะช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมการบินของไทยให้มีมาตรฐานเดียวกันกับหน่วยงานผู้ให้บริการจราจรทางอากาศอื่นๆ และได้รับความยอมรับจากผู้ให้บริการ; (S3, S12, O4, O5, O6)</p>	<p>WO1. เพิ่มคุณภาพและเน้นประสิทธิภาพการปฏิบัติการบิน การบริหารจัดการทรัพยากร และความรู้ในองค์กร เพื่อยกระดับมาตรฐานบริการการเดินอากาศเทียบเคียงกับหน่วยงานผู้ให้บริการการเดินอากาศอื่น ๆ และเพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ ผ่านการพัฒนาตามแผนการเดินอากาศสากล ASEAN ANS Master Plan รวมถึงช่องทางความร่วมมือในอาเซียน และกับประเทศคู่เจรจาอาเซียนที่มีประสบการณ์/ความชำนาญและอิทธิพลด้านการบิน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการรองรับการจราจรทางอากาศ และประสิทธิภาพในการให้บริการการเดินอากาศในภาพรวมของทั้งภูมิภาค</p> <p>WO2. ตลอดจนความสามารถของบุคลากรที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล สามารถนำมาต่อยอดในการแสวงหาโอกาสจากความสัมพันธ์และความสามารถเฉพาะทางของบุคลากรได้ (W2, W4, O3, O4)</p> <p>WO3. บูรณาการข้อมูลสำคัญ รวมถึงผลการเทียบเคียง (Benchmarking) เพื่อการตัดสินใจและบริหารยุทธศาสตร์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้แนวทางเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ประยุกต์กับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีด้านบริหารจัดการที่มีพร้อมนำมาใช้งาน (W1, W5, O5)</p>		

<p>ปัจจัยภายใน</p> <p>ปัจจัยภายนอก</p>	<p>จุดแข็ง</p> <p>S - Strengths</p> <p>S1. ทิศทางยุทธศาสตร์องค์กร (+4) S2. ตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน (+4) S3. โครงสร้างองค์กร (+2) S4. ความปลอดภัยและความเสี่ยง (+4) S5. ความร่วมมือในอุตสาหกรรมการบิน (+4) S6. ความสามารถพิเศษ (+5) S7. การส่งเสริมงานวิจัยและนวัตกรรม (+3) S8. การตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐ (+4) S9. การส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมขององค์กรอย่างชัดเจน และต่อเนื่อง (+5)</p>	<p>จุดอ่อน</p> <p>W - Weaknesses</p> <p>W1. การวิเคราะห์ข้อมูล (-3) W2. การพัฒนาความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ (-2) W3. การนำผลงานวิจัยพัฒนา นวัตกรรม เข้าใช้งาน (-4) W4. การบริการพัฒนาความสามารถของพนักงานและฝ่ายจัดการ (-4) W5. สถานะการเงินและต้นทุนขององค์กร (-5) W6. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ</p>
<p>อุปสรรค (T - Threats) และ ความท้าทาย (C - Challenges)</p> <p>T1. ปัจจัยอันตรายทางการเมืองใหม่ (-5) T2. บริบทด้านการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลง (-5) T3. ความผันผวนของปริมาณจราจรทางอากาศ (-5) T4. วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ของโลก (-5) T5. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (-4) T6. ความร่วมมือของหน่วยงานในอุตสาหกรรม การบิน (-4) T7. เทคโนโลยีในปัจจุบันก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ T8. พฤติกรรมและการบริโภคของกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ T9. คู่แข่งรายใหม่เข้าตลาดเดียวกับหน่วยธุรกิจ มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ T10. ข้ามการครองชีพของหลายเออร์มีมากขึ้น T11. ผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตประเภท ๓ เข้ามารแข่งขันมากขึ้น</p>	<p>SI - ใช้ความแข็งแกร่งภายในเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาอุปสรรคภายนอก (กลุ่มยุทธศาสตร์กลยุทธ์เชิงรุก หรือ คัดเลือก)</p> <p>SI1. รองรับวิกฤตการณ์ สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน รวมถึงภัยระดับนานาชาติและความปลอดภัย ความต่อเนื่องในการให้บริการ โดยบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างทันท่วงที มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง การจัดทำแผนสำรอง แผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน การบริหารความเสี่ยงเชิงรุกอย่างเป็นระบบ และใช้ ความสามารถและเชี่ยวชาญของบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีและบริการจราจรทางอากาศ รวมถึงนวัตกรรม ในการจัดวางมาตรการและจัดให้มีเทคโนโลยีเครื่องมือบริหารความปลอดภัยจราจรทางอากาศ และสร้าง โอกาสทางธุรกิจ แสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก เพื่อรองรับตลาดระบบ โหนดองค์กรอยู่รอด พร้อม รองรับเมื่อสถานการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติ และสามารถเข้ามาแข่งขันวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น SI2. พัฒนาระบบบริหารความปลอดภัยและมาตรฐานการปฏิบัติงานในการบริการการเดินทาง อากาศ อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ รวมทั้งการสร้างความร่วมมือด้านการรักษาความปลอดภัยทางการบิน การผลักดันการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับเที่ยวบิน ผ่านการกำหนดทิศทางและวางแผนให้ชัดเจน และสามารถ พิเศษขององค์กร เพื่อควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการบริการเดินทางอากาศ รวมทั้งการจัดทำบัญชี อันตรายทางการบินและความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ SI3. พัฒนาการให้บริการดูแลและจัดการเดินทางอากาศ โดยพิจารณาด้านความปลอดภัย ความสามารถในการรองรับ ประสิทธิภาพทางการบิน ผลกระทบสิ่งแวดล้อม และความคุ้มค่าการลงทุน โดย ยึดความน่าเชื่อถือ อันสืบเรดิด ศักยภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการเดินทางอากาศขององค์กร SI4, SI5, SI6, SI7, SI8, SI9, SI10, SI11, SI12, SI13, SI14, SI15, SI16, SI17, SI18, SI19, SI20, SI21, SI22, SI23, SI24, SI25, SI26, SI27, SI28, SI29, SI30, SI31, SI32, SI33, SI34, SI35, SI36, SI37, SI38, SI39, SI40, SI41, SI42, SI43, SI44, SI45, SI46, SI47, SI48, SI49, SI50, SI51, SI52, SI53, SI54, SI55, SI56, SI57, SI58, SI59, SI60, SI61, SI62, SI63, SI64, SI65, SI66, SI67, SI68, SI69, SI70, SI71, SI72, SI73, SI74, SI75, SI76, SI77, SI78, SI79, SI80, SI81, SI82, SI83, SI84, SI85, SI86, SI87, SI88, SI89, SI90, SI91, SI92, SI93, SI94, SI95, SI96, SI97, SI98, SI99, SI100</p>	<p>WT - ลดจุดอ่อนภายใน และหลีกเลี่ยงปัญหาอุปสรรคภายนอก (กลุ่มยุทธศาสตร์กลยุทธ์เชิงรับ หรือ คัดเลือก)</p> <p>WT1. บริหารสภาพคล่อง ลดต้นทุนการใช้บริการการปฏิบัติงาน ควบคุมค่าใช้จ่ายและ ต้นทุนขององค์กร พิจารณาต้นทุนการดำเนินการ การตลาดลงทุนด้านการให้บริการ ความ คุ้มค่าในการลงทุน ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและ อนาคตอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม ตลอดจนบริหารและสร้างรายได้นอกเหนือจาก ภารกิจหลัก เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถเข้ามาแข่งขันวิกฤตการณ์ได้อย่างยั่งยืน WT2. ผลักดันองค์กร เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และ มุ่งพัฒนาองค์กร รวมทั้งสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่พนักงาน (Employee Experience) เพื่อ สร้างแรงจูงใจ และพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและ ให้บริการที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทั้งภายในและภายนอก WT3, WT4, WT5, WT6, WT7, WT8, WT9, WT10, WT11, WT12, WT13, WT14, WT15, WT16, WT17, WT18, WT19, WT20, WT21, WT22, WT23, WT24, WT25, WT26, WT27, WT28, WT29, WT30, WT31, WT32, WT33, WT34, WT35, WT36, WT37, WT38, WT39, WT40, WT41, WT42, WT43, WT44, WT45, WT46, WT47, WT48, WT49, WT50, WT51, WT52, WT53, WT54, WT55, WT56, WT57, WT58, WT59, WT60, WT61, WT62, WT63, WT64, WT65, WT66, WT67, WT68, WT69, WT70, WT71, WT72, WT73, WT74, WT75, WT76, WT77, WT78, WT79, WT80, WT81, WT82, WT83, WT84, WT85, WT86, WT87, WT88, WT89, WT90, WT91, WT92, WT93, WT94, WT95, WT96, WT97, WT98, WT99, WT100</p>

๒.๖ ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges: SC)

1. วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ของโลก ทั้งโรคระบาด ภัยธรรมชาติ วิกฤตเศรษฐกิจ วิกฤตการณ์ทางการเมือง และ สถานการณ์ฉุกเฉิน ตลอดจนความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการบิน ความผันผวนของปริมาณ จราจรทางอากาศ วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ซึ่งอาจส่งผลให้การเดินทางลดลง ทำให้ปริมาณจราจร ทางอากาศไม่กลับมาเติบโตด้วยอัตราที่สูงเช่นเดิมในอนาคต ส่งผลต่อการเกิดวิกฤตการณ์ด้านปริมาณ เที่ยวบิน การบริการให้บริการการเดินทางอากาศ และวิกฤตการณ์ทางการเงินหรือรายได้ขององค์กร ซึ่งมี รายได้หลักทางเดียวตามภารกิจจากการให้บริการการเดินทางอากาศ จึงส่งผลต่อความอยู่รอดและความ ยั่งยืนขององค์กร เป็นความท้าทายต่อการปรับตัวให้องค์กรสามารถข้ามผ่านวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ไปได้ โดยอาจพิจารณาการสร้างรายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก และเพิ่มช่องทาง/ขยายโอกาสในการแสวงหา รายได้จากภาคธุรกิจเพิ่มขึ้นเพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป (W5,T3,T4)
2. การพัฒนาความสามารถในการรองรับของระบบการจราจรทางอากาศของประเทศ ระบบสนามบิน และ การบริหารจราจรทางอากาศ ที่จำเป็นต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องและบูรณาการให้ทันต่อสภาพแวดล้อม/ สถานการณ์และการเติบโตของปริมาณจราจรทางอากาศ ตลอดจนรักษา/พัฒนาระดับศักยภาพการให้บริการ การเดินทางอากาศ ให้มีความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และมีความต่อเนื่อง ในทุกสภาพแวดล้อม/สถานการณ์ พร้อมรองรับในทุกมิติ (การให้บริการการเดินทางอากาศ เทคโนโลยี ระบบ/อุปกรณ์ บุคลากร เป็นต้น) มีการใช้ ระบบการจัดการจราจรทางอากาศระบบใหม่อย่างเต็มศักยภาพ เมื่อสถานการณ์ด้านการบินที่ได้รับ ผลกระทบจากวิกฤตการณ์ COVID-19 กลับเข้าสู่ภาวะปกติ (W2, T3, T4, T6)

๓. บริบทด้านการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป การเกิดขึ้นขององค์กรให้บริการการเดินทางอากาศข้ามชาติ (ผู้ผลิต/องค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีขนาดใหญ่) ซึ่งมีความได้เปรียบหลายด้าน หรือผู้ให้บริการการเดินทางอากาศจากต่างประเทศ และการพัฒนาของเทคโนโลยีด้านการขนส่งทางอากาศ เช่น Unmanned Aircraft System (UAS) ซึ่งส่งผลให้ต้องมีการบริหารจัดการและให้บริการจราจรทางอากาศที่เพิ่มเติมจากบริบทการบินปัจจุบัน (Unmanned Aircraft Traffic Management : UTM) รวมทั้ง พ.ร.บ. การเดินทางอากาศ (ฉบับที่ ๑๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ แสดงให้เห็นถึงบริบทการให้บริการที่เป็นเชิงการแข่งขันมากขึ้น และเปิดโอกาสให้กับผู้ให้บริการรายใหม่ ๆ อาจเข้ามาแก่งแย่งธุรกิจขององค์กรไปดำเนินการในอนาคต ตลอดจนการพัฒนา ระบบคมนาคมขนส่งของประเทศในปัจจุบัน เช่น การพัฒนาระบบการขนส่งทางราง (รถไฟความเร็วสูง) อาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการขนส่งและการเดินทางเพิ่มมากขึ้นในอนาคต (T2)
๔. การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และดิจิทัล ตลอดจนผลงานวิจัย/พัฒนาและนวัตกรรมเข้าใช้งาน เพื่อสนับสนุนการดำเนินการขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการให้บริการ/การปฏิบัติงาน และลดภาระงานของพนักงาน ตลอดจนการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และเพิ่มช่องทางการแสวงหารายได้ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร รวมถึงตอบสนองต่อนโยบาย Thailand 4.0 Governance Risk Management and Compliance (GRC) ของภาครัฐ จำเป็นต้องดำเนินการให้รวดเร็ว ทันกาล สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม/สถานการณ์ และการพัฒนาทางเทคโนโลยีของโลก (W1, W3, W4, W5)
๕. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยปัจจัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความคาดหวังและความต้องการในการปรับปรุงและพัฒนาระบบ/อุปกรณ์และการให้บริการให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการและความคุ้มค่าในการลงทุนของผู้ใช้บริการ (W2, W3, T4, T5)
๖. ความสามารถขององค์กรในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศในอนาคต ด้วยการให้บริการการเดินทางได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยความปลอดภัย (Safety) และมีประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นไปตามกฎหมาย/ระเบียบ/มาตรฐานด้านการบิน เป็นที่ยอมรับและเทียบเคียงได้กับหน่วยงานชั้นนำด้านการบินระดับโลก แม้ในสถานการณ์ที่เกิดภัยคุกคามหรือภาวะวิกฤต (W2, W4, T3, T4)
๗. ปัจจัยอันตรายทางการบิน (บั้งไฟ โคมลอย วิทยุชุมชน/ข้อมูลอุตุนิยมวิทยาการบิน 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)
๘. Airspace Management การพัฒนาโครงสร้างและการจัดการห้วงอากาศของประเทศ ให้มีความสามารถเพียงพอในการรองรับการเติบโตของปริมาณจราจรทางอากาศ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งบริหารจัดการ/เชื่อมโยงเส้นทางบินทั้งภูมิภาค เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารสภาพคล่องจราจรทางอากาศแบบไร้รอยต่อในระดับภูมิภาค (W2)
๙. ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการให้บริการมากขึ้น ทั้งในด้านของการใช้งาน การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดเก็บข้อมูล และรูปแบบการให้บริการ ดังนั้น การพัฒนาระบบรวบรวม

สารสนเทศเสียงของลูกค้าในรูปแบบดิจิทัล จะช่วยให้สามารถรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเสียงของ ผู้ใช้บริการจากทุกช่องทางได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สามารถวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำเสนอเป็น Dash Board ต่อผู้บริหารได้หลากหลายรูปแบบ (W1)

๑๐. ลูกค้า/ผู้ให้บริการในปัจจุบันมีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น การทำการตลาดด้วยรูปแบบ Digital Marketing จึงเป็นเป็นสิ่งสำคัญเพราะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น และสามารถขยายฐานลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น เพราะ Customer Journey ของลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่บนโลกออนไลน์มากขึ้น (W7, T7)

๒.๗/ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantages : SA)

๑. องค์การมีความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ให้บริการการเดินทางอากาศของประเทศมาอย่างยาวนาน ด้วยความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และมีความต่อเนื่อง ในทุกสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ ตลอดจนสร้างคุณค่าให้กับกิจการบินของประเทศ มีการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานในอุตสาหกรรมการบินอย่างต่อเนื่อง และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับองค์กรผู้ให้บริการการเดินทางอื่น ๆ ในหลายมิติ และหลายระดับ เช่น การให้ความช่วยเหลือ การถ่ายทอดเทคโนโลยี การให้ความร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรม และการดำเนินงานที่เกี่ยวกับกิจการบินของภูมิภาครวมทั้งในระดับนานาชาติ (S1, S3, S6, O4)
๒. ภาครัฐและภาคความมั่นคงตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดโครงสร้างและบริหารห่วงอากาศ และมีส่วนร่วมในการสนับสนุน/ผลักดันให้มีการแก้ปัญหาและพัฒนาระบบห่วงอากาศและการบินของประเทศ รวมทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้ให้ความสำคัญกับการบูรณาการการบริหารจัดการจราจรทางอากาศ เพื่อรองรับผู้ใช้งานห่วงอากาศที่หลากหลายและเพิ่มเติมจากบริบทการบินในปัจจุบัน ให้สามารถทำการบินร่วมกันได้อย่างปลอดภัย เป็นไปตามมาตรฐานและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสนับสนุนการเชื่อมโยงการขนส่งในหลากหลายมิติ ทั้งบก น้ำ ราง และอากาศ ในลักษณะของ Multimodal Transport (S8, O2)
๓. การพัฒนาด้านการบิน รวมทั้งบุคลากรด้านการบิน มีแผนการพัฒนาที่ชัดเจน สอดคล้องและส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีการเดินทางอากาศ การพัฒนาของเทคโนโลยีเหล่านี้จะช่วยสนับสนุนการบริการให้มีประสิทธิภาพ ปลอดภัยสูงขึ้น เพิ่มผลผลิตภาพ (Productivity) รวมถึงเชื้อให้เกิดโอกาสในการเพิ่มช่องทางในการแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลักจากศักยภาพขององค์กร (S1, O3, O5)
๔. Safety Performance ผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย (Safety Performance) ของ บพท. อยู่ในระดับที่เทียบเคียงได้กับประเทศชั้นนำของโลก (Best Practices) และมีแผน/มาตรการ/การดำเนินการเพื่อตอบสนอง/รองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน พร้อมรับการเผชิญสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยเฉพาะที่กระทบต่อความต่อเนื่องในการให้บริการ ได้อย่างทันท่วงที และมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถให้บริการการเดินทางอากาศได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดชะงัก (S1, S2, S4)

๕. การตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐ ได้อย่างตรงประเด็น และต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบบริการการเดินทางอากาศและการพัฒนาระบบบริการการเดินทางอากาศ ท่าอากาศยานต่าง ๆ รวมทั้งการเพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ การสนับสนุนการเชื่อมโยงการขนส่งในหลากหลายมิติ ทั้งบก น้ำ ราง และอากาศ ในลักษณะของ Multimodal Transport เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมและเศรษฐกิจของประเทศ (S8, O1)
๖. บวท. มีบุคลากรที่มีความสามารถในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมระบบสนับสนุนบริการการเดินทางอากาศได้ภายในองค์กร ซึ่งเป็นหนึ่งในความสามารถพิเศษ (Core Competency) ขององค์กร โดยองค์กรอาจใช้จุดแข็งและความสามารถพิเศษดังกล่าว ต่อยอดในการเพิ่มช่องทางแสวงหารายได้นอกเหนือจากภารกิจหลัก เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป (S6, S7)
๗. จากมติของคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (กพอ.) ที่มอบหมายให้ บวท. เข้ามามีส่วนร่วมในพัฒนาระบบนิเวศอากาศยานไร้คนขับ (UAS Ecosystem) หรือ “โดรน” ในพื้นที่ อีอีซี ทั้งในส่วนของการให้บริการจราจรทางอากาศ (ATM) และ การออกแบบระบบนิเวศอากาศยานไร้คนขับ หรือ UAS Ecosystem เพื่อรองรับการคมนาคมขนส่งทางอากาศในพื้นที่ EEC ซึ่งการใช้งานอากาศยานไร้คนขับนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการใช้งานที่หลากหลาย เช่น เพื่อการขนส่งสินค้า เพื่อการสำรวจ หรือเพื่อเดินทางในระยะทางสั้น ๆ นับเป็นการแสดงศักยภาพ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการบริหารจราจรทางอากาศของบริษัท และความเชื่อมั่นของภาครัฐที่มีต่อบริษัท ได้เป็นอย่างดี (S6, O2, O11)
๘. การได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ (ISO9001:2015): แสดงให้เห็นถึงการมีมาตรฐานการผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ของหน่วยธุรกิจ ทำให้เพิ่มโอกาสในการแข่งขันทั้งในส่วนงานขายผลิต/รับทำ งานบริการวิทยุสื่อสาร และบริการข้อมูลสื่อสารสายการบิน และยังช่วยลดต้นทุนได้ (S13)

๒.๔ การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน

การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrance)

Business Threats

- ด้านบริการการเดินทางอากาศมีความเป็นไปได้น้อยเนื่องจาก บวท. เป็นหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลให้ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการการเดินทางอากาศของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน และมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ รวมถึงมีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่างๆ และบุคลากรอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ได้เปรียบคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาในอนาคต
- คู่แข่งในปัจจุบันของ บวท. คือ บมจ. SAMART Corporation มีศักยภาพในการลงทุนสูง
- ศักยภาพในการพัฒนาของคู่แข่ง/คู่เทียบของบริการเกี่ยวเนื่อง

Non Business Threats

- วิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีการออกมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรค จึงทำให้สายการบินไม่สามารถทำการบินได้ตามปกติ และบางสายการบินต้องเลิกกิจการ จึงเป็นผลให้ปริมาณเที่ยวบินลดลงอย่างมาก
- ค่าครองชีพในปัจจุบันที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ประชาชนมีค่าใช้จ่าย และหนี้สินครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น ผลต่อเศรษฐกิจในภาพรวม
- ภัยธรรมชาติที่ส่งผลให้โครงสร้างและระบบโครงสร้างพื้นฐานของท่าอากาศยานเสียหาย

อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Power of Customer)

- ด้านบริการการเดินทางอากาศลูกค้ามีอำนาจการต่อรองต่ำเนื่องจาก บวท. เป็นผู้ให้บริการการเดินทางอากาศเพียงรายเดียวของประเทศไทย
- ด้านบริการเกี่ยวเนื่องลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองปานกลาง เนื่องจากมีคู่แข่งในบางประเภทของบริการเกี่ยวเนื่อง ในส่วนของบริการเช่าอุปกรณ์สื่อสาร สำหรับกลุ่มลูกค้าธุรกิจพลังงานปิโตรเลียม สำหรับในส่วนของโครงการงานผลิตรับทำจะเป็นการเสนอราคา ซึ่งขึ้นอยู่กับงบประมาณของลูกค้าเป็นหลัก

การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threats of Substitutes)

- ด้านบริการการเดินทางอากาศ การหาสินค้าหรือบริการทดแทนได้ยากเนื่องจาก บวท. ยังเป็นผู้ให้บริการรายเดียวของประเทศไทย และยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาทดแทน
- ในด้านบริการเกี่ยวเนื่องมีคู่แข่งคู่แข่งเทียบ ในบริการเกี่ยวเนื่องบางประเภท ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่าในการให้บริการ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น
- การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานของระบบขนส่งของประเทศ เช่น สร้างรถไฟความเร็วสูงข้ามภูมิภาคทั่วประเทศเป็นตัวเลือกการเดินทางที่อาจส่งผลให้การคมนาคมทางอากาศลดลง
- การพัฒนาถนน ส่งผลให้การเดินทางสะดวกขึ้นโดยรถส่วนตัว หรือรถบัส แต่ยังเป็นการคุกคามระดับต่ำเนื่องจากใช้เวลาในการเดินทางนาน

อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

- กรมอุตุนิยมวิทยา (อต.) เป็นผู้ส่งข่าวอากาศให้กับ บวท. ซึ่งคุณภาพ และประสิทธิภาพในการส่งข่าวอากาศ เกี่ยวพันกับความทันสมัยของเทคโนโลยีด้านข่าวอากาศของกรมอุตุนิยมวิทยา
- บมจ. ท่าอากาศยานไทย และกรมท่าอากาศยาน บมจ. การบินกรุงเทพ ซึ่งมีสนามบินในความรับผิดชอบอยู่ทั่วประเทศ และเป็นผู้ดูแลระบบบริหารจัดการสนามบิน พื้นผิวทางวิ่ง การซ่อมบำรุงทางวิ่ง ซึ่งแผนซ่อมบำรุง และดูแลรักษาต้านกายภาพของสนามบิน จะมีผลต่อศักยภาพในการให้บริการของ บวท.

- การบริหารการใช้ห้วงอากาศในการใช้พื้นที่การฝึกทางทหาร ที่ต้องความอนุเคราะห์จาก กองทัพอากาศ (ทอ.) ส่งผลต่อขีดความสามารถในการรองรับปริมาณจราจรทางอากาศ และการจัดทำเส้นทางการบิน
- การทำงานร่วมกันของหน่วยงานด้านการบินที่ขาดการทำงานอย่างบูรณาการ
- การคุกคามทางอ้อมจากราคาน้ำมัน ส่งผลให้ราคาตัวเครื่องบินสูงขึ้น ส่งผลให้การคมนาคมทาง อากาศลดลง
- บริการเกี่ยวเนื่องมีความจำเป็นต้องจัดหาอุปกรณ์บางรายการจากซัพพลายเออร์ให้กับลูกค้า ทำให้มีต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น

คู่แข่งที่เป็นภัยมากที่สุด (Industry Rivalry)

- บมจ. สามารถ คอร์ปอเรชั่น มีศักยภาพสูงในการลงทุน และเป็นคู่แข่งของ บวท. ในอนาคต สำหรับบริการธุรกิจเกี่ยวเนื่อง บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) ของบริการเช่า อุปกรณ์สื่อสาร และ SITA เป็นคู่แข่งในการให้บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน (AOC)

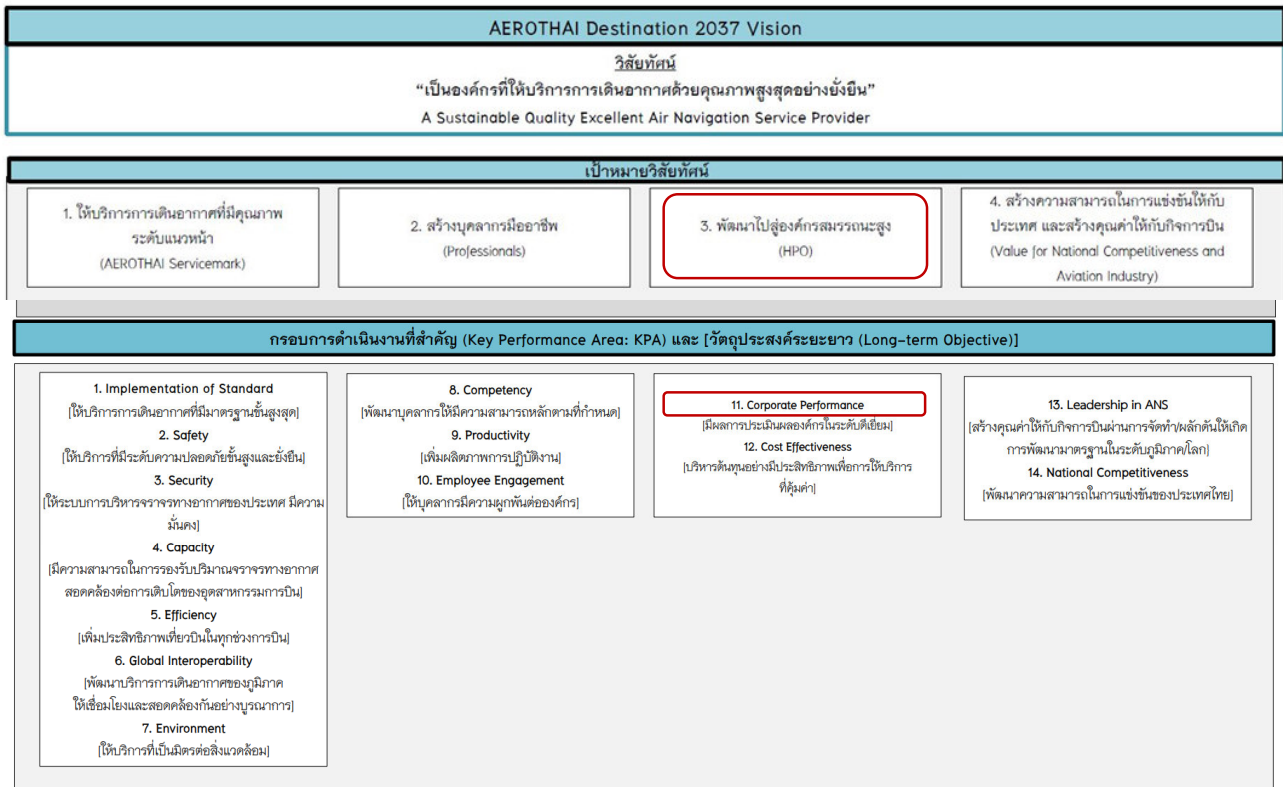
ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การวิเคราะห์สภาพ การแข่งขันต่อคู่แข่ง/คู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ ตาม (SWOT Analysis) และความท้าทายเชิง ยุทธศาสตร์ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ในข้างต้น จะเห็นได้ว่า บวท. มีจุดแข็งหลายด้านประกอบ กับมีโอกาสใหม่ๆ ที่เข้ามา ดังนั้น ในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการ จึงควรกำหนดกลยุทธ์ เชิงรุก (Aggressive Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้ โดยนำโอกาสต่างๆ มาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ โดยมีรายละเอียดของแผนการบริหารจัดการในบทที่ ๔

บทที่ ๓
ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

๓.๑ ความเชื่อมโยงและสอดคล้องระหว่างวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ และวัตถุประสงค์และพันธกิจของแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๗๑

จากการบูรณาการประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและผู้ให้บริการตามแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๗๑ พบว่ามีประเด็น/แผนงาน โครงการที่เกี่ยวข้องดังภาพต่อไปนี้

ภาพที่ ๑๓ Strategy Map ของแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๗๑



ประเด็นยุทธศาสตร์			
1. การให้บริการการเดินทางที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ	2. การสร้างบุคลากรมืออาชีพ	3. การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง	4. การสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ และสร้างคุณค่าให้กับกิจการ
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)
<p>SO.1 ให้บริการที่ปลอดภัยและมั่นคง เป็นไปตามมาตรฐาน และต่อเนื่องในทุกช่วงการบิน</p> <p>SO.2 พัฒนาขีดความสามารถในการรองรับเที่ยวบินและยกระดับประสิทธิภาพระบบการเดินทางอากาศ</p>	<p>SO.3 มีบุคลากรมืออาชีพที่เพียงพอ มีการจัดการทุนมนุษย์อย่างเป็นระบบสามารถขับเคลื่อนวิสัยทัศน์และองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน</p> <p>SO.4 มีบุคลากรที่ทุ่มเท มีความผูกพัน และมีสภาพแวดล้อมด้านบุคลากรที่ดี</p>	<p>SO.5 มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั้งองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ด้วยการมีระบบการกำกับดูแลที่ดีที่มีการจัดการในระดับดีเยี่ยมและมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล และเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมบนพื้นฐานของการจัดการความรู้ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และให้บริการทุกกลุ่ม</p> <p>SO.6 มีการบริหารจัดการทางการเงินและต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพและสมดุล เพื่อความยั่งยืนขององค์กร และมีอัตราค่าบริการที่เป็นธรรม โปร่งใส และแข่งขันได้</p>	<p>SO.7 สร้างคุณค่าให้กับกิจการในทุกระดับ</p> <p>SO.8 มีโครงสร้างพื้นฐานระบบบริการ การเดินทางที่ครบถ้วนและมีศักยภาพสอดคล้องกับการพัฒนาการขนส่งทางอากาศของประเทศ</p>
ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)
<p>Implementation of Standard SO 1</p> <p>KPI1.1 การดำเนินการตามมาตรฐานการให้บริการเดินทางอากาศ Safety</p> <p>KPI1.2 SMS Maturity Level</p> <p>KPI1.3 Safety Occurrences Ratio</p> <p>KPI1.4 CNS/Support System Service Availability Security</p> <p>KPI1.5 ไม่มี Incident ที่เกิดจากเหตุการณ์เชิงรุก</p> <p>Capacity SO 2</p> <p>KPI2.1 Bangkok FIR Capacity</p> <p>Efficiency</p> <p>KPI2.2 Airport Throughput Efficiency</p> <p>KPI2.3 Airport/Terminal ATM Delay</p> <p>KPI2.4 Taxi-out Efficiency</p> <p>KPI2.5 Actual En-route Extension</p> <p>KPI2.6 Filed Flight Plan En-route Extension</p> <p>KPI2.7 ค่าเฉลี่ย En-route ATM Delay</p> <p>KPI2.8 Terminal Efficiency</p> <p>KPI 2.9 Taxi-in Efficiency</p> <p>KPI 2.10 Flight Time Variability</p> <p>Global Interoperability</p> <p>KPI 2.11 ความล่าช้าทาง ASBUs and APAC Seamless ANS Plan Environment</p> <p>KPI 2.12 Additional Fuel Burn</p>	<p>Competency SO 3</p> <p>KPI3.1 ความสามารถของพนักงานทั้งที่องค์กร Productivity</p> <p>KPI3.2 ATCOs in OPS Hours Productivity</p> <p>Employee Engagement SO 4</p> <p>KPI4.1 ระดับความผูกพันต่อองค์กร</p>	<p>Corporate Performance SO 5</p> <p>KPI5.1 ความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรที่ได้รับ การยอมรับในระดับประเทศภูมิภาค/โลก</p> <p>KPI5.2 การดำเนินการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า</p> <p>KPI5.3 การดำเนินการด้านการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร</p> <p>KPI5.4 การดำเนินการด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล</p> <p>KPI5.5 การดำเนินการด้านการจัดการความรู้</p> <p>KPI5.6 การจัดการนวัตกรรม และคุณภาพของนวัตกรรมที่สร้างมูลค่าให้กับองค์กร</p> <p>Cost Effectiveness SO 6</p> <p>KPI6.1 Total Cost per IFR Flight Hour</p> <p>KPI6.2 รายได้จากการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจ</p>	<p>Leadership in ANS SO 7</p> <p>KPI7.1 ความเป็นผู้นำในระดับภูมิภาค/โลก</p> <p>National Competitiveness SO 8</p> <p>KPI8.1 ประสิทธิภาพของแผนแม่บททางอากาศและการเดินทางแห่งชาติ</p>
กลยุทธ์ (Strategy)	กลยุทธ์ (Strategy)	กลยุทธ์ (Strategy)	กลยุทธ์ (Strategy)
<p>S1.1 พัฒนาระบบและยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์และข้อกำหนดของภาครัฐ</p> <p>S1.2 พัฒนาระบบบริหารความปลอดภัยตามมาตรฐานขั้นสูงขององค์กรสู่ให้บริการเดินทางอากาศ</p> <p>S1.3 จัดการความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล</p> <p>S1.4 ปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารระบบเทคโนโลยีบริการการเดินทางอากาศ (CNS) ให้เป็นไปตามมาตรฐานและข้อตกลงระดับบริการ</p> <p>S1.5 มุ่งการพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานด้านความต่อเนื่องในการให้บริการระดับสูงสุด พร้อมรองรับวิกฤตการณ์ต่าง ๆ อย่างทัน่วงที</p> <p>S2.1 ยกระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติการและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสนับสนุนการเดินทางอากาศ ตลอดจนช่วงการบิน</p> <p>S2.2 พัฒนากาบริหารจัดการข้อมูลระบบการเดินทางอากาศ</p>	<p>S3.1 พัฒนาระบบบริหารทุนมนุษย์เพื่อให้บุคลากรมีคุณสมบัติและมีศักยภาพในการปฏิบัติงานในระดับที่เทียบเคียงกับ ANSP ชั้นนำ</p> <p>S3.2 พัฒนาทุนมนุษย์ให้มีความสามารถตรงตามคุณสมบัติของตำแหน่งงานที่กำหนด สอดคล้องตามการเปลี่ยนแปลงและทิศทาง การพัฒนาบุคลากรด้านการบิน รวมทั้งมีความเชี่ยวชาญชำนาญ เพื่อตอบสนองรับการมีศูนย์พัฒนาบุคลากร ที่มุ่งเน้นการจัดการความรู้ และทักษะขั้นสูงที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพระดับสากล</p> <p>S4.1 พัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานและคุณภาพชีวิตของบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการตามปัจจัยสร้างความรู้ผูกพัน</p> <p>S4.2 สร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่บุคลากร (Employee Experience) ตลอดจนระยะเวลาการทำงาน รวมทั้งรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ และสร้างแรงจูงใจสำหรับบุคลากรรุ่นใหม่</p>	<p>S5.1 กำหนดแผนพัฒนาและบริหารคุณภาพทั้งที่องค์กร โดยการปรับปรุงและจัดการกระบวนการทำงานที่สำคัญของ มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการเป็นขีดความสามารถและเป้าหมายขององค์กร</p> <p>S5.2 สร้างและยกระดับความสัมฤทธิ์ในการบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร</p> <p>S5.3 พัฒนาค่าวัฒนธรรมด้านวิถี ภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ครอบคลุม ทั้งที่องค์กรอย่างยั่งยืนและยั่งยืนสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด</p> <p>S5.4 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การกำกับดูแลข้อมูล การบริหารจัดการข้อมูล การบริหารความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ การพัฒนาความต่อเนื่องหรือระบบระบบดิจิทัล ให้มีเสถียรภาพและประสิทธิภาพสูง เพื่อสนับสนุนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าใช้งานกับทุกส่วนขององค์กร</p> <p>S5.5 พัฒนาระบบการจัดการความรู้ที่ทั้งองค์กร ส่งเสริมการพัฒนา/ถ่ายทอดนวัตกรรม และขยายผลเชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อการขับเคลื่อนองค์กร ให้เติบโตอย่างยั่งยืน</p> <p>S6.1 บริหารสภาพคล่องและต้นทุนขององค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและมีอัตราค่าบริการที่สอดคล้องตามข้อเสนอแนะของ ICAO (DOC 9082)</p> <p>S6.2 บริหารและสร้างรายได้ให้กับ บพ. โดยรักษารฐานลูกค้า และขยายโอกาสธุรกิจใหม่</p>	<p>S7.1 ดำเนินงานเชิงรุกด้านพัฒนาการเดินอากาศในระดับภูมิภาค/โลก</p> <p>S8.1 ยกระดับขีดความสามารถระบบการบินของประเทศ โดยการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานระบบบริการเดินทางอากาศ มีศูนย์บริหารจราจรทางอากาศ เพื่อให้สามารถเปลี่ยนถ่ายเทคโนโลยีและวิธีการปฏิบัติ ไปสู่ระบบการจราจรทางอากาศระบบใหม่อย่างสมบูรณ์ต่อเนื่อง และรองรับการพัฒนาการระบบการบินของภาครัฐ แสงยุทธศาสตร์ ด้านการขนส่งทางอากาศของประเทศ รวมทั้งแผนแม่บททางอากาศ และการเดินทางแห่งชาติ</p>

ที่มา: แผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑ ของ บพท.

จากแผนวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๓/๑ สามารถสรุปได้ดังนี้

วิสัยทัศน์ขององค์กร: “ เป็นองค์กรที่ให้บริการการเดินทางอากาศด้วยคุณภาพสูงสุดอย่างยั่งยืน”

เป้าหมายวิสัยทัศน์ที่ ๓ : ด้านการพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง

เป้าหมายวิสัยทัศน์ในระยะต่างๆ :

มุ่งเน้นที่การกำกับดูแลที่ดี มีเทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการดำเนินการ บริหารจัดการและพัฒนานวัตกรรม มีการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา และมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์บริการใหม่เพิ่มเติมนอกเหนือจากภารกิจหลัก เพื่อความยั่งยืนขององค์กรฯ

กรอบการดำเนินงานที่สำคัญ :

KPA11 : Corporate Performance : มีผลการประเมินผลองค์กรในระดับดีเยี่ยม

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO 5: มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กร และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงด้วยการมีระบบการกำกับดูแลที่ดีที่มีการจัดการในระดับดีเยี่ยม และมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล และเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมบนพื้นฐานของการจัดการความรู้ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ให้บริการทุกกลุ่ม

ตัวชี้วัดผลการดำเนินการ :

KPI 5.2 การดำเนินการด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

กลยุทธ์ : S5.2 สร้างและยกระดับความสัมพันธ์/การบริหารจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร

แผนงาน :

๕.๒.๑ แผนงานการจัดการและยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ และปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการได้ตามความต้องการ และเหนือกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง และเพิ่มความผูกพันให้กับลูกค้า (Quick Win)

โครงการ/งาน: ยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการการเดินทางอากาศ

ทั้งนี้ จากการเชื่อมโยงแผนวิสาหกิจของ บวท. และความสามารถพิเศษขององค์กร “เป็นองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ให้บริการการเดินทางอากาศของประเทศมาอย่างยาวนาน ด้วยความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และมีความต่อเนื่องในทุกสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ ตลอดจนสร้างคุณค่าให้กับกิจการบินของประเทศ มีความสามารถในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมระบบ

สนับสนุนบริการการเดินทางอากาศ รวมทั้งมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือเป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภูมิภาค” จึงนำมาใช้ในการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ดังนี้

๓.๒ ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

ยุทธศาสตร์ระยะสั้น

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

ยุทธศาสตร์ระยะยาว

“เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล”

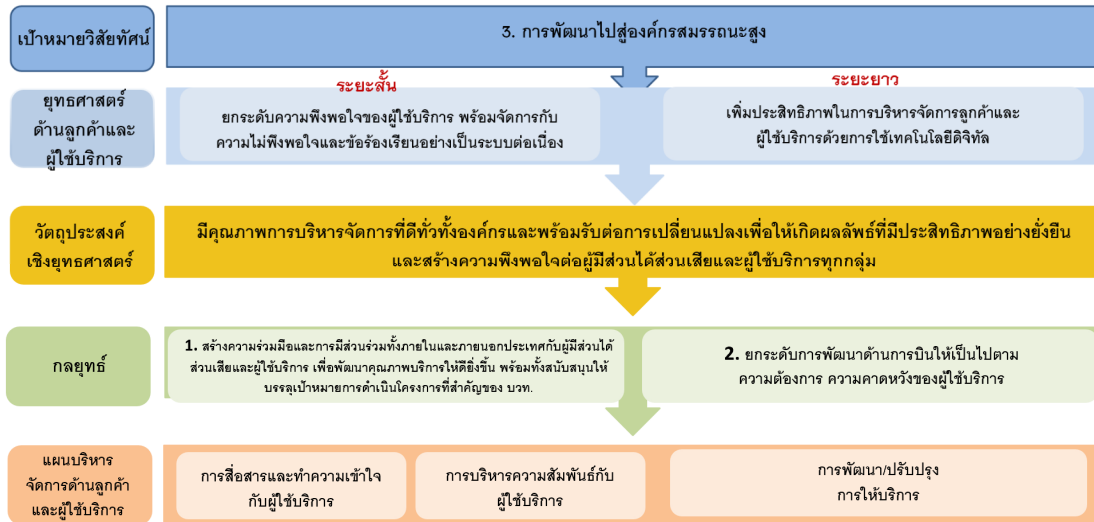
๓.๓ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO 5: มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กร และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงด้วยการมีระบบการกำกับดูแลที่ดีที่มีการจัดการในระดับดีเยี่ยม และมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล และเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมบนพื้นฐานของการจัดการความรู้ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ให้บริการทุกกลุ่ม

๓.๔ กลยุทธ์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

- ๑) สร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอกประเทศกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการ เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินโครงการที่สำคัญของ บพท.
- ๒) ยกระดับการพัฒนาด้านการบินให้เป็นไปตามความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม

ภาพที่ ๑๔ การเชื่อมโยงแผนวิสาหกิจ ฉบับปี ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑ ไปสู่การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ฉบับปี ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑



ตารางที่ ๔ การบูรณาการ/เชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการกับแผนวิสาหกิจ/
แผนแม่บทด้านต่างๆ ขององค์กร

แผนวิสาหกิจ/แผนแม่บท	ประเด็นความเชื่อมโยงกับหัวข้อในเล่มแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ
๑. แผนวิสาหกิจ (พ.ศ. ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑)	<p>๑. การถ่ายทอดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน มากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ และแผนปฏิบัติการประจำปี (บทที่ ๓)</p> <p>๒. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (PESTEL) (บทที่ ๒)</p> <p>๓. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (McKinsey 7S Framework) (บทที่ ๒)</p> <p>๔. การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) (บทที่ ๒)</p> <p>๕. การกำหนดความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (บทที่ ๒)</p> <p>๖. การกำหนดความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์</p>

แผนวิสาหกิจ/แผนแม่บท	ประเด็นความเชื่อมโยงกับหัวข้อในเล่ม แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ
	<p>(บทที่ ๒)</p> <p>๓. นำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ (บทที่ ๓)</p> <p>๔. การกำหนดตัวชี้วัด/เป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ (บทที่ ๓)</p> <p>๙. การนำข้อมูล Business Model และ Intelligent Risk มาประกอบในการจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการประจำปี และการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ (บทที่ ๔)</p>
๒. แผนแม่บทการกำกับดูแลกิจการที่ดี	<p>๑. ใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (บทที่ ๒)</p> <p>๒. การดำเนินการจัดการข้อร้องเรียน (บทที่ ๔)</p>
๓. แผนหลักการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน	๑. ใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงของแผนงาน/โครงการนวัตกรรม (บทที่ ๔)
๔. แผนปฏิบัติการดิจิทัล	๑. แผนงาน/โครงการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ได้ถูกบรรจุอยู่แผนปฏิบัติการดิจิทัล (บทที่ ๔)
๕. แผนธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	<p>๑. การจำแนกกลุ่มลูกค้าบริการเกี่ยวเนื่อง (บทที่ ๑)</p> <p>๒. ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการของบริการเกี่ยวเนื่อง (บทที่ ๑)</p> <p>๓. การวิเคราะห์ Customer Journey (บทที่ ๔)</p> <p>๔. แผนปฏิบัติการประจำปี (บทที่ ๔)</p>
๖. แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีสว่นได้สว่นเสียที่สำคัญ	<p>๑. ลูกค้าเป็นกลุ่มหนึ่งในบริบทของผู้มีสว่นได้สว่นเสีย (บทที่ ๑)</p> <p>๒. การจัดทำระบบฐานข้อมูลร่วมกัน (บทที่ ๑ และบทที่ ๔)</p>
๗. แผนแม่บทการจัดการความรู้	๑. การจัดทำหลักสูตร Core Competency ให้กับพนักงาน และบันทึกเป็นการจัดการความรู้ขององค์กร (บทที่ ๔)

แผนวิสาหกิจ/แผนแม่บท	ประเด็นความเชื่อมโยงกับหัวข้อในเล่ม แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ
	๒. ประเด็นในการจัดการความรู้กับกลุ่มลูกค้า และผู้ให้บริการตามผลการจำแนกลูกค้า (บทที่ ๔)
๘. แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม	๑. ข้อมูลรายละเอียดในการดำเนินการเรื่องการพัฒนาและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ (บทที่ ๔) ๒. แผนงานนวัตกรรมประจำปี ของบริษัท (บทที่ ๔)

๓.๕ เป้าหมายระยะยาว

ภายหลังการบูรณาการเพื่อยกระดับความพึงพอใจ และลดระดับความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการแล้ว เป้าหมายระยะยาวคือ “การให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจและผูกพันต่อบริการขององค์กร และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ให้บริการ” โดยมีเป้าหมายตัวชี้วัดระยะยาว ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๕ ตารางเป้าหมายตัวชี้วัดระยะยาวในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

KPA	Long-term Objective / KPI	เป้าหมายปี ๒๕๖๗	เป้าหมายปี ๒๕๖๘	เป้าหมายปี ๒๕๖๙	เป้าหมายปี ๒๕๗๐	เป้าหมายปี ๒๕๗๑	เป้าหมายปี ๒๕๗๒	เป้าหมาย ปี ๒๕๘๐
11. Corporate Performance (SO5)	๒. ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจ และผูกพันต่อบริการขององค์กร ตัวชี้วัด (KPI) ๕.๒: ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ๒๕๖๑ = ๓.๘๖ ระดับ ๔ ๒๕๖๒ = ๓.๙๓ ระดับ ๔ ๒๕๖๓ = ยกเลิกการวัดผล จาก COVID-19 ๒๕๖๔ = ๔.๒๒ ระดับ ๕ ๒๕๖๕ = ๔.๑๔	ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่น้อยกว่า ๔.๐๒	ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่น้อยกว่า ๔.๐๔	ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่น้อยกว่า ๔.๐๖	ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่น้อยกว่า ๔.๐๘	ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่น้อยกว่า ๔.๑๐	ผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่น้อยกว่า ๔.๑๐	ความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่น้อยกว่า ๔.๑๐

KPA	Long-term Objective / KPI	เป้าหมายปี ๒๕๖๓	เป้าหมายปี ๒๕๖๔	เป้าหมายปี ๒๕๖๕	เป้าหมายปี ๒๕๖๖	เป้าหมายปี ๒๕๖๗	เป้าหมายปี ๒๕๖๘	เป้าหมาย ปี ๒๕๖๙
	๒. ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ๒๕๖๑ = ร้อยละ ๓.๖ ระดับ ๕ ๒๕๖๒- ร้อยละ ๓.๓ ระดับ ๕ ๒๕๖๓- ยกเลิกการวัดผล จาก COVID-19) ๒๕๖๔ = ร้อยละ ๒.๓ (มีการปรับเปลี่ยนแบบคำถาม และวิธีการคิดคะแนน) ๒๕๖๕ = ๒๐.๒	ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่เกินร้อยละ ๒๓	ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่เกินร้อยละ ๒๖	ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่เกินร้อยละ ๒๕	ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่เกินร้อยละ ๒๔	ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่เกินร้อยละ ๒๓	ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่เกินร้อยละ ๒๐	ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากผู้ให้บริการไม่เกินร้อยละ ๒๐
	๓. สัดส่วนของร่องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการ - ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๒๕๖๑= ร้อยละ ๘๓ ระดับ ๕ ๒๕๖๒= ร้อยละ ๑๐๐ ระดับ ๕ ๒๕๖๓= ร้อยละ ๑๐๐ ระดับ ๕ ๒๕๖๔= ร้อยละ ๑๐๐ ระดับ ๕ ๒๕๖๕= ร้อยละ ๑๐๐ ระดับ ๕	๕.๕: สัดส่วนของร่องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการ 100%	๕.๕: สัดส่วนของร่องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการ 100%	๕.๕: สัดส่วนของร่องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการ 100%	๕.๕: สัดส่วนของร่องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการ 100%	๕.๕: สัดส่วนของร่องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้ให้บริการ 100%	๕.๕: สัดส่วนของร่องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ต่ำกว่า 70%	๕.๕: สัดส่วนของร่องเรียนที่จัดการได้ - ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ต่ำกว่า 70%

๓.๖ ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ตารางที่ ๖ ผลผลิต (Output)

ปีงบประมาณ	ผลผลิต
๒๕๖๓	มีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ
๒๕๖๔	มีระบบการให้บริการโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่รองรับกลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต
๒๕๖๕	มีการนำระบบเทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการรับฟัง และการสนับสนุนลูกค้า
๒๕๖๖	มีกฎบัตร/นโยบาย มาตรฐานการบริการครบทุกผลิตภัณฑ์และบริการ
๒๕๖๗	มีผลิตภัณฑ์/บริการในรูปแบบดิจิทัล ที่สามารถตอบสนองรูปแบบการใช้งานของผู้ใช้บริการในอนาคต

ตารางที่ ๓/ ผลลัพธ์ (Outcome)

ปีงบประมาณ	ผลลัพธ์
๒๕๖๓	ประสิทธิภาพในการให้บริการเพิ่มสูงขึ้น
๒๕๖๔	รายได้ของ บวท. เพิ่มมากขึ้น
๒๕๖๕	การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลูกค้าทำได้รวดเร็ว มีความแม่นยำ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น
๒๕๖๖	ยกระดับความสามารถในการดำเนินการสู่ระดับสากล และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น
๒๕๖๗	รายได้ขอ บวท. เพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์/บริการที่เป็นส่วนต่อขยายจากภารกิจหลัก

บทที่ ๔

แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

๔.๑ กรอบแนวคิดในการจัดทำแผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ

กรอบแนวคิดในการจัดทำแผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ บวท. มีการประมวลผลข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อใช้เป็นปัจจัยนำเข้าในการกำหนดแผน ฯ ดังนี้

๑) กรอบการดำเนินงานที่สำคัญตามแผนวิสาหกิจ (ฉบับปีพ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๗๑) ในเรื่อง Customer Engagement ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์กรไปสู่สมรรถนะสูง และแผนงาน/โครงการต่างๆ ตามแผนวิสาหกิจที่ส่งผลให้ระดับคะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น ดังนั้น แผนบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้บริการนั้น 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 รวมถึงและการดำเนินกิจกรรมร่วมกับผู้บริการปี ๒๕๖๖ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ได้รับทราบความต้องการ ความคาดหวังที่แท้จริงจากผู้บริการ รวมถึงข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริการภายนอก และผลของการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทำให้ บวท. ได้รับทราบถึงระดับคุณภาพที่ผู้บริการได้รับ และความคาดหวังของผู้บริการ และข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประเด็นที่ผู้บริการพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้บริการแต่ละกลุ่ม เพื่อนำมาวางแผนการปรับปรุงการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทั่วทั้งองค์กรโดยใช้หลัก Quality Management System (QMS) และเป็นการยกระดับคะแนนความพึงพอใจให้สูงขึ้น

๔) การประมวลผลข้อมูลจากการเข้าพบผู้บริหารในระดับผู้อำนวยการใหญ่ ผู้อำนวยการฝ่าย และผู้อำนวยการกองของฝ่ายปฏิบัติการ และฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับทราบแผนงาน/โครงการ แผนดำเนินการเกี่ยวกับผู้บริการในปีที่ผ่านมา รวมถึงประเด็นปัญหา/ข้อขัดข้อง

ในเรื่องต่างๆ ความเร่งด่วนในการดำเนินการเพื่อนำมาประกอบการจัดทำแผนการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ

๕) การวิเคราะห์ข้อมูลจาก Business Model Canvas ของ บวท. ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๘๐ ที่มีการนำการจำแนกลูกค้า มากำหนดคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการของ บวท. และสร้างช่องทางที่ใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยคำนึงถึงกระแสรายได้ขององค์กร โครงสร้างต้นทุนและทรัพยากรที่ใช้ มากำหนดเป็นกิจกรรมสำคัญที่จะต้องดำเนินการ พร้อมทั้งกำหนดหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง

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

ดังนั้น จึงเป็นที่มาในการจัดทำแผนบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการ รวมถึงกิจกรรมภายใต้แผนฯ ต่าง ๆ ซึ่งแผนบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของ บวท. เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ให้บริการ และเตรียมความพร้อมพัฒนาประสิทธิภาพ เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายวิสัยทัศน์อย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการสร้างความสมดุลระหว่างการวางแผนดำเนินการขององค์กรและความต้องการของลูกค้าและเพื่อรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรตลอดไป (CRM & Service Quality Loop) แนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จึงเป็นการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าให้อยู่กับองค์กรระยะยาวและเกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งแนวคิดดังกล่าวจะเกิดผลสำเร็จได้ จำเป็นจะต้องมีการผสมผสานทั้งกลยุทธ์ แผนดำเนินการ การประสานงานทั้งจากสายงานหลักและสายงานสนับสนุน รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีและระบบข้อมูลสารสนเทศในการขับเคลื่อน เพื่อให้การดำเนินการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

๔.๒ กลยุทธ์การบริหารจัดการลูกค้าและผู้ใช้บริการ

จากเป้าหมายการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ใช้บริการ ประกอบกับการวิเคราะห์ผลสำรวจความพึงพอใจ และความคาดหวังผู้ใช้บริการเชิงลึกแล้วนั้น เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของ Customer Engagement ตามยุทธศาสตร์ของ บวท. จึงจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การยกระดับความพึงพอใจในเชิงรุก เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนกิจกรรมและการดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนด โดยกำหนดแนวกลยุทธ์ (Strategic Theme) ๒ แนวทาง เพื่อใช้เป็นกรอบในการพัฒนากลยุทธ์และแผนงานเพื่อการยกระดับความพึงพอใจต่อไป ประกอบด้วย

๑) Efficiency Strategic Theme

เป็นแนวกลยุทธ์ที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนากระบวนการ ขั้นตอน วิธีปฏิบัติ และเครื่องมือในการรับฟังและปรับปรุง เพื่อให้เกิดการพัฒนาการให้บริการ ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ ต้องใช้กลยุทธ์ 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 บวท. โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความสำเร็จทั้งกับบุคลากรภายในองค์กร (Internal CRM) และผู้ใช้บริการทุกกลุ่มและทุกระดับ ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ต้องใช้กลยุทธ์ ๒ กลยุทธ์หลักในการบริหาร ได้แก่

- Internal Participation Strategy คือ กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับในเป้าหมายการพัฒนาการให้บริการ ซึ่งจะช่วยสร้างแรงขับเคลื่อนการปรับปรุงในทิศทางที่เหมาะสม

- External Participation Strategy คือ กลยุทธ์การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม และทุกระดับ เพื่อให้เกิดการยอมรับและเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการแก้ไขปัญหาที่มีผลต่อความพึงพอใจ

๔.๓ ทิศทางของแผนระยะสั้น และแผนระยะยาว

แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการแบ่งได้เป็นแผนระยะสั้น และแผนระยะยาว จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการบริหารจัดการลูกค้าและผู้ให้บริการในกลุ่มผู้ให้บริการการเดินทางอากาศ และกลุ่มผู้ให้บริการเกี่ยวเนื่อง โดยมีกรอบในการจัดทำแผนฯ แบ่งเป็น ๓ ด้าน คือ

(๑) การสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ให้บริการ

(๒) การพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ

(๓) การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ

โดยมีการกำหนดทิศทางของแผนระยะสั้น และแผนระยะยาว ดังนี้

ด้านลูกค้าบริการการเดินทางอากาศ

ทิศทางของแผนระยะสั้น: มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและผู้ให้บริการ และปรับปรุง/พัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจ ความผูกพัน และหลีกเลี่ยงความไม่พึงพอใจในอนาคต

ทิศทางของแผนระยะยาว: มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาด้านบริการการเดินทางอากาศให้ตรงกับความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

ด้านลูกค้าบริการเกี่ยวเนื่อง

ทิศทางของแผนระยะสั้น (สำหรับในปีงบประมาณ ๒๕๖๖ และ ๒๕๖๗ จะพิจารณาตามความเหมาะสมในการจัดกิจกรรม เนื่องจาก บวท. ประสบปัญหาสภาพคล่องทางการเงินจากสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19)

- การจัดกิจกรรมบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าตามแผนงานประจำปี เช่น การจัดกิจกรรมกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ การจัดนิทรรศการเพื่อการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และบริการ การแสดงความยินดีในโอกาสครบรอบของหน่วยงานลูกค้า เป็นต้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทฯ กับผู้ให้บริการ
- กิจกรรมการเดินทางไปพบปะเยี่ยมเยียนผู้ให้บริการ
- การสำรวจความพึงพอใจลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ดียิ่งขึ้น
- พัฒนารูทกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการเดินทางอากาศ เพื่อรักษาสถานลูกค้าเดิมที่มี และสร้างรายได้ให้เป็นไปตามเป้าหมายตัวชี้วัด โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ทิศทางของแผนระยะยาว

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

๔.๔ แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการระยะสั้น (ปี ๒๕๖๖)

๔.๔.๑ แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ

ในการสื่อสารและรับฟังเสียงผู้ใช้บริการเพื่อยกระดับความพึงพอใจผู้ใช้บริการ บวท. มีการดำเนินการ ดังนี้

(๑) การสื่อสารและรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ มีบทบาทสำคัญต่อเป้าหมายวิสัยทัศน์ของ บวท. “ให้ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มมีความพึงพอใจและผูกพันต่อบริการขององค์กร” เนื่องจากเป็นช่องทางที่จะสามารถสื่อสารแผนปรับปรุงการให้บริการ การแก้ไขประเด็นประสิทธิภาพต่างๆ ที่ได้ดำเนินการผ่านกระบวนการสำรวจความพึงพอใจฯ นำเสนอความคืบหน้าแผนงาน/โครงการทิศทางการดำเนินงาน วิสัยทัศน์ และรับฟังข้อคิดเห็นจากผู้ให้บริการ รวมไปถึงการสร้างความร่วมมือในวิถีปฏิบัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ห่วงอากาศ การรองรับปริมาณเที่ยวบิน และความปลอดภัยในการปฏิบัติการบิน และเป็นช่องทางในการเผยแพร่เงื่อนไขการให้บริการ และการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องให้กับผู้ใช้บริการได้รับทราบ โดย บวท. ได้นำผลการประเมินช่องทาง ฯ จากกลุ่มผู้ใช้บริการประจำปีมาบูรณาการข้อมูลและวิเคราะห์ เพื่อทบทวนช่องทางสื่อสารและรับฟังเสียงลูกค้าบริการการเดินทาง และบริการเกี่ยวเนื่อง โดยมีการจัดกิจกรรมแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังนี้

๑) บริการการเดินทาง ประกอบไปด้วย บริการจราจรทางอากาศ บริการจัดการความปลอดภัยตัวการจราจรทางอากาศ การจัดการห่วงอากาศ ระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินทาง และระบบติดตามอากาศยาน และบริการออกแบบวิถีปฏิบัติด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน โดยมีกิจกรรม ดังนี้

๑.๑ การประชุม Airspace Users-ANSP Meeting จัดเป็นประจำทุกปี

ปีละ ๑ ครั้ง ในช่วงเดือนสิงหาคม

๑.๒ การประชุมบินปลอดภัย (Safety & Operations Forum) จัดเป็นประจำทุกปี

ปีละ ๑ ครั้ง ในช่วงเดือนกรกฎาคม

- ๑.๔ การประชุมความร่วมมือกับโรงเรียนการบิน/บิน VFR จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง ในช่วงเดือน มิถุนายน
- ๑.๕ การประชุมเชิงปฏิบัติการกลุ่มย่อยกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทย จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ และ มีนาคม
- หมายเหตุ รายละเอียดของกิจกรรม ตารางสรุปประเด็นสำคัญในการปรับปรุง การให้บริการและกิจกรรมตามแผนระยะสั้นที่จะดำเนินการในปี ๒๕๖๗ หน้า ๑๔๘

๒) บริการเกี่ยวเนื่อง

- ๒.๑ การเข้าร่วมประชุม Airspace Users-ANSP Meeting ที่จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง
- ๒.๒ การประชุม Aviation Customer Meeting (ACM) ที่ให้บริการขายตั๋วเครื่องบิน ข้อมูลสายการบิน (AOC) จัดประชุม ๒ ปี/ครั้ง
- ๒.๓ การประชุม 3 Way Meeting ที่จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง

ทั้งนี้ เพื่อให้แผนสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และได้รับข้อมูลครบถ้วนจากการสื่อสารกับลูกค้า บวท. จึงจัดให้มีการดำเนินการในการรับฟังลูกค้าในช่องทางต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑.๑ การรับฟังลูกค้า บวท. ดำเนินกระบวนการบริหารสารสนเทศเสียง (Voice Of Customer : VOC) ของผู้ให้บริการโดยรับข้อมูลจากช่องทางสื่อสารและรับฟังต่าง ๆ รวมทั้งศูนย์บริหารจัดการเรื่องร้องเรียน (ศรร.) เพื่อนำมาดำเนินการประเมินประสิทธิภาพของข้อมูลสารสนเทศที่ได้ นำไปใช้เป็นข้อมูลนำเข้าในกระบวนการจัดทำแผนบริหารความสัมพันธ์/บริหารผลลัพธ์ และกระบวนการสำรวจความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจผู้ให้บริการ (ลูกค้า) และส่งต่อไปยังกระบวนการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปปรับปรุง/พัฒนาการให้บริการ และนำไปใช้เป็นปัจจัยนำเข้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ และมีแนวปฏิบัติในการรับฟังลูกค้าที่ระบุขอบเขต ขั้นตอนปฏิบัติ และแนวทางการติดตาม สื่อสารให้ผู้เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกไตรมาส โดยมีช่องทางในการรับฟังกลุ่มลูกค้า ดังนี้

ตารางที่ ๘ ช่องทางในการรับฟังกลุ่มลูกค้า วิธีการรับฟัง ตัวชี้วัดของช่องทางฯ

ช่องทางการรับฟัง	แนวปฏิบัติ	ตัวชี้วัด
๑. การประชุมสัมมนา	รับฟังข้อคิดเห็นของลูกค้าจากการประชุม และจัดทำแบบประเมินผลหลังการประชุม/สัมมนา เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของ	ได้รับข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้าและผู้ให้บริการจากการประชุม/สัมมนา

ช่องทางการรับฟัง	แนวปฏิบัติ	ตัวชี้วัด
	<p>ลูกค้า และจัดทำเป็นรายงานสรุปผลการประเมินหลังการประชุม</p> <p><u>ความถี่</u> : บันทึกข้อมูลหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมทุกครั้งในระบบรวบรวมสารสนเทศเสียงของลูกค้า</p>	
<p>๒. กิจกรรมบริหารความสัมพันธ์</p>	<p>รวบรวมข้อคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม และจัดทำแบบประเมินผลหลังเสร็จกิจกรรม</p> <p><u>ความถี่</u> : บันทึกข้อมูลหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมทุกครั้งในระบบรวบรวมสารสนเทศเสียงของลูกค้า</p>	<p>ระดับคะแนนความพึงพอใจเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าหรือเท่ากับ ๔ และระดับคะแนนความไม่พึงพอใจลดลงน้อยกว่า ๓๐%</p>
<p>๓. การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าและผู้ให้บริการ</p>	<p>ประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ฯ ของลูกค้าและผู้ให้บริการโดยใช้แบบสำรวจฯ โดยทำการสำรวจฯ</p> <p><u>ความถี่</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินการสำรวจฯ เป็นประจำทุกปี และจัดทำเป็นรายงานผลสำรวจฯ นำเสนอผู้บริหาร - ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ การรับรู้ ความเข้าใจ ทุกครั้งหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมร่วมกับผู้ให้บริการ และจัดทำเป็นรายงานนำเสนอผู้บริหารต่อไป 	<p>ระดับคะแนนความพึงพอใจเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าหรือเท่ากับ ๔.๐๒ และระดับคะแนนความไม่พึงพอใจลดลงน้อยกว่า ๒๐%</p>
<p>๔. การติดต่อหน่วยงานที่ให้บริการโดยตรงผ่านผู้ประสานงาน</p>	<p>รับฟังปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน และพิจารณาความเร่งด่วนของปัญหา เพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที</p> <p><u>ความถี่</u> : บันทึกข้อมูลหลังจากให้บริการ</p>	<p>การจัดการเรื่องของลูกค้าและผู้ให้บริการร้องขอได้ ๑๐๐%</p> <p><i>หมายเหตุ ประเด็นที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้ในทันที จะนำข้อมูลไปใช้ในการพิจารณาวางแผนเพื่อดำเนินการแก้ไข</i></p>

ช่องทางการรับฟัง	แนวปฏิบัติ	ตัวชี้วัด
	ทุกครั้งที่ในระบบรวบรวมสารสนเทศเสียงของลูกค้า	ปัญหาต่อไป
๕. การสัมภาษณ์เชิงลึก	<p>เลือกกลุ่มเป้าหมาย และจัดทำกรอบคำถามในการสัมภาษณ์ และดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการ ความคาดหวังในเชิงลึกของลูกค้า และจัดทำเป็นรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์</p> <p><u>ความถี่</u> : ดำเนินการสำรวจฯ เป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง และจัดทำเป็นรายงานผลสำรวจฯ นำเสนอผู้บริหาร</p>	รายงานสรุปการสัมภาษณ์
๖. เว็บไซต์ของบริษัทฯ (www.aerothai.co.th)	<p>จัดเก็บข้อมูลของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ประเภทของบริการที่ใช้ รวมถึงข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่างๆ และนำมาจัดทำเป็นรายงานสรุปผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือน</p> <p>บริการเกี่ยวเนื่อง: ได้มีการจัดเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้าผ่านช่องทางอีเมล bs@aerothai.co.th ผ่านทาง Website หน่วยธุรกิจ ที่เว็บไซต์ www.aerothai.co.th/business/th</p> <p><u>ความถี่</u>: บันทึกข้อมูลทุกครั้งที่มีผู้เข้ามาใช้บริการ หรือให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในระบบรวบรวมสารสนเทศเสียงของลูกค้า</p>	ระบบบริการต่างๆ และระบบสนับสนุนของบริษัทฯ สามารถใช้งานได้ ๑๐๐%
๗. สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media ได้แก่ Facebook Twitter Instragram Youtube Line Official)	<p>ติดตาม รวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการที่ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อซักถาม</p> <p><u>ความถี่</u> บันทึกข้อมูลทุกครั้งที่มีผู้เข้ามาใช้บริการ หรือให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ</p>	<p>การจัดการเรื่องของลูกค้าและผู้ให้บริการร้องขอได้ ๑๐๐%</p> <p><u>หมายเหตุ</u> ประเด็นที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้ในทันที จะนำข้อมูลไปใช้ในการพิจารณา</p>

ช่องทางการรับฟัง	แนวปฏิบัติ	ตัวชี้วัด
	ในระบบรวบรวมสารสนเทศเสียงของลูกค้ารายงานสรุปผลการดำเนินงานทุกไตรมาสนำเสนอผู้บริหารระดับสูง	วางแผนเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาต่อไป
๘. ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน (ศรร.)	การจัดทำคู่มือในการปฏิบัติงาน เป้าหมาย ตัวชี้วัด และแบ่งแยกประเภทของเรื่องร้องเรียน กำหนดผู้รับผิดชอบกรอบระยะเวลาในการดำเนินการ <u>ความถี่</u> รายงานผลการดำเนินงานทุกเดือนและจัดทำเป็นรายงานสรุปผลการดำเนินงานทุกไตรมาสนำเสนอผู้บริหารระดับสูง	สัดส่วนของข้อร้องเรียนที่จัดการได้ ๑๐๐%
๙. Counter Service งานบริการระบบวิทยุสื่อสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	รับฟังปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน และพิจารณาความเร่งด่วนของปัญหาเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างทันทีทัน่วงที่ <u>ความถี่</u> : บันทึกข้อมูลหลังจากให้บริการทุกครั้งในระบบรวบรวมสารสนเทศเสียงของลูกค้า	สัดส่วนของปัญหา/ข้อขัดข้องที่สามารถจัดการได้ ๑๐๐%

บพท. ได้ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องโครงการตามแผนวิสาหกิจ ปี ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑ ตามกลยุทธ์ที่ ๕.๒.๒ แผนงานการจัดการและยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการได้ตามความต้องการ และเหนือกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง และเพิ่มความผูกพันให้กับลูกค้า โดยได้ดำเนินการพัฒนาระบบรวบรวมสารสนเทศเสียงของลูกค้า (VOC) ในรูปแบบดิจิทัลเพื่อช่วยบริหารคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมีระบบเทคโนโลยีมาสนับสนุนการรวบรวม/รับฟังลูกค้าจากทุก Focal Point ทั่วทั้งองค์กร จะส่งผลให้องค์กรได้รับข้อมูลความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าและผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว และสามารถตอบสนองได้อย่างทันทีทัน่วงที่ และมีแนวทางในการปฏิบัติในการรับฟังลูกค้าในทิศทางเดียวกัน และได้ดำเนินการพัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูลการรับฟังเสียงจากลูกค้า (Voice of Customer :

Sentiment Analysis) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลการรับฟังเสียงจากลูกค้า (Voice of Customer : VOC) โดยใช้การประมวลผลด้วยกรรมวิธีการวัดระดับความพึงพอใจ Sentiment Analysis ประมวลผลภาษาธรรมชาติ (Natural Language Processing : NLP) เพื่อรับทราบระดับของความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการจาก บวท. ในสิ่งที่จะนำมาปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ระบบรวบรวมสารสนเทศเสียงของลูกค้า (VOC) เป็นการพัฒนา (Web Application) เพื่อช่วยจัดการให้การดำเนินการเรื่องการเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้าอย่างครบถ้วนทุกช่องทาง ทุกกลุ่มของลูกค้า และเป็นระบบมากขึ้นเพื่อนำมา วิเคราะห์ จัดลำดับความสำคัญ และสรุปเป็นความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าได้ครบถ้วน ในทุก มิติ ซึ่งส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดเก็บ/สืบค้นข้อมูล ความต้องการ รวมทั้งลดขั้นตอนการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานและการบันทึกเชิงสถิติ โดยระบบสามารถให้ Focal Point บันทึกข้อมูลจากทุกที่ ทุกเวลา สามารถแสดงผลข้อมูลในรูปแบบที่กำหนด (กราฟแสดงสถิติและข้อมูล) บนหน้าระบบ สามารถทำการ Export ข้อมูลแบบฟอร์มและรายงาน สรุปผลสารสนเทศเสียง (กราฟแสดงสถิติและข้อมูล) ในรูปแบบ PDF Excel และ Word ได้

ระบบการวิเคราะห์ข้อมูลการรับฟังเสียงจากลูกค้า (Voice of Customer : Sentiment Analysis) ศึกษาและพัฒนาระบบต้นแบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการ ในลักษณะของปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสร้างอภิชานคำศัพท์ที่ระบุอารมณ์/ความรู้สึก/ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ได้แสดงออกมาผ่านตัวอักษร/ข้อความที่ปรากฏในแบบสอบถาม โดยจะใช้ข้อมูลผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการที่ บวท. ได้ดำเนินการในปีที่ผ่านมา นำมาประมวลผล โดยใช้ข้อมูลในส่วนของข้อคิดเห็นอิสระ/ข้อเสนอแนะ (Open Comment) ที่ลูกค้าและผู้รับบริการมีต่อ บวท. การสร้างอภิชานคำศัพท์ และกำหนดแนวทางในการประมวลผลอารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ ของผู้รับบริการด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยใช้การประมวลผลแบบ NLP ให้เป็นรูปแบบและมาตรฐานเดียวกัน จะช่วยให้ บวท. สามารถเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ จากข้อมูลแหล่งต่างๆ ได้อย่างเป็นระบบ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขกระบวนการทำงาน เพื่อตอบสนองต่อเสียงของลูกค้าต่อไป

ตารางที่ ๙ วิธีการรับฟังลูกค้าแต่ละประเภท

ประเภทลูกค้า	วิธีการรับฟัง
อดีตลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> - ประชุมระหว่างหน่วยงานภายใน บวท. เพื่อวิเคราะห์สาเหตุและปัจจัยในการเลิกใช้บริการ - บริการเกี่ยวเนื่อง ฝ่ายขายจะจัดทำ/ทบทวนแผนงาน Sale Trip ประจำปี เพื่อรับฟังเสียงของอดีตลูกค้า ในประเด็นปัญหา ข้อบกพร่อง เพื่อหาแนวทางแก้ไข โดยมีเป้าหมายรักษาความสัมพันธ์อันดี และวิเคราะห์หาโอกาสธุรกิจในอนาคต
ลูกค้าในอนาคต	<ul style="list-style-type: none"> - มีแนวโน้มมาจากการรับฟังเสียงผ่านช่องทางการประชุม/สัมมนาร่วมกับหน่วยงานภายใน บวท. และการประชุมร่วมกับหน่วยงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - บริการเกี่ยวเนื่อง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากปัจจัยแนวโน้มทิศทางของตลาด และเทคโนโลยี และปัจจัยด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อประเมินโอกาสธุรกิจ และลูกค้าเป้าหมายในอนาคต และใช้ช่องทางนำเสนอภารกิจ คักยภาพ ผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าในอนาคต ผ่านการ Sale Trip หรือการประชุม และนำผลลัพธ์ดังกล่าว ไปกำหนดแนวทางพัฒนานวัตกรรมหรือการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์/บริการ หรือ Solution ที่ตอบโจทย์ความต้องการ ความคาดหวัง หรือ Pain Point ของลูกค้า
ลูกค้าคู่แข่ง	<ul style="list-style-type: none"> - ประชุมระดับผู้บริหารภายในหน่วยงาน - ข้อมูลลูกค้าคู่แข่งมาจากการรับฟังเสียงผ่านช่องทางการสำรวจความพึงพอใจปีละ ๑ ครั้ง โดย วส.สส. ยังคงให้มีการสำรวจข้อมูลการให้บริการของ บวท. เปรียบเทียบกับ ๑๐ ประเทศในภูมิภาคอาเซียน ในแบบสำรวจฯ ประจำปี ๒๕๖๖ - บริการเกี่ยวเนื่อง ด้วยการหาข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ Customer pain-point จากหลากหลายช่องทาง เช่น Direct contact การประชุม/สัมมนา การ Meeting และหากมีโอกาสธุรกิจจะนำเสนอแนวทางที่ระบุจุดเด่น หรือข้อแตกต่าง เพื่อแก้ปัญหาของลูกค้า รวมถึงการพัฒนา นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์/บริการ ให้ตรงความต้องการ และความคาดหวังแก่ลูกค้า

การเรียนรู้

ทั้งนี้ จากการดำเนินการในปีที่ผ่านมา บวท. มีแผนที่จะพัฒนาช่องทางในการรับฟังเสียงของลูกค้า (ผู้ใช้บริการ) เพิ่มเติมเพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและรับฟังข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้บริการโดยตรง และให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นความต้องการ ความคาดหวัง รวมถึงปัญหา ข้อขัดข้อง ข้อเสนอแนะ โดยผ่านช่องทางดังนี้

- ๑) เว็บไซต์ของ บวท. ในเพจของ นักบิน และสายการบิน
- ๒) ไลน์แอด สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการที่เข้าร่วมการประชุม Airspace User – ANSP Meeting
- ๓) ดำเนินการออกแบบคำถาม/จัดทำแบบสอบถามเพื่อประเมินช่องทาง การรับฟังเสียงลูกค้าผ่านกิจกรรมร่วมกับผู้ใช้บริการ เช่น การประชุม Airspace Users-ANSP Meeting และการประชุมที่หน่วยงานภายใน บวท. จัดร่วมกับหน่วยงานผู้ใช้บริการที่อยู่ในแผนการดำเนินกิจกรรม CRM ประจำปี ๒๕๖๗ โดยนำส่งข้อมูลจากแบบสอบถามให้ที่ปรึกษาภายนอกประมวลผล แล้วส่งต่อไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปปรับปรุง/พัฒนาการให้บริการต่อไป
- ๔) การพัฒนา Facebook Close group : Airspace Users-ANSP (Thailand)

โดยจะดำเนินการรวบรวมและประมวลผลข้อมูลจากช่องทางต่างๆ ดังกล่าว และนำส่งให้หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ และนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการ และกระบวนการดำเนินงานขององค์กร ทั้งนี้ หากมีความคิดเห็น หรือข้อคำถามจากลูกค้าที่ต้องการตอบสนองอย่างทันท่วงที รวมทั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลช่องทางต่างๆ ได้มีการรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริงจากหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง และชี้แจงหรือให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องกลับไปยังลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ ทั้ง ๔ ช่องทางหลัก รวมทั้ง www.aerothai.co.th และ Facebook : บริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด โดยมีการประเมินผลการใช้งานของทั้ง ๒ ช่องทางเป็นรายไตรมาส

ทั้งนี้ บวท. ได้มีการศึกษาข้อมูลจากคู่แข่งคือ สิงคโปร์ และมาเลเซีย มาเป็นส่วนประกอบในการพิจารณาสนับสนุนลูกค้าโดยมีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และมีการบูรณาการทั้งระบบ รวมถึงการจัดทำกิจกรรมบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ และมีการประเมินผลในการจัดกิจกรรม และนำข้อมูลมาประมวลผลสัมฤทธิ์ของการจัดกิจกรรมต่างๆ

การประเมินประสิทธิผลของช่องทางต่างๆ มีการดำเนินการ ดังนี้

การวิเคราะห์และประเมินประสิทธิผลของช่องทางผ่านรายงานสรุปสารสนเทศเสียงของลูกค้าเป็นประจำทุกปี ซึ่งผลการวิเคราะห์และประเมินสามารถนำมาทบทวน/การใช้ช่องทางการรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการที่มาจากหน่วยงานใน บวท.

- ประเมินประสิทธิผลของช่องทางการรับฟังลูกค้าผ่านแบบสอบถามตามแผนงานการดำเนินกิจกรรมตามแผนบริหารจัดการลูกค้าและผู้ใช้บริการ ประจำปี ๒๕๖๗ โดยสารสนเทศหรือผลการประเมินฯ ที่ปรึกษาเป็นผู้ประมวลผล และจะได้รับผลช่วงเดือนสิงหาคม ๒๕๖๗ ซึ่งอยู่ในรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการ ประจำปี ๒๕๖๗

ทั้งนี้ ผลการประเมินประสิทธิผลช่องทางฯ ทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก จะนำมาบูรณาการ เพื่อทบทวนการใช้ช่องทางรับฟังเสียงฯ ในปีถัดไป

- ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพช่องทาง (ผลลัพธ์ที่ได้) จะถูกรายงานและนำเสนอผลตามสายงาน รวมถึงแผนพัฒนาองค์กร ประจำปี ๒๕๖๓ ต่อไป

- สำหรับบริการเกี่ยวเนื่องมีการพัฒนาช่องทาง ในการรับฟังเสียงของลูกค้าและสนับสนุนลูกค้า ตามแผนการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจ

๑.๒ การพัฒนาช่องทางดิจิทัล

บวท. ดำเนินการรวบรวมและประมวลผลข้อมูลจากช่องทางต่างๆ วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ช่องทางของลูกค้า และปรับตัวตามโลกยุคดิจิทัล จึงมุ่งเน้นการพัฒนาช่องทางสื่อสาร รับฟัง และจัดการเรื่องร้องเรียน และประชุมทางไกลบนระบบดิจิทัล ออกแบบและนำเสนอ ทดลองใช้งานในกลุ่มย่อยในระยะแรก และจะขยายฐานสมาชิก เพื่อความสะดวกของลูกค้าและเป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างเหมาะสมต่อไป โดยการพัฒนาช่องทางดิจิทัลได้ดำเนินการตามกลยุทธ์ที่ ๕.๒.๒ แผนงานการจัดการและยกระดับความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงจัดการกับความไม่พึงพอใจและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการได้ตามความต้องการ และเหนือกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง และเพิ่มความผูกพันให้กับลูกค้า (Quick Win) โดยได้พัฒนาระบบการรับฟังลูกค้าในรูปแบบดิจิทัลเพื่อการจัดการคุณภาพและสร้างความผูกพัน ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบการรับฟังลูกค้ามาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี ๒๕๖๔ เรื่อยมา โดยในปัจจุบันได้มีการสร้าง Facebook Close group : Airspace Users-ANSP (Thailand) ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- ๑) เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคลากรในฝ่ายปฏิบัติการของ บวท. และผู้ใช้ห้วงอากาศในรูปแบบการสื่อสารแบบ ๒ ทาง (2 ways communication) ในรูปแบบดิจิทัล เพื่อใช้ในการรับ - ส่ง การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่สำคัญต่างๆ และให้ผู้ใช้ห้วงอากาศ ได้สื่อสารข่าวสารที่สำคัญของหน่วยงานตนให้กับผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ
- ๒) เพื่อสื่อสารแผนงานโครงการต่างๆ ของบวท. รวมถึงมาตรฐานด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติการบิน และการใช้ห้วงอากาศร่วมกัน
- ๓) เพื่อเพิ่มช่องทางดิจิทัลตามนโยบาย Thailand 4.0 ในการรับฟังความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ข้อคิดเห็นและปัญหาข้อขัดข้องต่างๆ จากผู้ใช้บริการห้วงอากาศ
- ๔) เพื่อเพิ่มช่องทางดิจิทัลการส่งต่อเรื่องร้องเรียน ไปยังศูนย์รับเรื่องร้องเรียนของบวท. โดยมี กลุ่มเป้าหมาย คือ
 - ฝ่ายจัดการ และพนักงานปัจจุบันของ บวท.
 - นักบินสายการบินสัญชาติไทย
 - หน่วยบินของทางราชการ

- หน่วยบินของรัฐ
- โรงเรียนการบิน
- สมาคมกีฬาทางอากาศ

ในปัจจุบันมีสมาชิกเข้าร่วมมากกว่า ๕๐๐ ราย โดยแบ่งเป็นสมาชิกที่เป็นพนักงาน บวท. นักบินจากสายการบินต่างๆ หน่วยบินของรัฐ และหน่วยบินของทางราชการ โรงเรียนการบิน เป็นต้น ทั้งนี้ ได้มีการจัดทำสรุปผลการใช้ช่องทาง และสารสนเทศเสียงที่ได้ ทุก ๖ เดือน นำเสนอผู้บริหาร เพื่อทราบต่อไป

แผนดำเนินการในระยะต่อไป

๑. เพิ่มสมาชิกให้ครอบคลุมนักบินทุกกลุ่ม โดยใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านทุกการประชุมร่วมกับ ผู้ใช้บริการตลอดทั้งปี
เป้าหมายตัวชี้วัด : มีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น ๕๐%
๒. พัฒนา Content ในรูปแบบวิดีโอ และ Infographic เข้าใจง่าย เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ วิธีปฏิบัติในการรับบริการด้านต่างๆ โดยสามารถรับชม และติดตามย้อนหลังได้ทุกที่ทุกเวลา
เป้าหมายตัวชี้วัด : การเข้าถึง และจำนวน view เพิ่มขึ้นทุกเดือน

(๒) การส่งมอบข้อมูลไปยังหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง

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

- กระบวนการจัดทำแผนวิสาหกิจ เพื่อนำไปใช้กำหนดแผนปฏิบัติการของการให้บริการ การเดินอากาศ เช่น การทบทวนสภาพแวดล้อมองค์กร ทิศทางขององค์กร บริบทองค์กร และยุทธศาสตร์
- กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการ เพื่อนำไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้ประกอบการจัดทำแผนงาน
- กระบวนการการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของหน่วยธุรกิจประจำปี
- กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนด้านบริการจราจรทางอากาศ และกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนด้านบริการเกี่ยวเนื่อง เพื่อนำไปดำเนินการแก้ไข ปรับปรุง พัฒนา
- กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อนำไปพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการ ให้ตรงกับความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า เช่น การปรับปรุงแผนงานพัฒนาประสิทธิภาพเส้นทางบินผ่าน การจัดการการปฏิบัติการบินบนพื้นฐานวิถีการบิน เป็นต้น
- กระบวนการจัดการการตลาดและการขาย เพื่อนำไปปรับปรุงกลยุทธ์การวางแผนและการตลาด

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

๑) บริการการเดินทางอากาศ

๑.๑ รวบรวมข้อคิดเห็น หรือข้อคำถามจากลูกค้าที่ต้องการตอบสนองอย่าง ทันท่วงที จากช่องทางต่างๆ

๑.๒ รวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงจากหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง และชี้แจงหรือ ให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องกลับไปยังลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ ช่องทาง หลัก รวมทั้ง www.aerothai.co.th และ Facebook: บริษัท วิद्यุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด โดยจะมีการประเมินผลการใช้งานของทั้ง ๒ ช่องทาง ทุก ๓ เดือน

๒) บริการเกี่ยวเนื่อง

๒.๑ การติดต่อหน่วยงานผู้ใช้บริการโดยตรง (Direct contact) เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ และ Counter Service สำหรับบริการเกี่ยวเนื่องในด้านการให้บริการ อุปรกรณ์วิทยุสื่อสาร

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

๔.๔.๒ แผนระยะสั้นในการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ

ในการจัดทำแผนพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การให้บริการ และยกระดับความพึงพอใจผู้ใช้บริการ โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

(๑) การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน

บวท. ได้ดำเนินการตามกระบวนการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ (ลูกค้า) มาอย่างต่อเนื่องที่บรรจุอยู่ในแผนวิสาหกิจ ภายใต้โครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของ บริษัท วิद्यุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด โดยมีการดำเนินการสำรวจฯ เป็นประจำทุกปี โดยใช้กลุ่ม ลูกค้าและส่วนตลาดจากกระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดมาใช้เป็นกลุ่มเป้าหมายในการ

สำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ โดยได้นำสารสนเทศที่ได้จากกระบวนการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจผู้ใช้บริการและลูกค้าในปีที่ผ่านมา ไปบูรณาการกับสารสนเทศที่ได้จากกระบวนการของสายงานควบคุมจราจรทางอากาศ และกระบวนการของสายงานพัฒนาธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์สารสนเทศความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการออกแบบคำถามและวิธีการในการสำรวจฯ

๑.๑ ขอบเขตในการสำรวจฯ

บพท. ได้กำหนดขอบเขตการสำรวจด้านการให้บริการ ประกอบด้วย บริการการบินทางอากาศ (Air Navigation Service : ANS) โดยภายใต้บริการ ANS มีบริการย่อยที่ต้องขอใบรับรองจาก กพท. รวม ๕ บริการ ซึ่งได้อ้างอิงจากข้อกำหนดของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) ฉบับที่ ๒๕ ว่าด้วยการขอและออกใบรับรองบริการการบินทางอากาศ นอกจากนั้น ยังมีบริการข้อมูลข่าวสารการบิน รวมทั้ง เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยในการให้บริการ และบริการด้านเช่าอุปกรณ์สื่อสาร รวมทั้งสิ้น ๘ ด้าน ที่ครอบคลุมภารกิจบริษัท โดยมีคำถามอยู่บนพื้นฐาน 11 KPAs ของ ICAO (safety, security, environmental impact, cost effectiveness, capacity, flight efficiency, flexibility, predictability, access and equity, participation and collaboration, interoperability) (รวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้อง) ดังนี้

- ๑) ด้านบริการการจัดการจราจรทางอากาศ ประเภทบริการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Management – Air Traffic Service : ATM-ATS) (ภายใต้ ANS)
- ๒) ด้านบริการการจัดการจราจรทางอากาศ ประเภทการจัดการห้วงอากาศ (Air Traffic Management – Airspace Management : ATM-ASM) (ภายใต้ ANS)
- ๓) ด้านบริการการจัดการจราจรทางอากาศ ประเภทการจัดการความคล่องตัวของจราจรทางอากาศ (Air Traffic Management – Air Traffic Flow Management : ATM-ATFM) (ภายใต้ ANS)
- ๔) ด้านบริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน (Communication Navigation Surveillance: CNS) (ภายใต้ ANS)
- ๕) ด้านบริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (Instrument Flight Procedure Design: IFPD) (ภายใต้ ANS)
- ๖) ด้านบริการข้อมูลข่าวสารการบิน (Aeronautical Information Service: AIS/NOTAM Office) รวมถึงข้อมูลแผนการบิน Flight Plan และ ATS message อื่นๆ
- ๗) ด้านมาตรฐานความปลอดภัยในการให้บริการ (Safety & Security)
- ๘) ด้านบริการเช่าอุปกรณ์สื่อสารประกอบด้วย 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) ด้านการให้บริการการเดินทางอากาศ (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 ๑๐ ประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก/สนทนากลุ่มย่อยในแต่ละบริการและกลุ่มเป้าหมาย

บริการ	กลุ่มเป้าหมาย	ประเด็นการสนทนา
บริการด้าน Air Navigation Services : ANS	๑) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของสายการบิน จำนวน ๗ สายการบิน หรือ ๒) การสนทนากลุ่มย่อยของเจ้าหน้าที่ควบคุม	ศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และทัศนคติที่มีต่อบวท. และความผูกพัน

บริการ	กลุ่มเป้าหมาย	ประเด็นการสนทนา
	จราจรทางอากาศจาก Aerodrome, Approach, Area จำนวน ๓ กลุ่ม กลุ่มละ ประมาณ ๓-๖ คน ได้แก่ นักบิน และ พนักงานอำนวยความสะดวกการบิน (Dispatcher)	
บริการด้าน Aeronautical Information Service : AIS	การสัมภาษณ์พนักงานอำนวยความสะดวกการบิน (Dispatcher) จำนวนอย่างน้อย ๓ สายการบิน สายการบินละ ๑-๒ คน รวมทั้งสิ้น ๓-๖ คน	ศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และทัศนคติ ที่มีต่อ บพท. และความผูกพัน
บริการด้าน การเช่า อุปกรณ์สื่อสาร Trunked Radio, Air to Ground Radio และ AFTN Terminal	การสัมภาษณ์หัวหน้างาน/พนักงาน อำนวยความสะดวกการบินจำนวน ๓ สายการบิน สายการบินละ ๑-๒ คน รวมทั้งสิ้น ๓-๖ คน	ศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และทัศนคติ ที่มีต่อ บพท. และความผูกพัน

ทั้งนี้ กรอบการดำเนินการข้างต้น มีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของการมุ่งเน้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าตามระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจใหม่ มาเป็นแนวทางในการสำรวจในปีปัจจุบัน ประกอบกับคำแนะนำของผู้บริหารระดับสูง รวมถึงใช้ข้อมูล ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากการสำรวจฯ ในปีที่ผ่านมาเป็นข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำ การสำรวจความพึงพอใจ ทั้งนี้ กรอบในการดำเนินงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของอุตสาหกรรมการบินในปีนั้น โดยจะนำผลที่ได้มาเป็นข้อมูลในการกำหนดแผนพัฒนาปรับปรุงกระบวนการบริการขององค์กรให้มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

ทั้งนี้ ตามกระบวนการสำรวจความไม่พึงพอใจ จะมีการสำรวจทั้ง ๒ ส่วนคือ การระบุระดับคะแนนความไม่พึงพอใจ (๑-๕) และบรรจุไว้ในแบบสอบถามปลายเปิดใน แบบสอบถาม เพื่อให้ลูกค้าสามารถระบุประเด็นความไม่พึงพอใจได้อย่างอิสระ โดยกำหนดค่าเกณฑ์ วัดตามระดับความถี่ เพื่อให้ได้ประเด็นความไม่พึงพอใจที่ต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน และนำมาจัดทำแผน/ กิจกรรม การปรับปรุงการให้บริการ จากประเด็นผลการสำรวจฯ ประจำปี ๒๕๖๖ อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี บพท. มี การประเมินประสิทธิผลของการประเมินความพึงพอใจ ในปี ๒๕๖๕ โดยมีการทำแบบสอบถามผ่าน QR code เป็น Google form ส่งไปยังหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ/ลูกค้าของ บพท. หลังจากที่ได้รับข้อมูลรายงานการประเมินความพึงพอใจ แล้ว โดยมีกรอบคำถามถึงการนำข้อมูล รายงานฯ นำไปใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มผู้ใช้บริการ/ลูกค้า ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ได้ทำการสำรวจ ซึ่งในคำถามจะเป็นการถามที่อิงกับประเภทบริการหลักของ บพท. ๕ บริการ รวมถึงบริการเช่าอุปกรณ์ สื่อสารต่างๆ นอกจากนั้น ยังถามเรื่องความเหมาะสมของรายชื่อกลุ่มตัวอย่างหน่วยงานผู้ใช้บริการ

และจากผลการประเมินสรุปได้ว่า ผู้ตอบคำถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าข้อมูลในรายงานฯ มีความเหมาะสมและมีข้อมูลเพียงพอที่สามารถนำไปใช้ในส่วนงานที่เกี่ยวข้องได้ อีกทั้ง เพื่อที่จะนำข้อมูลเหล่านั้นมาทบทวน/ปรับปรุงเพื่อเป็นปัจจัยนำเข้าของการประเมินฯ ในปีถัดไป

การเรียนรู้

ผลที่ได้จากการรับฟังเสียงของลูกค้า และผลการสำรวจฯ ในปี ๒๕๖๖ จะถูกนำมาจัดลำดับประเด็นคุณภาพที่ควรปรับปรุง เพื่อทบทวนและวิเคราะห์ประเด็นที่ลูกค้าให้ความสำคัญ รวมทั้งประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่ควรปรับปรุง และความไม่พึงพอใจ และจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการจากผลสำรวจฯ ในปี ๒๕๖๖ เพื่อตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า และปรับปรุงประสิทธิภาพของการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น โดยจะติดตามความคืบหน้าการดำเนินการตามแผนปรับปรุงรายเดือน จากระบบติดตามแผนปรับปรุง และนำข้อมูลที่มีการวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยนำเข้าอื่นๆ มาจัดทำแผนบริหารความสัมพันธ์/บริหารผลลัพธ์ ในปี ๒๕๖๖ เพื่อดำเนินการกำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ได้ตรงตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ทบทวนสภาพแวดล้อมองค์กร ทิศทางขององค์กร บริบทองค์กร และยุทธศาสตร์ และนำสารสนเทศที่เกิดจากการบูรณาการของกระบวนการดังกล่าว ไปเป็นปัจจัยนำเข้าให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปดำเนินการ ทำแผนปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในประเด็นที่ บวท. ยังต้องยกกว่าคู่แข่ง/คู่เทียบ

รวมทั้งนำผลลัพธ์ที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ เพื่อนำไปบูรณาการผลที่ได้จากกระบวนการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งสายงานปฏิบัติการ และสายงานพัฒนาธุรกิจ มาสรุปประเด็นเพื่อให้ได้สารสนเทศเรื่องความต้องการ/ความคาดหวัง แล้วจึงส่งมอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดทำแผนพัฒนา/แผนปรับปรุง แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ให้ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม 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 ให้ตรงกับความต้องการ 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 และจัดทำหนังสือถึงหน่วยที่เกี่ยวข้องให้พิจารณาข้อมูลดังกล่าวเพื่อจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการ หรือเชื่อมโยงกับแผนดำเนินการภายในหน่วยงาน โดยแบ่งออกเป็นแผนปรับปรุงระยะสั้น (ระยะเวลาในการดำเนินการน้อยกว่า 12 เดือน) และแผนปรับปรุงระยะยาว (ระยะเวลาในการดำเนินการมากกว่า 12 เดือน)

- จัดทำตารางเชื่อมโยงข้อมูลแผนปรับปรุงให้สอดคล้องกับประเด็นคุณภาพจากผลสำรวจที่ควรปรับปรุงพร้อมกรอบระยะเวลา และวัตถุประสงค์ของแผน ทั้งแผนปรับปรุงในส่วนบริการการเดินทางอากาศ แผนปรับปรุงในส่วนบริการข้อมูลข่าวสารการบิน และแผนปรับปรุงในส่วนบริการเกี่ยวเนื่อง

- กองวิสาหกิจสัมพันธ์ (วส.สส.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนปรับปรุง โดยแผนปรับปรุงดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับแผนการดำเนินการภายในหน่วยงาน ทั้งนี้ แผนปรับปรุงดังกล่าวอาจต่อยอดจากแผนงานเดิมที่อยู่ในการดำเนินการ หรือเป็นแผนงานใหม่ และนำเสนอให้แก่ วส.

สส. เพื่อดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป โดยการจัดทำแผนปรับปรุงแยกตามสายงาน แบ่งเป็น แผนงานปรับปรุงของหน่วยปฏิบัติการ และแผนงานปรับปรุงของหน่วยงานธุรกิจ

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

-ดำเนินการบันทึกแผนปรับปรุงลงในระบบติดตามแผนปรับปรุง โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรายงานความคืบหน้าในระบบติดตามแผนปรับปรุงทุกเดือน พร้อมทั้งสรุปผลการดำเนินการตามแผนปรับปรุงต่อที่ประชุมฝ่ายจัดการระดับสูง (EMM) ทุก 6 เดือน

-นอกจากนี้ ยังมีการสื่อสารผลการดำเนินการตามแผนปรับปรุง ซึ่งเป็นแผนงาน/โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแผนปรับปรุง ให้กับผู้ใช้บริการได้รับทราบผ่านช่องทางการประชุมร่วมกับผู้ใช้บริการในเวทีต่างๆ

-การจัดเก็บข้อมูลแผนปรับปรุง อยู่ในระบบติดตามแผนปรับปรุงใน Portal บน Intranet ของ บวท. เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการค้นหาและสนับสนุนกลุ่มงานอื่นๆ

-ตัวชี้วัดของกระบวนการบริหารจัดการจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการ คือ ร้อยละของจำนวนแผนปรับปรุงที่สำเร็จตามแผน โดยมีค่าเป้าหมาย อยู่ที่ร้อยละ 80 ของแผนปรับปรุงทั้งหมด และมีความถี่ในการวัดผลอยู่ที่ 1 ครั้ง/ปีงบประมาณ

ทั้งนี้ สำหรับสำนักพัฒนาธุรกิจในส่วนของงานผลิตและรับทำ ได้จัดทำแบบสำรวจเพื่อหาความพึงพอใจปีละครั้ง โดยแต่ละปีจะพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์จากมูลค่าโครงการ การส่งมอบอุปกรณ์ตามสัญญาจ้าง เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการจัดทำแบบสอบถามจะขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมีประเด็นสำคัญหลักในการสอบถามดังนี้

- ประเด็นด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
- ประเด็นด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่
- ประเด็นด้านความประทับใจ ความไม่พึงพอใจ และข้อเสนอแนะ

โดยสำนักพัฒนาธุรกิจจะนำประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาจากกระบวนการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจผู้ใช้บริการ (ลูกค้า) ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ มาวิเคราะห์และนำเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการให้กับกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานด้านความมั่นคง และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน โดยมีการทบทวนสภาพแวดล้อม และพัฒนาโครงการเพื่อยกระดับประสิทธิภาพ และบรรลุเป็นแผนงาน/โครงการในแผนวิสาหกิจต่อไป

อนึ่ง บวท. ได้พัฒนาระบบติดตามแผนปรับปรุงเพื่อจัดเก็บข้อมูลแผนปรับปรุงของแต่ละสายงาน และการรายงานความคืบหน้าการดำเนินการรายเดือน โดยได้แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ แผนปรับปรุงที่บรรจุอยู่ในแผนวิสาหกิจและแผนปรับปรุงที่ไม่ใช่แผนวิสาหกิจ และมีการรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานให้กับที่ประชุมฝ่ายจัดการระดับสูง (EMM) รับทราบในเดือนเมษายน และเดือน

ตุลาคมของทุกปี ทั้งนี้ แผนปรับปรุงแบ่งออกเป็นแผนระยะสั้น และแผนระยะยาว โดยแผนระยะสั้น คือ แผนที่มีระยะเวลาไม่เกิน ๑๒ เดือน และแผนระยะยาว คือแผนที่มีระยะเวลาดั้งแต่ ๑๒ เดือนขึ้นไป โดยนับจากเดือนที่จัดทำแผน

ตารางที่ ๑๑ แผนปรับปรุงการให้บริการการเดินอากาศ

แผนปรับปรุงการให้บริการ บริการการเดินอากาศ	กรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ	ตัวชี้วัด/ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงาน ภายในที่ รับผิดชอบ
แผนระยะสั้น (ดำเนินโครงการเสร็จสิ้นในปีงบประมาณ ๒๕๖๖)			
<ul style="list-style-type: none"> - ประเด็นเรื่องความคล่องตัวและต่อเนื่องในการปฏิบัติการบินทุกช่วงการบิน (KPA : Efficiency) - ประเด็นเรื่องความสามารถในการให้บริการจราจรทางอากาศที่ทำให้สามารถวางแผนล่วงหน้าในการปฏิบัติการบินได้ (KPA : Predictability) - ประเด็นเรื่องความประหยัดเชื้อเพลิงอากาศยานในการปฏิบัติการบิน (KPA : Capacity) 			
๑. ระบบบริหารความคล่องตัว การจราจรทางอากาศยานขาเข้า (MAESTRO AMAN) สำหรับ สนามบินสุวรรณภูมิและ สนามบินดอนเมือง	อยู่ระหว่างการปรับ กรอบเวลาการ ดำเนินงานของ โครงการ	๑. มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการ บริหารความคล่องตัวการจราจรทาง อากาศในส่วนของอากาศยานขาเข้า ของ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและ ท่าอากาศยานดอนเมือง ๒. สามารถลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ ควบคุมจราจรทางอากาศ ๓. เพิ่มความแม่นยำในการกำหนด ลำดับการเข้ามาลงของอากาศยาน และเวลาเข้าออก IAWP มากขึ้น ๔. ช่วยให้เจ้าหน้าที่ควบคุมจราจร ทางอากาศสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการ วางแผนและปฏิบัติงานด้วยความ แม่นยำมากขึ้น	สจ.ศก. สจ.ศก. วต.บว.
- ประเด็นเรื่องความสามารถในการให้บริการจราจรทางอากาศที่ทำให้สามารถวางแผนล่วงหน้าในการปฏิบัติการบินได้ (KPA : Predictability)			
๒. ธรนรงค์การให้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ในการวางแผนการบิน ของอากาศยานเข้ามาลง	<u>แผนระยะสั้น</u> พ.ค. ๖๕ – ส.ค. ๖๖	อากาศยานที่จะเข้ามาลง สามารถ วางแผนการบินล่วงหน้า คาดการณ์ ลำดับการลง (Sequence Number)	ศก.

แผนปรับปรุงการให้บริการ บริการการเดินอากาศ	กรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ	ตัวชี้วัด/ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงาน ภายในที่ รับผิดชอบ
		และจำนวนระยะทางที่จะต้องทำการบิน (Track miles) ในกรณีที่มีปริมาณการจราจรหนาแน่น และมีความจำเป็นที่จะต้องใช้การ Radar Vector เพื่อจัดลำดับการเข้ามาทำการลง	

ตารางที่ ๑๒ แผนปรับปรุงการให้บริการสำหรับบริการข้อมูลข่าวสารการบิน

แผนปรับปรุงการให้บริการ บริการการเดินอากาศ	กรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ	ตัวชี้วัด/ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงาน ภายในที่ รับผิดชอบ
-ประเด็นเรื่องความน่าเชื่อถือและถูกต้องของบริการข้อมูลข่าวสารการบิน (KPA : Reliability)			
๑.แผนการแก้ปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถือและถูกต้องของบริการข้อมูลข่าวสารการบินร่วมระหว่างหน่วยงาน บวท. (International NOTAM Office: NOF) กับงานบริการข่าวสารการบิน กพท. (AIS HQ)	<u>แผนระยะสั้น</u> พ.ย. ๖๔ - มี.ค. ๖๕	๑. งานบริการข่าวสารการบินของ กพท. เกิดความเข้าใจประเด็นจากผลสำรวจความพึงพอใจประจำปีของ บวท. ที่เกี่ยวข้องกับการออกประกาศผู้ทำการในอากาศ (NOTAM) ๒.สามารถร่วมวิเคราะห์สภาพปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการให้บริการข่าวสารการบิน (การออกประกาศผู้ทำการบินในอากาศ : NOTAM) ๓. เกิดการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและแนวทางการปฏิบัติงานระหว่างหน่วยงาน	ศอ.บจ.
๒.แผนการเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางในการติดต่อร่วมระหว่างหน่วยงาน บวท. (FDMC/ARO) กับ Users (สาย	<u>แผนระยะสั้น</u> ม.ค. - พ.ค. ๖๖	๑. ผู้ใช้บริการสายการบิน/ทหารเกิดความเข้าใจประเด็นจากผลสำรวจความพึงพอใจประจำปีของ บวท. ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการข่าว	ศอ.บจ.

แผนปรับปรุงการให้บริการ บริการการเดินทางอากาศ	กรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ	ตัวชี้วัด/ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงาน ภายในที่ รับผิดชอบ
การบิน/ทหาร)		แผนการบินและข่าวที่เกี่ยวข้อง ๒. เกิดความเข้าใจกับระบบให้บริการ ข่าวแผนการบิน ๓. เกิดแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและแนว ทางการปฏิบัติงานระหว่างหน่วยงาน	

ตารางที่ ๑๓ แผนปรับปรุงการให้บริการสำหรับบริการเกี่ยวเนื่อง

แผนปรับปรุงการให้บริการ สำหรับบริการเกี่ยวเนื่อง	กรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ	ตัวชี้วัด/ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ	หน่วยงาน ภายในที่ รับผิดชอบ
<p>-ประเด็นด้านความรวดเร็วในการประสานงานและตอบสนองในการให้บริการ (KPA: Responsiveness)</p> <p>-ประเด็นด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (KPA: Empathy)</p> <p>-ประเด็นด้านความเอาใจใส่ของบริษัทฯ ในการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (KPA: Empathy)</p>			
๑. แผนปรับปรุงรูปแบบการปฏิบัติงาน ที่ผสมผสาน (Hybrid Workplace)	แผนระยะสั้น ต.ค. ๖๕-มี.ค. ๖๖	สามารถจัดเตรียมความพร้อม ด้านบุคลากร ให้สามารถ ตอบสนองความต้องการและ ประสานงานกับผู้ใช้บริการได้ อย่างรวดเร็ว และสามารถ ปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่ กำหนด	บส.วป.
<p>-ประเด็นด้านความสมบูรณ์และความพร้อมใช้งานของอุปกรณ์ (KPA: Tangible)</p>			
๒. แผนบำรุงรักษาอุปกรณ์วิทยุขาย Trunked Radio	แผนระยะสั้น ก.ย. ๖๕ - ก.ย. ๖๖	มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์วิทยุ ขาย Trunked Radio ให้อุปกรณ์มี ความสมบูรณ์และความพร้อมใช้ งานได้อย่างต่อเนื่อง	บส.วป.

แผนปรับปรุงการให้บริการ สำหรับบริการเกี่ยวเนื่อง	กรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ	ตัวชี้วัด/ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ	หน่วยงาน ภายในที่ รับผิดชอบ
๓.แผนจัดหาอุปกรณ์ Air to Ground Radio รุ่นใหม่ทดแทนรุ่นเดิม	<u>แผนระยะยาว</u> ต.ค. ๖๕- พ.ย. ๖๖	มีการจัดหาอุปกรณ์รุ่นใหม่ ทดแทนอุปกรณ์รุ่นเดิมที่หมดค่า เสื่อมราคา ให้สามารถใช้งานได้ อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ	บส.วบ.
๔.แผนจัดหาอุปกรณ์ AFTN Terminal รุ่นใหม่ทดแทนรุ่นเดิม	<u>แผนระยะยาว</u> ต.ค. ๖๕- พ.ย. ๖๖	มีการจัดหาอุปกรณ์รุ่นใหม่ ทดแทนอุปกรณ์รุ่นเดิมที่หมดค่า เสื่อมราคา ให้สามารถใช้งานได้ อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ	บส.วบ.
-ประเด็นด้านความสมบูรณ์และความพร้อมใช้งานของอุปกรณ์ (KPA: Tangible) -ประเด็นด้านความแรงของสัญญาณและการสื่อสารผ่านวิทยุ (KPA: Assurance)			
๕.แผนจัดหาและติดตั้งอุปกรณ์วงจร สื่อสารไร้สาย Private Access Point Network (P-APN)	<u>แผนระยะยาว</u> ต.ค. ๖๕- ต.ค. ๖๖	มีการจัดหาอุปกรณ์วงจรสื่อสาร ไร้สาย Private Access Point Network (P-APN) ทดแทน/แก้ไข ปัญหาวงจรสื่อสาร Cable/Fiber Optic แบบเดิม เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการเชื่อมต่อ สัญญาณระหว่างอุปกรณ์	บส.วบ.

๓) การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

บวท. ส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรมให้พนักงานทำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
เพื่อเป็นพลังสร้างสรรค์นวัตกรรมสนับสนุนการปฏิบัติงาน ทั้งภารกิจบริการการเดินอากาศ
วิศกรรมการเดินอากาศ และบริหารจัดการองค์กร บวท. ให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรม
ทุกด้านเพื่อพัฒนาองค์กรทั้งภารกิจหลักด้านบริการการเดินอากาศ ภารกิจด้านบริการเกี่ยวเนื่อง
กับบริการการเดินอากาศ และด้านการบริหารจัดการองค์กร และกำหนดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบ
งานด้านการวิจัยและพัฒนาในโครงสร้างองค์กร อย่างชัดเจน มีนโยบายส่งเสริมการวิจัย พัฒนา

และนวัตกรรม โดยมีแนวทางส่งเสริมในหลายวิธีการอย่างเข้มข้น มาตั้งแต่ปี ๒๕๔๙ และเปิดโอกาสให้พนักงานนำเสนอผลงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เสนอเข้าประกวดรางวัลนวัตกรรม ซึ่งผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญ โดยร่วมเป็นคณะกรรมการ/คณะอนุกรรมการอำนวยการส่งเสริมงานวิจัย พัฒนา และนวัตกรรม และให้การสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ได้เรียนเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกองค์กร ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญสูง และได้รับการยอมรับในส่วนของความเชี่ยวชาญ เฉพาะด้านระดับประเทศเป็นที่ปรึกษาคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมฯ เพื่อให้คำปรึกษาแนะนำต่อการดำเนินงาน วิจัย พัฒนา และนวัตกรรมในเรื่องที่เป็นประโยชน์ทั้งกับภารกิจของบริษัทฯ และทั้งที่เป็นประโยชน์กับอุตสาหกรรมการบินของประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานส่งเสริม นวัตกรรมในองค์กรของบริษัทฯ มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบและยั่งยืน นอกจากนี้ยังได้กำหนดเรื่องการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมในองค์กรไว้เป็นเป้าประสงค์ตามแผนวิสาหกิจอย่างชัดเจน และมีการกำหนดแผนการส่งเสริมนวัตกรรมอย่างเป็นรูปธรรม มีการทำงานร่วมกันในลักษณะการบูรณาการกับแผนงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร ได้แก่ หน่วยงานที่รับผิดชอบงานทรัพยากรบุคคลต่อยอดการจัดการความรู้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการจัดทำแนวทางการส่งเสริมงาน วิจัย พัฒนา และนวัตกรรมที่ถ่ายทอดมาจากกลยุทธ์นโยบายระดับองค์กร มีการกำหนดแผนงาน/โครงการ และกิจกรรมไว้อย่างเป็นระบบ มีการบูรณาการงานนวัตกรรมกับระบบงาน/แผนงานภายในองค์กร และมีการสร้างพันธมิตรภายนอกองค์กร แสดงให้เห็นวงจรการพัฒนาองค์กรนวัตกรรม อย่างต่อเนื่อง ในปี ๒๕๖๖ บริษัทฯ มีการคัดเลือกผลงานนวัตกรรมเพื่อส่งเข้าประกวดทั้งภายในองค์กร ระดับประเทศ และนานาชาติ

การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้าปัจจุบัน และสอดคล้องกับมาตรฐานการปฏิบัติงาน บวท. มีการวิเคราะห์ข้อมูลจากสภาพแวดล้อมทางการบิน อาทิ เทคโนโลยี/การเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสารและบริการการบินอากาศ ยุทธศาสตร์องค์กร ข้อมูลความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้าของแต่ละส่วนตลาด 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 และข้อมูลสารสนเทศของลูกค้าจากสื่อออนไลน์ มาเป็นปัจจัยนำเข้าในการดำเนินการพิจารณาจัดทำแผนการปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า

กระบวนการจัดการนวัตกรรม มีการบูรณาการผ่านกระบวนการจัดทำแผนการปรับปรุงการให้บริการ ร่วมกับการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ การดำเนินการจะเชื่อมโยงกับการนำประเด็นที่มีความสำคัญเร่งด่วน ที่ผ่านการพิจารณาให้ความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้บริหารระดับสูง (EMM) ที่มีการมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบในการจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการ โดยมีการติดตามรายงานผลความคืบหน้าของแผนปรับปรุง และมีการจัดทำโครงการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมที่ตอบโจทย์เข้ามาสนับสนุนการดำเนินการจัดทำแผนการปรับปรุงการให้บริการ เพื่อให้ผลลัพธ์ในการพัฒนาแผนการปรับปรุงฯ พัฒนาไปสู่การเกิดนวัตกรรมกระบวนการระหว่งการปฏิบัติงานตามแผนปรับปรุง หรือ นวัตกรรมที่เกิดจากผลสัมฤทธิ์ของแผนปรับปรุงที่ตอบสนองความต้องการความคาดหวังของลูกค้า

ในการนี้ การพัฒนา นวัตกรรมได้ใช้ 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) วิธีในการรักษาสถานลูกค้า
- 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 ๑๕ การวิเคราะห์ Business Model Canvas ของบริการการบินอากาศ

The Business Model Canvas: บริษัท วิทยการบินแห่งประเทศไทย จำกัด พ.ศ. 2567

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> - กระทรวงคมนาคม (คค.) - กระทรวงการคลัง - สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ - สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) - บริษัท ผู้เข้ามา อินเทอร์เน็ตเน็ทเวิร์ก เซอร์วิส จำกัด (UTA) - สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) (GISTDA) - สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) - หน่วยงานด้านความมั่นคง (ทอ. ทร. ทน.) - หน่วยงานผู้ให้บริการสนามบิน <ul style="list-style-type: none"> - ทอท. - ทย. - สนามบินเอกชน เช่น บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) - คณะกรรมการกฎหมายเรื่อง Drone - International Civil Aviation Organization (ICAO) - CANSO - หน่วยงานผู้ให้บริการการเดินอากาศอื่น ๆ ในต่างประเทศ - ชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - บริหารจัดการจราจรทางอากาศ (ATM) ได้แก่ ATS, ASM และ ATM - บริการระบบสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ และระบบติดตามอากาศยาน (CNS) - บริการออกแบบวิธีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประเภทยานบิน (IFPDS) - UAS Traffic Management (UTM) ในพื้นที่นำร่อง - บริการข้อมูลข่าวสารการเดินอากาศ (ประเภทคือ NOTAM office, งานแผนการบิน, งานและนักบิน) - พัฒนา Safety Management System อยู่ Level C - ดำเนินการตาม SE-AM เพื่อให้ได้คะแนนในขั้น Core Business Enablers ไม่ต่ำกว่า 3.25 - พัฒนาความสามารถของพนักงาน - บริการธุรกิจเกี่ยวเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการการเดินอากาศเหนือพื้นฟ้าไทย ที่ <ul style="list-style-type: none"> - ปลอดภัย (Safety) - มีความมั่นคง (Security) - มีประสิทธิภาพ (Efficiency) - สามารถรองรับการจราจรทางอากาศได้ตามความต้องการอย่างน้อย 1.2 ล้านเที่ยวบิน (Capacity) - ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับบริการการเดินอากาศ ที่มีความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญ 	<ul style="list-style-type: none"> - การประชุมระหว่างบริษัทและผู้ให้บริการ เช่น การประชุม ATC-Pilot และการประชุม Airspace Users เป็นต้น - ประสานงานโดยตรงผ่าน Focal Point - Email/ โทรศัพท์ - แบบสอบถามความพึงพอใจผู้ใช้บริการ - ช่องทางการร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ - Safety report form - เว็บไซต์ www.aerotrail.co.th - Social Media - Web Conference 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ใช้หัวอากาศ <ul style="list-style-type: none"> - สายการบิน - โรงเรียนการบิน - General Aviation (GA) - อากาศยานรัฐ - อากาศยานทหาร - เฮลิคอปเตอร์ - เจ้าหน้าที่สำนักงานการบิน (Flight operations)/ ผู้รับบริการด้านบริการข้อมูลข่าวสารการบิน - ลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง <ul style="list-style-type: none"> - สายการบิน - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน - ผู้ประกอบการธุรกิจพลังงาน - หน่วยงานผู้ให้บริการการเดินอากาศ - หน่วยงานภาครัฐ
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนคงที่ <ul style="list-style-type: none"> - คชจ. พนักงาน ประมาณร้อยละ 70 - ค่าเสื่อมราคา ประมาณร้อยละ 10 - ต้นทุนผันแปร ประมาณ ร้อยละ 20 	Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> - รายได้จากค่าบริการควบคุมจราจรทางอากาศ (ประมาณร้อยละ 95) - รายได้จากธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (ประมาณร้อยละ 5) 			

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

การวัดระดับความตอบสนองตามความต้องการความคาดหวังของลูกค้า โดยทำการสำรวจความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใหม่เพื่อเป็นการวัดระดับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโครงการ/แผนพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ถึงความตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ และนำข้อมูลผลสำรวจมาวิเคราะห์จุดบกพร่องและทบทวนแนวทางการดำเนินการของโครงการ/แผนพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

จัดทำคลังความรู้ด้านการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ โดยจัดเก็บข้อมูลนำเข้าด้านต่างๆ ลงในระบบการจัดการความรู้เพื่อเป็นฐานข้อมูลในรูปแบบดิจิทัล สำหรับเป็นข้อมูลเปรียบเทียบ วิเคราะห์ และเป็นแนวทางในการทบทวนแผนด้านการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการในอนาคตต่อไป

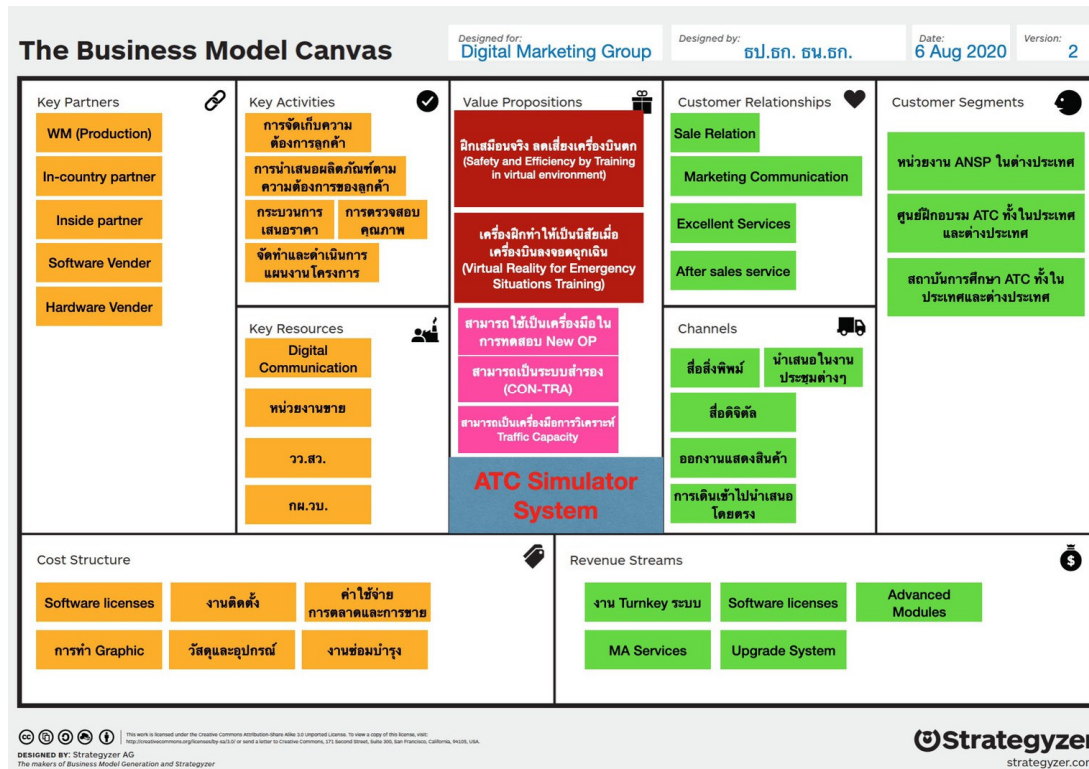
การเรียนรู้

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 ๑๖ การวิเคราะห์ Business Model Canvas ของบริการเกี่ยวเนื่อง

Business Model Canvas



Key Partner	Key Activity	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> ผู้ผลิต (Suppliers) ICAO (ข้อกำหนด/คำแนะนำ) กพท. (กฎระเบียบ/ตรวจประเมิน) สผอ. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ทอ.สท. (แผนการตลาด) สท.สท. (แผนบริหารลูกค้าสัมพันธ์) 	<ul style="list-style-type: none"> การออกแบบและการผลิต Signal Light Gun กิจกรรมพบปะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การจัดทำสื่อภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว/ Brochure กำหนดแผนการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล 	<p>Airport Rotating Beacon</p> <ul style="list-style-type: none"> สอดคล้องกับมาตรฐาน ICAO และ FAA มาตรฐานด้านแสงสว่าง/ การป้องกันน้ำ/ การป้องกันการแพร่กระจายคลื่นไฟฟ้า ทำงานด้วย LED ความเข้มของแสงสูง ประหยัด พลังงาน ทำงานได้นานถึง 8 ชั่วโมง อายุการใช้งานของ LED มากกว่า 50,000 ชั่วโมง ความเร็วรอบการหมุน 12-15 รอบต่อนาที แรงดันไฟฟ้า 220-240 Vac ใช้กำลังไฟฟ้า 350VA น้ำหนัก 70 Kg. 	<ul style="list-style-type: none"> การรับประกันความต้องการลูกค้า การทำ Conceptual Design การให้ลูกค้าทดลองใช้งานจริง การแนะนำข้อมูลการใช้งาน การบริการหลังการขาย 	<ul style="list-style-type: none"> ทำอากาศยานต่างๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการผลิต ข้อมูลกระบวนการปฏิบัติงานของลูกค้า พนักงาน ก.มว.บ./วิศวกร พนักงาน สท.สท./ทอ.สท. (ผลิตสื่อภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว/ สอนสนับสนุนงานด้านสื่อสารการตลาด) 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> การประชุม/กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ Social Media (Website/Email/Line@) Direct Sale ผ่านเจ้าหน้าที่การขาย โบว์ชัวร์ จัดบูธแนะนำ 		
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> ต้นทุนทางตรง <ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการผลิต (ค่าอุปกรณ์/ ค่าแรง/ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ) ต้นทุนทางอ้อม (ดำเนินการร่วมกับงานขายอื่นๆ) <ul style="list-style-type: none"> ค่าแรง (จัดทำแผนการตลาด) ค่าแรง (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อสารการตลาด) ค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโฆษณา เช่น คลิปวิดีโอ โบว์ชัวร์ ฯลฯ ค่าใช้จ่ายกิจกรรมการตลาด (ประชุม/ จัดบูธ/กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์) 			<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> ราคาขายต่อตัว: (อยู่ระหว่างกำหนด) 	

Key Partner	Key Activity	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> ผู้ขาย อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ /Software Tools (Suppliers) ทอ.สท. (แผนการตลาด) สท.สท. (แผนบริหารลูกค้าสัมพันธ์) 	<ul style="list-style-type: none"> การออกแบบและการผลิต Parking Bay e-Planning กิจกรรมพบปะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การจัดทำสื่อภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว/ Brochure กำหนดแผนการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล 	<p>Parking Bay e-Planning</p> <ul style="list-style-type: none"> เป็นระบบสนับสนุนการปฏิบัติงานให้ลูกค้าตรวจสอบจราจรทางอากาศ เพื่อลดข้อผิดพลาด ซึ่งเป็นการเพื่อประสิทธิภาพการทำงาน ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อกำหนดหมอบจอดของอากาศยาน บันทึกตำแหน่งเพื่อช่วยจำ ทำงานด้วยกรอกแบบ software ให้สอดคล้องกับกระบวนการปฏิบัติงานของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> การรับประกันความต้องการลูกค้า การทำ Conceptual Design พัฒนาเครื่องต้นแบบ การให้ลูกค้าทดลองใช้งานจริง การแนะนำข้อมูลการใช้งาน การซ่อมบำรุง/บริการหลังการขาย 	<ul style="list-style-type: none"> ห้องปฏิบัติการบินต่างๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> อุปกรณ์ Hardware/Software ในการผลิต ข้อมูลกระบวนการปฏิบัติงานของลูกค้า พนักงาน ก.มว.บ./วิศวกร พนักงาน สท.สท./ทอ.สท. (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อสารการตลาด) 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> การประชุม/กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ Social Media (Website/Email/Line@) Direct Sale ผ่านเจ้าหน้าที่การขาย โบว์ชัวร์ จัดบูธแนะนำ 		
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> ต้นทุนทางตรง <ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการผลิต (ค่าอุปกรณ์/ ค่าแรง/ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ) ต้นทุนทางอ้อม (ดำเนินการร่วมกับงานขายอื่นๆ) <ul style="list-style-type: none"> ค่าแรง (จัดทำแผนการตลาด) ค่าแรง (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อสารการตลาด) ค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโฆษณา เช่น คลิปวิดีโอ โบว์ชัวร์ ฯลฯ ค่าใช้จ่ายกิจกรรมการตลาด (ประชุม/ จัดบูธ/กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์) 			<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> ราคาขายต่อระบบ: (อยู่ระหว่างกำหนดราคา) 	

<p>Key Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทวีโพลเตอร์ จำกัด (Suppliers) - ICAO (ข้อกำหนด/คำแนะนำ) - กพท. (กฎระเบียบ/ตรวจประเมิน) - กส.อท. (แผนการตลาด) - สส.อท. (แผนบริหารลูกค้าสัมพันธ์) 	<p>Key Activity</p> <ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบและการผลิต Signal Light Gun - กิจกรรมพบปะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย - การจัดทำสื่อเคลื่อนไหว/ Brochure - กำหนดแผนการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล <p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> - อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการผลิต - ข้อมูลกระบวนการปฏิบัติงานของลูกค้า - พนักงาน ก.ม.ว./นวัตกร - พนักงาน สส.อท./กส.อท. (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อสารการตลาด) 	<p>Value Proposition</p> <p>Signal Light Gun</p> <ul style="list-style-type: none"> - สอดคล้องกับมาตรฐาน ICAO และ FAA - ขนาดเล็กและน้ำหนักเบา - ทำงานด้วยระบบอัตโนมัติ และระบบแมนวลในคำสั่งสัญญาณ - ทำงานด้วย LED ประหยัดพลังงาน - ทำงานได้ต่อเนื่อง 8 ชั่วโมง - อายุการใช้งานของ LED มากกว่า 50,000 ชั่วโมง 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> - การรับฟังความต้องการลูกค้า - การทำ Conceptual Design - การให้ลูกค้าทดลองใช้งานจริง - การแนะนำข้อมูลการใช้งาน - การบริการหลังการขาย <p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> - การประชุม/กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ - Social Media (Website/Email/Line@) - Direct Sale ผ่านเจ้าหน้าที่การขาย - โบว์ชัวร์ - จัดบูธแนะนำ 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทำอากาศยานต่างๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนทางตรง - ค่าใช้จ่ายในการผลิต (ค่าอุปกรณ์/ ค่าแรง/ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ) - ต้นทุนทางอ้อม (ดำเนินการร่วมกับนายขายอื่นๆ) - ค่าแรง (จัดทำแผนการตลาด) - ค่าแรง (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อสารการตลาด) - ค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโฆษณา เช่น คลิปวีดีโอ โบว์ชัวร์ ฯลฯ - ค่าใช้จ่ายกิจกรรมการตลาด (ประชุม/ จัดบูธ/กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์) 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> - ราคาขายต่อตัว: 150,000 บาท 		

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

<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ผลิต/จำหน่ายวิทยุสื่อสาร Hytera / Motorola (Suppliers) - บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) - ผู้ให้บริการวิทยุสื่อสาร - กสทช. (ด้านความถี่) - สส.อท./ กส.อท. 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาแพลตฟอร์ม - การติดตั้ง Application ในระบบวิทยุสื่อสารลูกค้า Trunked Radio - การแนะนำวิธีใช้งานและบริการหลังการขาย - ระบบการตรวจสอบ/ติดตาม/ประเมินผลการใช้งานของลูกค้า - การจัดทำสื่อ Brochure - วางแผน กำหนดแนวทางการทำการตลาด <p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> - คอมพิวเตอร์ สำหรับพัฒนาแพลตฟอร์ม - ข้อมูลกระบวนการปฏิบัติงานของลูกค้า - พนักงาน น.ส.ว./นวัตกร (จัดทำระบบ/อบรม/บริการหลังการขาย/ วิเคราะห์รายงานผลผลิต) - พนักงาน สส.อท./กส.อท. (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อสารการตลาด) 	<p>Value Propositions</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็น Application ที่ใช้ติดตามสถานะการปฏิบัติงานบริการภาคพื้น (Ground Handling) ผ่านระบบ Trunked Radio - เพื่อติดตามสถานะการทำงาน และใช้วางแผนการบริหารจัดการระบบ Ground Handling ให้ความสะดวก รวดเร็ว ลดความซ้ำซ้อน - ลดระยะเวลาออกของอากาศยาน - ลดความผิดพลาดในการสื่อสาร - สามารถตรวจสอบข้อมูล (เที่ยวบิน) ก่อนปฏิบัติงาน เพื่อความถูกต้อง - สามารถเชื่อมโยงกับระบบอื่นที่ลูกค้าใช้งานได้ - ระบบ Ground Handling มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ทั้งด้านต้นทุนและเวลา 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> - การรับฟังปัญหา/ความต้องการลูกค้า - การทำ Conceptual Design - การร่วมออกแบบพัฒนา Application/ Photo Type - การให้ลูกค้าทดลองใช้งานจริง - การแนะนำข้อมูลการใช้งาน - การให้บริการหลังการขาย เพื่อเป็นช่องทางในการรับฟังเสียงลูกค้าเกี่ยวกับการใช้งาน - ระบบรายงานการใช้งาน/ผลผลิตให้ลูกค้าทราบทุกเดือน <p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> - การประชุม/อบรม/กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ - Social Media (Website/Email/Line@) - Direct Sale ผ่านเจ้าหน้าที่การขาย - โบว์ชัวร์ - จัดบูธแนะนำ 	<p>Customer Segments</p> <p>ปัจจุบัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) <p>อนาคต</p> <ul style="list-style-type: none"> - สายการบินอื่น - ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบิน เช่น บริการเติมน้ำมันเชื้อเพลิง อากาศยาน ฯลฯ - กลุ่มธุรกิจพลังงาน
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนทางตรง Application Tools - ค่าแรง (ออกแบบ/จัดทำระบบ/อบรม) - ต้นทุนทางอ้อม - ค่าแรง (บริการหลังการขาย/ วิเคราะห์รายงานผลผลิต) - ค่าแรง (ผลิตสื่อ/สนับสนุนงานด้านสื่อสารการตลาด) - ค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโฆษณา เช่น คลิปวีดีโอ โบว์ชัวร์ ฯลฯ - ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เมื่อนำไปติดตั้งให้กับลูกค้าใช้งาน (เช่น ค่าแรงพนักงาน ระบบอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการติดตั้ง ค่าใช้จ่ายวิทยุสื่อสาร) - ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และการสนับสนุนลูกค้าก่อนและหลังการขาย (เช่น ค่าแรงพนักงาน) 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าใช้บริการวิทยุสื่อสาร (รายปี) เพิ่มเดิมเฉพาะบริการเสริมสำหรับ Application ดังกล่าว (มุมมองในอนาคต รายได้จากการใช้งานผ่านวิทยุสื่อสาร DIRS / รายได้จากติดตั้งในวิทยุสื่อสาร/ คิดเพิ่มจากรายได้จากค่าเช่าอุปกรณ์) 		

๔.๔.๓ แผนระยะสั้นในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้ให้บริการ

ในการสร้างความสำเร็จให้องค์กรต้องมีความมุ่งมั่น มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และกลยุทธ์ที่วางไว้ตลอดเวลา เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้ารับรู้ การอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า การสร้างความเฉพาะเจาะจงให้แก่ลูกค้า และการสนับสนุนช่องทางการสื่อสารให้แก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรหรือการบริการ จนนำไปสู่ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ยั่งยืน สิ่งเหล่านี้นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของการให้บริการ ด้วยการบริหารความสัมพันธ์ ซึ่งปัจจุบันทุกองค์กรที่ต้องการประสบความสำเร็จจะต้องใช้กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด พร้อมทั้งการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ใช้บริการและองค์กรร่วมด้วย ดังนั้น การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าจึงมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาผลการดำเนินงานของ บพท. ที่ต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ อีกทั้งเป็นการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาประสิทธิภาพเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายวิสัยทัศน์อย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมาย ดังตารางที่ ๑๑

ตารางที่ ๑๔ เป้าหมายและตัวอย่างของการสร้างความสัมพันธ์

เป้าหมาย	ตัวอย่างของการสร้างความสัมพันธ์
เพื่อสร้างลูกค้าใหม่	<ul style="list-style-type: none"> - การเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำงาน/ดำเนินการศึกษาแนวทางการให้บริการจราจรทางอากาศสำหรับอากาศยานไร้คนขับ Unmanned Aircraft System Traffic Management: UTM) กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงการบูรณาการเข้ากับระบบบริหารจราจรทางอากาศ สำหรับอากาศยานที่มีนักบินประจำบนอากาศยาน (ATM/UTM Integration) ภายใต้แผนงานพัฒนาขีดความสามารถและประสิทธิภาพในการบริหารจราจรทางอากาศตามแนวคิด/เทคโนโลยียุคใหม่ - สำนักพัฒนาธุรกิจ ได้จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ผ่านการประชุมร่วมกันกับลูกค้า ทำให้ทราบความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม และนำไปพัฒนาบริการและผลิตภัณฑ์เพื่อนำเสนอต่อลูกค้ารายใหม่ นอกจากนี้ ได้มีการจัดกิจกรรมบูรณาการเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและขยายฐานลูกค้าใหม่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก กลุ่ม ANSP เพื่อเป็นช่องทางการตลาดในการสร้างการรับรู้สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ
ตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> - หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องร่วมกันวิเคราะห์/ทบทวนข้อมูลความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เพื่อประเมินสถานะความสัมพันธ์ลูกค้า เมื่อผู้รับผิดชอบบริการ/ผลิตภัณฑ์ทราบสถานะและประเด็นสำคัญที่ความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง จนเกิดเป็นความพึงพอใจ จะพิจารณากำหนดประเด็นดำเนินงานพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการตามประเด็นดังกล่าว และจัดทำแผนการดำเนินงานต่อไป - สำนักพัฒนาธุรกิจ ใช้ข้อมูลความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่ม แนวโน้ม

เป้าหมาย	ตัวอย่างของการสร้างความสัมพันธ์
	เทคโนโลยี และทิศทางของตลาด เพื่อนำไปพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการเดิม ตลอดจนการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อผลักดันการตลาด/นำบริการใหม่ ๆ ใช้งาน ซึ่งจะจัดทำเป็นแผนการตลาด การขาย (Business Action Plan) ในการดำเนินงานตามแผนทุกปี เพื่อตอบสนองให้ตรงตามความต้องการ/ความคาดหวังลูกค้าของแต่ละกลุ่ม และทำการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงาน ผ่านกระบวนการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ เพื่อใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการ ตลอดจนกระบวนการทำงานอื่นๆ
เพิ่มความผูกพันและการกลับมาซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์และบริการซ้ำ	<p>- การประชุมหารือกับหน่วยงานผู้ใช้บริการ โดยผู้บริหารระดับสูงของ บพท. ได้จัดให้มีเวทีพบปะร่วมกับผู้บริหารระดับสูงของสายการบิน เพื่อรับทราบความต้องการ และปัญหาข้อขัดข้องของหน่วยงานดังกล่าว เพื่อนำมาวางแผนการแก้ไข การปรับปรุงการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ การประชุม Airspace User-ANSP Meeting (ปีละ ๑ ครั้ง) ○ การจัดประชุมกลุ่มย่อยระหว่างเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศกับผู้แทนของสายการบินสัญชาติไทย ○ สำนักพัฒนาธุรกิจ จัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างและกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน ทำให้ลูกค้าได้ใกล้ชิดกับผู้บริหารระดับสูง/เจ้าหน้าที่ของ บพท. เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดียิ่งขึ้น
ให้ลูกค้ากล่าวถึงรัฐวิสาหกิจในทางที่ดี	<p>- หน่วยงานที่ให้บริการกับลูกค้า ได้ให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ ซึ่งเน้นการให้ข้อมูลสนับสนุนหรือการให้ความช่วยเหลือด้วยความสุภาพและรวดเร็ว และสามารถตอบคำถามในเรื่องต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เพื่อแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ</p> <p>- จัดการประชุมเตรียมการร่วมกับผู้ใช้บริการและผู้เกี่ยวข้องในการเตรียมการสำหรับการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมวันเด็ก ของกองทัพอากาศ, การปิดซ่อมทางวิ่งของสนามบินดอนเมือง และสุวรรณภูมิ ซึ่ง บพท. ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี และได้รับเสียงชื่นชมจากผู้แทนของสายการบิน และ AOC รวมถึงผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหารจัดการฯ ของ บพท. ในช่วงเวลาดังกล่าว</p>

(๑) การสนับสนุนลูกค้า

จากการแบ่งกลุ่มย่อยของผู้ใช้บริการการเดินทางอากาศโดยใช้เกณฑ์จำแนกลูกค้าที่มีพื้นฐานของความต้องการและมีกระบวนการในการดำเนินงานคล้ายคลึงกัน (Behavioral Base Segmentation) ที่ใช้บริการด้านการจราจรทางอากาศ (Air Traffic Services: ATS) และการให้บริการ

ด้านข้อมูลข่าวสารการเดินอากาศ/แผนที่การบิน (Aeronautical Information Service: AIS/Aeronautical Charts) นั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และนำไปสู่การจัดทำแผนบริหารจัดการลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้อย่างครอบคลุมและเกิดประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับผู้ใช้บริการ และกลายเป็นการสร้างมาตรฐานการบริการหรือ Service Standard ได้ในอนาคต

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

• บริการการเดินอากาศ

○ การประชุมร่วมกับผู้แทนของสายการบิน (Physical Touchpoints) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่สำคัญขององค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ทราบสารสนเทศที่สายการบินต้องการให้ บวท. สนับสนุน (Customer Insight) แก่ไขปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน และเป็นการชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการเกี่ยวกับแผนงานโครงการใหม่ 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 บรรเทาผลกระทบที่มีประสิทธิผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก 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. จัดให้มีคณะผู้บริหารระดับสูง กำกับ ดูแลพัฒนาระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจในภาพรวม สนับสนุนทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น และรายงานผล

การดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นระยะ หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ

๕. ให้ความสำคัญกับการฝึกซ้อม การทบทวน/ปรับปรุงการดำเนินงานในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่าระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจที่จัดเตรียมไว้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๖. ส่งเสริมการเผยแพร่ข้อมูล สร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจแก่บุคลากรของ บพท.

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 ทุ่งมหาเมฆ ดอนเมือง สุวรรณภูมิ ภายใต้ขอบข่ายการขอรับรอง คือ บริการจราจรทางอากาศ และบริการข้อมูลข่าวสารการเดินทางทางอากาศ เมื่อวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๖๒ จากบริษัท ยูไนเต็ด รีจิสตร้า ออฟ ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด (URS) ในปีงบประมาณ ๒๕๖๓ บริษัทฯ สามารถรักษามาตรฐานระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (การตรวจเพื่อติดตามระบบ ครั้งที่ ๑ หรือ The Surveillance Audit) ส่วนกลาง (ทุ่งมหาเมฆ สุวรรณภูมิ ดอนเมือง)

○ การยื่นเรื่องขอใบรับรองต่อสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย บพท. ได้ดำเนินการยื่นเรื่องขอใบรับรองสำหรับบริการการจัดการจราจรทางอากาศ (ATM) ในส่วนบริการจราจรทางอากาศ (ATS) บริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ ระบบติดตามอากาศยาน (CNS) และบริการออกแบบวิถีปฏิบัติการบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน (IFPD) แล้วในปี ๒๕๖๓ โดยปัจจุบัน กพท. ตรวจประเมินแล้วเสร็จ และ บพท. อยู่ระหว่างการจัดทำแผนแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อส่งให้กับ กพท. โดยคาดว่าจะได้รับใบรับรอง CNS และ IFPD ภายในเดือนมิถุนายน ๒๕๖๕ และใบรับรอง ATS ในเดือนกันยายน ๒๕๖๕ ทั้งนี้ บพท. ได้แสดงเจตจำนงและยื่นเอกสารการขอรับรองต่อ กพท. ในการขอรับใบรับรองการให้บริการการจัดการจราจรทางอากาศในส่วนการจัดการห้วงอากาศ (ASM) และการจัดการความปลอดภัยตัวของจราจรทางอากาศ (ATFM) แล้ว

การดำเนินการขอใบรับรองดังกล่าวเป็นการสร้างมาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard) ของ บพท. ซึ่งไปตามวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ตามแผนวิสาหกิจของ บพท. “ให้บริการที่ปลอดภัยและมั่นคง เป็นไปตามมาตรฐาน และต่อเนื่องในทุกช่วงการบิน” การมีเป้าหมายด้านการมีมาตรฐานจะช่วยพัฒนาองค์ประกอบและการดำเนินงานตามกระบวนการมาตรฐานให้สอดคล้องกับกฎหมายและการกำกับของภาครัฐ

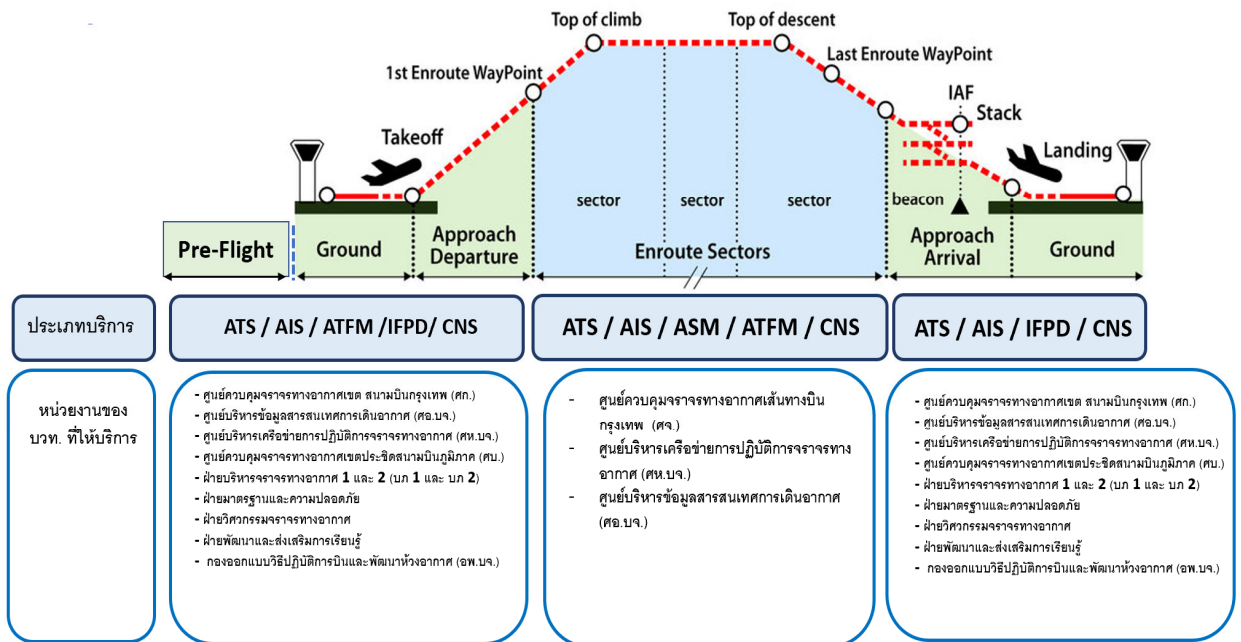
บวท. มีการจัดทำประกาศนโยบาย กฏบัตร และกำหนดมาตรฐานการบริการ ระเบียบวิธีปฏิบัติ สำหรับบริการในแต่ละด้าน เพื่อให้การบริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด โดยจะมีการทบทวนเมื่อ กพท. มีการออกข้อกำหนด ข้อบังคับ หรือกฎหมายใหม่ เพื่อให้การปฏิบัติมีความสอดคล้องกับกฎหมายดังกล่าว

ทั้งนี้ บวท. มีการตรวจประเมินภายใน (Internal Audit) เป็นประจำทุกปี เพื่อประเมินคุณภาพและมาตรฐานการบริการในแต่ละด้าน และส่งผลการประเมินให้หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องนำไปดำเนินการปรับปรุง/แก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้พร้อมรับการตรวจประเมินจาก กพท. ต่อไป

การวิเคราะห์ Customer Journey

บริการการเดินทางอากาศ

ภาพที่ ๑๗ Phases of Flight : Customer Journey



ในการทำการบินแต่ละเที่ยวบิน จะแบ่งออกเป็น phase ต่างๆ ในแต่ละ phase ก็จะมีผลเกี่ยวเนื่องไปถึงการคำนวณปริมาณเชื้อเพลิงที่ต้องใช้ รวมถึงขั้นตอนการให้บริการการเดินทางอากาศของ บวท. แบ่งได้ตาม Phases of Flight ดังนี้

๓. Pre-Flight คือกระบวนการก่อนเริ่มปฏิบัติการบิน เป็นการเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ ของเครื่องบิน โดยส่วนนี้จะอยู่ที่บริเวณ Parked ก่อนทำการบิน นักบินจะต้องตรวจสอบเอกสารการบิน รายงานสภาพอากาศ พยากรณ์อากาศ ข่าวสารการบิน (NOTA) การตรวจสอบแผนการบิน

การตรวจสอบปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อใช้ในการบิน นักบินจะทำการขออนุญาตเส้นทางการบิน (Route clearance) จากหอบังคับการบิน (Delivery) เมื่อได้รับอนุญาตให้ถอยจากจุดจอดเพื่อติดเครื่องยนต์ ถือว่าเป็นการสิ้นสุด Before start phase โดย บวท. ให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศ (Air Traffic Service: ATS) บริการข่าวสารการเดินอากาศ (Aeronautical Information Service: AIS) บริการการจัดการความคล่องตัวของจราจรทางอากาศ (Air Traffic Flow Management: ATFM) และบริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ ระบบติดตามอากาศยาน (Aeronautical Communications, Navigation and Surveillance System/ Services: CNS)

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

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

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

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

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

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

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

จากภาพดังกล่าว จะเห็นได้ว่า Customer Journey ของผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการการเดินอากาศ (บวท.) ทุกช่วงของการบริการตาม Phases of Flight โดยมีการใช้บริการทั้งบริการควบคุมจราจรทางอากาศ (ATS) บริการข้อมูลข่าวสารการเดินอากาศ (AIS) และบริการระบบการสื่อสาร ระบบช่วยการเดินอากาศ ระบบติดตามอากาศยาน (CNS) เป็นต้น ซึ่ง บวท. ได้นำข้อมูลจากผลการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในประเด็นคุณภาพที่มีนัยสำคัญมาพัฒนาและ

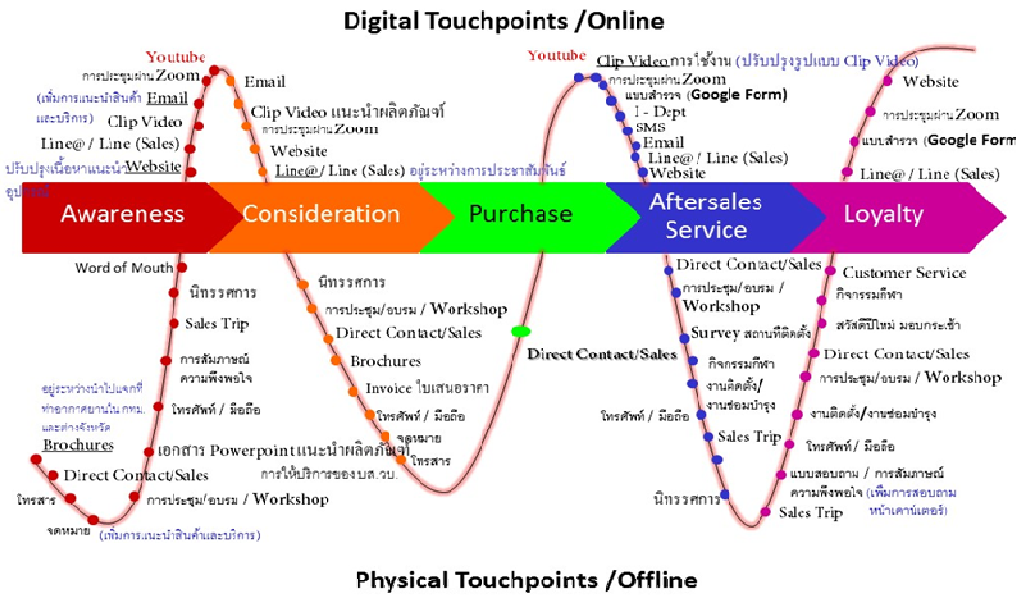
ปรับปรุงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพ เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยตามหลักสากล

การวิเคราะห์ Customer Journey ของบริการเกี่ยวเนื่อง

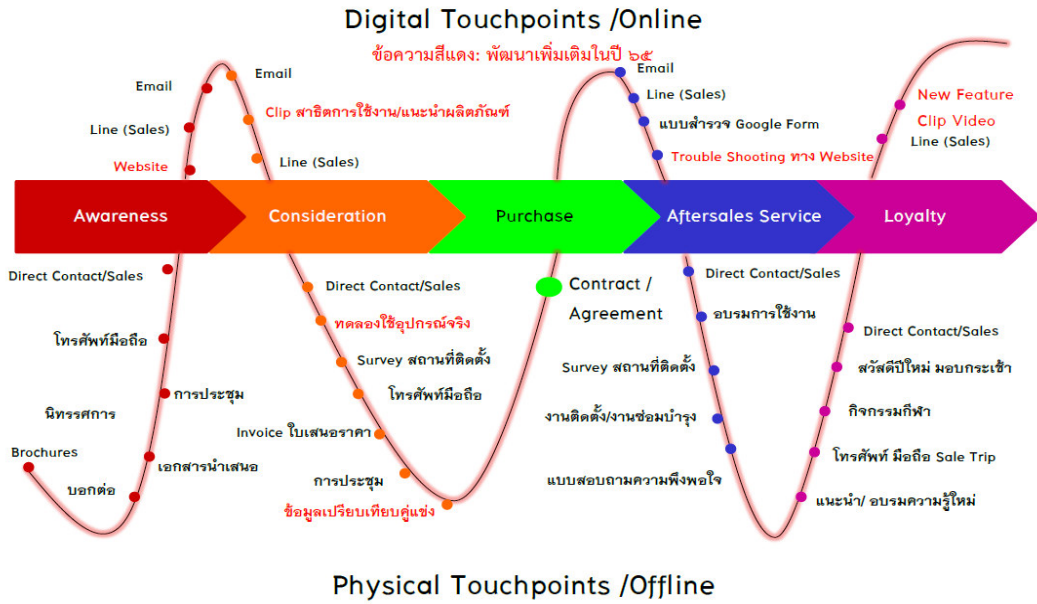
หน่วยธุรกิจได้ทำการวิเคราะห์แนวทางการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าด้วยเครื่องมือ Customer Life Cycle ผลิตภัณท์และบริการที่สำคัญ ที่มีแผนจะดำเนินการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า คาดว่าจะสามารถสร้างโอกาสธุรกิจเพิ่มเติมในอนาคต ได้แก่ บริการ Digital Trunked Radio System, 3D Aerodrome Simulator, ระบบแสดงผลอากาศยาน ASD/GSD, บริการบินทดสอบ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

ภาพที่ ๑๘ การวิเคราะห์ Customer Journey ของบริการเกี่ยวเนื่อง

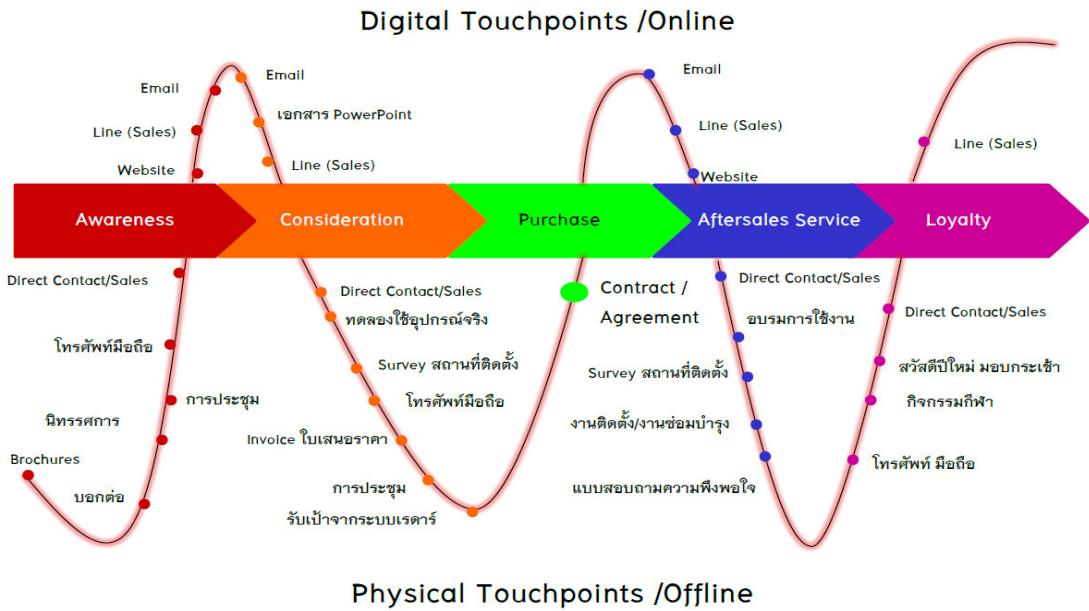
Customer Journey : อุปกรณ์วิทยุสื่อสาร Digital Trunked Radio System (DTRS)



Customer Journey : 3D Aerodrome Simulator Existing Touchpoints

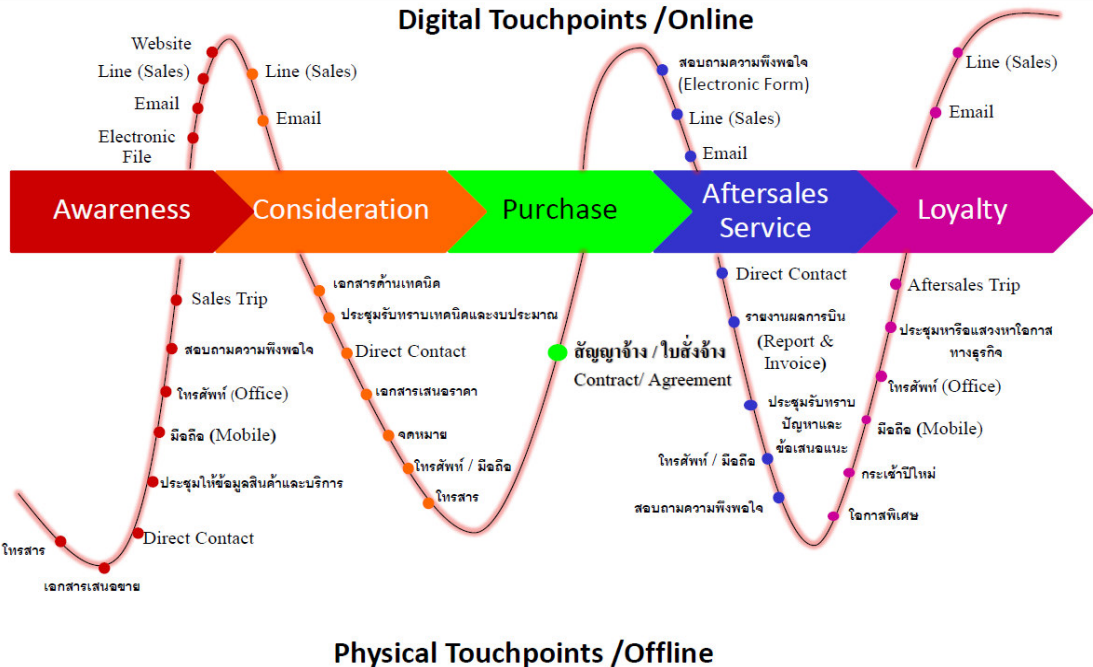


Customer Journey : ระบบแสดงผลอากาศยาน ASD / GSD Existing Touchpoints

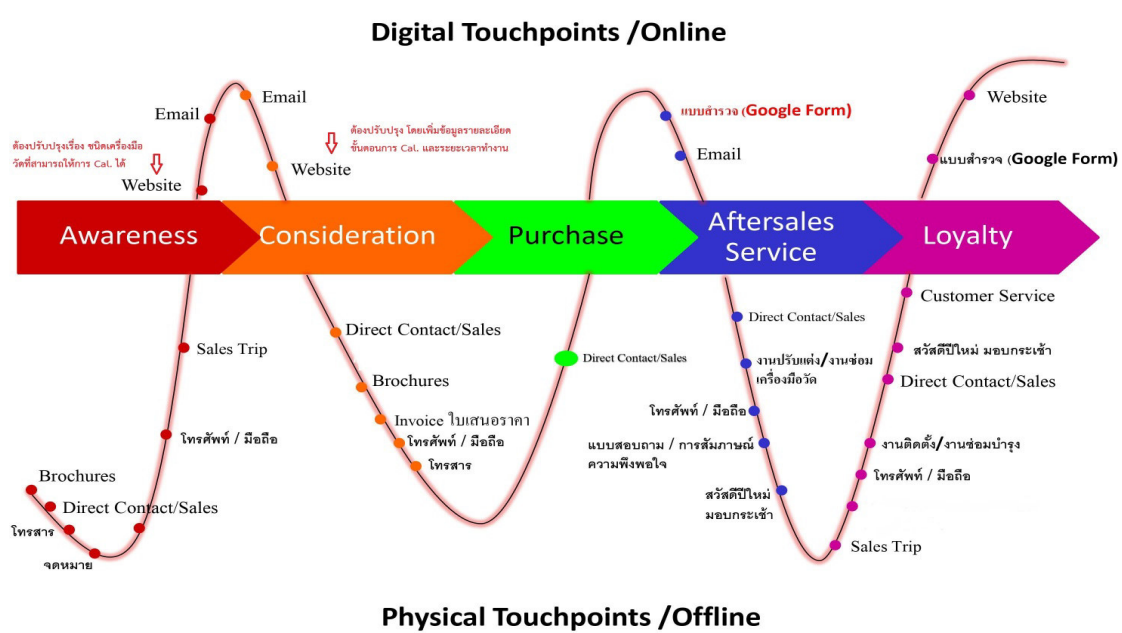


Customer Journey : งานบินทดสอบเครื่องอำนวยความสะดวกในสนามบิน (Flight Inspection Services)

Existing Touchpoints



Customer Journey : บริการสอบเทียบมาตรฐานเครื่องมือวัด **EXISTING TOUCHPOINTS**



บริการเกี่ยวเนื่อง มีการดำเนินการภายใต้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 2015 จึงมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานในระดับ Work Instruction เพื่อให้แนวทางการดำเนินงานถูกถ่ายทอดเป็นไปแนวทางเดียวกัน โดยที่สารสนเทศที่ได้รับจากช่องทางต่าง ๆ หน่วยงานผู้ดูแลรับผิดชอบบริการ/ผลิตภัณฑ์ จะนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ หรือใช้บริการของลูกค้า ในการประชุมรายงานผลดำเนินการประจำหน่วยงาน เพื่อดำเนินการวางแผนพัฒนา /ปรับปรุง เป็นแผนงาน/โครงการ

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

• บริการด้านอื่นๆ

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

- ๑) ระบบรับ และโอนเงินพร้อมเพย์ (PromptPay) บริการรับชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Bill Payment และ Cross Bank Bill Payment)
- ๒) การติดตั้งเครื่องรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Capture : EDC) ณ ที่ทำการทุกแห่งของ บวท.
- ๓) เพิ่มประสิทธิภาพการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร และขยายการใช้บัตรเติมน้ำมัน (บัตรพลีทการ์ด) สำหรับรถเช่า ซึ่งเป็นบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความทันสมัย และทันกับการพัฒนาของทางการชำระเงินของลูกค้า
- ๔) การปรับเปลี่ยนระบบการสื่อสารทางการเงินและบัญชีที่มีการเปลี่ยนแปลงของทางการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการเงินและบัญชี รวมถึงระบบผู้ถือหุ้นให้เป็นระบบ AEROTHAI E-Service เพื่อให้สอดคล้องกับยุค Digital Transformation โดยระบบดังกล่าวจะครอบคลุมการให้บริการข่าวสารทางด้านการเงิน ดังนี้
 - บริการแจ้งจัดเก็บค่าบริการและการชำระเงิน
 - บริการเกี่ยวกับอัตราค่าบริการการควบคุมจราจรทางอากาศ
 - บริการแจ้งข้อมูลน้ำหนักเครื่องบิน

- บริการผู้ถือหุ้น
- บริการแจ้งข้อสงสัย/ขอเสนอแนะ
- บริการแจ้งข้อมูลข่าวสาร

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

ทั้งนี้ บวท. ได้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลช่องทางการรับ-จ่ายเงิน ให้ลูกค้า/ลูกค้า รับทราบทางใบแจ้งหนี้ จัดส่งทาง E-mail และเผยแพร่ใน Website ของ บวท.

(๒) การสร้างความผูกพัน

บวท. มีการนำผลจากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภายนอก และผลประเมินจากการดำเนินกิจกรรมร่วมกับผู้ให้บริการในปี ๒๕๖๕ มาใช้ในการวางแผนกิจกรรมให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการแต่ละกลุ่ม ในปี ๒๕๖๖ เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า เพิ่มความผูกพัน และให้ลูกค้ากล่าวถึงในทางที่ดี และทำให้เกิดความราบรื่นในการปฏิบัติงานร่วมกัน นอกจากนี้ ยังมี การรับฟังความต้องการจากหน่วยงานภายในองค์กร ที่มีการดำเนินการกับหน่วยงานผู้ให้บริการโดยตรง เพื่อให้ทราบถึงความต้องการรับการสนับสนุนในการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมกับผู้ให้บริการในปี ๒๕๖๖ อาทิ การจัดกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนการบินต่าง ๆ การประชุมและกิจกรรมร่วมกับสายการบิน กิจกรรมกับกองบินต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานและผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งจะได้มีการประเมินผลความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง และรวบรวมผลในเดือนกันยายน ๒๕๖๖ เพื่อนำข้อมูลไปกำหนดแผนการจัดกิจกรรมได้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ให้บริการในปีต่อไป

สำหรับบริการเกี่ยวเนื่อง มีการจัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าผู้ให้บริการ เพื่อกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานและผู้ปฏิบัติงาน สร้างความผูกพันและการซื้อซ้ำ และถือเป็นช่องทางหนึ่งในการรับทราบความต้องการ ข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการโดยตรง เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ตัวอย่างกิจกรรมตามแผนดำเนินการ

๑) บริการการเดินทางอากาศ

- ๑.๑ การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทยที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Airline Workshop) จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง
- ๑.๒ การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทยต้นทุนต่ำ (Low Cost Carrier Airline Workshop) จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง
- ๑.๓ Business Talk with Airline Executives จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง
- ๑.๔ Dinner Talk with Airline Representatives (AOC Dinner) จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๒ ครั้ง
- ๑.๕ กีฬาเชื่อมสัมพันธ์ จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง
- ๑.๖ กิจกรรม Outing และ CSR ร่วมกับผู้ใช้บริการ จัดเป็นประจำทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง

หมายเหตุ รายละเอียดของกิจกรรม ตารางสรุปประเด็นสำคัญในการปรับปรุงการให้บริการและกิจกรรมตามแผนระยะสั้นที่จะดำเนินการในปี ๒๕๖๖ หน้า ๑๔๘

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 ที่ผู้ใช้บริการขายสื่อสารข้อมูลสายการบิน (AOC) มีการจัดประชุม ๒ ปี/ครั้ง
- ๒.๗ การประชุม 3 Way Meeting มีการจัดประชุมปีละ ๒ ครั้ง

โดย บวท. มุ่งเน้นขยายเครือข่ายความสัมพันธ์ตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนระดับผู้ปฏิบัติของทุกกลุ่มผู้ใช้บริการ เพื่อการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างหน่วยงาน สอบถามปัญหา/ข้อขัดข้อง ตอบสนองความต้องการอย่างทันท่วงทีและเหนือกว่าความคาดหวัง และเพิ่มความผูกพัน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ขององค์กร

แผนดำเนินงานสำหรับกลุ่มลูกค้าในอนาคต บวท. มีแผนการดำเนินงานสำหรับลูกค้าที่เป็นผู้ใช้บริการ UTM, FIC และผู้ดำเนินการสนามบิน/ที่ขึ้น-ลงชั่วคราว โดยในปี ๒๕๖๖ จะมุ่งเน้นที่การทำ Customer Insight เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการใช้งาน ความถี่ จำนวนกลุ่มผู้ใช้งาน ข้อจำกัดในการปฏิบัติการ เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับลูกค้าแต่ละกลุ่มต่อไป

ตารางที่ ๑๕ กลุ่มลูกค้าที่คาดหวังในอนาคต และแผนดำเนินการ

บริการการเดินทางอากาศ

กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง ในอนาคต	แผนดำเนินการ
กลุ่มผู้ใช้บริการ Unmanned Aircraft Traffic Management (UTM)	<p>ตามที่ EEC อนุญาตให้ บวท. เป็นผู้ดำเนินการเรื่อง UTM อย่างครบวงจรในพื้นที่ EEC นั้น บวท. มีการเตรียมแผนการดำเนินการดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - บวท. เสนอ UTM Infrastructure และ Business Model สำหรับพื้นที่ Sandbox และในเขตการบิน - จัดหลักสูตรอบรมการใช้งานโดรนอย่างถูกวิธี และถูกต้องตามกฎหมายให้ประชาชนที่สนใจ - ขยายพื้นที่นำร่องไปยัง ภูเก็ต เชียงใหม่ สมุย ขอนแก่น
กลุ่มผู้ใช้บริการ Flight Information Center (FIC)	<ul style="list-style-type: none"> - จัดประชุมเพื่อรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ใช้บริการ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล Customer Insight - รับฟัง Feedback จากผู้ใช้บริการในช่วงทดลองการให้บริการ
กลุ่มผู้ดำเนินงานสนามบิน	<p>จัดทำข้อมูล Customer Insight โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มผู้ใช้บริการ เพื่อเก็บข้อมูลและนำผลที่ได้มาพิจารณาวางแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป</p>

บริการเกี่ยวเนื่อง

กลุ่มลูกค้าในอนาคต	แผนการดำเนินงาน
กลุ่มลูกค้า ANSP รายใหม่	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นอุปกรณ์สำเร็จรูป และ/หรือ ซอฟต์แวร์ที่พัฒนาสนับสนุนการปฏิบัติการ หรือจัดทำเป็นโซลูชันให้แก่กลุ่มลูกค้า ANSP รายใหม่ - การใช้กลยุทธ์ด้านราคาที่แข่งขันได้กับผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกันที่มีจำหน่ายในตลาด - เน้นช่องทางการจัดจำหน่ายทาง Digital Marketing รวมถึงการเข้าร่วมงานนิทรรศการ/การประชุมที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก

	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดช่องทางการสนับสนุนงานขายและหลังการขาย เพื่อการบริการลูกค้าผ่านทางช่องทาง Digital มากกว่าเดิม พร้อมข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย
<p>กลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอื่น ๆ</p>	<p>บริการเกี่ยวเนื่องของ บวท. นอกเหนือจากการให้บริการในกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมการบินแล้ว ปัจจุบันมีกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมพลังงาน ทั้งนี้ อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการบิน ยังเป็นส่วนการตลาดที่ พชก. มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจที่จะเชื่อมโยงระบบนิเวศ (Ecosystem) ในอุตสาหกรรมการบิน เข้ากับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมการขนส่งทางบก ราง และ น้ำ รวมไปถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการเกษตร เช่น การใช้อากาศยานไร้คนขับเพื่อการเกษตร เป็นต้น โดยอาศัยการนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศที่ บวท. มีความเชี่ยวชาญ ไปประยุกต์ใช้งานในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง</p>
<p>กลุ่มประชาชนผู้เดินทาง</p>	<p>พชก. มีแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสารทางอากาศ และประชาชนทั่วไป สำหรับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเวลาของเที่ยวบิน และการติดตามอากาศยานผ่านทางแอปพลิเคชัน เช่น โครงการ SkyHub ที่จะมีการเชื่อมโยงสู่ระบบ Smart Airport และ Smart City ในส่วนของ Smart Tourist ที่จะเชื่อมโยงไปสู่ Smart Mobility ในการเดินทางต่อไป</p>
<p>กลุ่มสายการบินใหม่ ๆ</p>	<p>บวท. 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</p>

การติดตามและประเมินผล จากกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามแผนฯ ทั้ง ๓ ด้าน บวท. มีการติดตามผลและการประเมินผล ดังนี้

๑) แบบประเมินผลรายกิจกรรมที่จัดทำขึ้น

เป็นการสอบถามข้อคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมและรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยตรง ซึ่งจะมีการสรุปผลและนำเสนอผู้บริหารเพื่อทราบต่อไป โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เป็นองค์ประกอบในการประมวลผลกิจกรรม และเป็นข้อมูลนำเข้าในการวางแผนจัดกิจกรรมในอนาคต

๒) โครงการประเมินผลความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของ บวท.

เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยว่าจ้างที่ปรึกษาจากภายนอกในการดำเนินการสำรวจกลุ่มผู้ให้บริการ โดยจะมีการประมวลผล และนำเสนอผลการสำรวจฯ ต่อที่ประชุมผู้บริหารระดับสูงภายในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม ซึ่งผลที่ได้จากการรับฟังเสียงของลูกค้า และผลสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ ฯ จะถูกนำมาจัดลำดับประเด็นคุณภาพที่ควรปรับปรุง เพื่อทบทวนและวิเคราะห์ประเด็นที่ลูกค้าให้ความสำคัญ รวมทั้งประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่ควรปรับปรุง และจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการ เพื่อใช้ในปีงบประมาณถัดไป เพื่อตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า และปรับปรุงประสิทธิภาพของการ ให้ บริการให้ดียิ่งขึ้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการรายงานความคืบหน้าการดำเนินการตามแผนปรับปรุงเป็นรายเดือน และ บวท. มีการรายงานให้ผู้บริหารระดับสูงรับทราบผ่านที่ประชุม EMM ทุก ๖ เดือน

(๓) การจัดการเรื่องร้องเรียน

บวท. ดำเนินการตามกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนขององค์กร โดยมีศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน (ศร.) เป็นหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียน มีกองสื่อสารองค์กรและกิจการสังคม (สอ.สส.) ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่เป็น ศร.

เป้าหมายของการจัดการเรื่องร้องเรียน คือ สัดส่วนเรื่องร้องเรียนที่จัดการได้ โดยแบ่งเป็น ด้านผู้ให้บริการ มีเป้าหมาย ร้อยละ ๑๐๐ และด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีเป้าหมาย ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๗๐ ซึ่งทำการวัดผลและรายงานผลทุกปี

ตัวชี้วัด : สัดส่วนเรื่องร้องเรียนที่จัดการ หมายถึง เรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติต่อจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด

ศร. มีหลักเกณฑ์การพิจารณาในการรับเรื่องร้องเรียน คือ

๑) คัดกรองว่าเป็นเรื่องร้องเรียนหรือไม่ และจัดอยู่ในประเภทใด

๒) ตรวจสอบตัวตนของผู้ร้องเรียน และแจ้งผู้ร้องเรียนให้รับทราบว่ามี บพท. ได้รับเรื่องร้องเรียนแล้ว และจะนำเข้าสู่กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน

๓) ลงทะเบียนรับเรื่องร้องเรียน

โดยมีการกำหนดประเภทเรื่องร้องเรียนและฝ่ายงานหลักที่รับผิดชอบ ดังนี้

ตารางที่ ๑๖ ประเภทเรื่องร้องเรียน และฝ่ายงานหลักที่รับผิดชอบ

ประเภทเรื่องร้องเรียน	ฝ่ายงานหลักที่รับผิดชอบ
การทำหน้าที่ของกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ (พวท.) หรือคณะกรรมการ บพท.	- ฝ่ายตรวจสอบภารกิจหลักและเทคโนโลยีสารสนเทศ (ตล.) - ฝ่ายตรวจสอบภารกิจสนับสนุนและวางแผนการตรวจสอบ (ตส.)
การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานใน บพท. (การบริหารงานบุคคล)	- ฝ่ายทรัพยากรบุคคลและคุณภาพชีวิต (ทบ.)
การจัดซื้อจัดจ้าง	- ฝ่ายบริหารทั่วไป (บท.)
การให้บริการเกี่ยวเนื่อง (Related Services) (คุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ)	- ฝ่ายบริหารธุรกิจ (ธก.) - ฝ่ายวิศวกรรมบริการ (วบ.)
การให้บริการการเดินทางอากาศ	- ฝ่ายบริหารศูนย์ควบคุมจราจรทางอากาศเส้นทางบินกรุงเทพ (ศจ.) - ฝ่ายบริหารศูนย์ควบคุมจราจรทางอากาศเขตสนามบินกรุงเทพ (ศก.) - ฝ่ายบริหารศูนย์ควบคุมจราจรทางอากาศเขตประชิดสนามบินภูมิภาค (ศป.) - ฝ่ายสนับสนุนงานวิศวกรรมจราจรทางอากาศ (สว.) - ฝ่ายบริหารงานวิศวกรรมจราจรทางอากาศ (บว.) - ฝ่ายมาตรฐานและความปลอดภัย (มป.)

ศรร. รับผิดชอบในการรับเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ ที่ผ่านมาจากช่องทางรับเรื่องร้องเรียนแล้วดำเนินการนำเสนอแต่งตั้งคณะทำงานพิจารณาเรื่องร้องเรียน และจัดประชุมคณะทำงานพิจารณาเรื่องร้องเรียน เพื่อพิจารณาประเด็นเรื่องร้องเรียนที่เกิดขึ้น แนวทางการแก้ไขเบื้องต้น และมอบหมายสายงานหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปดำเนินการแก้ไข ซึ่ง ศรร. จะแจ้งผู้ร้องเรียนให้ทราบถึงการนำเรื่องร้องเรียนเข้าสู่กระบวนการจัดการแล้ว นอกจากนี้ ศรร. ดำเนินการติดตามความคืบหน้าการดำเนินการแก้ไขทุก ๑๕ วัน เพื่อรายงานต่อ กอญ.บพท. และแจ้งผู้ร้องเรียนทราบ เมื่อสายงานหรือหน่วยงานที่

เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไขเรื่องร้องเรียนแล้วเสร็จ ศรร. จะนำเสนอขยุติเรื่องร้องเรียนต่อ กอญ.บพท. และแจ้งผลการดำเนินการให้ผู้ร้องเรียนทราบ สำหรับเรื่องร้องเรียนของลูกค้าบริการการเดินทางอากาศ และลูกค้าบริการเกี่ยวเนื่อง มีการดำเนินการตามแนวทางการจัดการเรื่องร้องเรียน ดังนี้

**ตารางที่ ๑๗ แนวทางการจัดการเรื่องร้องเรียนของลูกค้าบริการการเดินทางอากาศ
และลูกค้าบริการเกี่ยวเนื่อง**

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. คป. บก ๑. บก ๒. ววจ. (เจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศและเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลข่าวสารการเดินทางอากาศ ชาวสารการบินประจำวัน และวิศวกรที่ปฏิบัติงานสนับสนุนการให้บริการการเดินทางอากาศ)	คู่มือการปฏิบัติงานประจำแต่ละหน่วยงาน และระเบียบปฏิบัติการแจ้งเหตุ รายงานเหตุและสอบสวนเหตุที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่มีผลต่อความปลอดภัยด้านจราจรทางอากาศ
๔. เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการเกี่ยวเนื่อง	สำนักพัฒนาธุรกิจ (สพธ.)	กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ (บริการเกี่ยวเนื่อง)

ทั้งนี้ ผู้ร้องเรียนสามารถยื่นเรื่องร้องเรียนต่อ บวท. โดยผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

- ๑) ติดต่อด้วยตนเอง ติดต่อที่ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน บวท. สำนักงานใหญ่
ทุ่งมหาเมฆ
- ๒) ส่งเป็นหนังสือมาที่ ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน (กองสื่อสารองค์กรและกิจการ
สังคม) บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด เลขที่ ๑๐๒ ซอยงามดูพลี
ถนนพระราม ๔ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๒๐
- ๓) โทรศัพท์หมายเลข ๐ ๒๓๐๓/ ๒๒๒๒ หรือ ๐ ๒๒๔๙/ ๓๕๓๑ ต่อ ๕
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๖ ๓๒๓/๑ ๖๙๔๔
- ๔) โทรสาร ๐ ๒๓๐๓/ ๒๒๒๓
- ๕) เว็บไซต์ www.aerothai.co.th (ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน) สำหรับบุคคลภายนอก
และ เว็บไซต์ home.aerothai.co.th (ข้อเสนอแนะ/เรื่องร้องเรียน) สำหรับพนักงาน
บวท.
- ๖) E-mail: complaints@aerothai.co.th

๓) กล้องรับเรื่องร้องเรียน ชั้น ๑ อาคารอำนวยการ บวท. สำนักงานใหญ่
การเรียนรู้

ศรร. ได้ดำเนินการทบทวนและจัดทำกระบวนการดำเนินงานของศูนย์จัดการเรื่อง
ร้องเรียนที่ผ่านการรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร และได้ปรับปรุงคู่มือการจัดการเรื่อง
ร้องเรียนให้สอดคล้องตามกัน โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ CG&CSR และ
คณะกรรมการ บวท. เรียบร้อยแล้ว (พฤศจิกายน ๒๕๖๑) จึงได้เผยแพร่คู่มือการจัดการเรื่องร้องเรียน
ฉบับปรับปรุงครั้งที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑ ในหน้าเว็บไซต์ของ บวท. และ intranet ได้ดำเนินการทบทวน/
ปรับปรุงคู่มือฯ โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ CG&CSR และคณะกรรมการ บวท.
เรียบร้อยแล้ว (กันยายน ๒๕๖๕) จึงได้เผยแพร่คู่มือการจัดการเรื่องร้องเรียนฉบับปรับปรุงครั้งที่ ๒
พ.ศ. ๒๕๖๕ ในหน้าเว็บไซต์ของ บวท. และ intranet ทดแทนฉบับเดิม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ บจจ. ภคศ. ววจ. สมป. สพร. วิเคราะห์สาเหตุที่สำคัญของ
เรื่องร้องเรียน และดำเนินการส่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาปรับปรุงระบบงาน อาทิ การ
ปรับปรุง/พัฒนาผลิตภัณฑ์ การอบรม/ให้ความรู้เจ้าหน้าที่ ปรับปรุงขั้นตอนกระบวนการทำงาน การ
ปรับปรุงช่องทางการสื่อสาร การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์หรือลดความไม่พึงพอใจ
และทำการประเมินซ้ำตามกระบวนการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ทั้งนี้ จากการประเมินผลดำเนินการของ ศรร. ที่ผ่านมาเป็นการเก็บบันทึกข้อมูลแบบ
Manual ดังนั้น เพื่อให้ระบบเรื่องร้องเรียนสามารถจ่ายต่อการสืบค้น และใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง รวมถึง
สามารถติดตามสถานะการดำเนินงานได้ จึงได้พัฒนาระบบบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน โดยนำระบบ
IT มาใช้งาน (ตั้งแต่ตุลาคม ๒๕๖๔ เป็นต้นมา)

๔.๔.๔ ตารางสรุปประเด็นสำคัญในการปรับปรุงการให้บริการและแผนปฏิบัติการระยะสั้นที่จะดำเนินการในปี ๒๕๖๗

ตารางที่ ๑๘ แผนปฏิบัติการ (ระยะสั้น) สำหรับบริการการบินอากาศ

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการ	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
<p>๑. ชีตความสามารถในการรองรับของห้วงอากาศ (Capacity)</p> <p>๒. ประสิทธิภาพ (Efficiency)</p> <p>๓. ความสามารถในการคาดการณ์ได้ล่วงหน้า (Predictability)</p> <p>๔. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)</p>	<p>๑. ปัญหาภาพรวมของการจัดการกับปัญหา Delay</p> <p>๒. ปัญหาประสิทธิภาพความต่อเนื่องในการให้บริการทุกช่วงการบิน</p> <p>๓. ปัญหาความสามารถในการคาดการณ์เพื่อการวางล่วงหน้า</p> <p>๔. ปัญหาประสิทธิภาพการบริหารจัดการจัดลำดับการขึ้น – ลงของอากาศยาน</p> <p>๕. ปัญหาประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อการประหยัดเชื้อเพลิง</p>	<p>– กลุ่มสายการบินสัญชาติไทย</p> <p>– กลุ่ม State Aircraft</p> <p>– กลุ่ม Aerial Work</p> <p>– กลุ่ม General Aviation</p> <p>– กลุ่มโรงเรียนการบิน</p> <p>– สมาคมทางการบิน</p> <p>– กลุ่มหน่วยงานด้านความมั่นคง</p>	<p>จัดการประชุม Airspace Users – ANSP Meeting ประจำปี ๒๕๖๕ (แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ)</p>	<p>พ.ค. (๑ ครั้ง / ปี)</p>	<p>๑) ผู้ใช้บริการได้รับทราบความคืบหน้าแผนงาน/โครงการ และแผนปรับปรุงการให้บริการ</p> <p>๒) ผู้ใช้บริการรับทราบถึงความพยายามของ บวท. ในการแก้ปัญหาข้อขัดข้องต่างๆ ที่เกิดขึ้น และการพัฒนาประสิทธิภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น</p> <p>๓) สื่อสารผลการดำเนินงาน ความคืบหน้าแผนการปรับปรุงการให้บริการ</p>	<p>๑) ผู้เข้าร่วมประชุมมีความรู้และเข้าใจในแผนที่ บวท. กำลังดำเนินการอยู่ จากแบบประเมินผลในการจัดกิจกรรม</p>	<p>วส.สส.</p>	<p>หน่วยงานภายใน บวท. ที่เกี่ยวข้อง (ขึ้นอยู่กับวาระการประชุมในแต่ละครั้ง)</p>

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการ	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>อากาศยานในการปฏิบัติการบิน</p> <p>๖. ปัญหาประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศกับนักบิน</p> <p>๗. ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานร่วมกับผู้ใช้บริการ</p>				<p>๔) ชี้แจงทำความเข้าใจในปัญหาข้อขัดข้องที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ</p> <p>๕) รับฟังข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา/ปรับปรุงการให้บริการ</p>	<p>๒) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการชี้แจงของบวท. เกี่ยวกับปัญหาข้อขัดข้องที่ได้รับ</p> <p>๓) มีข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ</p>		
		กลุ่มสายการบินสัญชาติไทย	Safety and Operations Forum (แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ)	ธ.ค. (๑ ครั้ง / ปี)	<p>๑) สายการบินสามารถปฏิบัติตามมาตรฐานการด้านความปลอดภัยที่ได้ตกลงร่วมกัน</p> <p>๒) ได้ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการที่ส่งเสริมให้เกิดความปลอดภัยทางการบิน</p>	<p>๑) สายการบินมีความเข้าใจและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรฐานการด้านความปลอดภัย</p> <p>๒) มีข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมให้เกิดความปลอดภัยทางการบิน</p>	สมป. บจจ. ภกต.	วส.สส.

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการ	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
		สายการบินสัญชาติไทย ที่ให้บริการแบบ Full Service (การพิจารณาคัดเลือกสายการบินเข้าร่วมกิจกรรมโดยพิจารณาจากสถิติปริมาณเที่ยวบินในปี ๒๕๖๕ และคะแนนจากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ปี ๒๕๖๕)	Airlines Full Service Workshop (แผนบริหารความสัมพันธ์)	มี.ค. (๑ ครั้ง / ปี)	๑) ชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน ๒) ได้ข้อมูลในเชิงลึกและแนวทางในการแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องที่เกิดขึ้น ๓) มีความสัมพันธ์ดีขึ้นระหว่างนักบินและ ATC ในระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการ ๔) ลดข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน	๑) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการชี้แจงของ บวท. เกี่ยวกับปัญหาข้อขัดข้องที่ได้รับ ๒) ได้ประเด็นปัญหาเชิงลึกครบทุกประเด็น ๓) ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติการบินลดลง	วส.สส.	บจจ. ภภค.
		สายการบินสัญชาติไทย ที่ให้บริการแบบ Low Cost (การพิจารณาคัดเลือกสายการบินเข้าร่วมกิจกรรมโดยพิจารณา	Airlines LCC Workshop (แผนบริหารความสัมพันธ์)	ส.ค. (๑ ครั้ง / ปี)	๑) ชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน ๒) ได้ข้อมูลในเชิงลึกและแนวทางในการแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องที่	๑) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการชี้แจงของ บวท. เกี่ยวกับปัญหาข้อขัดข้องที่ได้รับ	วส.สส.	บจจ. ภภค.

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการ	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
		จากสถิติปริมาณเที่ยวบินในปี ๒๕๖๕ และคะแนนจากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ปี ๒๕๖๕)			เกิดขึ้น ๓) มีความสัมพันธ์ดีขึ้นระหว่างนักบินและ ATC ในระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการ ๔) ลดข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน	๒) ได้ประเด็นปัญหาเชิงลึกครบทุกประเด็น ๓) ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติการบินลดลง		
		สายการบินสัญชาติไทย	* กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์กับสายการบิน (แผนบริหารความสัมพันธ์)	พ.ค. ๑ ครั้ง / ปี	๑) ได้หารือเกี่ยวกับประเด็นข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน ๒) ได้ทำความเข้าใจมีความสัมพันธ์ และพัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ๓) ได้ช่องทางในการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น	๑) ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติการบินลดลง ๒) การประเมินความพึงพอใจจากการจัดกิจกรรม	วส.สส.	บจจ. ภภค.
		ผู้บริหารระดับสูงของสายการบินสัญชาติไทย และคณะกรรมการดำเนินงานธุรกิจการบิน	-AOC ทสภ. Dinner Talk -AOC ทดม. Dinner Talk	ปีละ ๑ ครั้ง (บวท. สลับกัน เป็นเจ้าภาพกับ	๑) ได้แนวทางในการแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในระดับนโยบาย ๒) มีความสัมพันธ์อันดี	๑) มีนโยบายในการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจนอย่างน้อย ๑ เรื่อง	พวท. รพท.ป ผญจ.	วส.สส.

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินกิจกรรม	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
		(AOC)	(แผนบริหารความสัมพันธ์)	AOC)	ระหว่างผู้บริหารระดับสูงของ บวท. กับ คณะกรรมการฯ ของ AOC ๓) พัฒนาร่วมมือของผู้บริหารระดับสูง ทั้ง ๒ ฝ่าย		ฝศท.	
		ผู้บริหารระดับสูงของสายการบินสัญชาติไทย	* Business Talk ร่วมกับผู้บริหารสายการบิน (แผนบริหารความสัมพันธ์)	ธ.ค. ปีละ ๑ ครั้ง	๑) ได้แนวทางในการแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในระดับนโยบาย ๒) สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารระดับสูงของ บวท. กับผู้บริหารของสายการบิน ๓) พัฒนาร่วมมือของผู้บริหารระดับสูงของ บวท. กับสายการบิน	๑) มีนโยบายในการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจนอย่างน้อย ๑ เรื่อง	รทท.ป รทท.ม ผญศ. ฝบจ. ฝศท.	วส.สส.

ประเด็นการให้บริการที่ต้องมีการปรับปรุง	ประเด็นย่อยของประเด็นหลัก	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กิจกรรมที่จะดำเนินการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินกิจกรรม	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
๑. ประสิทธิภาพ (Efficiency)	๑. ปัญหาประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการจัดสรรพื้นที่ ผึกบิน ๒. ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน	กลุ่มโรงเรียนการบินทั้งหมด	การประชุมร่วมกับโรงเรียนการบิน (แผนสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ)	มี.ค. (๑ ครั้ง/ปี)	๑) ได้แนวทางในการใช้พื้นที่ผึกบินของสถาบันด้านการบิน ๒) กำหนดวิธีปฏิบัติงานร่วมกัน	๑) ปัญหาข้อขัดข้องในการใช้พื้นที่ผึกบินลดน้อยลง	ศบ.	บจจ. วส.สส.
	๑. ปัญหาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ๒. ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน	กลุ่มผู้ทำการบินแบบ VFR	การประชุมร่วมกับกลุ่มผู้ทำการบินแบบ VFR	มี.ย. (๑ ครั้ง/ปี)	๑. กำหนดวิธีปฏิบัติงานร่วมกัน ๒. รับทราบแนวทางการบริหารจัดการในการให้บริการของ บวท.	๑) ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติการบินลดลง	ศก.	บจจ. ภกศ. วส.สส.

ตารางที่ ๑๙ แผนปฏิบัติการ (ระยะสั้น) สำหรับบริการเกี่ยวเนื่อง

กิจกรรมที่จะดำเนินการ	กลุ่มผู้ใช้บริการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินกิจกรรม	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
๑. การประชุม 3 Way Meeting	ผู้ร่วมให้บริการ (บริษัท Collins Aerospace และ ADCC)	ไตรมาสที่ ๑ และ ๓ ของทุกปี (ประชุม ๒ ครั้งต่อปี หมุนเวียนกันเป็นเจ้าภาพ)	การปรับปรุงพัฒนางานแผนกลยุทธ์ รวมทั้ง แก้ไขปัญหาต่างๆ ของการให้บริการ ข่ายสื่อสารข้อมูลสายการบินในภูมิภาคเอเชีย และแปซิฟิก (GLOBALink/Asia) เพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้งานสายการบินอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด	๑) แนวทางปรับปรุงพัฒนา วางแผนกลยุทธ์ ๒) การร่วมกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อระบบและผู้ใช้งานสายการบิน	พชก.	ชป.ชก. บข.วบ.
๒. กิจกรรมอวยพรและยินดีในโอกาสสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ การเลื่อนตำแหน่ง วันครบรอบหน่วยงาน	- สายการบิน - หน่วยงานภาครัฐ - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน - กลุ่มธุรกิจพลังงาน ปีไตรมาส	ธันวาคม, มกราคม, ตุลาคมของทุกปีงบประมาณ	๑) ความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานในระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ ๒) สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และสามารถรักษาสถานลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ทางธุรกิจ	ขอคิดเห็น/ขอเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการให้บริการ	พชก.	บส.วบ. ธน.ชก. ชป.ชก. บข.วบ. สธ.ชก.
๓. กิจกรรมพบปะเยี่ยมเยียนผู้ใช้บริการ	- สายการบิน - หน่วยงานภาครัฐ - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกิจการบิน - กลุ่มธุรกิจพลังงาน ปีไตรมาส	มิถุนายน, กรกฎาคม ของทุกปี งบประมาณ	๑) ได้รับเสียงของลูกค้าสำหรับนำมาปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ๒) สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและเพื่อให้มีโอกาสในการกลับมาซื้อซ้ำ	ขอคิดเห็น/ขอเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการให้บริการ	พชก.	บส.วบ. ธน.ชก. ชป.ชก. สนง.ผยพ. สธ.ชก.

กิจกรรมที่จะดำเนินการ	กลุ่มผู้ใช้บริการ	ระยะเวลาในการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินกิจกรรม	การวัดผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
๔. การปรับปรุง website	<ul style="list-style-type: none"> - สายการบิน - หน่วยงานภาครัฐ - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับกิจการบิน <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจพลังงาน ปีโตรเลียม	ปีงบประมาณ ๒๕๖๖-๒๕๖๗	เพื่อใช้เป็นช่องทางสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพและมีค่าใช้จ่ายน้อยสุด ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น โดยต้องแสดงให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้า มีการรับรองมาตรฐาน มีบุคลากรที่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ และมีความเป็นมิตร และมีบริการหลังการขายที่รวดเร็ว ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจที่อยากจะซื้อซ้ำหรือบอกต่อ	ขอคิดเห็น/ขอเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น และใช้เป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงบริการเกี่ยวเนื่องอื่น ที่จะสื่อสารในปีต่อ ๆ ไป	พตท.	บส.วบ. สธ.ตท. สนน.พญพ.
๕. การตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล (Digital Marketing)	<ul style="list-style-type: none"> - สายการบิน - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับกิจการบิน <ul style="list-style-type: none"> - หน่วยงานให้บริการการเดินทาง - หน่วยงานภาครัฐ - กลุ่มธุรกิจพลังงาน ปีโตรเลียมและที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ	ปีงบประมาณ ๒๕๖7	เพื่อขยายตลาดและเพิ่มช่องทางเข้าถึงลูกค้าใหม่ รวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์หน่วยธุรกิจ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง	การปรับปรุงเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ ข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้ในแบรนด์ “AEROTHAI” ผลิตภัณฑ์/บริการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น	พตท.	สนง.พญพ. ธน.ตท. ธป.ตท. สธ.ตท.

๔.๕ แผนบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการระยะยาว (ปี ๒๕๖๓ - ๒๕๗๑)

แผนระยะยาวในการบริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้ให้บริการ ตามกรอบในการจัดทำแผนทั้ง ๓ ด้าน นั้น ได้มีการจัดทำแผนระยะยาว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๕.๑ แผนระยะยาวในการสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้ให้บริการ

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

ประกอบกับ พฤติกรรมการใช้สื่อต่างๆ ของคนในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุค Social Media ซึ่งเป็นช่องทางที่สื่อสารได้รวดเร็ว เข้าถึงคนจำนวนมาก และสามารถแสดงความคิดเห็นได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่าย บวท. จึงต้องเริ่มปรับตัวสู่ช่องทางใหม่ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมคนในปัจจุบัน และแนวโน้มการปรับลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ในอุตสาหกรรมการบิน โดยการพัฒนาช่องทางดิจิทัลในการรับฟังผู้ให้บริการ จึงมีการจัดทำแผนระยะยาว ดังต่อไปนี้

๑. ชื่อแผนปฏิบัติการระยะยาว

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

๒. วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

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

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

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

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
X	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน๕... ปี งบประมาณ๒๕๖๖..... ถึงปีงบประมาณ๒๕๗๐.....

๕. งบประมาณ

X	ไม่ใช้งบประมาณ
	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
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	ระยะที่ ๑ นำเสนอโครงการ	เม.ย. ๒๕๖๕	มิ.ย. ๒๕๖๕	๕			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		
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.	
๖	<u>ระยะที่ ๓</u> เริ่มใช้งานช่องทาง สื่อสารและรับฟังลูกค้า ใหม่	เม.ย. ๒๕๖๗	ก.ย. ๒๕๖๗	๓๐			วส.สส.	
๗	ปรับปรุงช่องทาง สื่อสารและรับฟังลูกค้า (หากจำเป็น)	ต.ค. ๒๕๖๘	มี.ค. ๒๕๖๘	๑๐			วส.สส.	
๘	พัฒนาไปสู่ Business Intelligence และ Automation	เม.ย. ๒๕๖๘	ก.ย. ๒๕๖๙	๑๐			สท.	
รวม				๑๐๐ %				

๓. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ

ตัวชี้วัด : มีการพัฒนาช่องทางสื่อสารและรับฟังลูกค้าและผู้ให้บริการได้ตามกรอบเวลา

เป้าหมายของแผนงาน/โครงการ

เป้าหมายระยะที่ ๑ : มีการกำหนดช่องทางและแนวปฏิบัติในการสนับสนุนลูกค้าตามเกณฑ์ SE-AM

เป้าหมายระยะที่ ๒ : มีระบบดิจิทัลสารสนเทศเสี่ยงของลูกค้าเพื่อวางแผนและปรับปรุงการให้บริการตามเกณฑ์ SE-AM

เป้าหมายระยะที่ ๓ : ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจ และผูกพันต่อบริการขององค์กร และสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีกับผู้ให้บริการ

๔.๕.๒ แผนระยะยาวในการจัดทำแผนพัฒนา/แผนปรับปรุงการให้บริการ

แผนงาน/โครงการตามแผนปรับปรุงการให้บริการ ที่ได้จากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน จะถูกบรรจุไว้ในส่วนของแผนงานโครงการในแผนวิสาหกิจทั้งแผนระยะสั้นและแผนระยะยาว ซึ่งจะมีการติดตามผลการดำเนินงานทุกไตรมาส (รายละเอียดของแผนตามแผนวิสาหกิจ ฉบับปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๑)

ตารางที่ ๒๐ แผนปรับปรุงการให้บริการการเดินทางอากาศ (แผนระยะยาว)

แผนปรับปรุงการให้บริการ	กรอบระยะเวลาในการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงานภายในที่รับผิดชอบ
แผนระยะยาว			
ประเด็นประสิทธิภาพเรื่อง Cost Efficiency และ Capacity			
๑. ระบบบริหารความคล่องตัวการจราจรทางอากาศยานขาเข้า (MAESTRO AMAN) สำหรับสนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมือง	อยู่ระหว่างการปรับกรอบเวลาการดำเนินงานของโครงการ	๑. มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารความคล่องตัวการจราจรทางอากาศในส่วนของอากาศยานขาเข้าของ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานดอนเมือง ๒. สามารถลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศ ๓. เพิ่มความแม่นยำในการกำหนดลำดับการเข้ามาลงของอากาศยานและเวลาเข้าออก IAWP มากขึ้น ๔. ช่วยให้เจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทาง	สจ.ศก. สจ.ศก. วต.บว.

แผนปรับปรุงการให้บริการ	กรอบระยะเวลาในการดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงานภายในที่รับผิดชอบ
		อากาศสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนและปฏิบัติงานด้วยความแม่นยำมากขึ้น	
๓. พัฒนาการบริหาร/จัดการ ห้วงอากาศสมัยใหม่ (รหัสโครงการ ๐๐๐-๐๓/๘๙)	ต.ค. ๒๕๖๔ - ก.ย. ๒๕๖๗	๑) เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหาร/จัดการห้วงอากาศโดยใช้เทคโนโลยีและแนวคิดสมัยใหม่ มีความยืดหยุ่น ๒) สามารถบริหารจัดการห้วงอากาศได้สอดคล้องกับสภาพการจราจร การจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศ ได้อย่างคล่องตัว สนับสนุนการบริหารจัดการจราจรทางอากาศ การให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศ และการบริหารสภาพคล่องการจราจรทางอากาศ ให้สอดคล้องมีประสิทธิภาพ	ศท.บจ. สจ.ศจ. อพ.บจ. วต.บว.

๔.๕.๓ แผนระยะยาวในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ

การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการจำเป็นต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน และเป็นการสร้างความผูกพันระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจะช่วยยกระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้เพิ่มสูงขึ้น โดย บวท. ได้มีการจัดกิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์กับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทยเป็นประจำทุกปี โดยมีแผนระยะยาว ดังนี้

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 พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน ดังนั้นการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ จึงมีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาผลการดำเนินงานของ บวท. เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ อีกทั้ง ยังเป็นการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายวิสัยทัศน์อย่างยั่งยืน

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
X	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน๕.... ปี งบประมาณ๒๕๖๖..... ถึงปีงบประมาณ๒๕๗๐.....

๕. งบประมาณ

	ไม่ใช้งบประมาณ
X	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในงบประมาณ : ลานบาท				
		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 - จำนวนเงินใช้หน่วยเป็นลานบาท (ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง)

๖. ขั้นตอน

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย : ลานบาท		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.	
๕	กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ กับสายการบินพาณิชย์ สัญชาติไทย	ก.ค. ๒๕๖๖	ก.ค. ๒๕๖๖	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
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. ๒๕๖๕	พ.ค. ๒๕๖๕	๑๐		๐.๑๐	วส.สส.	
รวม				๑๐๐ %		๑.๐๐		

๗. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ

ตัวชี้วัด : เกิดกิจกรรมร่วมกับสายการบินพาณิชย์สัญชาติไทย ๒ ครั้ง/ปีงบประมาณ

เป้าหมายของแผนงาน/โครงการ : เพื่อให้บุคลากรของทั้ง ๒ ฝ่าย รู้จักกันมากขึ้น และสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรของทั้ง ๒ ฝ่าย และ
เป็นการพัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

๒) บริการเกี่ยวเนื่อง

๑. ชื่อแผนปฏิบัติการระยะยาว

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

๒. วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

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

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

จากการที่ บวท. ร่วมกับ Collins Aerospace สหรัฐอเมริกา และหน่วยงาน Aviation Data Communication Corporation (ADCC) สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ร่วมให้บริการข่าวสารข้อมูลสายการบิน (Airline Operational Communications : AOC) ในภูมิภาคเอเชีย ภายใต้ชื่อ GLOBALink/Asia ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๑ โดยการจัดงานประชุม Aviation Customer Meeting (ACM) ขึ้นทุก ๒ ปี ที่ผ่านมา มีการจัดประชุม มาแล้ว ๑๒ ครั้ง โดยหมุนเวียนกันเป็นเจ้าภาพหลักและสถานที่ในการจัดประชุมตามแต่ละตกลงร่วมกัน (การเป็นเจ้าภาพหลัก หมายถึง การเป็นผู้สรรหาสถานที่จัดประชุมและเป็นผู้ดำเนินการหลักในการจัดงานประชุม โดยที่ทั้ง ๓ หน่วยงานจะร่วมกันจัดงานและร่วมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเท่าๆ กัน)

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
x	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน ๒ ปี งบประมาณ ๒๕๖๗ , ๒๕๖๘ และ 2571

๕. งบประมาณ

	ไม่ใช้งบประมาณ
X	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	2571
งบลงทุน	-	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	-	๑.๘๐	-	๑.๘๐	-	1.80
รวมทั้งสิ้น	-	๑.๘๐	-	๑.๘๐	-	1.80

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		

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		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 ผู้เข้าร่วม ประชุม สถานที่ เอกสารและ อุปกรณ์ ค่าใช้จ่าย กิจกรรมสันทนาการ จัดเลี้ยง การขนส่ง และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	เม.ย. ๒๕๖๖	ก.ค. ๒๕๖๖	๑๕	-	-	รป.รท.	-
๒	ตกลงแผนงานร่วมกัน และนำเสนอผู้บริหาร แต่ละฝ่ายพิจารณาให้ ความเห็นชอบ	ส.ค. ๒๕๖๖	ส.ค. ๒๕๖๖	๑๐	-	-	รป.รท.	๑
๓	ดำเนินการขออนุมัติ ค่าใช้จ่ายการจัด ประชุมและค่าใช้จ่าย เดินทางไปร่วมประชุม	ก.ย. ๒๕๖๖	ก.ย. ๒๕๖๖	๑๐	-	-	รป.รท.	๒

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		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. ๒๕๖๖	พ.ย. ๒๕๖๖	๑๕	-	-	รป.รทก.	๓
๕	สรุปงาน และเตรียม ความพร้อม	พ.ย. ๒๕๖๖	พ.ย. ๒๕๖๖	๑๐	-	-	รป.รทก.	๔
๖	ดำเนินการจัดงาน ประชุมและเดินทางไป ร่วมประชุม	พ.ย. ๒๕๖๖	พ.ย. ๒๕๖๖	๒๐	-	๑.๘๐	รป.รทก.	๕
๗/	จัดทำข้อสรุปรายงาน ผลการประชุม	ธ.ค. ๒๕๖๖	ธ.ค. ๒๕๖๖	๑๐	-	-	รป.รทก.	๖
๘	จัดทำสรุปค่าใช้จ่าย การจัดประชุมและ ค่าใช้จ่ายเดินทาง เพื่อ การเบิกจ่าย	ม.ค. ๒๕๖๗	ม.ค. ๒๕๖๗	๑๐	-	-	รป.รทก.	๗/
รวม				๑๐๐ %		๑.๘๐		

หมายเหตุ กิจกรรมและกำหนดระยะเวลาดำเนินการดังกล่าวสำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๓ และมี
กำหนดดำเนินการ (ประชุม ๒ ปี/ครั้ง) ซึ่งการดำเนินการประชุมครั้งต่อไปในปีงบประมาณ ๒๕๖๔ และ
๒๕๖๕

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 :	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อทำความรู้จัก พบปะ เยี่ยมเยียน สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้บริการ และเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงานทางธุรกิจ - เพื่อรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ และนำข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/การให้บริการของ บวท. (งานบริการเกี่ยวเนื่อง) มาปรับปรุงพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด
ประเด็นยุทธศาสตร์:	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์:	(SO5) มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม
เป้าหมาย:	<ul style="list-style-type: none"> - รู้จักผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และสามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการเพื่อการบริหารความสัมพันธ์ได้ในโอกาสอื่น - สามารถปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด รวมทั้งสามารถสร้างรายได้เพิ่มกับผู้ใช้บริการกลุ่มเดิม และขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังกลุ่มใหม่ได้

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

ตามที่ พชก. ได้ดำเนินงานทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งการให้บริการเช่าและซ่อมบำรุงอุปกรณ์สื่อสารกับผู้ใช้บริการสายการบิน / กลุ่มธุรกิจการบินภายในท่าอากาศยาน และกลุ่มธุรกิจพลังงานปิโตรเลียม รวมทั้งให้บริการงานผลิตรับทำ กับผู้ใช้บริการหน่วยงานกองทัพ รัฐบาล เอกชน และหน่วยงานอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อบริหารความสัมพันธ์ รับทราบข้อมูล และรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการโดยตรงเกี่ยวกับการใช้งานผลิตภัณฑ์/บริการ และสามารถนำข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นต่างๆ มาทบทวน ปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการให้ตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดกับผู้ใช้บริการ พชก. จึงได้ดำเนินกิจกรรมพบปะ เยี่ยมเยียนผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความสนิทสนมคุ้นเคย และดำเนินการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ / บริการของ บวท. (งานบริการเกี่ยวเนื่อง) อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

x	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน ๕ ปี งบประมาณ ๒๕๖7 ถึงปีงบประมาณ ๒๕๗1

๕. งบประมาณ

	ไม่ใช้งบประมาณ
X	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	2571
งบลงทุน	-	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	-	0.038	0.038	0.038	0.038	0.038
รวมทั้งสิ้น	-	0.038	0.038	0.038	0.038	0.038

หมายเหตุ จำนวนเงินใช้หน่วยเป็นล้านบาท (ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง)

๖. ขั้นตอน

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		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. ๒๕๖๖	ม.ค. ๒๕๖๗	๑๕	-	-	วส.สส. บส.วบ. สนง.พญพ. สธ.ธก.	-

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
	- งานให้บริการเช่า อุปกรณ์สื่อสารกับ ผู้ใช้บริการกลุ่มสาย การบิน และกลุ่ม ธุรกิจพลังงาน ปิโตรเลียม (รับผิดชอบโดย วส. สส. และอาจารย์ที่ ปรึกษาโครงการ สำรวจความพึง พอใจของ บวท. ซึ่ง บส.วบ. และ สธ.ธก. ได้ร่วมดำเนินการ และลงพื้นที่สำรวจฯ ด้วย)							
	- งานผลิตรับทำ ให้กับผู้ใช้บริการ ภายในประเทศ และต่างประเทศ (รับผิดชอบโดย สนง.พญพ. และ สธ.ธก.)							

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๒	จัดทำแผนงานและ แบบสำรวจความพึง พอใจและไม่พึงพอใจ ผู้ใช้บริการ งานผลิต รับทำ โดยประสาน งานกับผู้เกี่ยวข้อง และนำเสนอ ผู้บริหารพิจารณา อนุมัติ	ก.พ. ๒๕๖๓	เม.ย. ๒๕๖๓	๑๕	-	-	สนง.แผนพ. สธ.ชก.	๑
๓	ประสานกับ วส.สส. เพื่อจัดส่งแบบ สำรวจฯ งานผลิตรับ ทำ ให้กับอาจารย์ที่ ปรึกษาพิจารณาให้ คำแนะนำก่อน ดำเนินการจัดส่ง ให้กับผู้ใช้บริการ	เม.ย. ๒๕๖๓	พ.ค. ๒๕๖๓	๑๐	-	-	สธ.ชก.	๒
๔	จัดส่งแบบสำรวจฯ งานผลิตรับทำ ให้กับ ผู้ใช้บริการ โดย ประสานกับ เจ้าหน้าที่ ชน.ชก. และ ฅป.ชก. เกี่ยวกับแนวทาง ในการจัดส่ง หรือ เดินทางร่วมกัน	มิ.ย. ๒๕๖๓	ก.ค. ๒๕๖๓	๑๐	-	๐.๐๑๐	สธ.ชก. ชน.ชก. ฅป.ชก.	๓

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๕	ลงพื้นที่สำรวจ ผู้ใช้งานบริการ เช่าอุปกรณ์สื่อสาร (สายการบิน และ กลุ่มพลังงาน) พร้อม กับ วส.สส. และ อาจารย์ที่ปรึกษา	มิ.ย. ๒๕๖๓	ก.ค. ๒๕๖๓	๑๐	-	๐.๐๒๘	บส.วบ. สธ.ธก.	๔
๖	รวบรวมแบบสำรวจ/ วิเคราะห์ / สรุปผล สำรวจความพึง พอใจและไม่พึงพอใจ ผู้ใช้บริการงานผลิต รับทำ นำเสนอ ผู้บริหารใน พทก.	ส.ค. ๒๕๖๓	ก.ย. ๒๕๖๓	๑๐	-	-	สธ.ธก. สนง.ผญพ.	๕
๓	จัดทำรายงานผล การเดินทางไป สำรวจความพึง พอใจ / ไม่พึงพอใจ ผู้ใช้บริการเช่า อุปกรณ์สื่อสาร (เดินทางร่วมกับ วส.สส. และอาจารย์ ที่ปรึกษา) นำเสนอ ผู้บริหาร โดยหารือ รวมกันกับ บส.วบ.	ส.ค. ๒๕๖๓	ก.ย. ๒๕๖๓	๒๐	-	-	สธ.ธก.	๖

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๘	จัดส่งรายงานผล สำรวจความพึง พอใจ/ไม่พึงพอใจ ให้กับผู้เกี่ยวข้องใน พชก. รับทราบ เพื่อ การจัดทำแผน ปรับปรุงการ ให้บริการ พร้อม ติดตาม	ก.ย. ๒๕๖๓	ก.ย. ๒๕๖๓	๑๐	-	-	สนง.แผนพ. สธ.ชก.	-
รวม				๑๐๐%		๐.๐๓๘		

หมายเหตุ กิจกรรมและกำหนดระยะเวลาดำเนินการดังกล่าวสำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๓

๓. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม

ตัวชี้วัด ความพึงพอใจไม่น้อยกว่า ๓.๘๕

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

๑. ชื่อแผนปฏิบัติการระยะยาว

ชื่อโครงการ:	การจัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ อาทิ การจัดประชุม การจัดนำ ผู้ใช้บริการเยี่ยมชมภารกิจของบริษัทฯ การจัดกีฬาโบว์ลิ่ง และฟุตบอล ฯลฯ (แผนงานประจำ)	
ประเภท		โครงการ (Project)
โครงการ:	X	งาน (Activity)

๒. วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของ โครงการ/กิจกรรม :	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ สร้างความสนิทสนมคุ้นเคย ขอบคุณ ผู้ใช้บริการ และเพิ่มความคล่องตัวในการติดต่อประสานงานระหว่าง หน่วยงาน - เพื่อรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ และนำข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์/การให้บริการของ บวท. (งานบริการเกี่ยวเนื่อง) มาปรับปรุง พัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้เกิดความพึงพอใจ สูงสุด
ประเด็นยุทธศาสตร์:	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง
วัตถุประสงค์เชิง ยุทธศาสตร์:	(SO5) มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับการ เปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความ พึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม
เป้าหมาย:	รู้จักผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และสามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการเพื่อการบริหาร ความสัมพันธ์ และดำเนินงานทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

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

ตามที่ พทก. ได้ดำเนินงานทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งการให้บริการเช่าและซ่อมบำรุงอุปกรณ์
สื่อสารกับผู้ใช้บริการสายการบิน/กลุ่มธุรกิจการบินภายในท่าอากาศยาน และกลุ่มธุรกิจพลังงาน
ปิโตรเลียม รวมทั้งให้บริการงานผลิตรับทำกับผู้ใช้บริการหน่วยงานกองทัพ รัฐบาล เอกชน และ
หน่วยงานอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมาโดยตลอด ดังนั้น เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ และ
บริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง พทก. จึงได้จัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์กับ
ผู้ใช้บริการเป็นประจำทุกปี เพื่อขอบคุณผู้ใช้บริการที่ให้การสนับสนุน บวท. ด้วยดีเสมอมา และทำ
ความรู้จัก สร้างความสนิทสนมคุ้นเคย เพิ่มความคล่องตัวในการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงาน

ซึ่งจะทำให้เข้าถึง และรับรู้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับแผนงานโครงการฯ ของผู้ใช้บริการได้รวดเร็วยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินงานทางธุรกิจต่อไปในอนาคต

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

x	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน ๕ ปี งบประมาณ ๒๕๖๗ ถึงปีงบประมาณ ๒๕๗๑

๕. งบประมาณ

	ไม่ใช้งบประมาณ
X	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	2571
งบลงทุน	-	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	-	๑.๒๐๗	๑.๒๐๗	๑.๒๐๗	๑.๒๐๗	๑.๒๐๗
รวมทั้งสิ้น	-	๑.๒๐๗	๑.๒๐๗	๑.๒๐๗	๑.๒๐๗	๑.๒๐๗

หมายเหตุ จำนวนเงินใช้หน่วยเป็นล้านบาท (ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง)

๖. ขั้นตอน

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๑	ประชุมหารือกับกองใน สังกัด พทก. ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนงาน กำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัน/เวลา รูปแบบ รายละเอียดเกี่ยวกับ การจัดกิจกรรมเชื่อม ความสัมพันธ์ประจำปี	ต.ค. ๒๕๖๖	ธ.ค. ๒๕๖๖	๑๕	-	-	สธ.ตท.	-
๒	จัดทำต้นเรื่องที่ สธ.ตท. รับผิดชอบ เพื่อขอ ความเห็นชอบ ดำเนินการพร้อม งบประมาณ นำเสนอ ผู้บริหารพิจารณา อนุมัติ	ม.ค. ๒๕๖๗	ม.ค. ๒๕๖๗	๑๕	-	-	สธ.ตท.	๑
๓	ประสานงานกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้ง ภายในภายนอก เพื่อ ดำเนินงานจัดกิจกรรม ตามแผนงานที่กำหนด	ก.พ. ๒๕๖๗	มี.ค. ๒๕๖๗	๒๐	-	-	สธ.ตท. บส.วบ. ธท.ตท.	๑
๔	จัดเตรียมข้อมูล อุปกรณ์ สถานที่เพื่อ การดำเนินกิจกรรม ต่าง ๆ ในแต่ละกลุ่ม ผู้ใช้บริการ ตาม แผนงานที่กำหนด	เม.ย. ๒๕๖๗	ก.ค. ๒๕๖๗	๑๕	-	-	สธ.ตท. บส.วบ. ธท.ตท.	๑

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๕	ดำเนินการจัดกิจกรรม เชื่อมความสัมพันธ์กับ ผู้ใช้บริการตามแผนงาน ที่กำหนด	ส.ค. ๒๕๖๗	ส.ค. ๒๕๖๗	๒๐	-	๑.๒๐๗	สธ.ธก. บส.วบ. ธน.ธก.	๑
๖	จัดทำรายงานสรุปผล การดำเนินกิจกรรม เชื่อมความสัมพันธ์กับ ผู้ใช้บริการนำเสนอ ผู้บริหารรับทราบ	ก.ย. ๒๕๖๗	ก.ย. ๒๕๖๗	๑๕	-	-	สธ.ธก.	๕
รวม				๑๐๐ %		๑.๒๐๗		

หมายเหตุ กิจกรรมและกำหนดระยะเวลาดำเนินการดังกล่าวสำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖7 โดยขึ้นอยู่กับแผนงานที่จะดำเนินการในแต่ละปีงบประมาณ

๓. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม

ตัวชี้วัด ความพึงพอใจไม่น้อยกว่า ๓.๕๐

เป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม ในแต่ละปีจะมีกิจกรรมที่สำคัญ ที่ต้องดำเนินการเป็นประจำทุกปี เพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างโอกาสทางธุรกิจ สร้างความสนิทสนมคุ้นเคย ขอบคุณผู้ใช้บริการ และเพิ่มความคล่องตัวในการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงาน และรับฟังเสียงของ ผู้ใช้บริการ นำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/การให้บริการของ บวท. มาปรับปรุง พัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่

๑. กิจกรรมกีฬาโบว์ลิ่งเชื่อมความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการสายการบิน / กลุ่มธุรกิจการบินภายในท่าอากาศยานฯ (ระดับผู้บริหารระดับกลาง และผู้ปฏิบัติงาน)
๒. กิจกรรมประชุมและกีฬาฟุตบอลเชื่อมความสัมพันธ์ กับผู้ใช้บริการกลุ่มธุรกิจพลังงาน
ปิโตรเลียม คือ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (ปตท.) และ บริษัท พีทีที ดิจิตอล จำกัด (PTT Digital) (ระดับผู้บริหารระดับกลางและผู้ปฏิบัติงานที่มีอำนาจในการนำเสนอโครงการฯ)

๓. การจัดอบรมการใช้งานระบบอุปกรณ์วิทยุสื่อสารให้กับผู้ใช้บริการสายการบิน ณ ท่าอากาศยานภูมิภาค
๔. การประชุมร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) เรื่องข้อกำหนดและกฎระเบียบใหม่ด้านความถี่วิทยุสื่อสาร
๕. การนำผู้ใช้บริการงานผลิตรับทำเย็บหมวกกิจการของบริษัทฯ 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 :	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อประชาสัมพันธ์ แนะนำผลิตภัณฑ์/ระบบอุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ๆ ให้กับผู้ใช้บริการได้รับทราบ - เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิม และขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังกลุ่มใหม่ - เพื่อให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ / การให้บริการของ บวท. อย่างต่อเนื่อง - เพื่อเป็นช่องทางในการรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการโดยตรง ซึ่งจะเป็นการดำเนินงานให้สอดคล้องตามแนวทางการประเมินรัฐวิสาหกิจ
ประเด็นยุทธศาสตร์:	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์:	(SO5) มีคุณภาพการบริหารจัดการที่ดีทั่วทั้งองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม
เป้าหมาย:	สามารถรักษารฐานลูกค้าเดิมให้กลับมาซื้อซ้ำ 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 บพท. เพื่อตอบสนองความต้องการ และสนับสนุนการดำเนินงานของผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง พทก. จึงได้มีแผนที่จะจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และจัดบูธนิทรรศการ แนะนำผลิตภัณฑ์/ระบบอุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ๆ ให้กับผู้ใช้บริการได้รับทราบ ซึ่งจะเป็นช่องทางในการรับฟังเสียงของลูกค้า อันจะเป็นประโยชน์ในการนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ ให้ตรงตามความต้องการซึ่งจะทำให้สามารถรักษาลูกค้าเดิมให้กลับมาซื้อซ้ำ และสามารถขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังกลุ่มใหม่ได้

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

	ดำเนินการทุกปีงบประมาณ
x	มีระยะเวลาดำเนินการ จำนวน ๒ ปี งบประมาณ ๒๕๖๗ , ๒๕๖๘ และ ๒๕๖๙

๕. งบประมาณ

	ไม่ใช้งบประมาณ
X	ใช้งบประมาณ

ประเภท งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ที่ผ่านมา*	แผนเบิกจ่ายในปีงบประมาณ : ล้านบาท				
		๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๗๑
งบลงทุน	-	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	-	๐.๑๕๙	-	๐.๑๕๙	-	๐.๑๕๙
รวมทั้งสิ้น	-	๐.๑๕๙	-	๐.๑๕๙	-	๐.๑๕๙

หมายเหตุ จำนวนเงินใช้หน่วยเป็นล้านบาท (ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง)

๖. ขั้นตอน

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๑	ประชุมหารือกับกอง ในสังกัด พชก. ผู้เกี่ยวข้องเพื่อ วางแผนงาน คัดเลือก ผลิตภัณฑ์/บริการ เทคโนโลยีที่จะนำไป เผยแพร่กำหนด กลุ่มเป้าหมาย รูปแบบ วัน/เวลา รายละเอียดเกี่ยวกับ การจัดกิจกรรม	ม.ค. ๒๕๖๓	ก.พ ๒๕๖๓	๑๕	-	-	สช.ชก.	-
๒	จัดทำแผนงาน ต้นเรื่องขอความ เห็นชอบดำเนินการ พร้อมงบประมาณ นำเสนอผู้บริหาร พิจารณาอนุมัติ	มี.ค. ๒๕๖๓	พ.ค ๒๕๖๓	๑๕	-	-	สช.ชก.	๑
๓	ประสานงานกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในภายนอก เพื่อการดำเนินงานจัด กิจกรรมตามแผนงาน ที่ได้รับอนุมัติ	มิ.ย ๒๕๖๓	มิ.ย ๒๕๖๓	๒๐	-	-	สช.ชก. กองในสังกัด พชก.	๒

ลำดับ ที่	กิจกรรม	เริ่มต้น (เดือน/ปี)	สิ้นสุด (เดือน/ปี)	เนื้อ งาน (%)	แผนการเบิกจ่าย :		ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรมที่ ต้อง ดำเนินการ ก่อนหน้า (ลำดับที่)
					งบ ลงทุน	งบ ดำเนินการ		
๔	จัดเตรียมเอกสาร ข้อมูล อุปกรณ์ สถานที่เพื่อการ ดำเนินกิจกรรมตาม แผนงาน	ก.ค ๒๕๖๓/	ส.ค ๒๕๖๓/	๒๐	-	-	สช.ชก.	๓
๕	ดำเนินการจัด กิจกรรมเชื่อม ความสัมพันธ์กับ ผู้ใช้บริการตาม แผนงาน	ส.ค ๒๕๖๓/	ส.ค ๒๕๖๓/	๒๐		๐.๑๕๙	สช.ชก. / กอง ผู้เกี่ยวข้อง ในสังกัด พชก.	๔
๖	จัดทำรายงานสรุปผล การดำเนินกิจกรรม นำเสนอผู้บริหาร รับทราบ	ก.ย ๒๕๖๓/	ก.ย ๒๕๖๓/	๑๐	-	-	สช.ชก.	๕
รวม				๑๐๐ %		๐.๑๕๙		

หมายเหตุ กิจกรรมและกำหนดระยะเวลาดำเนินการดังกล่าวสำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๓/

๗. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม

ตัวชี้วัด ได้รับข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ

เป้าหมายของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม ในแต่ละปีจะมีกิจกรรมที่สำคัญ ที่ต้องดำเนินการเพื่อ
รักษาฐานลูกค้าเดิมให้กลับมาซื้อซ้ำ และขยายโอกาสทางธุรกิจ ๐.๑๕๙ ไปยังกลุ่มใหม่ได้ รวมถึง
ผู้ใช้บริการ มีความเชื่อมั่นในการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการของ บวท. เพิ่มขึ้น และมองเห็นว่า บวท. ได้นำ
ผลที่ได้รับจากการสำรวจความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจประจำปี มาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ
อย่างต่อเนื่อง ได้แก่

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