

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของบริษัท

เพื่อให้ประเทศไทยมีสายการบินแห่งชาติที่ให้บริการในระดับสากล รัฐบาลไทยใน ปี 2503 จึงได้จัดตั้ง บริษัท การบินไทย จำกัด โดยการร่วมทุนระหว่างบริษัท เดินอากาศไทย จำกัด กับสายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ ชิสเต็ม วัตถุประสงค์แรกเริ่มเพื่อดำเนินธุรกิจการบินระหว่างประเทศ โดยบริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนทางด้านการบริหาร และด้านเทคนิคจากสายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ ชิสเต็ม เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2503 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 2 ล้านบาท มีบริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 70 และสายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ ชิสเต็ม ถือหุ้นร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียน

ต่อมาวันที่ 30 มีนาคม 2520 สายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ ชิสเต็ม ได้โอนหุ้นที่มีอยู่ทั้งหมดให้แก่ บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ทำให้การร่วมทุนสิ้นสุดลง และบริษัทฯ ได้ทำการเพิ่มทุนโดยมีกระทรวงการคลังเข้าเป็นผู้ถือหุ้น ต่อมาเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2531 รัฐบาลในสมัยนายกรัฐมนตรี ชวน หลีกภัย พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ได้ดำเนินการรวมกิจการการบินภายในประเทศที่บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ให้บริการ เข้ากับกิจการของบริษัทฯ ตามมติคณะรัฐมนตรี ฝ่ายเศรษฐกิจ ส่งผลให้เงินทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นเป็น 2,230 ล้านบาท โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่

จากการขยายตัวของธุรกิจ บริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2534 โดยได้ทำการแปลงกำไรสะสมให้เป็นทุนของบริษัทฯ ทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นเป็น 13,000 ล้านบาท และได้ทำการเพิ่มทุนใหม่อีกจำนวน 1,000 ล้านบาทในปี 2535 และ 3,000 ล้านบาท ในปี 2546 และ 4,838,709,670 บาท ในปี 2553

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 26,989,009,500 บาท มีทุนชำระแล้ว 21,827,719,170 บาท มีกระทรวงการคลังถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 51.03 ส่วนที่เหลือร้อยละ 48.97 ถือหุ้นโดยประชาชนทั่วไปทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งรวมถึงพนักงานของบริษัทฯ

จากบริบทแรกในการสร้างธุรกิจการบินที่ได้สั่งสมประสบการณ์และกลยุทธ์ในการบริหารองค์กรจนสามารถเพิ่มทุน และสามารถจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ปัจจุบัน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติของประเทศไทย มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคม ประกอบธุรกิจการบริการขนส่งทางอากาศทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ณ สำนักงานใหญ่ที่กรุงเทพมหานคร โดยมีฐานปฏิบัติการบินที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายการขนส่ง ประกอบด้วย การให้บริการขนส่งทางอากาศขนส่งผู้โดยสาร และการขนส่ง

สินค้าและไปรษณียภัณฑ์ และมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องคือ บริการคลังสินค้า บริการลูกค้าภาคพื้น บริการอุปกรณ์ภาคพื้น ครุภัณฑ์ และบริการซ่อมบำรุงอากาศยาน

วิสัยทัศน์

ในการก้าวสู่การเป็นองค์กรชั้นนำในธุรกิจขนส่งทางอากาศ สิ่งสำคัญหนึ่งที่มีอาภัพวิเศษ นั่นคือมุมมองและเป้าหมายในสายตาวินิจฉัยไกลของผู้บริหารที่เรียกว่า “วิสัยทัศน์” ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักในการก้าวสู่ความเป็นสากลในแนวทางการทำธุรกิจ

วิสัยทัศน์ของบริษัทฯ คือเป็นสายการบินที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับแรก ให้บริการดีเลิศด้วย “เสน่ห์ความเป็นไทย” (The First Choice Carrier with Touches of Thai) ด้วยการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ให้เหนือความคาดหมาย สร้างความผูกพันที่ยั่งยืนระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า โดยการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่น สร้างความประทับใจด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้แก่ลูกค้าทุกคนอย่างต่อเนื่อง ด้วยบริการที่ดีเลิศและสม่ำเสมอ (Service Excellence and Consistency) ในทุกจุดสัมผัสของการให้บริการ

กลยุทธ์

กลยุทธ์ทางการตลาดถือเป็นหัวใจหลักในการสร้างแบรนด์ ในปี 2556 บริษัทฯ ได้ดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยได้พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อรักษาคุณภาพที่ดีตามมาตรฐานระดับสากล บริหารการขาย ขยายช่องทางการขาย ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำตลาด ตลอดจนเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านเครือข่ายเส้นทางบินและปรับปรุงประสิทธิภาพของฝูงบิน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ช่วยให้บริการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน แม้ว่าปัจจุบันจะมีการแข่งขันสูงของธุรกิจสายการบิน และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา

ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทฯ จึงมุ่งพัฒนาให้เป็นองค์กรที่เน้นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มีประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุน มีความคล่องตัวในการดำเนินงาน ส่งผลให้บริษัทฯ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่พนักงานและผู้เกี่ยวข้องได้มากขึ้น

บริษัทฯ ได้ดำเนินกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์ ปี 2556-2565 ซึ่งประสบความสำเร็จในหลายด้านที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

1. พัฒนากลุ่มธุรกิจองค์กร ให้มีองค์ประกอบที่เหมาะสม ทั้งธุรกิจสายการบิน และธุรกิจอื่น เพิ่มรายได้และสร้างความแข็งแกร่งให้องค์กรอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยปรับปรุงรูปแบบการบริหารธุรกิจของหน่วยธุรกิจการบินไทยสมายล์ ด้วยการแยกออกเป็นบริษัทย่อยซึ่งจะทำให้สามารถตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้า และการแข่งขันในประชาคมอาเซียนได้อย่างชัดเจนคล่องตัว นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงระเบียบการบริหารเพื่อให้หน่วยธุรกิจสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างอิสระและคล่องตัวขึ้น รวมทั้งทำการศึกษาเพื่อแสวงหาโอกาสขยายไปในธุรกิจที่มีศักยภาพ

2. พัฒนาเครือข่ายเส้นทางบินโดยเน้นการบินตรงเข้ามายังกรุงเทพฯ มากขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพให้สนามบินสุวรรณภูมิเป็นศูนย์กลางทางการบินที่สำคัญของภูมิภาคเอเชีย โดยในปี 2556 บริษัทฯ ได้เปิดทำการบินตรงไปยังเมือง

เซนต์ ประเทศญี่ปุ่น ในส่วนของเส้นทางบินที่ทำการบินโดยการบินไทยสมายล์ ได้เปิดทำการบินในเส้นทางกรุงเทพฯ-มณฑลเฉิงตู กรุงเทพฯ-ฉงชิ่ง กรุงเทพฯ-ฉางชา และกรุงเทพฯ-หลวงพระบาง เป็นต้น รวมทั้งโอนเส้นทางบินบางเส้นทางที่มีการพิจารณาแล้วเห็นสมควรให้การบินไทยสมายล์ทำการบินแทนสายการบินไทย ซึ่งจะมีประสิทธิภาพมากกว่า อาทิ กรุงเทพฯ-โคลัมโบ กรุงเทพฯ-อุดรธานี และกรุงเทพฯ-อุบลราชธานี เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาผู้บินอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีจำนวนเครื่องบินและแบบของเครื่องบินที่เหมาะสม และเพียงพอต่อความต้องการเดินทางของลูกค้ายในแต่ละตลาด โดยในปี 2556 ได้รับมอบเครื่องบินใหม่ 4 แบบ รวมทั้งสิ้นจำนวน 17 ลำ ประกอบด้วยเครื่องบิน แอร์บัส A380-800 จำนวน 3 ลำ โบอิง 777-300ER จำนวน 6 ลำ แอร์บัส A330-300 จำนวน 2 ลำ และแอร์บัส A320 ของการบินไทยสมายล์ จำนวน 6 ลำ

3. ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการตามจุดที่ให้บริการในด้านต่างๆ ติดตามผลอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นคุณภาพความคงที่ (Consistency) และความสอดคล้องกัน (Synchronization) ในการให้บริการ เพื่อสร้างประสบการณ์เดินทางที่ราบรื่นและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า อาทิ การจัดเตรียม iPad เพื่อให้บริการบนที่นั่งชั้น Premium ในเส้นทางที่มีระยะเวลาบินประมาณ 3-4 ชั่วโมง ไม่มีจอภาพส่วนบุคคล การปรับปรุงรูปแบบ Child Meal Box และ Travel Kit การปรับปรุงคุณภาพอาหาร วิธีการนำเสนออาหารบนเครื่องบิน เพิ่มความถี่ของการเปลี่ยนรายการอาหารและนำเสนอบริการอาหารพิเศษที่ออกแบบโดยพ่อครัวที่มีชื่อเสียง การปรับปรุงระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในห้องรับรองพิเศษ การให้บริการรับ Mobile 2D-Barcode Boarding Pass ในรูปแบบ MMS สำหรับผู้โดยสารที่ทำ Mobile Check-in ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smart Phone การปรับลดเวลาที่ใช้ในการลำเลียงกระเป๋าผู้โดยสารให้สั้นลง เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ปรับปรุงที่นั่ง ระบบสภาระบบที่นั่งบนเครื่องบินอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ที่ทัดเทียมคู่แข่งสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยในปี 2556 ได้ทำการปรับปรุงเครื่องบิน (Retrofit) ที่อยู่ในฝูงบินปัจจุบันแล้วเสร็จเพิ่มเติมจำนวน 9 ลำ ประกอบด้วย การติดตั้งจอชมภาพยนตร์สำหรับที่นั่งในชั้นประหยัด การติดตั้งเก้าอี้และระบบสภาระบบที่นั่งใหม่ในทุกชั้นโดยสารบนฝูงบินโบอิง 747-400 จำนวน 5 ลำ การติดตั้งจอชมภาพยนตร์สำหรับที่นั่งในชั้นประหยัดบนฝูงบินโบอิง 777-200 จำนวน 4 ลำ

4. สร้างความแข็งแกร่งทางการเงินเพื่อให้บริษัทฯ มีศักยภาพที่จะลงทุนขยายกิจการในระยะยาว มีเงินสดเพื่อใช้คืนหนี้ที่ถึงกำหนดชำระในอนาคตอันใกล้ ปรับโครงสร้างเงินทุนให้แข็งแกร่ง เพื่อเสริมสภาพคล่องสำหรับการดำเนินธุรกิจให้มั่นคงในภาวะที่ธุรกิจมีความผันผวนสูง โดยในปี 2556 บริษัทฯ ได้ลงนามในสัญญาเช่าทางการเงินกับกลุ่มสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อจัดหาเงินทุนสำหรับชำระค่าเครื่องบินที่มีกำหนดรับมอบในปีนี้ รวมทั้งได้ออกและเสนอขายหุ้นกู้ในวงจำกัดให้แก่ ผู้ลงทุนสถาบันและผู้ลงทุนรายใหญ่จำนวนทั้งสิ้น 9,000 ล้านบาท ซึ่งจากการดำเนินการตามแผนดังกล่าว ทำให้โครงสร้างทางการเงินมีความแข็งแกร่ง มีสภาพคล่องเพียงพอที่จะรองรับการดำเนินธุรกิจในอนาคต

1.2 การเปลี่ยนแปลงลักษณะการประกอบธุรกิจของปีที่ผ่านมา

ในปี 2556 บริษัทฯ ดำเนินกิจการด้วยความมั่นคงตามกลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่กำหนดไว้ แม้ว่าจะมีปัจจัยภายนอกหลายประการ เช่น ภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวนราคาน้ำมัน สถานการณ์ทางการเมือง ฯลฯ บริษัทฯ ได้ดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ มารองรับการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น โดยมีการพัฒนาด้านสำคัญต่างๆ ในปี 2556 ดังนี้

- **การจัดตั้งบริษัท ไทยสมายล์ แอร์เวย์ จำกัด**

จากกลยุทธ์เป็นไปอย่างแยบยล ผลที่ได้รับกลับมาคือความสำเร็จบนความแข็งแกร่ง บริษัทฯ พร้อมขยายการลงทุนออกไปตามขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งเป็นผลพวงมาจากวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ตามที่กล่าวมาข้างต้น เป็นการพัฒนาสู่ความสำเร็จในอีกระดับหนึ่ง

ภายหลังจากการที่บริษัทฯ ได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีให้ลงทุนจัดตั้งสายการบิน ไทยสมายล์ แอร์เวย์ จำกัด วงเงิน 1,800 ล้านบาท โดยจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ โดยบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100 เป็นหุ้นสามัญ จำนวน 180 ล้านหุ้น (หุ้นละ 10 บาท) มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ใช้เงินลงทุนจากเงินรายได้ของบริษัทฯ ซึ่งเป็นงบลงทุน ประจำปี 2556 จำนวน 450 ล้านบาท และงบลงทุนประจำปี 2557 จำนวน 1,350 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัท ไทยสมายล์ แอร์เวย์ จำกัด ได้รับการยกเว้นไม่ต้องนำหลักเกณฑ์ คำสั่ง กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และมติคณะรัฐมนตรี มาปฏิบัติในหลักการเดียวกันกับบริษัทฯ โดยยังคงต้องปฏิบัติตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยงบลงทุนของรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2550 ซึ่งออกตามความในพระราชบัญญัติพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2521 และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการบริหารหนี้สาธารณะ พ.ศ. 2549 ออกตามความในพระราชบัญญัติการบริหารหนี้สาธารณะ พ.ศ. 2548

อนึ่ง บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด ต่อกระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2556 ขณะนี้อยู่ระหว่างเตรียมการในส่วนที่เกี่ยวข้อง คาดว่าจะเริ่มทำการบินด้วยรหัสสายการบินใหม่ ในปี 2557

- **การพัฒนาผลิตภัณฑ์**

แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยยึดหลักความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้จริง เป็นการพัฒนาสู่ความสำเร็จอีกทางหนึ่ง ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดดังนี้

- 1) การปรับปรุงที่นั่ง

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้ทำการปรับปรุงที่นั่งทุกชั้นโดยสารของเครื่องบินแบบโบอิง 747-400 (ลำที่ 13-18) เพิ่มเติมจากปี 2555 จำนวน 3 ลำ รวมทั้งสิ้น 6 ลำ โดยติดตั้งเก้าอี้พร้อมจอภาพส่วนตัว และระบบสาระบันเทิงแบบ On-demand ~~demand~~ ปรับปรุงที่นั่งโดยสารในชั้นประหยัด ของเครื่องบินโบอิง 777-200 เพิ่มอีกจำนวน 4 ลำ รวมทั้งสิ้น 8 ลำ

โดยติดตั้งจอภาพส่วนตัวพร้อมระบบสาระบันเทิงแบบ On-demand

- 2) การพัฒนาทางด้านระบบสาระบันเทิง

- บริษัทฯ ได้ปรับปรุงระบบสาระบันเทิงทั้งด้านภาพและเสียงบนเครื่องบินในเส้นทางระหว่างประเทศทุกลำให้มีคุณภาพสูง ทันสมัย โดยมีจอภาพส่วนตัวในทุกชั้นโดยสาร ระบบเพลงและภาพยนตร์แบบเลือกชม

ได้ (On-demand) มีรายการบินทิ้งให้ผู้โดยสารเลือกอย่างหลากหลาย รวมทั้งเกมส์ ข้อมูล และภาพเส้นทางบิน นอกจากนั้น ยังได้พัฒนา ปรับปรุง Software รองรับจำนวน Content ที่เพิ่มขึ้น อาทิ e-Menu และ e-Shopping

- ให้บริการ Portable AVOD Player แก่ผู้โดยสารชั้นธุรกิจ สำหรับเที่ยวบินที่มีระยะเวลาบิน 3-4 ชั่วโมง ซึ่งให้บริการด้วย เครื่องบินแอร์บัส A330-300 ที่ไม่มีระบบสาระบันเทิงแบบเลือกชมได้ (On-demand) ใช้เป็นอุปกรณ์สำรองบนเครื่องบินแอร์บัส A340-600 และโบอิง 747-400 ในกรณีที่ระบบสาระบันเทิงขัดข้อง

- **ด้านการจัดการวัดผลงานของบุคลากร**

เพื่อให้การพัฒนาองค์กรไปในทิศทางทางเดียวกัน เมื่อมีการปรับปรุงและพัฒนาระบบและผลิตภัณฑ์แล้ว การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเป็นอีกส่วนที่สำคัญไม่แพ้กัน ดังนั้นบริษัทฯ จึงจัดให้มีการประเมินผลบุคลากร นำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้ดียิ่งขึ้น

ปี 2553 บริษัทฯ ได้นำระบบการบริหารผลการปฏิบัติงานมาใช้กับผู้บริหารระดับสูง ดำเนินการให้ผู้บริหารระดับรองลงมาจนถึงผู้บริหารระดับผู้จัดการกองและผู้จัดการแผนก ในปี 2555 ได้เริ่มดำเนินการให้กับพนักงานระดับ 7 และพนักงานทั่วทั้งองค์กรในปี 2556 ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี 2554 ได้นำผลการประเมินตามระบบการบริหารผลการปฏิบัติงานให้เชื่อมโยงไปสู่การจ่ายค่าตอบแทน ทั้งในการขึ้นเงินเดือนประจำปี และการจ่ายค่าตอบแทนพิเศษ (Incentive)

- **การเปิดเส้นทางบินใหม่**

บริษัทฯ ได้ศึกษาและพัฒนาจุดบินใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ในการขยายตลาดและเพิ่มความถี่ในการให้บริการของเที่ยวบินให้เหมาะสม และให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน สร้างจุดแข็งทางการตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งยังสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้เปิดทำการบินตรงไปยังเมืองเซินใต้ ประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่วันที่ 3 ธันวาคม 2556 จำนวน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ในส่วนของเส้นทางบินที่ทำการบินโดยการบินไทยสมายล์ ได้แก่ เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-มณฑลเฉิงตู ตั้งแต่วันที่ 31 มีนาคม 2556 จำนวน 5 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และเพิ่มเป็นทำการบินทุกวัน ตั้งแต่วันที่ 27 ตุลาคม 2556 เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-ฉงชิ่ง ตั้งแต่วันที่ 27 ตุลาคม 2556 จำนวน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-ฉางชา ตั้งแต่วันที่ 27 ตุลาคม 2556 จำนวน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-หลวงพระบาง ตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2556 จำนวน 4 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม 2556 เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-โคลัมโบ ทำการบินโดยการบินไทยสมายล์แทนสายการบินไทย จำนวน 4 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และเพิ่มเป็นทำการบินทุกวัน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2556 ในเส้นทางบินในภายในประเทศ ตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ 2556 เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-อุดรธานี และ กรุงเทพฯ-อุบลราชธานี ทำการบินโดยการบินไทยสมายล์แทนสายการบินไทย จำนวน 21 และ 14 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ตามลำดับ

- **การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ ของธุรกิจการบิน**

บริษัทฯ ได้กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของการบินไทย การบินไทยสมายล์ และสายการบินนกแอร์ ไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการบินไทย มุ่งเน้นการให้บริการในเส้นทางบินระยะไกล ด้วยบริการแบบ Premium Full Service โดยใช้ฝูงบินที่เป็นเครื่องบินลำตัวกว้าง (Wide-body Fleet) มีฐานปฏิบัติการบินที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ในส่วนของ การบินไทยสมายล์ เน้นการให้บริการในเส้นทางบินระยะสั้น ด้วยบริการแบบ Regional Premium Service อย่างมีคุณภาพ (Quality) มีรูปแบบที่ทันสมัย (Trendy) มีการควบคุมต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ (Cost Effective) โดยอาศัยและเสริมความแข็งแกร่งให้การบินไทยด้วยฐานผู้โดยสารที่เดินทางแบบเชื่อมต่อในเส้นทาง (Connecting Traffic) ของการบินไทย ฝูงบินเป็นเครื่องบินลำตัวแคบ (Narrow-body Fleet) มีฐานปฏิบัติการบินหลักที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ มีเป้าหมายเป็นสายการบินภูมิภาคชั้นนำของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สำหรับสายการบินนกแอร์ เป็นสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาค (Regional Low-Cost Carrier) ที่ทำการบินด้วยเครื่องบินลำตัวแคบหรือขนาดเล็กกว่า เน้นทำการบินในลักษณะ Point-to-Point โดยมีฐานปฏิบัติการบินหลักที่ทำอากาศยานดอนเมือง

- **การพัฒนาช่องทางการจำหน่าย**

การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อสามารถกระจายสู่ผู้บริโภคได้หลายช่องทาง และสะดวกในการใช้บริการเป็นปัจจัยในการเพิ่มยอดขายทางธุรกิจ และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล ในปัจจุบันมีช่องทางที่น่าสนใจ ในปี 2556 บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมบริการ THAI M Service Application บนโทรศัพท์มือถือ (Application on Smartphone) ซึ่งเป็นโปรแกรมแสดงตำแหน่งปัจจุบันและแสดงที่ตั้งสำนักงาน พร้อมระบบแผนที่แนะนำเส้นทางบนโทรศัพท์มือถือไปยังสำนักงานต่างๆ ของบริษัทฯ ตามที่ลูกค้าต้องการรวมถึงการบริการสอบถามข้อมูลผ่าน SMS และยังมีบริการเว็บบนโทรศัพท์มือถือ (Web on Mobile) ผ่าน Browser ทุกแพลตฟอร์ม ผู้โดยสารสามารถจองบัตรโดยสาร ตรวจสอบรายละเอียดเที่ยวบิน ตารางการบิน การเช็คอิน ทวีร์เอียงหลวง โปรแกรมสะสมไมล์ หรือบริการอื่นๆ ได้สะดวกสบายยิ่งขึ้น

2. พัฒนาบริการ Internet Check-in บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ (www.thaiairways.com) ผู้โดยสารสามารถสั่งพิมพ์บัตรโดยสารผ่านขึ้นเครื่องได้จากที่บ้าน (Home Printing Boarding Pass) และพิเศษสุดสำหรับลูกค้าที่ซื้อบัตรโดยสารชั้นหนึ่งสามารถสั่งอาหารพิเศษได้เอง (Special Meal Order) เป็นจุดขายที่แตกต่างและสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะลูกค้าที่มีข้อกำหนดหรือข้อจำกัดทางศาสนาและสุขภาพ

3. ปรับปรุงระบบการขายบัตรโดยสารผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Sales) ให้มีขั้นตอนที่ง่ายคล่องตัว สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ทำให้กลุ่มลูกค้าสามารถดำเนินการเองได้โดยง่าย โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาจองตั๋วตัวเครื่องบินถึงท่าอากาศยานเช่นในอดีต

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการปรับปรุงหน้าเว็บไซต์ใหม่แบบครบวงจร (Web Revamp Management) ติดตั้งระบบ Web Content สามารถตรวจสอบติดตามคุณภาพการบริการต่อลูกค้า สามารถปรับหน้าเว็บไซต์โดยเพิ่มภาษาสำหรับการใช้งานในแต่ละประเทศเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ รวมถึงยังจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับรายการสะสมไมล์ผ่านบัตรเครดิต หรือการส่งเสริมการขายร่วมกับทัวร์เอื้องหลวง เป็นต้น

- **การปรับโครงสร้าง ฝ่ายการพาณิชย์ เพื่อรองรับการแข่งขัน**

จากปัจจัยสภาพแวดล้อมธุรกิจการบินพาณิชย์ รวมถึงการเติบโตเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ทำให้บริษัทฯ เปลี่ยนกลยุทธ์วิธีการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถแข่งขันได้และปรับตัวให้ทันตามภาวะแวดล้อมปัจจัยภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

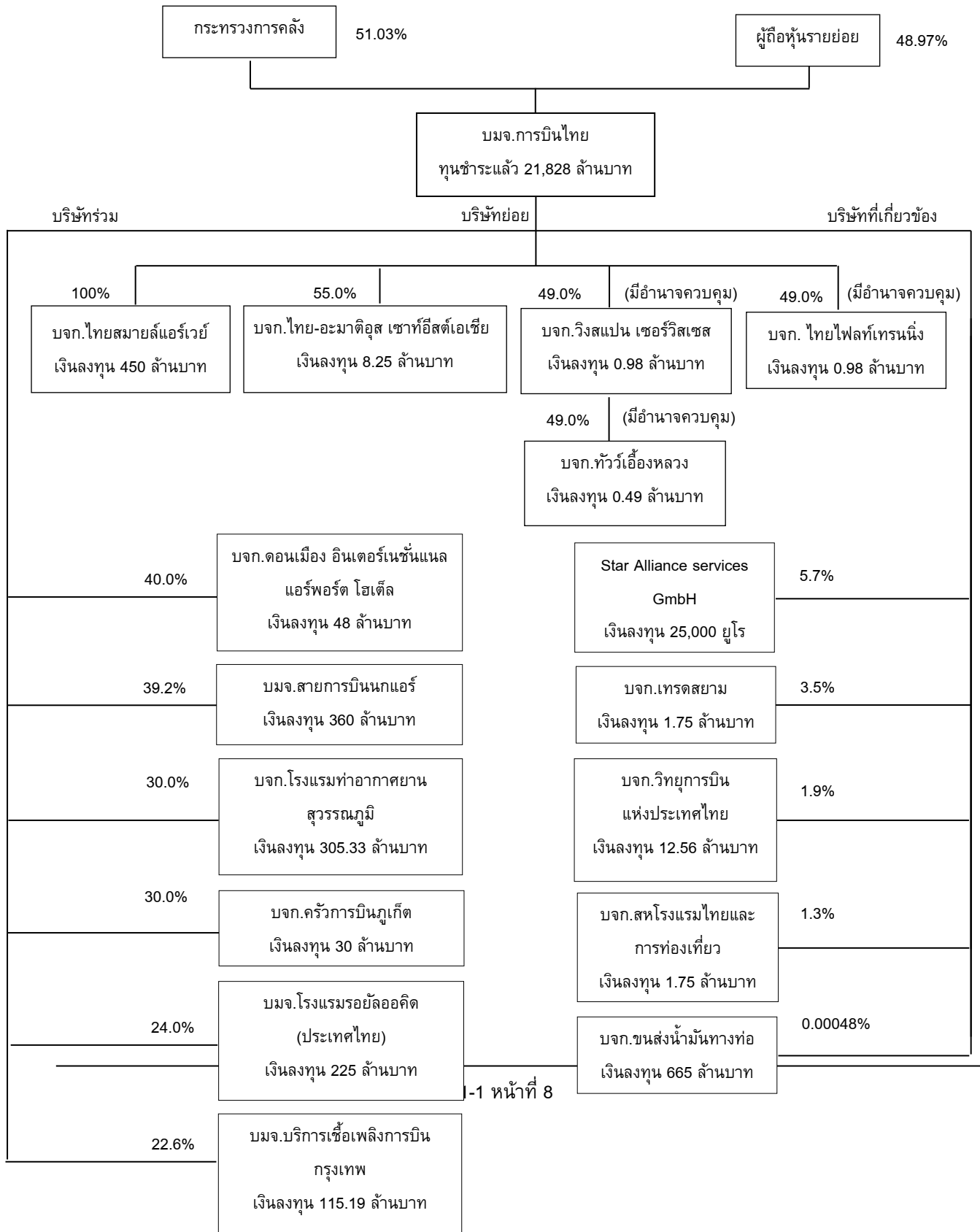
โครงสร้างองค์กรเดิมของสายการพาณิชย์นั้นเป็นโครงสร้างที่ใช้มานานซึ่งมีการตลาดและการขายอยู่ในความดูแลรับผิดชอบของผู้บริหารใหญ่ฝ่ายขายเพียงฝ่ายเดียว ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานในสายการพาณิชย์มีประสิทธิภาพสูงสุดและสร้างความแข็งแกร่งในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ จึงปรับโครงสร้างสายการพาณิชย์โดยแบ่งงานของผู้บริหารใหญ่ฝ่ายขายเดิมออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ฝ่ายขายดูแลรับผิดชอบในประเทศไทยและอินโดจีน ฝ่ายขายดูแลรับผิดชอบในส่วนภูมิภาค และฝ่ายขายดูแลรับผิดชอบระหว่างทวีป นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญในการทำการตลาดและการขายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเพิ่มขึ้น และช่องทางนี้ยังมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งฝ่ายการพาณิชย์ดิจิทัล ทั้งนี้ผู้บริหารการตลาดและการขายตามโครงสร้างใหม่นี้ จะถูกติดตามผลการดำเนินงานต่างๆ อย่างใกล้ชิดจากกรรมการผู้บริหารใหญ่ และรองกรรมการผู้บริหารใหญ่อาวุโสผ่านกระบวนการตัวชี้วัด (KPI / Key Performance Indicator) โดยมีการประเมินผลงานเปรียบเทียบกับรายได้เป้าหมายที่กำหนดไว้ทุกๆ ไตรมาส

- **การนำระบบสำรองที่นั่งและออกบัตรโดยสารที่ทันสมัยมาใช้**

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้พัฒนาเปลี่ยนระบบสำรองที่นั่งและการออกบัตรโดยสารจากระบบเดิมที่บริษัทฯ ใช้เป็นเวลานาน มาเป็นระบบ Amadeus Altea และประสบความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมาย ระบบ Amadeus Altea เป็นระบบการให้บริการผู้โดยสารที่มีเครือข่ายใหญ่ที่สุดในโลก สายการบินในกลุ่ม Star Alliance และอีกหลายๆ สายการบินเลือกใช้ระบบนี้ ซึ่งถือเป็นการปฏิวัติระบบการให้บริการผู้โดยสารอย่างครบวงจร โดยระบบ Amadeus Altea ประกอบไปด้วย 4 ระบบหลัก คือ ระบบการสำรองที่นั่ง (Reservation) ระบบการออกบัตรโดยสาร (Ticketing) ระบบควบคุมการสำรองที่นั่ง (Inventory Control) และระบบเช็คอินผู้โดยสาร (Departure Control) ซึ่งได้รับการออกแบบให้สามารถใช้งานข้อมูลผู้โดยสารร่วมกันได้ทั้ง 4 ระบบด้วยระบบปฏิบัติการที่ทันสมัย เพิ่มขีดความสามารถในการ

ประมวผลได้อย่างรวดเร็ว สามารถให้บริการผู้โดยสารได้หลากหลายรูปแบบ เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ขณะเดียวกันยังเป็นระบบที่สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพและความพร้อมในการแข่งขัน เพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการขยายตัวด้านการขายได้อย่างรวดเร็วไร้ข้อจำกัด รวมถึงสามารถพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกับสายการบินพันธมิตรเพื่อเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจร่วมกัน

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯและบริษัทย่อย

รายได้ที่สำคัญของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ใน 3 ปีที่ผ่านมา มีดังนี้

	ปี2556		ปี 2555		ปี 2554	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากกิจการขนส่ง						
ค่าโดยสารและค่าน้ำหนักส่วนเกิน	172,335	81.4	173,458	81.2	154,646	79.6
ค่าธรรมเนียมและไปรษณีย์ภัณฑ์	24,515	11.6	26,764	12.6	28,092	14.5
รวมรายได้จากกิจการขนส่ง	196,850	93.0	200,222	93.8	182,738	94.1
รายได้จากหน่วยธุรกิจ	7,256	3.4	6,709	3.1	6,223	3.2
รายได้จากกิจการอื่นๆ	2,230	1.1	2,192	1.0	2,036	1.0
รวมรายได้จากการขายหรือการให้บริการ	206,336	97.5	209,123	97.9	190,997	98.3
รายได้อื่น	5,269	2.5	4,407	2.1	3,345	1.7
รวมรายได้	211,605	100.0	213,530	100.0	194,342	100.0

หมายเหตุ รายได้อื่นประกอบด้วย ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการขายการแทนการจำหน่าย กำไรจากการเปลี่ยนสภาพเงินลงทุน รายได้ค่าสินไหมทดแทน รายได้ค่าปรับและอื่นๆ

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงคมนาคมในฐานะสายการบินแห่งชาติ ดำเนินกิจการด้านการบินพาณิชย์ทั้งเส้นทางบินระหว่างประเทศและเส้นทางบินในประเทศ ซึ่งให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางอากาศแบบครบวงจร แบ่งเป็น 3 ส่วนงาน ประกอบด้วย กิจการขนส่งทางอากาศ (Core Business) หน่วยธุรกิจ (Business Unit) และกิจการอื่นๆ

กิจการขนส่งทางอากาศ ประกอบด้วย บริการขนส่งผู้โดยสาร บริการขนส่งสินค้าพัสดุภัณฑ์และไปรษณีย์ภัณฑ์ ส่วนหน่วยธุรกิจเป็นกิจการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขนส่งประกอบด้วย การบริการคลังสินค้า การบริการลูกค้าภาคพื้น การบริการลานจอดและอุปกรณ์ภาคพื้น และครัวการบิน ส่วนกิจการอื่นๆ เป็นกิจการสนับสนุนการขนส่ง ประกอบด้วย การบริการซ่อมบำรุงอากาศยาน การบริการอำนวยความสะดวกการบิน การจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบิน การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก บริการเครื่องฝึกบินจำลอง และการดำเนินงานของบริษัทย่อย มีรายละเอียด ดังนี้

1) กิจการขนส่งทางอากาศ

กิจการขนส่งทางอากาศถือเป็นกิจการหลักของบริษัทฯ ประกอบด้วยบริการขนส่งผู้โดยสาร บริการขนส่งสินค้าพัสดุภัณฑ์และไปรษณีย์ภัณฑ์ โดยให้บริการขนส่งในเส้นทางบินไปยังจุดบินต่างๆ ทั้งแบบเที่ยวบินประจำและเที่ยวบินเช่าเหมาลำ ครอบคลุมทั้งเส้นทางบินระหว่างประเทศและภายในประเทศ

2) หน่วยธุรกิจ

สำหรับหน่วยธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับการขนส่งมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจสายการบินเป็นไปอย่างราบรื่น ซึ่งแต่ละหน่วยธุรกิจจะต้องมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เครื่องบินสามารถเดินทางจากสถานีต้นทางถึงสถานีปลายทางตรงตามกำหนดเวลาที่ระบุในตารางบิน ด้วยความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่บริษัทฯ พร้อมทั้งสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการ ทั้งนี้ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขนส่งมีรายละเอียดการให้บริการ ดังนี้

ธุรกิจการบริการคลั่งสินค้า (Cargo Handling Service)

ให้บริการจัดการคลั่งสินค้า ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานหาดใหญ่ และท่าอากาศยานภูเก็ต โดยการดำเนินงานจัดการคลั่งสินค้า ประกอบด้วย การจัดการเก็บรักษาชั่วคราวและการเคลื่อนย้ายสินค้าทั่วไป สินค้าที่ต้องได้รับการดูแลพิเศษ เช่น สินค้าสด สัตว์ที่ยังมีชีวิต วัตถุมีค่า การให้บริการขนส่งสินค้าที่ต้องการควบคุมอุณหภูมิเป็นพิเศษ

ธุรกิจการบริการลูกค้าภาคพื้น (Ground Customer Services)

ให้บริการอำนวยความสะดวกโดยตรงกับผู้โดยสารตั้งแต่เข้ามาสู่ท่าอากาศยาน ผ่านขั้นตอนต่างๆ จนเข้าสู่ตัวอากาศยาน จากตัวอากาศยานสู่ภาคพื้น ในเที่ยวบินทั้งขาเข้า – ขาออก โดยให้บริการแก่ผู้โดยสารของบริษัทฯ และผู้โดยสารของสายการบินลูกค้า

ธุรกิจการบริการอุปกรณ์ภาคพื้น (Ground Equipment Services)

ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับอากาศยาน อำนวยความสะดวกบริเวณลานจอดอากาศยาน ให้กับบริษัทฯ และสายการบินลูกค้า ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีความปลอดภัยสูงสุด มีความพร้อมสามารถทำการบินเข้า - ออก ได้ตรงเวลา

ธุรกิจครัวการบิน (Catering Services)

ดำเนินการในการผลิตอาหารสำหรับบริการผู้โดยสารทั้งเที่ยวบินในประเทศและระหว่างประเทศของบริษัทฯ บริการผู้โดยสารของสายการบินชั้นนำอื่นๆ ดำเนินธุรกิจภาคพื้นที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ภัตตาคาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ ร้านเบเกอรี่ Puff & Pie การให้บริการจัดเลี้ยงทั้งในและนอกสถานที่ และร้านอาหารสวัสดิการพนักงาน

3) กิจกรรมอื่นๆ

ในส่วนของกิจกรรมอื่นๆ ที่สนับสนุนการขนส่ง ได้แก่ ฝ่ายช่าง การบริการอำนวยความสะดวก การจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบิน การจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและบริการเครื่องฝึกบินจำลอง

กิจการขนส่งทางอากาศ

บริษัทฯ เป็นสายการบินแห่งชาติ ที่ให้บริการด้านการขนส่งทางอากาศ ทั้งการบริการขนส่งผู้โดยสาร บริการขนส่งสินค้า พัสดุภัณฑ์และไปรษณีย์ภัณฑ์เป็นกิจการหลักซึ่งได้พัฒนาการขนส่งไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของโลก โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการดังนี้

กิจการขนส่งทางอากาศ

กิจการขนส่งผู้โดยสาร

กิจการขนส่งผู้โดยสารมีเป้าหมายในการพัฒนาตลาดและเครือข่ายเส้นทางบินอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นขีดความสามารถและดำเนินการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิให้เป็นศูนย์กลางการบิน (Hub) ที่สำคัญของภูมิภาค

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

2.1.1 ฟลูงบินของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีจำนวนเครื่องบินที่ใช้ปฏิบัติการบิน 101 ลำ ประกอบด้วยเครื่องบินพิสัยไกล ที่ใช้ทำการบินเส้นทางข้ามทวีป 38 ลำ ได้แก่ เครื่องบินแบบ แอร์บัส A380-800 โบอิง 747-400 โบอิง 777-200ER/300ER แอร์บัส A340-600 และเครื่องบินพิสัยกลาง ซึ่งใช้ทำการบินเส้นทางภูมิภาค 46 ลำ ได้แก่ เครื่องบินแบบโบอิง 777-200/300 แอร์บัส A330-300 แอร์บัส A300-600 และเครื่องบินลำตัวแคบ ที่ใช้ทำการบินเส้นทางระยะใกล้ 15 ลำ ได้แก่ เครื่องบินแบบโบอิง 737-400 5 ลำ และเครื่องบินของการบินไทยสมายล์ แบบ แอร์บัส A320-200 จำนวน 10 ลำ และเครื่องบินขนส่งสินค้า (Freighter) แบบ โบอิง 747-400F จำนวน 2 ลำ

เครื่องบินที่ใช้ในการปฏิบัติการบิน

แบบเครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555
แอร์บัส A380-800	6	3
โบอิง 747-400	12	14
โบอิง 777-200ER	6	6
แอร์บัส A340-600	6	6
โบอิง 777-300ER	8	7
โบอิง 777-300	6	6
โบอิง 777-200	8	8
แอร์บัส A330-300	26	25
แอร์บัส A300-600	5	9
โบอิง 737-400	5	5
แอร์บัส A320-200	10	4
โบอิง 747-400 (Freighter)	2	2
รวม	100	95

หมายเหตุ ไม่รวมเครื่องบินแอร์บัส A330-300 1 ลำ ที่จอดรอการประเมินความเสียหาย

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้รับมอบเครื่องบินใหม่ แบบแอร์บัส A380-800 เพิ่มอีกจำนวน 3 ลำ เพื่อทดแทนการปลดระวางเครื่องบินแบบโบอิง 747-400 ซึ่งบริษัทฯ ได้นำเครื่องบินนี้ไปให้บริการในเส้นทาง กรุงเทพฯ-แฟรงค์เฟิร์ต กรุงเทพฯ-ปารีส กรุงเทพฯ-โตเกียว และ กรุงเทพฯ-โอซาก้า และเครื่องบินแบบโบอิง 777-300ER จำนวน 6 ลำ เพื่อทดแทนเครื่องบินแบบเดียวกันที่หมดสัญญาเช่าจากสายการบิน Jet Airways จำนวน 5 ลำ รวมทั้งรับมอบเครื่องบินแบบแอร์บัส A330-300HW จำนวน 2 ลำ เพื่อนำมาใช้ในเส้นทางบินภูมิภาค เพื่อรองรับการเจริญเติบโต เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ขณะเดียวกันได้ทำการปลดระวางเครื่องบินแบบแอร์บัส A300-600 จำนวน 4 ลำ ที่มีอายุเกินกว่า 20 ปี

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับมอบเครื่องบินลำตัวแคบแบบแอร์บัส A320-200 จำนวน 6 ลำ สำหรับสายการบินไทยสมายล์

2.1.2 การพัฒนาเส้นทางบินและจุดบิน

ในปี 2556 บริษัทฯ มีเป้าหมายในการพัฒนาตลาด และขยายเครือข่ายเส้นทางบินอย่างต่อเนื่องให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยดำเนินการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิให้เป็นศูนย์กลางการบิน (Hub) ที่สำคัญของภูมิภาค โดยเพิ่มเที่ยวบินตรงเข้าประเทศไทยมากขึ้น เน้นการเพิ่มความถี่ของเที่ยวบินในจุดบินที่มีศักยภาพ ควบคู่กับการเปิดจุดบินใหม่อย่างระมัดระวัง เพิ่มความแข็งแกร่งของเครือข่ายเส้นทางบินในตลาดหลัก เพื่อรักษาสถานะความเป็นผู้นำตลาด สร้างความแข็งแกร่งของเครือข่ายเส้นทางบินรอบๆ ประเทศไทย โดยเพิ่มการใช้ประโยชน์จากความร่วมมือกับสายการบินพันธมิตรการบิน ในการขยายเครือข่ายเส้นทางบินเพื่อให้ครอบคลุมลูกค้าได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มความ

คล่องตัวในการปรับแผนตารางการบินให้สอดคล้องกับสภาวะความต้องการในแต่ละฤดูกาล รวมทั้งตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของการเดินทางและสภาวะการแข่งขัน รวมถึงการเตรียมการเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อรองรับการเปิดเสรีภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) อีกด้วย

นอกจากนี้ ในปี 2556 บริษัทฯ ยังคงความร่วมมือกับสายการบินนกแอร์ในเส้นทางบินรอง โดยบริษัทฯ มีเที่ยวบินรหัสร่วม (Code Share Flight) กับสายการบินนกแอร์ในเส้นทางไป-กลับ ดังนี้ ดอนเมือง-สกลนคร และ ดอนเมือง-นครพนม ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถจัดส่งผู้โดยสารจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างต่อเนื่อง และครอบคลุมเมืองในภูมิภาคอย่างทั่วถึง ในการนี้ การบินไทยสมายล์ ได้เปิดทำการบินในเส้นทางใหม่ ได้แก่ เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-มณฑลเฉิงตู ตั้งแต่วันที่ 31 มีนาคม 2556 จำนวน 5 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และเพิ่มเป็นการบินทุกวัน ตั้งแต่วันที่ 27 ตุลาคม 2556 เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-โคลัมโบ ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม 2556 จำนวน 4 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และเพิ่มเป็นการบินทุกวัน ตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2556 เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-ฉงชิ่ง ตั้งแต่วันที่ 27 ตุลาคม 2556 จำนวน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-ฉางซา ตั้งแต่วันที่ 27 ตุลาคม 2556 จำนวน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-หลวงพระบาง ตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2556 จำนวน 4 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และเส้นทางภายในประเทศเป็นการเสริมหรือทดแทนในเส้นทางรองของบริษัทฯ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำตารางบินเป็นสองช่วงฤดู ประกอบด้วย ตารางบินฤดูร้อน (Summer Schedule) เริ่มจากวันอาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคมถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคมของแต่ละปี และตารางบินฤดูหนาว (Winter Schedule) เริ่มจากวันอาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคมถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคมของแต่ละปี เป็นไปตามข้อกำหนดของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association : IATA) ทั้งนี้ ในแต่ละฤดูจะมีการกำหนดความถี่ของเที่ยวบิน ชนิดเครื่องบิน และตารางการบินไปยังจุดบินต่างๆ ที่อาจแตกต่างกันตามการเปลี่ยนแปลงของความต้องการในแต่ละช่วงเวลา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีเครือข่ายเส้นทางบินให้บริการครอบคลุม 79 จุดบินใน 34 ประเทศทั่วโลก โดยเป็น 10 จุดบินภายในประเทศ (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร)

เส้นทางบินภายในประเทศ

บริษัทฯ ได้พัฒนาเที่ยวบินภายในประเทศ โดยให้ความสำคัญกับจุดบินหลัก ขณะที่จุดบินรองและจุดบินย่อยบางจุด บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับสายการบินพันธมิตร เพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ ทำการบินจากกรุงเทพฯ ไปยัง 10 จุดบิน ด้วยความถี่ 341 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ดังนี้ ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ อุดรธานี อุบลราชธานี ขอนแก่น ภาคใต้ ได้แก่ ภูเก็ต กระบี่ หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี เกาะสมุย รวมเส้นทางเชียงใหม่-ภูเก็ต โดยมีการเสริมผลิตภัณฑ์และบริการไทยสมายล์ในเส้นทางหลัก เช่น กรุงเทพฯ ไปยัง เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ กระบี่ และทำการบินทดแทนการบินไทยในเส้นทางกรุงเทพฯ-สุราษฎร์ธานี กรุงเทพฯ-อุดรธานี กรุงเทพฯ-อุบลราชธานี และเชียงใหม่-ภูเก็ต

ข้อมูลเส้นทางภายในประเทศ

	ปี2556	ปี2555	ปี 2554
รายได้จากการขนส่งผู้โดยสาร (ล้านบาท) ⁽¹⁾	14,335.7	14,691.0	13,808.4
ร้อยละของรายได้จากการขนส่งผู้โดยสารรวม (%)	10.5	10.9	10.8
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPKs) (ล้านคน-กม.) ⁽²⁾	3,606.2	3,511.4	3,154.8
ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (ASKs) (ล้านที่นั่ง-กม.) ⁽²⁾	4,759.3	4,558.9	4,371.3
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (%)	75.8	77.0	72.2
จำนวนจุดหมายปลายทางที่ให้บริการตามตารางการบิน (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	10/10	10/10	10/10
จำนวนของเที่ยวบินแบบประจำ (เที่ยวบินต่อสัปดาห์) (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	355/310	315/296	294/280

หมายเหตุ :

- ⁽¹⁾ รวมรายได้จากเที่ยวบินแบบประจำ รายได้ค่าน้ำหนักส่วนเกิน รายได้สุทธิจากการแลกเปลี่ยนการรับขนส่งผู้โดยสารสุทธิจากเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขาย โดยบริษัท ตามความตกลงเที่ยวบินร่วม และรายได้จากการขายที่นั่งโดยสารบนเที่ยวบินของสายการบินอื่น ซึ่งไม่ได้เป็นเที่ยวบินร่วมแต่ไม่รวมรายได้จากเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบิน และไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมขดเชยค่าน้ำมันและเงินค่าประกันภัยเรียกเก็บจากผู้โดยสาร
- ⁽²⁾ ไม่รวมเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบิน และเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัท แต่รวมเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยบริษัท และขายโดยสายการบินอื่น
- ⁽³⁾ ไม่รวมกรุงเทพมหานคร ตารางการบินในภาคฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคมและตารางการบินในภาคฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคมของทุกปี

เส้นทางบินระหว่างประเทศ

บริษัท ทำการบินเส้นทางระหว่างประเทศทั้งสิ้น 655 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ โดยแบ่งเป็น 2 เส้นทางหลัก ได้แก่ เส้นทางภูมิภาคเอเชีย 505 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ไปยัง 49 จุดบิน ใน 19 ประเทศ และเส้นทางข้ามทวีป 150 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ไปยัง 20 จุดบิน ใน 15 ประเทศ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

เส้นทางภูมิภาคเอเชีย

บริษัท ได้ปรับแผนเครือข่ายการบินให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายการบินให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคเอเชีย ครอบคลุม 49 จุดบิน ใน 19 ประเทศ โดยบริษัท แบ่งเส้นทางบินในภูมิภาคเอเชียเป็น 5 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางสายเหนือ เส้นทางสายใต้ เส้นทางสายตะวันตก เส้นทางสายตะวันออกกลาง และเส้นทางสายอินโดจีน

ข้อมูลเส้นทางภูมิภาคเอเชีย

	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
รายได้จากการขนส่งผู้โดยสาร (ล้านบาท) ⁽¹⁾	66,985.9	65,745.3	58,295.2
ร้อยละของรายได้การขนส่งผู้โดยสารรวม (%)	49.2	48.9	45.5
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPKs)(ล้านคน-กม.) ⁽²⁾	27,954.5	25,363.4	21,698.3
ปริมาณการผลิตผู้โดยสาร (ASKs)(ล้านที่นั่ง-กม.) ⁽²⁾	37,599.1	33,521.5	30,924.8
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (%)	74.3	75.7	70.2
จำนวนจุดหมายปลายทางที่ให้บริการตามตารางการบิน (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	49/46	43/42	41/41
จำนวนของเที่ยวบินแบบประจำ (เที่ยวบินต่อสัปดาห์) (ตาราง การบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	502/480	475/445	412/425

หมายเหตุ:

- ⁽¹⁾ รวมรายได้จากเที่ยวบินแบบประจำ รายได้ค่าน้ำหนักส่วนเกิน รายได้สุทธิจากการแลกเปลี่ยนการรับขนส่งผู้โดยสารสุทธิจากเที่ยวบินที่ดำเนินการ โดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ ตามความตกลงเที่ยวบินร่วม และรายได้จากการขายที่นั่งโดยสารบนเที่ยวบินของสายการบินอื่นซึ่งไม่ได้เป็นเที่ยวบินร่วมแต่ไม่รวมรายได้จากเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบิน และไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมขดเชยค่าน้ำมันและเงินค่าประกันภัยเรียกเก็บจากผู้โดยสาร
- ⁽²⁾ ไม่รวมเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบิน และเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ แต่รวมเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยบริษัทฯ และขายโดยสายการบินอื่น
- ⁽³⁾ ไม่รวมกรุงเทพมหานครตารางการบินในภาคฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคม และตารางการบินในภาคฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคมของทุกปี

เส้นทางสายเหนือ

เป็นเส้นทางที่มีปริมาณผู้โดยสารหนาแน่น ทำกำไรสูงให้บริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ มีจุดบินไปยัง 21 จุดบิน ใน 5 ประเทศ ด้วยความถี่ 251 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ได้แก่ ฮองกง โตเกียว (นาริตะและฮาเนดะ) โอซากา นาโกยา ฟูกูโอกะ ซัปโปโร ไทเป ไช่ มะนิลา ปักกิ่ง ปูซาน เชียงไฮ่ กวางโจว คุนหมิง เซี่ยเหมิน และเฉิงตู

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 3 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ ได้เปิดทำการบินตรงไปยังเมืองเซินไต้ ประเทศญี่ปุ่น จำนวน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

สำหรับจุดบินของการบินไทยสมายล์ ได้แก่ มาเก๊า และ ตั้งแต่ 27 ตุลาคม 2556 การบินไทยสมายล์เปิดทำการบินไปยังฉงชิ่งและฉางชา ประเทศจีน จำนวน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

เส้นทางสายใต้

เป็นเส้นทางที่มีการแข่งขันสูงจากการที่สายการบินต้นทุนต่ำทำการบินด้วยความถี่สูง ได้แก่ ไทยแอร์เอเชีย เจ็ทสตาร์เอเชีย และไทเกอร์แอร์ บริษัทฯ มีจุดบินให้บริการ 5 จุด บิน 3 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ ปีนัง เดนปาซาร์ และจาการ์ตา ด้วยความถี่ 71 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

เส้นทางสายตะวันตก

เส้นทางนี้มีปริมาณผู้โดยสารหนาแน่นสูง มีการเจริญเติบโตที่ดี โดยเฉพาะตลาดหลัก ได้แก่ อินเดีย ในขณะเดียวกัน การแข่งขันทวีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากสายการบินจากอินเดียมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและมุ่งเข้าสู่ประเทศไทย เช่นเดียวกัน

บริษัทฯ มีจุดบินให้บริการ 16 จุดบิน 6 ประเทศ ด้วยความถี่ 113 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ได้แก่ เดลี มุมไบ กัลกัตตา ไฮเดอราบาด บังกาลอร์ ชากา โคลัมโบ การูมาณซู ย่างกุ้ง เจนีวา การากี อิสลามาบัต ลาฮอร์ พาราณสี และพุทธคยา ในส่วนของการบินไทยสมายล์ ทำการบินในเส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-มณฑลเฉย่ จำนวน 5 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ตั้งแต่ 31 มีนาคม 2556 และ เพิ่มเป็นทำการบินทุกวัน ตั้งแต่ 27 ตุลาคม 2556

ทั้งนี้ ตั้งแต่ 20 สิงหาคม 2556 เส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-โคลัมโบ ทำการบินโดยการบินไทยสมายล์แทนสายการบินไทย จำนวน 4 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และเพิ่มเป็นทำการบินทุกวัน ตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2556

เส้นทางสายตะวันออกกลาง

สายการบินตะวันออกกลาง มีความเข้มแข็งด้านเงินทุน ซึ่งเอื้อต่อการขยายฝูงบินและเส้นทางบินได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เป็นเส้นทางที่มีการแข่งขันสูง

บริษัทฯ มีจุดบินให้บริการไปยัง 2 จุดบิน ใน 2 ประเทศ ได้แก่ ดูไบ และมัสกัต ด้วยความถี่ 10 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

เส้นทางสายอินโดจีน

เป็นเส้นทางที่เป็นจุดแข็งของเครือข่ายเส้นทางบินภูมิภาค เนื่องจากมีการเจริญเติบโตที่ดี และมีศักยภาพในการทำกำไรสูง ขณะเดียวกันมีการแข่งขันจากสายการบินต้นทุนต่ำเพิ่มขึ้น รวมถึงสายการบินต่าง ๆ ทำการบินตรงจาก ตะวันออกกลางและยุโรปเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ มีจุดบินให้บริการ 5 จุดบิน 3 ประเทศ ด้วยความถี่ 60 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ได้แก่ เวียงจันทน์ พนมเปญ ฮานอย โฮจิมินห์ซิตี้ ส่วนการบินไทยสมายล์เปิดทำการบินไปหลวงพระบาง จำนวน 4 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ตั้งแต่ 15 ธันวาคม 2556

เส้นทางข้ามทวีป

เส้นทางอเมริกาเหนือ

สำหรับเส้นทางสายนี้เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และมีการแข่งขันสูงมาก การให้บริการเส้นทางบินขึ้นอยู่กับ การเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้ปรับบริการเที่ยวบินไปยังลอสแอนเจลิส โดยมีจุดแวะพักที่สนามบินโซล จำนวน 4 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ด้วยเครื่องบินแบบโบอิง 777-300ER

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับพันธมิตรการบินสตาร์อัลไลแอนซ์ (Star Alliance) ทำเที่ยวบินรหัสร่วมไปยังจุดบินอื่นๆ อาทิ เส้นทางข้ามแปซิฟิก บริษัทฯ ได้ทำเที่ยวบินรหัสร่วมกับบอลลินปอนแอร์เวย์ในเส้นทางจากญี่ปุ่นเข้าอเมริกาเหนือ คือ เส้นทางโตเกียว ไปยังโฮโนลูลู ลอสแอนเจลิส ชิคาโก นิวยอร์ก ซานฟรานซิสโก และวอชิงตัน ดี.ซี. ซีแอตเทิล และ แชนโฮเซ สำหรับเส้นทางข้ามแอตแลนติก บริษัทฯ ได้ทำการบินรหัสร่วมกับสายการบินลุฟท์ฮันซา โดยมี แฟรงค์เฟิร์ตเป็นศูนย์กลางไปยังนิวยอร์ก แอตแลนตา ไมอามี ชิคาโก ดัลลัส และวอชิงตัน ดี.ซี. และ 3 จุดบินในประเทศแคนาดา โดยร่วมมือกับสายการบินแอร์แคนาดา ไปยังโตรอนโต มอนทรีออล และแวนคูเวอร์ รวมทั้งหมด 14 จุดบินใน 2 ประเทศ

ข้อมูลเส้นทางอเมริกาเหนือ

	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
รายได้จากการขนส่งผู้โดยสาร (ล้านบาท) ⁽¹⁾	2,187.2	2,283.8	3,087.0
ร้อยละของรายได้การขนส่งผู้โดยสารรวม (%)	1.6	1.7	2.4
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPKs) (ล้านคน-กม.) ⁽²⁾	1,370.0	1,309.2	1,512.6
ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (ASKs) (ล้านที่นั่ง-กม.) ⁽²⁾	1,937.3	1,679.7	2,080.7
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (%)	70.7	77.9	72.7
จำนวนจุดหมายปลายทางที่ให้บริการตามตารางการบิน (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	1/1	1/1	1/1
จำนวนของเที่ยวบินแบบประจำ (เที่ยวบินต่อสัปดาห์) (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	4/4	4/4	7/7

หมายเหตุ:

- (1) รวมรายได้จากเที่ยวบินแบบประจำรายได้ค่าน้ำหนักส่วนเกินรายได้สุทธิจากการแลกเปลี่ยนการรับขนส่งผู้โดยสารสุทธิจากเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ ตามความตกลงเที่ยวบินร่วม และรายได้จากการขายที่นั่งโดยสารบนเที่ยวบินของสายการบินอื่นซึ่งไม่ได้เป็นเที่ยวบินร่วมแต่ไม่รวมรายได้จากเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมขดเค้นค่าน้ำมันและเงินค่าประกันภัยเรียกเก็บจากผู้โดยสาร
- (2) ไม่รวมเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ แต่รวมเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยบริษัทฯ และขายโดยสายการบินอื่น
- (3) ไม่รวมกรุงเทพมหานครตารางการบินในภาคฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคมและตารางการบินในภาคฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคมของทุกปี

เส้นทางยุโรป

บริษัทฯ มีบริการเที่ยวบินไปยัง 13 จุดบินใน 11 ประเทศของภูมิภาคยุโรป ได้แก่ ลอนดอน แฟรงก์เฟิร์ต ปารีส โรม โคเปนเฮเกน สตอกโฮล์ม ซูริก มินนิค บรัสเซลส์ มิลาน มาดริด มอสโก และออสโล ด้วยความถี่รวม 95 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และนำเครื่องบินแบบแอร์บัส A380 ทำการบินเส้นทางกรุงเทพฯ-ปารีส ตั้งแต่วันที่ 31 มีนาคม 2556 โดยได้มีการปรับลดเที่ยวบินในเส้นทางกรุงเทพฯ-ปารีส เหลือ 7 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เพื่อให้จำนวนที่นั่งเพิ่มมากขึ้นไป

สำหรับตลาดที่บริษัทฯ ไม่ได้เปิดทำการบินโดยตรง ทั้งในยุโรปและสหราชอาณาจักร บริษัทฯ ได้ทำความร่วมมือกับสายการบินพันธมิตรในการให้บริการเส้นทางบินโดยใช้เที่ยวบินรหัสร่วม (Code Sharing) ซึ่งครอบคลุม 49 จุดบิน ใน 16 ประเทศ

ข้อมูลเส้นทางยุโรป

	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
รายได้จากการขนส่งผู้โดยสาร (ล้านบาท) ⁽¹⁾	35,036.2	33,993.8	36,911.2
ร้อยละของรายได้จากการขนส่งผู้โดยสารรวม (%)	25.7	25.5	28.8
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPKs) (ล้านคน-กม.) ⁽²⁾	21,585.6	21,136.5	20,710.8
ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (ASKs) (ล้านที่นั่ง-กม.) ⁽²⁾	28,964.6	27,300.2	28,863.2
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (%)	74.5	77.4	71.8
จำนวนจุดหมายปลายทางที่ให้บริการตามตารางการบิน (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	13/13	13/13	13/13
จำนวนของเที่ยวบินแบบประจำ (เที่ยวบินต่อสัปดาห์) (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	93/85	92/87	90/88

หมายเหตุ:

- ⁽¹⁾ รวมรายได้จากเที่ยวบินแบบประจำ รายได้ค่าน้ำหนักส่วนเกิน รายได้สุทธิจากการแลกเปลี่ยนการรับขนส่งผู้โดยสารสุทธิจากเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ ตามความตกลงเที่ยวบินร่วม และรายได้จากการขายที่นั่งโดยสารบนเที่ยวบินของสายการบินอื่นซึ่งไม่ได้เป็นเที่ยวบินร่วมแต่ไม่รวมรายได้จากเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมขดเชยค่าน้ำมันและเงินค่าประกันภัยเรียกเก็บจากผู้โดยสาร
- ⁽²⁾ ไม่รวมเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ แต่รวมเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยบริษัทฯ และขายโดยสายการบินอื่น
- ⁽³⁾ ไม่รวมกรุงเทพมหานคร ตารางการบินในภาคฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคม และตารางการบินในภาคฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคมของทุกปี

เส้นทางออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

ในภาคพื้นออสเตรเลีย บริษัทฯ ให้บริการ 5 จุดบินใน 2 ประเทศ ได้แก่ ซิดนีย์ เมลเบิร์น บริสเบน เพิร์ธ ในออสเตรเลีย และ โอ๊คแลนด์ ในนิวซีแลนด์ ด้วยความถี่รวม 48 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดเที่ยวบินรหัสร่วม (Code Sharing) กับสายการบินแอร์นิวซีแลนด์ ซึ่งเป็นสายการบินพันธมิตร โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายการบินของบริษัทฯ เข้ากับเที่ยวบินระหว่างเมืองท่องเที่ยวต่างๆ รวม 7 จุดบิน ใน 2 ประเทศ รวมเส้นทาง ฮองกง-โอ๊คแลนด์

ข้อมูลเส้นทางออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
รายได้จากการขนส่งผู้โดยสาร (ล้านบาท) ⁽¹⁾	16,940.5	16,729.2	15,099.2
ร้อยละของรายได้การขนส่งผู้โดยสารรวม (%)	12.4	12.6	11.8
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPKs) (ล้านคน-กม.) ⁽²⁾	8,192.5	8,363.8	7,422.5
ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (ASKs) (ล้านที่นั่ง-กม.) ⁽²⁾	11,208.3	10,770.0	11,044.2
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (%)	73.1	77.7	67.2
จำนวนจุดหมายปลายทางที่ให้บริการตามตารางการบิน (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	5/5	5/5	5/5
จำนวนของเที่ยวบินแบบประจำ (เที่ยวบินต่อสัปดาห์) (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	43/47	45/40	49/47

หมายเหตุ:

- ⁽¹⁾ รวมรายได้จากเที่ยวบินแบบประจำ รายได้ค่าน้ำหนักส่วนเกิน รายได้สุทธิจากการแลกเปลี่ยนการรับขนส่งผู้โดยสารสุทธิจากเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ ตามความตกลงเที่ยวบินร่วม และรายได้จากการขายที่นั่งโดยสารบนเที่ยวบินของสายการบินอื่นซึ่งไม่ได้เป็นเที่ยวบินร่วมแต่ไม่รวมรายได้จากเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมชดเชยค่าน้ำมันและเงินค่าประกันภัยเรียกเก็บจากผู้โดยสาร
- ⁽²⁾ ไม่รวมเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ แต่รวมเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยบริษัทฯ และขายโดยสายการบินอื่น
- ⁽³⁾ ไม่รวมกรุงเทพมหานคร ตารางการบินในภาคฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคม และตารางการบินในภาคฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคมของทุกปี

เส้นทางแอฟริกา

บริษัทฯ ทำการบินจากกรุงเทพฯ ไปโจฮันเนสเบิร์ก สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ จำนวน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

ข้อมูลเส้นทางแอฟริกา

	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
รายได้จากการขนส่งผู้โดยสาร (ล้านบาท) ⁽¹⁾	781.1	871.4	912.2
ร้อยละของรายได้การขนส่งผู้โดยสารรวม (%)	0.6	0.7	0.7
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPKs)(ล้านคน-กม.) ⁽²⁾	619.7	639.3	585.9
ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (ASKs) (ล้านที่นั่ง-กม.) ⁽²⁾	907.8	823.8	881.5
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (%)	68.3	77.6	66.5
จำนวนจุดหมายปลายทางที่ให้บริการตามตารางการบิน (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	1/1	1/1	1/1
จำนวนของเที่ยวบินแบบประจำ (เที่ยวบินต่อสัปดาห์) (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	3/4	3/3	4/3

หมายเหตุ:

- (1) รวมรายได้จากเที่ยวบินแบบประจำ รายได้ค่าน้ำหนักส่วนเกิน รายได้สุทธิจากการแลกเปลี่ยนการรับขนส่งผู้โดยสารสุทธิจากเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ ตามความตกลงเที่ยวบินร่วม และรายได้จากการขายที่นั่งโดยสารบนเที่ยวบินของสายการบินอื่นซึ่งไม่ได้เป็นเที่ยวบินร่วมแต่ไม่รวมรายได้จากเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมขดเขยค่าน้ำมันและเงินค่าประกันภัยเรียกเก็บจากผู้โดยสาร
- (2) ไม่รวมเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ แต่รวมเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยบริษัทฯ และขายโดยสายการบินอื่น
- (3) ไม่รวมกรุงเทพมหานคร ตารางการบินในภาคฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคม และตารางการบินในภาคฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคมของทุกปี

2.1.3 การบริการลูกค้า

การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น นอกจากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอย่างคุณภาพและราคาสินค้าแล้ว ยังมีอีกปัจจัยที่มองข้ามไม่ได้ นั่นคือ การบริการลูกค้า (Customer Service) ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ

ในปี 2556 บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการในทุกจุดสัมผัสอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้สัมผัสประสบการณ์การบินที่โดดเด่นงดงามผสมผสานเอกลักษณ์ของความเป็นไทย เริ่มตั้งแต่การบริการก่อนเที่ยวบิน (Pre-flight Services) การบริการบนเที่ยวบิน (In-flight Services) ไปจนถึงการให้บริการหลังเที่ยวบิน (Post-flight Services) โดยมีแผนการดำเนินงาน แนวคิดและภาพลักษณ์ที่ชัดเจนภายใต้นโยบายการบริการจากใจ (Service from the Heart) ซึ่งพนักงานการบินไทยทุกคนยึดมั่นมาตลอด 5 ทศวรรษของการ

ให้บริการ ด้วยตระหนักดีว่าคุณภาพของการบริการลูกค้าเป็นปัจจัยหลัก สู่ความสำเร็จของภารกิจการให้บริการการขนส่ง และขับเคลื่อนให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันกับสายการบินคู่แข่งได้อย่างยั่งยืน

เพื่อเน้นย้ำถึงการบริการที่เป็นเลิศ สม่าเสมอ และเป็นไปตามมาตรฐานที่ตกลงไว้ บริษัทฯ มีการกำหนดขั้นตอนการให้บริการ (Service Operation Procedure) ในทุกจุดบริการหลัก และจัดทำข้อตกลงระดับการบริการ (Service Level Agreement) ครอบคลุมทุกจุดสัมผัสลูกค้า (Customer Touch Point) ตั้งแต่การทำการสำรองที่นั่ง จนเสร็จสิ้นการเดินทางที่จุดหมายปลายทาง รวมทั้งตรวจประเมินการให้บริการทุกจุดเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แน่ใจได้ว่าลูกค้าของการบินไทยได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตลอดการเดินทาง

การประเมินผลและการกำกับดูแล ข้อตกลงระดับการบริการที่ดี นอกจากเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเดินทาง (Customer Experience) ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจภักดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัทฯ (Brand Loyalty) อันเป็นการรักษาลูกค้าเดิมให้กลับมาใช้บริการอีกแล้วยังช่วยให้เกิดการตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) โดยเฉพาะจากผู้บริโภคที่ขอบพูดถึงแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ใดๆ ทาง Social Media (Brand Advocates) ทั้งหลาย สำหรับรายละเอียดของการพัฒนาการบริการลูกค้าในแต่ละขั้นตอน มีดังนี้

ด้านการบริการก่อนเที่ยวบิน

บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ หรือ Electronic and Mobile Service เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางได้ง่ายขึ้น อาทิ ข้อมูลการจองบัตรโดยสาร การตรวจสอบรายละเอียดเกี่ยวกับเที่ยวบิน ตารางบิน รวมทั้งการเช็คอินผ่าน SMS การเช็คอินโดยใช้ 2D Barcode และการสั่งพิมพ์บัตรโดยสารขึ้นเครื่องบินตั้งแต่ที่บ้าน (Home Print Boarding Pass)

ด้านการบริการบนเครื่องบิน

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน รวมถึงอาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการในหลากหลายรูปแบบ อาทิ อาหารยอดนิยมของแต่ละท้องถิ่น อาหารไทย เครื่องดื่มสมุนไพร และเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล

สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ อาทิ ที่นั่ง และอุปกรณ์ระบบสาระบันเทิง ในปี 2556 บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงเครื่องบินเก่า ได้แก่ เครื่องบินแบบโบอิง 747-400 จำนวน 3 ลำ ซึ่งในปี 2555 ดำเนินการแล้วเสร็จจำนวน 3 ลำ เครื่องบินแบบโบอิง 777-200 เพิ่มอีกจำนวน 4 ลำ จากที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จจำนวน 4 ลำ ในปี 2555 นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการออกแบบตกแต่งภายในห้องโดยสาร รวมถึงผลิตภัณฑ์บนเครื่องบิน (Service Items) ของเครื่องบินใหม่ ได้แก่ เครื่องบินแบบโบอิง 777-300ER โบอิง 787 และเครื่องบินแบบแอร์บัส A350-900 ตามแนวคิด THAI Contemporary ซึ่งในปี 2556 บริษัทฯ ได้รับมอบเครื่องบินแบบโบอิง 777-300ER แล้ว จำนวน 6 ลำ จะได้รับมอบอีก 3 ลำ ในปี 2557 เครื่องบินแบบโบอิง 787 จะได้รับมอบในปี 2557 จำนวน 4 ลำ ส่วนเครื่องบินแบบแอร์บัส A350-900 จะได้รับมอบลำแรกในปี 2559

อุปกรณ์และบริการ

บริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์และแผนงานด้านการให้บริการเพื่อตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า เพิ่มขีดความสามารถให้พร้อมต่อการแข่งขัน เพิ่มความสะดวกสบายโดยรวมให้แก่ผู้โดยสารมากขึ้น โดยที่นั่งรุ่นใหม่จะกว้างขึ้น มีความสะดวกสบายสูง มีจอภาพส่วนตัวในทุกที่นั่ง นอกจากนี้ ยังตกแต่งห้องนำให้มีความทันสมัยสวยงามและกว้างขวาง

ขึ้น พร้อมด้วยอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ระบบการรับฟังเพลงและภาพยนตร์แบบเลือกชมได้ On-demand) และมีรายการบันเทิงให้ผู้โดยสารเลือกอย่างหลากหลาย ดังมีรายละเอียด ดังนี้

1) การปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของที่นั่งโดยสารและระบบสาระบันเทิง

วัตถุประสงค์หลักของการปรับปรุงอุปกรณ์ในเครื่องบินของบริษัท คือ การปรับปรุงอุปกรณ์ในเครื่องบินทุกลำที่เป็นแบบเดียวกัน ให้มีที่นั่งโดยสารและระบบสาระบันเทิงลักษณะเดียวกันในแต่ละชั้นโดยสาร

การปรับปรุงที่นั่ง

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้ทำการปรับปรุงที่นั่งทุกชั้นโดยสารของเครื่องบินแบบโบอิง 747-400 (ลำที่ 13-18) เพิ่มเติมจากปี 2555 จำนวน 3 ลำ รวมทั้งสิ้น 6 ลำ โดยติดตั้งเก้าอี้พร้อมจอภาพส่วนตัวและระบบสาระบันเทิงแบบ On-demand และปรับปรุงที่นั่งโดยสารในชั้นประหยัด ของเครื่องบินโบอิง 777-200 เพิ่มอีกจำนวน 4 ลำ รวมทั้งสิ้น 8 ลำ โดยติดตั้งจอภาพส่วนตัวพร้อมระบบสาระบันเทิงแบบ On-demand

การพัฒนาทางด้านระบบสาระบันเทิง

บริษัทฯ ได้ปรับปรุงระบบสาระบันเทิงทั้งด้านภาพและเสียงบนเครื่องบินในเส้นทางระหว่างประเทศทุกลำ เพื่อให้มีคุณภาพสูง ทันสมัยและได้มาตรฐานเดียวกันทั้งหมด โดยจะมีจอภาพส่วนตัวในทุกชั้นโดยสาร ระบบเพลงและภาพยนตร์แบบเลือกชมได้ (On-demand) และมีรายการบันเทิงให้ผู้โดยสารเลือกอย่างหลากหลาย รวมทั้งเกมส์ ข้อมูล และภาพเส้นทางบิน

- พัฒนา ปรับปรุง Software รองรับจำนวน Content ที่เพิ่มขึ้น อาทิ e-Menu และ e-Shopping
- ให้บริการ Portable AVOD Player แก่ผู้โดยสารชั้นธุรกิจ สำหรับเที่ยวบินที่มีชั่วโมงบินมากกว่า 4 ชั่วโมง ซึ่งให้บริการด้วย เครื่องบินแอร์บัส A330-300 ที่ไม่มีระบบสาระบันเทิงแบบเลือกชมได้ (On-demand) และใช้เป็นอุปกรณ์สำรองบนเครื่องบินแอร์บัส A340-600 และโบอิง 747-400 ในกรณีที่ระบบสาระบันเทิงขัดข้อง

2) การติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับธุรกิจและการสื่อสาร

บริษัทฯ ได้ดำเนินการขออนุมัติการเปิดใช้งานระบบสื่อสารบนเครื่องบินจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติซึ่งในเครื่องบินใหม่แบบแอร์บัส A330-300 จำนวน 7 ลำ เครื่องบินใหม่แบบแอร์บัส A380-800 จำนวน 6 ลำ โดยได้มีการติดตั้งระบบ In flight Connectivity รองรับไว้แล้ว เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถติดต่อสื่อสารกับภาคพื้นโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนตัวของตนเองในการใช้โทรศัพท์ ส่งข้อความสั้น (SMS/MMS) รวมถึงการใช้ Wi-Fi Internet ได้ สำหรับเครื่องบินแบบโบอิง 747-400 (ลำที่ 13-18) จำนวน 6 ลำ และ เครื่องบินเช่าแบบโบอิง 777-300ER จำนวน 8 ลำ ผู้โดยสารสามารถติดต่อสื่อสารโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนตัวของตนเองในการใช้โทรศัพท์ ส่งข้อความสั้น (SMS/MMS) และ GPRS

2.1.4 การปฏิบัติการบิน ความปลอดภัย ความมั่นคง และมาตรฐานการบิน

ตลอด 5 ทศวรรษที่ผ่านมา ความปลอดภัย (Safety and Security) ในการปฏิบัติการบิน เป็นสิ่งที่บริษัทฯ ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ โดยยึดถือมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล ได้แก่ มาตรฐานของกรมการบินพลเรือน (Department of Civil Aviation : DCA) องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation

Organization : ICAO) หน่วยงานควบคุมความปลอดภัยด้านการบินของยุโรป (European Aviation Safety Agency : EASA) องค์การบริหารการบินแห่งสหรัฐอเมริกา (Federal Aviation Administration : FAA) และการตรวจประเมินความปลอดภัยด้านการปฏิบัติการบินของสมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association : IATA) เป็นแนวทางในการปฏิบัติการบิน

เพื่อความปลอดภัยสูงสุดตลอดการเดินทาง บริษัทฯ มุ่งเน้นการสรรหาบุคลากรการบินคุณภาพระดับสากล มาประจำฝูงบิน และกำหนดให้พนักงานเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง โดยการคัดเลือกต้องผ่านการตรวจสอบความพร้อมทั้งร่างกาย จิตใจ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และพฤติกรรม (Behavior) และบททดสอบด้านต่างๆ อาทิ การประเมินความถนัด (Aptitude Test) จิตวิทยาการบิน (Aviation Psychology) การทดสอบความสามารถและทักษะการบิน รวมทั้งหลักสูตรอบรมอีกหลายขั้นตอน โดยเฉพาะการฝึกแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ เช่น ปัญหาจากเครื่องยนต์ ไฟไหม้ สภาพอากาศแปรปรวน รวมถึงการร่อนลงจอดในสถานการณ์คับขัน เป็นต้น โดยใช้เครื่องฝึกบินจำลอง (Flight Simulator) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้บุคลากรเกิดความชำนาญ และสามารถประยุกต์ใช้สิ่งที่ได้เรียนรู้ในการปฏิบัติการบินจริงอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการบริการลูกค้าด้วยความเป็นเลิศ มีการฝึกอบรมพนักงานต้อนรับอย่างสม่ำเสมอ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ครอบคลุมหลักสูตรการดูแลความปลอดภัยและการให้บริการแก่ผู้โดยสาร เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความชำนาญระดับมืออาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ โดยฝ่ายบริการบนเครื่องบินจะทำการตรวจติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาศักยภาพแต่ละด้านของพนักงานให้ตรงตามความจำเป็น เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการบนเครื่องบิน ให้สนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้โดยสารได้อย่างต่อเนื่อง

ในฐานะสายการบินรักษ์สิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ตระหนักถึงการรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ โดยสร้างมาตรการกระตุ้นให้สายการบินในภูมิภาคพิจารณาใช้เชื้อเพลิงอากาศยานชีวภาพ (Biofuels) เพื่อลดการพึ่งพาน้ำมันอากาศยานที่ผลิตจากฟอสซิลและลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศ พร้อมกับเร่งผลักดันให้มีการพัฒนาการผลิตเชื้อเพลิงอากาศยานชีวภาพสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมการบิน

โดยภาพรวมบริษัทฯ ยึดมาตรฐานด้านความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล และมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการบริการบนเครื่องบินอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาการปฏิบัติการบินให้มีประสิทธิภาพ คงไว้ซึ่งความพึงพอใจแก่ผู้โดยสารเพื่อให้เกิดความภักดีในสินค้า (Brand Loyalty)

การรักษามาตรฐาน คุณภาพ ความปลอดภัย ความมั่นคง และมาตรฐานการบิน (Aviation Safety, Security and Standards) ให้เป็นไปตามมาตรฐาน กฎเกณฑ์ ข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้องในระดับสากลนั้น ถือเป็นปัจจัยและคุณค่าหลักที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องในการดำเนินการธุรกิจการบินของบริษัทฯ และได้ดำเนินนโยบายเชิงรุกในการดำเนินงานด้านความปลอดภัย ความมั่นคง และมาตรฐานการบิน และพัฒนาคุณภาพของมาตรฐานในกระบวนการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในทุกกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ

ในปี 2556 บริษัทฯ เน้นรักษามาตรฐานและข้อพึงปฏิบัติ (Standard and Recommended Practices : SARP) ขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization : ICAO) ที่กำหนดให้สายการบินต้องดำเนินการจัดให้มีระบบบริหารความปลอดภัย (Safety Management System : SMS) อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทฯ

ได้ปรับปรุงคู่มือความปลอดภัยและคุณภาพ (THAI Safety and Quality Manual : TSQM) ซึ่งเป็นคู่มือความปลอดภัยและคุณภาพที่ครอบคลุมทั้งฝ่ายปฏิบัติการบินและหน่วยธุรกิจทั้งหมดอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของการดำเนินงานด้านความมั่นคงการบิน (Aviation Security) บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามมาตรฐานข้อกำหนดขององค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศ และต่างประเทศอย่างเคร่งครัด ได้แก่ องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization : ICAO) กรมการบินพลเรือน (Department of Civil Aviation, Thailand : DCA), Transportation Security Administration (TSA) Department of Homeland Security ป ระเทศสหรัฐอเมริกา Office of Transport Security (OTS) ประเทศออสเตรเลีย European Union (EU) Regulations และ IATA Operation Safety Audit (IOSA) รวมถึงกฎเกณฑ์ ข้อบังคับ ข้อกำหนดของทุกประเทศที่บริษัทฯ ทำการบิน บริษัทฯ มีระบบการบริหารจัดการด้านความมั่นคงการบิน (Security Management System : SeMS) ที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกันอย่างทั่วถึงทั้งองค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านความมั่นคงการบินอยู่ในระดับมาตรฐานสากล

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการเหตุฉุกเฉินและภาวะวิกฤติ (Emergency & Crisis Response) อย่างเข้มงวด ยึดหลักกฎหมาย ข้อบังคับ ระหว่างประเทศ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการแก่หน่วยงานภายใน และสถานการณ์การบินของบริษัทฯ เพื่อสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง พร้อมรับมือกับเหตุฉุกเฉินที่จะเกิดขึ้น โดยศูนย์ปฏิบัติการภาวะวิกฤติ (Crisis Management Operation Center : CMOC) ของบริษัทฯ ซึ่งทำหน้าที่เฝ้าระวังเหตุที่อาจเป็นภัยคุกคามต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ตลอด 24 ชม. อีกทั้งยังมีศูนย์ปฏิบัติการของชุดให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประสบภัยฯ (Family Assistance & Support Team: FAST center) ในเที่ยวบินของบริษัทฯ และสายการบินพันธมิตรด้วย

จากมาตรฐานด้านความปลอดภัย ความมั่นคง และมาตรฐานการบินที่มีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทฯ มีความพร้อมในการดูแล บริหารจัดการและรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังจะเห็นได้จากการดูแล บริหารจัดการกรณีเที่ยวบิน TG600 วันที่ 30 สิงหาคม 2556 เส้นทางกรุงเทพฯ – ฮองกง ปะทะสภาพอากาศแปรปรวนก่อนลงจอดที่ท่าอากาศยานฮ่องกง และกรณีเที่ยวบิน TG679 วันที่ 8 กันยายน 2556 เส้นทางกวางโจว-กรุงเทพฯ เกิดเหตุเครื่องบินไถลออกนอกทางวิ่งขณะลงจอดที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นต้น

รายละเอียดของมาตรฐานสากลที่ฝ่ายต่าง ๆ และหน่วยงานธุรกิจของบริษัทฯ ได้รับมีดังนี้

ใบรับรองมาตรฐานสากล	ฝ่ายหรือหน่วยงานธุรกิจ	วันหมดอายุ
IOSA (IATA Operational Safety Audit - มาตรฐานการตรวจประเมินความปลอดภัยด้านการปฏิบัติการจากสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ)	ได้รับการรับรองภาพรวมทั้งบริษัท	28 พฤษภาคม 2557
ISO 9001:2008 (ระบบบริหารงานคุณภาพ)	ฝ่ายบริหารทั่วไป ฝ่ายพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร ฝ่ายช่าง ฝ่ายพาณิชย์สินค้าและไปรษณียภัณฑ์ ฝ่ายบริการลานจอดและอุปกรณ์ภาคพื้น ฝ่ายครัวการบิน	6 ตุลาคม 2558 1 พฤษภาคม 2558 27 พฤษภาคม 2559 30 มิถุนายน 2557 15 ธันวาคม 2557 8 มีนาคม 2557
ISO 14001:2004 (ระบบจัดการสิ่งแวดล้อม)	ฝ่ายบริหารทั่วไป (สำนักงานใหญ่ สำนักงานหลักสี่ สำนักงานหลานหลวง ศูนย์ปฏิบัติการ ที่สนามบินสุวรรณภูมิ กิจการบริการ ลูกค้าภาคพื้นที่ยุทธศาสตร์) ฝ่ายช่าง ฝ่ายครัวการบิน	23 เมษายน 2559 9 มิถุนายน 2559 1 กันยายน 2558
ISO 50001:2011 (ระบบการจัดการด้านพลังงาน)	ฝ่ายบริหารทั่วไป (สำนักงานใหญ่ สำนักงานหลักสี่ สำนักงานหลานหลวง ศูนย์ปฏิบัติการ ที่สนามบินสุวรรณภูมิ กิจการบริการ ลูกค้าภาคพื้นที่ยุทธศาสตร์)	20 มิถุนายน 2559
OHSAS 18001:2007 (มาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย)	ฝ่ายครัวการบิน	3 สิงหาคม 2557

ใบรับรองมาตรฐานสากล	ฝ่ายหรือหน่วยงานธุรกิจ	วันหมดอายุ
HALAL (มาตรฐานฮาลาล)	ฝ่ายครัวการบิน	31 ธันวาคม 2556 (อยู่ระหว่างดำเนินการ ต่อการรับรอง)
HACCP Hazard Analysis and Critical Control Points ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม ในการผลิตอาหาร	ฝ่ายครัวการบิน	8 มีนาคม 2557
GMP (Good manufacturing practice) ระบบการ จัดการสุขลักษณะที่ดีในสถานประกอบการ	ฝ่ายครัวการบิน	8 มีนาคม 2557
FAR 145 (Federal Aviation Regulations 145) FAA Repair Station (Federal Aviation Administration) หน่วยซ่อมองค์การบริหารการบินแห่งประเทศ สหรัฐอเมริกา	ฝ่ายช่าง (สนามบินดอนเมืองและสนามบิน สุวรรณภูมิ) (สนามบินอู่ตะเภา)	31 ตุลาคม 2557 31 ตุลาคม 2557
RSC 13 Thai DCA Repair Station 145 (Department of Civil Aviation, Thailand) หน่วยซ่อม กรรมการบินพลเรือน	ฝ่ายช่าง (สนามบินสุวรรณภูมิ) (สนามบินดอนเมือง) (สนามบินอู่ตะเภา)	25 กันยายน 2558 31 ตุลาคม 2557 31 ตุลาคม 2558
EASA Part-145 (European Aviation Safety Agency - Approved Maintenance Organization) หน่วยซ่อมองค์การความร่วมมือด้านการบินในกลุ่ม สหภาพยุโรป	ฝ่ายช่าง	23 มิถุนายน 2557

สิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมการลงทุน

ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2547 บริษัทฯ ในฐานะรัฐวิสาหกิจซึ่งดำเนินการในรูปแบบของบริษัทมหาชน ได้รับความเห็นชอบให้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนสำหรับการลงทุนส่วนเพิ่มในกิจการการขนส่งทางอากาศและกิจการสนับสนุนการบินอื่นๆ ได้ ยกเว้นส่วนกิจการสนับสนุนการบิน ณ สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ เนื่องจาก บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้บริหารสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิเป็นผู้ได้รับสัมปทานในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวจากภาครัฐ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนสำหรับจัดหาเครื่องบินต่อสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เมื่อเดือนเมษายน 2550 โดยยื่นขอรับการส่งเสริมตามปีที่มีการรับมอบเครื่องบิน ตามประเภทของเครื่องบิน ณ สิ้นปี 2556 บริษัทฯ ได้ยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนและได้รับสิทธิบัตรส่งเสริมการลงทุนเรียบร้อยแล้ว รวมทั้งสิ้น 25 สิทธิบัตรสำหรับเครื่องบินจำนวน 75 ลำ ที่มีกำหนดรับมอบ ตั้งแต่ปี 2552 ถึงปี 2560 ดังนี้

สิทธิบัตรที่	บัตรเลขที่	ประเภทเครื่องบิน	วิธีการจัดหาเครื่องบิน	จำนวนเครื่องบิน (ลำ)
1	1214 (2) / 2552	A330-300	Financial Lease	3
2	1874 (2) / 2552	A330-300	Financial Lease	2
3	1446 (2) / 2554	A330-300	Financial Lease	3
4	1178 (2) / 2555	A330-300	Financial Lease	2
5	1627 (2) / 2555	A330-300	Financial Lease	3
6	2006 (2) / 2555	A320-200	Operating Lease	4
7	2576 (2) / 2555	B777-300ER	Operating Lease	2
8	2577 (2) / 2555	A380-800	Financial Lease	3
9	1220 (2) / 2556	A330-300	Financial Lease	2
10	1221 (2) / 2556	A380-800	Financial Lease	3
11	1222 (2) / 2556	A320-200	Operating Lease	2
12	1590 (2) / 2556	B777-300ER	Operating Lease	6
13	2355 (2) / 2556	A320-200	Operating Lease	4
14	2356 (2) / 2556	A320-200	Operating Lease	5
15	2357 (2) / 2556	B777-300ER	Financial Lease	3
16	2358 (2) / 2556	B787-8	Operating Lease	4
17	2359 (2) / 2556	A320-200	Financial Lease	2
18	2360 (2) / 2556	B777-300ER	Financial Lease	3
19	2361 (2) / 2556	A320-200	Financial Lease	3
20	2362 (2) / 2556	B787-8	Operating Lease	2
21	2363 (2) / 2556	A350-900	Operating Lease	2
22	2364 (2) / 2556	A350-900	Financial Lease	2

สิทธิบัตรที่	บัตรเลขที่	ประเภทเครื่องบิน	วิธีการจัดหาเครื่องบิน	จำนวนเครื่องบิน (ลำ)
23	2365 (2) / 2556	A350-900	Operating Lease	6
24	2366 (2) / 2556	B787-9	Operating Lease	2
25	2367 (2) / 2556	A350-900	Financial Lease	2

สิทธิประโยชน์จากการได้รับการส่งเสริมการลงทุน คือการได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการดำเนินงานด้วยเครื่องบินที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เป็นระยะเวลา 8 ปี (นับจากวันที่เครื่องบินเริ่มมีรายได้จากการดำเนินงาน) โดยจำนวนเงินที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนี้รวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนจัดหาเครื่องบินแต่ละลำในกรณีที่ดำเนินงานขาดทุนในระหว่างเวลาได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สามารถนำผลขาดทุนประจำปีที่เกิดขึ้นในระหว่างเวลาที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน 8 ปี ไปหักออกจากกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นภายหลังระยะเวลา 8 ปี นี้ มีกำหนดเวลาไม่เกิน 5 ปีนับแต่วันพ้นกำหนด 8 ปี โดยจะเลือกหักจากกำไรสุทธิของปีใดปีหนึ่งหรือหลายปีก็ได้

บริษัทฯ ได้ยื่นขอใช้สิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล จากผลประกอบการปี 2553 - 2555 และได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลแล้วเป็นจำนวน 1,499.24 ล้านบาท

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน มุ่งเน้นที่ความสามารถเฉพาะด้าน ของบริษัทฯ นำไปสู่การดำเนินงานที่มีความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นในด้านประสิทธิภาพ ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้า นำไปสู่การสร้าง ความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการของบริษัทฯ

2.2.1 นโยบายและลักษณะตลาด

เพื่อให้งานด้านการตลาดและการขายของบริษัทฯ ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพก่อประสิทธิผลสูงสุดบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายด้านการตลาดดังต่อไปนี้

การรักษาส่วนแบ่งการตลาดอย่างเหมาะสมในทุกเส้นทางบิน การบริหารผลผลิต (Production) อย่างสมดุลกับปริมาณความต้องการของตลาดทั้งในและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การกำหนดและปรับเปลี่ยนราคาขายให้ทันต่อสถานการณ์สภาวะการแข่งขัน การเสริมศักยภาพของแต่ละเส้นทางบินทั้งเส้นทางที่เข้าและออกจากประเทศไทย (Inbound & Outbound destination) การบริหารรายได้อย่างมีคุณภาพในแต่ละช่วงเวลาของตลาดโดยมุ่งเน้นการสร้างกำไรสูงสุด (Optimize Revenue Quality) การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านโปรแกรมทัวร์เอื้องหลวง (Royal Orchid Holiday) และโปรแกรมสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส (Royal Orchid Plus) โดยเฉพาะการมุ่งเน้นการขายผ่านอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของ Digital Commerce เป็นต้น

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวปรับเปลี่ยนไปจากเดิมมาก สังเกตได้จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่เปลี่ยนไป การนำกระแสอนไลน์มาเป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลการเดินทางผ่านสื่อและสังคมออนไลน์ ก่อนหน้านี้ผู้โดยสารนิยมใช้บริการผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือติดต่อสายการบินโดยตรง แต่ปัจจุบันพฤติกรรมผู้โดยสารนิยมค้นหาข้อมูลและจองบัตรโดยสารผ่านออนไลน์ด้วยตนเองมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการเข้าถึงโดยเห็นความคุ้มค่าของราคาในการเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือการบริการนั้นๆ

จากพฤติกรรมดังกล่าว ทำให้ทิศทางการตลาดของบริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดเพื่อก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลโดยมุ่งเน้นใช้ช่องทางในโลกออนไลน์ทำการตลาดมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและไลฟ์สไตล์ของผู้โดยสารยุคใหม่ ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคใช้อินเทอร์เน็ตสมาร์ทโฟน และโซเชียลมีเดียต่างๆ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ จึงกลายเป็นการท่องเที่ยวแบบใหม่อย่างเห็นได้ชัดเจนในโลกของการสื่อสารที่ไร้พรมแดนในปัจจุบัน

นอกจากนี้ผู้บริโภค ยังแลกเปลี่ยนรูปถ่ายและวิดีโอคลิปผ่านทางเว็บไซต์โซเชียลมีเดียโดยใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย ซึ่งปัจจุบันโลกเราเป็นยุคของสังคมโซเชียลมีเดีย ที่นักเดินทางต้องการแบ่งปันประสบการณ์ อธิบายเนื้อหาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นความนิยมในการทำธุรกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเดินทาง โดยแสวงหาความคุ้มค่า คุ้มราคาที่จ่ายไป แลกกับเรื่องราวประสบการณ์การเดินทางต่างๆ ที่นำมาบอกเล่าได้อย่างน่าตื่นตาตื่นใจในสังคมออนไลน์กันมากขึ้น

ปี 2556 ภาพรวมของธุรกิจการบินพาณิชย์ยังมีทิศทางที่เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลักสังเกตได้จากการที่สายการบินต่างๆ เพิ่มความถี่ของเที่ยวบิน ขยายเส้นทางการบินใหม่ๆ เพื่อรองรับปริมาณความต้องการการเดินทางของผู้โดยสารที่เพิ่มมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมและคุ้มค่าเงินสูงเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในสถานะที่เศรษฐกิจโลกยังไม่แน่นอน ยังไม่รวมปัจจัยลบต่างๆ เช่น สถานการณ์ทางการเมืองทั้งในประเทศและต่างประเทศ ราคาน้ำมันที่ยังผันผวน ภัยธรรมชาติ เป็นต้น

ในภูมิภาคเอเชียที่มีการขยายตัวในอัตราที่สูงมาก นอกเหนือจากตลาดจีนที่ได้แรงเสริมจากกระแสนิยมในการเดินทางมาประเทศไทยตามรอยภาพยนตร์ Lost in Thailand แม้ว่ารัฐบาลจีนจะออกกฎคุมเข้มเพื่อปราบทัวร์ศูนย์เหรียญ แต่ตลาดจีนมีแนวโน้มเติบโตสูงมากอย่างต่อเนื่อง ด้วยอัตราประชากรจีนที่มากเป็นอันดับหนึ่งของโลก รวมถึงกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวจีนและค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางแต่ละครั้งที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจจีนและระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้น และยังมีการขยายตัวของตลาดใหม่เพิ่มขึ้น เช่น อินเดียและรัสเซีย ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นขยายตลาดที่มีศักยภาพในเส้นทางเกาหลี โดยเชื่อมต่อเส้นทางบินเกาหลีไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาจาก 4 เที่ยวบินเป็น 7 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ การขยายการให้บริการเช่าเหมาลำในเส้นทางรัสเซียจาก 4 เที่ยวบินเป็น 7 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ขยายเส้นทางจากเมืองอื่นๆ ของรัสเซียบินตรงเข้าภูเก็ต เป็นต้น

ส่วนเส้นทางบินที่มีความต้องการในตลาดไม่มาก เพราะเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวสำหรับตลาดยุโรป บริษัทฯ จะลดจำนวนเที่ยวบินลง อาทิ เส้นทางสู่บรัสเซลส์ลดจาก 4 เที่ยวบินเหลือ 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ตลาดแอฟริกา ก็เช่นเดียวกัน ลดเที่ยวบินเหลือ 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เป็นต้น

นอกจากนั้น กระแสการตื่นตัวไปเที่ยวญี่ปุ่นของคนไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหลังจากรัฐบาลญี่ปุ่นได้ประกาศยกเว้นวีซ่าเข้าประเทศญี่ปุ่น บริษัทฯ ได้เปิดเที่ยวบินตรงทุกวันสู่ฮอกไกโดเมื่อปลายปีที่แล้ว เพื่อรองรับการขยายตัวการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ในปีนี้บริษัทฯ เปิดจุดบินเพิ่มโดยบินตรงระหว่างกรุงเทพฯ และเซนไดเมืองที่อยู่ห่างจากโตเกียวไปทางทิศเหนือ 300 กิโลเมตร เป็นจุดหมายปลายทางที่ 7 ในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งตลาดญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง เป็นเส้นทางที่ทำรายได้หลักของบริษัทฯ ปัจจุบันบริษัทฯ ทำการบินไปยังญี่ปุ่น 7 เมืองได้แก่ นาริตะ ฮานะดะ นาโงยา โอซากา ฟูกูโอกะ ซัปโปโร และไปกลับ กรุงเทพฯ-เซนได ลำสุด สัปดาห์ละ 3 เที่ยวบิน โดยเริ่มทำการบินตั้งแต่วันที่ 3 ธันวาคม 2556 เป็นต้นไป

ปัจจัยถัดมาเกิดจากแรงผลักดันกระแสการตื่นตัวของประเทศไทยในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2558 นี้ ก่อให้เกิดการเดินทางเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคและระหว่างประเทศอาเซียนมากขึ้น รวมถึงก่อให้เกิดการขยายตัวของตลาดท่องเที่ยวในประเทศอาเซียนอีกด้วย ดูได้จากประเทศสายการบินในตะวันออกกลางเอมิเรตส์ได้ใช้ประเทศไทยเป็น Hub เพราะแผนที่ตั้งภูมิศาสตร์ของไทยมีโอกาสดิบโตสูงหลังจากเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้การเปิดเสรีการบินอาเซียนส่งผลให้ธุรกิจการบินในภูมิภาคนี้ตื่นตัวอย่างมาก เกิดการเพิ่มเที่ยวบินและขยายเส้นทางบินมายังประเทศไทยและประเทศในกลุ่มอาเซียน รวมถึงเส้นทางบินระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนด้วยกันมากยิ่งขึ้น ส่วนกระแส AEC ส่งผลทำให้ประเทศในอาเซียนกลายเป็นที่สนใจของนานาประเทศและกลายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ

อีกปัจจัยหนึ่งคือการขยายตัวของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carrier) ทั้งในประเทศและในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกอย่างต่อเนื่อง สายการบินต้นทุนต่ำใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาถูก ลดต้นทุน เป็นแรงจูงใจในตลาดส่งผลให้จำนวนผู้โดยสารมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้สายการบินต้นทุนต่ำรายล่าสุด ไทยไลอ้อนแอร์ของกลุ่มยักษ์ใหญ่ในอินโดนีเซียซึ่งเริ่มเปิดให้บริการในประเทศไทยปลายปี 2556

ความร่วมมือกับพันธมิตรการบินสตาร์อัลไลแอนซ์

การเป็นส่วนหนึ่งของพันธมิตรการบินที่ใหญ่และมีความเข้มแข็งที่สุด สามารถตอบสนองความต้องการผู้โดยสารในการเดินทางในโลกไร้พรมแดนได้อย่างรวดเร็วสะดวกสบายตรงตามความต้องการของลูกค้า

นอกเหนือจากการพัฒนาฝูงบินให้ทันสมัย และเพิ่มความสะดวก/ความถี่ของเที่ยวบินไปยังตลาดที่มีศักยภาพแล้วความร่วมมือกับพันธมิตรการบินฯก็เป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่บริษัทฯ ใช้เพื่อตอบสนองสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน โดยการดำเนินกลยุทธ์เพื่อเพิ่มรายได้จากการขายภาคธุรกิจระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายของสตาร์อัลไลแอนซ์ และการทุ่มเทความร่วมมือในการดำเนินโครงการหลักๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าสูงสุดให้แก่ลูกค้า และการประสานผลประโยชน์ร่วมกันของสมาชิก ได้แก่ การให้บริการลูกค้าร่วมกัน (Common Customer Servicing) การเพิ่มสิทธิประโยชน์เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าที่เป็นสมาชิกโปรแกรมสะสมไมล์ (Frequent Flyer Program Benefits & Recognition) การตรวจรับบัตรโดยสารเพียงครั้งเดียวตลอดเส้นทางการบิน (Through Check-in) การให้บริการพิเศษด้านสัมภาระแก่ลูกค้าคนสำคัญ (Priority Baggage Delivery) เป็นต้น ดังนั้นบริษัทฯ ในฐานะหนึ่งในสมาชิกผู้ร่วมก่อตั้งเครือข่ายพันธมิตรการบินสตาร์อัลไลแอนซ์ในปี 2540 มีความยินดีในการต้อนรับสายการบินอี วี เอแอร์ของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเข้าเป็นพันธมิตรการบินรายล่าสุดในกลุ่มสตาร์อัลไลแอนซ์ ซึ่งถือเป็นสมาชิกลำดับที่ 28 ล่าสุดทำให้พันธมิตรการบินสตาร์อัลไลแอนซ์มีสายการบินในกลุ่มทั้งหมด 28 สายการบินประกอบด้วยสายการบินเอเอเรีย สายการบินเอเจียน สายการบินแคนาดา สายการบินไชน่า สายการบินนิวซีแลนด์ สายการบินฮอลแลนด์ สายการบินเอเชียนา สายการบินออสเตรเลีย สายการบินเอวียงกา สายการบินบรัสเซลล์ สายการบินโคปา สายการบินโครเอเชีย สายการบินอีอีปดี สายการบินเอธิโอเปีย สายการบินล็อตโปแลนด์ สายการบินลูฟท์ฮันซ่า สายการบินสแกนดิเนเวียน สายการบินเซินเจิ้น สายการบินสิงคโปร์ สายการบินเซาธ์แอฟริกา สายการบินสวิสอินเตอร์เนชันแนล สายการบินแทม สายการบินแทปโปรตุเกส การบินไทย สายการบินตุรกี สายการบินยูไนเต็ด และสายการบินยูเอส โดยมีเครือข่ายการบินครอบคลุมกว้างขวางทั่วโลกมากยิ่งขึ้นถึง 1,329 สนามบินใน 194 ประเทศ ด้วยเที่ยวบิน 21,900 เที่ยวบินต่อวัน มีห้องรับรองพิเศษรองรับผู้โดยสารทั่วโลกไม่น้อยกว่า 1,000 แห่ง ครอบคลุมเป็นพันธมิตรการบินที่ใหญ่ มีเครือข่ายการบินกว้างขวางครอบคลุมทั่วโลกมากที่สุดในขณะนี้

การมีภาพลักษณ์ของสายการบินระดับโลก (Global Brand Image) กว้างขวางไปไกลแม้ในจุดบินหรือในภูมิภาคที่บริษัท มิได้ทำการบินไปถึง ถือเป็นความภาคภูมิใจที่สายการบินสมาชิกทุกสาย รวมทั้งบริษัท การบินไทยได้เป็นส่วนหนึ่งของพันธมิตรการบินที่ใหญ่และมีความเข้มแข็งที่สุด สามารถตอบสนองความต้องการผู้โดยสารในการเดินทางในโลกยุคไร้พรมแดน (Globalization) ได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

ความร่วมมืออื่นๆ ที่บริษัท ได้มีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องในเครือข่ายสายการบินพันธมิตรกลุ่มสตาร์อัลไลแอนซ์คือการออกบัตรโดยสารรอบโลก (Round-the-World-Fare) ซึ่งเป็นหนึ่งในสินค้าขายดี บัตรโดยสารเซอร์เคิล (Circle Fares) บัตรโดยสารแอร์พาส (Air Passes) ซึ่งลูกค้าสามารถซื้อได้จากสำนักงานขายและผ่านทางเว็บไซต์ www.staralliance.com และความร่วมมือด้านการขายบัตรโดยสารให้กับภาคธุรกิจระหว่างประเทศ (Global Corporate Sales) ที่บริษัท ร่วมมือกับสายการบินสมาชิกในเครือข่าย เพื่อการขายให้กับบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ (Multinational Company) ที่มีสำนักงานใหญ่อยู่ในภูมิภาคยุโรป และอเมริกา เป็นต้น

2.2.2 แผนบริหารรายได้และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย (Revenue Management & Distribution Channel)

การสร้างประสิทธิภาพทางการตลาดด้วยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการขยายตลาดผู้บริโภคให้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น รูปแบบการให้บริการเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสาร และอำนวยความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ทางบริษัท จึงได้พัฒนาการให้บริการชำระค่าบัตรโดยสารผ่านธนาคารพาณิชย์และตู้ ATM ต่างๆ กว่า 5,000 แห่งทั่วประเทศ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งถือเป็นทางเลือกอีกช่องทางหนึ่งที่เพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสารมากยิ่งขึ้น ทั้งยังสะดวกในการทำธุรกรรมในการชำระค่าบัตรโดยสาร และเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท นอกจากนี้ยังได้พัฒนาบริการชำระค่าบัตรโดยสารผ่าน Counter Service ได้ทุกสาขาทั่วประเทศไทย ซึ่งถือเป็น Payment Gateway เพื่ออำนวยความสะดวก ในการให้บริการรับชำระค่าบัตรโดยสารเพิ่มขึ้นอีกช่องทางหนึ่งด้วย

นอกจากนี้ทางบริษัท ยังเพิ่มแผนการพัฒนาทางการตลาดระบบใหม่ด้วยรายการสะสมไมล์ Royal Orchid Plus (New Loyalty System) โปรแกรมสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส สำหรับนักเดินทางที่เป็นสมาชิกกับบริษัท ซึ่งมีกว่า 2.4 ล้านคนทั่วโลก เป็นรายการสะสมไมล์ที่สร้างสรรค์สิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิกมาโดยตลอด 20 ปี โดยสมาชิกสามารถรับไมล์ซึ่งเป็นแต้มสะสมจากการเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่างๆ ถึง 1,356 สนามบิน ใน 193 ประเทศทั่วโลกด้วยบัตรโดยสารการบินไทย และบริษัทสายการบินในกลุ่มพันธมิตรสตาร์อัลไลแอนซ์ รวมถึงการใช้บริการกว่า 50 คู่สัญญาท่องเที่ยวด้วยวิธีการสะสมไมล์หลายรูปแบบ เพื่อให้สมาชิกสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส สามารถเป็นเจ้าของรางวัลได้หลากหลายช่องทางและรวดเร็วยิ่งขึ้น ดังนั้น เพื่อเป็นการตอบสนอง Lifestyle และความต้องการของผู้โดยสารที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาระบบให้มีความทันสมัยและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เป็นการรองรับการแข่งขันทางธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัย โดยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการของบริษัทฯ ได้อย่างรวดเร็วผ่านระบบ New Loyalty Program

ดังนั้น การพัฒนาระบบการตลาดรูปแบบใหม่ที่ได้มีการปรับเปลี่ยนนี้จึงเป็นการเพิ่มช่องทางการหาลูกค้ารายใหม่ และยังสามารถรักษาลูกค้าเดิม ทั้งยังสามารถส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการตลาดของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี ทำให้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ยังได้เพิ่มแผนการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวแอร์โฮสเตส (Global Tour Management System) เพื่อเป็นการสร้างและขยายฐานเครือข่ายการซื้อขายโปรแกรมการท่องเที่ยวแอร์โฮสเตสผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากยิ่งขึ้น รวมถึงสนับสนุนกระบวนการทางการตลาดด้วยการสร้างแฟล็กเกททัวร์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

ในยุคดิจิทัลคงไม่มีใครปฏิเสธระบบโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ซึ่งเป็นระบบที่สามารถกระจายข่าวสารการให้บริการ ได้อย่างรวดเร็วและค่อนข้างมีประสิทธิภาพ อิทธิพลของสื่อออนไลน์ได้กลายเป็นเข็มทิศกำหนดวิถีชีวิตให้กับมนุษย์จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันไปโดยไม่ทันรู้ตัว

ดังนั้น นอกเหนือจากการให้บริการข้อมูลของบริษัทฯ ผ่านทางเว็บไซต์ (www.thaiairways.com) แล้วปัจจุบันจึงมีรูปแบบของการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ อาทิ Facebook, Twitter, Instagram, Line หรือแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) การมีส่วนร่วมของลูกค้า (Customer Engagement) ในการแสดงความคิดเห็นการให้บริการของบริษัทฯ รวมถึงข่าวสารประชาสัมพันธ์ อีกทั้งโปรโมชั่นต่างๆ ที่ทางบริษัทฯ จัดขึ้น เป็นการเชื่อมโยงเครือข่าย (Network Relationship) ระหว่างเพื่อนและคนรู้จักเพื่อก่อให้เกิดการบอกเล่าปากต่อปาก (Word Viral) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และบริษัทยังสามารถรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าได้ชัดเจนรวดเร็ว ทำให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

ภายหลังการเปิดตัวช่องทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ LINE Official Account ในช่วงที่ผ่านมา ผลสำรวจพบว่า บริษัทฯ ประสบความสำเร็จทางการตลาดผ่านช่องทางสื่อชนิดนี้มากพอสมควร ดังนั้น จึงเป็นการจุดประกายสร้างสรรค์การตลาดในรูปแบบใหม่นั้นคือ LINE Camera ซึ่งเป็นการเพิ่มสีสันในการสื่อสารที่น่าสนใจ และสนุกสนานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งยังเป็นการขอบคุณลูกค้าที่ให้การสนับสนุนบริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา โดยบริษัทฯ ได้คิดรูปแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ ซึ่งประกอบไปด้วยรูปกัปตัน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินหญิงและเครื่องบิน เพิ่มเติมด้วยอุปกรณ์ใหม่สำหรับการตกแต่งภาพ และใช้สำหรับการส่งข้อความ การโหลดสติ๊กเกอร์ที่ใช้แสดงอารมณ์ (Icon Line Emotion) ผ่านการพูดคุยด้วยความน่ารัก ผ่าน LINE Application ที่เป็นการสื่อสารช่องทางใหม่ที่นิยมกันเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

นอกจากนี้การสร้างกรุป Chat และการแชร์ภาพ วิดีโอ เสียง ระหว่างการสนทนา ยังเป็นการสร้างความประทับใจในการให้บริการที่ทันสมัยมีเอกลักษณ์ และสามารถทัดเทียมกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ ซึ่งการบินไทยเป็นสายการบินแรกในการใช้แอปพลิเคชัน LINE Camera ในการเข้าถึงพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของผู้โดยสารยุคใหม่ รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในโลกยุคดิจิทัล

2.2.3 สภาวะอุตสาหกรรมการบินและการแข่งขัน

ในปี 2556 จากสถานการณ์วิกฤติ Euro zone ส่งผลให้สภาวะเศรษฐกิจโลกมีการชะลอตัว โดย IMF ปรับลดประมาณการเศรษฐกิจโลกอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดประมาณการเติบโตทางเศรษฐกิจโลกอยู่ที่ร้อยละ 2.9 ซึ่งต่ำกว่าปี 2555 ที่ร้อยละ 3.2 ปัจจัยหลักมาจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่และประเทศกำลังพัฒนาซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจโลก

โดยเฉพาะประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลกได้ดำเนินการปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องโดยเน้นการบริโภคภายในและลดการพึ่งพาการส่งออกและการนำเข้าสินค้า แม้ว่ารัฐบาลจีนได้ผลักดันมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะการลงทุนและโครงสร้างพื้นฐาน แต่การเติบโตทาง

เศรษฐกิจในจีนก็ไม่ได้เติบโตแบบก้าวกระโดดอย่างที่ผ่านมา จึงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่และกำลังพัฒนาโดยเฉพาะกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาในเอเชีย และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) เนื่องจากการค้าการลงทุนและการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจจะหว้งกันสูง ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจถดถอยในยุโรปจากวิกฤตหนี้สาธารณะและการเงินที่ยังคงยึดเยื้อขณะที่อัตราการว่างงานอยู่ในระดับสูงที่ร้อยละ 12.2 อีกทั้งเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีการฟื้นตัวช้าและเปราะบางเป็นผลจากความไม่แน่นอนทางนโยบายการเงินการคลัง รวมถึงมีความเสี่ยงทางด้านการปรับขยายเพดานหนี้ และการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีที่ต้องตกลงกันอีกครั้งในต้นปี 2557 โดยหน่วยงานราชการต้องปิดดำเนินการ (Government Shutdown) เป็นเวลากว่า 2 สัปดาห์ ช่วงเดือนตุลาคม 2556 เนื่องจากไม่ได้ข้อสรุปในเรื่องดังกล่าวซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของนักลงทุนเป็นอย่างมาก

ในขณะที่ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีระดับราคาและความผันผวนค่อนข้างสูงตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยปัจจัยเสี่ยงหลักมาจากสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในประเทศผู้ผลิตน้ำมันโดยเฉพาะภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือที่เป็นประเทศสมาชิกกลุ่มโอเปก ซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิตและส่งออกน้ำมันดิบ รวมถึงสถานการณ์ความไม่สงบในประเทศซีเรียที่กลายเป็นประเด็นทางการเมืองระหว่างประเทศและความขัดแย้งกรณีโครงการนิวเคลียร์ระหว่างประเทศอิหร่านและตะวันตก แม้จะสามารถบรรลุข้อตกลงได้แต่ยังคงต้องติดตามสถานการณ์ต่อไปกรณีหากไม่สามารถปฏิบัติตามข้อตกลงได้ อีกทั้งราคาน้ำมันยังคงผันผวนไปตามสภาวะเศรษฐกิจโลก รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยนและการเก็งกำไรในตลาดซื้อขายน้ำมันอีกด้วย ส่งผลให้การคาดการณ์ราคาน้ำมันทำได้ยาก

จากสภาวะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มชะลอตัวและความไม่แน่นอนของราคาน้ำมัน สายการบินจึงต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากความผันผวนที่เกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการประกอบการของสายการบินโดยตรงเพราะต้นทุนหลักของสายการบินโดยทั่วไป คือพลังงานเชื้อเพลิง ราคาน้ำมันจึงเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญและมีสัดส่วนของต้นทุนสูง เมื่อน้ำมันเชื้อเพลิงในสต็อกมีราคาต้นทุนสูงทำให้เกิดการเสียเปรียบทางธุรกิจกับคู่แข่งได้เช่นกัน

นอกจากนี้สภาวะเศรษฐกิจยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการเดินทางและการใช้จ่าย และที่สำคัญการแข่งขันระหว่างสายการบินด้วยกันยังคงทวีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการขยายเครือข่ายเส้นทางบิน ฝูงบิน และการแข่งขันด้านราคา ทั้งจากสายการบินภูมิภาคตะวันออกกลาง สายการบินต้นทุนต่ำ และการเพิ่มศักยภาพ โดยการรวมตัวของกลุ่มสายการบินในลักษณะต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ (Landscape) ของการแข่งขันในหลายๆ ภูมิภาคในอุตสาหกรรมการบิน ดังนั้น การปรับตัวของสายการบินควบคู่กับการวางกลยุทธ์ในการบริหารจัดการอย่างชัดเจนรอบคอบ และสอดคล้องทันต่อเหตุการณ์ จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานเพื่อรักษาความยั่งยืนของสายการบิน

ดังนั้น เพื่อรับมือกับความท้าทายดังกล่าวข้างต้น บริษัทฯ ได้มีการทบทวนและปรับกลยุทธ์ เพื่อเตรียมพร้อมรองรับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นหรือมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้น ให้ครอบคลุมครบถ้วนในทุกด้าน ทั้งในแง่การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุน การบริหารจัดการการใช้น้ำมันอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประกันราคาน้ำมันล่วงหน้าเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันในตลาดโลก การเพิ่มศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเส้นทางบิน พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนตารางบินและแบบเครื่องบินให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการเดินทางของผู้โดยสาร ควบคู่กับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการขาย เพื่อกระตุ้นความต้องการสำหรับการเดินทางโดยใช้บริการสายการบินให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังติดตามการดำเนินมาตรการต่างๆ ตามแผนกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอในทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ มาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในงานบริการและการปฏิบัติงาน รวมทั้งยังมีการวางแผนรองรับเหตุการณ์ความไม่แน่นอนต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ ได้รวดเร็วและทันทั้งที่

สภาวะการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ

การขนส่งผู้โดยสารในระยะทางไกลโดยการขนส่งทางอากาศ มีบทบาทสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล และการเดินทางระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งจากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศไทยทางอากาศมีจำนวนมากที่สุด

ทางสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transportation Association : IATA) ได้คาดการณ์การเติบโตของภาคอุตสาหกรรม (ณ ตุลาคม 2556) ว่าปริมาณการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประเทศทางอากาศโดยรวมในปี 2557 จะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4 ซึ่งสูงกว่าการคาดการณ์เมื่อปีก่อน ส่วนปริมาณการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประเทศทางอากาศโดยรวมในปี 2556 (มกราคม-กันยายน) ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 โดยภูมิภาคเอเชียมีการขยายตัวในอัตราสูงกว่าร้อยละ 7.2 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากอัตราการขยายตัวของทั้งปี 2555

ทั้งนี้การที่สภาวะตลาดภูมิภาคเอเชียได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องนั้น ส่วนใหญ่มาจากอุปทานที่มีขนาดใหญ่ของประเทศจีนยังคงมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ในขณะที่ภูมิภาคที่ปริมาณการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประเทศทางอากาศเติบโตมากที่สุดคือ ภูมิภาคตะวันออกกลางมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 12 ซึ่งเป็นผลมาจากการที่สายการบินจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่มีศักยภาพสูง ยังคงขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมไปยังทั่วทุกภูมิภาคของโลก

ในส่วนของอุตสาหกรรมการบินของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บริษัท โบอิ้ง ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องบินรายสำคัญ ได้คาดการณ์ว่า ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีแนวโน้มที่จะเป็นตลาดที่มีจำนวนผู้โดยสารเพิ่มขึ้นมากที่สุดของโลก เนื่องจากเป็นประเทศที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงมาก โดยเฉพาะเมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเป็นทางการในปี 2558 จะส่งผลเป็นปัจจัยกระตุ้นสำคัญให้เกิดการเดินทางทางอากาศมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัท โบอิ้ง ยังเห็นว่า อุตสาหกรรมการบินของโลกจะย้ายฐานจากภูมิภาคอเมริกาและยุโรปมาอยู่ที่ภูมิภาคเอเชีย โดยคาดว่าในอีก 20 ปีข้างหน้าภูมิภาคเอเชียจะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 35 ในปัจจุบันเป็นร้อยละ 50

สำหรับประเทศไทยในช่วง 3 ไตรมาสแรกของปี 2556 จากการเติบโตทางเศรษฐกิจภายในประเทศ และการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่แข็งแกร่ง สร้างบรรยากาศที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยใน 3 ไตรมาสแรกของปี 2556 มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 19.7 ล้านคน ซึ่งสูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนถึงร้อยละ 23.2 และหากมองภาพรวมของปริมาณผู้โดยสารทุกประเภทที่เดินทางทางอากาศเข้า-ออกประเทศไทยในปี 2556 (มกราคม-สิงหาคม) มีสายการบินที่ทำการบินประจำ (Schedule Flight) ระหว่างประเทศรวม 108 สายการบิน ทำการขนส่งผู้โดยสารรวม 32.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.8 (ที่มา: การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 โดยเป็นผู้โดยสารของบริษัทฯ จำนวน 9.9 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงเป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดผู้โดยสารระหว่างประเทศมากที่สุด คือร้อยละ 30.4

การแข่งขันของอุตสาหกรรมการบินภายในประเทศ

ปริมาณผู้โดยสารทางอากาศภายในประเทศในปี 2556 คงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ตั้งแต่ไตรมาสแรก ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีการเดินทางในประเทศไทย โดยเฉพาะจากจีน รัสเซีย และ มาเลเซีย ที่นิยมท่องเที่ยวตามเมืองหลักที่สำคัญ อาทิ เชียงใหม่ หาดใหญ่ และภูเก็ต ซึ่งทำให้ปี 2556 (มกราคม-สิงหาคม) มีปริมาณผู้โดยสารจากสายการบินที่ทำการบินประจำ (Schedule Flight) ภายในประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 13.4 ล้านคน ซึ่งมีอัตราสูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนถึงร้อยละ 27.1 ปัจจุบันสายการบินที่ทำการบินประจำภายในประเทศมีจำนวนทั้งสิ้น 7 สายการบิน ได้แก่ การบินไทย บางกอกแอร์เวย์ เอสจีเอแอร์ไลน์ ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์ โอเรียนไทยแอร์ไลน์ และกานต์แอร์ โดยบริษัทฯ ยังคงเป็นสายการบินที่มีการขนส่งผู้โดยสารมากที่สุดเป็นจำนวน 4.0 ล้านคน คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 30

นอกจากนี้พฤติกรรมของคนในประเทศที่หันมาให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้คำนึงถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นภาคบริการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยได้กำหนดให้การท่องเที่ยวจัดอยู่ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการปรับโครงสร้างของการบริการบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าซึ่งมีเป้าหมายให้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 7 – 8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี ดังนั้น เมื่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนในประเทศสูงขึ้น และให้ความสำคัญกับการเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น ดังนั้นอัตราการใช้บริการขนส่งทางอากาศจึงเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ

การแข่งขันในอุตสาหกรรมการบินระหว่างประเทศ

ในปี 2556 ภาพรวมของอุตสาหกรรมการบินระหว่างประเทศของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในการเตรียมก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ได้ก่อให้เกิดกิจกรรมต่างๆ มากมาย ทั้งการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดความเติบโตทางเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดการเดินทางเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การเปิด AEC ยังก่อให้เกิดปัจจัยสนับสนุนธุรกิจการบินอีกประการคือ การเปิดเสรีการบินอาเซียน ในปี 2556 ได้ทำให้เกิดการเพิ่มเที่ยวบินและขยายเส้นทางการบินมายังประเทศอาเซียน และเส้นทางการบินระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนมากยิ่งขึ้น ทำให้การแข่งขันระหว่างสายการบินเข้มข้นมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันประเทศไทยซึ่งนับว่ามีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่มีพรมแดนติดกับประเทศอาเซียนถึง 4 ประเทศ และมีจุดแข็งจากการเติบโตของธุรกิจการบินอย่างโดดเด่นในภูมิภาค ทำให้มีแนวโน้มว่าธุรกิจการบินจะมีโอกาสที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ในส่วนของบริษัทฯ ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้ทันสมัย พร้อมเพิ่มศักยภาพการให้บริการที่เหนือระดับที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งติดตามปรับกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เป็นมีผลกระทบต่อธุรกิจการบินอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการติดตามการดำเนินการอย่างรอบด้านเพื่อให้รวดเร็วและเหมาะสมทันต่อสถานการณ์ พร้อมทั้งมีการเตรียมความพร้อมการบริการในทุกๆ ด้านเพื่อรองรับการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 แผนฝูงบิน

บริษัทฯ มีแผนการลงทุนหลักในระยะเวลา 5 ปี (ปี 2556-2561) คือการจัดหาเครื่องบินและอุปกรณ์การบิน จำนวน 53 ลำ (ซึ่งเป็นการจัดหาเครื่องบินใหม่ที่ได้รับการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีแล้วตามแผนยุทธศาสตร์ ปี 2556-2561) โดยเป็นการจัดหาเครื่องบินใหม่สำหรับรองรับการเติบโตทางธุรกิจ และทดแทนการปลดระวางเครื่องบินที่มีอายุการใช้งานนาน จำนวน 46 ลำ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพฝูงบิน และรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน มีรายละเอียดแผนฝูงบิน ดังนี้

	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	รวม 5 ปี (2556 -2561)
เครื่องบินที่จัดหา							
- A330-300	2						2
- A380-800	3						3
- B777-300ER	6	3	3				12
- A350-900				2	5	5**	12
- B787-9					2		2
- B787-8		4	2				6
- A320	6	7	3				16
รวม							53
เครื่องบินที่ปลดระวาง							
- B747-400	4				2	2	8
- B777-300ER (Jet Airways)	5						5
- B777-200					2	2	4
- A330-300		5	5	2			12
- A300-600	4	5					9
- B737-400	1	3			2		6
- ATR-72	2						2
รวม							46

หมายเหตุ ** บริษัท แอร์บัส แจ้งเลื่อนการรับมอบ A350-900 จากเดิมในปี 2560 เป็นปี 2561

2.3.2 กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการบิน

		ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
- จำนวนเครื่องบินที่ใช้บริการ (Number of Aircraft)	(ลำ)	100	95	89
- จุดหมายปลายทาง (ไม่รวม กรุงเทพฯ) (Number of Destinations)	(จุดบิน)	79	73	72
- ระยะทางบิน (Kilometers Flown)	(พันกม.)	267,696	255,121	250,147
จำนวนการลงของเครื่องบิน (Number of Landings)	(ครั้ง)	102,761	93,155	88,734
- จำนวนชั่วโมงปฏิบัติการบิน (Flight Hours)	(ชั่วโมง/ปี)	384,069	364,536	355,815
- ชั่วโมงการใช้เครื่องบินโดยเฉลี่ย (Aircraft Utilization)	(ชั่วโมง/วัน)	11.2	11.5	11.7
การขนส่งผู้โดยสาร				
- ปริมาณที่นั่ง (Available Seats Kilometer)	(ล้านที่นั่ง-กม.)	85,655	79,231	78,533
- ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (Revenue Passenger Kilometer)	(ล้านคน-กม.)	63,479	60,679	55,267
- อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (Cabin Factor)	(ร้อยละ)	74.1	76.6	70.4
- จำนวนผู้โดยสาร (Number of Passengers)	(พันคน)	21,510	20,615	18,398
- รายได้จากผู้โดยสารเฉลี่ยต่อ หน่วย ³⁾ (Passenger Yield)	(บาท/คน-กม.)	2.65	2.72	2.75

		ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
การขนส่งสินค้าและไปรษณียภัณฑ์				
- ปริมาณการผลิตพัสดุภัณฑ์ (Available Dead Load Ton-Kilometer)	(ล้านตัน-กม.)	5,019	4,892	4,919
- ปริมาณการขนส่งพัสดุภัณฑ์ (Revenue Freight Ton-Kilometer)	(ล้านตัน-กม.)	2,565	2,653	2,766
- อัตราการขนส่งพัสดุภัณฑ์ (Freight Load Factor)	(ร้อยละ)	51.1	54.2	56.2
- น้ำหนักพัสดุภัณฑ์ขนส่ง (Cargo Carried)	(พันกก.)	655,570	679,120	689,640
- รายได้จากพัสดุภัณฑ์เฉลี่ยต่อหน่วย ³⁾ (Freight Yield)	(บาท/ตัน-กม.)	9.22	9.78	9.89
การขนส่งรวมทั้งระบบ				
- ปริมาณการผลิต (Available Ton-Kilometer)	(ล้านตัน-กม.)	12,728	12,023	11,987
- ปริมาณการขนส่ง (Revenue Ton-Kilometer)	(ล้านตัน-กม.)	8,388	8,230	7,836
- อัตราส่วนการบรรทุก (Load Factor)	(ร้อยละ)	65.9	68.4	65.4
- รายได้รวมทั้งระบบเฉลี่ยต่อหน่วย (System-Wide Yield)	(บาท/ตัน-กม.)	23.05	23.30	23.06

2.3.3 โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและปัจจัยการผลิตที่สำคัญ

ค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการดำเนินงานของบริษัทฯ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายน้ำมันอากาศยานที่ใช้ในการบิน ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาเครื่องบินเพื่อนำมาให้บริการ ค่าใช้จ่ายน้ำมันอากาศยานที่ใช้ในการบิน ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยหลักของต้นทุนธุรกิจการบิน นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายด้านพนักงานซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญในธุรกิจการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อรักษฐานลูกค้าเก่าให้มีความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) มีความภูมิใจและประทับใจที่ใช้บริการ และเพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่เพื่อการขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการบินในด้านอื่นๆ

	ปี 2556		ปี 2555		ปี 2554	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
- ค่าน้ำมันเครื่องบิน	80,525	38.5	77,481	39.6	76,389	39.5
- ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน	33,092	15.8	31,544	16.1	30,964	16.0
- ค่าบริการการบิน	21,727	10.4	20,693	10.6	20,428	10.6
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนักบินและลูกเรือ	6,009	2.9	5,547	2.8	5,485	3.0
- ค่าซ่อมแซมและซ่อมบำรุงอากาศยาน	13,447	6.4	11,288	5.8	11,698	6.0
- ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	20,020	9.6	20,424	10.4	19,978	10.3
- ค่าเช่าเครื่องบินและอะไหล่	4,699	2.3	3,683	1.9	5,429	2.8
- ค่าสินค้าและพัสดุทั่วไป	9,625	4.6	9,415	4.8	9,042	4.7
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขายและโฆษณา	9,408	4.5	6,467	3.3	5,816	3.0
- ค่าใช้จ่ายด้านการประกันภัย	629	0.3	760	0.5	733	0.4
- ค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่น	9,855	4.7	8,169	4.2	7,623	3.9
รวม	209,036	100.0	195,471	100.0	193,585	100.0

2.3.4 การจัดหาน้ำมันเครื่องบิน

ราคาน้ำมันเครื่องบินที่บริษัทฯ จัดซื้อ จะแปรผันไปตามราคาน้ำมันอากาศยานตลาดจร (Jet spot price) ซึ่งจะแปรผันตามราคาน้ำมันดิบอีกทีหนึ่ง โดยทั่วไปแล้ว ราคาน้ำมันเครื่องบินตลาดจร (Jet spot price) จะมีความผันผวนสูงและไม่อาจคาดการณ์ล่วงหน้าได้ โดยในอดีตที่ผ่านมาปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความผันผวนได้แก่ อุปสงค์และอุปทานสภาพอากาศ และสถานการณ์การเมืองในประเทศต่างๆ และการเคลื่อนย้ายของเงินทุนเข้าสู่หรือออกจากสินค้าโภคภัณฑ์

บริษัทฯ จัดซื้อน้ำมันเครื่องบินโดยใช้ราคาอ้างอิงเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ ต้นทุนค่าน้ำมันเครื่องบินของ บริษัทฯ ในปี 2555 คิดเป็นร้อยละ 39.6 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัทฯ และในปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 38.50 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดซื้อน้ำมันเครื่องบินจากผู้จำหน่ายน้ำมันในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ให้บริการการบิน โดยบริษัทฯ ส่งหนังสือเชิญถึงผู้จำหน่ายน้ำมันทุกบริษัท ณ สถานที่นั้นๆ ภายหลังจากที่ได้รับข้อเสนอราคาจากผู้จำหน่ายน้ำมันเครื่องบินและได้ดำเนินการเจรจาต่อรองจนเป็นที่สิ้นสุด บริษัทฯ จึงจะตกลงทำสัญญา ซึ่งมีอายุสัญญาตามที่ตกลงกัน (โดยทั่วไปคือ 1 ปี แต่มีบางกรณีที่เป็น 6 เดือนหรือ 2 ปี) อีกทั้ง บริษัทฯ และสายการบินที่เป็นสมาชิกกลุ่มพันธมิตรการบินสตาร์ อัลไลแอนซ์ ได้ร่วมกันจัดซื้อน้ำมันฯ ในบางสถานที่เป็นครั้งคราว หากเห็นว่าบริษัทฯ จะสามารถ ซื้อน้ำมันฯ ได้ในราคาที่ต่ำลง

สำหรับปี 2556 นั้น บริษัทฯ ได้ซื้อน้ำมันเครื่องบินจากผู้จำหน่ายน้ำมันในประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ สำหรับปริมาณความต้องการใช้ภายในประเทศ และจัดซื้อจากผู้จำหน่ายน้ำมันฯ ภายนอกประเทศไทยสำหรับปริมาณความต้องการใช้ภายนอกประเทศไทย ในการซื้อน้ำมันเครื่องบิน บริษัทฯ มิได้พิจารณาเฉพาะด้านราคาเท่านั้น แต่ยังพิจารณาถึงความมั่นคงในการจัดส่งน้ำมันและความจำเป็นในการรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้จำหน่ายด้วย หากแต่ในบางประเทศ เช่น ประเทศจีน ลาว เวียดนาม และพม่า บริษัทฯ จะต้องซื้อน้ำมันเครื่องบินจากผู้จำหน่ายน้ำมันที่มีเพียงรายเดียวเท่านั้น

บริษัทฯ ซื้อน้ำมันเครื่องบินจากผู้จำหน่ายน้ำมันในประเทศไทย ได้แก่ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท Chevron บริษัท ExxonMobil Aviation และบริษัท Shell Aviation โดยบริษัทฯ เชื่อว่าในกรณีที่ผู้จำหน่ายรายใดประสบกับปัญหาไม่สามารถจัดหาน้ำมันให้แก่บริษัทฯ ได้ ผู้จำหน่ายน้ำมันรายอื่นจะสามารถจัดหาน้ำมันทดแทนตามความต้องการของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ ใช้บริการจัดส่งและเติมน้ำมัน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จากบริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีบริษัทฯ และบริษัทผู้จำหน่ายน้ำมันอีก 8 รายเป็นผู้ถือหุ้น บริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่ได้รับสิทธิในการเป็นผู้ดำเนินการธุรกิจบริการคลังเก็บรักษาน้ำมันที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และเป็น 1 ใน 2 ผู้ประกอบการที่ให้บริการเติมน้ำมันเครื่องบินแก่เครื่องบินที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในฐานะที่บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นที่เป็นสายการบินเพียงรายเดียวในบริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) บริษัทฯ จึงเป็นสายการบินเดียวที่สามารถรับการจัดส่งน้ำมันที่ซื้อจากผู้จำหน่ายน้ำมันรายอื่นๆ ที่มีได้เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และใช้บริการเติมน้ำมันเครื่องบินของบริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้ซื้อน้ำมันเครื่องบินเพื่อการส่งมอบที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จากบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 37.7 ของปริมาณความต้องการน้ำมันเครื่องบินของบริษัทฯ และจาก

การที่บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ไม่ได้เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ดังนั้นบริษัท จึงเป็นสายการบินเพียงรายเดียวที่บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) สามารถจัดส่งน้ำมันอากาศยานที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้ จึงทำให้ในบางครั้งราคาน้ำมันที่บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จำหน่ายให้แก่บริษัท มักเป็นราคาที่เอื้อประโยชน์ต่อบริษัท และสามารถควบคุมต้นทุนค่าน้ำมันเครื่องบินของบริษัท ได้บางส่วนอีกทั้งบริษัท ได้ดำเนินการบริหารจัดการการใช้ น้ำมันเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยวางแผนการบินและการบรรทุกให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การทำความสะอาดลำตัวเครื่องและเครื่องยนต์ ตลอดจนควบคุมปริมาณสำรองน้ำมันเครื่องบินสำหรับแต่ละเที่ยวบิน และการทำธุรกรรมป้องกันความเสี่ยงราคาน้ำมันเครื่องบินในปริมาณที่มากขึ้น

บริษัท มีนโยบายบริหารความเสี่ยงราคาน้ำมันเครื่องบินเพื่อให้สามารถทำการป้องกันความเสี่ยงได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 แต่ไม่เกินร้อยละ 80 ของความต้องการน้ำมันเครื่องบินของบริษัท โดยมีระยะเวลาครั้งละไม่เกิน 18 เดือน ทั้งนี้ การป้องกันความเสี่ยงในปริมาณที่สูงหรือต่ำกว่าระดับที่กำหนดไว้นี้ จะต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยส่วนใหญ่บริษัท จัดทำประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันฯ ด้วยเครื่องมือทางการเงินแบบ 3 Ways Zero Cost Collar โดยสัญญาดังกล่าวมีอายุสัญญา 6 เดือนถึง 1 ปี และบริษัท สามารถเรียกเก็บเงินชดเชยค่าน้ำมันส่วนเพิ่มของบริษัท ผ่านทางค่าธรรมเนียมชดเชยค่าน้ำมันได้บางส่วน ขึ้นอยู่กับสภาวะของตลาด การแข่งขัน ความผันผวนของราคาน้ำมันอากาศยาน การตอบสนองของตลาด และการประมาณการค่าใช้จ่ายน้ำมันเครื่องบินที่มีการเปลี่ยนแปลง

2.3.5 การจัดหาประกันภัย

เพื่อลดความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุ และอัคคีภัยรวมถึงสถานการณ์อื่นๆ รอบด้านที่อาจเกิดขึ้นได้ ทางบริษัท จึงได้มีการประกันภัยผู้โดยสารและประกันความรับผิดชอบใช้ตามกฎหมายอันเนื่องจากการรับขนส่งทางอากาศ โดยได้ทำการประกันอากาศยานสำหรับการสูญเสียและเสียหายซึ่งรวมถึงภัยสงคราม ภายใต้กฎหมายไทย นอกจากนี้บริษัท ยังได้ทำประกันภัยผ่านบริษัทประกันของไทยที่ทำประกันภัยต่อสำหรับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องทั้งหมดภายนอกประเทศไทย ซึ่งเบี้ยประกันของบริษัท และวงเงินคุ้มครองอยู่ในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ

โดยทางบริษัท ได้ตกลงชำระเบี้ยประกันภัย จำนวน 17.28 ล้านเหรียญสหรัฐ สำหรับปี 2556 โดยอ้างอิงจากมูลค่าฝูงบิน ณ วันที่ 1 ธันวาคม 2555 จำนวน 8,795.13 ล้านเหรียญสหรัฐ

จากการประเมินสถานการณ์ต่างๆ ที่ผ่านมาทางบริษัท ได้ปรับจำนวนเบี้ยประกันภัยของบริษัท ลดลงจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากเหตุการณ์และอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับสายการบินอื่นๆ ทั่วโลกลดลงอย่างต่อเนื่อง ตลาดรับประกันภัยเครื่องบินได้ปรับตัวเป็นตลาดขาลง จึงส่งผลในทางบวกให้แก่บริษัท ในการจัดหาประกันภัยและการเจรจากับผู้รับประกันภัยเป็นปัจจัยที่ช่วยลดต้นทุนธุรกิจอย่างไรก็ตามหากเกิดเหตุการณ์ หรืออุบัติเหตุที่มีการสูญเสียครั้งใหญ่เพียงครั้งเดียว อาจส่งผลให้ตลาดรับประกันภัยเครื่องบินปรับตัวขึ้น ซึ่งจะมีผลกระทบถึงเบี้ยประกันภัยสำหรับสายการบิน รวมถึงเบี้ยประกันภัยของบริษัท ด้วยเช่นกัน

กิจการขนส่งทางอากาศ

บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ส จำกัด

คณะรัฐมนตรี ได้มีมติอนุมัติโครงการลงทุนจัดตั้งสายการบินไทยสมายล์แอร์เวย์ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2556 โดยบริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด (Thai Smile Airways Limited) ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2556 โดยมีบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 100 ด้วยทุนจดทะเบียน 1,800 ล้านบาท และใช้เงินลงทุนจากเงินรายได้ของ บริษัท การบินไทย จำกัด

บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด ได้ยื่นขอใบอนุญาตประกอบกิจการค้าขายในการเดินอากาศ (Airline Operator License: AOL) และใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศ (Airline Operator Certificate: AOC) ต่อกรมการบินพลเรือน ในเดือนพฤศจิกายน 2556 โดยได้รับการอนุมัติ AOL และ AOC ในเดือนมกราคม 2557 ส่วนการยื่นขอรหัสสายการบิน (Airline Designator Code) จากสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association – IATA) อยู่ระหว่างการอนุมัติ ส่วนจะดำเนินการขอจัดสรรเส้นทางบิน โดยขอสิทธิการบิน รวมทั้ง Landing Permit & Landing/Takeoff Slots ในนามของสายการบินไทยสมายล์แอร์เวย์ ทางไทยสมายล์แอร์เวย์ มีแผนเริ่มทำการบินในเส้นทางบินภายในประเทศ (เดิม) ในเดือนมีนาคม 2557 เป็นต้นไป

ความเป็นมา / ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

บริษัทฯ ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจการบินจากการเปิดเสรีการบินอาเซียน มีสายการบินใหม่ๆ กระโดดเข้ามาแข่งขันในตลาดภายในประเทศและภูมิภาค ทั้งสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบและสายการบินต้นทุนต่ำ ขณะที่บริษัทฯ มีข้อจำกัดในเรื่องความคล่องตัวของการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ ซึ่งกลยุทธ์สำคัญในการแข่งขัน คือ ความได้เปรียบในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง (Product and Service Advantage) และการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการที่สามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าด้วยความรวดเร็ว ดังนั้น ความสามารถในการบริหารอย่างคล่องตัว ด้วยต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจด้วยสภาวะการแข่งขันเช่นนี้

การบินไทยสมายล์จึงถูกก่อตั้งขึ้น เพื่อเสริมความแข็งแกร่งและขยายฐานลูกค้าของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย เน้นทำการบินในเส้นทางบินภายในประเทศและภูมิภาค ที่มีระยะทางการบินไม่เกิน 4 ชั่วโมง โดยให้บริการแบบ Regional Full Service อย่างมีคุณภาพ (Quality) ด้วยรูปแบบที่ทันสมัย (Trendy) รวมทั้งให้บริการผู้โดยสารที่เดินทางแบบเชื่อมต่อเส้นทาง (Connecting Traffic) โดยมีฐานปฏิบัติการหลักที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ

เนื่องด้วยการบินไทยสมายล์แอร์เวย์เป็นบริษัทย่อยของบริษัท การบินไทยฯ ดังนั้น ด้วยความแข็งแกร่งในแง่ภาพลักษณ์ของบริษัท การบินไทยฯ ซึ่งเปรียบเสมือนแม่ของการบินไทยสมายล์ จึงเชื่อมั่นได้ว่า การบินไทยสมายล์จะสามารถแข่งขันได้เป็นอย่างดี ประกอบกับจุดแข็งในการให้บริการแบบ Regional Full Service ที่แตกต่างจากสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airlines) รายอื่นๆ จึงเชื่อมั่นได้ว่า การบินไทยสมายล์จะสามารถบรรลุเป้าหมายที่จะเป็นสายการบินชั้นนำระดับภูมิภาคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และเพื่อเป็นอีกทางเลือกใหม่ให้แก่ผู้บริโภค ตลอดจนเพื่อส่งเสริมนโยบายของรัฐบาลในการทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาคและนำรายได้เข้าสู่ประเทศ

เส้นทางและจุดบินในปี 2556

ปัจจุบันหน่วยธุรกิจการบินไทยสมายล์ทำการบินออกจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิไปยัง 13 จุดบินและทำการบินใน 14 เส้นทางบิน เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน 2558 โดยมีรายละเอียดเส้นทางการบิน ดังนี้

- 7 จุดบินเส้นทางบินภายในประเทศ โดยทำการบินจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิไปยังเมืองต่างๆ ได้แก่ สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต หาดใหญ่ อุดรธานี อุบลราชธานี และเชียงใหม่
- 6 จุดบินเส้นทางบินระหว่างประเทศ โดยทำการบินจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิไปยังเมืองต่างๆ ได้แก่ มาเก๊า อัมสเตอร์ดัม มัตเซเลย์ โคลัมโบ นางซิง ฉางซา และหลวงพระบาง
- 1 เส้นทางบินข้ามภาค โดยทำการบินไป-กลับ เชียงใหม่ – ภูเก็ต

จำนวนเครื่องบินและประเภทของเครื่องบิน

การบินไทยสมายล์ทำการบินด้วยเครื่องบินลำตัวแคบ (Narrow-body Fleet) แบบแอร์บัสเอ 320-200 ความจุประมาณ 162 ที่นั่ง โดยในปี 2556 จะมีเครื่องบินประจำฝูงบินทั้งสิ้น 10 ลำ โดยจะทยอยรับมอบจนครบ 17 ลำและ 20 ลำ ในปี 2557 และปี 2558 ตามลำดับ โดยให้บริการใน 2 ชั้นโดยสาร แบ่งเป็นชั้นประหยัดแบบธรรมดาหรือชั้นสมายล์คลาส (Smile Class) และชั้นสมายล์พลัส (Smile Plus) ที่มีความกว้างระหว่างที่นั่งมากขึ้น พร้อมทั้งบริการอื่นๆ เช่นเดียวกันกับชั้นธุรกิจของการบินไทย

นโยบายการตลาดและการแข่งขัน

เป็นที่ทราบกันดีว่าธุรกิจการบิน มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งผู้โดยสารที่ต้องการท่องเที่ยวและเดินทางเพื่อธุรกิจ ดังนั้น การเปิดสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Regional Full Service Airlines) บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด จึงนับเป็นตัวเลือกที่ให้บริการมากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำอื่นๆ ทั่วไปในระดับราคาที่ไม่สูงกว่ามาก และเน้นการแข่งขันทางการตลาดด้วยการสร้างความต่าง (Differentiation) เพื่อให้เป็นจุดสนใจและดึงดูดลูกค้า

ด้วยนโยบายดังกล่าวบริษัทฯ ได้วางตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ให้การบินไทยสมายล์ เป็นสายการบินที่เน้นให้บริการการบินในเส้นทางบินระยะสั้น (Regional Service) และยังคงให้บริการเต็มรูปแบบเช่นเดียวกับสายการบินแบบ Premium Full Service อาทิ การบริการอาหารและเครื่องดื่มทุกที่นั่ง การให้น้ำหนักสัมภาระ การเลือกที่นั่ง รายการสะสมไมล์ และการใช้บริการห้องรับรองสำหรับชั้นโดยสารแบบสมายล์พลัส เป็นต้น ทั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเกื้อกูลและส่งเสริมความแข็งแกร่งในเครือข่ายเส้นทางบินให้กับบริษัทฯ โดยผ่านการทำสัญญาเที่ยวบินรหัสร่วม (Code Share Agreement) ระหว่างกัน เพื่อให้ลูกค้าที่ต้องการเดินทางจากจุดต่างๆ สามารถเดินทางต่อเที่ยวบินไปยังจุดบินที่ครอบคลุมทั่วโลก (Connecting Traffic) และมีเป้าหมายเป็นสายการบินภูมิภาคชั้นนำของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่มุ่งเน้นการบริหารรายได้ (Revenue Management) สามารถปรับเปลี่ยนราคาเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะตลาด (Dynamic Pricing) และกำหนดราคาขายที่เหมาะสมกับความต้องการซื้อ (Demand) และความต้องการขาย (Supply) โดยปรึกษาหารืออย่างใกล้ชิด (Close Consultation) กับหน่วยงานบริหารรายได้ของบริษัทฯ และอยู่บนหลักการที่เป็นธรรมในเชิงธุรกิจแก่ทั้งสองฝ่าย

จากปัจจัยที่กำลังจะก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และจากการขยายตัวของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ทั้งในประเทศและในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก การกำหนดยุทธศาสตร์ในการสร้างความแตกต่างในการแข่งขันจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินกลยุทธ์ ดังนี้

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 30 จะเป็นผู้โดยสารที่เดินทางเชื่อมต่อกับเที่ยวบินของการบินไทย ในขณะที่ร้อยละ 70 จะเป็นผู้โดยสารที่เดินทางในเส้นทางบินของการบินไทยสายล่ออย่างเดียว

ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เป็นนักธุรกิจ เจ้าของกิจการขนาดกลางและย่อมที่จำเป็นต้องเดินทางเพื่อทำธุรกิจ นักท่องเที่ยว และกลุ่มคนในช่วงอายุประมาณ 30-40 ปี ซึ่งสะท้อนมาจากภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่แสดงถึงความสดใส ทันสมัย (Trendy) ให้บริการด้วยความเป็นมิตร ใส่ใจในรายละเอียด (Friendly) และมีความคุ้มค่า (Worthy)

การจัดจำหน่าย การบินไทยสมายล์จะใช้ทุกรูปแบบทั้งการจัดจำหน่ายตรง การจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย และการจัดจำหน่ายร่วมกับการบินไทย โดยจะเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง หรือ Direct Channel ผ่านระบบ อิเลคทรอนิกส์ และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เสริมด้วยการจำหน่ายผ่าน Call Center และการขายผ่านสำนักงานขาย

การสื่อสารการตลาด การบินไทยสมายล์จะสื่อสารการตลาดโดยตรงกับลูกค้าเป้าหมาย ด้วยการสื่อสารผ่านสื่อ อิเลคทรอนิกส์ (Social Network) เป็นหลักควบคู่กับช่องทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและการทำประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและโปรโมชั่น รวมทั้งกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility)

ดังนั้น ด้วยการบริหารจัดการกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายด้วยช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้นโยบายต่างๆ ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และสามารถแข่งขันได้

กิจการขนส่งทางอากาศ

กิจการขนส่งสินค้า พัสดุภัณฑ์และไปรษณีย์ภัณฑ์

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

นอกจากการให้บริการสำหรับการเดินทางแล้ว ยังมีการบริการขนส่งสินค้าโดยครอบคลุมการขนส่งสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ทางอากาศทั่วไป ซึ่งสามารถแบ่งประเภทตามลักษณะของการขนส่งสินค้าทางอากาศได้เป็น 2 ประเภท คือ การขนส่งสินค้าทั่วไป (General Cargo) เช่น เสื้อผ้า ของใช้ทั่วไป และอีกประเภทหนึ่ง คือ สินค้าที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ (Special Cargo) เช่น สินค้าสด สิ่งมีชีวิต วัตถุที่มีมูลค่าสูง ศิลปวัตถุ และวัตถุอันตราย เป็นต้น

สำหรับไปรษณีย์ภัณฑ์เป็นการขนส่งพัสดุภัณฑ์ทางอากาศ เช่น EMS (Express Mail Service) และ พัสดุภัณฑ์ โดยทั่วไป โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวางแผนการตลาดในส่วนของสินค้าที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ (Special Cargo) อาทิเช่น สินค้าที่ต้องการการควบคุมอุณหภูมิเป็นพิเศษระหว่างขนส่ง วัตถุมีค่า และสินค้าเร่งด่วนที่ต้องการความรวดเร็วในการขนส่งไปยังจุดหมายปลายทาง เนื่องจากการขนส่งสินค้าประเภทดังกล่าวสามารถสร้างรายได้ต่อหน่วยได้สูงกว่าการให้บริการการขนส่งสินค้าทั่วไป

นอกจากนี้เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ตรงตามความต้องการให้ได้มากที่สุด บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ทางเลือกให้แก่ลูกค้าตามความเหมาะสมของประเภทของการขนส่งสินค้าในรูปแบบพิเศษโดยเฉพาะ เช่น บริษัทฯ มีภาชนะพิเศษสำหรับการจัดบรรจุสินค้าที่ต้องการการควบคุมอุณหภูมิระหว่างการขนส่งโดยเฉพาะ เพื่อสามารถรักษาคุณภาพของสินค้าได้เหมือนเดิมเมื่อถึงจุดหมายปลายทาง (Sensitive Temperature Product : TGT)

นอกจากนี้ยังมีบริการขนส่งสินค้าเร่งด่วนระหว่างประเทศที่รับประกันสินค้าถึงสนามบินปลายทางตามระยะเวลาที่กำหนด (TG Force : TGX) และการบริการขนส่งสินค้าที่ซื้อจากประเทศไทยส่งกลับไปยังต่างประเทศในราคาประหยัดและรวดเร็ว (THAIPAC) บริการการขนส่งสินค้าเร่งด่วนภายในประเทศ (Thai Express Cargo : TEC) บริการขนส่งรถยนต์

ภายในประเทศ (Transportation of Automobiles) และบริการขนส่งสินค้าของสด หรือที่เน้นเสียง่าย (TG Fresh : TGF and TG KOOL)

เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2556 ทางบริษัทฯ ยังให้บริการขนส่งสินค้า และไปรษณียภัณฑ์ไปยังจุดหมายปลายทางประจำ (ไม่รวมกรุงเทพฯ) คลอบคลุม 79 จุดบิน 34 ประเทศ คลอบคลุม 5 ทวีป โดยทุกเมืองอยู่ในเครือข่ายเส้นทางบินของเที่ยวบินผู้โดยสารแบบประจำของบริษัทฯ

ทั้งนี้ยังมีบริการขนส่งสินค้าด้วยเครื่องบินบรรทุกสินค้าโดยเฉพาะ (Freighter) ไปยังจุดหมายปลายทางในทวีปยุโรป ออสเตรเลีย และบางเมืองในทวีปเอเชีย โดยในปี 2556 เที่ยวบินขนส่งสินค้ามีตารางการบิน 4 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ออกจากกรุงเทพฯ ไปยัง 4 เมืองหลัก ได้แก่ โตเกียว เดลลี แฟรงก์เฟิร์ต และซิดนีย์ ซึ่งการให้บริการการขนส่งสินค้า และไปรษณียภัณฑ์ในปี 2556 สามารถทำรายได้เฉลี่ยประมาณ 11 % ของรายได้รวมของกิจการของบริษัทฯ

ข้อมูลการบริการพาณิชย์สินค้า พัสดุภัณฑ์ และไปรษณียภัณฑ์

การบริการขนส่งสินค้า พัสดุภัณฑ์ และไปรษณียภัณฑ์	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
รายได้ค่าระวางขนส่ง (ล้านบาท) ⁽¹⁾	24,514.9	26,745.6	28,092.0
ปริมาณการขนส่งพัสดุภัณฑ์ (RFTK) (ล้านตัน-กม.) ⁽²⁾	2,565.0	2,652.9	2,765.9
ปริมาณการผลิตด้านพัสดุภัณฑ์ (ADTK) (ล้านตัน-กม.) ⁽²⁾	5,019.5	4,892.0	4,918.8
อัตราส่วนการขนส่งพัสดุภัณฑ์ (%) ⁽²⁾	51.1	54.2	56.2
รายได้ค่าระวางขนส่งเฉลี่ยต่อหน่วย (บาท/ตัน-กม.) ⁽³⁾	9.22	9.78	9.89

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ รวมรายได้ค่าระวางขนส่งพัสดุภัณฑ์และไปรษณียภัณฑ์จากเที่ยวบินแบบประจำ เที่ยวบินแบบไม่ประจำ และการเช่าพื้นที่ระวางบนเครื่องบินขนส่งสินค้า

⁽²⁾ รวมความจุจากเที่ยวบินแบบประจำ เที่ยวบินแบบไม่ประจำ และการเช่าพื้นที่ระวางบนเครื่องบินขนส่งสินค้า

⁽³⁾ รายได้ค่าระวางขนส่งพัสดุภัณฑ์รวมค่าธรรมเนียมชดเชยค่าน้ำมันและค่าธรรมเนียมความเสี่ยงภัยจากสงคราม หากรด้วยปริมาณการขนส่งพัสดุภัณฑ์

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและต่อเนื่องกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และเชื่อมต่อกับแผนส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอื่นของบริษัท เป็นการเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจให้มีความต่อเนื่องในการให้บริการ อาทิ การขนส่งผู้โดยสารพร้อมทั้งขยายขอบเขตการให้บริการในการขนส่งสินค้าทางอากาศไปยังเมืองที่บริษัทฯ ไม่ได้ทำการบินโดยตรง (Off-line City) และการจัด Customer Airline Seminar เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับสายการบินและลูกค้าให้แน่นแฟ้นมากขึ้น

ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวล้วนเป็นไปเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์โดยรวมของบริษัทฯ และเป็นการให้บริการแบบไร้รอยต่อ (Seamless Services) เพื่อเพิ่มความร่วมมือประสานงานกับสายการบินอื่นๆ อีกทั้งยังสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในการเลือกใช้บริการกับทางบริษัทฯ ในระยะยาวเป็นการขยายฐานลูกค้าทั้ง Global และ Key Accounts ซึ่งมีตัวแทนขายที่มีสาขาอยู่ทั่วโลก และมีขีดความสามารถในการสนับสนุนการขายในภาพรวมทั้งระบบ (Global Deal) โดยใช้แผนการตลาดรูปแบบ Target Incentive Scheme & Corporate Account Rates และมุ่งเน้นการเข้าถึงผู้ประกอบการรายสำคัญที่มีการนำเข้าและส่งออกในเส้นทางที่บริษัททำการบิน ทั้งนี้เพื่อสร้างฐานการตลาดที่ยั่งยืนในระยะยาวจากฐานลูกค้าที่ใช้บริการกับบริษัทอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีข้อตกลงร่วมกับสายการบินอื่นๆ ซึ่งรวมถึงข้อตกลงการแลกเปลี่ยนการรับขนส่งสินค้าระหว่างกัน ตามข้อตกลงมาตรฐานของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA Interline Arrangements) ซึ่งบริษัทฯ สามารถซื้อหรือขายพื้นที่ระวางในเที่ยวบินของบริษัทฯ สำหรับขนส่งสินค้าบนเที่ยวบินของสายการบินต่าง ๆ ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ ได้อีกด้วย

บริษัทฯ คำนึงถึงอัตราค่าบริการขนส่งสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ตามสกุลเงินท้องถิ่น ณ จุดต้นทางของสินค้าที่จะขนส่ง โดยกลยุทธ์การกำหนดราคาของบริษัทฯ จะคำนึงถึงปัจจัยทางด้านระดับการให้บริการ ความอ่อนไหวต่อเวลา (Time Sensitivity) สภาพการแข่งขันในแต่ละตลาดในแต่ละช่วงเวลา ตลอดจนความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล ระยะทางในการบิน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่สำคัญและเกี่ยวข้อง

สภาวะการขนส่งสินค้าทางอากาศ

สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) คาดการณ์ (ณ ตุลาคม 2556) ว่าปี 2557 ปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางอากาศโดยรวมจะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.0 ส่วนในปี 2556 (มกราคม-กันยายน) ปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางอากาศโดยรวมขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 ในขณะที่ภูมิภาคเอเชียหดตัวลดลงในอัตราร้อยละ 2.7 ส่วนภูมิภาคที่มีการขยายตัวมากที่สุด คือ ภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 12.4

ในส่วนของการขนส่งสินค้าของประเทศไทยใน 3 ไตรมาสแรกของปี 2556 การส่งออกโดยรวมมีมูลค่าลดลงร้อยละ 8.8 ในขณะที่การนำเข้าโดยรวมมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 โดยในช่วงเดือนมกราคม-กรกฎาคม 2556 ประเทศไทยมีปริมาณการขนส่งสินค้ารวม 718,611 ตัน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 10 ซึ่งเป็นการขนส่งสินค้าขาออก 383,013 ตัน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 15 และเป็นการขนส่งสินค้าขาเข้า 335,598 ตัน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 3.6 และมีปริมาณการขนส่งสินค้าขาออก 185,572 ตัน คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 47.9 มีปริมาณการขนส่งเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 2.5 และมีปริมาณขนส่งสินค้าขาเข้า 150,277 ตัน คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 44.8 ส่งผลให้มีปริมาณการขนส่งลดลงจากปี 2555 ร้อยละ 3.4

ทั้งนี้ ในการดำเนินกิจการการขนส่งสินค้า และไปรษณีย์ภัณฑ์ทางอากาศ ยังต้องแข่งขันกับสายการบินบริษัทอื่นที่เปิดให้บริการขนส่งสินค้าในเส้นทางเดียวกับที่บริษัทเปิดให้บริการอยู่ โดยมาพร้อมรูปแบบการให้บริการที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน ทั้งยังต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการขนส่งสินค้า และไปรษณีย์ภัณฑ์แบบเบ็ดเสร็จ เต็มรูปแบบซึ่งมีสถานะขนส่งภาคพื้นดินทางทะเล ทางอากาศ (Multimodal Logistic) เป็นของตนเอง

นอกจากนี้ยังสามารถให้บริการในลักษณะที่มีการรับของจากสถานที่ของผู้ส่ง และจัดส่งให้ถึงสถานที่ของผู้รับ (door-to-door) ซึ่งในปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจขนส่งสินค้าทางอากาศมีแนวโน้มสูงขึ้นจากการเปิดเสรีทางอุตสาหกรรม

การบินในประเทศไทยมากขึ้น แต่ด้วยข้อจำกัดในสิทธิการบินของประเทศไทย ผู้ให้บริการเหล่านั้นจึงยังไม่อาจแข่งขันกับ บริษัทฯ ได้ ซึ่งโดยนัยสำคัญสำหรับภายในประเทศ บริษัทฯเผชิญกับภาวะแข่งขันอยู่บ้าง โดยเฉพาะกับธุรกิจรถบรรทุก และจะมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นอีกเมื่อโครงการรถไฟความเร็วสูงถือกำเนิดขึ้นมา แต่ถือว่าเป็นรายได้ส่วนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับ รายได้โดยรวมที่บริษัทฯ ได้รับจากการขนส่งสินค้าและไปรษณียภัณฑ์ทางอากาศในภาพรวมทั้งหมด

ดังนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเกี่ยวกับผลประกอบการในแง่รายได้ ฝ่ายการพาณิชย์สินค้าและไปรษณียภัณฑ์จึง มุ่งเน้นสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าทั่วไป (General Customers) และลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Corporate Target Group) โดยได้พัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าในทุกเส้นทางที่บริษัทฯ ทำการบิน และได้ให้ ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มที่มีศักยภาพในการนำเข้า-ส่งออกที่มีปริมาณการขนส่งในแต่ละปีจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มลูกค้าที่ผลิตอุปกรณ์ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่มีปริมาณการขนส่งคราวละมากๆ และหลากหลายในเส้นทางเที่ยวบิน โดยสาร (Belly) และ เที่ยวบินขนส่งสินค้า (Freighter) ที่บริษัทฯ ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน เพื่อรองรับกระบวนการบริการ จัดการด้านวัตถุดิบ (Supply Chain Management) ของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่เหล่านี้

สำหรับสินค้าประเภทที่ต้องการใช้อุปกรณ์พิเศษทำการบรรทุกในผลิตภัณฑ์บริการ คือ “THAI Temperature Control Products-TGT” ซึ่งทางบริษัทฯ ได้เล็งเห็นว่าผลิตภัณฑ์บริการในกลุ่มนี้มีสายการบินที่มีความพร้อมในการให้บริการ น้อยราย โดยเฉพาะเส้นทางระหว่างกลุ่มประเทศในยุโรปและ เอเชีย โดยมุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจากประเทศ สวิสเซอร์แลนด์ และ อินเดีย เป็นต้น

หน่วยธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องเนื่องโดยตรงกับการขนส่งโดยจัดตั้งเป็นหน่วยธุรกิจ ประกอบด้วย การบริการ คลังสินค้าและการจัดการขนส่ง การบริการลูกค้าภาคพื้น การบริการลานจอดและอุปกรณ์ภาคพื้น และครัวการบิน โดยมี รายละเอียดดังนี้

หน่วยธุรกิจ

ธุรกิจการบริการคลังสินค้า

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการให้บริการที่อาคารขนถ่ายสินค้า เพื่อรองรับการขยายตัวของปริมาณการขนส่งสินค้าทั้งการ นำเข้า - ส่งออก รวมถึงสินค้าถ่ายลำ ทั้งการขนส่งระหว่างประเทศและภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2549 นั้น เป็นการให้บริการจัดการขนส่งสินค้าทางอากาศที่ใหญ่ที่สุด ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีลูกค้าสายการบิน ต่างชาติ 62 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 2 ธันวาคม 2556) การดำเนินงานจัดการสินค้าของบริษัทฯ ประกอบไปด้วยการจัดการ สินค้าทั่วไป สินค้าที่ต้องได้รับการดูแลพิเศษ (เช่น สินค้าสด สัตว์ที่ยังมีชีวิตอยู่ วัตถุมีค่า ศิลปวัตถุ และวัตถุอันตราย) และ ในต้นปี พ.ศ. 2553 บริษัทฯ ได้จัดตั้งศูนย์ขนส่งสินค้าสดซึ่งมีห้องเย็น เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าที่ต้องการ

ควบคุมอุณหภูมิเป็นพิเศษ ด้วยตู้คอนเทนเนอร์ที่สามารถเก็บรักษาความเย็นได้ตั้งแต่ต้นทางจนถึงสถานีปลายทาง ที่มีอุณหภูมิเพิ่มขึ้นไม่เกิน 2 องศาเซลเซียส

โดยบริษัทฯ จัดตั้งศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Cargo Contact Center : CCC) สำหรับบริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าที่สามารถได้รับคำตอบ ณ จุดเดียว (One stop information service center for customer) และการให้บริการระบบ Track and Trace เพื่อสามารถติดตามสถานการณ์ขนส่งสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ www.thaicargo.com ลูกค้าสามารถรับทราบสถานะของสินค้าได้อย่างละเอียด และปรับปรุงขั้นตอนดำเนินงานเพื่อลดระยะเวลาในการส่งมอบสินค้า พัฒนาการคัดแยกสินค้าประเภทสินค้าถ่ายลำให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นจึงร่นระยะเวลาการทำงาน กำลังคน และข้อผิดพลาดในการดำเนินงาน การที่บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2008 จึงเป็นการตอกย้ำการให้บริการที่อยู่ในมาตรฐานระดับสากล

บริษัทฯ มุ่งเน้นรูปแบบการให้บริการลูกค้าอย่างครบวงจร เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุด เป็นการรองรับการขยายตัวของปริมาณสินค้าทางอากาศและ รองรับการเปิดเสรีทางการค้า การบริการ และการลงทุนตามกรอบความร่วมมือของประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) พัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการแข่งขันสูงเชิงธุรกิจบริษัท จึงมีการนำเอาระบบเทคโนโลยีใหม่มาทดแทนระบบเก่า เพื่อ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้สูงขึ้น

ในการรองรับการขยายตัวทางธุรกิจเพื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community : AEC) ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ บริษัทฯ ได้มีโครงการก่อสร้างอาคารคลังสินค้า ระยะที่ 2 พื้นที่ประมาณ 22,125 ตารางเมตร ณ บริเวณด้านข้างอาคารคลังสินค้าเดิม สามารถรองรับปริมาณสินค้าเพิ่มขึ้นได้อีกประมาณ 1.3 ล้านตัน (ปี 2555 มีปริมาณสินค้า 1.1 ล้านตัน และในปี 2556 มีปริมาณสินค้า 7.7 แสนตัน โดยเป็นของสายการบินไทย 458,345,357 ตัน และ สายการบินลูกค้ารวมกัน 317,464,275 ตัน

ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯ ยังมีการปรับแผนกลยุทธ์เพื่อยกระดับการให้บริการ และเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าทั้งสายการบินลูกค้า และบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศ (Customers Relationship Management:CRM) ด้วยการเยี่ยมเยียนกลุ่มลูกค้า และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย เป็นการสร้างความมั่นใจว่าสินค้าจะได้รับการดูแลเป็นพิเศษทุกขั้นตอน และจัดส่งไปยังปลายทางตามที่การบินไทยได้จัดเตรียมเอาไว้ (Flown as booked)

เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ ยังได้ทำการพัฒนาระบบการจัดการขนส่งสินค้าที่ทันสมัย (New Cargo IT System) เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของฝ่ายการพาณิชย์สินค้าและไปรษณียภัณฑ์ โดยสามารถใช้ระบบใหม่แบบเต็มรูปแบบภายในกลางปี 2557 และพัฒนาการให้บริการจัดการบรรจุสินค้าอย่างเต็มรูปแบบและครบวงจร (Full Services Terminal) เพื่อยกระดับการให้บริการทั้งด้านคุณภาพและประสิทธิภาพให้ได้มาตรฐานในระดับสากล ซึ่งจะสามารถให้บริการอย่างเต็มรูปแบบนี้ได้ภายในต้นปี 2557

หน่วยธุรกิจ

ธุรกิจการบริการลูกค้าภาคพื้น

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มีศักยภาพในการให้บริการในทุกรูปแบบของการให้บริการลูกค้าภาคพื้นแบบเต็มรูปแบบ (Full Ground Handling) และสามารถให้บริการรูปแบบเครื่องบินได้ครบทุกประเภท (All Aircraft Types) จากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการให้บริการลูกค้าภาคพื้นมากกว่า 50 ปี นับตั้งแต่เริ่มให้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นต้นมา แม้ว่าปัจจุบันได้ย้ายฐานการปฏิบัติงานมาอยู่ที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริษัทฯ ยังได้รับอนุญาตจากบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ให้เป็นผู้ประกอบการบริการลูกค้าภาคพื้น ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตามสัญญาเลข ที่ ทสภ. 1-47/2549 โดยมีระยะเวลาของสัญญารวม 34 ปี นับตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน 2549 ถึงวันที่ 27 กันยายน 2583

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้รับอนุญาตจากท่าอากาศยานนานาชาติในภูมิภาค เช่น เชียงใหม่ หาดใหญ่ ภูเก็ต กระบี่ เชียงราย เป็นให้เป็นผู้ให้บริการลูกค้าภาคพื้น ณ ท่าอากาศยานดังกล่าวมาโดยตลอด โดยมีประสบการณ์ในการให้บริการดังกล่าวมากกว่า 50 ปี ทั้งนี้สัญญาการอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบการบริการ ณ ท่าอากาศยานต่างๆ นั้น ยังอยู่ในระหว่างการดำเนินการของบริษัทฯ ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ยกเว้นท่าอากาศยานกระบี่ที่เป็นของกรมการบินพลเรือน (Department of Civil Aviation)

การบริการลูกค้าภาคพื้นของบริษัทฯ นั้นนอกจากการให้บริการกับเที่ยวบินของบริษัทฯ เองแล้ว ยังรวมถึงการให้บริการกับเที่ยวบินสำหรับสายการบินอื่นๆ ทั้งแบบเที่ยวบินประจำ (Scheduled Flights) เที่ยวบินตามเทศกาล (Seasonal Flights) เที่ยวบินเช่าเหมาลำ (Charter Flight) เที่ยวบินทหาร (Military Flights) และเที่ยวบินของบุคคลสำคัญ (VIP/VVIP Flights) ลูกค้าของบริษัทฯ มีทั้งที่เป็นสายการบิน (Airlines Customer) และหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ (Non-Airlines Customer) อาทิ ธนาคาร โรงแรม บริษัทรถยนต์ และบริษัทต่างๆ ที่ต้องการให้บริการพิเศษแก่ลูกค้าของตน เช่น การรับส่งลูกค้าพิเศษ การใช้บริการห้องรับรองพิเศษ เป็นต้น

ประเภทของการให้บริการประกอบไปด้วย

บริการตรวจรับผู้โดยสาร (Check-in Service) เป็นการให้บริการตรวจสอบบัตรโดยสาร เอกสารการเดินทาง หมายเลขที่นั่ง อาหารพิเศษ และ/หรือ บริการพิเศษในแต่ละรูปแบบของการเดินทาง หรือตามที่ได้ทำการสำรองไว้ล่วงหน้า ตลอดจนการตรวจสอบ และบันทึกน้ำหนักสัมภาระของผู้โดยสาร บริการห้องรับรองพิเศษ (Lounge Service) ให้แก่ผู้โดยสารชั้นหนึ่ง ชั้นธุรกิจ ผู้โดยสารสมาชิกบัตรแพลททินัม สมาชิกบัตรทอง และบริการสปา (Spa) สำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจ บริการบริเวณห้องพักผู้โดยสารก่อนเข้า/ออกอากาศยาน (Boarding Gate Services) ให้บริการตรวจทานเอกสารการเดินทาง จัดระเบียบและลำดับการเข้าสู่อากาศยานของผู้โดยสารประเภทต่างๆ สำหรับผู้โดยสารขาออก และอำนวยความสะดวกผู้โดยสารที่ออกจากอากาศยานสำหรับเที่ยวบินขาเข้า บริการด้านสัมภาระ (Baggage Service) ให้บริการตรวจสอบและติดตามสัมภาระสูญหาย ตรวจสอบและซ่อมแซมในกรณีกระเป๋าสัมภาระชำรุดเสียหาย รวมถึงให้บริการนำสัมภาระล่าช้าส่งให้กับผู้โดยสารถึงที่พัก และประสานงานในการชดเชยค่าเสียหายต่างๆ บริการควบคุมระวาง

บรรทุกอากาศยาน (Load Control and Weight Balance Services) รวมถึงให้บริการวางแผนระวางบรรทุก คำนวณน้ำหนักบรรทุก ตลอดจนควบคุมการบรรทุกสัมภาระสินค้า และไปรษณีย์ภัณฑ์ในเที่ยวบินทั้งขาขึ้นและขาลง (Loading และ Unloading)

นอกจากนี้ยังให้บริการสนับสนุนสำหรับการบริการช่วยเหลือผู้โดยสารที่ประสบปัญหาต่างๆ จากเที่ยวบิน (Flight Irregularity Handling) ทั้งขาเข้า ขาออก รวมถึงผู้โดยสารต่อเครื่องให้สามารถเดินทางต่อไปยังจุดหมายปลายทางได้อย่างราบรื่น และได้รับความสะดวกสบายปลอดภัย นอกจากนี้ยังมีบริการพิเศษต่างๆ (Special Services) อาทิ การบริการเฉพาะบุคคลสำคัญ ผู้โดยสารที่เดินทางในชั้นหนึ่ง ชั้นธุรกิจ ผู้โดยสารสมาชิกแพลททินัม หรือ สมาชิกบัตรทอง รวมทั้งการบริการผู้โดยสารสูงอายุ ผู้พิการ ผู้ป่วยที่แพทย์รับรองการเดินทาง และผู้โดยสารที่มีอายุต่ำกว่า 12 ปี ที่เดินทางลำพัง เป็นต้น

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ในส่วนของนโยบายการตลาดของฝ่ายบริการลูกค้าภาคพื้น โดยเน้นการเพิ่มสัดส่วนของการบินไทยในตลาดการให้บริการลูกค้าภาคพื้น ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิซึ่งมีคู่แข่งอยู่อีก 2 ราย ทั้งนี้ปัจจุบันการบินไทยก็มีสัดส่วนมากกว่าอยู่ที่ 2 ใน 3 อยู่แล้วโดยไม่นับรวมสายการบินที่มีการบริการภาคพื้นด้วยตนเอง (Self-Handling Airlines) ที่ถือเป็นเป้าหมายที่การบินไทยจะรุกเข้าไปเสนอให้บริการแก่สายการบินเหล่านี้ด้วย

ในส่วนของการให้บริการ ณ ท่าอากาศยานภูมิภาค ที่ เชียงใหม่ หาดใหญ่ ภูเก็ต กระบี่ และเชียงใหม่ จะมีคู่แข่งอยู่เพียงแห่งละ 1 ราย โดยสัดส่วนทางการตลาดของบริษัทจะมากกว่า 80% ทั้งนี้ท่าอากาศยานภูเก็ตจะเป็นตลาดที่มี Demand มาก สายการบินทั้งแบบ Seasonal และแบบ Charter รวมทั้ง Low Cost Carriers ซึ่งจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

ส่วนการให้บริการที่ท่าอากาศยานดอนเมืองนั้น ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ให้บริการแก่เที่ยวบินแบบเหมาลำ (Charter Flights) และอยู่ระหว่างการวางแผนที่จะเสนอให้บริการลูกค้าภาคพื้นที่ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยจะต้องสอดคล้องกับนโยบายการเปิดให้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่จะประกาศใช้สำหรับปี 2557 และปีต่อไป จึงนับเป็นโอกาสที่ดีของบริษัทฯ ที่จะสามารถเพิ่มรายได้จากการให้บริการภาคพื้น ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองในอีกทางหนึ่งด้วย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และการบริการ

ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการทำงานของบริการลูกค้าภาคพื้นในทุกๆ ท่าอากาศยาน คือ แรงงาน (Man Power) เนื่องจากผลจากการปรับค่าแรงขั้นต่ำในประเทศไทย ทำให้แรงงานที่มีอยู่ในภาคอุตสาหกรรมการบิน (Aviation Industry) หรือ การบิน (Airlines Business) มีการโยกย้ายไปสู่อุตสาหกรรมอื่น เนื่องด้วยค่าจ้างเท่ากันหรือต่ำกว่าเล็กน้อย แต่ไม่ต้องเหนื่อยจากการทำงานเป็นกะ (Shift Work) ซึ่งทั้งบริษัทฯ เองและคู่แข่งต่างได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกัน

ในส่วนของบริษัทฯ นั้น ได้มีการบริหารจัดการแรงงานเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการว่าจ้างแรงงานแบบ Outsources และแบบ Out-Job รวมทั้งหาแรงงานแบบ Part Time มาเสริมเพื่อให้มีปริมาณแรงงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าภาคพื้นในทุกท่าอากาศยานดังกล่าวข้างต้น

หน่วยธุรกิจ

ธุรกิจการบริการอุปกรณ์ภาคพื้น

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

จากการให้บริการอุปกรณ์ภาคพื้นของบริษัทฯ เพื่อเป็นการให้บริการได้ดำเนินการควบคู่ไปกับการบริการลูกค้าภาคพื้นมาโดยตลอด เพื่อผนวกให้เป็นการบริการภาคพื้นแบบเต็มรูปแบบ (Full Ground Handling) โดยสามารถให้บริการได้ครบทุกแบบเครื่องบิน (All Aircraft Types)

จากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการให้บริการอุปกรณ์ภาคพื้นมากกว่า 50 ปีนับตั้งแต่เริ่มให้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นต้นมา แม้ว่าจะมีการย้ายฐานการปฏิบัติงานมาอยู่ที่ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ทางบริษัทฯ ก็ได้รับอนุญาตจากบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ให้เป็นผู้ประกอบการบริการอุปกรณ์ภาคพื้น ตามสัญญาที่ ทสท. 1-50/2549 โดยมีระยะเวลาของสัญญา 34 ปี นับตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน 2549 ถึงวันที่ 27 กันยายน 2583

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้รับอนุญาตจากท่าอากาศยานนานาชาติในภูมิภาค เช่น เชียงใหม่ หาดใหญ่ ภูเก็ต กระบี่ เชียงราย เป็นต้น ให้เป็นผู้ให้บริการอุปกรณ์ภาคพื้น ณ ท่าอากาศยานดังกล่าวมาโดยตลอด โดยมีประสบการณ์ในการให้บริการดังกล่าวมากกว่า 50 ปี ทั้งนี้สัญญาการอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบการบริการ ณ ท่าอากาศยานต่างๆ นั้น ยังอยู่ในระหว่างการดำเนินการของบริษัทฯ ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ยกเว้นท่าอากาศยานกระบี่ที่เป็นของกรมการบินพลเรือน (Department of Civil Aviation)

การบริการอุปกรณ์ภาคพื้นของบริษัทฯ นั้นนอกจากการให้บริการกับเที่ยวบินของบริษัทฯ เองแล้ว ยังรวมถึงการให้บริการกับเที่ยวบินสำหรับสายการบินอื่นๆ ทั้งแบบเที่ยวบินประจำ (Scheduled Flights) เที่ยวบินตามเทศกาล (Seasonal Flights) เที่ยวบินเช่าเหมาลำ (Charter Flight) เที่ยวบินทหาร (Military Flights) และเที่ยวบินของบุคคลสำคัญ (VIP/VVIP Flights) ลูกค้าของบริษัทฯ มีทั้งที่เป็นสายการบิน (Airlines Customer) และหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ (Non-Airlines Customer) เช่น บริษัทรับประกอบตู้บรรทุกสัมภาระหรือสินค้า เป็นต้น

ประเภทของการให้บริการประกอบไปด้วย

บริการรับ-ส่งผู้โดยสาร (Passenger Transportation) รับ-ส่งผู้โดยสารระหว่างอาคารผู้โดยสารหรือจุดจอดนอกอาคารผู้โดยสารกับอากาศยาน บริการรับส่งลูกเรือพร้อมสัมภาระ (Pilot and Cabin Crew Transportation) รับ-ส่งลูกเรือพร้อมสัมภาระระหว่างอาคารผู้โดยสารหรือจุดจอดอากาศยานนอกอาคารผู้โดยสารกับศูนย์ปฏิบัติการสำหรับเที่ยวบินของบริษัทฯ และระหว่างจุดจอดนอกอาคารผู้โดยสารกับอากาศยานสำหรับสายการบินลูกค้า บริการรับ-ส่งผู้โดยสารสูงอายุ ผู้ป่วย และผู้พิการ (Passenger with Reduced Mobility) ที่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์พิเศษในการเคลื่อนย้ายขึ้น-ลงอากาศยาน (Hi-Lift Vehicle) บริการลากจูงและดันอากาศยานเข้า-ออก (Aircraft Pull-in and Push-back Services) เพื่อการลากจูงหรือดันอากาศยานเข้า-ออกจากสะพานเทียบอากาศยาน หรือ ณ จุดจอดอากาศยานนอกอาคาร บริการทำความสะอาดภายในอากาศยาน (Aircraft Interior Cleaning Services) ทำความสะอาดทั้งภายในห้องโดยสาร (Cabin) และห้องนักบิน (Cockpit) บริการรถบันไดอากาศยาน (Passenger Step Services) สำหรับการขึ้น-ลงอากาศยานของผู้โดยสาร บริการบรรจุน้ำดื่มในอากาศยาน (Water Services) บริการล้างสิ่งปฏิกูลและเติมน้ำยาทำความสะอาดห้องสุขาอากาศยาน

(Toilet Services) บริการเครื่องทำความเย็นภายในอากาศยาน (Air Condition Service) ในระหว่างอากาศยานดับเครื่องยนต์ บริการเครื่องจ่ายกระแสไฟฟ้าสำหรับอากาศยาน (Ground Power Services) บริการเครื่องจ่ายลมร้อนแรงดันสูงสำหรับติดเครื่องยนต์อากาศยาน (Air Start Service) บริการซ่อมบำรุง บริการตรวจสอบและซ่อมบำรุงอุปกรณ์ภาคพื้นและยานพาหนะประเภทต่างๆ ตามระยะเวลา บริการซ่อมตู้สินค้าทุกประเภท ตามระบบมาตรฐานสากล

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นของบริษัท ซึ่งมีนโยบายการตลาดในการเพิ่มสัดส่วนของการบินไทยในตลาดการบริการอุปกรณ์ภาคพื้น ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่มีคู่แข่งอยู่อีก 1 ราย ทั้งนี้ปัจจุบันการบินไทยก็มีสัดส่วนอยู่ที่มากกว่า 2 ใน 3 อยู่แล้ว โดยไม่นับรวมสายการบินที่มีให้บริการอุปกรณ์ภาคพื้นด้วยตนเองหรือ Sub-contract ให้บริษัทอื่นดูแล ที่ถือเป็นเป้าหมายที่การบินไทยจะรุกเข้าไปเสนอให้บริการแก่สายการบินเหล่านี้ด้วย

ในส่วนของการให้บริการ ณ ท่าอากาศยานภูมิภาค ที่ เชียงใหม่ หาดใหญ่ ภูเก็ต กระบี่ และเชียงใหม่ จะมีคู่แข่งอยู่เพียงแห่งละ 1 ราย โดยสัดส่วนการตลาดของบริษัทฯ จะมากกว่า 80% ทั้งนี้ท่าอากาศยานภูเก็ตจะเป็นตลาดที่มี Demand มาก สายการบินทั้งแบบ Seasonal และแบบ Charter รวมทั้ง Low Cost Carriers จะมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ

ส่วนการให้บริการที่ท่าอากาศยานดอนเมืองนั้น ปัจจุบันบริษัทฯ ให้บริการแก่เที่ยวบินแบบเหมาลำ (Charter Flights) และเที่ยวบิน VIP โดยอยู่ระหว่างการวางแผนที่จะเสนอให้บริการอุปกรณ์ภาคพื้นพื้นที่ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยจะต้องสอดคล้องกับนโยบายการเปิดให้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่จะประกาศใช้สำหรับปี 2557 และปีต่อไป จึงถือเป็นโอกาสของบริษัทฯ ที่จะสามารถเพิ่มรายได้จากการให้บริการอุปกรณ์ภาคพื้นยังท่าอากาศยานดอนเมืองในอีกช่องทางหนึ่งด้วย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และการบริการ

ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้บริการอุปกรณ์ภาคพื้นในทุกๆ ท่าอากาศยาน คือ อุปกรณ์บริการภาคพื้น (Ground Services Equipment - GSE) และแรงงาน (Man Power) ในส่วนของอุปกรณ์บริการภาคพื้นนั้น ทางบริษัทได้จัดหาเฉพาะพอสำหรับการรองรับการให้บริการ อีกทั้งยังมีระบบการดูแลบำรุงรักษาที่มีประสิทธิภาพ ส่วนปัจจัยด้านแรงงานที่ทางบริษัทได้รับผลกระทบในลักษณะเดียวกันกับด้านการบริการลูกค้าภาคพื้น นั่นคือการขาดแคลนแรงงานสนับสนุน ซึ่งทั้งบริษัทรวมถึงบริษัทคู่แข่งนั้นต่างได้รับผลกระทบแบบเดียวกันทั้งสิ้น

การบริหารจัดการแรงงานเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการว่าจ้างแรงงานแบบ Outsources และแบบ Out-Job รวมทั้งหาแรงงานแบบ Part Time มาเสริมเพื่อให้มีปริมาณแรงงานเพียงพอต่อการให้บริการสำหรับทุกๆ ท่าอากาศยานดังกล่าวข้างต้น เช่นเดียวกันกับด้านการบริการลูกค้าภาคพื้น

หน่วยธุรกิจ	ธุรกิจครัวการบิน
-------------	------------------

ครัวการบิน เป็นหนึ่งในกิจกรรมสนับสนุนธุรกิจสายการบิน โดยมีฐานการปฏิบัติการ 2 แห่ง คือ

1. ครัวการบิน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตั้งอยู่ในเขตปลอดอากร บนพื้นที่ประมาณ 70,000 ตารางเมตร ดำเนินการผลิตอาหารเพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสารสำหรับเที่ยวบินระหว่างประเทศของบริษัทฯ และผู้โดยสารของสายการบินชั้นนำอื่นๆ อีกกว่า 60 สายการบิน

2. ครีวการบิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง บนพื้นที่ประมาณ 40,200 ตารางเมตร ดำเนินการผลิตอาหารเพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสารสำหรับเที่ยวบินภายในประเทศของบริษัท และธุรกิจภาคพื้นที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ภัตตาคาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ ร้านเบเกอรี่ Puff & Pie การให้บริการจัดเลี้ยงทั้งในและนอกสถานที่ ร้านอาหารสวัสดิการ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังดำเนินธุรกิจในต่างจังหวัด อาทิ ท่าอากาศยานกระบี่ เชียงราย เชียงใหม่ และภูเก็ต ในการให้บริการอาหาร และ เครื่องดื่มภายในภัตตาคาร ผลิตอาหารเพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสารของบริษัท และสายการบินอื่นด้วย

การผลิตที่ได้มาตรฐานตามหลักการผลิตอาหารของกระทรวงอุตสาหกรรมของประเทศไทย ภายใต้กฎเกณฑ์และข้อกำหนดที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีกระบวนการผลิตและระบบควบคุมความสะอาดและสุขอนามัย ครีวการบินจึงเป็นผู้นำในธุรกิจการผลิตอาหาร และบริการแก่สายการบิน โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 71 และมีเที่ยวบินที่ให้บริการทั้งหมด 70,243 เที่ยวบิน ผลิตอาหารประมาณ 65,890 ชุดต่อวัน สัดส่วนการจัดซื้อวัตถุดิบในประเทศร้อยละ 75 และนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศร้อยละ 25

นอกจากนี้ยังได้รับการรับรองมาตรฐานสากลที่สำคัญหลายด้าน อาทิ ระบบบริหารคุณภาพสุขลักษณะและความปลอดภัยของอาหารเชิงบูรณาการ (Quality Hygiene and Safety : QHS) รวมถึงระบบคุณภาพ ISO 9001:2008 ระบบ Good Manufacturing Practice (GMP) และ Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) เข้าด้วยกัน ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับจากสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ และองค์กรอนามัยโลก ระบบมาตรฐาน ISO 14001:2004 ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001:2007 และระบบ HAL-Q (Halal-GMP/HACCP)

ด้วยมาตรฐานสากล ทำให้ครีวการบินได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ระดับประเทศ ประจำปี 2554 และจากประสบการณ์กว่า 50 ปี ในการดำเนินธุรกิจด้านอาหารของครีวการบิน จึงมีส่วนทำให้สายการบินไทยได้รับ รางวัลสายการบินยอดเยี่ยมอันดับที่ 1 ประเภทการให้บริการอาหารบนเครื่องบินชั้นประหยัดยอดเยี่ยม (World's Best Economy Class Catering) และล่าสุด ในเดือนสิงหาคม 2556 ที่ผ่านมายังได้รับการรับรองเครื่องหมาย THAI Select จากกระทรวงพาณิชย์ นับเป็นความภาคภูมิใจของฝ่ายครีวการบิน

แม้ว่าในปีที่ผ่านมา ครีวการบินจะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจและวิกฤตการณ์ต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ทางการเมือง ภาวะน้ำมันโลกปรับราคาสูงขึ้น แต่ด้วยความมุ่งมั่นของฝ่ายบริหารและพนักงานที่ปรับกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ทั้งด้านการตลาดและการปฏิบัติการ ให้สอดคล้องกับภาวะการณ์ต่างๆ อาทิ การขยายฐานการผลิต การขยายสาขาธุรกิจร้านเบเกอรี่ การปรับลดค่าใช้จ่ายเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงาน การควบคุมการใช้พลังงานเพื่อลดค่าน้ำ/ค่าไฟฟ้า การนำเอาระบบบริหารมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ (Lean Management) และประยุกต์ใช้ในกระบวนการปฏิบัติงานต่างๆ จึงลดการสูญเสียของวัตถุดิบมีผลให้ค่าใช้จ่ายวัตถุดิบลดลง และการปรับโครงสร้างต้นทุนให้เหมาะสมต่อการแข่งขัน ทำให้ครีวการบินสามารถสร้างผลกำไรได้ด้วยดีเสมอมา

กิจการอื่นๆ

นอกจากนี้ยังมีกิจการอื่นที่เป็นธุรกิจสนับสนุนการขนส่ง ได้แก่ ธุรกิจบริการซ่อมบำรุงอากาศยาน ธุรกิจบริการอำนวยความสะดวก ธุรกิจจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบิน และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกโดยมีรายละเอียดดังนี้

กิจการอื่นๆ

ธุรกิจบริการซ่อมบำรุงอากาศยาน

การซ่อมบำรุงอากาศยานในฝูงบินของบริษัทฯ ให้คงสภาพเหมาะสมสำหรับการเดินอากาศ โดยให้มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนดของกรมการบินพลเรือนและองค์กรต่างๆ ที่ควบคุมสายการบินพาณิชย์ตามที่บริษัทฯ ตกลงรับที่จะผูกพันเพื่อวัตถุประสงค์ของการดำรงไว้ซึ่งความปลอดภัยสูงสุด ฝ่ายช่างจึงเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการซ่อมบำรุงอากาศยานที่อยู่ในฝูงบินของบริษัทฯ ตั้งแต่เริ่มเข้าประจำฝูงบิน จนกระทั่งปลดประจำการและจำหน่ายออกจากฝูงบินของบริษัทฯ

ในการดำเนินการบำรุงรักษาอากาศยานเพื่อให้ได้รับการรับรองจากกรมการบินพลเรือนและองค์กรต่างๆ ที่ควบคุมการบินนั้น เริ่มตั้งแต่กระบวนการที่เกี่ยวกับงานด้านวิศวกรรม การวางแผน และการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกำลังคน พัสตูล์ โรงซ่อม เครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้อากาศยานสามารถคงสภาพความสมควรเดินอากาศและผ่านการรับรองจากกรมการบินพลเรือนและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดระยะเวลาที่อยู่ในประจำการ

การซ่อมบำรุงอากาศยานประกอบด้วยงานหลัก ดังนี้

1. งานซ่อมบำรุงอากาศยานชั้นลานจอด (Line Maintenance)

เป็นการให้บริการตรวจทางเทคนิค และซ่อมบำรุงอากาศยานทุกครั้งที่ยอดแวะ (Transit) หรือบินกลับต้นทาง (Turnaround) ตลอดจนจอดค้างคืน (Night Stop) ที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง และท่าอากาศยานอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. งานซ่อมบำรุงย่อย (Light Maintenance)

เป็นการให้บริการตรวจทางเทคนิคและบำรุงรักษาอากาศยานตามระยะเวลาบินหรือชั่วโมงบิน โดยใช้เวลาในการซ่อมบำรุงย่อย (Light Maintenance) ประมาณ 8 – 48 ชั่วโมง ดำเนินการที่ศูนย์ซ่อมบำรุงสุวรรณภูมิ หรือตามสถานีซ่อมบำรุงอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้รับการรับรอง

3. งานซ่อมบำรุงขั้นโรงงาน (Heavy Maintenance)

เป็นการให้บริการตรวจทางเทคนิคและบำรุงรักษาอากาศยานทั้งลำตัวอากาศยาน เครื่องยนต์ อุปกรณ์อากาศยาน และส่วนประกอบต่างๆ (Component & Accessories) ตามระยะเวลาบินหรือชั่วโมงบิน โดยใช้เวลาในการซ่อมบำรุงขั้นโรงงาน (Heavy Maintenance) ประมาณ 15-60 วัน ดำเนินการโดยศูนย์ซ่อมอากาศยานดอนเมือง กรุงเทพฯ และศูนย์ซ่อมอากาศยานอุตะเภะ จังหวัดระยอง

กระบวนการในการดำเนินการซ่อมบำรุงในแต่ละประเภทตามที่จำแนกข้างต้นนั้น ฝ่ายช่างจะต้องได้รับการรับรองขีดความสามารถจากกรมการบินพลเรือน และจากองค์กรควบคุมการบินต่างๆ เช่น องค์กรบริหารการบินแห่งสหรัฐอเมริกา (Federal Aviation Administration - FAA) และองค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป (European Aviation Safety Agency - EASA) เป็นต้น ซึ่งแต่ละองค์กรจะมีหลักเกณฑ์และกระบวนการในการพิจารณาตรวจสอบขีดความสามารถ ซึ่งฝ่ายช่างจะต้องดำเนินการให้สามารถผ่านหลักเกณฑ์และกระบวนการตรวจสอบดังกล่าว ก่อนที่จะได้รับการรับรองเพื่อให้ฝ่ายช่างสามารถดำเนินการซ่อมบำรุงได้ตามระดับการซ่อมและแบบของอากาศยานที่ระบุในใบรับรองนั้นๆ

ปัจจุบันฝ่ายช่างได้ให้บริการซ่อมบำรุงเครื่องบินให้กับสายการบินลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศจากหลายทวีป รวมถึงหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศ ที่สำคัญได้แก่ กองทัพอากาศ กองบินตำรวจ และหน่วยงานเอกชนต่างๆ ด้วย

ในสถานะต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น โดยมีผลจากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง อาทิ การดำเนินกิจการทั้งด้านบุคลากร และพัสดุ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงสภาวะทางการเมือง และกฎระเบียบที่บังคับใช้ในฐานรัฐวิสาหกิจ ล้วนมีผลต่อการลงทุนและการพัฒนาให้เกิดความต่อเนื่อง ขณะที่แหล่งซ่อมบำรุงอากาศยานในภูมิภาคใกล้เคียงมีต้นทุนการดำเนินการที่ต่ำกว่า และมีความยืดหยุ่นมากกว่าในกรณีของการบริหารจัดการ และการร่วมทุน ส่งผลให้การได้ส่วนแบ่งทางการตลาดมีข้อจำกัด ทั้งด้านการกำหนดราคา และการเจรจาต่อรอง โดยคู่แข่งรายสำคัญที่มีระดับการบริการใกล้เคียงกันในภูมิภาคเอเชียได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การเปิดเสรีทางการค้าจะทำให้ นักลงทุนต่างชาติมีช่องทางที่จะร่วมทุนกับเอกชนเพื่อจัดตั้งแหล่งซ่อมบำรุงอากาศยานได้อย่างเสรีมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตัวอย่างของแหล่งซ่อมบำรุงอากาศยานในประเทศ Thai Aviation Industry (TAI) ที่จังหวัดปทุมธานี ซึ่งถือหุ้นโดยรัฐบาลและกองทัพอากาศ ธุรกิจหลักของ TAI ก็คือการรับซ่อมอากาศยานของกองทัพอากาศ และการขยายการรับซ่อมอากาศยานของหน่วยงานราชการภายในประเทศ ตามแผนงานเมื่อมีความพร้อมเพิ่มขึ้นจะเริ่มรับลูกค้าเอกชน และต่างชาติ นอกจากนี้แหล่งซ่อม TAI แล้ว รัฐบาลยังมีโครงการที่จะเปิดศูนย์ซ่อมอากาศยานแหล่งใหม่ในจังหวัดนครราชสีมา

กิจการอื่น ๆ	ธุรกิจสนับสนุนการขนส่ง
--------------	------------------------

กิจการสนับสนุนการขนส่งประกอบด้วย บริการอำนวยความสะดวก การจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบิน และการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

- การให้บริการอำนวยความสะดวก (Dispatch Services) การให้บริการอำนวยความสะดวกเป็นการให้บริการวางแผนการบินและจัดเตรียมข้อมูลรายละเอียดของเส้นทางบิน พยากรณ์อากาศ รวมทั้งเอกสารการบินที่เกี่ยวข้องอื่นๆ แก่เที่ยวบินของบริษัทฯ และเที่ยวบินของสายการบินลูกค้า ให้เป็นไปตามกฎระเบียบการบิน และ ข้อกำหนดตามที่ระบุในสัญญา เพื่อให้เที่ยวบินสามารถปฏิบัติตามไปถึงที่หมายอย่างปลอดภัย
- การจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบิน (Sales Board) บริษัท King Power Marketing and Management Co.,Ltd. ได้ผ่านการคัดเลือกให้เป็นผู้รับสัมปทานในการจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบิน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2554 จนถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2557
- การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (THAI SHOP) บริษัทได้ดำเนินการเปิดร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกรวมทั้งสิ้น 6 แห่ง ประกอบด้วย สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ สำนักงานหลานหลวง สำนักงานสีลม สำนักงานเชียงใหม่ ศูนย์ปฏิบัติการ (Operation Center : OPC) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และสำนักงานหลักสี่ อีกทั้งได้เปิดจำหน่ายสินค้าผ่านทาง Website ของบริษัทฯ และ Website ภายนอกด้วย

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ท่ามกลางความเสี่ยงจากหลายปัจจัยทั้งภายในและภายนอกตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา บริษัทฯ เล็งเห็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวังอย่างสูง เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้ธุรกิจการบินสามารถเดินหน้าต่อไปได้อย่างมั่นคง บริษัทฯ จึงมุ่งให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2546 เพื่อสร้างผลตอบแทนที่น่าพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีการระบุปัจจัยเสี่ยงและแนวทางการดำเนินการระยะสั้นและระยะยาวในแผนวิสาหกิจ รวมถึงการจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เรื่องการบริหารความเสี่ยงให้แก่ผู้บริหารทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการปลูกฝังการบริหารความเสี่ยงให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) อันประกอบด้วยกรรมการทั้งจากภาครัฐและกรรมการอิสระจากภาคเอกชน กำหนดและทบทวนนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยงในด้านต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งกำกับดูแล ติดตามประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงดังกล่าว เพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริหารและพนักงานมีการระบุความเสี่ยง ประเมินและจัดลำดับความสำคัญสำหรับวางแผนการป้องกัน แก้ไข ควบคุม และจัดการปัจจัยความเสี่ยงทั้งในระดับองค์กรและระดับฝ่ายที่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และเป็นระบบสอดคล้องกับมาตรฐาน (Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission : COSO) ประกอบกับการรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริษัทฯ ในทุกไตรมาส ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าวเป็นไปเพื่อส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกฝ่ายขององค์กรใช้การบริหารความเสี่ยงเป็นเครื่องมือในการบริหารงาน

เพื่อป้องกันผลกระทบหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอน พร้อมกับสนับสนุนให้การดำเนินแผนกลยุทธ์เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ในปี 2556 บริษัทฯ จึงมีการบูรณาการการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรเข้ากับแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ วิเคราะห์ถึงสาเหตุของความเสี่ยงและความสัมพันธ์ของความเสี่ยงต่างๆ รวมทั้งได้ดำเนินการจัดทำดัชนีชี้วัดความเสี่ยงหลัก (Key Risk Indicator) เพื่อใช้เป็นเครื่องเตือนภัยล่วงหน้า และปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบการบริหารความเสี่ยง (Enterprise-wide Risk Management System) ให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อันเอื้อต่อการเชื่อมโยงการจัดทำรายงานการควบคุมภายใน และระบบการบริหารจัดการอื่นๆ ของบริษัทฯ

ปัจจัยเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันอากาศยาน

ค่าใช้จ่ายน้ำมันอากาศยานเป็นค่าใช้จ่ายหลักในการดำเนินธุรกิจการบิน โดยบริษัทฯ มีต้นทุนค่าน้ำมันอากาศยานคิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งราคาน้ำมันอากาศยานมีความผันผวนอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้มีการจัดทำประกันความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันในเชิงรุกมากขึ้น (Fuel Hedging) เพื่อลดความผันผวนของต้นทุนด้านน้ำมันอากาศยาน โดยบริษัทฯ มีนโยบายบริหารความเสี่ยงราคาน้ำมันอากาศยานเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมัน ซึ่งมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ มิใช่เป็น

การแสวงหากำไร แต่เป็นการชะลอและลดผลกระทบต่อน้ำมันด้านน้ำมันฯ หากราคามีการปรับตัวสูงขึ้น สำหรับปี 2556 บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงราคาน้ำมันฯ ให้ค่าใช้จ่ายน้ำมันฯของบริษัทฯ เป็นไปตามงบประมาณที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการเรียกเก็บเงินชดเชยค่าน้ำมันส่วนเพิ่มของบริษัทฯ ผ่านทางค่าธรรมเนียมชดเชยค่าน้ำมันได้บางส่วน ขึ้นอยู่กับสถานะของตลาด การแข่งขัน ความผันผวนของราคาน้ำมันอากาศยาน การตอบสนองของตลาด และการประมาณการค่าใช้จ่ายน้ำมันอากาศยานที่มีการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งได้มีการบริหารจัดการน้ำมันคงคลัง (Fuel Stock Management) และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการใช้ น้ำมันเชื้อเพลิง (Fuel Management)

2. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

เนื่องจากบริษัทฯ มีรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศกว่า 50 สกุลเงิน คิดเป็นประมาณร้อยละ 70 ของรายได้รวมทั้งหมด บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงอันเนื่องมาจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยมีการบริหารภายใต้นโยบาย Natural Hedging คือ การจัดให้รายจ่ายเป็นเงินสกุลเดียวกับรายได้มากที่สุด หลังจากนั้นบริษัทฯ บริหารกระแสเงินสดโดยจัดการแลกเปลี่ยนเงินคงเหลือในแต่ละสกุลเข้ามาเป็นเงินสกุลเงินหลัก 4 สกุลเงิน คือ เงินสกุลเหรียญสหรัฐ ยูโร เยน และบาท โดยพิจารณาจาก Correlation ระหว่างสกุลเงินต่างๆ กับ 4 สกุลเงินหลัก เพื่อให้สามารถบริหารจัดการเงินคงเหลือให้สอดคล้องกับสกุลเงินที่เป็นค่าใช้จ่ายหลักของบริษัทฯ เช่น ค่าใช้จ่ายน้ำมัน ค่าเช่าเครื่องบิน ค่าใช้จ่ายพนักงาน และปรับโครงสร้างเงินกู้ในสกุลเงินต่างๆ ให้สอดคล้องกับสกุลเงินของเงินสดสุทธิจากการดำเนินการ (Net Operating Cash Flow) พร้อมทั้ง กับลดความเสี่ยงของการมีหนี้เป็นเงินสกุลต่างประเทศมากเกินไป โดยการมีหนี้สกุลบาทด้วยส่วนหนึ่ง เพื่อลดความผันผวนของรายการผลกำไร/ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนในงบการเงิน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้วัดมูลค่าความเสี่ยงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยน (VaR) มาใช้เพื่อการวางแผนการจัดหาเงินทุนและกำหนดวิธีการบริหารความเสี่ยงโดยใช้เครื่องมือทางการเงินในการทำธุรกรรมที่เหมาะสม เช่น Cross Currency Swap (CCS), Forward ในช่วงที่ตลาดเงินเอื้ออำนวย

โดยในระหว่างปี 2556 บริษัทฯ ได้ดำเนินการกู้เงินสกุลยูโร ซึ่งเป็นสกุลเงินที่บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิส่วนเกิน เพื่อซื้อเครื่องบินแอร์บัส A380-800 จำนวน 1 ลำ และแอร์บัส A330-300 จำนวน 2 ลำ จัดหาเงินทุนในรูปแบบ EUR Synthetic Bond จำนวน 9,000 ล้านบาท ใช้เครื่องมือทางการเงิน Spot / Forward จากสกุลเงินอื่นเป็นสกุลเงิน USD สำหรับค่าใช้จ่ายน้ำมัน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีสัดส่วนเงินกู้ในเงินสกุลหลักภายหลังจากการทำ CCS ดังนี้ EUR : JPY : THB = 55 : 8 : 37 (ไม่รวมภาระผูกพันค่าเช่าเครื่องบินเพื่อการดำเนินงาน)

3. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจการบิน

การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carrier : LCC) และสายการบินใหม่ (Newcomers) ที่เข้ามาบุกตลาดอย่างรุนแรง รวมทั้งการที่สายการบินต่างๆ จับมือเป็นพันธมิตรการบินกันมากขึ้นกับสายการบินนอกกลุ่มพันธมิตรเดิม ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ในเรื่องของการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นในเส้นทางเดียวกับเส้นทางที่บริษัทฯ ให้บริการอยู่ อาจส่งผลให้บริษัทฯ สูญเสียโอกาสในเส้นทางนั้นๆ บริษัทฯ ได้มีการติดตามผลการดำเนินงานของแต่ละเส้นทางบินอย่างใกล้ชิด โดยติดตามตรวจสอบความสมดุลของจำนวนที่นั่งเสนอให้บริการและจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการและปรับปรุงความจุและความถี่ของเที่ยวบินให้มีความเหมาะสมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีแผนการตลาดโดยวิเคราะห์ตลาดสำคัญ ตลาดที่มีการแข่งขันสูง และตลาดที่มีศักยภาพ โดยบริษัทฯ ได้จัดตั้งสายการบินไทยสมายล์เป็นบริษัทย่อย ให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างอิสระและคล่องตัว เพื่อเพิ่ม

ศักยภาพในการแข่งขันในตลาดภูมิภาค โดยมีลักษณะเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ของความสดใส ทันสมัย (Trendy) ให้บริการด้วยความเป็นมิตร ใส่ใจในรายละเอียด (Friendly) และมีความคุ้มค่า (Worthy) สร้างความแตกต่างเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้แก่ลูกค้าบริษัทฯ สำหรับมาตรการลดความเสี่ยงจากการบุกตลาดของสายการบินใหม่ (Newcomers) บริษัทฯ ได้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความทัดเทียมกับคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง มีการขยายความร่วมมือกับสายการบินพันธมิตร ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สามารถรองรับสถานการณ์การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการขายในกลุ่มลูกค้าที่ทำการบินแบบเชื่อมต่อเส้นทางมากขึ้น (Through Traffic) โดยใช้กรุงเทพฯ เป็นจุดเชื่อมต่อ (Hub) ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของสายการบินที่มีการบริการอย่างเต็มรูปแบบ และสายการบินแบบเครือข่าย บริษัทฯ จึงทำการปรับปรุงการเชื่อมต่อเครือข่ายเส้นทางบิน (Hub Connectivity) ของบริษัทฯ ให้สามารถเชื่อมต่อกันอย่างเหมาะสม และในระยะยาวบริษัทฯ มีการวางแผนจัดหาฝูงบินโดยพิจารณาเลือกซื้อหรือเช่าเครื่องบินที่มีผลิตภัณฑ์ที่เทียบเท่าหรือเหนือกว่าคู่แข่ง

4. ความเสี่ยงจากวิกฤตการณ์ภายนอก และภัยธรรมชาติ

ธุรกิจสายการบินซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัทฯ ประกอบด้วยการบริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศ ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ซึ่งล้วนมีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงทำให้บริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อันเป็นผลจากปัจจัยเสี่ยงจากภาวะแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อาทิ ภัยธรรมชาติ โรคระบาด การก่อการร้าย ความขัดแย้งระหว่างประเทศ รวมถึงปัจจัยการเมืองภายในประเทศ ซึ่งอาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หยุดชะงักลงได้

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการรับมือต่อเหตุการณ์ดังกล่าวให้ทัน่วงที จึงจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการภาวะวิกฤต (Crisis Management Operation Center : CMOC) เพื่าระวังและติดตามสถานการณ์ต่างๆ อย่างใกล้ชิด รวมทั้งกำหนดมาตรการแก้ไข และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดระดับความรุนแรงของความเสี่ยงลง รวมถึงจัดตั้งคณะกรรมการบริหารภาวะวิกฤต และจัดทำ Business Continuity Management (BCM) ในกระบวนการที่สำคัญเพื่อรองรับสถานการณ์ต่างๆ โดยจัดทำแผนและคู่มือรองรับสถานการณ์ พร้อมฝึกซ้อม เพื่อให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ต่างๆ อีกทั้งเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัทฯ และเพิ่มความมั่นใจในการเดินทางของผู้โดยสาร นอกจากนี้ เพื่อการปรับตัวที่รวดเร็ว (Dynamic) บริษัทฯ ยังมีการจัดทำประมาณการผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือน และมีการประเมินผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อเป็นข้อมูลให้ฝ่ายบริหารพิจารณาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ ในการรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป อาทิ การปรับลดปริมาณการผลิต (Production) เมื่อจำนวนผู้โดยสารลดลง

5. ความเสี่ยงจากคุณภาพและประสิทธิภาพของบุคลากร

บริษัทฯ ได้มุ่งเสริมสร้างพนักงานให้มีขีดความสามารถ มีผลผลิต และมีความผูกพันต่อองค์กร โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาบุคลากรในโครงการ Managerial Development เพื่อสร้างกลุ่มผู้บริหารให้มีศักยภาพสูง พร้อมทั้งจะดำรงตำแหน่งที่มีความสำคัญซึ่งจะว่างในอนาคต พัฒนาโครงการ Suitable Manpower Model เพื่อวางแผนอัตรากำลังในแต่ละช่วงอายุ (Age Profile) ให้เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการในการดำเนินธุรกิจ ดำเนินการถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Management : KM) จากบุคลากรที่มีประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อ

ถ่ายทอดองค์ความรู้ขององค์กร และได้นำการบริหารผลการปฏิบัติงานมาใช้กับพนักงานระดับบริหารเพื่อสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งเน้นผลการปฏิบัติงาน (Performance-based Culture) และเชื่อมโยงไปสู่การให้ผลตอบแทนตามผลงานที่ชัดเจน โดยจัดทำตัวชี้วัด (KPIs) รวมทั้งการออกแบบกระบวนการใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันได้

6. ความเสี่ยงจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการไม่คงที่สม่ำเสมอ (Product and Service Inconsistency)

เนื่องจากเครื่องบินของบริษัทฯ ส่วนหนึ่งมีอายุการใช้งานยาวนาน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ มีสภาพเก่า ล้าสมัย ประกอบกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการบนเครื่องบินไม่ทัดเทียมคู่แข่ง บริษัทฯ จึงได้มีการจัดหาเครื่องบินใหม่ที่ได้รับการออกแบบห้องโดยสาร รวมทั้งติดตั้งที่นั่งและอุปกรณ์เพื่อความบันเทิงที่ทันสมัยสามารถแข่งขันได้เข้าประจำฝูงบิน โดยในปี 2556 บริษัทฯ มีการนำเข้าฝูงบินใหม่จำนวน 17 ลำ ประกอบด้วยเครื่องบินแอร์บัส 380 จำนวน 3 ลำ เครื่องบินโบอิง 777-300ER จำนวน 6 ลำ แอร์บัส 330-300 จำนวน 2 ลำ และแอร์บัส 320-200 จำนวน 6 ลำ สำหรับเครื่องบินรุ่นเก่าซึ่งผลิตภัณฑ์บนเครื่องบินมีความแตกต่างกันมากกับเครื่องบินรุ่นใหม่ อาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อความต่อเนื่องของการให้บริการ (Consistency) และภาพลักษณ์การให้บริการของบริษัทฯ นั้นตั้งแต่ปี 2555 – 2556 บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงผลิตภัณฑ์บนเครื่องบินรุ่นเก่า จำนวน 16 ลำ ได้แก่ เครื่องบิน โบอิง 747-400 จำนวน 8 ลำ และเครื่องบินโบอิง 777-200 จำนวน 8 ลำ นอกจากนี้ ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแบบเครื่องบินอย่างกะทันหัน บริษัทฯ ได้กำหนดขั้นตอน และแนวทางในการปรับเปลี่ยนแบบของเครื่องบินให้มีผลกระทบต่อความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารน้อยที่สุด

7. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 กระบวนการคลังถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 51.03 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ จึงทำให้กระบวนการคลังสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียง เพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์หลักของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

หน่วย: ล้านบาท

ประเภท	มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556
เครื่องบิน	82,454.60
เครื่องบินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน	121,376.91
อุปกรณ์การบินหมุนเวียน	15,482.76
เครื่องมือ โรงซ่อมและอุปกรณ์	5,423.02
ที่ดิน อาคารและค่าปรับปรุง	6,711.44
รวม	231,448.73

ลักษณะสำคัญของสินทรัพย์หลัก

เครื่องบิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีเครื่องบินจำนวน 120 ลำ แบ่งเป็นเครื่องบินที่เป็นสินทรัพย์ของบริษัทฯ จำนวน 61 ลำ เครื่องบินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน (Financial Lease) จำนวน 33 ลำ และเครื่องบินภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน (Operating Lease) จำนวน 26 ลำ

จำนวนเครื่องบินที่บริษัทฯ มี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

ประเภทเครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	อายุเฉลี่ย (ปี)	เครื่องบิน ที่เป็นกรรมสิทธิ์ ของบริษัทฯ	เครื่องบิน ภายใต้สัญญาเช่าทาง การเงิน (Financial Lease)	เครื่องบินภายใต้ สัญญาเช่าดำเนินงาน (Operating Lease)
โบอิง 747-400 ¹⁾	18	17.6	16	2	-
โบอิง 777-300	6	14.1	6	-	-
โบอิง 777-200ER	6	6.8	-	6	-
โบอิง 777-200	8	16.8	6	-	2
โบอิง 737-400	9	20.0	6	-	3
โบอิง 777-300ER	9	0.7	-	-	9
แอร์บัส 380-800	6	0.7	2	4	-
แอร์บัส 340-600	6	7.8	-	6	-

ประเภทเครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	อายุเฉลี่ย (ปี)	เครื่องบิน ที่เป็นกรรมสิทธิ์ ของบริษัท	เครื่องบิน ภายใต้สัญญาเช่าทาง การเงิน (Financial Lease)	เครื่องบินภายใต้ สัญญาเช่าดำเนินงาน (Operating Lease)
แอร์บัส 340-500	4	8.1	4	-	-
แอร์บัส 330-300	27	9.1	10	15	2
แอร์บัส 320-200	10	0.8	-	-	10
แอร์บัส 300-600R	9	17.9	9	-	-
เอทีอาร์ 72	2	23.8	2	-	-
รวม	120	11.0	61	33	26

หมายเหตุ :

¹⁾ เป็น Freighter A/C จำนวน 2 ลำ

เครื่องบินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

ประเภทเครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ
โบอิง 747-400	16	เครื่องบินพิสัยไกล สำหรับเส้นทางบินข้ามทวีป
โบอิง 777-200	6	เครื่องบินพิสัยกลาง สำหรับเส้นทางบินในภูมิภาค
โบอิง 777-300	6	เครื่องบินพิสัยกลาง สำหรับเส้นทางบินในภูมิภาค
โบอิง 737-400	6	เครื่องบินพิสัยไกลสำหรับเส้นทางบินภายในประเทศและภูมิภาค
แอร์บัส A380-800	2	เครื่องบินพิสัยไกลขนาดใหญ่มาก สำหรับเส้นทางบินข้ามทวีป
แอร์บัส A340-500	4	เครื่องบินพิสัยไกลพิเศษ สำหรับเส้นทางบินข้ามทวีป
แอร์บัส A330-300	10	เครื่องบินพิสัยกลาง สำหรับเส้นทางบินในภูมิภาค
แอร์บัส A300-600R	9	เครื่องบินพิสัยกลาง สำหรับเส้นทางบินในภูมิภาค
เอทีอาร์ 72	2	ใช้สำหรับเส้นทางบินภายในประเทศ
รวม	61	

เครื่องบินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน (Financial Lease) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

ประเภท เครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียด เครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุด สัญญาเช่า	ระยะเวลา คงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ¹⁾ (ล้านบาท)	
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555
โบอิง 747-400	2	เครื่องบินพิสัยไกล สำหรับเส้นทางบิน ข้ามทวีป	โบอิง 747-400 # 15	5 มิ.ย. 2556	-	0.4	-	256.54
			โบอิง 747-400 # 16	5 มิ.ย. 2556	-	0.4	-	258.18
			โบอิง 747-400 # 17	19 ต.ค. 2558	1.8	2.8	782.23	1,319.85
			โบอิง 747-400 # 18	19 ต.ค. 2558	1.8	2.8	782.23	1,319.85
โบอิง 777-200ER	6	เครื่องบินพิสัยไกล สำหรับเส้นทางบิน ข้ามทวีป	โบอิง 777-200ER # 1	2 พ.ย. 2561	4.8	5.8	1,954.08	2,073.82
			โบอิง 777-200ER # 2	8 พ.ย. 2561	4.9	5.9	1,957.37	2,077.31
			โบอิง 777-200ER # 3	8 พ.ย. 2561	4.9	5.9	1,957.37	2,077.31
			โบอิง 777-200ER # 4	15 พ.ย. 2561	4.9	5.9	1,972.53	2,093.40
			โบอิง 777-200ER # 5	24 ธ.ค. 2560	4.0	5.0	1,223.58	1,384.51
			โบอิง 777-200ER # 6	29 เม.ย. 2561	4.3	5.3	1,314.41	1,461.78

ประเภท เครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียด เครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุด สัญญาเช่า	ระยะเวลา คงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ¹⁾ (ล้านบาท)	
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555
แอร์บัส A330-300	15	เครื่องบินพิสัยกลาง สำหรับเส้นทางบินใน ภูมิภาค	แอร์บัส 330-300 # 13	1 เม.ย. 2564	7.3	8.3	1,056.01	1,360.98
			แอร์บัส 330-300 # 14	7 ก.พ. 2564	7.1	8.1	1,078.45	1,390.96
			แอร์บัส 330-300 # 15	29 ม.ค. 2563	6.1	7.1	1,527.22	1,566.94
			แอร์บัส 330-300 # 16	23 มิ.ย. 2563	6.5	7.5	1,462.68	1,495.21
			แอร์บัส 330-300 # 17	23 มิ.ย. 2563	6.5	7.5	1,450.16	1,482.41
			แอร์บัส 330-300 # 18	23 มิ.ย. 2563	6.5	7.5	1,447.79	1,479.99
			แอร์บัส 330-300 # 19	29 ก.ย. 2520	6.8	7.8	1,618.02	1,648.51
			แอร์บัส 330-300 # 20	29 ก.ย. 2520	6.8	7.8	1,626.98	1,657.64
			แอร์บัส 330-300 # 21	16 พ.ย. 2566	9.9	10.9	2,455.55	2,397.73
			แอร์บัส 330-300 # 22	6 ธ.ค. 2566	9.9	10.9	2,523.35	2,463.82
			แอร์บัส 330-300 # 23	23 ก.พ. 2567	10.2	11.2	2,331.05	2,408.19
			แอร์บัส 330-300 # 24	18 ก.ย. 2570	13.7	14.7	2,796.17	2,762.31
			แอร์บัส 330-300 # 25	19 ต.ค. 2570	13.8	14.8	2,851.28	2,808.48
			แอร์บัส 330-300 # 26	16 ม.ค. 2571	14.1	-	2,750.56	-
			แอร์บัส 330-300 # 27	22 เม.ย. 2571	14.3	-	2,906.92	-

ประเภท เครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียด เครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุด สัญญาเช่า	ระยะเวลา คงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ¹⁾ (ล้านบาท)	
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555
แอร์บัส A340-600	6	เครื่องบินพิสัยกลาง สำหรับเส้นทางบินใน ภูมิภาค	แอร์บัส 340-600 # 1	29 มิ.ย. 2560	3.5	4.5	1,309.49	1,502.05
			แอร์บัส 340-600 # 2	26 ก.ค. 2560	3.6	4.6	1,402.43	1,584.69
			แอร์บัส 340-600 # 3	5 ต.ค. 2560	3.8	4.8	1,533.05	1,709.06
			แอร์บัส 340-600 # 4	28 พ.ย. 2560	3.9	4.9	1,572.21	1,750.39
			แอร์บัส 340-600 # 5	9 ธ.ค. 2560	3.9	4.9	1,583.30	1,762.73
			แอร์บัส 340-600 # 6	29 ต.ค. 2563	6.8	7.8	1,702.39	1,733.75
แอร์บัส A340-500 ²⁾	3	เครื่องบินพิสัยไกล พิเศษ สำหรับเส้นทาง บินข้ามทวีป	แอร์บัส 340-500 # 1	7 ต.ค. 2556	-	4.3	-	1,368.42
			แอร์บัส 340-500 # 2	29 ต.ค. 2556	-	4.3	-	1,367.55
			แอร์บัส 340-500 # 3	25 ต.ค. 2556	-	4.8	-	1,645.35
แอร์บัส A380-800	4	เครื่องบินพิสัยไกล ขนาดใหญ่มากสำหรับ เส้นทางบินข้ามทวีป	แอร์บัส 380-800 # 1	26 ก.ย. 2567	10.7	11.7	4,538.58	5,591.63
			แอร์บัส 380-800 # 2	28 พ.ย. 2567	10.9	11.9	4,914.29	6,043.65
			แอร์บัส 380-800 # 3	20 ธ.ค. 2567	11.0	12.0	6,493.31	6,352.95
			แอร์บัส 380-800 # 4	21 มี.ค. 2568	11.2	-	7,008.73	-
รวม	33						73,883.78	71,657.93

หมายเหตุ :

- ¹⁾ ภาระผูกพันที่บริษัท ต้องจ่ายให้แก่ผู้ให้เช่า ซึ่งตามสัญญากำหนดไว้เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ คำนวณเป็นมูลค่าสกุลเงินบาท ด้วยอัตราแลกเปลี่ยนตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย
- ²⁾ บริษัท ชำระคืนเงินกู้ทั้งจำนวนก่อนกำหนดและยกเลิกสัญญาเช่าการเงินเครื่องบิน A340-500 จำนวน 3 ลำในเดือนตุลาคม 2556

เครื่องบินภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน (Operating Lease) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

ประเภทเครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียดเครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุดสัญญาเช่า	ระยะเวลาคงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ¹⁾ (ล้านบาท)		สิทธิการซื้อเครื่องบินเมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่าดำเนินงาน
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555	
โบอิง 777-200	2	เครื่องบินพิสัยกลางสำหรับเส้นทางบินในภูมิภาค	โบอิง 777-200 # 5	15 ส.ค. 2559	2.6	3.6	418.88	523.46	มี ²⁾
			โบอิง 777-200 # 6	29 ก.ย. 2559	2.7	3.7	415.04	519.33	มี ²⁾
โบอิง 737-400	3	เครื่องบินพิสัยใกล้สำหรับเส้นทางบินภายในประเทศและภูมิภาค	โบอิง 737-400 # 8	9 ธ.ค. 2557	0.9	1.9	69.19	129.27	มี ³⁾
			โบอิง 737-400 # 9	16 ธ.ค. 2557	1.0	2.0	69.19	129.27	มี ³⁾
			โบอิง 737-400 # 10	6 ม.ค. 2558	1.0	2.0	74.96	134.65	มี ³⁾
โบอิง 777-300ER	9	เครื่องบินพิสัยไกลสำหรับเส้นทางบินข้ามทวีป	โบอิง 777-300ER # 1	26 พ.ค. 2556	-	0.4	-	135.42	
			โบอิง 777-300ER # 2	26 พ.ค. 2556	-	0.4	-	135.42	
			โบอิง 777-300ER # 3	31 พ.ค. 2556	-	0.4	-	135.42	
			โบอิง 777-300ER # 4	29 ก.ค. 2556	-	0.6	-	216.06	
			โบอิง 777-300ER # 5 ⁵⁾	2 พ.ย. 2556	-	0.9	-	360.10	

ประเภท เครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียด เครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุด สัญญาเช่า	ระยะเวลา คงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ¹⁾ (ล้านบาท)		สิทธิการซื้อ เครื่องบิน เมื่อสิ้นสุด สัญญาเช่า ดำเนินงาน
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555	
			โบอิง 777-300ER # 6	2 ส.ค. 2567	10.6	11.6	4,673.37	4,842.92	
			โบอิง 777-300ER # 7	30 ต.ค. 2567	10.8	11.8	4,764.48	4,930.73	
			โบอิง 777-300ER # 8	7 มี.ค. 2567	10.2	-	4,995.30	-	
			โบอิง 777-300ER # 9	9 เม.ย. 2568	11.3	-	5,041.97	-	
			โบอิง 777-300ER # 10	11 มี.ย. 2568	11.5	-	5,135.72	-	
			โบอิง 777-300ER # 11	19 ก.ค. 2568	11.6	-	5,182.80	-	
			โบอิง 777-300ER # 12	26 ส.ค. 2568	11.7	-	5,230.03	-	
			โบอิง 777-300ER # 13	22 ต.ค. 2568	11.8	-	5,324.89	-	
แอร์บัส 330-300	2	เครื่องบินพิสัยกลาง สำหรับเส้นทางบินใน ภูมิภาค	แอร์บัส 330-300 # 9	26 ส.ค. 2561	4.7	5.7	756.52	858.08	มี ⁴⁾
			แอร์บัส 330-300 # 11	23 ก.ย. 2561	4.7	5.7	770.03	870.70	มี ⁴⁾
แอร์บัส 320-200	10	เครื่องบินพิสัยใกล้ สำหรับเส้นทางบิน ภายในประเทศและ ภูมิภาค	แอร์บัส 320-200 # 1	29 มี.ย. 2567	10.5	11.5	954.38	995.56	
			แอร์บัส 320-200 # 2	8 ส.ค. 2567	10.6	11.6	973.09	1,013.75	
			แอร์บัส 320-200 # 3	17 ส.ค. 2567	10.6	11.6	982.19	1,023.05	
			แอร์บัส 320-200 # 4	28 ก.ย. 2567	10.8	11.8	991.43	1,032.03	

ประเภท เครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียด เครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุด สัญญาเช่า	ระยะเวลา คงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ¹⁾ (ล้านบาท)		สิทธิการซื้อ เครื่องบิน เมื่อสิ้นสุด สัญญาเช่า ดำเนินงาน
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555	
			แอร์บัส 320-200 # 5	17 ม.ค. 2568	11.1	-	1,030.22	-	
			แอร์บัส 320-200 # 6	28 มี.ค. 2568	11.2	-	1,049.80	-	
			แอร์บัส 320-200 # 7	23 ต.ค. 2562	5.8	-	579.43	-	
			แอร์บัส 320-200 # 8	29 ต.ค. 2562	5.8	-	579.43	-	
			แอร์บัส 320-200 # 9	19 พ.ย. 2562	5.9	-	589.03	-	
			แอร์บัส 320-200 # 10	4 ธ.ค. 2562	5.9	-	599.21	-	
รวม	26						51,250.59	17,985.22	

หมายเหตุ :

- ¹⁾ ภาระผูกพันที่บริษัทฯ ต้องจ่ายให้แก่ผู้ให้เช่า ซึ่งตามสัญญากำหนดไว้เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ คำนวณเป็นมูลค่าสกุลเงินบาท ด้วยอัตราแลกเปลี่ยนตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย
- ²⁾ บริษัทฯ มีสิทธิซื้อเครื่องบินเมื่อสิ้นสุดสัญญา
- ³⁾ บริษัทฯ มีสิทธิในการต่ออายุสัญญาเช่าออกไปอีก 4 ปี
- ⁴⁾ บริษัทฯ มีสิทธิขอยกเลิกสัญญาเช่าดำเนินงานได้ 1 ปีก่อนสิ้นสุดสัญญา
- ⁵⁾ B777-300ER จำนวน 1 ลำ ภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน (Operating Lease) อยู่ระหว่างการส่งมอบเครื่องบินแก่ผู้ให้เช่า

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญประเภทเครื่องหมายการค้าที่ยังใช้งานอยู่ในปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

เครื่องหมายการค้า	สำหรับสินค้า/บริการ	วันที่จดทะเบียน
1. รูปแบบตราสัญลักษณ์บริษัท 	- กระต่ายจดหมาย นิตยสาร - ม้วนการบินไทย PMS 269 C/U (C 85 M 100 Y0 K30) - ชมพูปการบินไทย PMS 233 C/U (C 20 M 100 Y0 K0) - เหลืองการบินไทย PMS 7406 C/U (C0 M 20 Y100 K0)	จด ณ วันที่ 17 มี.ค. 2524 ต่ออายุลง 16 มี.ค. 2554 สิ้นสุด 16 มี.ค. 2564
2. รูปแบบตราสัญลักษณ์บริษัท 	- บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้ารับจ้างขนของ รับฝากของ - บริการดำเนินกิจการโรงแรม จัดหาที่พักอาศัย จองโรงแรม การจัดหาอาหารและบริการ - ให้บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซม เครื่องบิน	จด ณ วันที่ 20 ต.ค. 2536 ต่ออายุลงวันที่ 14 พ.ย. 2556 สิ้นสุด 19 ต.ค. 2566
3. รูปลักษณ์ตัวอักษร ใช้ประกอบตราสัญลักษณ์ภาษาอังกฤษ (ใหม่) THAI	- ให้บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องบิน - บริการโรงแรม จัดหาที่พักชั่วคราว จองโรงแรม จัดการอาหารและเครื่องดื่ม - บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้ารับจ้างขนของ รับฝากของ	จด ณ วันที่ 6 มิ.ย. 2550 สิ้นสุดวันที่ 5 มิ.ย. 2560
4. รูปลักษณ์ตัวอักษร ใช้ประกอบตราสัญลักษณ์ภาษาไทย (ใหม่) ไทย	- ให้บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องบิน - บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้ารับจ้างขนของ รับฝากของ - บริการโรงแรม จัดหาที่พักชั่วคราว จองโรงแรม จัดการอาหารและเครื่องดื่ม	จด ณ วันที่ 6 มิ.ย. 2550 สิ้นสุดวันที่ 5 มิ.ย. 2560

เครื่องหมายการค้า	สำหรับสินค้า/บริการ	วันที่จดทะเบียน
5. Slogan อังกฤษใช้ประกอบตราสัญลักษณ์ <i>Smooth as silk</i>	- บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้า รับจ้างขนของ รับฝากของ - บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องบิน - บริการโรงแรม จัดหาที่พักชั่วคราว จองโรงแรม จัดการอาหารและการบริการ	จด ณ วันที่ 20 ต.ค. 2536 ต่ออายุลงวันที่ 14 พ.ย. 2556 สิ้นสุดวันที่ 19 ต.ค. 2556
6. Slogan ภาษาไทย ใช้ประกอบตราสัญลักษณ์ <i>รักคุณเท่าฟ้า</i>	- บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้า รับจ้างขนของ รับฝากของ - บริการดำเนินกิจการโรงแรม จัดหาที่อาศัย จองโรงแรม การจัดอาหารและการบริการ	จด ณ วันที่ 20 ต.ค. 2536 ต่ออายุลงวันที่ 14 พ.ย. 2556 สิ้นสุดวันที่ 19 ต.ค. 2556
7. ตราสัญลักษณ์ Earn Miles Royal Orchid Plus 	- บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน - จัดหาที่พักอาศัย จองโรงแรม - บริการสะสมโบนัสไมล์	*ไม่ได้จดทะเบียน
8. ตราสัญลักษณ์ร้าน Puff & Pie 	บริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม สเน็คบาร์	จด ณ วันที่ 20 ต.ค. 2539 ต่ออายุลงวันที่ 18 ม.ค. 2549 สิ้นสุดวันที่ 19 ต.ค. 2559

เครื่องหมายการค้า	สำหรับสินค้า/บริการ	วันที่จดทะเบียน
9. ตราสัญลักษณ์ร้าน Puff & Pie Supreme bakery delight 	บริการจัดการอาหารและเครื่องดื่ม	จด ณ วันที่ 13 ก.พ. 2550 สิ้นสุดวันที่ 12 ก.พ. 2560
10. ตราสัญลักษณ์ Eurng Luang 	อาหารและเครื่องดื่ม	จด ณ วันที่ 6 ม.ค. 2553 สิ้นสุดวันที่ 5 ม.ค. 2563
11. ตราสัญลักษณ์โครงการ โมล์สร้างบุญ 	บริการโปรแกรมพิเศษส่งเสริมการเดินทางโบนส์ไมล์สะสม	จด ณ วันที่ 6 มิ.ย. 2550 สิ้นสุดวันที่ 5 มิ.ย. 2560
12. รูปลักษณ์ตัวอักษร ใช้ประกอบตราสัญลักษณ์ ภาษาอังกฤษ 	- ให้บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องบิน - บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้า รับจ้างขนของ รับฝากของ - บริการโรงแรม จัดหาที่พักชั่วคราว จองโรงแรม จัดการอาหารและเครื่องดื่ม	จด ณ วันที่ 1 มิ.ย. 2547 สิ้นสุดวันที่ 31 พ.ค. 2557

เครื่องหมายการค้า	สำหรับสินค้า/บริการ	วันที่จดทะเบียน
13. รูปลักษณะตัวอักษร ใช้ประกอบตราสัญลักษณ์ ภาษาไทย 	- ให้บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องบิน - บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทน จำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้า รับจ้างขนของ รับฝากของ - บริการโรงแรม จัดหาที่พักชั่วคราว จองโรงแรม จัดการ อาหารและเครื่องดื่ม	จด ณ วันที่ 1 มิ.ย. 2547 สิ้นสุด 31 พ.ค. 2557
14. ตราสัญลักษณ์ร้าน Thai Shop 	จัดการขายสินค้า	จด ณ วันที่ 1 มิ.ย. 2543 ต่ออายุในวันที่ 10 ก.พ. 2553 สิ้นสุดวันที่ 29 ก.พ. 2563
15. ตราสัญลักษณ์ Royal Orchid Holiday	- จัดหาที่พักอาศัย จองโรงแรม - จัดทัวร์ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน	20 ต.ค. 2536 ต่ออายุวันที่ 14 พ.ย. 2556 สิ้นสุดวันที่ 19 ต.ค. 2566
16. Slogan ภาษาไทยใช้ ประกอบตราสัญลักษณ์ การบินไทยไขจักรวาล	ผลิตรายการโทรทัศน์	จด ณ วันที่ 15 ส.ค. 2545 ต่ออายุลงวันที่ 21 ส.ค. 2555 สิ้นสุดวันที่ 14 ส.ค. 2565
17. รูปลักษณะตัวอักษรใช้ ประกอบตราสัญลักษณ์ ภาษาอังกฤษ	- คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ จัดการ ดึงกลับมาใช้ใหม่ และเก็บรายละเอียดซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับการ การขนส่งทางอากาศ - บัตรพิมพ์ทำด้วยพลาสติก ใบปลิวใช้กับการบริการสายการ บินโบว์ชัวร์ใช้กับการบริการสายการบินจดหมายข่าวที่ เกี่ยวกับการเดินทางตัวใช้กับการบริการสายการบิน คู่มือใช้กับสายการบิน - บริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ บริการขนส่งทรัพย์สิน	จด ณ วันที่ 20 มี.ค. 2540 ต่ออายุในปี 2550 สิ้นสุดวันที่ 19 มี.ค. 2560

เครื่องหมายการค้า	สำหรับสินค้า/บริการ	วันที่จดทะเบียน
STAR ALLIANCE	ทางอากาศ บริการขนส่งไปรษณีย์ทางอากาศ บริการสำรองและจองที่เพื่อการ เดินทางท่องเที่ยว บริการจัดการเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว บริการจองรถ บริการดึงมาใช้ และเก็บรายละเอียดข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับการขนส่ง บริการสำรองจองที่ เพื่อการเดินทางทางเรือ บริการจัดการเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวทางเรือ • บริการจองโรงแรม	
18. ตราสัญลักษณ์ 	• คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ จัดการ ดึงกลับมาใช้ใหม่ และเก็บรายละเอียดซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งทางอากาศ • บัตรพิมพ์ทำด้วยพลาสติก ใบปลิวใช้กับการบริการสายการบิน โบว์ชัวร์ใช้กับการบริการสายการบินจดหมายข่าวที่เกี่ยวกับการเดินทาง ตัวใช้กับการบริการสายการบิน คู่มือใช้กับการบริการสายการบิน • บริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ บริการขนส่งทรัพย์สินทางอากาศ บริการขนส่งไปรษณีย์ทางอากาศ บริการสำรองและจองที่เพื่อการ เดินทางท่องเที่ยว บริการจัดการเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว บริการจองรถ บริการดึงมาใช้ และเก็บรายละเอียดข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับการขนส่ง บริการ สำรองและจองที่ เพื่อการเดินทางทางเรือ และการจัดการเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวทางเรือ • บริการจองโรงแรม	จด ณ วันที่ 20 มี.ค. 2540 ต่ออายุในปี 2550 สิ้นสุดวันที่ 19 มี.ค. 2560

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ ได้พิจารณาการลงทุนในกิจการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ โดยมีจำนวนเงินลงทุนขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยหากเป็นกิจการที่มีความสัมพันธ์กับบริษัทฯ มาก บริษัทฯ จะลงทุนเกินกว่าร้อยละ 50 หรือลงทุนในลักษณะที่ทำให้บริษัทฯ มีอำนาจควบคุมในบริษัทนั้น ซึ่งบริษัทเหล่านั้นจะถือเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้แก่ บริษัท ไทย-อะมาดีอุส เซาท์อีสต์ เอเชีย จำกัด บริษัท วิงสแปน เซอร์วิสเชส จำกัด บริษัท ไทยไฟลท์เทรนนิง จำกัด และบริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการลงทุนในกิจการอื่นๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทฯ โดยถือเป็นบริษัทร่วมของบริษัทฯ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ อาจพิจารณาบทวนการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพธุรกิจและแผนยุทธศาสตร์ของบริษัทฯ ในอนาคต

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ข้อพิพาททางกฎหมายทั่วไปที่มีได้เกี่ยวเนื่องกับกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการผูกขาดและการกีดกันทางการค้า (Antitrust)

บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ดี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งบริษัทฯ เป็นจำเลยในคดีต่างๆ สรุปได้ดังนี้

ประเภทคดี	จำนวนคดี (คดี)	ทุนทรัพย์รวม (ล้านบาท)	สถานะปัจจุบัน
คดีพิพาทแรงงาน	40	1,299.87	อยู่ในระหว่างพิจารณาคดีของศาล
คดีเรียกร้องค่าเสียหาย	34	2,588.15	อยู่ในระหว่างพิจารณาคดีของศาล

หมายเหตุ :

- (1) คดีพิพาทแรงงานดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นคดีที่มีทุนทรัพย์น้อยกว่า 100 ล้านบาทต่อคดี โดยมีเพียง 2 คดีเท่านั้นที่มีทุนทรัพย์เกินกว่า 100 ล้านบาทต่อคดี ทั้งนี้ จำนวนทุนทรัพย์ที่มีการเรียกร้องต่อคดีที่สูงที่สุดสำหรับคดีพิพาทแรงงานคือประมาณ 550 ล้านบาท
- (2) คดีเรียกร้องค่าเสียหายดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นคดีที่มีทุนทรัพย์น้อยกว่า 100 ล้านบาทต่อคดี โดยมีเพียง 4 คดีเท่านั้นที่มีทุนทรัพย์เกินกว่า 100 ล้านบาทต่อคดี ทั้งนี้ จำนวนทุนทรัพย์ที่มีการเรียกร้องต่อคดีที่สูงที่สุดสำหรับคดีเรียกร้องค่าเสียหายคือประมาณ 1,160 ล้านบาท

ข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการผูกขาดและการกีดกันทางการค้า (Antitrust)

ความเป็นมา

บริษัทฯ ถูกกล่าวหาว่าได้ร่วมกับสายการบินอื่นๆ ในการกำหนดค่าธรรมเนียมชดเชยค่าน้ำมัน (Fuel Surcharge) ค่าธรรมเนียมพิเศษอื่นๆ ค่าระวางขนส่งผู้โดยสาร และค่าระวางขนส่งสินค้าที่เรียกเก็บจากผู้ให้บริการ อันเป็นการขัดต่อกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการผูกขาดและการกีดกันทางการค้า ทั้งนี้ การกล่าวหาและ/หรือการฟ้องร้อง ประกอบด้วย การฟ้องร้องโดยผู้ให้บริการ และ/หรือการกล่าวหา/การสอบสวนโดยหน่วยงานของรัฐในประเทศต่างๆ โดยมีลักษณะที่ต้องรับผิดชอบทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งรวมถึงการจ่ายเงินชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ การจ่ายค่าปรับแก่หน่วยงานของรัฐ และอื่นๆ ทั้งนี้ การกล่าวหาและการฟ้องร้องดังกล่าวมิได้กระทำต่อบริษัทฯ เพียงรายเดียวเท่านั้น แต่ยังมีกล่าวหาและฟ้องร้องสายการบินอื่นๆ หลายสายการบินที่ได้มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมชดเชยค่าน้ำมัน (Fuel Surcharge) และค่าธรรมเนียมอื่นๆ ดังกล่าวด้วยเช่นกัน อาทิ สายการบินลุฟท์ฮันซ่า สายการบินบริติชแอร์เวย์ สายการบินแคนาดาแอร์ สายการบินโคเรียนแอร์ไลน์ สายการบินเจแปนแอร์ไลน์ สายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก สายการบินสิงคโปร์แอร์ไลน์ สายการบินแอร์ฟรานซ์ เป็นต้น

สรุปข้อมูลข้อพิพาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ ถูกดำเนินการสอบสวน และ/หรือฟ้องร้องในกรณีเกี่ยวกับกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการผูกขาดและการกีดกันทางการค้า (Antitrust) ใน 5 ภูมิภาค ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย และสาธารณรัฐเกาหลี โดยลักษณะข้อกล่าวหาที่ถูกฟ้องในแต่ละประเทศนั้นจะคล้ายคลึงกัน คือกล่าวหาว่า บริษัทฯ ร่วมกับสายการบินอื่นๆ กำหนดอัตราค่าระวางขนส่งสินค้า หรืออัตราค่าระวางขนส่งผู้โดยสาร หรือทั้ง 2 อย่าง รวมทั้งอัตราค่าธรรมเนียมพิเศษต่างๆ โดยมีระยะเวลาที่ถูกกล่าวหาว่ากระทำผิดโดยรวมในช่วงระหว่างปี 2542-2550 (1999-2007) สำหรับรายละเอียดข้อพิพาทในแต่ละประเทศ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ข้อพิพาทในสหภาพยุโรป

บริษัทฯ ได้รับหนังสือจากคณะกรรมการการประชาคมยุโรป (Commission of the European Communities) หรือ EC กล่าวหาว่าบริษัทฯ และสายการบินอื่นๆ อีก 27 สายการบิน ละเมิดต่อกฎหมายประชาคมยุโรป (EU Law) ในการกำหนดราคาค่าธรรมเนียมพิเศษเพื่อชดเชยค่าน้ำมัน (Fuel Surcharge) ค่าธรรมเนียมการรักษาความปลอดภัย (Security Surcharge) ค่าธรรมเนียมการเสี่ยงภัย (War Risk Surcharge) อัตราค่าระวางการขนส่งสินค้าและค่าธรรมเนียมอื่นๆ ทำให้กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศได้รับความเสียหาย

เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2553 คณะกรรมการการประชาคมยุโรปได้มีคำสั่งตัดสินยกเลิกข้อกล่าวหาบริษัทฯ แล้ว บริษัทฯ จึงไม่ถูกกำหนดโทษปรับแต่อย่างใด

2. ข้อพิพาทในนครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา

บริษัทฯ ถูกกลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศรวม 35 ราย ร่วมกันฟ้องร้องต่อศาลแพ่งแห่งนครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยกล่าวหาว่าบริษัทฯ ร่วมกับสายการบินอื่นรวมทั้งสิ้น 38 สายการบิน กำหนดค่าธรรมเนียมชดเชยค่าน้ำมัน (Fuel Surcharge) ค่าธรรมเนียมการเสี่ยงภัย (War Risk Surcharge) และค่าธรรมเนียมอื่นๆ อันเป็นการละเมิดต่อกฎหมายป้องกันการกีดกันที่ไม่เป็นธรรมของประเทศสหรัฐอเมริกา (คือ Sherman Antitrust Act of 1890 และ Clayton Antitrust Act of 1914) และกฎหมายประชาคมยุโรป (EU Law) ทำให้กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศได้รับความเสียหาย จึงขอให้ศาลมีคำพิพากษาให้บริษัทฯ และสายการบินอื่นชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้น โดยขณะยื่นฟ้องนั้น โจทก์แต่ละรายยังไม่ได้ระบุยอดค่าเสียหายที่เรียกร้อง

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ทำสัญญาประนีประนอมยอมความกับโจทก์ เป็นเงิน 3,500,000 เหรียญสหรัฐ และได้ชำระเงินให้โจทก์แล้ว และศาลได้มีคำพิพากษาศาสนาตามสัญญาประนีประนอมยอมความแล้ว อย่างไรก็ตาม มีโจทก์บางส่วนไม่เข้าร่วมในการประนีประนอมยอมความ ซึ่งโจทก์ส่วนนี้ยังมีสิทธิตามกฎหมายที่จะฟ้องร้องบริษัทฯ เองได้โดยตรง

3. ข้อพิพาทในนครลอสแอนเจลิสและนครซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา

บริษัทฯ ถูกกลุ่มผู้โดยสารร่วมกันฟ้องร้องต่อศาลนครลอสแอนเจลิสจำนวน 2 คดี และศาลนครซานฟรานซิสโกจำนวน 17 คดี รวมเป็น 19 คดี กล่าวหาว่า บริษัทฯ ร่วมกับสายการบินอื่นรวม 12 สายการบิน กำหนดอัตราค่าโดยสารและค่าธรรมเนียมพิเศษต่างๆ สำหรับเส้นทางข้ามมหาสมุทรแปซิฟิก (Trans-Pacific) อันเป็นการละเมิดกฎหมายป้องกันการกีดกันที่ไม่เป็นธรรมของประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้กลุ่มผู้โดยสารได้รับความเสียหาย ต่อมาศาลมีคำสั่งให้ศาลนครซานฟรานซิสโกพิจารณาเป็นคดีเดียว โดยยังไม่มีการระบุจำนวนทุนทรัพย์ที่ฟ้องร้องจนกว่าศาลจะชี้ขาดว่าบริษัทฯ เป็นฝ่ายผิด

ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ตกลงประนีประนอมยอมความกับโจทก์เป็นเงินจำนวน 9.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รวมค่าใช้จ่ายในการ Notice ให้แก่กลุ่มโจทก์ทั้งหมด (Action Class) และค่าทนายความของโจทก์แล้ว โดยบริษัทฯ สามารถแบ่งชำระค่าปรับเป็น 2 งวด อย่างไรก็ตาม สัญญาประนีประนอมยอมความจะต้องได้รับความเห็นชอบจากศาล Federal Court เมืองซานฟรานซิสโก มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ก่อนที่การประนีประนอมยอมความจะมีผลบังคับตามกฎหมาย ทั้งนี้ ทนายความบริษัทฯ คาดว่าศาลฯ น่าจะทำการไต่สวนและมีคำพิพากษาศาสนาตามสัญญาประนีประนอมยอมความได้ในอีก

ประมาณ 6-8 เดือนข้างหน้า ส่วนการชำระเงินตามสัญญาประนีประนอมยอมความดังกล่าวเป็นการชำระเงินเข้าบัญชี Escrow ซึ่ง Escrow Agent จะทำการโอนให้แก่โจทก์ได้ต่อเมื่อศาลมีคำพิพากษาตามสัญญาประนีประนอมยอมความแต่หากศาลไม่มีคำพิพากษาดังกล่าวก็ต้องโอนเงินคืนให้แก่บริษัทต่อไป

4. การดำเนินการกับบริษัท โดยกระทรวงยุติธรรมของประเทศสหรัฐอเมริกา

กระทรวงยุติธรรมของประเทศสหรัฐอเมริกา (Department of Justice : DOJ) ได้ดำเนินการตรวจสอบเอกสารหลักฐานและข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับธุรกิจการขนส่งสินค้าทางอากาศ และธุรกิจการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ ของบริษัท เพื่อให้คณะลูกขุน (Grand Jury) พิจารณาว่าจะฟ้องร้องบริษัท หรือไม่ ปัจจุบันบริษัท ไม่ได้รับการติดต่อใดๆ จาก DOJ จึงคาดว่า DOJ น่าจะยุติการดำเนินคดีกับบริษัท แล้ว

ในกรณีที่มีการตัดสินหรือชี้ขาดว่า บริษัท เป็นฝ่ายผิดในคดีนี้ ศาลจะได้กำหนดจำนวนเงินค่าปรับต่อไป ซึ่งกฎหมายได้มีการกำหนดโทษที่เกี่ยวข้องไว้ ดังต่อไปนี้

- ค่าปรับเป็นจำนวน 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 2 เท่าของผลประโยชน์ที่ได้รับจากการกระทำความผิด (แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า)
- ศาลอาจมีคำสั่งคุมประพฤติ (Probation Order) ต่างๆ ได้ อย่างน้อย 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี เช่น สั่งให้บริษัท กำหนดมาตรการป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดกฎหมาย Antitrust อีกในอนาคต เป็นต้น
- ศาลอาจมีคำสั่งให้ชดเชยความเสียหายในกรณีที่มีผู้เสียหายจากการกระทำความผิด
- ศาลอาจมีคำสั่งจำคุกสำหรับบุคคลธรรมดา หากปรากฏว่าได้มีการกระทำความผิดในนามส่วนตัว (จำคุกไม่เกิน 10 ปี และ/หรือปรับไม่เกิน 1,000,000 เหรียญสหรัฐ)

ทั้งนี้ สายการบินจำนวนหนึ่งได้ถูกดำเนินคดีและถูกปรับ เนื่องจากผลของการสอบสวนในลักษณะเดียวกันนี้ รวมทั้งพนักงานของสายการบินบางแห่งก็ได้ถูกดำเนินคดี ถูกปรับ และ/หรือถูกตัดสินจำคุก ด้วยเช่นเดียวกัน

5. ข้อพิพาทในประเทศนิวซีแลนด์

New Zealand Commerce Commission (NZCC) ได้ยื่นฟ้องบริษัท และสายการบินอื่นอีก 13 สายการบิน ณ ศาลเมืองไอล์แลนด์ กล่าวหาว่าบริษัท ร่วมกับสายการบินอื่นกำหนดค่าธรรมเนียมชดเชยน้ำมัน (Fuel Surcharge) และค่าธรรมเนียมการรักษาความปลอดภัย (Security Surcharge) อันเป็นการละเมิดกฎหมายพาณิชย์ (Commerce Act) ของประเทศนิวซีแลนด์ โดยขอให้ศาลมีคำพิพากษาให้บริษัท ชำระค่าปรับและค่าใช้จ่ายตามกฎหมาย แต่ขณะที่ยื่นฟ้องทาง NZCC ยังไม่ได้ระบุยอดค่าปรับและค่าใช้จ่ายที่เรียกร้องมา

ปัจจุบัน บริษัท ได้ตกลงประนีประนอมยอมความกับ New Zealand Commerce Commission (NZCC) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2556 ศาลประเทศนิวซีแลนด์ได้มีคำพิพากษาตามแนวทางของการเจรจาประนีประนอมที่บริษัท และ NZCC ได้ตกลงกัน โดยศาลได้อนุญาตให้บริษัท ชำระค่าปรับให้แก่ทางการของประเทศนิวซีแลนด์เป็นจำนวนเงิน 2.7 ล้านดอลลาร์นิวซีแลนด์ และค่าใช้จ่ายทนายความของคณะกรรมการ NZCC จำนวน 259,079.18 เหรียญนิวซีแลนด์ รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 2,959,079.18 เหรียญนิวซีแลนด์ โดยสามารถแบ่งชำระค่าปรับเป็น 4 งวดในระยะเวลา 18 เดือน

6. ข้อพิพาทในประเทศออสเตรเลีย

Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) ได้ยื่นฟ้องบริษัท โดยกล่าวหาว่าบริษัท ร่วมกับสายการบินอื่นกำหนดค่าธรรมเนียมชดเชยค่าน้ำมัน (Fuel Surcharge) และค่าธรรมเนียมการรักษาความปลอดภัย

(Security Surcharge) ในลักษณะที่ขัดกับกฎหมาย Trade Practices Act 1974 ทั้งนี้ ในขณะที่ยื่นฟ้องทาง ACCC ยังไม่ได้ระบุนยอดค่าปรับและค่าใช้จ่ายที่เรียกร้อง

ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ตกลงประนีประนอมยอมความกับ Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) เป็นเงินค่าปรับจำนวน 7,500,000 เหรียญออสเตรเลีย พร้อมค่าทนายความของ ACCC จำนวน 500,000 เหรียญออสเตรเลีย รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 8,000,000 เหรียญออสเตรเลีย เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2555 ศาลได้มีคำพิพากษาให้ประนีประนอมยอมความตามที่บริษัทฯ และ ACCC ตกลงกันแล้ว โดยบริษัทฯ สามารถผ่อนชำระค่าปรับได้เป็นจำนวน 7 งวด ในช่วงระยะเวลา 3 ปี

7. ข้อพิพาทในประเทศสาธารณรัฐเกาหลี

กรณีที่บริษัทฯ ถูกตรวจสอบโดยทางการของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี Korea Fair Trade Commission/KFTC เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2553 บริษัทฯ ได้รับคำตัดสินฉบับทางการแล้ว โดย KFTC มีคำสั่งปรับบริษัทฯ เป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น 2,877,000,000 วอน แต่ไม่ดำเนินคดีอาญากับบริษัทฯ และพนักงานที่เกี่ยวข้อง บริษัทฯ ได้ชำระค่าปรับให้แก่ KFTC ตามคำตัดสินแล้ว และได้ยื่นอุทธรณ์คำตัดสินของ KFTC Commissioners ต่อศาล ผลปรากฏว่า ศาลมีคำสั่งยกอุทธรณ์ของ บริษัทฯ ทั้งเส้นทางการบินออกจากประเทศสาธารณรัฐเกาหลีและเส้นทางการบินออกจากประเทศฮ่องกง กล่าวคือ ให้บริษัทฯ ชำระค่าปรับจำนวน 2,198,000,000 หรือประมาณ 59.79 ล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยน 1 วอน ต่อ 0.0272 บาท) เส้นทางการบินออกจากประเทศสาธารณรัฐเกาหลี และชำระค่าปรับจำนวน 679,000,000 วอน หรือประมาณ 18.47 ล้านบาท สำหรับเส้นทางการบินออกจากประเทศฮ่องกง ซึ่งบริษัทฯ ได้ยื่นฎีกาต่อศาลแล้ว ขณะนี้คดีอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลฎีกา

การตั้งสำรองความเสียหาย

ณ 19 สิงหาคม 2554 บริษัทฯ ได้อนุมัติให้เปลี่ยนสกุลเงินที่ใช้ในการบันทึกบัญชีจากสกุลเงินบาทเป็นสกุลเงินต่างประเทศตามภาระสัญญาที่จะต้องชำระในอนาคต โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยนปัจจุบันจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ วันสิ้นงวดบัญชี

โดยในการประเมินค่าเสียหายดังกล่าว บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์ในการประมาณการ ดังนี้

1. การปรับปรุงประมาณการความเสียหายและค่าปรับข้างต้น เป็นการประเมินจากความคืบหน้าและแนวทางของคดีต่างๆ ซึ่งมีความชัดเจนขึ้น ตลอดจนพิจารณาจากโอกาสที่บริษัทฯ อาจถูกกล่าวหาจากทางการของแต่ละประเทศที่มีการสอบสวนประกอบกับอัตราค่าปรับขั้นต่ำที่อาจเกิดขึ้น ในกรณีที่มีการชี้ขาดหรือพิพากษาว่าบริษัทฯ ได้กระทำความผิดตามที่ถูกกล่าวหา หรือตามที่ถูกฟ้องร้องจริง และปรับปรุงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศให้สอดคล้องกับปัจจุบันมากขึ้น

2. จำนวนประมาณการความเสียหายและค่าปรับที่ประมาณการข้างต้น เป็นการประมาณจากฐานค่าปรับของทางการแต่ละประเทศที่มีการสอบสวนและฟ้องร้องรวมตลอดถึงประมาณการเบื้องต้นของค่าเสียหายคดีแพ่ง กรณี Civil Class Action ในประเทศสหรัฐอเมริกา ถึงแม้คดีแพ่งดังกล่าว ยังไม่ปรากฏทฤษฎีของคดีในคำฟ้อง ซึ่งโจทก์มีหน้าที่จะต้องพิสูจน์ความเสียหายก็ตาม

3. การชี้ขาดหรือการตัดสินในคดีต่างๆ จะเกิดขึ้นในปีงบประมาณต่อจากนี้ซึ่งอาจเกิดขึ้นไม่พร้อมกัน

4. การประมาณการดังกล่าวอาจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงในสาระสำคัญ เนื่องจาก

4.1 ในประเทศที่มีการสอบสวนโดยที่ยังไม่มีการกล่าวหาว่าบริษัทฯ ได้กระทำความผิดกฎหมายนั้น ยังไม่ปรากฏข้อเท็จจริงที่แน่ชัดว่าจะมีการกล่าวหาหรือไม่ ถ้ามีการกล่าวหาจะระบุว่า ท้องที่ใดบ้างที่บริษัทฯ กระทำความผิด ดังนั้น จึงยังไม่สามารถทราบจำนวนรายรับของบริษัทฯ ในท้องที่ดังกล่าวในอันที่จะถูกนำไปเป็นฐานในการคำนวณค่าปรับหรือค่าเสียหายได้

- 4.2 การกำหนดค่าปรับและค่าเสียหายเป็นดุลยพินิจของผู้ชี้ขาดหรือผู้ตัดสิน โดยอาจจะพิจารณาข้อเท็จจริงอื่นๆ ในคดีประกอบด้วย
- 4.3 ก่อนมีการชี้ขาดหรือตัดสิน อาจมีการตกลงหรือประนีประนอมยอมความในเรื่องค่าปรับหรือค่าเสียหายได้ ทั้งนี้ จะขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละประเทศและรูปคดีที่เกิดขึ้น

เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2552 คณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีการมอบหมายให้คณะกรรมการดำเนินการกรณีการสอบสวน การกล่าวหา และการฟ้องร้องคดีเกี่ยวกับการกระทำผิดต่อกฎหมายแข่งขันทางการค้า ซึ่งมีกรรมการประกอบด้วย กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ ผู้แทนกระทรวงคมนาคม ผู้แทนกระทรวงการต่างประเทศ ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์ ผู้แทนสำนักงานอัยการสูงสุด เป็นต้น ทำหน้าที่พิจารณาหลักเกณฑ์การตั้งสำรองค่าเสียหายและค่าปรับ รวมทั้งวิธีการตั้งสำรองทางบัญชี เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่า การประมาณการหนี้สินที่เกิดขึ้นใกล้เคียงกับความเป็นจริงและเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ของบริษัทฯ มากที่สุด โดยให้เริ่มตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นไป และต่อมาบริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการด้านกฎหมายพิจารณาแนวทางและนโยบายในการดำเนินการในเรื่องที่เกี่ยวกับการกระทำผิดกฎหมายแข่งขันทางการค้า ในภูมิภาคต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และกำหนดนโยบายเพื่อป้องกันมิให้มีการปฏิบัติงานที่อาจเป็นความผิดในเรื่องดังกล่าว ซึ่งประกอบด้วย ผู้แทนจากสำนักงานอัยการสูงสุด ผู้แทนจากกระทรวงแรงงาน ผู้แทนจากกระทรวงยุติธรรม ผู้แทนจากคณะกรรมการกฤษฎีกา เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ จะทำการพิจารณาปรับปรุงการตั้งสำรองค่าปรับและค่าเสียหายกรณี Antitrust ให้สอดคล้องกับค่าตัดสินในแต่ละกรณี เพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ว่า บริษัทฯ ได้ตั้งสำรองค่าปรับและค่าเสียหาย กรณี Antitrust ไว้เพียงพอเพียงตามสมควร และสถานะทางการเงินของบริษัทฯ จะไม่ถูกกระทบกระเทือนอย่างมีนัยสำคัญในกรณีที่มีค่าตัดสินในภูมิภาคอื่นๆ เกิดขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างทนายความเพื่อแก้ต่างคดี Antitrust/Competition Law

สำหรับในการดำเนินการเพื่อแก้ต่างคดี Antitrust/Competition Law ในแต่ละภูมิกานั้น บริษัทฯ ได้ทำการว่าจ้างสำนักงานทนายความชั้นนำที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในภูมิกานั้นๆ เป็นผู้รับผิดชอบในการแก้ต่างคดี โดยค่าทนายความที่แต่ละสำนักงานเรียกเก็บจากบริษัทฯ นั้น จะคิดคำนวณตามชั่วโมงที่ทำงานจริงของทนายความแต่ละคนตามอัตราค่าทนายความที่ตกลงกัน

6 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ชื่อภาษาอังกฤษเป็น THAI AIRWAYS INTERNATIONAL PUBLIC COMPANY LIMITED ชื่อย่อ THAI
ประเภทธุรกิจ	:	บริการขนส่งทางอากาศและกิจการอื่นที่เกี่ยวข้อง
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 89 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107537001757
Home Page	:	www.thaiairways.com
โทรศัพท์	:	66 (0) 2545-1000, 66 (0) 2695-1000
THAI Contact Center	:	66 (0) 2356-1111

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วดังนี้

ทุนจดทะเบียน 2,698,900,950 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท รวมมูลค่า 26,989,009,500 บาท

ทุนชำระแล้ว 2,182,771,917 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท รวมมูลค่า 21,827,719,170 บาท

ข้อมูลนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 10

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ชนิดของหุ้น	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
บริษัท ไทย-อะมาดีอุส เซาท์อีสต์เอเชีย จำกัด อาคารดิออฟฟิศแอสเซทเซ็นทรัลเวิลด์ 999/9 ยูนิทที่ 3406-3412 ชั้นที่ 34 ถ. พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 โทรศัพท์ 0-2207-9090 โทรสาร 0-2207-9191	บริการด้านคอมพิวเตอร์ สำหรับการสำรองที่นั่งโดยสารและบริการเดินทางอื่นๆ ให้กับตัวแทนจำหน่าย	สามัญ	15.00	55.00
บริษัท สายการบินบินเกอร์ จำกัด (มหาชน) 183 อาคารรัตนการ ชั้น 17 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0-2627-2000 โทรสาร 0-2286-9830	บริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ	สามัญ	625.00	39.20
บริษัท วิงสแปน เซอร์วิสেস จำกัด 89 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 0-2545-1267 โทรสาร 0-2545-1535	บริหารจัดการเรื่องบุคลากรให้กับบริษัทฯ	สามัญ	2.00	49.00 (มีอำนาจควบคุม)
บริษัท ไทยไฟท์เทรนนิง จำกัด 89 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 0-2545-3330 โทรสาร 0-2545-3992	บริการฝึกอบรมด้านการบิน	สามัญ	2.00	49.00 (มีอำนาจควบคุม)
บริษัท ทัวร์เอื้องหลวง จำกัด 89 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 0-2356-2888 โทรสาร 0-2288-7158	บริการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว	สามัญ	1.00	ถือหุ้นผ่านบริษัท วิงสแปนเซอร์วิสেস 49.00 (มีอำนาจควบคุม)
บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด 89 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 0-2545-3330	บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า	สามัญ	450.00	100.00
บริษัท ดอนเมือง อินเตอร์เนชั่นแนล แอร์พอร์ต โฮเต็ล จำกัด 333 หมู่ 10 ถนนเชิดวุฒากาศ แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210 โทรศัพท์ 0-2566-1020-1 โทรสาร 0-2566-1941	โรงแรมและร้านอาหาร	สามัญ	120.00	40.00
บริษัท ครีวการบินภูเก็ต จำกัด 10/3 หมู่ 6 ถนนสนามบิน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต 83000 โทรศัพท์ (076) 327-497, (076) 327-500-6 โทรสาร (076) 327-123-4	ครีวการบิน	สามัญ	100.00	30.00

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ชนิดของหุ้น	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
บริษัท โรงแรมรอยัลโอดิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) 2 ซอยกัปตันบุช ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์ 0-2266-0123 โทรสาร 0-2236-6656	โรงแรมและร้านอาหาร	สามัญ	937.50	24.00
บริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 171/2 หมู่ 10 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210 โทรศัพท์ 0-2565-3811-8 โทรสาร 0-2565-3825	คลังเชื้อเพลิงและบริการ เติมเชื้อเพลิงให้แก่เครื่องบิน	สามัญ	510.00	22.59
บริษัท โรงแรมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำกัด 999 อาคารโรงแรมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หมู่ 1 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 0-2131-1111 โทรสาร 0-2131-1188	โรงแรมและร้านอาหาร	สามัญ	1,017.78	30.00

หมายเหตุ : ข้อมูลสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556

บุคคลอ้างอิง

- นายทะเบียนหลักทรัพย์ (หุ้นสามัญ) : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก
เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ 0-2229-2800, 0-2229-2888, 0-2654-5599
โทรสาร 0-2654-5427, 0-2654-5642
- ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ครั้งที่ 1/2547 : ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)
ฝ่ายบริการธุรกิจหลักทรัพย์และผู้ดูแลผลประโยชน์
ชั้นใต้ดิน อาคาร Glas Haus
สุขุมวิท 25 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ 0-2207-4900 ต่อ 1300-1308
- นายทะเบียนหุ้นกู้ครั้งที่ 1/2547 : ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
สายปฏิบัติการธุรกรรมการเงินและหลักทรัพย์
อาคาร 2 ชั้น 3 เลขที่ 1060 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่
แขวงมัยกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0-2256-2323-27 โทรสาร 0-2256-2405

- ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ครั้งที่ 1/2548 : ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 44 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์ 0-2626-7507 โทรสาร 0-2626-7542
- นายทะเบียนหุ้นกู้ครั้งที่ 1/2548 : ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
ฝ่ายปฏิบัติการหลักทรัพย์และกองทุน
เลขที่ 3000 ถนนพหลโยธิน
แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 0-2299-1321, 0-2299-1536 โทรสาร 0-2242-3270
- ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ครั้งที่ 1/2550 : ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
ฝ่ายปฏิบัติการหลักทรัพย์และกองทุน
เลขที่ 3000 ถนนพหลโยธิน
แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 0-2299-2465, 0-2299-1887 โทรสาร 0-2242-3208
- นายทะเบียนหุ้นกู้ครั้งที่ 1/2550 : ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
ฝ่ายปฏิบัติการหลักทรัพย์และกองทุน
เลขที่ 3000 ถนนพหลโยธิน
แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 0-2299-1321, 0-2299-1536
โทรสาร 0-2242-3270
- ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ครั้งที่ 1/2551 : ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
ฝ่ายปฏิบัติการหลักทรัพย์และกองทุน
เลขที่ 3000 ถนนพหลโยธิน
แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 0-2299-2465, 0-2299-1887
โทรสาร 0-2242-3208
- นายทะเบียนหุ้นกู้ครั้งที่ 1/2551 : ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
ฝ่ายปฏิบัติการหลักทรัพย์และกองทุน
เลขที่ 3000 ถนนพหลโยธิน
แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 0-2299-1321, 0-2299-1536
โทรสาร 0-2242-3270

- ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ครั้งที่ 1/2554 และหุ้นกู้ครั้งที่ 2/2554 : ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 44 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์ 0-2626-7507 โทรสาร 0-2626-7542
- นายทะเบียนหุ้นกู้ครั้งที่ 1/2554 : ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)
หุ้นกู้ครั้งที่ 2/2554 และ
หุ้นกู้ครั้งที่ 2/2555 เลขที่ 44 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์ 0-2626-7507 โทรสาร 0-2657-3333
- นายทะเบียนหุ้นกู้ครั้งที่ 3/2555 : ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 1222 ถนนพระรามที่ 3 แขวงบางโพงพาง
เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ 0-2296-3341 โทรสาร 0-2683-1297
- ผู้สอบบัญชี : สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน
ถนนพระรามที่ 6 เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0-2271-8000 ต่อ 2405
โทรสาร 0-2618-5783

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

ปัจจัยอื่นที่อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจลงทุน

ปัจจุบันธุรกิจการบินเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันรุนแรง ทั้งจากสายการบินคู่แข่ง สายการบินต้นทุนต่ำ สายการบินตะวันออกกลาง และธุรกิจเช่าเหมาลำ อีกทั้งภาพรวมเศรษฐกิจของโลกซึ่งขยายตัวในอัตราที่ช้าลง การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และราคาน้ำมัน ภัยพิบัติทางธรรมชาติ รวมทั้งปัญหาทางการเมืองทั้งในและต่างประเทศ ที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมและธุรกิจของบริษัทฯ ดังนั้นนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านควรศึกษาและทำความเข้าใจในรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัทฯ และปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบทางตรงและ/หรือทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ก่อนที่จะตัดสินใจลงทุน