

แบบฟอร์มรายงานผลของแผนปฏิบัติการ ทอท.

ข้อมูลประจำเดือนม.ค.-มี.ค.69..... ไตรมาสที่2..... ประจำปีงบประมาณ2569.....

| | | |
|--|---|--|
| 1. ชื่อแผนปฏิบัติการ.....โครงการ “กระตุ้นการเดินทางระหว่างประเทศมายัง ทหญ. และ..ทชร..... หมายเลขกำกับ.....100B3016819..... เป็นแผนที่อยู่ภายใต้แผนแม่บท.....แผนแม่บททางธุรกิจ ของ ทอท.....ส่วนงานรับผิดชอบหลัก.....ฝพธ.....ส่วนงานรับผิดชอบร่วมทหญ. และ..ทชร..... | | |
| 2. วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ <input type="checkbox"/> SO1 Strengthen Airport Capacity and Competitiveness | ยุทธศาสตร์ <input type="checkbox"/> S1 ขยายขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสาร ภายใต้มาตรฐานความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัยของท่าอากาศยาน <input type="checkbox"/> S2 พัฒนาขีดความสามารถการรองรับสินค้า และการขนส่งทางอากาศ | กลยุทธ์ <input type="checkbox"/> T 1.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของท่าอากาศยานภายใต้มาตรฐานความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย <input type="checkbox"/> T 1.2 พัฒนาการใช้งานโครงสร้างพื้นฐานของท่าอากาศยานให้มีประสิทธิภาพ <input type="checkbox"/> T 2.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งสินค้าทางอากาศ |
| <input checked="" type="checkbox"/> SO2 Maximize Financial Return through Business Development | <input checked="" type="checkbox"/> S3 พัฒนาการดำเนินงานด้านกิจการการบิน <input type="checkbox"/> S4 พัฒนาการดำเนินงานด้านกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบิน | <input checked="" type="checkbox"/> T 3.1 พัฒนากลยุทธ์การตลาดเส้นทางการบินเชิงรุก <input type="checkbox"/> T 3.2 พัฒนากลยุทธ์การตลาดการขนส่งสินค้าทางอากาศ <input type="checkbox"/> T 4.1 พัฒนากิจกรรมเชิงพาณิชย์ภายในอาคารผู้โดยสาร <input type="checkbox"/> T 4.2 พัฒนาการใช้ประโยชน์สินทรัพย์ภายนอกอาคารพื้นที่ว่างเปล่าหรือธุรกิจอื่น |
| <input type="checkbox"/> SO3 Inspire Memorable Airport Experience | <input type="checkbox"/> S5 พัฒนาระบบการและคุณภาพการให้บริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้โดยสาร | <input type="checkbox"/> T 5.1 พัฒนาปัจจัยขับเคลื่อนความพึงพอใจของผู้โดยสารและสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย <input type="checkbox"/> T 5.2 ขับเคลื่อนการใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ |
| <input type="checkbox"/> SO4 Lead Changes Toward Sustainability | <input type="checkbox"/> S6 มุ่งสู่การเป็นท่าอากาศยานที่เป็นมิตรกับสังคม และสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้เสีย | <input type="checkbox"/> T 6.1 การพัฒนาความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม <input type="checkbox"/> T 6.2 สร้างการยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสีย |
| <input type="checkbox"/> SO5 Enhance Organization Capability | <input type="checkbox"/> S7 พัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการองค์กร | <input type="checkbox"/> T 7.1 เพิ่มศักยภาพทุนมนุษย์ให้สามารถรองรับธุรกิจท่าอากาศยานและธุรกิจในอนาคต <input type="checkbox"/> T 7.2 พัฒนาระบบการการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและมุ่งสู่การเป็น Digital Transformation |

| 3. ตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนปฏิบัติการ ประจำปีงบประมาณ 2569 | | | | |
|--|---|---|-------------|-------------|
| 3.1 ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator) / ผลผลิต (Output) | | | | |
| ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator) | ผลการดำเนินงานรายไตรมาส | | | |
| | ไตรมาสที่ 1 | ไตรมาสที่ 2 | ไตรมาสที่ 3 | ไตรมาสที่ 4 |
| ตัวชี้วัด: ความสำเร็จในการดำเนินงานตามโครงการกระตุ้นการเดินทางระหว่างประเทศมายัง ทหญ. และ ทชร. | เป้าหมาย : - ประชาสัมพันธ์และรับฟังความคิดเห็นของสายการบินโครงการ Marketing Fund Incentive แก่สายการบิน ให้ทราบ ในงาน Routes World 2025 - จำนวนสายการบินเป้าหมายที่ได้รับการนำเสนอแผนการตลาด (Marketing Campaign) \geq 5 สายการบิน | สรุปข้อมูลสายการบินที่ทำการบินจริงและคำนวณจำนวนเงินสนับสนุนการตลาดจริง (Actual) หลังจากจบแต่ละช่วงการคำนวณ ซึ่งรอบการคำนวณเป็นไปตามรอบการปิดงบประมาณทางบัญชีของ ฝบช. | | |
| 3.2 ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator) / ผลลัพธ์ (Outcome) | | | | |
| ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator) | คาดการณ์ผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปีงบประมาณ | | | |
| | ไตรมาสที่ 1 | ไตรมาสที่ 2 | ไตรมาสที่ 3 | ไตรมาสที่ 4 |
| ตัวชี้วัดที่ 1 จำนวนเส้นทางการบินระหว่างประเทศของ ทหญ. และ ทชร. เพิ่มขึ้นเมื่อสิ้นสุดโครงการ | 2 เส้นทางบิน เป้าหมาย: \geq 3 เส้นทางบิน (ตลอดระยะเวลาโครงการ) | 3 เส้นทางบิน เป้าหมาย: \geq 3 เส้นทางบิน (ตลอดระยะเวลาโครงการ) | | |
| ตัวชี้วัด 2 จำนวนเที่ยวบินและผู้โดยสารระหว่างประเทศของ ทหญ. และ ทชร. เพิ่มขึ้น เมื่อสิ้นสุดโครงการ | 52 เที่ยวบิน/ปี และจำนวนผู้โดยสารเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 6,000 คน/ปี เป้าหมาย: \geq 130 เที่ยวบิน/ปี และจำนวนผู้โดยสารเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 13,000 คน/ปี (ตลอดระยะเวลาโครงการ) | 100 เที่ยวบิน/ปี และจำนวนผู้โดยสารเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10,000 คน/ปี เป้าหมาย: \geq 130 เที่ยวบิน/ปี และจำนวนผู้โดยสารเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 13,000 คน/ปี (ตลอดระยะเวลาโครงการ) | | |

| 4. สถานะของแผนปฏิบัติการ / รายละเอียดผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ | |
|---|--|
| สถานะ | <input type="checkbox"/> เร็วกว่าแผนงานที่กำหนด (ระบุระยะเวลา) <input checked="" type="checkbox"/> เป็นไปตามแผนงานที่กำหนด <input type="checkbox"/> ล่าช้ากว่ากำหนด (ระบุระยะเวลา) |
| รายละเอียดผลการดำเนินงาน | ผพธ.ดำเนินการเป็นไปตามแผน - ดำเนินการประชาสัมพันธ์และรับฟังความคิดเห็นของสายการบินที่มีต่อโครงการสนับสนุนการตลาดเพื่อเพิ่มเที่ยวบินระหว่างประเทศ ณ ทหญ. และ ทชร. (Marketing Fund) จากการเข้าร่วมงาน Routes World 2025 โดยมีสายการบินได้รับการนำเสนอแผนการตลาด (Marketing Campaign) \geq 5 สายการบิน |
| ปัญหา/อุปสรรค | ปัจจัยภายนอก : |
| | ปัจจัยภายใน : |
| แนวทางการแก้ไข | |

| 5. การแจ้งเตือน / การปรับเปลี่ยนแผนปฏิบัติการ | | | | | |
|--|---------------------------|---|--|---|--|
| ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator) / ผลผลิต (Output) | เป้าหมายรายไตรมาส ปี 2568 | | ผลการแจ้งเตือนรายไตรมาส | | การปรับเปลี่ยนแผน |
| <u>ตัวชี้วัด:</u> ความสำเร็จในการดำเนินงานตามโครงการกระตุ้นการเดินทางระหว่างประเทศมายัง ทหญ. และ ทชร. | ไตรมาส 1 | - ประชาสัมพันธ์และรับฟังความคิดเห็นของสายการบินโครงการ Marketing Fund Incentive แก่สายการบินให้ทราบ ในงาน Routes World 2025 - จำนวนสายการบินเป้าหมายที่ได้รับการนำเสนอแผนการตลาด (Marketing Campaign) \geq 5 สายการบิน | <input checked="" type="checkbox"/> ระดับ 1 Watch <input type="checkbox"/> ระดับ 2 Alarm <input type="checkbox"/> ระดับ 3 Response | รายละเอียด : วิเคราะห์และระบุกลุ่มเป้าหมายแล้วเสร็จภายใน ต.ค.68 | <input type="checkbox"/> ปรับแผน <input type="checkbox"/> ไม่ปรับแผน รายละเอียด : |
| | ไตรมาส 2 | สรุปข้อมูลสายการบินที่ทำการบินจริงและคำนวณจำนวนเงินสนับสนุนการตลาดจริง (Actual) หลังจากจบแต่ละช่วงการคำนวณ ซึ่งรอบการคำนวณเป็นไปตามรอบการปิดงบประมาณทางบัญชีของ ฝบช. | <input checked="" type="checkbox"/> ระดับ 1 Watch <input type="checkbox"/> ระดับ 2 Alarm <input type="checkbox"/> ระดับ 3 Response | | <input type="checkbox"/> ปรับแผน <input type="checkbox"/> ไม่ปรับแผน รายละเอียด : |
| | ไตรมาส 3 | | <input type="checkbox"/> ระดับ 1 Watch <input type="checkbox"/> ระดับ 2 Alarm <input type="checkbox"/> ระดับ 3 Response | | <input type="checkbox"/> ปรับแผน <input type="checkbox"/> ไม่ปรับแผน รายละเอียด : |
| | ไตรมาส 4 | | <input type="checkbox"/> ระดับ 1 Watch <input type="checkbox"/> ระดับ 2 Alarm <input type="checkbox"/> ระดับ 3 Response | | <input type="checkbox"/> ปรับแผน <input type="checkbox"/> ไม่ปรับแผน รายละเอียด : |

| 6. ผลการดำเนินงานของแผนแม่บทที่เกี่ยวข้อง (แผนแม่บททางธุรกิจของ.ทอท.....) | |
|---|---|
| สถานะ | <input type="checkbox"/> เร็วกว่าแผนงานที่กำหนด (ระบุระยะเวลา) <input checked="" type="checkbox"/> เป็นไปตามแผนงานที่กำหนด <input type="checkbox"/> ล่าช้ากว่ากำหนด (ระบุระยะเวลา) |
| รายละเอียดผลการดำเนินงาน | ฝพธ.ดำเนินการเป็นไปตามแผน - ดำเนินการประชาสัมพันธ์และรับฟังความคิดเห็นของสายการบินที่มีต่อโครงการสนับสนุนการตลาดเพื่อเพิ่มเที่ยวบินระหว่างประเทศ ณ ทหญ. และ ทชร. (Marketing Fund) จากการเข้าร่วมงาน Routes World 2025 โดยมีสายการบินได้รับการนำเสนอแผนการตลาด (Marketing Campaign) ≥ 5 สายการบิน |
| ปัญหา/อุปสรรค | ปัจจัยภายนอก : |
| | ปัจจัยภายใน : |
| แนวทางการแก้ไข | |