

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์กลุ่มธุรกิจองค์กร (Corporate Portfolio Strategy)

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์

สร้างกลุ่มธุรกิจของบริษัทฯให้มีความแข็งแกร่ง โดยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มธุรกิจสายการบิน และธุรกิจอื่นๆ เพื่อให้มีผลกำไรอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ และใช้ประโยชน์จากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

แผนริเริ่มเชิงกลยุทธ์

- 1.1 เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มธุรกิจสายการบิน
- 1.2 เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของหน่วยธุรกิจ
- 1.3 ขยายตัวไปในธุรกิจที่มีศักยภาพ
- 1.4 สร้างความร่วมมือและใช้ประโยชน์จากพันธมิตรทางธุรกิจและภาครัฐ

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ธุรกิจการขนส่ง (Corporate Transportation Business Strategy)

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์

ดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจการขนส่งตามแผนระยะสั้นและระยะยาวโดยผสมผสานและสร้างความสมดุลอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างกลยุทธ์เครือข่ายเส้นทางบิน การวางแผนฝูงบิน และกลยุทธ์ด้านการตลาดและการขาย เพื่อสร้างรายได้เชิงคุณภาพและกำไรให้เหมาะสมที่สุด

แผนริเริ่มเชิงกลยุทธ์

- 2.1 สร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และบริการให้เป็นที่พึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย พร้อมทั้งมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพและสร้างความโดดเด่นของอาหารไทยด้วยรสชาติไทยแท้
- 2.2 บริหารจัดการผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่สม่ำเสมอและต่อเนื่องในทุกจุดให้บริการ โดยสะท้อนการเป็น Premium Airline
- 2.3 ปรับโครงสร้างเครือข่ายเส้นทางบินโดยใช้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นศูนย์กลางทางการบิน สามารถตอบสนองความต้องการเดินทางได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการสร้างพันธมิตรทางการบิน
- 2.4 สร้างความแข็งแกร่งของเครือข่ายเส้นทางบินและสร้างศักยภาพการทำกำไรโดยมุ่งเน้นเส้นทางภูมิภาค รวมทั้งมีความยืดหยุ่นในการจัดตารางบินที่เหมาะสมและสอดคล้องกับฤดูกาลและสถานะตลาด (Suitable TPI)
- 2.5 มีการทบทวน ปรับเปลี่ยนเครือข่ายเส้นทางบินและฝูงบินระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพ (Rolling Long Term Network and Fleet Plan) เพื่อรองรับการแข่งขัน/สภาพแวดล้อม/สถานการณ์/ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

- 2.6 บริหารรายได้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดด้วยกระบวนการกำหนดราคาที่สามารถปรับเปลี่ยนได้รวดเร็วเหมาะสมกับแต่ละตลาด (Dynamic Pricing) และมีระบบบริหารจัดการที่นิ่งในแต่ละระดับราคา (Inventory Management) อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.7 กำหนดโครงสร้างการบริหารรายได้ในแต่ละเส้นทางบิน (Quality Route Revenue Management)
- 2.8 บริหารจัดการเว็บไซต์ (Website) ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการเพิ่มรายได้ และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ
- 2.9 เพิ่มจำนวนกลุ่มลูกค้าองค์กร ทำความร่วมมือกับสายการบินคู่สัญญาและหารายได้เสริม
- 2.10 กลยุทธ์การสื่อสารรวม/Integrated Marketing Communication Strategies (IMC) เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดซึ่งครอบคลุมงานด้านการสร้างแบรนด์ งานโฆษณา และงานส่งเสริมการขาย สำหรับตลาดในประเทศ (Domestic) และต่างประเทศ (Worldwide)
- 2.11 ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนการขาย รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการโดยบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเป็นระบบ (CRM)
- 2.12 บริหารจัดการการประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันและการจัดเก็บค่าธรรมเนียมราคาน้ำมันอย่างต่อเนื่อง
- 2.13 บริหารจัดการด้านการเงินให้ทันต่อการตอบสนองการดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์ปรับปรุงโครงสร้างธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ (Effective Business Structure Re-design Strategy)

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์

ปรับปรุงโครงสร้างธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและบริหารจัดการโครงสร้างองค์กรและบุคลากร รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดขั้นตอน ต้นทุน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

แผนริเริ่มเชิงกลยุทธ์

- 3.1 ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้ตอบสนองโครงสร้างทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3.2 วางแผนอัตรากำลังคนในแต่ละช่วงอายุ (Age Profile) ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการในแต่ละสาขา
- 3.3 สร้างสมดุลระหว่างอัตราผลตอบแทนพนักงานที่เหมาะสมกับประเภทงาน ทั้งนี้ ต้นทุนบุคลากรต้องสามารถแข่งขันได้ รวมถึงมีแผนดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม
- 3.4 พัฒนากลุ่มคนที่มีศักยภาพ มีความสามารถ ทักษะ และความรู้ (Talent) ที่จำเป็น เพื่อสืบทอดตำแหน่งระดับบริหาร (Leverage Best Talent for Critical Positions) รวมถึงพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรในทุกระดับอย่างทั่วถึง (พนักงานประจำและ Outsources) โดยพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management System) ให้ครอบคลุมทุกองค์ความรู้



- 3.5 เสริมสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Enhance Employee Engagement) เพื่อให้พนักงานทำงานอย่างทุ่มเท เสียสละ และมีประสิทธิภาพ โดยสร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจให้กับพนักงาน รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร
- 3.6 ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้กระชับ (Lean Operation) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดขั้นตอนเวลา ต้นทุน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศให้ถูกต้อง รวดเร็ว และทันการณ์ เพื่อสนับสนุนการบริหารงานและการตัดสินใจของผู้บริหาร
- 3.7 พัฒนาระบบการวัดผล และตัวชี้วัดผลสำเร็จ (KPIs) ในด้านคุณภาพและประสิทธิภาพของแผนงาน โครงการหรือการปฏิบัติงาน ที่สะท้อนผลการดำเนินงานทางธุรกิจ
- 3.8 วางแผนรองรับการจัดการในภาวะวิกฤติ (Crisis Management)
- 3.9 มุ่งเน้นการสื่อสารภายในองค์กร (Internal Communication) ให้มีประสิทธิภาพ
- 3.10 ปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรให้มีจิตสำนึกในการทำงานเชิงธุรกิจ (Business Oriented)
- 3.11 เสริมสร้างวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน (Cross-functional) เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงานในทิศทางเดียวกัน
- 3.12 สร้างระบบธรรมาภิบาล โดยปลูกฝังจิตสำนึกคุณธรรมจริยธรรมรวมถึงพัฒนาคุณ/ระเบียบปฏิบัติในองค์กรให้เป็นธรรมและโปร่งใสทุกภาคส่วน อาทิ พนักงานประจำ Outsource ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Strategy)

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์

ปฏิรูปการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Transformation Management) เพื่อให้มั่นใจว่าการเปลี่ยนแปลงระบบสารสนเทศ และโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศที่สำคัญ สามารถดำเนินการได้สำเร็จผลตามแผนงาน มีคุณภาพ ทันสมัย และความน่าเชื่อถือสูง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางธุรกิจ

แผนริเริ่มเชิงกลยุทธ์

- 4.1 จัดทำโครงสร้างสถาปัตยกรรมของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Enterprise Architecture)
- 4.2 พัฒนาระบบสารสนเทศที่มีความยืดหยุ่น สามารถรองรับรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง
- 4.3 ปรับปรุงกระบวนการบริหารโครงการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (PMO – Program Management Office) อย่างเป็นระบบและมีการจัดลำดับความสำคัญของโครงการในระดับ บริษัทฯ (Corporate Ranking)
- 4.4 บริหารจัดการงานเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Sourcing) เพื่อให้มีกำลังคนที่มีทักษะความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมและเพียงพอ
- 4.5 สร้างเสริมศักยภาพบุคลากรของฝ่ายงานบริการเทคโนโลยีสารสนเทศพร้อมให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า (IT Professional Re-skill)



- 4.6 บริหารจัดการค่าใช้จ่ายด้าน IT อย่างคุ้มค่าโดยยังคงไว้ซึ่งบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพ
- 4.7 จัดทำโครงสร้างองค์กรที่สามารถรองรับการดำเนินธุรกิจแบบ Digital และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
- 4.8 จัดหา Application Development Tools ที่ทันสมัย ทำให้สามารถพัฒนาระบบได้รวดเร็วทันกับความต้องการ เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขัน
- 4.9 จัดทำโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ให้เพียงพอต่อความต้องการของธุรกิจ
- 4.10 พัฒนาให้มีระบบ Security ที่เหมาะสมในแต่ละลำดับชั้นของข้อมูล (Layer) เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการดำเนินงาน

กลยุทธ์ที่ 5 กลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Strategy)

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์

สร้างความเชื่อมั่นและผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่นักลงทุน รวมทั้งพัฒนา CSR เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

แผนริเริ่มเชิงกลยุทธ์

- 5.1 สร้างความสัมพันธ์ที่ดี รวมทั้งผลตอบแทนที่เป็นธรรมและยั่งยืนให้กับนักลงทุน
- 5.2 เสริมสร้างนวัตกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการและกระบวนการทำงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (Green Innovation)
- 5.3 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและพัฒนา CSR ภายในองค์กร (CSR- in- Organization)
- 5.4 ส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ธุรกิจทั้ง 5 กลยุทธ์ของบริษัทฯ สามารถรองรับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ได้อย่างครอบคลุม ทำให้สามารถรับมือกับสภาวะการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังแสดงตามตารางที่ 2.2