

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของบริษัทฯ

รัฐบาลไทยในปี 2503 ได้จัดตั้ง บริษัท การบินไทย จำกัด เพื่อให้ประเทศไทยมีสายการบินแห่งชาติที่ให้บริการในระดับสากล โดยการร่วมทุนระหว่างบริษัท เดินอากาศไทย จำกัด กับสายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ ชิสเต็มมีวัตถุประสงค์แรกเริ่มเพื่อดำเนินธุรกิจการบินระหว่างประเทศ โดยบริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนทางด้านการบริหาร และด้านเทคนิคจากสายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ ชิสเต็ม

เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2503 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 2 ล้านบาท มีบริษัทเดินอากาศไทย จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 70 และสายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ ชิสเต็ม ถือหุ้นร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียน

การดำเนินการของบริษัทฯ ประสบผลสำเร็จด้วยดี หลังการก่อตั้งในวันที่ 30 มีนาคม 2502 สายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ ชิสเต็ม ได้อิโชนหุ้นที่มีอยู่ทั้งหมดให้แก่ บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ทำให้การร่วมทุนสิ้นสุดลง และบริษัทฯ ได้ทำการเพิ่มทุนโดยมีกระทรวงการคลังเข้าเป็นผู้ถือหุ้น ต่อมาเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2531 รัฐบาลในสมัยนายกรัฐมนตรี พณฯ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ได้รวมกิจการการบินภายในประเทศที่บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ให้บริการ เข้ากับกิจการของบริษัทฯ ตามมติคณะรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจ ส่งผลให้เงินทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นเป็น 2,230 ล้านบาท โดยมีกระทรวงการคลังเป็น ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

จากการขยายตัวของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2534 โดยได้แปลงกำไรสะสมให้เป็นทุนของบริษัทฯ ทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นเป็น 13,000 ล้านบาท และได้ทำการเพิ่มทุนใหม่อีกจำนวน 1,000 ล้านบาทในปี 2535 และ 3,000 ล้านบาท ในปี 2546 และ 4,838,709,670 บาท ในปี 2553

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 26,989,009,500 บาท มีทุนชำระแล้ว 21,827,719,170 บาท มีกระทรวงการคลังและธนาคารออมสินถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 53.16 ส่วนที่เหลือร้อยละ 46.84 ถือหุ้นโดยประชาชนทั่วไป ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งรวมถึงพนักงานของบริษัทฯ

จากบริบทแรกในการสร้างธุรกิจการบินที่ได้สั่งสมประสบการณ์และกลยุทธ์ในการบริหารองค์กรจนสามารถเพิ่มทุน และสามารถจดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติของประเทศไทย ประกอบธุรกิจการบริการขนส่งทางอากาศทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ณ สำนักงานใหญ่ที่กรุงเทพมหานคร โดยมีฐานปฏิบัติการบินที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายการขนส่ง ประกอบด้วย การให้บริการขนส่งทางอากาศ ได้แก่ การขนส่งผู้โดยสาร และการขนส่งสินค้าและไปรษณียภัณฑ์ และมีธุรกิจที่เกี่ยวข้อง คือ บริการคลังสินค้า บริการลูกค้าภาคพื้น บริการอุปกรณ์ภาคพื้น ครุภัณฑ์บิน และบริการซ่อมบำรุงอากาศยาน

เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2556 บริษัทฯ ได้จัดตั้ง บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1,800 ล้านบาท ชำระแล้วร้อยละ 100 เป็นเงิน 1,800 ล้านบาท โดยมีบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100 สายการบินไทยสมายล์ได้เริ่มดำเนินการบินตั้งแต่วันที่ 10 เมษายน 2557 ด้วยรหัสสายการบิน WE โดยทำการบินจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งในช่วงแรกทำการบินเส้นทางภายในประเทศ ทั้งหมด 10 เส้นทาง และตั้งแต่วันที่ 25 ตุลาคม 2557 เป็นต้นมา สายการบินไทยสมายล์ได้เพิ่มการให้บริการในเส้นทางระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียน จีน ไต้หวัน และอินเดีย

ในวันที่ 22 พฤษภาคม 2563 กระทรวงการคลังได้ลดสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ ลงต่ำกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ โดยจำหน่ายหุ้นคิดเป็นร้อยละ 3.17 ของจำนวนหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ให้แก่กองทุนรวมวายุภักษ์ หนึ่ง โดยกระทรวงการคลังยังคงเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ และถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 47.86 ของจำนวนหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ทั้งนี้ภายหลังการลดสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ ของกระทรวงการคลังดังกล่าว บริษัทฯ จึงหลุดพ้นจากสภาพการเป็นรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ในวันที่ 26 พฤษภาคม 2563 บริษัทฯ ได้ยื่นคำร้อง ขอฟื้นฟูกิจการของบริษัทฯ ต่อศาลล้มละลายกลางภายใต้พระราชบัญญัติล้มละลาย พุทธศักราช 2483

ในวันที่ 14 กันยายน 2563 ศาลล้มละลายกลางได้มีคำสั่งให้บริษัทฯ ดำเนินการฟื้นฟูกิจการและตั้งคณะผู้ทำแผนตามที่บริษัทฯ เสนอ ได้แก่

1. พลอากาศเอกชัยพฤกษ์ ดิษยะศริน
2. นายจักรกฤตย์ พาราพันธกุล
3. นายพีระพันธุ์ สาลีรัฐวิภาค
4. นายบุญทักษ์ หวังเจริญ
5. นายปิยสวัสดิ์ อัมระนันทน์
6. นายชาญศิลป์ ตรีนุชกร
7. บริษัท อีวาย คอร์ปอเรทแอดไวซอรี เซอร์วิสเชส จำกัด

โดยคณะผู้ทำแผนจะดำเนินการจัดทำแผนฟื้นฟูกิจการ ซึ่งจะใช้เวลาโดยเร็วที่สุด คาดว่าบริษัทฯ จะนำเสนอแผนฟื้นฟูกิจการต่อศาลล้มละลายกลางได้ภายในระยะเวลาที่ศาลล้มละลายกลาง กำหนด เจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์จะจัดประชุมเจ้าหนี้เพื่อพิจารณาแผนฟื้นฟูกิจการของบริษัทฯ หลังจากนั้นศาลล้มละลายกลางจะมีคำสั่งเห็นชอบด้วยแผนและแต่งตั้งผู้บริหารแผน ต่อไป

วิสัยทัศน์

“เป็นสายการบินแห่งชาติที่มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีกำไรอย่างยั่งยืน ให้บริการดีเลิศด้วยเสน่ห์ความเป็นไทย”

ด้วยบทบาทของสายการบินแห่งชาติ ประกอบธุรกิจการเดินอากาศ ขนส่งผู้โดยสาร พาณิชยสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ การบินไทยมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นสายการบินที่คนไทยภาคภูมิใจ จากการให้บริการระดับโลก ตามมาตรฐานสากลผสมผสานด้วยเสน่ห์ความเป็นไทย สร้างความประทับใจและพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า จากการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและสร้างกำไรที่ยั่งยืน

พันธกิจ

- ให้บริการขนส่งทางอากาศอย่างครบวงจรทั้งภายในและระหว่างประเทศ โดยมุ่งเน้นในเรื่องมาตรฐานความปลอดภัย ความสะอาดสบาย การบริการที่มีคุณภาพด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและความน่าเชื่อถือสูง รวมทั้งเสริมสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับ ลูกค้า

- มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กรและสร้างผลตอบแทนการลงทุนที่สูงให้แก่ **ผู้ถือหุ้น**
- เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่สร้างความแข็งแกร่งให้กับ **พนักงาน** เพื่อให้ทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพตระหนักถึงการให้ความสำคัญแก่ลูกค้า เสริมสร้างขีดความสามารถ ทักษะ และความรับผิดชอบ ตลอดจนเพิ่มพูนความผูกพันต่อองค์กร
- ช่วยเหลือ ส่งเสริม และแสดงความรับผิดชอบต่อ **สังคม** และสิ่งแวดล้อม ในฐานะเป็นสายการบินแห่งชาติ

ทั้งนี้ ต้องดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี **ตามหลักธรรมาภิบาล**

คุณค่าหลัก (Core Values)

เพื่อให้บริษัทฯ สามารถเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ ส่งเสริมและยึดมั่นในคุณค่าหลักสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. มุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction)

เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

2. ให้การบริการระดับโลก (World Class Services)

เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการให้บริการที่เป็นเลิศ สม่ำเสมอ และเป็นไปตามมาตรฐาน

3. สร้างคุณค่าในทุกมิติ (Value Creation)

เป็นองค์กรที่ส่งเสริมให้พนักงานสร้างคุณค่าจากการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมส่งมอบคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการในทุกมิติอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่แพร่ระบาดทั่วโลก ทำให้ประเทศต่างๆ มีมาตรการคัดกรองผู้โดยสารและห้ามเดินทางเข้า-ออกนอกประเทศอย่างเคร่งครัด เป็นเหตุให้บริษัทฯ ต้องยกเลิกเที่ยวบินทั้งหมด ซึ่งมีผลต่อรายได้หลักของบริษัทฯ อย่างทันทีและรุนแรง ดังนั้น นอกจากดำเนินการตามมาตรการและนโยบายการควบคุมการแพร่ระบาดของหน่วยงานภาครัฐแล้ว บริษัทฯ ได้กำหนดแผนรองรับผลกระทบ อย่างเร่งด่วน ดังนี้

- ปรับลดและยกเลิกเที่ยวบินขนส่งผู้โดยสารทั้งหมดเป็นการชั่วคราว แต่ให้บริการเที่ยวบินพิเศษเพื่อรับผู้โดยสารที่ตกค้างเป็นจำนวนมาก หรือได้รับการประสานจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงให้บริการขนส่งสินค้าในบางเส้นทาง

- ลดค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร ด้วยการลดเงินเดือน ค่าตอบแทน และสิทธิประโยชน์ ฯลฯ ลดจำนวนแรงงานภายนอก เป็นต้น
- เปรียบเทียบสัญญา เพื่อรักษาสภาพคล่องทางการเงิน
- ชะลอการลงทุน และการจัดซื้อจัดจ้าง
- ปรับลดค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการ (Operation) และความปลอดภัย รวมถึงหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

วันที่ 22 พฤษภาคม 2563 กระทรวงการคลังได้ลดสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท ลงต่ำกว่า ร้อยละ 50 ทำให้บริษัทพ้นจากสภาพการเป็นรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จากนั้น ในวันที่ 26 พฤษภาคม 2563 บริษัท ได้ยื่นคำร้องขอฟื้นฟูกิจการ และเสนอผู้จัดทำแผนฟื้นฟูกิจการ ต่อศาลล้มละลายกลาง เพื่อเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้ความคุ้มครองอย่างเป็นธรรมแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยในวันที่ 14 กันยายน 2563 ศาลล้มละลายกลางได้มีคำสั่งให้บริษัท ฟื้นฟูกิจการและแต่งตั้งคณะทำงาน บริษัท จึงมีหน้าที่จัดทำแผนฟื้นฟูเพื่อเสนออนุมัติต่อศาลในระหว่างการจัดทำแผนฟื้นฟูดังกล่าว บริษัท ได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1. Revenue Excellence การสร้างรายได้ในทุกด้านทั้งรายได้จากการบินและนอกเหนือจากการบิน ซึ่งการขับเคลื่อนหลักด้านนี้จะประกอบด้วย การเน้นเส้นทางที่ทำกำไร เส้นทางที่เป็นยุทธศาสตร์สำคัญ และเส้นทางบินใหม่ที่มีศักยภาพ ปรับปรุงโครงสร้างฝ่ายการพาณิชย์ ดำเนินธุรกิจใหม่จากหน่วยธุรกิจ การปฏิบัติการ ที่มีศักยภาพในการหารายได้
2. Simpler, leaner and more cost efficient เพิ่มประสิทธิภาพจากการบริหารจัดการต้นทุน จากค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการปฏิบัติการบิน โดยมีการขับเคลื่อนหลัก คือการบริหารสัญญาเช่าเครื่องบินและเครื่องยนต์ การบริหารการจัดซื้อ และการบำรุงรักษาเครื่องบิน
3. World class ways of working เป็นองค์กรที่มีขนาดเล็กลงแต่มี ทักษะ ชีตความสามารถ และทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยปรับลดขั้นตอนการทำงานให้รวดเร็ว ง่าย กระชับ โดยมีการขับเคลื่อนหลักคือ การปรับโครงสร้างองค์กรพร้อมกับวัฒนธรรมองค์กร การเพิ่มความสามารถด้านเทคโนโลยี รองรับการบินฟื้นฟูกิจการ และการดำเนินการเพื่อมุ่งสู่ผลลัพธ์ (Ambition X People X Execution)

เพื่อบรรเทาผลกระทบและแก้ไขปัญหา บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการต่างๆ ได้แก่

- โครงการพนักงานลาหยุดโดยไม่รับเงินเดือนและค่าตอบแทน (โครงการ Together We Can) โครงการ “ร่วมใจเสียสละเพื่อองค์กร” (Mutual Separation Plan) พร้อมทั้งโครงการลาหยุดโดยไม่ได้รับเงินเดือน (Leave Without Pay)
- หารายได้เพิ่มจากธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับการขนส่งผู้โดยสาร เช่น โครงการร่อนยลันฟ้า ไม่บินก็ฟินได้ หรือโครงการ (Thai Flying Experience & Beyond)

1.2 การเปลี่ยนแปลงลักษณะการประกอบธุรกิจของปีที่ผ่านมา

- **การพัฒนาทรัพยากรบุคคล**

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) ที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เงินทุน และกระแสเงินสด จนบริษัทฯ เข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการ ทำให้เกิดการปรับรูปแบบและดำเนินการเพิ่มเติม สำหรับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ดังนี้

- การปรับการบริหารจัดการหลักสูตร compliance ตามกฎหมายและข้อบังคับสากล ให้เป็นไปตามมาตรการรองรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ขององค์กรการบิน ที่กำกับดูแลมาตรฐานการอบรมด้านความปลอดภัย
- ส่งเสริมการดำเนินการผลิต e-courseware สำหรับหลักสูตร e-learning เพื่อทดแทนหลักสูตร classroom
- การเปิดอบรมเฉพาะหลักสูตร e-learning / self-study ในช่วง Lockdown และ Work from Home เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง
- การขยายการดำเนินการจัดหลักสูตรฝึกอบรมด้าน Compliance ภาษาอังกฤษ และ Soft skills ต่างๆ ให้ลูกค้าภายนอกเพื่อช่วยหารายได้
- ส่งเสริมให้บุคลากรมีการ reskill และ upskill เพื่อรับมือกับการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน พร้อมส่งเสริมให้บุคลากรเพิ่มศักยภาพในการทำงานข้ามหน่วยงาน
- ปรับแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ส่งเสริมให้ตระหนักถึงศักยภาพของตนเองนำสู่ภาคปฏิบัติ โดยการจัดโครงการ Join the Force ‘เพราะคุณคือคนสำคัญของเรา’ เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรนำความรู้ และทักษะของแต่ละบุคคล มาทำงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาตนเองร่วมกับการสร้างประโยชน์ต่อองค์กร
- จัดทำโครงการหลักสูตร Leadership Program ‘DD Chansin Camp’ สำหรับผู้บริหาร และหัวหน้างาน เพื่อส่งเสริมความรู้และทักษะในการบริหารจัดการงานแบบสมัยใหม่ บริหารจัดการความคิด การสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งเสริมสร้างคุณลักษณะของผู้นำให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น
- พัฒนาผู้บริหารระดับสูง ผ่าน Online และ Virtual Training ในเรื่องภาวะผู้นำ เทรนด์ดิจิทัล การ transform องค์กร การเข้าใจจิตวิทยาการเปลี่ยนแปลง และเปิดรับสิ่งใหม่ การสร้าง mindset เพื่อการเอาชนะอุปสรรคและข้อจำกัด และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการเริ่มธุรกิจใหม่ผ่าน Business Model Canvas เพื่อผลักดันการดำเนินการธุรกิจตามแผนฟื้นฟู
- การยกเลิกการจัดอบรมหลักสูตร non-compliance ซึ่งเป็นหลักสูตรตามแผนดำเนินการจัดอบรมประจำปี 2563 ที่เป็นหลักสูตรที่มีค่าใช้จ่ายการอบรม ทั้งหมด
- การยกเลิกการจัดอบรมแบบ classroom เพื่อเป็นไปตามมาตรการความปลอดภัยจาก social distancing กำกับโดยภาครัฐ

- **การบริหารจัดการด้านการเงินและการบัญชี**

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารจัดการด้านการเงิน การบัญชี และการบริหารความเสี่ยงราคาน้ำมัน ดังนี้

- การบริหารเงินสด บริษัทฯ มีการบริหารกระแสเงินสดคงเหลือในแต่ละสกุลเงินให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเพียงพอกับค่าใช้จ่าย และการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มผลตอบแทนและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ไม่มีวงเงินสินเชื่อระยะสั้นจากสถาบันการเงินต่าง ๆ เพื่อรองรับความผันผวนทางเศรษฐกิจและปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ

- ในด้านการปรับโครงสร้างเงินกู้ยืม บริษัทฯ ใช้เครื่องมือทางการเงิน ได้แก่ Cross Currency Swap (CCS) และ/หรือ Interest Rate Swap (IRS) ในการดำเนินการ ภายใต้มติคณะกรรมการบริษัทฯ โดยให้สอดคล้องกับสกุลเงินของเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน (Net Operating Cash Flow) ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ไม่มีธุรกรรม CCS หรือ IRS คงเหลือ

- ในการจัดการด้านบัญชี บริษัทฯ ได้ถือปฏิบัติตามมาตรฐานรายงานทางการเงินฉบับใหม่ที่มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 มาถือปฏิบัติ เรื่อง มาตรฐานกลุ่มเครื่องมือทางการเงิน และมาตรฐานการรายงานทางการเงิน เรื่อง สัญญาเช่า อย่างครบถ้วนถูกต้องตามเกณฑ์ที่มีผลบังคับใช้แล้ว รวมทั้งบริษัทฯ ได้เลือกใช้มาตรฐานการผ่อนปรนชั่วคราวตามแนวทางปฏิบัติทางการเงินบัญชีเรื่อง มาตรการผ่อนปรนชั่วคราวสำหรับกิจการที่ให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย และเรื่อง มาตรการผ่อนปรนชั่วคราวสำหรับทางเลือกเพิ่มเติมทางบัญชีเพื่อรองรับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2563

- ในด้านการบริหารความเสี่ยงราคาน้ำมัน บริษัทฯ ได้มีการบริหารความเสี่ยงราคาน้ำมันอากาศยานอย่างต่อเนื่องเป็นระบบ โดยได้ปรับนโยบายการบริหารความเสี่ยงราคาน้ำมันฯ ให้สามารถจัดทำประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันฯ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 และไม่เกินร้อยละ 80 ของปริมาณการใช้ในรอบหนึ่งปีงบประมาณ และระยะเวลาประกันไม่เกิน 18 เดือน ทั้งนี้ การป้องกันความเสี่ยงในปริมาณที่สูงหรือต่ำกว่าระดับที่กำหนดไว้จะ ต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทฯ โดยบริษัทฯ จะจัดทำประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันฯ ด้วยเครื่องมือทางการเงินแบบต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมต่อสภาพตลาดในแต่ละช่วงเวลา โดยบริษัทฯ จะพิจารณาถึงการลดความผันผวนของราคาน้ำมันเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามเนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมการบิน ประกอบกับบริษัทอยู่ระหว่างกระบวนการการฟื้นฟูกิจการภายใต้ศาลล้มละลายกลาง และยังไม่สามารถดำเนินธุรกิจขนส่งทางอากาศ หรือมีตารางการบินที่ชัดเจน ทำให้บริษัทฯ มีปริมาณความต้องการใช้น้ำมันอากาศยานต่อเดือนที่ไม่แน่นอน จึงได้มีการงดการจัดทำประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2563 ที่ผ่านมา จนกว่าบริษัทฯ จะสามารถกลับมาดำเนินธุรกิจขนส่งทางอากาศได้เป็นปกติอีกครั้ง

- **การปลดระวางเครื่องบิน**

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบินและการเดินทางของผู้โดยสารทั่วโลก บริษัทฯ หยุดทำการบินชั่วคราวตั้งแต่ปลายเดือนเมษายน เป็นต้นมา ส่งผลให้ต้องจอดเครื่องบินระยะยาวเกือบทั้งหมด โดยเฉพาะเครื่องบินลำตัวกว้างพิสัยไกล เช่น แอร์บัส A380-800

โบอิง 747-400 โบอิง 777-200 โบอิง 777-300 และโบอิง 777-200ER เป็นต้น บริษัทฯ จึงได้พิจารณาปลดระวางเครื่องบินรุ่นเก่าที่มีกำหนดปลดระวางในปี 2562 มาปลดระวางในปี 2563 ได้แก่ เครื่องบินแบบโบอิง 747-400 โบอิง 777-200 และโบอิง 777-300 เพื่อทำการประกาศหาผู้สนใจซื้อต่อไป

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีเครื่องบินรอการจำหน่าย จำนวน 42 ลำ ที่ประกาศบนเว็บไซต์ขายเครื่องบินของบริษัทฯ (www.thaiaircrafttrading.com) เพื่อหาผู้สนใจซื้อ ได้แก่ เครื่องบินแบบ แอร์บัส A300-600 จำนวน 1 ลำ เครื่องบิน แอร์บัส A340-500 จำนวน 3 ลำ แอร์บัส A340-600 จำนวน 6 ลำ แอร์บัส A380-800 จำนวน 2 ลำ เครื่องบินแบบโบอิง 737-400 จำนวน 2 ลำ โบอิง 747-400 จำนวน 10 ลำ โบอิง 777-200 จำนวน 6 ลำ โบอิง 777-300 จำนวน 6 ลำ และ โบอิง 777-200ER จำนวน 6 ลำ

- **การบริหารจัดการด้านการบริการบนเครื่องบิน**

- **First Class Service**

เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้โดยสารชั้นหนึ่ง บริษัทฯ ได้มีการปรับเปลี่ยนและปรับเปลี่ยนเมนูอาหารให้มีความหลากหลายและเป็นที่นิยมในแต่ละเส้นทางบิน โดยออกแบบเมนูอาหาร Michelin Chef นอกจากนี้ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่จะปฏิบัติหน้าที่ในชั้นหนึ่ง จะได้รับการอบรมเพิ่มเติมเพื่อปฏิบัติงานในชั้นหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพและอย่างมืออาชีพ

หมายเหตุ : โครงการข้างต้นเป็นโครงการที่ดำเนินการต่อเนื่อง ในช่วงก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) อันระหว่างที่บริษัทฯ หยุดทำการบิน จึงทำให้ไม่ได้ดำเนินการโครงการดังกล่าวในปี 2563

- **Business Class Service**

บริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนการบริการผู้โดยสารในชั้นธุรกิจ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารมากที่สุด โดยปรับลดขั้นตอนในการเตรียมงานก่อนให้บริการ เพื่อให้ผู้โดยสารได้รับความพึงพอใจจากการบริการเพิ่มขึ้น และสืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) บริษัทฯ ได้เพิ่มมาตรการเกี่ยวกับสุขอนามัยของผู้โดยสารในระหว่างการเดินทาง โดยปรับการบริการให้สอดคล้องกับมาตรการของรัฐ และข้อกำหนดของสถานต่างประเทศ เพื่อลดโอกาสของการแพร่เชื้อในเที่ยวบิน โดยกำหนดให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสวมอุปกรณ์ป้องกันตลอดระยะเวลาปฏิบัติการบิน รวมทั้งหลีกเลี่ยงการสัมผัสใกล้ชิด อีกทั้งอาหารที่ให้บริการจะถูกบรรจุในภาชนะแบบปิด (Pre-packaged)

- **การอบรมพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินแบบใหม่**

บริษัทฯ ได้จัดระบบการฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินรุ่นใหม่ โดยเชื่อมโยงหลักการฝึกอบรมแบบ Competency Base Training และพื้นฐานความรู้ด้าน Safety, Security และ Service เพื่อสร้างมโนทัศน์ด้านการบริการที่มุ่งเน้น Customer Experience Management พัฒนาศักยภาพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ให้มีคุณภาพ สร้างจิตสำนึกด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นบทบาทและหน้าที่ในการให้บริการที่มีความปลอดภัยและมีคุณภาพ รวมถึงการสร้างความรู้ความภาคภูมิใจในการเป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ของบริษัทฯ ที่มีส่วนผลักดันให้บริษัทฯ มีศักยภาพในการแข่งขันระดับโลก

อีกทั้งยังมีโครงการเพิ่มศักยภาพการเรียนรู้ด้านวิชาชีพให้กับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินรุ่นใหม่ TQV ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อให้พนักงานต้อนรับฯ มีความรู้รอบในทุกระดับประกอบด้วยหลักสูตรด้าน Commercial, Culture, Leadership and Management, Master of Ceremonies, Train the Trainer และ Personal Assistant หลักสูตรดังกล่าว

ข้างต้น ได้รับความร่วมมือและประสานงานกับฝ่ายพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร และองค์กรภายนอกที่มีความชำนาญการ เฉพาะ

นอกจากนั้น ฝ่ายฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ได้จัดทำหลักสูตรเพิ่มเติม 12 หลักสูตร เพื่อตอบสนองนโยบายของบริษัทฯ ในการพัฒนาพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินในทุกระดับชั้น ตามการวิเคราะห์ผลจาก Skytrax และ IATA-Airs@t โดยหลักสูตรที่เพิ่มเติมดังกล่าว สามารถนำไปสู่การสร้างจิตสำนึก ทักษะ จิตวิทยาในการบริการ บทบาทหน้าที่รับผิดชอบทั้งในส่วนของการพนักงานและหัวหน้างาน การสร้างทีม การสื่อสารกับลูกค้าอย่างมืออาชีพ บุคลิกภาพ ความเป็นมืออาชีพในงานบริการด้วยเสน่ห์ของความเป็นไทย เป็นต้น

- **ผลิตภัณฑ์ การบริการ และ เส้นทางบินใหม่ที่เปลี่ยนแปลง**

- เพิ่มความถี่ เส้นทาง กรุงเทพฯ – ปูซาน ในช่วงตารางบินฤดูร้อน 2562 ตั้งแต่เดือนเมษายน ถึง ตุลาคม 2562 ทั้งไปและกลับอีก 1 เที่ยวบินในวันอังคาร จากเดิม 6 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เป็น 7 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ แต่ในตารางบิน ฤดูหนาวปี 2562/2563 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562 ถึง มีนาคม 2563 กลับมาเป็น 6 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เนื่องจากไม่ได้รับอนุมัติตารางบินในวันอังคารจากท่าอากาศยานนานาชาติกิมแฮ เมืองปูซาน และใช้เครื่องบินแอร์บัส แบบ 330 (A330-300)

- เส้นทางกรุงเทพ-บาห์ลี จะทำการเปลี่ยน Aircraft ใหญ่ขึ้น จากเดิม แบบโบอิง 777-200 เป็น แบบโบอิง 747-400 (จำนวนที่นั่งเพิ่มมากขึ้น) เริ่มตั้งแต่ มกราคม 2563

- เส้นทางกรุงเทพ-บรัสเซล อาจมีการทำการขอ เพิ่มขนาด Aircraft และ/หรือ เพิ่มเที่ยวบิน เป็นบางวัน เริ่มตั้งแต่ มกราคม 2563

- เส้นทางกรุงเทพ-เมลเบิร์น ได้ทำการเพิ่มเที่ยวบินจาก 11 เที่ยวบิน เป็น 14 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ในตาราง การบินฤดูหนาว 2562/2563

- เส้นทางกรุงเทพ-แฟรงก์เฟิร์ต TG922/923 ทำการปรับเที่ยวบินทั้งไปและกลับ จาก 7 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เป็น 4 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และ ทำการบินเส้นทางไปกลับ ภูเก็ต-แฟรงก์เฟิร์ต TG926/927 จำนวน 3 เที่ยวบิน ให้บริการ ตั้งแต่ วันที่ 27 ตุลาคม 2562

- เพิ่มเที่ยวบิน TG932/933 กรุงเทพฯ-ปารีส ทั้งไปและกลับ 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ โดยเที่ยวบินใหม่นี้เริ่ม ให้บริการตั้งแต่ วันที่ 28 ตุลาคม 2562

- เพิ่มความถี่ เส้นทาง TG934/935 กรุงเทพฯ-บรัสเซลส์ ทั้งไปและกลับ เป็น 6 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

- เพิ่มความถี่ เส้นทาง TG936/937 กรุงเทพฯ-เวียนนา ทั้งไปและกลับ เป็น 7 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

- เพิ่มความถี่ เส้นทาง TG944/945 กรุงเทพฯ-โรม ทั้งไปและกลับ เป็น 5 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

- เส้นทางกรุงเทพ-ปักกิ่ง TG614/615 ทำการเปลี่ยน Aircraft เพิ่มจำนวนที่นั่งจากเดิมจากแบบแอร์บัส A350-900 เป็น แบบโบอิง B777-300ER

- ในช่วงตารางการบินฤดูร้อน 2563 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ทำให้บริษัทฯ ต้องหยุดทำการบินชั่วคราว อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้แสวงหาโอกาสในการทำการบินและหา รายได้เสริม โดยมีการจัดเที่ยวบินเช่าเหมาลำ (Chartered Flight) เที่ยวบินขนส่งสินค้า (Cargo Flight) และเที่ยวบินรับ ผู้โดยสารตกค้างชาวไทยกลับประเทศ (Repatriation Flight) ในจุดบินที่มีศักยภาพต่างๆ เช่น ฮองกง ไทเป โซล เจินตู โตเกียว แฟรงก์เฟิร์ต ลอนดอน โคเปนเฮเกน ซิดนีย์ โอ๊คแลนด์ เป็นต้น โดยมีจำนวนเที่ยวบินในระหว่างเดือนเมษายน 2563 ถึงเดือนกันยายน 2563 จำนวนทั้งสิ้น 603 เที่ยวบิน

- ในช่วงตารางการบินฤดูหนาวปี 2563/2564 ระหว่างเดือนตุลาคม 2563 ถึงเดือนธันวาคม 2563 บริษัทฯ ยังคงทำการบินในลักษณะเดียวกับตารางการบินฤดูร้อน 2563 กล่าวคือ เป็นเที่ยวบินเช่าเหมาลำ (Chartered Flight) เที่ยวบินขนส่งสินค้า (Cargo Flight) และเที่ยวบินรับผู้โดยสารตกค้างชาวไทยกลับประเทศ (Repatriation Flight) เป็นหลัก
- ในระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2564 ถึง 27 มีนาคม 2564 บริษัทฯ ได้เริ่มจัดทำตารางการบินปกติ โดยเป็นเที่ยวบินกึ่งพาณิชย์ในเส้นทางดังต่อไปนี้
- เส้นทาง TG910/911 กรุงเทพ-ลอนดอน จำนวน 1 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ด้วยเครื่องบินแบบโบอิง 777-300ER
- เส้นทาง TG920/921 กรุงเทพ-แฟรงก์เฟิร์ต จำนวน 1 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ด้วยเครื่องบินแบบโบอิง 777-300ER
- เส้นทาง TG950/951 กรุงเทพ-โคเปนเฮเกน จำนวน 1 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ด้วยเครื่องบินแบบแอร์บัส A350-900
- เส้นทาง TG475/476 กรุงเทพ-ซิดนีย์ จำนวน 1 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ด้วยเครื่องบินแบบโบอิง 777-300ER
- เส้นทาง TG622/623 กรุงเทพ-โอซากา จำนวน 1 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ด้วยเครื่องบินแบบแอร์บัส A350-900
- เส้นทาง TG624/625 กรุงเทพ-มะนิลา จำนวน 1 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ด้วยเครื่องบินแบบแอร์บัส A330-300
- เส้นทาง TG632/633 กรุงเทพ-ไทเป จำนวน 1 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ด้วยเครื่องบินแบบแอร์บัส A330-300
- เส้นทาง TG638/639 กรุงเทพ-ฮ่องกง จำนวน 7 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ด้วยเครื่องบินแบบแอร์บัส A330-300
- เส้นทาง TG642-643 กรุงเทพ-โตเกียว นาริตะ จำนวน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ด้วยเครื่องบินแบบโบอิง B777-300ER
- เส้นทาง TG656/657 กรุงเทพ-โซล จำนวน 1 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ด้วยเครื่องบินแบบแอร์บัส A350-900

- **โครงการขยายช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเพิ่มรายได้จากธุรกิจ On Ground Catering Services ภายในประเทศ**

ฝ่ายครัวการบิน ได้มุ่งเน้นการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้น

ทั้งนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างรุนแรง ฝ่ายครัวการบิน จึงได้เร่งดำเนินโครงการเพื่อพัฒนาและขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝ่ายฯ ซึ่งได้แก่ เบเกอรี่ฟู้ดแอนด์พาย (Puff & Pie), อาหารว่างกล่อง (Snack Box) และอาหารพร้อมทาน รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อเป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้กับบริษัทฯ โดยมีการพัฒนาและขยายช่องทางที่สำคัญ เช่น การขายผ่าน Online Delivery โดยใช้บริการจำหน่ายอาหารและเบเกอรี่บน Platform ของ Application ที่ให้บริการในธุรกิจ Food Delivery ได้แก่ Wongnai Line-man, Grab และ Robinhood โครงการทำธุรกิจร่วมกับลูกค้ากลุ่ม B2B (Business-to-Business) ได้แก่ 7-Eleven, McThai, Tops, Amazon และ อินทนิล การขยายพันธมิตรทางธุรกิจ การขยายสาขาธุรกิจร้านเบเกอรี่ฟู้ดแอนด์พาย (Puff & Pie) การจัดกิจกรรมทางการตลาดตามเทศกาล โครงการพิเศษต่างๆ การออก Event นอกสถานที่สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝ่ายฯ เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้า และสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น

1.3 รางวัลที่บริษัทฯ ได้รับ

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้รับรางวัลด้านต่างๆ อาทิ

รางวัลสายการบินยอดเยี่ยม

- รางวัลสายการบินที่ให้บริการอาหารบนเครื่องยอดเยี่ยมอันดับ 1 ของภูมิภาคเอเชีย ติดต่อกันเป็นปีที่ 2 จากการประกาศรางวัล PAX International Readership Awards 2020
- รางวัลยอดเยี่ยมกระเปาะชุดอำนวยความสะดวกบนเครื่องบิน สำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่ง จากการประกาศรางวัล PAX International Readership Awards 2020

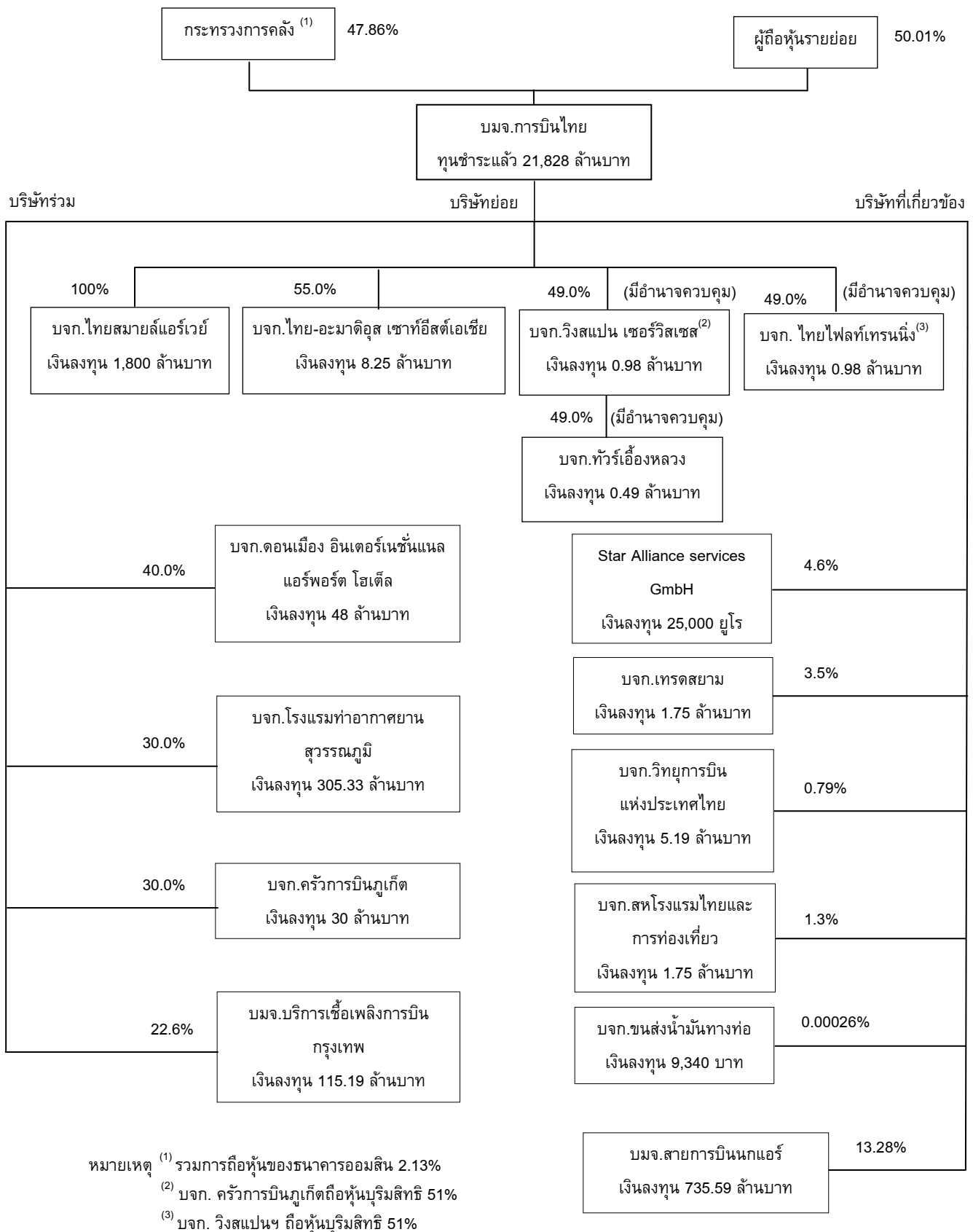
รางวัลรับรองคุณภาพสายการบิน

- ใบรับรองคุณภาพสากล ด้านความปลอดภัย การควบคุมคุณภาพ การรักษาความปลอดภัย และการตอบสนอง ภาวะฉุกเฉิน (IATA Operational Safety Audit : IOSA) ซึ่งการบินไทยเป็นสายการบินรายแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน IOSA ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2547 และได้รับการต่ออายุใบรับรองอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด
- การบินไทยและไทยสมายล์รับมอบตราสัญลักษณ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration: SHA) จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รางวัลอื่นๆ

- รางวัลเกียรติคุณจากบริษัท Cambodia Airports ในฐานะที่การบินไทยทำการบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติพนมเปญ เป็นระยะเวลานานที่สุด

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย

รายได้ของบริษัท และบริษัทย่อย ใน 3 ปีที่ผ่านมา มีดังนี้

	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากกิจการขนส่ง						
ค่าโดยสารและค่าน้ำหนักส่วนเกิน	34,163	70.2	149,044	78.9	160,255	79.9
ค่าระวางขนส่งและไปรษณียภัณฑ์	6,893	14.2	17,784	9.4	22,340	11.1
รวมรายได้จากกิจการขนส่ง	41,056	84.4	166,828	88.3	182,595	91.0
รายได้การบริการอื่นๆ ⁽¹⁾	6,660	13.7	14,214	7.5	13,370	6.7
รวมรายได้จากการขายหรือการให้บริการ	47,716	98.1	181,042	95.8	195,965	97.7
รายได้อื่น ⁽²⁾	921	1.9	7,912	4.2	4,621	2.3
รวมรายได้	48,637	100.0	188,954	100.0	200,586	100.0

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ รายได้การบริการอื่นๆ ประกอบด้วย รายได้จากหน่วยธุรกิจและรายได้จากกิจการสนับสนุนอื่นๆ

⁽²⁾ รายได้อื่น ประกอบด้วย ดอกเบี้ยรับ ผลกำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ รายได้อื่นๆ และกำไรจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนเงินลงทุน

ในฐานะที่บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และดำรงสถานะเป็นสายการบินแห่งชาติ บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจการด้านการบินพาณิชย์ทั้งเส้นทางบินระหว่างประเทศและเส้นทางบินในประเทศ ให้บริการเกี่ยวข้องกับการขนส่งทางอากาศแบบครบวงจร โดยแบ่งการบริหารจัดการธุรกิจออกเป็น 3 กิจการ ประกอบด้วย กิจการขนส่งทางอากาศ (Core Business) หน่วยธุรกิจ (Business Unit) และกิจการอื่นๆ

กิจการขนส่งทางอากาศ ประกอบด้วย บริการขนส่งผู้โดยสาร บริการขนส่งสินค้าพัสดุภัณฑ์และไปรษณียภัณฑ์ ส่วนหน่วยธุรกิจเป็นกิจการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขนส่ง ประกอบด้วย การบริการคลังสินค้า การบริการลูกค้าภาคพื้น การบริการลานจอดและอุปกรณ์ภาคพื้น และครัวการบิน สำหรับกิจการอื่นๆ เป็นกิจการสนับสนุนการขนส่ง ประกอบด้วย การบริการซ่อมบำรุงอากาศยาน การบริการอำนวยความสะดวกการบิน การจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบิน การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การบริการเครื่องบินจำลองและการดำเนินงานของบริษัทย่อยทั้งหมด มีรายละเอียดดังนี้

ก) กิจการขนส่งทางอากาศ

กิจการขนส่งทางอากาศถือเป็นกิจการหลักของบริษัทฯ ประกอบด้วยการบริการขนส่งผู้โดยสาร บริการขนส่งสินค้าพัสดุภัณฑ์และไปรษณียภัณฑ์ โดยให้บริการขนส่งในเส้นทางบินไปยังจุดบินต่างๆ ทั้งแบบเที่ยวบินประจำและเที่ยวบินเช่าเหมาลำ ครอบคลุมทั้งเส้นทางบินระหว่างประเทศและภายในประเทศ ซึ่งให้บริการโดยบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ

ข) หน่วยธุรกิจ

หน่วยธุรกิจของบริษัทฯ มีความเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับกิจการขนส่งและมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจสายการบินเป็นไปอย่างราบรื่น แต่ละหน่วยธุรกิจมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เครื่องบินสามารถเดินทางจากสถานีต้นทางถึงสถานีปลายทางตรงตามกำหนดเวลาที่ระบุในตารางบิน ด้วยความสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่บริษัทฯ พร้อมทั้งสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขนส่งมีรายละเอียดการให้บริการดังนี้

1. ธุรกิจการบริการคลังสินค้า (Cargo & Mail Terminal Services)

ให้บริการจัดการคลังสินค้าและไปรษณียภัณฑ์ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และบริการจัดการคลังสินค้า ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานเชียงราย ท่าอากาศยานหาดใหญ่ ท่าอากาศยานกระบี่และท่าอากาศยานภูเก็ต โดยการดำเนินงานบริการคลังสินค้า ประกอบด้วย การจัดการเก็บรักษาชั่วคราวและการดูแลสินค้าทั่วไป สินค้าที่ต้องได้รับการดูแลพิเศษ เช่น สินค้าสด สัตว์ที่ยังมีชีวิต วัตถุมีค่า และการให้บริการขนส่งสินค้าที่ต้องการควบคุมอุณหภูมิเป็นพิเศษ เป็นต้น

2. ธุรกิจการบริการลูกค้าภาคพื้น (Ground Customer Services)

ให้บริการอำนวยความสะดวกโดยตรงกับผู้โดยสารตั้งแต่เข้าสู่ท่าอากาศยาน ผ่านขั้นตอนต่างๆ จนเข้าสู่ตัวอากาศยาน จากตัวอากาศยานสู่ภาคพื้น ในเที่ยวบินทั้งขาเข้า-ขาออก โดยให้บริการแก่ผู้โดยสารของบริษัทฯ และผู้โดยสารของสายการบินลูกค้า

3. ธุรกิจการบริการอุปกรณ์ภาคพื้น (Ground Equipment Services)

ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับอากาศยาน อำนวยความสะดวกบริเวณลานจอดอากาศยาน ให้กับบริษัทฯ และสายการบินลูกค้า ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีความปลอดภัยสูงสุด พร้อมทำการบินเข้า-ออก ได้ตรงเวลา

4. ธุรกิจจัดเลี้ยงการบิน (Catering Services)

ดำเนินการในการผลิตอาหารสำหรับบริการผู้โดยสารทั้งเที่ยวบินในประเทศและระหว่างประเทศของบริษัทฯ รวมถึงอาหารสำหรับบริการผู้โดยสารของสายการบินชั้นนำอื่นๆ พร้อมทั้งดำเนินธุรกิจภาคพื้นที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ภัตตาคาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ ร้านเบเกอรี่พัฟฟ์แอนด์พาย (Puff & Pie Bakery House) การให้บริการจัดเลี้ยงทั้งในและนอกสถานที่ร้านอาหารสวัสดิการพนักงานบริการอาหารในโรงพยาบาล การบริการอาหารห้องรับรองพิเศษสายการบิน (Airlines Lounge) และเป็นพันธมิตรกับองค์กรต่างๆ ในการจำหน่าย ให้บริการ อาหารและเครื่องดื่ม เช่น บขส. Café Amazon

ค) กิจการอื่นๆ

ในส่วนของกิจการอื่นๆ ที่สนับสนุนการขนส่ง ได้แก่ ฝ่ายช่าง การบริการอำนวยความสะดวก การจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบินการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและบริการเครื่องฝึกบินจำลอง

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ก) กิจการขนส่งทางอากาศ

บริษัทฯ เป็นสายการบินแห่งชาติ ที่ให้บริการด้านการขนส่งทางอากาศ เป็นกิจการหลักซึ่งได้พัฒนาการขนส่งไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของโลก ประกอบด้วย

1. กิจการขนส่งผู้โดยสาร
2. กิจการขนส่งสินค้า พัสดุภัณฑ์และไปรษณียภัณฑ์

โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการดังนี้

ก) กิจการขนส่งทางอากาศ

1. กิจการขนส่งผู้โดยสาร

กิจการขนส่งผู้โดยสารมีเป้าหมายในการพัฒนาตลาดและเครือข่ายเส้นทางบินอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นขีดความสามารถและดำเนินการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิให้เป็นศูนย์กลางการบิน (Hub) ที่สำคัญของภูมิภาค

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

2.1.1 ฝูงบินของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ และสายการบินไทยสมายล์ มีจำนวนเครื่องบินที่ใช้ปฏิบัติการบินจำนวน 81 ลำ ประกอบด้วยเครื่องบินพิสัยไกลที่ใช้ทำการบินเส้นทางข้ามทวีปจำนวน 38 ลำ ได้แก่ เครื่องบินแบบแอร์บัส A380-800 แอร์บัส A350-900 โบอิง 777-200ER/300ER เครื่องบินพิสัยกลางที่ใช้ทำการบินเส้นทางภูมิภาคจำนวน 23 ลำ ได้แก่ เครื่องบินแบบ แอร์บัส A330-300 โบอิง 787-8/-9 และเครื่องบินลำตัวแคบที่ใช้ทำการบินเส้นทางระยะใกล้จำนวน 20 ลำ ได้แก่ เครื่องบินแบบแอร์บัส A320-200

เครื่องบินที่ใช้ในการปฏิบัติการบิน

แบบเครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562
แอร์บัส A380-800	6	6
แอร์บัส A350-900	12	12
โบอิง 747-400	-	10
โบอิง 777-200ER	6	6
โบอิง 777-300ER	14	14
โบอิง 777-300	-	6
โบอิง 777-200	-	6
แอร์บัส A330-300	15	15
โบอิง 787-8	6	6
โบอิง 787-9	2	2
แอร์บัส A320-200	20	20
รวม	81	103

หมายเหตุ : 1) คณะกรรมการบริษัท ในการประชุมครั้งที่ 2/2563 วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2563 รับทราบแผนปลดระวางเครื่องบิน ประกอบด้วยเครื่องบินแบบ โบอิง 747-400 โบอิง 777-200 และ โบอิง 777-300

2) จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) ที่กระทบต่อการเดินทางผู้โดยสารและอุตสาหกรรมการบินทั่วโลก บริษัทฯ ได้ทำการจองระยะยาว (Long Term Parking) เครื่องบินลำตัวกว้างพิสัยไกล โดยใช้งานเฉพาะเครื่องบินบางแบบที่มีขนาดและพิสัยเหมาะสมกับการทำการบินแบบ เช่าเหมาลำ(Charter Flight) เที่ยวบินเพื่อขนส่งเฉพาะสินค้า (Cargo Lead Flight) และ เที่ยวบินรับผู้โดยสารที่ต้องการเดินทางกลับบ้าน (Repatriation Flight)

2.1.2 การพัฒนาเส้นทางบินและจุดบิน

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) ต้องหยุดทำการบินชั่วคราวจากการปิดน่านฟ้า 100 เปอร์เซนต์ในเดือนเมษายน 2563 และประสบกับสภาพตลาดที่มีปริมาณผู้โดยสารที่ลดลงเป็นอย่างมากตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา จากนั้นบริษัทฯ ได้เข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการภายใต้การพิจารณาของศาลล้มละลายกลาง เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2563 บริษัทฯ ร่วมกับคณะที่ปรึกษาและผู้ทำแผนฟื้นฟูกิจการ ดำเนินการปรับแผนเส้นทางบินและจุดบินให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อกระตุ้นรายได้จากเที่ยวบินให้เพิ่มมากขึ้นเท่าที่สามารถเป็นไปได้ โดยมุ่งเน้นจัดทำการบินด้วยเที่ยวบินในลักษณะกึ่งพาณิชย์ (Semi Commercial Flight) เพื่อขนส่งสินค้าและรองรับการเดินทางของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) (Cargo and Repatriation Flight) ตลอดจนจัดทำการบินด้วยเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ตามสภาพตลาด

เส้นทางบินภายในประเทศ

บริษัทฯ ทำการบินด้วยเที่ยวบินแบบประจำในระหว่างเดือน มกราคม ถึง มีนาคม 2563 ด้วยความถี่รวม 1,213 เที่ยวบิน จากกรุงเทพฯ ไปยังภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ ภาคใต้ ได้แก่ ภูเก็ต และ กระบี่ โดยมีการเสริมผลิตภัณฑ์และให้บริการโดยสารการบินไทยสมายล์ด้วยความถี่รวม 3,058 เที่ยวบิน ทำการบินในเส้นทางหลัก ได้แก่ กรุงเทพฯ-เชียงใหม่ กรุงเทพฯ-ภูเก็ต กรุงเทพฯ-กระบี่ และทำการบินทดแทนการบินไทยในเส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ กรุงเทพฯ-สุราษฎร์ธานี กรุงเทพฯ-หาดใหญ่ กรุงเทพฯ-ขอนแก่น กรุงเทพฯ-อุดรธานี กรุงเทพฯ-อุบลราชธานี เชียงใหม่-ภูเก็ตและเส้นทางอื่น ได้แก่ กรุงเทพฯ-นราธิวาส ทั้งนี้ ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในระหว่างเดือน เมษายน ถึง ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ได้ปรับแผนเส้นทางบินและจุดบินภายในประเทศ โดยสายการบินไทยสมายล์เริ่มกลับมาทำการบินในเส้นทางภายในประเทศตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2563 โดยยังคงทำการบินในเส้นทาง กรุงเทพฯ - เชียงใหม่ กรุงเทพฯ - เชียงราย กรุงเทพฯ - ขอนแก่น กรุงเทพฯ - อุดรธานี กรุงเทพฯ - อุบลราชธานี กรุงเทพฯ - ภูเก็ต กรุงเทพฯ - กระบี่ กรุงเทพฯ - สุราษฎร์ธานี กรุงเทพฯ - หาดใหญ่ กรุงเทพฯ - นราธิวาส

เพิ่มจุดบินใหม่ในเส้นทาง ดังต่อไปนี้

- กรุงเทพฯ - นครศรีธรรมราช เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2563
- กรุงเทพฯ - น่าน เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2563
- กรุงเทพฯ - นครพนม เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2563
- กรุงเทพฯ - เลย เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2563
- เส้นทางอื่น ได้แก่ เชียงใหม่-นครศรีธรรมราช เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2563 และ อุดรธานี-นครศรีธรรมราช เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2563

ข้อมูลเส้นทางบินภายในประเทศ

	ปี2563	ปี2562	ปี2561
รายได้จากการขนส่งผู้โดยสาร (ล้านบาท) ⁽¹⁾	4,290.8	10,483.7	11,230.3
ร้อยละของรายได้จากการขนส่งผู้โดยสารรวม (%)	13.8	7.8	7.5
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPKs) (ล้านคน-กม.) ⁽²⁾	1,560.1	3,717.5	3,803.6
ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (ASKs) (ล้านที่นั่ง-กม.) ⁽²⁾	2,364.6	4,735.4	5,053.3
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (%)	66.0	78.5	75.3
จำนวนจุดหมายปลายทางที่ให้บริการตามตารางการบิน (ตารางการบินประจำฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	*	10/10	10/10
จำนวนของเที่ยวบินแบบประจำ (เที่ยวบินต่อสัปดาห์) (ตารางการบินประจำฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	*	355/370	374/368

หมายเหตุ:

- (1) รวมรายได้จากเที่ยวบินแบบประจำ รายได้ค่าน้ำหนักส่วนเกิน รายได้สุทธิจากการแลกเปลี่ยนการรับขนส่งผู้โดยสารสุทธิจากเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขาย โดยบริษัท ตามความตกลงเที่ยวบินร่วม และรายได้จากการขายที่นั่งโดยสารบนเที่ยวบินของสายการบินอื่น ซึ่งไม่ได้เป็นเที่ยวบินร่วมแต่ไม่รวมรายได้จากเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบิน และไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมชดเชยค่าน้ำมันและเงินค่าประกันภัยเรียกเก็บจากผู้โดยสาร
 - (2) ไม่รวมเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบิน และเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัท แต่รวมเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยบริษัท และขายโดยสายการบินอื่น
 - (3) ไม่รวมกรุงเทพมหานคร ตารางการบินในภาคฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคมและตารางการบินในภาคฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคมของทุกปี
- * ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) บริษัทฯ ต้องปรับเส้นทางบินตามสถานการณ์ จึงไม่สามารถระบุข้อมูลเป็นตารางการบินประจำฤดูหนาว / ฤดูร้อน เหมือนสภาวะการณ์ปกติ

เส้นทางบินระหว่างประเทศ

บริษัทฯ ทำการบินด้วยเที่ยวบินที่อยู่ในตารางบินในระหว่างเดือน มกราคม ถึง มีนาคม 2563 รวมทั้งสิ้น 7,994 เที่ยวบินโดยแบ่งเป็น 2 เส้นทางหลัก ได้แก่ เส้นทางภูมิภาคเอเชีย 6,249 เที่ยวบิน ไปยัง 54 จุดบินใน 18 ประเทศและเส้นทางข้ามทวีป 1,745 เที่ยวบิน ไปยัง 18 จุดบินใน 13 ประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

เส้นทางภูมิภาคเอเชีย

บริษัทฯ ได้ปรับแผนเครือข่ายการบินให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายการบินให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคเอเชีย ครอบคลุม 54 จุดบิน ใน 18 ประเทศ โดยบริษัทฯ แบ่งเส้นทางบินในภูมิภาคเอเชียเป็น 5 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางสายเหนือ เส้นทางสายใต้ เส้นทางสายตะวันตก เส้นทางสายตะวันออกกลาง และเส้นทางสายอินโดจีน

ข้อมูลเส้นทางภูมิภาคเอเชีย

	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
รายได้จากการขนส่งผู้โดยสาร (ล้านบาท) ⁽¹⁾	13,312.2	74,774.5	81,330.6
ร้อยละของรายได้การขนส่งผู้โดยสารรวม (%)	42.9	55.6	54.5
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPKs) (ล้านคน-กม.) ⁽²⁾	5,583.1	34,602.3	33,903.1
ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (ASKs) (ล้านที่นั่ง-กม.) ⁽²⁾	10,063.5	44,975.7	45,087.5
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (%)	55.5	76.9	75.2
จำนวนจุดหมายปลายทางที่ให้บริการตามตารางการบิน (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	*	54/51	52/51
จำนวนของเที่ยวบินแบบประจำ (เที่ยวบินต่อสัปดาห์) (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	*	634/609	620/592

หมายเหตุ:

- (1) รวมรายได้จากเที่ยวบินแบบประจำ รายได้ค่าน้ำหนักส่วนเกิน รายได้สุทธิจากการแลกเปลี่ยนการรับขนส่งผู้โดยสารสุทธิจากเที่ยวบินที่ดำเนินการ โดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัท ตามความตกลงเที่ยวบินร่วม และรายได้จากการขายที่นั่งโดยสารบนเที่ยวบินของสายการบินอื่นซึ่งไม่ได้เป็นเที่ยวบินร่วมแต่ไม่รวมรายได้จากเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบิน และไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมขดเชยค่าน้ำมันและเงินค่าประกันภัยเรียกเก็บจากผู้โดยสาร
 - (2) ไม่รวมเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบิน และเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัท แต่รวมเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยบริษัท และขายโดยสายการบินอื่น
 - (3) ไม่รวมกรุงเทพมหานครตารางการบินในภาคฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคม และตารางการบินในภาคฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคมของทุกปี
- * ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) บริษัทฯ ต้องปรับเส้นทางบินตามสถานการณ์ จึงไม่สามารถระบุข้อมูลเป็นตารางการบินประจำฤดูหนาว / ฤดูร้อน เหมือนสภาวะการณ์ปกติ

เส้นทางสายเหนือ

เป็นเส้นทางที่มีผู้โดยสารหนาแน่น ทำกำไรสูงให้บริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ มีจุดบินไปยัง 22 จุดบิน ใน 4 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 2,480 เที่ยวบิน ได้แก่ โตเกียว (นาริตะและฮาเนดะ) โอซากา นาโกยา ฟูกูโอกะ ซัปโปโร เซ็นได โซล ปูซาน มะนิลา ไทเป ฮองกง ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว คุนหมิง เซี่ยเหมิน และเฉิงตู

สำหรับจุดบินของสายการบินไทยสมายล์ ได้แก่ เกาสง ฮองกง เจิ้งโจว ฉงชิ่ง และฉางชา

เส้นทางสายใต้

เป็นเส้นทางที่มีการแข่งขันสูงจากการที่สายการบินต้นทุนต่ำทำการบินด้วยความถี่สูงหลายสายการบินบริษัทฯ มีจุดบินให้บริการไปยัง 5 จุดบิน ใน 3 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 848 เที่ยวบิน ได้แก่ สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ เดนปาซาร์ และจาการ์ตา

สำหรับจุดบินของสายการบินไทยสมายล์ ได้แก่ ปีนัง และกัวลาลัมเปอร์

เส้นทางสายตะวันตก

เส้นทางนี้มีปริมาณผู้โดยสารหนาแน่นสูง มีการเจริญเติบโตที่ดี โดยเฉพาะตลาดหลัก ได้แก่ อินเดีย ในขณะที่เดียวกันการแข่งขันทวีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากสายการบินจากอินเดียมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และมุ่งเข้าสู่ประเทศไทย เช่นเดียวกัน บริษัทฯ มีจุดบินให้บริการไปยัง 19 จุดบิน ใน 6 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 1,754 เที่ยวบิน ได้แก่ เดลี มุมไบ กัลกัตตา ไฮเดอราบด์ บังคาลอร์ ธากา โคลัมโบ กาฐมาณฑุ ย่างกุ้ง เจนีวา การากี อิสลามาบัต และละฮอร์

สำหรับจุดบินของสายการบินไทยสมายล์ ได้แก่ มันทะเลย์ ย่างกุ้ง กัลกัตตา พุทธคยา พาราณสี ชัยปุระ ลัคเนา มุมไบ และอาห์มัดบาด

เส้นทางสายตะวันออกกลาง

สายการบินตะวันออกกลางมีความเข้มแข็งด้านเงินทุน ซึ่งเอื้อต่อการขยายฝูงบินและเส้นทางบินได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เส้นทางสายตะวันออกกลางเป็นเส้นทางที่มีการแข่งขันสูง บริษัทฯ มีจุดบินให้บริการไปยัง 2 จุดบิน ใน 2 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 102 เที่ยวบิน ได้แก่ ดูไบและมัสกัต

เส้นทางสายอินโดจีน

เป็นเส้นทางที่เป็นจุดแข็งของเครือข่ายเส้นทางบินภูมิภาค เนื่องจากมีการเจริญเติบโตที่ดี และมีศักยภาพในการทำกำไรสูง ขณะเดียวกันมีการแข่งขันจากสายการบินต้นทุนต่ำเพิ่มขึ้น รวมถึงสายการบินต่างๆ ทำการบินตรงจากตะวันออกกลางและยุโรปเพิ่มมากขึ้น โดยบริษัทฯ ให้บริการไปยัง 6 จุดบิน ใน 3 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 1,065 เที่ยวบิน ได้แก่ เวียงจันทน์ พนมเปญ ฮานอย และโฮจิมินห์

สำหรับจุดบินของสายการบินไทยสมายล์ ได้แก่ เสียมราฐ เวียงจันทน์ พนมเปญ และหลวงพระบาง

เส้นทางข้ามทวีป

บริษัทฯ มีจุดบินให้บริการไปยัง 18 จุดบิน ใน 13 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 1,745 เที่ยวบิน ได้แก่

เส้นทางยุโรป

บริษัทฯ มีบริการเที่ยวบินไปยัง 13 จุดบิน ใน 11 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 1,280 เที่ยวบิน ได้แก่ ลอนดอน แฟรงก์เฟิร์ต ปารีส โรม โคเปนเฮเกน สต็อกโฮล์ม ซูริก มินนิค บรัสเซลส์ มิลาน ออสโล มอสโก และเวียนนา

ข้อมูลเส้นทางยุโรป

	ปี2563	ปี2562	ปี2561
รายได้จากการขนส่งผู้โดยสาร (ล้านบาท) ⁽¹⁾	9,979.1	37,383.3	42,628.1
ร้อยละของรายได้การขนส่งผู้โดยสารรวม (%)	32.1	27.8	28.6
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPKs) (ล้านคน-กม.) ⁽²⁾	6,435.2	25,717.3	25,775.7
ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (ASKs) (ล้านที่นั่ง-กม.) ⁽²⁾	8,893.4	31,731.6	32,020.4

	ปี2563	ปี2562	ปี2561
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (%)	72.4	81.0	80.5
จำนวนจุดหมายปลายทางที่ให้บริการตามตารางการบิน (ตารางการบินประจำฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	*	13/13	13/13
จำนวนของเที่ยวบินแบบประจำ (เที่ยวบินต่อสัปดาห์) (ตารางการบินประจำฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	*	102/90	97/90

หมายเหตุ:

- (1) รวมรายได้จากเที่ยวบินแบบประจำ รายได้ค่าน้ำมันส่วนเกิน รายได้สุทธิจากการแลกเปลี่ยนการรับขนส่งผู้โดยสารสุทธิจากเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัท ตามความตกลงเที่ยวบินร่วม และรายได้จากการขายที่นั่งโดยสารบนเที่ยวบินของสายการบินอื่นซึ่งไม่ได้เป็นเที่ยวบินร่วมแต่ไม่รวมรายได้จากเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมขดเชยค่าน้ำมันและเงินค่าประกันภัยเรียกเก็บจากผู้โดยสาร
 - (2) ไม่รวมเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัท แต่รวมเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยบริษัท และขายโดยสายการบินอื่น
 - (3) ไม่รวมกรุงเทพมหานคร ตารางการบินในภาคฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคม และตารางการบินในภาคฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคมของทุกปี
- * ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) บริษัทฯ ต้องปรับเส้นทางบินตามสถานการณ์ จึงไม่สามารถระบุข้อมูลเป็นตารางการบินประจำฤดูหนาว / ฤดูร้อน เหมือนสภาวะการณ์ปกติ

เส้นทางออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

ในภาคพื้นออสเตรเลีย บริษัทฯ ให้บริการ 5 จุดบิน ใน 2 ประเทศ ได้แก่ ซิดนีย์ เมลเบิร์น บริสเบน เพิร์ท ในออสเตรเลีย และโอ๊คแลนด์ ในนิวซีแลนด์ ด้วยความถี่รวม 465 เที่ยวบิน

ข้อมูลเส้นทางออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

	ปี2563	ปี2562	ปี2561
รายได้จากการขนส่งผู้โดยสาร (ล้านบาท) ⁽¹⁾	3,475.4	11,858.4	14,074.2
ร้อยละของรายได้การขนส่งผู้โดยสารรวม (%)	11.2	8.8	9.4
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPKs) (ล้านคน-กม.) ⁽²⁾	1,779.2	7,532.2	8,668.6
ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (ASKs) (ล้านที่นั่ง-กม.) ⁽²⁾	2,377.2	8,973.5	10,702.6
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (%)	74.8	83.9	81.0
จำนวนจุดหมายปลายทางที่ให้บริการตามตารางการบิน (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	*	5/5	5/5
จำนวนของเที่ยวบินแบบประจำ (เที่ยวบินต่อสัปดาห์) (ตารางการบินในภาคฤดูหนาว / ฤดูร้อน) ⁽³⁾	*	39/36	46/46

หมายเหตุ:

- (1) รวมรายได้จากเที่ยวบินแบบประจำ รายได้ค่าน้ำหนักส่วนเกิน รายได้สุทธิจากการแลกเปลี่ยนการรับขนส่งผู้โดยสารสุทธิจากเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ ตามความตกลงเที่ยวบินร่วม และรายได้จากการขายที่นั่งโดยสารบนเที่ยวบินของสายการบินอื่นซึ่งไม่ได้เป็นเที่ยวบินร่วมแต่ไม่รวมรายได้จากเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมขดเชยค่าน้ำมันและเงินค่าประกันภัยเรียกเก็บจากผู้โดยสาร
 - (2) ไม่รวมเที่ยวบินซึ่งไม่ได้อยู่ในตารางการบินและเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยสายการบินอื่นและขายโดยบริษัทฯ แต่รวมเที่ยวบินที่ดำเนินการโดยบริษัทฯ และขายโดยสายการบินอื่น
 - (3) ไม่รวมกรุงเทพมหานคร ตารางการบินในภาคฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันที่สุดท้ายของเดือนตุลาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคม และตารางการบินในภาคฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันที่สุดท้ายของเดือนมีนาคมไปจนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคมของทุกปี
- * ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) บริษัทฯ ต้องปรับเส้นทางบินตามสถานการณ์ จึงไม่สามารถระบุข้อมูลเป็นตารางการบินประจำฤดูหนาว / ฤดูร้อน เหมือนสภาวะการณ์ปกติ

สำหรับในระหว่างเดือนเมษายน ถึง ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จึงได้ปรับแผนเส้นทางบินและจุดบินในเส้นทางระหว่างประเทศให้เหมาะสม โดยมุ่งเน้นจัดทำการบินด้วยเที่ยวบินในลักษณะกึ่งพาณิชย์ (Semi Commercial Flight) เพื่อขนส่งสินค้าและรองรับการเดินทางของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (Cargo and Repatriation Flight) มีจำนวนทั้งสิ้น 741 เที่ยวบินและจัดทำการบินด้วยเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) มีจำนวนทั้งสิ้น 263 เที่ยวบิน โดยแบ่งตามภูมิภาค ดังนี้

เส้นทางภูมิภาคเอเชีย

บริษัทฯ ปรับลดเส้นทางบินและความถี่ของเที่ยวบินให้เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยทำการบินไปยัง 20 จุดบินใน 33 ประเทศ แต่ยังคงทำการบินครอบคลุมเส้นทาง 5 เส้นทาง ดังต่อไปนี้

เส้นทางสายเหนือ

บริษัทฯ มีจุดบินให้บริการไปยัง 9 จุดบินใน 4 ประเทศ โดยจัดทำการบินด้วยเที่ยวบินในลักษณะกึ่งพาณิชย์ (Semi Commercial Flight) เพื่อขนส่งสินค้าและรองรับการเดินทางของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (Cargo and Repatriation Flight) ด้วยความถี่รวม 572 เที่ยวบิน และจัดทำการบินด้วยเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ด้วยความถี่รวม 181 เที่ยวบิน ได้แก่เฉิงตู เซี่ยงไฮ้ ฮองกง กวางโจว ไทเป โซล โอซากา โตเกียว (นาริตะ) และมะนิลา

สำหรับสายการบินไทยสมายล์ ได้จัดทำการบินด้วยเที่ยวบินในลักษณะกึ่งพาณิชย์ (Semi Commercial Flight) เพื่อขนส่งสินค้าและรองรับการเดินทางของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (Cargo and Repatriation Flight) ด้วยความถี่ 1 เที่ยวบิน ไปยัง 1 จุดบินใน 1 ประเทศ คือ ฮองกง และมีจุดบินให้บริการเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ไปยัง 3 จุดบินใน 2 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 5 เที่ยวบิน ได้แก่ กวางโจว ไทเป และมะนิลา

เส้นทางสายใต้

บริษัทฯ จัดทำการบินด้วยเที่ยวบินในลักษณะกึ่งพาณิชย์ (Semi Commercial Flight) เพื่อขนส่งสินค้าและรองรับการเดินทางของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (Cargo and Repatriation Flight) ไปยัง 3 จุดบินใน 3 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 27 เที่ยวบิน และจัดทำการบินด้วยเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ไปยัง 3 จุดบินใน 3 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 7 เที่ยวบิน ได้แก่ จาการ์ตา กัวลาลัมเปอร์ และสิงคโปร์

สำหรับสายการบินไทยสมายล์ ได้จัดทำการบินด้วยเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ให้บริการไปยัง 1 จุดบินใน 1 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 4 เที่ยวบินคือ กัวลาลัมเปอร์

เส้นทางสายตะวันตก

บริษัทฯ จัดทำการบินด้วยเที่ยวบินในลักษณะกึ่งพาณิชย์ (Semi Commercial Flight) เพื่อขนส่งสินค้าและรองรับการเดินทางของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (Cargo and Repatriation Flight) ให้บริการไปยัง 5 จุดบินใน 3 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 18 เที่ยวบิน ได้แก่ เจนไน มุมไบ เดลี ธากา และย่างกุ้ง และจัดทำการบินด้วยเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ให้บริการไปยัง 3 จุดบินใน 2 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 4 เที่ยวบิน ได้แก่ เจนไน เดลี และลอสแอนเจลิส

สำหรับสายการบินไทยสมายล์ ได้จัดทำการบินด้วยเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ให้บริการไปยัง 4 จุดบินใน 3 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 6 เที่ยวบิน ได้แก่ ธากา อิสลามาบัต พุทธคยา และเจนไน

เส้นทางสายตะวันออกกลาง

บริษัทฯ จัดทำการบินด้วยเที่ยวบินในลักษณะกึ่งพาณิชย์ (Semi Commercial Flight) เพื่อขนส่งสินค้าและรองรับการเดินทางของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (Cargo and Repatriation Flight) ให้บริการไปยัง 1 จุดบินใน 1 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 7 เที่ยวบิน คือ ดูไบ

เส้นทางอินโดจีน

บริษัทฯ จัดทำการบินด้วยเที่ยวบินในลักษณะกึ่งพาณิชย์ (Semi Commercial Flight) เพื่อขนส่งสินค้าและรองรับการเดินทางของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (Cargo and Repatriation Flight) ให้บริการไปยัง 2 จุดบินใน 2 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 8 เที่ยวบิน ได้แก่ เวียงจันทน์ และพนมเปญ และจัดทำการบินด้วยเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ให้บริการไปยัง 1 จุดบินใน 1 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 5 เที่ยวบิน คือ พนมเปญ

สำหรับสายการบินไทยสมายล์ จัดทำเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ให้บริการไปยัง 2 จุดบินใน 2 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 3 เที่ยวบิน ได้แก่ พนมเปญ และโฮจิมินห์

เส้นทางข้ามทวีป**เส้นทางยุโรป**

บริษัทฯ จัดทำการบินด้วยเที่ยวบินในลักษณะกึ่งพาณิชย์ (Semi Commercial Flight) เพื่อขนส่งสินค้าและรองรับการเดินทางของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (Cargo and Repatriation Flight) ให้บริการไปยัง 6 จุดบินใน 5 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 84 เที่ยวบิน ได้แก่ สตอกโฮล์ม

ปารีส โคเปนเฮเกน ลอนดอน แฟรงก์เฟิร์ต และมิวนิก และจัดทำการบินด้วยเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ให้บริการไปยัง 8 จุดบินใน 7 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 32 เที่ยวบิน ได้แก่ สตอกโฮล์ม ปารีส โคเปนเฮเกน ลอนดอน แฟรงก์เฟิร์ต มิวนิก โรม และซูริก

เส้นทางออสเตรเลียถึงนิวซีแลนด์

บริษัทฯ จัดทำการบินด้วยเที่ยวบินในลักษณะกึ่งพาณิชย์ (Semi Commercial Flight) เพื่อขนส่งสินค้าและรองรับการเดินทางของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (Cargo and Repatriation Flight) ให้บริการไปยัง 5 จุดบินใน 2 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 24 เที่ยวบิน ได้แก่ ซิดนีย์ เมลเบิร์น บริสเบน เพิร์ท ในออสเตรเลีย และโอ๊คแลนด์ ในนิวซีแลนด์ และจัดทำเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ให้บริการไปยัง 3 จุดบินใน 2 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 12 เที่ยวบิน ได้แก่ ซิดนีย์ เมลเบิร์น ในออสเตรเลีย และโอ๊คแลนด์ ในนิวซีแลนด์

เส้นทางอเมริกาเหนือ

บริษัทฯ จัดทำเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ให้บริการไปยัง 2 จุดบินใน 1 ประเทศ ด้วยความถี่รวม 4 เที่ยวบิน ได้แก่ โฮโนลูลู และอเล็กซานเดรีย ในสหรัฐอเมริกา

2.1.3 การบริการลูกค้า

ในปี 2563 บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการในทุกจุดสัมผัสอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้สัมผัสประสบการณ์การบินที่โดดเด่นงดงามผสมผสานเอกลักษณ์ของความเป็นไทย เริ่มตั้งแต่การบริการก่อนเที่ยวบิน (Pre-flight Services) การบริการบนเที่ยวบิน (In-flight Services) ไปจนถึงการให้บริการหลังเที่ยวบิน (Post-flight Services) โดยมีแผนการดำเนินงาน แนวคิดและภาพลักษณ์ที่ชัดเจนภายใต้ต้นนโยบายการบริการจากใจ (Service from the Heart) ซึ่งพนักงานการบินไทยทุกคนยึดมั่นมาตลอด 5 ทศวรรษของการให้บริการ ด้วยตระหนักดีว่าคุณภาพของการบริการลูกค้าเป็นปัจจัยหลักสู่ความสำเร็จของภารกิจการให้บริการการขนส่ง และขับเคลื่อนให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันกับสายการบินคู่แข่งได้อย่างยั่งยืน

เพื่อเน้นย้ำถึงการบริการที่เป็นเลิศ สม่าเสมอ และเป็นไปตามมาตรฐานที่ตกลงไว้ การบริการลูกค้าถือว่าเป็นหัวใจในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ได้จัดทำข้อตกลงระดับการบริการ (Service Level Agreement: SLA) กับทุกจุดบริการหลัก และกำหนดขั้นตอนการให้บริการ (Service Operation Procedure) ตั้งแต่การสำรองที่นั่ง จนเสร็จสิ้นการเดินทางที่จุดหมายปลายทาง มีการตรวจประเมินและติดตามคุณภาพการบริการทุกจุดบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงระดับการบริการ และขั้นตอนการให้บริการ ทั้งจากหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก การสุ่มตรวจการปฏิบัติงานแบบไม่แจ้งให้ผู้รับการตรวจทราบ (Mystery Shopping) รวมถึงการตรวจประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการจากสถาบันที่ได้รับการยอมรับระดับโลกเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตลอดการเดินทาง

การประเมินผลและการกำกับดูแลข้อตกลงระดับการบริการที่ดี นอกจากเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเดินทาง (Customer Experience) ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ภักดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัทฯ (Brand Loyalty) อันเป็นการรักษาลูกค้าเดิมให้กลับมาใช้บริการอีก และยังช่วยให้เกิดการตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) โดยเฉพาะจากผู้บริโภคที่ชอบพูดถึงแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ใดๆ ที่ตนชื่นชอบ (Brand Advocates) ทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) สำหรับรายละเอียดของการพัฒนาการบริการลูกค้าในแต่ละขั้นตอน มีดังนี้

ด้านการบริการก่อนเที่ยวบิน

บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ (Electronic and Mobile Service) เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและความรวดเร็วให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางได้ง่ายขึ้น อาทิ ข้อมูลการจองบัตรโดยสาร การตรวจสอบรายละเอียดเกี่ยวกับเที่ยวบิน ตารางบิน ตลอดจนการแจ้งข้อมูลให้ลูกค้าทราบเมื่อเที่ยวบินไม่เป็นไปตามปกติ นอกจากนี้ ยังเพิ่มช่องทางการจ่ายเงินในเว็บไซต์ให้มากขึ้น รวมทั้ง เพิ่มช่องทางการเช็คอินด้วยตนเองผ่านอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ และเครื่อง Kiosk สำหรับการบริการที่ทำอากาศยาน ได้เพิ่มเคาน์เตอร์ Bag Drop ที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิสำหรับลูกค้าที่เช็คอินด้วยตนเอง (e-Check in)

ด้านการบริการบนเครื่องบิน

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ COVID-19 โดยมุ่งเน้นสุขลักษณะทางอาหาร (Food hygiene) และปรับรูปแบบการให้บริการเป็นแบบเฉพาะบุคคล ทั้งในชั้นหนึ่ง ชั้นธุรกิจ และชั้นประหยัด ได้นำ Disposable Meal Box เข้ามาใช้งาน รวมถึงปรับเปลี่ยนรายการอาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการ ให้มีความเหมาะสม อีกทั้ง การใช้ภาชนะ Rectangle Plate มาทดแทนแบบเก่า ทั้งในช่วง Meal Time และ Non Meal Time ให้ดูน่ารับประทานมากขึ้น

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการบริการบนเครื่องบิน และให้ความสำคัญกับสุขอนามัยของผู้โดยสารในระหว่างการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความมั่นใจตลอดการเดินทาง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ปรับการบริการให้สอดคล้องกับมาตรการของรัฐ และข้อกำหนดของสถานี่ต่างประเทศ เพื่อลดโอกาสของการแพร่เชื้อในเที่ยวบิน โดยกำหนดให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสวมอุปกรณ์ป้องกันตลอดระยะเวลาปฏิบัติงานบิน รวมทั้งหลีกเลี่ยงการสัมผัสใกล้ชิด อีกทั้งอาหารที่ให้บริการจะถูกบรรจุในภาชนะแบบปิด (Pre-packaged)

ในส่วนของอุปกรณ์บริการบนเครื่องบิน ได้คัดสรรและจัดหาอุปกรณ์สำหรับใช้บริการบนเครื่องบินระดับ World Class ที่ถือเป็น Touch Point ของ Five Stars Airlines Rating ได้แก่

- หูฟังสำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจ ให้บริการด้วย Brand “AKG” ซึ่งได้รับรางวัลยอดเยี่ยมในเรื่องของรูปแบบและคุณภาพ
- Comfort Wear สำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่ง Brand “Boggi”
- ชุดอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทาง (Travel Kit) สำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่ง Brand “Rimowa” และ “Porche Design”
- ชุดอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทาง (Travel Kit) สำหรับผู้โดยสารชั้นธุรกิจ Brand “Mandarina Duck” และ “Lacoste”

หมายเหตุ: โครงการข้างต้นเป็นโครงการที่ดำเนินการต่อเนื่อง ในช่วงก่อนสถานการณ์ Covid-19 อนึ่งระหว่างที่บริษัทฯ หยุดทำการบิน จึงทำให้ไม่ได้ดำเนินการโครงการดังกล่าวในปี 2563

ในการพัฒนาการบริการในด้านของอาหาร และเครื่องดื่ม ได้ยึดหลักการ 5 ข้อ คือ

1. ด้านงบประมาณ ในด้านงบประมาณคำนึงถึงการใช้งบประมาณอย่างเหมาะสม และระบบ Win-Win ระหว่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ
2. Operation System ในด้าน Operation System ต้องเป็น Single System ทั้งระบบเพื่อให้การดำเนินการเป็นไปในทางเดียวกัน และตรวจสอบได้

3. Seasoning and Promotion ในด้านของอาหาร และเครื่องดื่ม จะมีการพิจารณาถึงฤดูกาลของวัตถุดิบ ที่มาของวัตถุดิบ ความต้องการของลูกค้า เพื่อให้การบริหารต้นทุน และคุณภาพเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ในอีกด้านหนึ่ง ต้องมีการสร้าง Promotion เพื่อเป็นการตอบแทนลูกค้า และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของบริษัทฯ ตลอดทั้งปี

4. Partner & Vendor ในส่วนของผู้ประกอบการ และ Caterer ที่เกี่ยวข้อง จะให้ความร่วมมือที่ เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งสองฝ่าย และสามารถพัฒนาคุณภาพของการบริการไปถึงเป้าหมายที่กำหนดได้

5. Executive Chef Officer ในส่วนของ Menu Planning รวมทั้งเครื่องดื่ม จะจัดให้มีทีมงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อกำหนดแนวทางวางแผนพัฒนา และรวมทั้งดูแลต้นทุนเพื่อให้เกิดมูลค่าสูงสุดในการบริการ

โดยการวางแผนด้านเมนู จะมุ่งเน้นออกเป็น 2 ส่วน เป็นส่วนของ Standard Menu ที่ให้บริการบนเครื่องบิน กับ Promotion Menu ซึ่งจะถูกจัดเตรียมอยู่ในระบบการทำ Pre-Select ใน E-System ก่อนผู้โดยสารเดินทาง

อุปกรณ์และบริการ

บริษัทฯ ได้ปรับปรุงยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการให้บริการเพื่อตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า เพิ่มขีดความสามารถให้พร้อมต่อการแข่งขัน เพิ่มความสะดวกสบายโดยรวมให้แก่ผู้โดยสารมากขึ้น ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. การปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของที่นั่งโดยสาร และระบบสาระบันเทิง

วัตถุประสงค์หลักของการปรับปรุงอุปกรณ์ในเครื่องบินของบริษัทฯ คือ การปรับปรุงอุปกรณ์ในเครื่องบินทุกลำที่เป็นแบบเดียวกัน ให้มีที่นั่งโดยสารและระบบสาระบันเทิงลักษณะเดียวกันในแต่ละชั้นโดยสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้โดยสาร

• การพัฒนาทางด้านระบบสาระบันเทิง

บริษัทฯ ได้ปรับปรุงระบบสาระบันเทิงทั้งด้านภาพและเสียงบนเครื่องบินในเส้นทางระหว่างประเทศทุกลำ เพื่อให้มีคุณภาพสูง ทันสมัยและได้มาตรฐานเดียวกันทั้งหมด โดยจะมีจอภาพส่วนตัวในทุกชั้นโดยสาร ระบบเพลงและภาพยนตร์ที่สามารถเลือกชมได้ตามความต้องการ และมีรายการสาระบันเทิงให้ผู้โดยสารเลือกอย่างหลากหลาย อาทิ ภาพยนตร์ไทย / New Release / Favorite และ World Cinema รวมทั้งเกมส์ ข้อมูล และภาพเส้นทางบิน นอกจากนี้ ยังพัฒนาและปรับปรุงซอฟต์แวร์ (Software) รองรับจำนวนเนื้อหา (Content) ที่เพิ่มขึ้น อาทิ e-Menu และ e-Shopping เป็นต้น

2. การติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับธุรกิจและการสื่อสาร

บริษัทฯ ได้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (THAI Sky Connect) บนเครื่องบินเพื่อให้ผู้โดยสารสามารถติดต่อสื่อสารกับภาคพื้นโดยใช้อุปกรณ์สื่อสารส่วนตัวของตนเอง ในปี 2563 โดยสามารถให้บริการได้บนเครื่องบิน จำนวนรวม 36 ลำ ได้แก่ เครื่องบินแบบแอร์บัส A330-300 จำนวน 10 ลำ แบบแอร์บัส A380-800 จำนวน 6 ลำ และแบบแอร์บัส A350-900 จำนวน 12 ลำ แบบโบอิง 787-8 จำนวน 6 ลำ และแบบโบอิง 787-9 จำนวน 2 ลำ นอกจากนี้ เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้า บริษัทฯ ได้มอบบริการ Free Wi-Fi จำนวน 20 MB สำหรับลูกค้าชั้นหนึ่งบนเครื่องบินแบบแอร์บัส A380-800 และจำนวน 20 MB สำหรับลูกค้าชั้นธุรกิจบนเครื่องบินแบบแอร์บัส A350-900 แบบโบอิง 787-8 และ 787-9

2.1.4 การปฏิบัติการบิน ความปลอดภัย ความมั่นคงและมาตรฐานการบิน

ความปลอดภัยในการปฏิบัติการบินเป็นหัวใจของธุรกิจการบินตลอดระยะเวลาเกือบ 6 ทศวรรษ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างความปลอดภัยสูงสุดในการเดินทางของผู้โดยสารโดยเน้นที่การปฏิบัติการบินตามมาตรฐานความปลอดภัย และความมั่นคงการบินของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย: กพท. (Civil Aviation Authority of Thailand: CAAT) องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO) หน่วยงานควบคุมความปลอดภัยด้าน

การบินของยุโรป (European Aviation Safety Agency: EASA) สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) และหน่วยงานกำกับดูแลด้านความปลอดภัย และความมั่นคงการบินพลเรือนของประเทศต่างๆ ทั่วโลก

ในฐานะสายการบินแห่งชาติ บริษัทฯ พร้อมทั้งจะพัฒนาองค์กร รวมทั้งให้การสนับสนุนและความร่วมมือกับสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) เพื่อให้ประเทศไทยมีการดำเนินการด้านการบินตามมาตรฐานสากล โดยบริษัทฯ ได้ร่วมสนับสนุนข้อมูลสำหรับการประเมินผลการดำเนินงานของประเทศไทยตามแผน The Global Aviation Safety Plan (GASP) และ The Global Air Navigation Plan (GANP) ขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO)

ในปี 2558 บริษัทฯ ได้รับใบอนุญาต Third Country Operators (TCO) จาก EASA โดยความเห็นชอบของ EU Air Safety Committee (ASC) ด้วยใบอนุญาตนี้ บริษัทฯ สามารถกการปฏิบัติการบินไปยังสหภาพยุโรปได้ต่อไป และในปี 2560 บริษัทฯ ได้รับใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศฉบับใหม่ (Air Operator Certificate: AOC) และใบอนุญาตขนส่งวัตถุอันตราย (Dangerous Goods Certificate) แสดงให้เห็นถึง ศักยภาพของบริษัทฯ ในการขนส่งผู้โดยสาร สินค้า ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม อาหารสดอย่างเต็มรูปแบบ รวมทั้งวัตถุดิบอื่นๆ ที่มีการควบคุมด้านความปลอดภัย ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมการบิน และโลจิสติกส์

บริษัทฯ มีระบบเตรียมการโดยดำเนินการตรวจประเมินมาตรฐานการปฏิบัติงานภายในองค์กร (Operational Compliance Audit) ของทุกหน่วยปฏิบัติการ เพื่อให้มั่นใจว่าเป็นไปตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วนและมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง พร้อมรับการตรวจประเมินจากองค์กรภายนอก ทั้งนี้ บริษัทฯ สามารถผ่านการตรวจประเมินและได้รับใบรับรองคุณภาพสากลด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติการของสายการบิน (IATA Operational Safety Audit: IOSA) เป็นรายแรกของประเทศไทยตั้งแต่ปี 2547 และได้รับการรับรองอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด โดยผ่านการตรวจประเมินทุกสองปีครั้งล่าสุดเมื่อเดือนพฤษภาคม 2561 และได้รับใบรับรองคุณภาพสากลด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติการของผู้ให้บริการภาคพื้น (IATA Safety Audit for Ground Operations: ISAGO) ตั้งแต่ปี 2560

หน่วยงานกำกับดูแลด้านการบินพลเรือนของประเทศต่างๆ ทั่วโลกยังคงให้ความสำคัญ ในการตรวจประเมินมาตรฐานความปลอดภัยของสายการบินของประเทศไทยที่ทำการบินเข้าในแต่ละประเทศโดยบริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่อยู่ในระดับมาตรฐานสากล สามารถผ่านการตรวจประเมินด้านความปลอดภัย (Ramp Safety Inspection) จากหน่วยงานกำกับดูแลด้านความปลอดภัยทุกหน่วยงานกรณีพิพข้อบกพร่อง สามารถแก้ไขได้ภายในเวลาที่กำหนดตลอดมา บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะสร้างวัฒนธรรมองค์กรของการบินไทย ในการปลูกจิตสำนึกให้พนักงานตระหนักในเรื่องความปลอดภัย โดยประยุกต์ใช้แนวคิดด้านความปลอดภัยที่มุ่งเน้นเสริมสร้างทัศนคติในเชิงบวกให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ให้มีการทบทวนกระบวนการทำงาน ประเมิน และปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัยสูงสุด

บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านความมั่นคงการบิน (Security Management Systems/ SeMS) ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานด้านความมั่นคงการบินให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัทฯ และสอดคล้องตามมาตรฐานข้อกำหนดด้านความมั่นคงการบิน (Aviation Security) ขององค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO), สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (Civil Aviation Authority of Thailand: CAAT), หน่วยงานด้านความมั่นคงในการเดินทางของประเทศออสเตรเลีย (Australia's Office of Transport Security: OTS), กฎข้อบังคับของสหภาพยุโรป (European Union Regulations: EU Regulations), หน่วยงานด้านความมั่นคงของประเทศเยอรมัน (German Civil Aviation Authority: LBA) หน่วยงานด้านความมั่นคงของประเทศอังกฤษ (Department for Transport: DFT) หน่วยงานด้านความมั่นคงของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ (Switzerland's Federal Office of Civil Aviation: FOCA) หน่วยงานด้านความมั่นคงของประเทศญี่ปุ่น (Japan's Civil Aviation Bureau: JCAB) โดยบริษัทฯ มีผลการ

ดำเนินงานที่อยู่ในระดับมาตรฐานสากล สามารถผ่านการตรวจประเมินจากหน่วยงานกำกับดูแลด้านความมั่นคงทุกหน่วยงาน โดยไม่พบข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการเหตุฉุกเฉินและภาวะวิกฤติ (Emergency & Crisis Response Management) อย่างเข้มงวด ยึดหลักกฎหมาย ข้อบังคับระหว่างประเทศ และนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการของหน่วยงานภายใน และสถานการณ์การบินของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง บริษัทฯ ยังได้จัดทำแผนการจัดการในภาวะวิกฤติเพื่อเตรียมพร้อมรับวิกฤติการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น เช่น แผนย้ายฐานการปฏิบัติงาน แผน Public Health Emergency แผนกรณีพ่นควันจรวดจรวดจรวด และแผนกรณีภัยพิบัติ โดยในปี 2562 ได้เข้าร่วมฝึกซ้อมการบริหารจัดการในภาวะฉุกเฉินเต็มรูปแบบกับหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง เช่น ได้เข้าร่วมการฝึกซ้อมการบริหารจัดการในภาวะฉุกเฉินเต็มรูปแบบ (Full Scale) ตามแผนฉุกเฉิน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (SEMEX-19) วันที่ 6 มิถุนายน 2562 กรณีอากาศยานอุบัติเหตุ ณ ท่าอากาศยาน และการฝึกซ้อมแผนเต็มรูปแบบ (Full Scale) ตามแผนฉุกเฉิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง (DEMEX-19) วันที่ 23 สิงหาคม 2562 กรณีอากาศยานลื่นไถลออกนอกทางวิ่ง และการฝึกซ้อมแผนตอบโต้ภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ (PHEIC) กรณีโรคติดต่อที่มีอาหารเป็นสื่อ: โรคลิสเทอริโอซิส (Listeriosis) (TTX 2019) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ วันที่ 25 มิถุนายน 2562 รวมทั้งเพื่อสามารถพร้อมรับมือกับเหตุฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น

บริษัทฯ ได้พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการบินให้มีความรู้ความสามารถตามมาตรฐานสากล รวมทั้งให้มีจิตสำนึกสูงสุดด้านความปลอดภัย มุ่งเน้นการสรรหาบุคลากรการบินที่มีคุณภาพระดับสากล โดยกำหนดให้มีการตรวจสอบความพร้อมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และพฤติกรรม (Behavior) นักบินของบริษัทฯ จะต้องผ่านการทดสอบและประเมินความถนัดในการเป็นนักบินพาณิชย์ (Aptitude Test) จาก Scandinavian Institute of Aviation Psychology (SIAP) ประเทศสวีเดน ซึ่งเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับด้านการคัดเลือกนักบินให้กับสายการบินชั้นนำของโลก การสอบจิตวิทยาการบิน (Aviation Psychology Test) จากสถาบันเวชศาสตร์การบินกองทัพอากาศ รวมทั้งจะต้องผ่านการทดสอบความสามารถด้านทักษะการบิน (Ride Check) และการใช้ภาษาอังกฤษตามมาตรฐานสากล (English ICAO Proficiency) นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติแก่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เรื่องระบบความปลอดภัยและการบริการ เพื่อให้มีความรู้ความชำนาญแบบมืออาชีพ มีทัศนคติและใจรักต่องานบริการ ควบคู่ไปกับความตระหนักเรื่องความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการผลิตหลักสูตร Safety Management System (SMS) เพื่อฝึกอบรมพนักงานของสายปฏิบัติการ เพื่อเสริมสร้างการตระหนักรู้และความเข้าใจด้าน SMS ในการปฏิบัติการบิน โดยยึดหลักมาตรฐานและข้อกำหนดขององค์กรการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) ซึ่งส่งผลให้การบินไทยเป็นสายการบินแรกๆ ในภูมิภาคที่มีการพัฒนาด้าน SMS และสายปฏิบัติการยังพัฒนาหลักสูตร SMS อย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดได้พัฒนาเนื้อหาเฉพาะทาง (Specialist Content) ของหลักสูตร SMS ในส่วนของนักบิน, ลูกเรือ และพนักงานในสายปฏิบัติการ โดยมีทั้งระดับพนักงานปฏิบัติการ (Operational Staff) ที่เน้นเรื่องการบ่งชี้อันตราย (Hazard Identification) และประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) อีกทั้งยังเน้นในเรื่องการรายงานด้านความปลอดภัย (Safety Reporting) เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมและตระหนักในเรื่องความปลอดภัยของการปฏิบัติงาน และระดับพนักงานบริหาร (Manager) ที่ต้องมีความรู้ในเรื่องการประกันความปลอดภัย (Safety Assurance) การพัฒนาด้าน SMS ของการบินไทยตลอดมาเพื่อตอบสนองระบบความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพและทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงองค์ความรู้ด้าน SMS ของ ICAO ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดต่อทุกเที่ยวบินของการบินไทย

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน รวมถึงการป้องกันอันตรายและส่งเสริมสุขภาพอนามัย เป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการ

ดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานบนพื้นฐานของมนุษยธรรม โดยถือประโยชน์ของพนักงานเป็นหลัก และได้ดำเนินการอย่างครบวงจร คือการส่งเสริมสุขภาพอนามัย การเฝ้าระวังและตรวจสอบเพื่อความปลอดภัย การป้องกันและควบคุมอุบัติเหตุและสภาพแวดล้อมที่เป็นอันตรายในการทำงาน การเฝ้าระวังสุขภาพและป้องกันโรคจากการทำงาน การปฐมพยาบาล และการฟื้นฟูสมรรถภาพหลังการบาดเจ็บ

บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน (Occupational Health and Safety Committee: OHSC) ซึ่งมีผู้แทนของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องร่วมเป็นคณะกรรมการฯ เพื่อทำหน้าที่ในการวางแผน กำหนดนโยบาย และแนวทางการดำเนินงานให้เป็นระบบสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีการจัดประชุมเพื่อติดตามการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานในภาพรวมของบริษัทฯ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ในภาพรวมของการปฏิบัติการบินบริษัทฯ ได้มุ่งเน้นในเรื่องของมาตรฐานด้านความปลอดภัยในระดับสูงสุด และคุณภาพการให้บริการบนเครื่องบินที่ดีเลิศโดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลมาประยุกต์ใช้กับเอกลักษณ์การให้บริการด้วยเสน่ห์ไทยบริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะรักษาคุณภาพความปลอดภัยความมั่นคง และมาตรฐานการบินให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล อีกทั้งการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องนั้นเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกมาโดยตลอด และบริษัทฯ จะได้ดำเนินนโยบายเชิงรุกในการดำเนินงานด้านความปลอดภัยความมั่นคง และมาตรฐานการบินอย่างต่อเนื่อง

รายละเอียดของมาตรฐานสากลที่ฝ่ายต่าง ๆ และหน่วยธุรกิจของบริษัทฯ ได้รับมีดังนี้

ใบรับรองมาตรฐานสากล	ฝ่ายหรือหน่วยธุรกิจ	วันหมดอายุ
TCO Third Country Operator (TCO) มาตรฐานด้านความปลอดภัยการบินได้รับอนุญาตให้ทำการบินสู่ประเทศต่างๆ ในสหภาพยุโรป จาก EASA (European Aviation Safety Agency)	ได้รับการรับรองภาพรวมทั้งบริษัทฯ	ใช้ควบคู่กับใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศ AOC (Air Operator Certificate)
IOSA (IATA Operational Safety Audit) มาตรฐานการตรวจประเมินความปลอดภัยด้านการปฏิบัติการจากสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ	ได้รับการรับรองภาพรวมทั้งบริษัทฯ	28 พฤษภาคม 2565
ISAGO (IATA Safety Audit for Ground Operation) มาตรฐานการตรวจสอบความปลอดภัยของการปฏิบัติการภาคพื้นจากสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ	หน่วยธุรกิจบริการการบิน	29 กันยายน 2564

ใบรับรองมาตรฐานสากล	ฝ่ายหรือหน่วยธุรกิจ	วันหมดอายุ
ISO 9001:2015 (ระบบบริหารงานคุณภาพ)	ฝ่ายบริหารทั่วไป ฝ่ายครัวการบิน ฝ่ายช่าง	6 ตุลาคม 2564 8 มีนาคม 2566 27 พฤษภาคม 2565
ISO 14001:2015 (ระบบจัดการสิ่งแวดล้อม)	ฝ่ายบริหารทั่วไป (สำนักงานใหญ่ สำนักงานหลักสี่ สำนักงานหลานหลวง ศูนย์ ปฏิบัติการที่สนามบินสุวรรณภูมิ กิจการฝ่ายบริการลูกค้าภาคพื้น ที่สนามบินสุวรรณภูมิ) ฝ่ายช่าง ฝ่ายครัวการบิน	23 เมษายน 2565 9 มิถุนายน 2565 1 กันยายน 2564
ISO 50001:2011 (ระบบจัดการด้านพลังงาน)	ฝ่ายบริหารทั่วไป (สำนักงานใหญ่ สำนักงานหลักสี่ สำนักงานหลานหลวงศูนย์ปฏิบัติการ ที่สนามบินสุวรรณภูมิ กิจการฝ่าย บริการลูกค้าภาคพื้นที่ยุโรป สุวรรณภูมิ)	30 สิงหาคม 2564
HALAL (มาตรฐานฮาลาล)	ฝ่ายครัวการบินดอนเมือง ฝ่ายครัวการบินสุวรรณภูมิ	10 มิถุนายน 2564 31 ธันวาคม 2564
HAL-Q (มาตรฐานฮาลาล)	ฝ่ายครัวการบินดอนเมือง ฝ่ายครัวการบินสุวรรณภูมิ	16 กรกฎาคม 2564 27 เมษายน 2564
HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้อง ควบคุมในการผลิตอาหาร)	ฝ่ายครัวการบิน	8 มีนาคม 2566
GMP (Good Manufacturing Practiceระบบการจัดการ สุขลักษณะที่ดีในสถานประกอบการ)	ฝ่ายครัวการบิน	8 มีนาคม 2566
FAR 145 (Federal Aviation Regulations 145) FAA Repair Station	ฝ่ายช่าง	31 ตุลาคม 2564

ใบรับรองมาตรฐานสากล	ฝ่ายหรือหน่วยธุรกิจ	วันหมดอายุ
(Federal Aviation Administration of USA) หน่วยซ่อมองค์การบริหารการบินแห่งประเทศ สหรัฐอเมริกา		
RSC 13/2525 THAI DCA Repair Station 145 (Department of Civil Aviation, Thailand) หน่วยซ่อมสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, ประเทศไทย	ฝ่ายช่าง (สนามบินดอนเมือง) (สนามบินสุวรรณภูมิ) (สนามบินอยู่ตะเภา)	28 พฤษภาคม 2565
EASAPart-145 (European Aviation Safety Agency – Approved Maintenance Organization) หน่วยซ่อมองค์การความร่วมมือด้านการบินในกลุ่ม สหภาพยุโรป	ฝ่ายช่าง	ได้รับใบรับรองตั้งแต่ 21 เมษายน 2547 มีกำหนดการตรวจ ปีละ 2 ครั้ง

2.1.5 สิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมการลงทุน

ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2547 บริษัทฯ ในฐานะรัฐวิสาหกิจซึ่งดำเนินการในรูปแบบของบริษัทยักษ์ใหญ่ ได้รับความเห็นชอบให้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนสำหรับการลงทุนส่วนเพิ่มในกิจการการขนส่งทางอากาศและกิจการสนับสนุนการบินอื่นๆ ได้ ยกเว้นส่วนกิจการสนับสนุนการบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ เนื่องจากบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้บริหารท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิเป็นผู้ได้รับสัมปทานในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวจากภาครัฐ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนสำหรับจัดหาเครื่องบินต่อสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เมื่อเดือนเมษายน 2550 โดยยื่นขอรับการส่งเสริมตามปีที่มีการรับมอบเครื่องบิน และตามประเภทของเครื่องบิน และได้รับอนุมัติสิทธิบัตรส่งเสริมการลงทุนรวมทั้งสิ้น 25 สิทธิบัตร สำหรับเครื่องบินจำนวน 75 ลำ

ต่อมาบริษัทฯ ได้ยื่นขอโอนกิจการ (สิทธิการใช้เครื่องบินในการดำเนินงานบางส่วน) และได้รับอนุมัติให้โอนกิจการบางส่วนให้แก่บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด ตามบัตรส่งเสริมการลงทุนจำนวน 6 สิทธิบัตร สำหรับเครื่องบินแอร์บัส A320 จำนวน 20 ลำ และ BOI มีประกาศยกเลิกบัตรส่งเสริมการลงทุนของบริษัทฯ จำนวน 6 สิทธิบัตรดังกล่าว เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2557

ในปี 2562 มีสิทธิบัตรหมดครบกำหนดจำนวน 4 สิทธิบัตร สำหรับเครื่องบินจำนวน 10 ลำ ส่งผลทำให้ปัจจุบันบริษัทฯ คงเหลือสิทธิบัตรการส่งเสริมการลงทุนรวมทั้งสิ้น 15 สิทธิบัตร สำหรับเครื่องบินจำนวน 45 ลำ ดังนี้

สิทธิบัตรที่	บัตรเลขที่	ประเภทเครื่องบิน	วิธีการจัดหาเครื่องบิน	จำนวนเครื่องบิน (ลำ)
1	1627 (2) / 2555	A330-300	Financial Lease	3
2	2576 (2) / 2555	B777-300ER	Operating Lease	2

สิทธิบัตรที่	บัตรเลขที่	ประเภทเครื่องบิน	วิธีการจัดหาเครื่องบิน	จำนวนเครื่องบิน (ลำ)
3	2577 (2) / 2555	A380-800	Financial Lease	3
4	1220 (2) / 2556	A330-300	Financial Lease	2
5	1221 (2) / 2556	A380-800	Financial Lease	3
6	1590 (2) / 2556	B777-300ER	Operating Lease	6
7	2357 (2) / 2556	B777-300ER	Financial Lease	3
8	2358 (2) / 2556	B787-8	Operating Lease	4
9	2360 (2) / 2556	B777-300ER	Financial Lease	3
10	2362 (2) / 2556	B787-8	Operating Lease	2
11	2363 (2) / 2556	A350-900	Operating Lease	2
12	2364 (2) / 2556	A350-900	Financial Lease	2
13	2365 (2) / 2556	A350-900	Operating Lease	6
14	2366 (2) / 2556	B787-9	Operating Lease	2
15	2367 (2) / 2556	A350-900	Financial Lease	2

สิทธิประโยชน์จากการได้รับการส่งเสริมการลงทุน คือการได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการดำเนินงานด้วยเครื่องบินที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนเป็นระยะเวลา 8 ปี (นับจากวันที่เครื่องบินเริ่มมีรายได้จากการดำเนินงาน) โดยจำนวนเงินที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนี้รวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนจัดหาเครื่องบินแต่ละลำในกรณีที่ดำเนินงานขาดทุนในระหว่างเวลาได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สามารถนำผลขาดทุนประจำปีที่เกิดขึ้นในระหว่างเวลาที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน 8 ปี ไปหักออกจากกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นภายหลังระยะเวลา 8 ปีนี้ มีกำหนดเวลาไม่เกิน 5 ปีนับแต่วันพ้นกำหนด 8 ปี โดยจะเลือกหักจากกำไรสุทธิของปีใดปีหนึ่งหรือหลายปีก็ได้

บริษัทฯ ได้ยื่นขอใช้สิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลจากผลประกอบการปี 2553 ถึงสิ้นสุดเดือนมิถุนายน 2563 และได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลแล้วเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 1,502.32 ล้านบาท

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายและลักษณะตลาด

เป้าหมายหลักคือการรักษาภาพลักษณ์ สายการบินชั้นนำระดับโลกที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full service Airline) มีคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการที่ยอดเยี่ยม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม อย่างไรก็ตาม เนื่องด้วยสถานการณ์ด้านสุขอนามัยซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบิน ในระยะสั้นถึงระยะกลาง (Short-Medium Term) บริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์โดยศึกษาและนำข้อมูลสำคัญต่างๆ เช่น ข้อกำหนดในการเดินทาง สภาพเศรษฐกิจ พฤติกรรมและความต้องการเดินทางของผู้โดยสารในแต่ละตลาดมาใช้ประกอบการพิจารณาตารางการบิน ทั้งการปรับลด เพิ่ม หรือเปิดเที่ยวบินสู่จุดบินที่มีศักยภาพ ทั้งนี้เพื่อรักษาโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ

สำหรับตลาดที่มีศักยภาพแต่ไม่สามารถจัดสรรตารางบินเนื่องจากข้อจำกัดต่างๆ จะเน้นการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงระหว่างสายการบินพันธมิตร (Interline Agreement) เพื่อขยายโอกาสการขายบัตรโดยสารเพื่อเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้อีกหนึ่งทางหนึ่ง

แผนการสร้างรายได้ในปี 2563

จากการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจการบิน ตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ปี 2563 เป็นต้นมา เนื่องด้วยสถานการณ์ด้านสุขอนามัย ข้อกำหนดด้านการเดินทางโดยหน่วยงานรัฐบาลประเทศต่างๆ ที่เคร่งครัด การถดถอยของสถานะเศรษฐกิจโลก รวมถึงพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารที่ปรับเปลี่ยนไป บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องวางกลยุทธ์การขาย การจัดจำหน่ายบัตรโดยสาร รวมถึงแผนการหารายได้ตามสถานะการณ์ดังต่อไปนี้

- เน้นการใช้เครื่องบินอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เน้นจำกัดประเภทของเครื่องบิน และจำนวนของเครื่องบินที่นำมาใช้อย่างเหมาะสม เพื่อควบคุมค่าใช้จ่าย ค่าบำรุงรักษาเครื่องบิน ค่าซ่อมบำรุง
- กำหนดจุดหมายปลายทาง โดยวิเคราะห์เป็นรายเที่ยวบินถึงปริมาณความต้องการเดินทาง ความจำเป็นในการเดินทางของผู้โดยสาร ข้อกำหนดในการเดินทางทั้งขาเข้าและขาออก โดยแต่ละเที่ยวบินต้องสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ได้
- เน้นการขายแบบจุดบินต่อจุดบิน (Point to point) ขึ้นกับปริมาณ และความต้องการในการเดินทางของผู้โดยสารในแต่ละจุดบิน
- ประสานงานกับหน่วยงานราชการเพื่อกำหนดเที่ยวบินพิเศษ เพื่อขนส่งผู้โดยสารคนไทยที่ต้องการเดินทางกลับประเทศ (Repatriation)
- ประสานงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายขนส่งสินค้า พัสดุภัณฑ์ และไปรษณีย์ภัณฑ์ เพื่อวิเคราะห์เส้นทางบินที่มีโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ โดยใช้รายได้จากการขนส่งสินค้าเป็นหลักในการคำนวณ ผลประกอบการของเที่ยวบินในขณะที่จำนวนผู้โดยสารยังถูกจำกัดด้วยข้อกำหนดที่เข้มงวด

นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้เร่งพัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตรด้านการขนส่งผู้โดยสารประเภทอื่นๆ (Non-Air) ให้ครอบคลุมและเชื่อมต่อกับเส้นทางบินหลักของบริษัทฯ เช่น พันธมิตรการขนส่งผู้โดยสารทางบก ได้แก่ รถไฟ รถบริการสาธารณะ รถบริการส่วนบุคคล รถเช่า และพันธมิตรการขนส่งทางน้ำ เช่น เรือสำราญ (Cruise) เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายบัตรโดยสารให้กับผู้โดยสารทั้งจากต้นทางและปลายทาง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้โดยสารที่หลากหลาย รวมทั้งเป็นการต่อยอดและขยายการให้บริการให้ครอบคลุมการเดินทางอย่างครบวงจร

แผนการสนับสนุนการตลาดและการขาย

บริษัทฯ วางนโยบายที่เหมาะสมระหว่างการบินไทยและการบินไทยสมายล์ ซึ่งสนับสนุนการตลาดและการขายของบริษัทฯ ด้วยกลยุทธ์ THAI Group สำหรับเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการต้นทุนและการขยายเครือข่ายเส้นทางบินทั้งเส้นทางภายในประเทศและเส้นทางภูมิภาค เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขันและครอบคลุมลูกค้าได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย ด้วยแผนกลยุทธ์ร่วมกัน "One Network Under THAI Group" รวมถึงการจัดตั้งทีมขายร่วมกันในการขายทั่วโลก นอกจากนี้ ยังมีกลยุทธ์ด้านการปฏิบัติการบินและการให้บริการผู้โดยสาร และด้านการจัดเก็บรายได้จากความตกลงส่วนแบ่งรายได้พิเศษ (Special Prorate Agreement: SPA) ที่เที่ยวบินรหัสร่วม (Codeshare Flights) ระหว่างกัน และระหว่างสายการบินไทยสมายล์กับสายการบินคู่ค้าสัญญา

แผนด้านกิจกรรมสนับสนุนและส่งเสริมการตลาด

เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ผู้โดยสารรับทราบถึงการเดินทางในรูปแบบใหม่ (New Normal) รวมถึงข้อกำหนดในการเดินทางเข้า-ออก ของประเทศต่างๆ อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมทั้งประสานความร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานต่างๆ จัดทำแพ็คเกจราคาประหยัด Amazing Thai Pass Plus

ประกอบด้วยโรงแรมที่พักเพื่อทำ State Quarantine และบริการรถรับส่งจากสนามบิน สำหรับผู้โดยสารต่างชาติที่ประสงค์จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด รวมทั้ง มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น หน้ากากผ้าป้องกันเชื้อโรค หรือกระเป๋าที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล ที่จำหน่ายผ่าน Thai Shop ทั้งนี้ เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าของบริษัทฯ

แผนการดูแลลูกค้า

บริษัทยังมุ่งมั่นพัฒนาปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการในทุกจุดบริการหลักอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้สัมผัสประสบการณ์การบินที่โดดเด่นงดงามผสมเอกลักษณ์ของความเป็นไทย เริ่มตั้งแต่การบริการก่อนเที่ยวบิน (Pre-flight Services) การบริการบนเครื่องบิน (In-Flight Services) ไปจนถึงการให้บริการหลังเที่ยวบิน (Post-Flight Services) ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ สม่ำเสมอ เป็นไปตามมาตรฐาน และข้อตกลงระดับบริการครบวงจร (Service Level Agreement: SLA) ตรวจสอบทุกจุดบริการเหล่านั้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตลอดการเดินทาง มีการตรวจติดตามคุณภาพการบริการให้เป็นไปตามคู่มือการปฏิบัติงาน (Service Operation Procedure) ด้วยการสุ่มตรวจการปฏิบัติงานแบบไม่แจ้ง (Mystery Shopping) รวมถึงการประเมินความพึงพอใจเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ และการบริการจากหน่วยงานภายนอก (Third Party Survey) ทั้งนี้ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อการบินของบริษัทฯ และทั่วโลก ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนการตรวจสอบและปรับปรุงคุณภาพให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสมและตรงต่อความต้องการ เป็นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าเพื่อกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ ต่อไปอย่างยั่งยืน

นโยบายการตลาดและลักษณะตลาดของสายการบินไทยสมายล์ (Thai Smile Airways)

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในปี 2563 สายการบินไทยสมายล์ได้มีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและการบริการเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดในปี 2563 โดยเน้นย้ำตำแหน่งทางการตลาดของสายการบินเป็นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Airlines) ที่มุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน สายการบินได้ออกมาตรการในการให้ความช่วยเหลือผู้โดยสารที่ได้รับผลกระทบในการเดินทางจากสถานการณ์ดังกล่าว ควบคู่ไปกับการทำงานร่วมกันกับพันธมิตรทางธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อกระตุ้นการเดินทางอย่างปลอดภัย และสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค โดยเน้นตลาดภายในประเทศเป็นหลัก โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การออกผลิตภัณฑ์ใหม่

จัดให้มีบริการสำหรับกลุ่มลูกค้าสูงอายุ (Active Senior) ที่นอกจากจะได้รับส่วนลดพิเศษแล้วยังได้รับสิทธิพิเศษอื่นๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการในการเดินทางเฉพาะกลุ่ม บริการสำหรับกลุ่มลูกค้านักกีฬาที่เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ในการเล่นกีฬา (Sport Tourism) สิทธิพิเศษสำหรับกลุ่มบุคคลากรทางการแพทย์ ในช่วยปลายปี 2563 มีการจัดทำ Smile Passport ซึ่งเป็นบัตรโดยสารชุดราคาพิเศษเพื่อกระตุ้นยอดขาย สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวในฤดูการท่องเที่ยวในปี 2563 โดยสามารถซื้อและจองบัตรโดยสารผ่านช่องทางออนไลน์

2. การสนับสนุนการตลาดและการขาย ในปี 2563

จัดทำแคมเปญเพื่อกระตุ้นยอดขายบัตรโดยสารล่วงหน้า และยังสามารถดึงดูดลูกค้าของคู่แข่งให้มาลองใช้บริการโดยแบ่งเป็น แคมเปญระยะสั้นๆ รายเดือน แคมเปญก่อนเปิดฤดูกาลบิน แคมเปญลดราคาประจำปี และแคมเปญต้อนรับการเปิดเส้นทางบินใหม่ นอกจากนี้ยังมีการทำแคมเปญร่วมกับกลุ่มพันธมิตรด้านการงาน เช่น บัตรเครดิตต่างๆ กลุ่มพันธมิตรด้านการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มโรงแรมต่างๆ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในหลากหลายโครงการ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการเที่ยวไทยได้ลุ้น และโครงการ Amazing Thailand Grand Sales เป็นต้น

3. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ในปี 2563 สายการบินเน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายในประเทศ เช่น การสนับสนุนด้านกีฬา ด้านศิลปวัฒนธรรมและการแสดงร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และภาครัฐในจังหวัดที่เป็นจุดหมายของสายการบินไทยสมายล์ โดยกิจกรรมดังกล่าวล้วนมีส่วนช่วยการสร้างรายได้ในเชิงรุก กล่าวคือการช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวและการเดินทาง และเพื่อต่อยอดกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทฯ ในรูปแบบต่างๆ เช่นการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนในพื้นที่หน่วยราชการและเอกชน อีกทั้งยังเป็นการสร้างชื่อเสียง (Brand) การรับรู้และความผูกพันในตราสินค้าอีกด้วย

4. การส่งเสริมการขายผ่านช่องทาง Digital

สายการบินได้มีแผนในการปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายดิจิทัลโดยจะมีการปรับปรุงทั้ง Website และ Mobile Applications ของสายการบิน แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคดังกล่าวทำให้โครงการปรับปรุงดังกล่าวมีความจำเป็นต้องเลื่อนออกไป อย่างไรก็ตามยังมีการนำโครงการปรับปรุงย่อยๆ ที่ไม่มีค่าใช้จ่ายหรือมีค่าใช้จ่ายต่ำมาดำเนินการให้บริการ เพื่อปรับปรุงการให้บริการ ลดการติดต่อทางกายภาพลดความเสี่ยงให้กับลูกค้า เช่น การให้บริการผ่าน Live Chat การให้บริการคืนเงินบัตรโดยสารออนไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาระบบทำ Promotion Code เพื่อการทำกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ และการทำ Micro-Website สำหรับให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 นอกจากนี้ยังมีการทำแคมเปญกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่เป็นสมาชิกบนเว็บไซต์อีกด้วย

5. การพัฒนาความร่วมมือกับสายการบินพันธมิตร

ในปี 2563 นั้นสายการบินไทยสมายล์ได้ผ่านการประเมินการเข้าร่วมเป็น Connecting Partner ของ Star Alliance และได้ทำข้อตกลงร่วมในการขนส่งผู้โดยสาร กระเป๋าสัมภาระและบัตรโดยสารแล้วเสร็จกับสายการบินพันธมิตรทั้งสิ้น 8 สายการบิน ประกอบด้วย Bangkok Airways (PG) Hahn Air (HR) Shenzhen Airlines (ZH) Gulf Air (GF) Cathay Pacific Airways (CX) Hong Kong Dragon Airlines (KA) Hong Kong Airlines (HX) Asiana Airlines (OZ) นอกเหนือจากการทำความร่วมมือเพื่อทำการขายเชื่อมต่อการเดินทางอย่างต่อเนื่องแล้ว (Seamless Connectivity) ในปี 2563 ยังมีการพัฒนาความร่วมมือในการส่งต่อผู้โดยสารเพื่อให้ความช่วยเหลือสายการบินพันธมิตร โดยมีการจัดทำข้อตกลงและปรับปรุงสัญญาการส่งต่อผู้โดยสารระหว่างสายการบินเสร็จสิ้นจำนวน 3 สายการบิน ได้แก่ นกแอร์ สายการบินกรุงเทพ และสายการบินเวียตเจ็ต

2.2.2 แผนบริหารรายได้และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย

แผนบริหารรายได้

จากการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจการบิน ตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ปี 2563 เป็นต้นมา เนื่องด้วยสถานการณ์ด้านสุขอนามัย ข้อกำหนดด้านการเดินทางโดยหน่วยงานรัฐบาลประเทศต่างๆ ที่เคร่งครัด การถดถอยของสถานะเศรษฐกิจโลก รวมถึงพฤติกรรมทางการเดินทางของผู้โดยสารที่ปรับเปลี่ยนไป บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องวางกลยุทธ์การขาย การจัดจำหน่ายบัตรโดยสาร รวมถึงแผนการหารายได้ตามสภาวะการณ์ดังต่อไปนี้

- เน้นการใช้เครื่องบินอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เน้นจำกัดประเภทของเครื่องบิน และจำนวนของเครื่องบินที่นำมาใช้อย่างเหมาะสม เพื่อควบคุมค่าใช้จ่าย ค่าบำรุงรักษาเครื่องบิน ค่าซ่อมบำรุง
- กำหนดจุดหมายปลายทาง โดยวิเคราะห์เป็นรายเที่ยวบินถึงปริมาณความต้องการเดินทาง ความจำเป็นในการเดินทางของผู้โดยสาร ข้อกำหนดในการเดินทางทั้งขาเข้าและขาออก โดยแต่ละเที่ยวบินต้องสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ได้
- เน้นการขายแบบจุดบินต่อจุดบิน (Point to point) ขึ้นกับปริมาณ และความต้องการในการเดินทางของผู้โดยสารในแต่ละจุดบิน
- จัดทำการบินแบบเช่าเหมาลำ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่มีกำลังซื้อ เช่น กลุ่มลูกค้าองค์กร หน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน
- จัดทำการบินเที่ยวบินพิเศษเพื่อเป็นการหารายได้เสริม เช่น เที่ยวบินรับมรดกบนฟากฟ้า เที่ยวบินรับพรปีใหม่ เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ในตลาด และแสวงหาโอกาสสร้างรายได้ใหม่ๆ
- ประสานงานกับหน่วยงานราชการเพื่อกำหนดเที่ยวบินพิเศษ เพื่อขนส่งผู้โดยสารคนไทยที่ต้องการเดินทางกลับประเทศ (Repatriation)
- ประสานงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายขนส่งสินค้า พัสดุภัณฑ์ และไปรษณีย์ภัณฑ์ เพื่อวิเคราะห์เส้นทางบินที่มีโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ โดยใช้รายได้จากการขนส่งสินค้าเป็นหลักในการคำนวณผลประโยชน์ของการเที่ยวบินในขณะที่ยังถูกจำกัดด้วยข้อกำหนดที่เข้มงวด
- พิจารณาปรับเพิ่ม-ลดเที่ยวบิน และตารางการบินให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว และทันทั่วถึง โดยมีการพิจารณาจัดทำตารางการบินแบบ Semi-Commercial ในช่วงที่สถานการณ์การเดินทางและการท่องเที่ยวยังไม่กลับสู่สภาวะปกติอย่างเต็มรูปแบบ โดยคำนึงถึงการเชื่อมต่อเที่ยวบินระหว่างกันในจุดบินที่สำคัญ ทั้งด้านการขนส่งผู้โดยสาร และการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์
- เน้นการขายผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ และสำนักงานขายการบินไทยในจุดบินต่างๆ เพื่อลดการพึ่งพาตัวแทนจำหน่าย และลดค่าใช้จ่ายทางด้านการขาย
- แสวงหาตลาดและกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ โดยเน้นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการที่หลากหลาย โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน (Customer Segmentation)
- การกำหนดใช้ Pricing Strategy แบบใหม่โดยใช้ Multi-Level Fares ที่เป็นการบูรณาการการกำหนดราคาขายแบบ Full Service ผสมกับการกำหนดราคาขายแบบ LCC (Low Cost Carrier) เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ด้านการกำหนดระดับราคาขายในรูปแบบใหม่โดยระดับราคาจะปรับตาม Date Range อัตโนมัติเมื่อมีการขายเกิดขึ้นใกล้วันเดินทางมากขึ้น ทำให้สามารถเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทฯ ได้มากขึ้น

- จัดทำราคาขายบัตรโดยสารใหม่ในรูปแบบ Single Published Carrier Fare and Condition -THAI Simplified Fares (TSF) ประสานกับการกำหนด Penalty ต่างๆ แยกประเภทตามชนิดของ Fare Family และ RBD Hierarchy เพื่อการขายสำหรับทุก Distribution Channels อันได้แก่ ATO/CTO Travel Agents และ Internet Sales ทำให้สามารถต่อยอดกับการดำเนินการด้าน Automatic Ticket Change (ATC) ตาม Airline Industry Trend เมื่อผู้โดยสารต้องการเปลี่ยนแปลงบัตรโดยสารด้วยตนเอง ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์
- จัดทำราคาขายบนเส้นทาง Network ตามสัญญาร่วมกับสายการบินคู่ค้า ในปี 2563 รวม 38 Airlines, 440 คู่เมือง, 5 ระดับราคา, 4 Currencies รวมมีราคา 8,800 Fares ในระบบของการขายแบบ Interline Network ซึ่งเพิ่มขึ้นจากจำนวน 4,452 Fares เมื่อเทียบกับปี 2562 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 197.66%
- กำหนดราคาขายสำหรับกลุ่มสายการบินที่เป็นสมาชิกของ IATA แบบ Interline Network Sales ซึ่งเป็นการเพิ่มพันธมิตรทางการค้าใน Category Agreement ที่เป็นแบบ Multi-Lateral Agreement

การหารายได้เสริม

นอกเหนือจากธุรกิจการบินหลักที่บริษัทฯ ดำเนินงานด้านการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ บริษัทฯ ยังมีผลิตภัณฑ์และบริการเสริมต่างๆ เป็นรายได้เสริมองค์กรอีกทางหนึ่ง โดยการบินไทยได้จัดทำบริการเสริมในรูปแบบการช้อปปิ้งออนไลน์ (Shopping Online) บนเว็บไซต์ เช่น การเลื่อนชั้นที่นั่ง บริการรถเช่า รถรับส่งสนามบิน โรงแรม รวมทั้งเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทฯ มีอยู่แล้ว อาทิ สินค้า THAI Shopช่องทางพิเศษ (Fast Track) ห้องรับรองพิเศษ (Lounge) เป็นต้น รวมทั้งหาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่คิดว่าเป็นที่น่าสนใจ คุณภาพที่คัดสรรมาอย่างดีจากที่ต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ อาทิ ผลิตภัณฑ์ในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ ผลิตภัณฑ์ OTOP นอกจากนี้จะเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในประเทศแล้ว ยังเป็นการสนับสนุนนโยบายรัฐบาลและต้อนรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อีกทางหนึ่ง ทั้งนี้บริษัทฯ มีขีดความสามารถที่จะหารายได้เสริมที่อื่นๆ ได้นอกเหนือจากธุรกิจการบิน โดยการหาความร่วมมือทางธุรกิจที่มีความสอดคล้องกันเพิ่มขึ้น รวมทั้งการเจรจาและต่อยอดธุรกิจกับพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ๆ ที่จะเข้ามาเสริมธุรกิจการบินให้เข้มแข็งขึ้น เพื่อตอบสนองรสนิยม (Lifestyle) ของลูกค้ายุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็วและเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับแบรนด์ (Brand) ด้วย รวมทั้งจะทำให้เว็บไซต์ (Website) ของบริษัทฯ มีบทบาทและแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น และเพิ่มความประทับใจให้กับลูกค้าของการบินไทยตามความต้องการในการใช้บริการที่แตกต่างกันในระหว่างการเดินทาง (Customer Experience Management)

ธุรกิจการขนส่งทางอากาศ การท่องเที่ยวและการขนส่ง เป็นธุรกิจที่มีความโดดเด่นและอยู่ในความสนใจทั้งจากผู้บริโภคภายในประเทศและจากต่างประเทศเพื่อนบ้าน โดยบริษัทฯ วางกลยุทธ์เพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้าในระดับนานาชาติและบริการจัดส่งแบบครบวงจร คือสั่งซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ผ่านออนไลน์ของบริษัทฯ จ่ายเงินและดำเนินการจัดส่งให้ถึงมืออย่างเรียบร้อย ทั้งนี้ลูกค้าจะได้รับความสะดวกในการซื้อบริการเสริมต่างๆ ที่มีคุณภาพ มีความคุ้มค่า การบินไทยทำการคัดสรรมาแล้ว และนำเสนอเป็นทางเลือกตามรสนิยมและความต้องการของผู้โดยสารตามเส้นทางและวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ซึ่งบริการเสริมดังกล่าว จะทำให้ผู้โดยสารของการบินไทยได้รับประสบการณ์ที่ดีตลอดการเดินทาง และบอกต่อประสบการณ์การเดินทางผ่านสื่อสังคมออนไลน์และกับเพื่อนๆ เพื่อจูงใจให้หันกลับมาใช้บริการของการบินไทยต่อไป

กลุ่มลูกค้าและการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่าย

ไตรมาสที่ 1 ปี 2563 (มกราคม ถึง มีนาคม 2563)

- ในไตรมาสที่ 1 บริษัทฯ ยังคงเน้นให้การบริการขนส่งผู้โดยสารเป็นหลักเป็นหลักโดยให้บริการแบบเต็มรูปแบบและครบวงจรทั้งการขายการตลาดการบริการบนเครื่องบินและการบริการหลังการขาย (Full Service) มีเส้นทางบินระหว่างประเทศและภายในประเทศไทยที่ครอบคลุมเมืองสำคัญต่างๆทั่วโลก (Worldwide network) บริษัทฯ สามารถตอบสนองและดูแลกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย (Customer Segment) ได้เป็นอย่างดีโดยเสนอผลิตภัณฑ์ราคาบัตรโดยสารเงื่อนไขบัตรโดยสารรวมถึงบริการพิเศษที่ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารแต่ละกลุ่มโดยเฉพาะ
- กลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายหลักคือกลุ่มนักท่องเที่ยว (Leisure) กลุ่มนักธุรกิจและกลุ่มลูกค้าองค์กร (Corporate, Government and Business travelers) และกลุ่มลูกค้าเฉพาะเช่นนักเรียนนักศึกษา (Student) แรงงาน (Labor, Seamen) และกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเดินทางกลับภูมิลำเนา (Ethnic) เป็นต้น
- บริษัทฯ ได้พัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญมาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภทได้อย่างทั่วถึงโดยสามารถแบ่งช่องทางการจัดจำหน่ายหลักออกเป็น 3 ประเภทคือ
 - ช่องทางการขายโดยตรงผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ (Thai Airways Website) และการขายผ่านสำนักงานขายในแต่ละประเทศ
 - ช่องทางการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายเพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าองค์กรลูกค้าองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อมรวมถึงลูกค้าที่มีความต้องการพิเศษต่างๆ
 - ช่องทางการขายออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ที่ให้บริการจำหน่ายบัตรโดยสารและโปรแกรมการท่องเที่ยว

ไตรมาสที่ 2-4 ปี 2563 (เมษายน ถึง ธันวาคม 2563)

- หลังจากสถานการณ์ด้านสุขอนามัยตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 เป็นต้นมาบริษัทฯ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การขายบัตรโดยสารเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจการบินข้อกำหนดการเดินทางและพฤติกรรมของผู้โดยสารโดยบริษัทฯ เน้นการขายแบบจุดบินต่อจุดบิน (Point to point) ใช้การจัดตารางการบินเป็นแบบเฉพาะกิจโดยวิเคราะห์ผลกระทบประกอบการของแต่ละเที่ยวบินอย่างละเอียดก่อนทำการบินนารายได้จากการขายบัตรโดยสารประกอบกับรายได้จากบริการขนส่งสินค้าพัสดุภัณฑ์และโปรแกรมนักบินมาประเมินเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายและต้นทุนดำเนินงานของแต่ละเที่ยวบิน
- กลุ่มลูกค้าสำคัญคือผู้โดยสารที่ต้องการเดินทางกลับประเทศทั้งคนไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศและคนต่างชาติที่มีถิ่นพำนักหรือครอบครัวในประเทศไทยนอกจากนั้นเป็นกลุ่มนักธุรกิจเฉพาะที่มีความจำเป็นต้องเดินทางเข้า - ออกประเทศไทย
- เนื่องด้วยข้อจำกัดหลายประการบริษัทฯ ใช้ช่องทางการขายบัตรโดยสารโดยตรงเพียงอย่างเดียวคือการขายผ่านเว็บไซต์และผ่านสำนักงานขายประจำประเทศต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถควบคุมจำนวนผู้โดยสารรวมถึงเพื่อการตรวจสอบเอกสารจำเป็นต่างๆ ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดโดยหน่วยงานรัฐบาล

การขายแบบเครือข่าย (Network) และกลุ่มพันธมิตรการบินสตาร์อัลไลแอนซ์ (Star Alliance)

เครือข่ายเส้นทางบินของกลุ่มพันธมิตรการบินสตาร์อัลไลแอนซ์ ที่ครอบคลุมไปยังทุกทวีปทั่วโลก ช่วยให้บริษัทฯ มีโอกาสในการทำตลาดได้กว้างกว่าจุดบินที่ทำการบินเอง ผ่านความร่วมมือด้าน Interline/Codeshare กับสายการบินสมาชิก บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเพิ่มการทำ Interline/Codeshare กับสายการบินสมาชิก เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า และเพิ่มรายได้ให้กับองค์กร การเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสตาร์อัลไลแอนซ์ยังช่วยยกระดับมาตรฐานและคุณภาพการบริการ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าตลอดการเดินทาง ตามกลยุทธ์ใหม่ของสตาร์อัลไลแอนซ์ (Making Customer Journey Better through Digital Technology) ปัจจุบันกลุ่มพันธมิตรการบินสตาร์อัลไลแอนซ์ มีสมาชิกทั้งหมด 26 สายการบินให้บริการมากกว่า 12,000 เที่ยวบินต่อวัน ไปยัง 1,300 จุดบินใน 197 ประเทศทั่วโลก

THAI Contact Center (TCC)

THAI Contact Center ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ (02-356-1111) เป็นด่านแรกของจุดบริการหลักที่ลูกค้าจะตัดสินใจใช้บริการ บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญในการให้บริการในส่วนนี้เป็นอย่างมากโดยลูกค้าจะได้รับบริการเป็นไปตามมาตรฐานของ Call Center รวมถึงรองรับความคาดหวังของลูกค้าในการรับบริการจากเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

บริษัทฯ มีช่องทางในการตอบรับการบริการลูกค้าหลายช่องทาง โทรศัพท์ อีเมล และโทรศัพท์หมายเลขพิเศษสำหรับเที่ยวบินพิเศษและลูกค้ากลุ่มพิเศษ

Digital Commerce

จากการเติบโตอย่างรวดเร็วของช่องทางดิจิทัล (Digital) ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยีใหม่ที่กำลังเข้ามา ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในอุตสาหกรรมและธุรกิจการบินทั่วโลก จึงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าผู้บริโภคจะมีบทบาทสำคัญมากขึ้น ทั้งการใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน (Smart Phone) และเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ (Social Network) ส่งผลให้เกิดสังคมแห่งอุปนิสัยใหม่ของผู้บริโภคที่เรียกว่า Socialnomics ทำให้แนวโน้มของผู้บริโภคหันมาใช้ช่องทางดิจิทัลในการซื้อบัตรโดยสารและการใช้บริการที่สามารถทำได้ด้วยตนเองได้ (Self Service) การสื่อสารต่างๆ กับบริษัทฯ ผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้นเป็นลำดับ การบินไทยจึงให้ความสำคัญกับช่องทางดิจิทัล เพื่อรองรับแนวโน้มการเติบโตของเทคโนโลยี รวมทั้งการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิมและรวดเร็วกว่าคู่แข่ง บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการพัฒนาการให้บริการออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้งานเว็บไซต์ของการบินไทยได้สะดวก ง่ายดายและทันสมัยอยู่ตลอดเวลาจากทุกอุปกรณ์ เช่น โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต แล็ปท็อป เป็นต้น

นอกจากบริษัทฯ เน้นความสะดวกรวดเร็วในการค้นหาเที่ยวบินและเครือข่ายเส้นทางบินที่เชื่อมต่อกับสายการบินพันธมิตรไปทั่วโลก บริษัทฯ ยังสามารถให้บริการลูกค้าแบบบริการเบ็ดเสร็จในจุดเดียว (One Stop Services) เพื่อปรับตัวและรับมือกับสภาพการแข่งขันต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพที่แตกต่างกัน โดยการขยายช่องทางชำระเงินหลากหลายช่องทางมากขึ้นเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า เช่น ชำระเงินผ่าน Counter Service, 7 Eleven, Tesco Lotus, PayPal, Line Pay, ATM, Bank Transfer และอื่นๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพัฒนาการสื่อสารข้อมูล เพื่อดึงดูดความสนใจกับลูกค้าและช่วยเผยแพร่ไปในวงกว้าง รวมทั้งการบริหารการส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ขยายเครือข่ายและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนออนไลน์ (Online Communication) ผ่านช่องทาง Social Media ของการบินไทย ซึ่งจัดทำในหลายรูปแบบ อาทิ Banner, Info graphic, VDO เป็นต้น ตลอดจนการใช้ช่องทาง Social Media ในการส่งเสริมรายได้ให้กับบริษัทฯ ได้อีกทางหนึ่ง

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและส่งเสริมการขาย

บริษัทฯ ได้ดำเนินการด้านส่งเสริมการขายและการตลาดทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด เสริมความสามารถในการแข่งขัน และสร้างรายได้ให้มากที่สุด ในสภาวะตลาดที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยผันผวนภายนอก ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และการแข่งขันในตลาด รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดโดยโปรแกรมสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส (Royal Orchid Plus: ROP) และรายการแพ็คเกจท่องเที่ยว รอยัลออร์คิด ฮอลิเดย์ (Royal Orchid Holidays) และทัวร์เอื้องหลวง ที่หลากหลาย ซึ่งคัดสรรแล้วสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้โดยสารของการบินไทยในการให้บริการเชื่อมต่อจากการโดยสารเครื่องบิน เช่นการบริการที่พักและแพ็คเกจท่องเที่ยว เป็นต้น

รอยัล ออร์คิด พลัส ดำเนินงานด้านโปรแกรมเสริมสร้างความภักดี (Loyalty Program) ของลูกค้าต่อธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในการรักษาลูกค้าปัจจุบันและการขยายฐานลูกค้าใหม่ของบริษัทฯ ด้วยการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าจนเกิดเป็นความผูกพันและภักดีต่อแบรนด์ อันจะนำมาซึ่งลูกค้าประจำและใช้บริการซ้ำกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ตลอดจนบริษัทฯ ยังมุ่งเน้นในการใช้ประโยชน์จากระบบฐานข้อมูลของสมาชิก รอยัล ออร์คิด พลัส เพื่อนำมาวิเคราะห์และนำเสนอสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกที่มีอยู่ทั่วโลกและแบบเฉพาะกลุ่ม ปัจจุบันโปรแกรมสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส มีสมาชิกจำนวนประมาณ 4 ล้านคนทั่วโลก แบ่งเป็น 4 สถานภาพ ได้แก่ สถานภาพบัตรเบสิค บัตรเงิน บัตรทอง และบัตรแพลทินัม โดย รอยัล ออร์คิด พลัส ได้ปรับเปลี่ยนจากโปรแกรมที่สะสมไมล์และแลกไมล์สะสมจากสายการบินเป็นหลัก (Frequent Flyer Program) พัฒนาเป็นโปรแกรมความร่วมมือจากหลากหลายธุรกิจ (Coalition Program) โดยสมาชิกสามารถสะสมไมล์เมื่อเดินทางกับการบินไทย ไทยสมายล์ และสายการบินพันธมิตรสตาร์ อัลไลแอนซ์ รวมถึงสะสมไมล์กับคู่สัญญาและพันธมิตรธุรกิจทั่วโลก เช่น โรงแรม รถเช่า บัตรเครดิตและสถาบันการเงิน ตลอดจนคู่สัญญาทางด้านไลฟ์สไตล์ต่างๆ

รอยัล ออร์คิด พลัส ได้ให้บริการกับสมาชิกด้วยรางวัลที่หลากหลายทั้งผ่านทางระบบออนไลน์และสำนักงานการบินไทย โดยสมาชิกสามารถนำไมล์สะสมแลกเป็นรางวัล เช่น รางวัลบัตรโดยสารการบินไทย ไทยสมายล์ และสายการบินพันธมิตรสตาร์ อัลไลแอนซ์ รางวัลอัปเกรดบัตรโดยสาร รางวัลโรงแรมคู่สัญญา รางวัลคู่สัญญาไลฟ์สไตล์ และรางวัลโปรโมชั่นพิเศษ อีกทั้งสมาชิกยังจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ผ่านช่องทางของบริษัทฯ คู่สัญญา และพันธมิตรธุรกิจ โดย รอยัล ออร์คิด พลัส ได้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับสมาชิกทั่วโลกในหลายช่องทางทั้งผ่านทางสำนักงานการบินไทย ศูนย์บริการทางโทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ตรงถึงสมาชิก (Electronic direct email) และทางเว็บไซต์ www.thaiairways.com/rop

รอยัลออร์คิด ฮอลิเดย์ มีการขายผ่านทั้งสำนักงานขายและตัวแทนจำหน่ายของการบินไทย มีการพัฒนาระบบเพื่อให้รองรับการขายแบบ online มีการพัฒนาแพ็คเกจการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนและหลากหลาย มีการส่งเสริมการขายผ่านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัด Event และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ รวมทั้งการจัดรายการส่งเสริมการขายช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และยังเป็น การสนับสนุนนโยบายรัฐบาลในการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วย

ช่องทางการจัดจำหน่ายของสายการบินไทยสมายล์ (Thai Smile Airways)

ในช่วงเริ่มต้นการจัดตั้งบริษัท ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2557 เป็นต้นมา สายการบินไทยสมายล์ได้ใช้ระบบ Navitaire ในการจัดจำหน่ายและบริการลูกค้า (Distribution and Passenger Service System: PSS) และได้จัดทำความร่วมมือแบบ เทียวบินรหัสร่วม (Code Share Agreement) กับการบินไทย เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการผู้โดยสารที่เดินทางบน เส้นทางของไทยสมายล์ และได้รับสิทธิประโยชน์มากขึ้น ต่อมาในเดือนสิงหาคม 2560 จึงได้พัฒนาระบบจัดจำหน่าย อะมาเดอุส (Amadeus-ALTEA) ซึ่งเป็นระบบเดียวกันกับการบินไทย เพื่อให้สามารถทำการขายแบบเชื่อมต่อ (network) ในจุดบินต่างๆ ทั่วโลกมายังเส้นทางของไทยสมายล์ โดยยังคงความร่วมมือแบบ เทียวบินรหัสร่วม (Code Share Agreement) กับ การบินไทย ในขณะเดียวกันได้ขยายความร่วมมือไปยังสายการบินพันธมิตรอื่นๆ ในรูปแบบการขาย interline โดยปัจจุบัน มีพันธมิตรในรูปแบบดังกล่าวรวม 14 สายการบิน ได้แก่ สายการบินกลุ่มลู่ฟท์ทันซา (สายการบินลู่ฟท์ทันซา สายการบิน สวิสแอร์ และสายการบินออสเตรียน) สายการบินอีวีเอ สายการบินออนนิปปอนแอร์เวย์ส สายการบินลาว สายการบินบางกอก แอร์เวย์ส สายการบินฮานแอร์ สายการบินเส้นเงิน สายการบินเอเชียอา สายการบินคาเธ่ย์ แปซิฟิค สายการบินกัลฟ์แอร์ และสายการบินฮ่องกง โดยสามารถดำเนินการ Through Check-In ระหว่างกันกับพันธมิตร 6 สายการบิน ได้แก่ สายการบิน กลุ่มลู่ฟท์ทันซา (สายการบินลู่ฟท์ทันซา สายการบินสวิสแอร์ และสายการบินออสเตรียน) สายการบินอีวีเอ สายการบิน ออนนิปปอนแอร์เวย์ส และสายการบินบางกอก แอร์เวย์ส (ไม่รวมการบินไทย) เพื่อให้สามารถเช็คอินผู้โดยสารและกระเป๋า ระหว่างสายการบินที่มีจุดเชื่อมต่อกัน ทำให้ผู้โดยสารเกิดความสะดวกสบายมากขึ้น

สายการบินไทยสมายล์ มุ่งเน้นการควบคุมและบริหารจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ โดยรักษาระดับต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ให้ต่ำ เน้นการดำเนินงานเฉพาะกิจกรรมหลักที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจ ได้แก่ การปฏิบัติการบิน การควบคุม มาตรฐานความปลอดภัย การกำหนดรูปแบบและมาตรฐานการให้บริการลูกค้า การให้บริการลูกค้าบนเครื่องบิน การบริหาร ภาพลักษณ์ตราสินค้าและการสื่อสารการตลาด การกำหนดราคาและการบริหารรายได้ ทั้งนี้นอกจากสายการบินไทยสมายล์ จะจัดจำหน่ายผ่านระบบจัดจำหน่ายตรงและผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นหลักแล้ว ยังได้มีการขายผ่านระบบจัดจำหน่าย ระดับโลก (Global Distribution System: GDS) อีกหลายระบบ ได้แก่ อะมาเดอุสทราเวลสกาย กาลิเลโอและอะบาคัส (จะแล้วเสร็จในเดือนมกราคมนี้) ซึ่งทำให้ไทยสมายล์มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายในตลาดที่สำคัญของ ไทยสมายล์ เช่น จีน อินเดียและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งยังสามารถจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ (Online Travel Agent) ที่สำคัญ เช่น Expedia, TripAdvisor, Ctrip, Qunar, SkyScanner, JetRadar, MakeMyTrip, CleartripYatra และ Goibibo และเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มการรับรู้ให้มากขึ้น เป็นต้น โดยในปีนี้จะมีการ ทบทวนวิธีการกำหนด commission เพื่อกระตุ้นยอดขายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2.3 สภาวะอุตสาหกรรมการบินและการแข่งขัน

ในปี 2563 กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) รายงานเศรษฐกิจโลกถดถอย หดตัวต่ำสุดนับแต่เกิดวิกฤติ เศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ (Great Depression) หลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ช่วงปี 2473 โดยหดตัวที่ร้อยละ 3.5 จากปีก่อนที่ ขยายตัวร้อยละ 2.8 ซึ่งเศรษฐกิจหดตัวในทุกภูมิภาค จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) และมาตรการล็อกดาวน์ครั้งใหญ่ของหลายประเทศทั่วโลก ส่งผลกระทบเชิงลบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการ ดำเนินชีวิตของประชาชน การผลิต การลงทุน และห่วงโซ่อุปทานหยุดชะงัก ธุรกิจล้มละลายและปิดกิจการ การว่างงานเพิ่ม สูงขึ้น กระทั่งต่อเนื่องถึงรายได้และกำลังซื้อที่ลดลงรุนแรง โดยปริมาณการค้าโลกหดตัวถึงร้อยละ 9.6 จากปีก่อนที่ขยายตัว เพียงเล็กน้อยที่ร้อยละ 1.0 (จากปัญหาสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน) อีกทั้ง ยังมีปัจจัยเสี่ยงจากการจำกัดด้าน การค้าการลงทุนที่เพิ่มขึ้น ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ ความไม่มั่นคงและความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศ ภาวะ

หนี้สินที่เพิ่มสูงขึ้นในหลายประเทศ ความไม่แน่นอนของนโยบาย Brexit ความผันผวนของราคาน้ำมันและอัตราแลกเปลี่ยน รวมถึงปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ สำหรับเศรษฐกิจของประเทศเศรษฐกิจหลัก IMF คาดเศรษฐกิจจีนเป็นเพียงประเทศเดียวที่มีการขยายตัวที่ร้อยละ 2.3 จากการฟื้นตัวที่ดีเกินคาดในไตรมาสสองของปี ขณะที่เศรษฐกิจของสหรัฐฯ และยุโรป หดตัวรุนแรงสุดในประวัติศาสตร์ที่ร้อยละ 3.4 และ 7.2 ตามลำดับ จากการแพร่ระบาดที่ยังคงมีอยู่และมีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มสูงขึ้น ในส่วนของเศรษฐกิจไทยหดตัวถึงร้อยละ 6.6 จากการที่เศรษฐกิจพึ่งพาการส่งออกและการท่องเที่ยวสูง โดยเฉพาะจากนักท่องเที่ยวจีน ทั้งนี้ คาดการณ์ปี 2564 เศรษฐกิจโลกฟื้นตัวอย่างเปราะบาง โดยขยายตัวในระดับปานกลางที่ร้อยละ 5.5 จากการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและอุปสงค์ภายในประเทศเป็นสำคัญ ด้วยการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) ประกอบกับการดำเนินการกระตุ้นเศรษฐกิจทั้งมาตรการทางการเงินและการคลังอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันในภาคการท่องเที่ยว หลายประเทศมีแนวโน้มเริ่มทำข้อตกลงเชื่อมต่อการเดินทางระหว่างประเทศทางอากาศแบบไม่ต้องกักตัว (Travel Bubble) โดยเฉพาะประเทศที่มีความเสี่ยงของการแพร่ระบาดต่ำ ซึ่งจะส่งผลให้มีการเดินทางระหว่างประเทศมากขึ้นโดยเฉพาะในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 รวมถึง การพัฒนาวัคซีนป้องกันและรักษาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) ซึ่งคาดว่าจะสามารถผลิตและใช้งานได้อย่างแพร่หลายมากขึ้นในไตรมาสสี่ของปี 2564 อย่างไรก็ดี การขยายตัวทางเศรษฐกิจยังคงเผชิญกับความไม่แน่นอนและความเสี่ยง ได้แก่ ความไม่แน่นอนของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่มีการแพร่ระบาดระลอกใหม่ในหลายพื้นที่รวมถึงการกลายพันธุ์ ผลความสำเร็จของการผลิตและการกระจายวัคซีน การกลับมาใช้มาตรการล็อกดาวน์ รวมถึง ทิศทางและแนวโน้มนโยบายทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ภายใต้การบริหารงานของประธานาธิบดีคนใหม่ ขณะที่มีความเสี่ยงจากหนี้สาธารณะที่สูงขึ้นตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ใช้กันอย่างกว้างขวางที่เกิดการแพร่ระบาดรุนแรง ตลาดแรงงานที่ยังคงเปราะบาง ความผันผวนของเงินทุนระหว่างประเทศ และความเสี่ยงทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ (คาดการณ์ ณ เดือนมกราคม 2564)

ในส่วนของน้ำมันซึ่งถือเป็นต้นทุนหลักของสายการบิน ราคาน้ำมันดิบและน้ำมันเครื่องบินเฉลี่ยปี 2563 ต่ำกว่าปีก่อนที่ประมาณร้อยละ 32 และ 42 อยู่ที่ 43.28 และ 45.04 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล ตามลำดับ จากอุปสงค์น้ำมันดิบลดลงตามการหดตัวของเศรษฐกิจโลก โดยองค์การพลังงานระหว่างประเทศ (International Energy Agency: IEA) ได้ปรับลดความต้องการใช้น้ำมันดิบโลกในปี 2563 ลงอยู่ที่ 91.2 ล้านบาร์เรลต่อวัน ต่ำกว่าปีก่อน 8.8 ล้านบาร์เรลต่อวัน (ประมาณการ ณ เดือน ธันวาคม 2563) โดยเป็นการลดลงจากอุตสาหกรรมการบินเป็นสำคัญ ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) และมาตรการล็อกดาวน์ครั้งใหญ่ของหลายประเทศทั่วโลก แม้ความต้องการใช้น้ำมันฟื้นตัวขึ้นในช่วงหลังของปี 2563 จากการฟื้นตัวของจีนเป็นหลัก แต่สถานการณ์การแพร่ระบาดระลอกใหม่และจำนวนผู้ติดเชื้อที่ยังคงเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องโดยเฉพาะในยุโรปและสหรัฐฯ ส่งผลให้หลายประเทศต้องดำเนินมาตรการล็อกดาวน์อีกครั้ง อย่างไรก็ดี ราคาน้ำมันมีความผันผวนตามสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น อาทิ ความไม่สงบในประเทศผู้ผลิตน้ำมัน ปัญหาการเมืองระหว่างประเทศ สภาวะเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยน และการเก็งกำไรราคาน้ำมัน เป็นต้น สำหรับปี 2564 ชี้ดีกรูปคาดการณ์ราคาน้ำมันดิบและน้ำมันเครื่องบินมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นที่ประมาณร้อยละ 26.1 และ 32.6 อยู่ที่ 54.58 และ 59.71 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก ทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การขนส่งสินค้า และการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในและระหว่างประเทศที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นตามการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ และแนวโน้มความสำเร็จของการพัฒนาวัคซีนที่คาดว่าจะนำมาใช้ได้อย่างแพร่หลายในไตรมาสสี่ของปี ส่งผลให้ความต้องการใช้น้ำมันดิบและน้ำมันเครื่องบินเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ปริมาณน้ำมันดิบคาดเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่น้อยกว่าความต้องการใช้น้ำมัน จากการที่กลุ่มโอเปกและประเทศนอกโอเปกยังคงทำการปรับลดกำลังการผลิตประมาณ 7.2 ล้านบาร์เรลต่อวัน (ร้อยละ 7 ของความต้องการใช้น้ำมันโลก) ตั้งแต่เดือนมกราคม 2564 เป็นต้นไป (ที่มา: รายงานความเคลื่อนไหวราคาน้ำมันรายเดือนของบริษัท และคาดการณ์ราคาน้ำมันรายเดือน ชีดีกรูป ณ เดือนมกราคม 2564)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) มาตรการล็อกดาวน์ และมาตรการควบคุมโรคที่เข้มงวด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อเศรษฐกิจ การเดินทาง และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปหรือวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ที่มุ่งเน้นสุขภาพและความปลอดภัย การรักษาระยะห่างทางกายภาพ และการนำเทคโนโลยีมา

ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึง ความผันผวนของราคาน้ำมันและอัตราแลกเปลี่ยน ปัญหาความตึงเครียดระหว่างประเทศและการค้า ความไม่สงบในประเทศ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ประกอบกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของธุรกิจสายการบิน ดังนั้น การปรับตัวของสายการบินควบคู่กับการวางกลยุทธ์ในการบริหารจัดการอย่างชัดเจนรอบคอบ และสอดคล้องทันต่อเหตุการณ์ จึงเป็นสิ่งสำคัญให้สายการบินดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน

สภาวะการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ

สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association: IATA) รายงานภาพรวมอุตสาหกรรมการบินปี 2563 หดตัวรุนแรงสุดในประวัติศาสตร์ โดยเป็นการหดตัวทั้งด้านการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า รวมถึงมีการหดตัวในทุกภูมิภาค ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) มาตรการล็อกดาวน์และจำกัดการเดินทางของหลายประเทศทั่วโลก สายการบินต่างยกเลิกเที่ยวบินและหยุดให้บริการ รวมถึงมาตรการควบคุมโรคที่เข้มงวด อาทิ การกักกันตัว 14 วัน ถือเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางระหว่างประเทศ ส่งผลให้สายการบินขาดรายได้และสภาพคล่อง โดย IATA คาดว่าสายการบินทั่วโลกจะขาดทุนต่อเนื่องเป็นเวลา 2 ปี (2563-2564) สำหรับในปี 2563 ปริมาณการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ (RPK) ในภาพรวมหดตัวที่ร้อยละ 65.9 สายการบินในภูมิภาคที่มีการหดตัวมากที่สุด 3 อันดับแรก และถดถอยกว่าอุตสาหกรรมโดยรวม ได้แก่ ภูมิภาคตะวันออกกลางที่มีสัดส่วน RPK อยู่ที่ร้อยละ 7.4 ของอุตสาหกรรม มีการหดตัวสูงที่สุดถึงร้อยละ 72.2 รองลงมา คือ ยุโรปที่มีสัดส่วน RPK อยู่ที่ร้อยละ 23.8 คิดเป็นอันดับสองของอุตสาหกรรม หดตัวที่ร้อยละ 69.9 แอฟริกาที่มีสัดส่วน RPK น้อยที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 1.9 ของอุตสาหกรรม หดตัวที่ร้อยละ 68.8 สำหรับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีสัดส่วน RPK มากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 38.6 ของอุตสาหกรรม มีการหดตัวที่ร้อยละ 61.9 ถดถอยน้อยกว่าอุตสาหกรรม จากการฟื้นตัวของเส้นทางภายในประเทศ อาทิ จีนและอินเดีย ขณะที่ ปริมาณการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (RFTK) ในภาพรวมหดตัวที่ร้อยละ 10.6 ซึ่งเป็นการหดตัวต่อเนื่องจากปีก่อนที่ได้รับผลกระทบจากสงครามการค้า (หดตัวที่ร้อยละ 3.2) โดยการขนส่งสินค้าได้รับผลกระทบน้อยกว่าการขนส่งผู้โดยสาร จากความต้องการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์เกี่ยวข้องกับเวชภัณฑ์และสิ่งของจำเป็น สายการบินในภูมิภาคที่มีการหดตัวมากที่สุด 3 อันดับแรกและถดถอยมากกว่าอุตสาหกรรมโดยรวม ได้แก่ ภูมิภาคละตินอเมริกามีสัดส่วน RFTK อยู่ที่ร้อยละ 2.8 ของอุตสาหกรรม หดตัวสูงที่สุดที่ร้อยละ 21.3 รองลงมา คือ ยุโรปที่มีสัดส่วน RFTK อยู่ที่ร้อยละ 23.6 คิดเป็นอันดับสองของอุตสาหกรรม หดตัวที่ร้อยละ 16.0 และเอเชียแปซิฟิก ที่มีสัดส่วน RFTK มากที่สุดที่ร้อยละ 34.5 ของอุตสาหกรรม หดตัวที่ร้อยละ 15.2

สำหรับปี 2564 IATA คาดการณ์การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการบินไว้ 2 กรณี ดังนี้ (คาดการณ์ ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2564)

กรณีที่ 1 (Baseline Scenario) : RPK ขยายตัวที่ร้อยละ 50.4 และ RFTK ขยายตัวที่ร้อยละ 13.1 เมื่อเทียบกับปี 2563 ตามแนวโน้มการผลิตและใช้งานวัคซีนได้อย่างแพร่หลายมากขึ้น การผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์และการควบคุมโรค ผู้โดยสารและนักลงทุนมีความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการฟื้นตัวที่แข็งแกร่งในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2564

กรณีที่ 2 (Downside Scenario) : RPK ขยายตัวที่ร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับปี 2563 ตามความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นจากการแพร่ระบาดระลอกใหม่ในหลายพื้นที่และการใช้มาตรการล็อกดาวน์ที่เข้มงวดอีกครั้ง ส่งผลให้การฟื้นตัวมีความไม่แน่นอน

สำหรับประเทศไทย เศรษฐกิจและการเดินทางหดตัวในทิศทางเดียวกับโลก ส่งผลให้ไทยต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นหลัก รัฐบาลโดยศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (ศบค.) ประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการสถานการณ์ฉุกเฉินในประเทศตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 ปิดสถานที่เสี่ยง ประกาศเคอร์ฟิวกำหนดเวลาให้ประชาชนอยู่บ้าน รวมถึงข้อกำหนดการให้ประชาชนงดหรือชะลอการเดินทางข้ามเขตพื้นที่จังหวัดเว้นแต่มีความจำเป็น โดยเริ่มผ่อนคลายและออกมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศผ่านโครงการเราเที่ยวด้วยกันตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2563 สำหรับการเดินทางระหว่างประเทศประกาศห้ามนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าประเทศ

และสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) ประกาศห้ามอากาศยานทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยเป็นการชั่วคราว ตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 โดยมีการผ่อนปรนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าประเทศได้บางกลุ่ม และ กพท. อนุญาตให้สายการบินต่างชาติให้บริการเที่ยวบินกึ่งพาณิชย์เข้า-ออกประเทศไทยได้เมื่อเดือนตุลาคม 2563 ส่งผลให้ภาพรวมการท่องเที่ยวช่วงปี 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทย 6.7 ล้านคน หดตัวที่ร้อยละ 83.2 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สำหรับเดือนตุลาคม 2563 มีการผ่อนปรนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวพิเศษ (Special Tourist VISA) นักท่องเที่ยวกลุ่มสิทธิพิเศษ (Thailand Privilege Card) และกลุ่มอื่นๆ อาทิ นักธุรกิจ ผู้เข้าร่วมประชุม และนักกีฬา จำนวนรวมทั้งสิ้น 1,201 คน ซึ่งนักท่องเที่ยวจีนยังคงเดินทางมาไทยมากที่สุด 471 คน รองลงมาได้แก่ ักมพูชา 231 คน และคูเวต 89 คน โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในเดือนพฤศจิกายนอยู่ที่ 3,065 คน และเดือนธันวาคมอยู่ที่ 6,556 คน (ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนมกราคม 2564) สำหรับในปี 2564 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทยขยายตัวร้อยละ 49.2 อยู่ที่ประมาณ 10 ล้านคน ภาพรวมอุตสาหกรรมการบินของไทยในปี 2563 มีสายการบินที่ทำการบินแบบประจำและไม่ประจำ (Scheduled & Non-Scheduled Flight) ในเส้นทางระหว่างประเทศและในประเทศ รวม 164 สายการบิน ขนส่งผู้โดยสารรวม 36.1 ล้านคน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 70.4 เป็นผู้โดยสารที่เดินทางกับบริษัท (การบินไทยและไทยสมายล์) จำนวน 5.8 ล้านคน ลดลงร้อยละ 75.7 โดยบริษัท มีส่วนแบ่งทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 16.0 เป็นอันดับ 2 รองมาจากสายการบินไทยแอร์เอเชีย ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดคิดเป็นร้อยละ 22.7 (ที่มา: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)) ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC) คาดการณ์รายได้ของธุรกิจการบินสัญชาติไทยทั้ง 8 สายการบินในปี 2563 (คาดการณ์ ณ เดือนเมษายน 2563) มีแนวโน้มหดตัวถึงร้อยละ 60 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา อยู่ที่ประมาณ 1.21 แสนล้านบาท โดยเฉพาะในเส้นทางระหว่างประเทศหดตัวกว่าร้อยละ 65 จากคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลงเป็นสำคัญ (นักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 80 ของผู้โดยสารเส้นทางระหว่างประเทศทั้งหมด) ขณะที่รายได้จากเส้นทางในประเทศมีแนวโน้มหดตัวร้อยละ 45 ส่วนหนึ่งจากมาตรการปิดเมืองของรัฐบาล สายการบินหยุดบินชั่วคราว และการชะลอตัวของการเดินทางในประเทศจากความกังวลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) รวมถึงรายได้ที่ลดลงจากปัญหาสถานะเศรษฐกิจในประเทศหดตัว โดยธุรกิจการบินถือเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเนื่องจากช่วยสนับสนุนธุรกิจต่อเนื่อง อาทิ การท่องเที่ยว โรงแรม และร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจการบิน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการดำเนินการจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การฟื้นตัวของธุรกิจการบินในประเทศไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การแข่งขันของอุตสาหกรรมการบินภายในประเทศ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) และการประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการสถานการณ์ฉุกเฉินในประเทศตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 ซึ่งสายการบินต่างได้รับผลกระทบจากการหยุดทำการบิน และเริ่มทยอยทำการบินใหม่ในเดือนพฤษภาคม 2563 อย่างไรก็ดี แม้รัฐบาลจะมีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศผ่านโครงการต่างๆ แต่ปริมาณการเดินทางในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้กลุ่มสายการบินสัญชาติไทยปรับลดเที่ยวบินและยกเลิกเส้นทางบินในประเทศบางเส้นทาง อาทิ บางกอกแอร์เวย์สยกเลิกเส้นทางไปกลับเชียงใหม่-กระบี่ ไทยแอร์เอเชียยกเลิกเส้นทางไปกลับเชียงใหม่-ขอนแก่น เป็นต้น รวมถึงขอรับความช่วยเหลือการสนับสนุนสินเชื่อจากรัฐบาล หรือเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการ โดยในปี 2563 มีสายการบินที่ทำการบินภายในประเทศจำนวน 16 สายการบิน มีปริมาณผู้โดยสารของสายการบินที่ทำการบินแบบประจำและไม่ประจำ (Scheduled & Non-Scheduled Flight) ภายในประเทศ คิดเป็น 20.8 ล้านคน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 44.3 โดยบริษัท (การบินไทยและไทยสมายล์) มีการขนส่งผู้โดยสารทั้งสิ้นจำนวน 2.6 ล้านคน ลดลงร้อยละ 58.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 12.6 (ที่มา : บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน))

การแข่งขันในอุตสาหกรรมการบินระหว่างประเทศ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในปี 2563 ส่งผลกระทบรุนแรงต่อธุรกิจการบินและปริมาณการเดินทางของผู้โดยสารทางอากาศ นโยบายของรัฐบาลไทยที่ให้ความสำคัญกับการควบคุมการแพร่ระบาดโดย กพท. ประกาศห้ามอากาศยานทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยเป็นการชั่วคราวตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 ซึ่งการให้บริการเส้นทางการระหว่างประเทศจะเป็นอากาศยานที่ได้รับอนุญาตให้ทำการบินรับส่งบุคคลกลับประเทศไทยหรือกลับภูมิลำเนา (Repatriation Flight) และอากาศยานขนส่งสินค้า (Cargo Flight) เท่านั้น อย่างไรก็ตาม มาตรการดังกล่าวได้เปิดโอกาสให้สายการบินต่างชาติให้บริการเที่ยวบินกึ่งพาณิชย์เข้า-ออกประเทศไทยได้ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2563 ส่งผลให้มีสายการบินต่างชาติเริ่มเปิดให้บริการเที่ยวบินประจำเข้าไทย โดยในปี 2563 มีสายการบินที่ทำการบินระหว่างประเทศ จำนวน 159 สายการบิน มีปริมาณผู้โดยสารของสายการบินที่ทำการบินแบบประจำและไม่ประจำ (Scheduled & Non-Scheduled Flight) ระหว่างประเทศ จำนวน 15.3 ล้านคน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 81.9 ทั้งนี้ บริษัทฯ (การบินไทยและไทยสมายล์) มีการขนส่งผู้โดยสารทั้งสิ้นจำนวน 3.2 ล้านคน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 82.0 ยังคงเป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดผู้โดยสารระหว่างประเทศมากที่สุด คือร้อยละ 20.7 (ที่มา : บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน))

บริษัทฯ ได้มีการติดตามประเมินสถานการณ์และปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันต่อทุกเหตุการณ์ และพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแข็งแกร่ง เพิ่มศักยภาพ และประสิทธิภาพในการแข่งขันและการบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและรักษาความเป็นสายการบินชั้นนำต่อไป

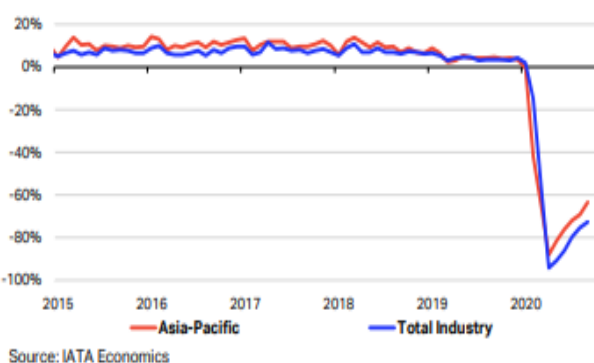
ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของสายการบินไทยสมายล์

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจสายการบิน มาตรการปิดประเทศ ปิดน่านฟ้า การจำกัดการเดินทางเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดให้อยู่ในวงที่จำกัดมากขึ้น ทำให้สายการบินทั่วโลกต้องหยุดทำการบินชั่วคราวและจอดอากาศยานระยะยาว

จากข้อมูลของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ส่งผลกระทบให้อัตราการเติบโตของปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPK) ทั่วโลกลดลงร้อยละ 72.8 (Year on Year) และในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกลดลงร้อยละ 63.5 (Year on Year) ทั้งนี้การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการบินจะอาศัยแรงกระตุ้นจากการให้บริการการบินภายในประเทศเป็นหลัก

Growth in air passenger volumes

RPKs, % Growth year-on-year



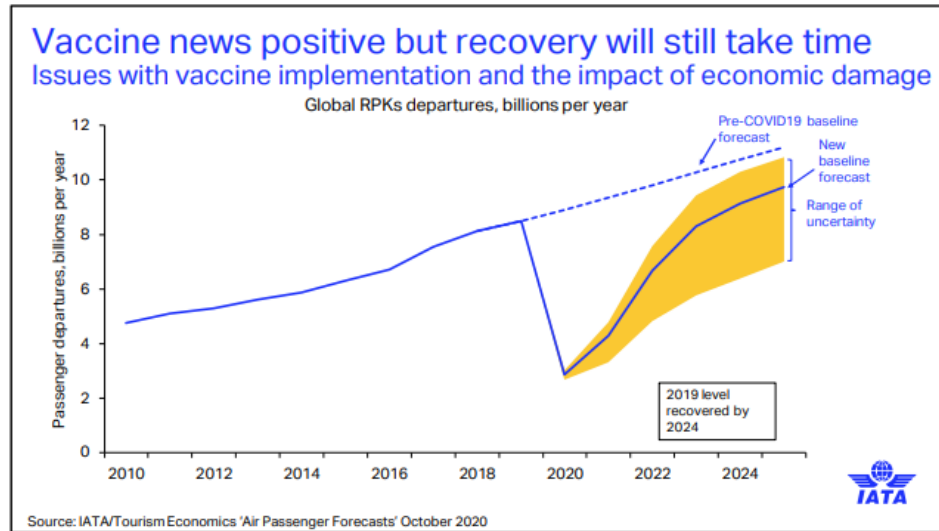
Revenue passenger kilometers (RPKs)

% change on a yr ago	2019	Jul-20	Aug-20	Sep-20
Region (registration basis)				
Asia Pacific	4.7	-71.9	-69.2	-63.5
World	4.1	-79.5	-75.3	-72.8
Routes (segment basis)				
China domestic	7.9	-28.4	-18.8	-2.8
Asia - Europe	6.7	-95.7	-94.5	-93.0
Within Asia	5.3	-98.5	-98.4	-98.3
Asia - Nth America	2.4	-94.4	-93.5	-93.7
Asia - Middle East	4.2	-93.3	-92.3	-90.0
Asia - S/w Pacific	6.0	-97.6	-97.4	-97.6
Asia - Africa	3.5	-97.6	-94.7	-93.6

Source: IATA Economics. Asia-Pac incl North Asia

จากการคาดการณ์ของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ต่อความเคลื่อนไหวด้านการพัฒนาวัคซีนโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่คาดว่าจะสามารถนำมาใช้ได้ในปีหลังของปี 2564 จะส่งผลบวกต่ออัตราการ

เติบโตของปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPK) ในช่วงปลายปี 2564 หรือ 2565 แต่อย่างไรก็ตามสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมการบินจะยังไม่สามารถฟื้นตัวกลับสู่ระดับเดียวกับปี 2562 ในเวลาอันใกล้ แต่จะใช้เวลาฟื้นตัวถึงประมาณการณ์ปี 2567 ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงจะขึ้นอยู่กับความเสี่ยงในการกลายพันธุ์ของเชื้อไวรัสโคโรนา



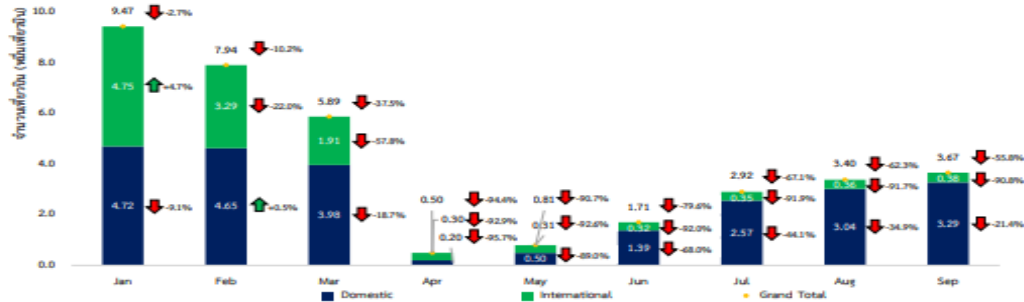
อุตสาหกรรมการบินของไทย ในไตรมาสที่ 1-3 ของปี 2563 ประเทศไทยมีปริมาณเที่ยวบินทั้งหมด 363,048 เที่ยวบินลดลงจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 54.7 แบ่งเป็นเที่ยวบินระหว่างประเทศจำนวน 119,701 เที่ยวบิน ลดลงร้อยละ 68.8 และเที่ยวบินภายในประเทศมีจำนวน 243,347 เที่ยวบิน ลดลงร้อยละ 41.6

เมื่อพิจารณาสถิติเฉพาะไตรมาสที่ 3 พบว่า มีปริมาณเที่ยวบินทั้งหมด 99,887 เที่ยวบิน ลดลงคิดเป็นร้อยละ 61.9 แบ่งเป็นเที่ยวบินระหว่างประเทศจำนวน 10,872 เที่ยวบิน ลดลงร้อยละ 91.5 และเที่ยวบินภายในประเทศจำนวน 89,015 เที่ยวบิน ลดลงร้อยละ 33.8 โดยการลดลงของเที่ยวบินระหว่างประเทศยังคงเป็นผลมาจากประกาศ กพท. เรื่องเงื่อนไขในการอนุญาตให้อากาศยานทำการบินเข้าออกประเทศไทยดังนั้นเที่ยวบินในช่วงเวลานี้จึงเป็นเที่ยวบินพิเศษเพื่อรับคนไทยกลับประเทศและเที่ยวบินที่เข้ามารับชาวต่างชาติกลับประเทศเท่านั้น ในส่วนของเที่ยวบินภายในประเทศผู้ประกอบการสายการบินส่วนใหญ่ได้เพิ่มความถี่และกลับมาให้บริการในเส้นทางบินเดิมที่ได้หยุดทำการบิน

รายงานสถิติการขนส่งทางอากาศไตรมาสที่ 3 ประจำปี 2563



ปริมาณเที่ยวบิน



ที่มา : บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) , กรมท่าอากาศยาน, การท่าอากาศยานอุบลราชธานี และบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
วิเคราะห์โดยกองเศรษฐกิจการบิน

ปริมาณเที่ยวบินเปรียบเทียบกับปี 2019 และ 2020

Aircraft Movement	Year 2020			
	Q1	Q2	Q3	Q1 - Q3
Domestic	- 9.3%	- 84.6%	- 33.8%	- 41.6%
International	- 25.1%	- 92.5%	- 91.5%	- 68.8%
Total	- 16.8%	- 88.4%	- 61.9%	- 54.7%

ในช่วงที่ตลาดต่างประเทศหรือเส้นทางบินระหว่างประเทศยังไม่สามารถเปิดให้บริการได้นั้น สายการบินไทยสมายล์จึงกลับมาทบทวนแผนการบินใหม่ทั้งหมด โดยเพิ่มน้ำหนักกับการเปิดให้บริการเส้นทางบินภายในประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดปริมาณการใช้เครื่องบินที่มีอยู่ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด นอกจากเส้นทางบินเดิมจำนวน 10 จุดหมายปลายทางจากกรุงเทพฯ (สุวรรณภูมิ) ประกอบด้วย เชียงใหม่, เชียงราย, อุตรธานี, อุบลราชธานี, หาดใหญ่ (สงขลา), ภูเก็ต, สุราษฎร์ธานี, ขอนแก่น, นครราชสีมา และกระบี่ สายการบินไทยสมายล์ได้เร่งเดินหน้าเปิดเส้นทางบินภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาทิ เส้นทางกรุงเทพฯ-นครศรีธรรมราช 14 เที่ยวบินต่อสัปดาห์, น่าน 17 เที่ยวบินต่อสัปดาห์, นครพนม 10 เที่ยวบินต่อสัปดาห์, เลย 7 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และเส้นทางข้ามภาค ได้แก่ เส้นทางเชียงใหม่-นครศรีธรรมราช 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์, เส้นทางอุตรธานี-นครศรีธรรมราช 2 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และ เส้นทางนครศรีธรรมราช-อุตรธานี 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

นอกจากนี้สายการบินไทยสมายล์ยังอยู่ระหว่างการขออนุญาตทำการบินอีก 3 จุดหมายปลายทาง คือ เส้นทางกรุงเทพฯ-สุโขทัย, ร้อยเอ็ด และตรัง รวมถึงเส้นทางข้ามภาค อาทิ เส้นทางอุบลราชธานี-หาดใหญ่ เป็นต้น รวมทั้งเส้นทางที่ยังอยู่ระหว่างการศึกษาดตลาดอีกจำนวนหนึ่งด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือไทยเที่ยวไทยของภาครัฐ โดยพบว่าจำนวนจุดหมายปลายทางที่ไทยสมายล์ให้บริการอยู่ในขณะนี้ มีจำนวนมากกว่าในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

อย่างไรก็ตามสายการบินไทยสมายล์ในฐานะสายการบินระดับภูมิภาคที่ให้บริการแบบฟูลเซอร์วิสเชื่อมต่อจุดหมายปลายทางทั้งในและต่างประเทศ ได้มีการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้ได้รับรางวัลจาก TripAdvisor Travelers' Choice Award ประเภทสายการบิน โดยในปี 2563 ได้รับยกย่องให้เป็นสายการบินยอดเยี่ยมอันดับหนึ่งของประเทศไทย (Best Airline in Thailand) ติดต่อกันเป็นปีที่ 4 และเป็นสายการบินยอดเยี่ยมในภูมิภาคเอเชีย (Best Regional Airline in Asia) ติดต่อกันเป็นปีที่ 3 นอกจากนี้ยังมีการทำการบินโดยใช้ชื่อเที่ยวบินร่วมกัน (codeshare) ในแต่ละเส้นทางบินกับสายการบินอื่นๆ เพื่อช่วยขยายเส้นทางในการให้บริการ และมีการวางแผนเส้นทางบินร่วมกันกับการบินไทย ทำให้มีการเชื่อมต่อกับเส้นทางบินของการบินไทยมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้โดยสารสามารถต่อแข่งขันในตลาดได้

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 แผนฝูงบิน

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) คณะกรรมการบริษัทฯ รับประทานแผนปลดระวางเครื่องบินที่มีอายุการใช้งานมานาน โดยยังไม่พิจารณา โครงการจัดหาเครื่องบินของบริษัทฯ

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อปริมาณการเดินทางของผู้โดยสารในปี 2563 ทุกภูมิภาคทั่วโลก สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) และรัฐบาลหลายประเทศมีการประกาศห้ามผู้โดยสารเดินทางเข้าออกประเทศ (Lockdown) เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรค บริษัทฯ หยุดทำการบินชั่วคราวทุกเส้นทางบิน ระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม 2563

เมื่อมาตรการควบคุมการเดินทางของแต่ละประเทศเริ่มผ่อนคลาย จึงจัดทำการบินด้วยเที่ยวบินในลักษณะกึ่งพาณิชย์ (Semi Commercial Flight) เพื่อขนส่งสินค้าและรองรับการเดินทางของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) กลับภูมิลำเนา (Cargo and Repatriation Flight) ในเดือนมิถุนายน – ธันวาคม 2563 ด้วยเครื่องบินจำนวน 10 ลำ ประกอบด้วยเครื่องบินแบบ แอร์บัส A330-300 แอร์บัส A350-900 และ โบอิง 777-200ER/300ER โดยมีแผนทำการบินระหว่างปี 2564-2568 ด้วยจำนวนเครื่องบินที่บริษัทฯ ได้รับความเห็นชอบจากที่ปรึกษาทางธุรกิจ (McKinsey) ผู้ทำแผน ผู้ให้เช่า และเจ้าหน้าที่การเงิน ดังนี้

ประเภทเครื่องบิน/ปี	2563	2564	2565	2566	2567	2568
เครื่องบินแบบลำตัวแคบพิสัยไกล	20					30*
เครื่องบินแบบลำตัวกว้างพิสัยกลาง-ไกล	29					27*
เครื่องบินแบบลำตัวกว้างพิสัยไกล	32					29*
ฝูงบิน ณ สิ้นปี	81	49-55*	64-72*	78-84*	81-86*	86*

หมายเหตุ:

ฝูงบินปี 2563 ประกอบด้วยเครื่องบินแบบ แอร์บัส A320-200 แอร์บัส A330-300 แอร์บัส A350-900 แอร์บัส A380-800 โบอิง 787-8 โบอิง 787-9 โบอิง 777-200ER โบอิง 777-300ER

- 1) *จำนวนเครื่องบินใช้งานปี 2564-2568 ประมาณการจากแผนการบิน ScenarioA1 โดย McKinsey
- 2) จำนวนเครื่องบินใช้งานจริงปี 2564-2568 ขึ้นอยู่กับผลการเจรจากับเจ้าหน้าที่การเงินและผู้ให้เช่าซึ่งอาจมีการปรับเปลี่ยนได้
- 3) เครื่องบินลำตัวแคบพิสัยไกล ได้แก่ เครื่องบินแบบ แอร์บัส A320-200 ปัจจุบันทำการบินโดยสายการบินไทยสมายล์
- 4) เครื่องบินลำตัวกว้างพิสัยกลาง-ไกล ได้แก่ เครื่องบินแบบ แอร์บัส A330-300 โบอิง 777-200ER โบอิง 787-8 โบอิง 787-9
- 5) เครื่องบินลำตัวกว้างพิสัยไกล ได้แก่ เครื่องบินแบบ แอร์บัส A350-900 แอร์บัส A380-800 และ โบอิง 777-300ER

2.3.2 กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการบิน

		ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
- จำนวนเครื่องบินที่ใช้บริการ (Number of Aircraft in Operation) ณ 31 ธ.ค.	(ลำ)	103	103	103

		ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
- จุดหมายปลายทาง (ไม่รวม กรุงเทพฯ) (Number of Destinations)	(จุดบิน)	82	82	80
- ระยะทางบิน (Kilometers Flown)	(พันกม.)	78,800	286,123	289,885
- จำนวนการลงของเครื่องบิน (Number of Landings)	(ครั้ง)	40,402	116,242	111,664
- จำนวนชั่วโมงปฏิบัติการบิน (Flight Hours)	(ชั่วโมง/ปี)	116,526	420,723	423,209
- ชั่วโมงการใช้เครื่องบินโดยเฉลี่ย (Aircraft Utilization)	(ชั่วโมง/วัน)	6.6	11.9	12.0
การขนส่งผู้โดยสาร				
- ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (Available Seats Kilometer)	(ล้านที่นั่ง-กม.)	23,789	90,622	93,131
- ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (Revenue Passenger Kilometer)	(ล้านคน-กม.)	15,398	71,695	72,315
- อัตราส่วนการบรรทุกผู้โดยสาร (Cabin Factor)	(ร้อยละ)	64.7	79.1	77.6
- จำนวนผู้โดยสาร (Number of Passengers)	(พันคน)	5,871	24,511	24,319
- รายได้จากผู้โดยสารเฉลี่ยต่อหน่วย (Passenger Yield)	(บาท/คน-กม.)	2.17	2.04	2.19
การขนส่งสินค้าและไปรษณียภัณฑ์				
- ปริมาณการผลิตพัสดุภัณฑ์ ⁽¹⁾ (Available Dead Load Ton-Kilometer)	(ล้านตัน-กม.)	1,015	3,950	4,054
- ปริมาณการขนส่งพัสดุภัณฑ์ (Revenue Freight Ton-Kilometer)	(ล้านตัน-กม.)	595	2,127	2,465

		ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
- อัตราการขนส่งพัสดุภัณฑ์ (Freight Load Factor)	(ร้อยละ)	58.6	53.8	60.8
- น้ำหนักพัสดุภัณฑ์ขนส่ง (Cargo Carried)	(พันกก.)	167,531	587,953	685,244
- รายได้จากพัสดุภัณฑ์เฉลี่ยต่อ หน่วย (Freight Yield)	(บาท/ตัน-กม.)	11.06	7.84	8.51
การขนส่งรวมทั้งระบบ				
- ปริมาณการผลิต (Available Ton-Kilometer)	(ล้านตัน-กม.)	3,394	13,016	13,397
- ปริมาณการขนส่ง (Revenue Ton-Kilometer)	(ล้านตัน-กม.)	2,151	9,367	9,788
- อัตราส่วนการบรรทุก (Load Factor)	(ร้อยละ)	63.4	72.0	73.1
- รายได้รวมทั้งระบบเฉลี่ยต่อ หน่วย (System-Wide Yield)	(บาท/ตัน-กม.)	18.76	17.50	18.41

หมายเหตุ:

ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) บริษัทฯ ต้องปรับเส้นทางบินตามสถานการณ์ จึงไม่สามารถระบุข้อมูลเป็นตารางการบินประจำฤดูหนาว / ฤดูร้อน เหมือนสภาวะการณ์ปกติ

2.3.3 โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและปัจจัยการผลิตที่สำคัญ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สำคัญของบริษัทฯ ประกอบด้วย ค่าน้ำมันเครื่องบินซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13.7 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรวม นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญในธุรกิจการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อรักษฐานลูกค้าเก่าให้มีความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) มีความภูมิใจและประทับใจที่ใช้บริการ และเพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่เพื่อการขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการบินในด้านอื่นๆ โดยสรุปได้ดังนี้

งบการเงินเฉพาะบริษัทฯ	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
- ค่าน้ำมันเครื่องบิน	11,164	13.7	50,805	26.8	56,262	29.1
- ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน	19,967	24.4	30,385	16.1	29,958	15.5
- ค่าบริการการบิน	6,186	7.5	19,420	10.3	20,888	10.8
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนักบินและลูกเรือ	1,263	1.5	5,708	3.0	5,142	2.7
- ค่าซ่อมแซมและซ่อมบำรุงอากาศยาน	5,680	7.0	17,167	9.1	18,482	9.6
- ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	26,420	32.3	17,302	9.2	19,026	9.8
- ค่าเช่าเครื่องบินและอะไหล่	2,013	2.5	19,846	10.5	14,605	7.6
- ค่าสินค้าและพัสดุใช้ไป	1,945	2.4	8,517	4.5	8,581	4.4
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขายและโฆษณา	1,458	1.8	9,861	5.2	9,841	5.1
- ค่าใช้จ่ายด้านการประกันภัย	564	0.7	537	0.3	511	0.3
- ค่าใช้จ่ายอื่น	5,064	6.2	9,492	5.0	9,820	5.1
รวม	81,724	100.0	189,040	100.0	193,116	100.0

2.3.4 การจัดหาน้ำมันเครื่องบิน

ราคาน้ำมันเครื่องบินที่บริษัทฯ จัดซื้อ จะแปรผันไปตามราคาน้ำมันเครื่องบิน (Jet Spot Price) ซึ่งจะแปรผันตามราคาน้ำมันดิบอีกทีหนึ่ง โดยทั่วไปแล้วราคาน้ำมันเครื่องบิน (Jet Spot Price) จะมีความผันผวนสูงและไม่อาจคาดการณ์ล่วงหน้าได้ โดยในอดีตที่ผ่านมาปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความผันผวน ได้แก่ อุปสงค์และอุปทาน สภาพอากาศ และสถานการณ์การเมืองในประเทศต่างๆ และการเคลื่อนย้ายของเงินทุนเข้าสู่หรือออกจากสินค้าโภคภัณฑ์

บริษัทฯ จัดซื้อน้ำมันเครื่องบินโดยใช้ราคาอ้างอิงเป็นเงินสกุลเหรียญสหรัฐ ต้นทุนค่าน้ำมันเครื่องบินของบริษัทฯ ในปี 2562 คิดเป็นร้อยละ 27 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัทฯ และในปี 2563 คิดเป็นร้อยละ 14

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 จะสามารถซื้อน้ำมันฯ ได้ในราคาที่ต่ำลงและ/หรือเป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ

สำหรับปี 2563 นั้น บริษัทฯ ได้ซื้อน้ำมันเครื่องบินจากผู้จำหน่ายน้ำมันในประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่สำหรับปริมาณความต้องการใช้ภายในประเทศ และจัดซื้อจากผู้จำหน่ายน้ำมันฯ ภายนอกประเทศไทยสำหรับปริมาณความ

ต้องการใช้ภายนอกประเทศไทย ในการซื้อน้ำมันเครื่องบิน บริษัทฯ มิได้พิจารณาเฉพาะด้านราคาเท่านั้น แต่ยังพิจารณาถึงความมั่นคงในการจัดส่งน้ำมันและความจำเป็นในการรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้จำหน่ายด้วย หากแต่ในบางประเทศ เช่น ประเทศศรีลังกา บังคลาเทศ จีน ลาว และพม่า บริษัทฯ จะต้องซื้อน้ำมันเครื่องบินจากผู้จำหน่ายน้ำมันที่ดำเนินธุรกิจลักษณะผูกขาดและมีเพียงรายเดียวในประเทศเท่านั้น

บริษัทฯ ซื้อน้ำมันเครื่องบินจากผู้จำหน่ายน้ำมันในประเทศไทย ได้แก่ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) บริษัท เชฟรอน (ไทย) จำกัด บริษัท ExxonMobil Aviation บริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด บริษัท สิงคโปร์ปิโตรเลียม (ประเทศไทย) และบริษัท ชัสโก้ ดีลเลอร์ส จำกัด (มหาชน) โดยบริษัทฯ เชื่อว่าในกรณีที่ผู้จำหน่ายรายใดประสบกับปัญหาไม่สามารถจัดหาน้ำมันให้แก่บริษัทฯ ได้ ผู้จำหน่ายน้ำมันรายอื่นจะสามารถจัดหาน้ำมันทดแทนตามความต้องการของบริษัทฯ ได้

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

ในปี 2563 บริษัทฯ เป็นสายการบินเพียงรายเดียวที่ซื้อน้ำมันเครื่องบินเพื่อการส่งมอบที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จากบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) เนื่องจากการที่บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ไม่ได้เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จึงทำให้ในบางครั้งราคาน้ำมันที่บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จำหน่ายให้แก่บริษัทฯ มักเป็นราคาที่เอื้อประโยชน์ต่อบริษัทฯ และสามารถควบคุมต้นทุนค่าน้ำมันเครื่องบินของบริษัทฯ ได้บางส่วนอีกทั้งบริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารจัดการการใช้ใช้น้ำมันเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยวางแผนการบินและการบรรทุกให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การทำความสะอาดลำตัวเครื่องและเครื่องยนต์ ตลอดจนควบคุมปริมาณสำรองน้ำมันเครื่องบินสำหรับแต่ละเที่ยวบิน และการทำธุรกรรมป้องกันความเสี่ยงราคาน้ำมันเครื่องบินในปริมาณที่มากขึ้น

เนื่องจากน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจขนส่งทางอากาศ บริษัทฯ ได้จัดทำการประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความผันผวนของต้นทุนด้านน้ำมันอากาศยาน และเพื่อให้ผลประกอบการของบริษัทฯ เป็นไปตามเป้าหมายและเป็นการปกป้องมูลค่าของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยมิใช่เป็นการแสวงหารายได้หรือหวังผลกำไรเพิ่มเติมจากการบริหารความเสี่ยงราคาน้ำมัน

อย่างไรก็ตามเนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมการบิน ประกอบกับบริษัทอยู่ระหว่างกระบวนการฟื้นฟูกิจการภายใต้ศาลล้มละลายกลาง และยังไม่สามารถดำเนินธุรกิจขนส่งทางอากาศ หรือมีตารางการบินที่ชัดเจน ทำให้บริษัทฯ มีปริมาณความต้องการใช้น้ำมันอากาศยานต่อเดือนที่ไม่แน่นอน จึงได้มีการงดการจัดทำประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2563 ที่ผ่านมามากกว่าบริษัทฯ จะสามารถกลับมาดำเนินธุรกิจขนส่งทางอากาศได้เป็นปกติอีกครั้ง

2.3.5 การจัดหาประกันภัย

เพื่อลดผลกระทบในกรณีหากเกิดความเสียหายต่อบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียจากอุบัติเหตุและภัยอื่นๆ รอบด้านที่อาจเกิดขึ้นได้ บริษัทฯ จึงได้มีการประกันภัยเครื่องบิน อะไหล่ และการรับผิดชอบใช้ตามกฎหมาย การประกันภัยทรัพย์สินและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์พร้อมส่วนควบ การประกันภัยบุคลากร การประกันภัยความรับผิดชอบของกรรมการและผู้บริหาร และการประกันภัยเบ็ดเตล็ดประเภทอื่น เพื่อให้บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียได้รับความคุ้มครองครอบคลุมกว้างขวางและเป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยบริษัทฯ ทำประกันภัยตรงกับบริษัทประกันภัยในประเทศภายใต้กฎหมายไทย และบริษัทประกันภัยดังกล่าวได้จัดทำประกันภัยต่อเพื่อกระจายความเสี่ยงกับบริษัทรับประกันภัยในต่างประเทศ

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายด้านการประกันภัยในปี 2563 ประมาณ 689,599,797.87 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายด้านการประกันภัยส่วนใหญ่ประมาณ 78.06 % ค่าใช้จ่ายด้านการประกันภัยเครื่องบิน อะไหล่และการรับผิดชอบใช้ตามกฎหมาย (ความคุ้มครองวันที่ 1 ธันวาคม 2562 – 30 พฤศจิกายน 2563) อ้างอิงจากมูลค่าฝูงบินโดยเฉลี่ย (Average Fleet Value) ของบริษัทฯ ณ วันที่ 1 ธันวาคม 2562 ประมาณ 11,641,964,065 ล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนค่าใช้จ่ายด้านการประกันภัยที่เหลืออีกประมาณ 21.93 % เป็นค่าใช้จ่ายด้านการประกันภัยประเภทอื่นที่ไม่เกี่ยวกับการประกันภัยเครื่องบิน

จากการประเมินสถานการณ์ต่างๆ ที่ผ่านมตลาดรับประกันภัยเครื่องบิน ได้รับผลกระทบจากการสูญเสียสะสมจากอุบัติเหตุครั้งใหญ่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รวมถึงค่าสินไหมที่เกิดจากความเสียหายรายย่อย (Attritional Losses) ยังคงเกิดขึ้นอยู่บ่อยครั้งและเป็นมูลค่าความเสียหายที่ค่อนข้างสูง อีกทั้งยังเป็นความเสียหายที่เป็นตัวลดทอนกำไรของผู้รับประกันภัยอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ตลาดประกันภัยประเภทอื่นๆ ในภาพรวมไม่เพียงเฉพาะตลาดรับประกันภัยเครื่องบินยังได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากความสูญเสียสะสมที่เกิดจากภัยพิบัติอื่นๆ เช่น พายุเฮอริเคน แผ่นดินไหว เป็นต้น ความสูญเสียดังกล่าวทำให้ผู้รับประกันภัยจำนวนมากต้องประสบภาวะขาดทุน มีการควบรวมกิจการของผู้รับประกันภัยต่อเพราะไม่สามารถแบกรับภาระการขาดทุนจากการที่ตลาดประกันภัยได้รับความเสียหายอย่างหนักจากเหตุการณ์และภัยพิบัติต่างๆ ในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา รวมถึงการถอนตัวไปทำธุรกิจอื่นที่ให้ผลตอบแทนจากการลงทุนมากกว่าทำให้ศักยภาพในการรับประกันภัยในตลาดมีอยู่อย่างจำกัด

จากสถานการณ์ของตลาดประกันภัยตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้รับประกันภัยจึงต้องการที่จะปรับเพิ่มค่าเบี้ยประกันภัยในตลาดประกันภัยทุกประเภทรวมทั้งประกันภัยเครื่องบิน ซึ่งจะมีผลกระทบถึงเบี้ยประกันภัยสำหรับสายการบินรวมถึงเบี้ยประกันภัยของบริษัทฯ ด้วยเช่นกัน

ก) กิจกรรมขนส่งทางอากาศ

(2) กิจกรรมขนส่งสินค้า พัสตุภัณฑ์และไปรษณียภัณฑ์

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ข้อมูลการบริการพาณิชนย์สินค้า พัสตุภัณฑ์และไปรษณียภัณฑ์

การบริการขนส่งสินค้า พัสตุภัณฑ์และไปรษณียภัณฑ์	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
ปริมาณการผลิตด้านพัสตุภัณฑ์ (ADTK) (ล้านตัน-กม.) ⁽¹⁾	1,015	3,950	4,054
ปริมาณการขนส่งพัสตุภัณฑ์ (RFTK) (ล้านตัน-กม.) ⁽¹⁾	595	2,127	2,465
รายได้ค่าระวางขนส่ง (ล้านบาท) ⁽²⁾	6,893	17,784	22,340
รายได้ค่าระวางขนส่งเฉลี่ยต่อหน่วย (บาท/ตัน-กม.) ⁽³⁾	11.06	7.84	8.51
อัตราส่วนการขนส่งพัสตุภัณฑ์ (%) ⁽¹⁾	58.6	53.8	60.8

หมายเหตุ:

(1) รวมความจุจากเที่ยวบินแบบประจำ เที่ยวบินแบบไม่ประจำ และการเช่าพื้นที่ระวางบนเครื่องบินขนส่งสินค้า

(2) รวมรายได้ค่าระวางขนส่งพัสตุภัณฑ์และไปรษณียภัณฑ์จากเที่ยวบินแบบประจำ เที่ยวบินแบบไม่ประจำ และการเช่าพื้นที่ระวางบนเครื่องบินขนส่งสินค้า

(3) รายได้ค่าระวางขนส่งพัสตุภัณฑ์รวมค่าธรรมเนียมขดเข้าน้ำมันและค่าธรรมเนียมความเสี่ยงภัยจากสงคราม ไม่รวมค่าคอมมิชชั่นหารด้วยปริมาณการขนส่งพัสตุภัณฑ์

ในสภาวะที่มีสภาพอากาศแปรปรวน และอุณหภูมิที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งอยู่ใกล้บริเวณเส้นศูนย์สูตร มีอากาศร้อนเกือบทั้งปี บริษัทฯจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และ บริการเพื่อรักษาสภาพสินค้าให้คงสภาพที่ดีที่สุดตลอดเส้นทางการขนส่ง โดยมีการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการการขนส่งดังนี้

Temperature Controlled Products เป็นสินค้าที่ต้องการการควบคุมอุณหภูมิตลอดห่วงโซ่การขนส่ง เพื่อรักษา สภาพของสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนดจากผู้ส่งจนถึงมือผู้รับ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสนใจและใช้บริการประเภทนี้ มากขึ้น โดยบริษัทฯ ให้บริการตู้คอนเทนเนอร์ควบคุมอุณหภูมิ หรือ TG Temp สำหรับผลิตภัณฑ์ TGC หรือ TG Cool & Carry ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการขนส่งสินค้าที่ต้องควบคุมอุณหภูมิให้สม่ำเสมอตลอดการขนส่ง เพื่อรักษาสภาพให้เป็นไป ตามข้อกำหนดของผู้รับ รวมถึงรักษาความสดจนถึงมือผู้รับ อาทิ ผลิตภัณฑ์อาหารสด ผลิตภัณฑ์ผักผลไม้สด ผลิตภัณฑ์นม ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง และยาที่ไม่ต้องการการดูแลอย่างเข้มงวด เป็นต้น เพื่อให้เป็นไปตาม มาตรฐานสากล ได้มีการจัดตั้งทีมพนักงานมืออาชีพที่ผ่านการฝึกอบรมในระดับบุคคลตามมาตรฐาน GDP หรือ Good Distribution Practice โดยได้รับประกาศนียบัตรรับรองจากบริษัท SGS (Thailand) ซึ่งเป็นบริษัทระดับโลกที่ทำการ ตรวจสอบ ให้การรับรองมาตรฐานต่างๆ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว (บริษัทฯกำลังอยู่ในระหว่างการดำเนินการเพื่อให้ผ่าน มาตรฐาน Good Distribution Practice หรือ GDP ในส่วนของพื้นที่อาคารสินค้านระหว่างประเทศ เป็นลำดับต่อไป) เพื่อทำ หน้าที่ดูแลคุณภาพ และรักษาสภาพของสินค้าประเภทดังกล่าว โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ยาและเวชภัณฑ์ที่ต้องการการดูแล

อย่างเข้มงวด ให้เป็นไปตามข้อกำหนด และอีกทั้งยังรักษาคุณสมบัติของยาให้คงคุณภาพในการนำไปใช้รักษาโรคตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจในทุกจุดของการให้บริการตามมาตรฐาน GDP จนถึงมือลูกค้า โดยเฉพาะในช่วงเวลานี้ ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่มีการแพร่กระจายไปยังประเทศ และทวีปต่างๆ ทั่วโลก จึงได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้บริการนี้มีชื่อว่า TGP หรือ TG Pharma Pro เพื่อรองรับการขนส่งสินค้าประเภทดังกล่าว

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเสนอบริการพิเศษ โดยใช้ Thermal Blanket ซึ่งเป็นอุปกรณ์เพื่อใช้ในการขนส่งสินค้าที่สามารถป้องกันความร้อนจากภายนอกพร้อมทั้งรักษาอุณหภูมิภายในเพื่อไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือมีการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด

ผลิตภัณฑ์ TGK หรือ TG Cool เป็นบริการการขนส่งสินค้าเกษตร ที่ควบคุมอุณหภูมิให้สินค้าคงความเย็นอย่างต่อเนื่องตามกำหนด และเตรียมพร้อมก่อนการขนส่งในตู้คอนเทนเนอร์ที่จัดเตรียมสำหรับสินค้าประเภทนี้โดยเฉพาะ โดยผ่านกระบวนการและเครื่องมืออุปกรณ์พิเศษที่ทันสมัย และได้มาตรฐาน ในการรักษาคุณภาพของสินค้าให้สดใหม่จนถึงผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ สินค้าประเภทผลไม้ที่ต้องการการควบคุมอุณหภูมิแบบเย็นจัด เช่น มะพร้าว น้ำหอม ข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ TGX หรือ TGForce เป็นการให้บริการขนส่งสินค้าแบบเร่งด่วน ภายใต้การรับประกันในการขนส่งตามกำหนดเวลา

ผลิตภัณฑ์ TGF หรือ TGFresh เป็นการบริการขนส่งด่วนสำหรับสินค้าของสดทุกประเภท

ผลิตภัณฑ์ PRI หรือ Priority Service เป็นการบริการขนส่งแบบสินค้าที่มีลำดับความสำคัญสูงในการขนส่ง

ผลิตภัณฑ์ THAIPAC เป็นการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย โดยจะบริการขนส่งสินค้าที่นักท่องเที่ยวได้จับจ่ายใช้สอย เป็นบริการขนส่งสินค้าแบบ Premium Service ที่ครอบคลุมทุกเส้นทางของบริษัทฯ

ส่วนการให้บริการอื่นๆ ยังคงมีบริการสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไป อาทิ สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร สินค้าอุปโภคและบริโภค และสินค้าพิเศษอื่นๆ เช่น สัตว์ หรือสิ่งมีชีวิตประเภทต่างๆ สินค้าอันตราย สินค้ามีค่า สินค้าที่มีขนาดใหญ่ มีน้ำหนักมาก เช่น เครื่องจักร เครื่องกำเนิดไฟฟ้า หรือรถยนต์ เป็นต้น รวมถึงการขนส่งร่างของผู้เสียชีวิตอีกด้วย

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

บริษัทฯ ให้บริการการขนส่งสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ทางอากาศด้วยเครื่องบินขนส่งผู้โดยสารเป็นหลัก โดยมีสายการบินไทยสมายล์เป็นสายการบินที่จะสนับสนุนเส้นทางการบินภายในประเทศ และบางเส้นทางบินในภูมิภาค มีพันธมิตรที่ทำให้การบริการครอบคลุมเส้นทางการบินมากขึ้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการการขนส่งด้วยรถบรรทุกระหว่างประเทศเพื่อบ้านอีกด้วย

ปัจจุบันการขนส่งทางอากาศมีปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อขนส่งสินค้าทางอากาศเป็นอย่างมาก ได้แก่ สงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐอเมริกาภายใต้นโยบายของประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาคนใหม่หลังการเลือกตั้ง ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ซึ่งประเด็นดังกล่าวส่งผลกระทบต่อขนส่งเป็นอย่างมาก เนื่องจาก การปิดประเทศต่างๆ ทั่วโลก ธุรกิจการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศชะงักงัน ส่งผลทำให้การขนส่งสินค้าทางอากาศที่อาศัยเครื่องบินโดยสารหยุดชะงักโดยสิ้นเชิง มีผลทำให้สถานะเศรษฐกิจทั่วโลกถดถอย และคาดการณ์ว่าสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) อาจจะยืดเยื้ออย่างต่อเนื่องจนถึงปี 2565 หรืออาจจะยาวนานกว่านั้น จนกว่าจะมีหน่วยงานทางการแพทย์สามารถกักตุน และผลิตวัคซีนป้องกันออกมาได้สำเร็จ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการทำการรายได้จากการขนส่งสินค้า Premium Product ซึ่งเป็นสินค้าที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ ภายใต้หลักประกันในการขนส่งตามกำหนดเวลา เช่น TGX หรือ TG Force และ TGF หรือ TG Fresh นอกจากนี้จะเน้นการขนส่งสินค้าที่ต้องควบคุมอุณหภูมิเป็นหลัก ในเส้นทางที่มีความต้องการทั้งไปและกลับ ส่งเสริมการขาย TGC หรือ TG Cool & Carry ที่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดีในเส้นทางที่มีศักยภาพอื่นๆเพิ่มเติม ซึ่งตลาดยา และเวชภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยเฉพาะ การขนส่งวัคซีนมีแนวโน้มที่จะมีปริมาณการขนส่งเพิ่มมากขึ้น

ในช่วงตั้งแต่เริ่มมีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) บริษัทฯ ต้องหยุดทำการบินชั่วคราว ประกอบกับสถานะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลกและคาดการณ์ว่าอาจจะยืดเยื้ออย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงมีการปรับรูปแบบธุรกิจการขนส่งสินค้า โดยเน้นการขนส่งสินค้าและไปรษณียภัณฑ์เป็นหลัก เพื่อทำการรายได้ โดยการให้บริการเที่ยวบินแบบเช่าเหมาลำ (Charter / BSA Flight) ในทุกเส้นทางตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งเสนอขายพื้นที่ระวางบนเที่ยวบิน (Belly Space) แก่ลูกค้าโดยการเหมาพื้นที่ทั้งหมดบนเที่ยวบินนั้นๆ นอกจากนี้ยังมีการเสนอขายพื้นที่ระวางบนเที่ยวบิน (Belly Space) แบบราคาขายต่อกิโลกรัม หรือราคาขายตาม Unit Load อีกด้วย เพื่อใช้ประโยชน์จากพื้นที่อย่างสูงสุด รวมถึงทำการขายพื้นที่ระวางในห้องสัมภาระผู้โดยสาร (Cargo in Cabin หรือ CIC) ทำให้สามารถรองรับสินค้าได้มากขึ้น บริษัทฯ ได้มีการพิจารณาในการเปิดเที่ยวบินที่ขนส่งผู้โดยสาร (Repatriation) ร่วมกับการขนส่งสินค้าและไปรษณียภัณฑ์ ซึ่งเป็นการใช้พื้นที่ระวางได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมทั้งเป็นการทำการรายได้ให้บริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

ข) หน่วยธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขนส่งโดยจัดตั้งเป็นหน่วยธุรกิจ ประกอบด้วยบริการคลังสินค้าและการจัดการขนส่ง การบริการลูกค้าภาคพื้น การบริการลานจอดและอุปกรณ์ภาคพื้น และครีวการบินโดยมีรายละเอียดดังนี้

ข) หน่วยธุรกิจ

1. ธุรกิจการบริการคลังสินค้า

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการพัฒนาการให้บริการ เพื่อเพิ่มผลผลิตภาพคนต่อพื้นที่ ลดระยะเวลาการให้บริการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า และยกระดับมาตรฐานการให้บริการคลังสินค้าสู่ระดับ World Class ในธุรกิจและกิจกรรมหลักเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เป้าหมายคือมาตรฐานสากลที่มุ่งสู่คลังสินค้าระบบปิดเต็มรูปแบบ สามารถให้บริการในรูปแบบ One Stop Service

ในช่วงต้นปี 2563 เดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ ปริมาณสินค้านำเข้า-ส่งออก ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เนื่องจากเป็นไตรมาสแรกที่ยังมีการสั่งซื้อสินค้าในตลาดอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งกลางเดือนมีนาคม 2563 สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) เริ่มเกิดขึ้นที่ประเทศจีน และแพร่กระจายไปทั่วโลกมากขึ้น ส่งผลให้เที่ยวบินต่างๆ ที่บินเข้าออกได้เป็นปกติ เริ่มลดน้อยลง ประกอบกับ การปิดประเทศต่างๆ ทั่วโลก ธุรกิจการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศชะงักงัน ส่งผลทำให้การขนส่งสินค้าทางอากาศที่อาศัยเครื่องบินโดยสารหยุดชะงักในระยะแรก

บริษัทฯ หยุดทำการบินชั่วคราวในการขนส่งผู้โดยสาร แต่ยังคงทำการขนส่งสินค้าทางอากาศอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องด้วยบริษัทฯ พันสภาพการเป็นรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการที่บริษัทฯ อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ การบริหารจัดการต่างๆ จะดำเนินไปตามแผนฟื้นฟูกิจการที่ได้รับการอนุมัติจากศาล ทำให้มีข้อจำกัดมากขึ้น ทั้งในเรื่องการลงทุน การว่าจ้างแรงงานต่างๆ การดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนงานที่บริษัทฯ ได้วางไว้เพื่อให้การบริการที่เป็นเลิศ บริษัทฯ ต้องปรับลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ลง โดยไม่ให้กระทบกับการบริการคลังสินค้า จึงได้มีการปรับการลงทุนต่างๆ การลด

จำนวนแรงงานภายนอก และการควบคุมงานที่ใกล้เคียงกัน พร้อมทั้งขอความร่วมมือกับพนักงานทุกท่านทุกระดับ ให้ร่วมมือกับปฏิบัติงานให้สำเร็จโดยดี

ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ช่วงแรกปริมาณสินค้านำเข้าและส่งออกลดลง แต่ตลาด E-commerce กลับเติบโตสวนกระแส มีการสั่งซื้อสินค้าประเภทนี้จำนวนมาก ทำให้คลังสินค้ามีสินค้า E-Commerce นำเข้ามาก อีกทั้งสายการบินต่างๆ เริ่มให้ความสำคัญในการขนส่งสินค้าโดยใช้เครื่องบินขนส่งผู้โดยสาร ในขณะที่ยังไม่สามารถขนส่งผู้โดยสารได้ บริษัทฯ ในฐานะผู้ให้บริการคลังสินค้า จึงต้องมีการวางแผน เรื่องการให้บริการพนักงาน อุปกรณ์ ให้สอดคล้องกับปริมาณสินค้านำเข้า/ส่งออก ที่ยังมีการนำเข้า-ส่งออกที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น และ ยังคงให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชม โดยไม่มีวันหยุดกับลูกค้าที่มาใช้บริการคลังสินค้าของบริษัทฯ

ในส่วนของบริษัทฯ มีแผนที่จะดำเนินการออกใบเสร็จรับเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-receipt) สำหรับค่าเก็บรักษาสินค้าขาเข้าทั้งหมด ทดแทนการออกใบเสร็จเดิมที่เป็นกระดาษ และได้เพิ่มช่องทางการจ่ายเงินเพิ่มเติม เช่น online payment และ KIOSK นอกจากนี้ มีแผนจะเพิ่มช่องทางการจองพื้นที่ระวางสินค้าในรูปแบบใหม่ (Offer and Order) ให้ลูกค้าได้เลือกใช้ช่องทางมากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลาย

ข) หน่วยธุรกิจ

2. ธุรกิจการบริการลูกค้าภาคพื้น

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

บริษัทฯ ได้เพิ่มศักยภาพในการให้บริการลูกค้าภาคพื้นแบบเต็มรูปแบบ (Full Ground Handling) และสามารถให้บริการครบทุกแบบของเครื่องบิน (All Aircraft Types) จากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการให้บริการลูกค้าภาคพื้น มากกว่า 50 ปี นับแต่เริ่มให้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นต้นมา แม้ว่าปัจจุบันได้ย้ายฐานการปฏิบัติงานมาอยู่ที่ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริษัทฯ ยังได้รับอนุญาตจากบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ให้เป็นผู้ประกอบการบริการลูกค้าภาคพื้น ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตามสัญญาเลขที่ ทสภ.1-47/2549 โดยมีระยะเวลาของสัญญารวม 34 ปี นับตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน 2549 ถึงวันที่ 27 กันยายน 2583

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับอนุญาตจากท่าอากาศยานนานาชาติในภูมิภาค ได้แก่ เชียงใหม่ หาดใหญ่ ภูเก็ต กระบี่ และเชียงใหม่ ให้เป็นผู้ให้บริการลูกค้าภาคพื้น ณ ท่าอากาศยานดังกล่าวมาโดยตลอด ทั้งนี้ สัญญาการอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบการบริการ ณ ท่าอากาศยานต่างๆ นั้น ยังคงมีการดำเนินงานอยู่ทั้งในส่วนของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ยกเว้นท่าอากาศยานกระบี่ที่เป็นส่วนของกรมท่าอากาศยาน

• ประเภทของการให้บริการ

บริการผู้โดยสาร ประกอบด้วย บริการตรวจรับบัตรโดยสาร ณ จุดบริการปกติ และจุดบริการพิเศษสำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่ง ชั้นธุรกิจ สมาชิกบัตรแพลททินัม และบัตรทอง จุดให้บริการโดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Kiosk) พร้อมจัดเคาน์เตอร์เฉพาะสำหรับรับสัมภาระ การตรวจเช็คเอกสารการเดินทาง หมายเลขที่นั่ง อาหารพิเศษ และ/หรือบริการพิเศษ ในแต่ละรูปแบบการเดินทางหรือตามที่ได้สำรองไว้ล่วงหน้า ตรวจสอบและบันทึกน้ำหนักสัมภาระของผู้โดยสาร รวมถึงบริการผู้โดยสารขาออกบริเวณห้องพักผู้โดยสารก่อนเข้าอากาศยาน ให้บริการตรวจทานเอกสารการเดินทาง จัดลำดับและระเบียบการเข้าสู่อากาศยาน และอำนวยความสะดวกผู้โดยสารที่ออกจากอากาศยานสำหรับเที่ยวบินขาเข้า

บริการห้องรับรองพิเศษสำหรับให้บริการแก่ผู้โดยสารชั้นหนึ่ง ชั้นธุรกิจ ผู้โดยสารสมาชิกบัตรแพลททินัม และสมาชิกบัตรทอง มีบริการสปา (Royal Orchid Spa) สำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจนอกจากนี้ยังมีห้องรับรองสำหรับการเดินทางเป็นหมู่คณะ

บริการด้านสัมภาระ ให้บริการรับแจ้งและติดตามสัมภาระลงทะเลเบียนผู้โดยสารขาเข้าที่เกิดความล่าช้า/สูญหาย/ชำรุด/สิ่งของสูญหาย ให้บริการนำส่งสัมภาระตกค้าง/ล่าช้าให้กับผู้โดยสารถึงที่พัก, รวมถึงติดตามและจัดเก็บสิ่งของลืมบนเครื่องบิน ทั้งเที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศ

บริการควบคุมการบรรทุก ให้บริการในทุกเที่ยวบินของสายการบินไทย เที่ยวบินของสายการบินลูกค้า รวมทั้งเที่ยวบินเช่าเหมาลำ บริการวางแผนการบรรทุก คำนวณน้ำหนักของเครื่องบินเพื่อให้เกิดความสมดุล ควบคุมการบรรทุกผู้โดยสาร สัมภาระสินค้า และไปรษณีย์ภัณฑ์สำหรับเที่ยวบินขาออก (Loading) ให้เป็นไปตามแผนการบรรทุกภายในรอบเวลาที่กำหนด และส่งข้อมูลสำคัญของผู้โดยสารไปยังสถานีปลายทาง ทั้งนี้การปฏิบัติงานต้องคำนึงถึงความปลอดภัยสูงสุดทั้งในเรื่อง Safety และ Security สอดคล้องกับกฎข้อบังคับการบิน นอกจากนี้ ยังให้การให้บริการเที่ยวบินขาเข้า (Unloading) ควบคุมการนำสัมภาระลงจากเครื่องบิน และนำส่งถึงผู้โดยสารและหน่วยงานเกี่ยวข้องให้เป็นไปตามเวลาที่กำหนด

บริการสนับสนุนการให้บริการ เช่น ดูแลช่วยเหลือผู้โดยสารที่ประสบปัญหาต่างๆ ทั้งเที่ยวบินขาเข้า-ขาออก และผู้โดยสารต่อเครื่องหรือผู้โดยสารพลาดการต่อเที่ยวบิน (กรณีเที่ยวบินขาเข้าของบริษัทการบินไทยล่าช้า) ให้สามารถเดินทางต่อไปยังจุดหมายปลายทางได้อย่างราบรื่น ได้รับความสะดวก ปลอดภัยมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีการให้บริการพิเศษต่างๆ (Special Services) อาทิ การบริการเฉพาะบุคคลสำคัญ การบริการจัดโซนพิเศษสำหรับรับรองและตรวจรับบัตรโดยสารสำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่ง การบริการเช็กอินล่วงหน้าทางโทรศัพท์สำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่ง รวมทั้งการให้บริการผู้โดยสารสูงอายุ ผู้พิการ ผู้ป่วยที่แพทย์รับรองการเดินทาง และผู้โดยสารเดินทางล่าช้า ที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปี เป็นต้นพร้อมทั้งยังมีเคาน์เตอร์ Customer Service ให้บริการสอบถามข้อมูลการเดินทาง สำรองที่นั่ง เปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน (Information and Reservation) และบริการข้อมูล Royal Orchid Plus เบื้องต้นแก่ผู้โดยสารอีกด้วย

บริการพิเศษเฉพาะลูกค้าของหน่วยงานเอกชน (Non-Customer Airlines Services) อาทิ ธนาคาร และบริษัทเอกชนต่างๆ ที่ต้องการให้บริษัทฯ อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าของตนเป็นพิเศษ เช่น บริการด้านการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ห้องรับรองพิเศษ และการบริการพิเศษต่างๆ ตามที่ระบุไว้ในสัญญาการให้บริการ

บริการสายการบินลูกค้า (Customer Airlines Services) ให้บริการผู้โดยสาร สัมภาระ การควบคุมระวางบรรทุก ห้องรับรองพิเศษ และการบริการพิเศษต่างๆ ตามที่มีระบุไว้ในสัญญาการให้บริการ

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายการตลาดของฝ่ายบริการลูกค้าภาคพื้น เน้นการเพิ่มสัดส่วนของบริษัทฯ ในตลาดการให้บริการลูกค้าภาคพื้น ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยฝ่ายบริการลูกค้าภาคพื้นมีสายการบินลูกค้าจำนวน 29 สายการบิน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.67 นอกจากนี้ยังให้บริการเที่ยวบินของสายการบินไทยจำนวน 288 เที่ยวบิน สายการบินไทยสมายล์จำนวน 2,541 เที่ยวบิน และสายการบินลูกค้า จำนวน 1,347 เที่ยวบิน รวมเป็นจำนวน 4,176 เที่ยวบินคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.02 บริษัทคู่แข่งมีจำนวน 3 ราย ได้แก่ BFS, PG และ LST มีสัดส่วนทางตลาดอยู่ร้อยละ 40.6, 11.3 และ 1.8 ตามลำดับส่วนสายการบินที่มีการบริการภาคพื้นด้วยตนเองมีสัดส่วนอยู่ร้อยละ 5.4 และเที่ยวบินพิเศษอื่นๆ ร้อยละ 0.8 (ข้อมูล ณ Q3/2020) ทั้งนี้ ฝ่ายบริการลูกค้าภาคพื้นมีเป้าหมายเพิ่มสายการบินลูกค้ารายใหม่ และดึงลูกค้ารายเดิมซึ่งเปลี่ยนไปใช้บริการบริษัทคู่แข่งให้กลับมาใช้บริการจากบริษัทฯ

ในส่วนของการให้บริการ ณ ท่าอากาศยานภูมิภาคที่เชียงใหม่ หาดใหญ่ ภูเก็ต กระบี่ เชียงราย สุราษฎร์ธานี และอุบลราชธานี มีคู่แข่งแต่ละ 1 ราย โดยสัดส่วนทางการตลาดของบริษัท มากกว่าร้อยละ 80 ทั้งนี้ ท่าอากาศยานภูเก็ต เชียงใหม่ และกระบี่เป็นตลาดที่มีอุปสงค์ (Demand) มาก ทั้งสายการบินแบบฤดูกาล (Seasonal) และแบบเช่าเหมาลำ (Charter) รวมทั้งสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carriers) ซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

การให้บริการเที่ยวบินแบบเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ณ ท่าอากาศยานภายในประเทศจะพิจารณาดำเนินการตามที่สายการบินขอใช้บริการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งอำนวยความสะดวก ณ ท่าอากาศยานนั้นพร้อมทั้งหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการอำนวยความสะดวกโดยรวมถึงเที่ยวบินที่มีการกิจพิเศษต่างๆ ด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการเปิดให้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองของบริษัทท่าอากาศยานไทยฯ ที่ประกาศใช้มาตั้งแต่ปี 2557 เป็นโอกาสในการขยายรูปแบบบริการที่จะสามารถเพิ่มรายได้จากการให้บริการภาคพื้น ณ ท่าอากาศยานต่างๆ อีกทางหนึ่งด้วย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และการบริการ

ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออย่างยิ่งต่อการให้บริการลูกค้าภาคพื้นในทุกๆ ท่าอากาศยานคือแรงงาน เนื่องจากการเติบโตทางด้านธุรกิจการบินส่งผลทำให้แรงงานที่มีอยู่ในภาคอุตสาหกรรมการเดินทางอากาศหรือธุรกิจการบินมีการโยกย้ายไปยังสายการบินอื่นที่มีผลตอบแทนที่สูงกว่า หรือแม้แต่มีการไหลออกไปยังภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ มีค่าจ้างแรงงานที่ปรับสูงขึ้นหรือต่ำกว่าเล็กน้อยแต่ไม่ต้องเหนี่ยวนำจากการทำงานเป็นกะและความกดดันจากการให้บริการซึ่งทั้งบริษัท เองและคู่แข่งต่างได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกัน

เนื่องด้วยในปัจจุบันธุรกิจการบินมีการแข่งขันสูง ประกอบกับบริษัท ประสบภาวะขาดทุน ในส่วนของงานบริการลูกค้าภาคพื้นจึงได้ปรับลดการว่าจ้างแรงงานภายนอก (Outsources) และการจ้างเหมาบริการ (Out-Job) เพื่อบริหารต้นทุนให้ลดลงสามารถแข่งขันได้

ในขณะเดียวกันได้ดำเนินการวางแผนอัตรากำลังคนให้มีความเหมาะสม โดยจัดตารางการทำงานของพนักงานแต่ละกะให้สอดคล้องกับปริมาณเที่ยวบินที่ให้บริการ ทั้งสายการบินไทยและสายการบินลูกค้า ดำเนินการอบรมให้ความรู้แก่พนักงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพของพนักงานแต่ละคนให้ปฏิบัติหน้าที่ได้หลากหลายทักษะ (Multi Skill) ในหลายจุดบริการที่ให้บริการลูกค้า เช่น เช็กอิน (Check-in) และ บริเวณประตูขึ้นเครื่อง (Boarding Gate) เป็นต้น

ข) หน่วยธุรกิจ

3. ธุรกิจการบริการอุปกรณ์ภาคพื้น

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

ฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นได้รับอนุญาตจากบริษัท ท่าอากาศยานไทยฯ ให้เป็นผู้ประกอบการบริการอุปกรณ์ภาคพื้น ตามสัญญาที่ ทสท. 1-50/2549 โดยมีระยะเวลาของสัญญา 34 ปี นับตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน 2549 ถึง วันที่ 27 กันยายน 2583

ฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการให้บริการอุปกรณ์ภาคพื้นมากกว่า 50 ปี ในการให้บริการกับอากาศยานทุกประเภททั้งอากาศยานของบริษัทฯ และสายการบินลูกค้า

ประเภทของการให้บริการประกอบด้วย

1. การให้บริการขนถ่ายสัมภาระได้ทุกประเภทในรูปแบบของสัมภาระผู้โดยสาร สินค้าและไปรษณียภัณฑ์ทั้งเที่ยวบินขาเข้าและขาออก โดยการให้บริการดังกล่าวยังรวมถึงการขนถ่ายสินค้าขนาดใหญ่ที่ขนส่งด้วยอากาศยานแบบเครื่องบินขนส่งสินค้า (Freighter)
2. การให้บริการบันไดสำหรับใช้ขึ้น-ลง อากาศยาน การให้บริการขนส่งผู้โดยสารจากอาคารผู้โดยสารไปยังอากาศยาน และ/หรือจากอากาศยานมายังอาคารผู้โดยสาร ทั้งนี้ฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นสามารถให้บริการแก่ผู้โดยสาร VIP ด้วยรถโดยสารพิเศษที่มีความหรูหรา และทันสมัยเหมาะสมกับระดับของผู้โดยสารแต่ละประเภทรวมถึงการให้บริการผู้โดยสารป่วยหรือทุพพลภาพ
3. การให้บริการอากาศยานด้วยอุปกรณ์จ่ายกระแสไฟฟ้า อุปกรณ์ช่วยติดเครื่องยนต์ของอากาศยาน อุปกรณ์ส่งลมเย็นเพื่อช่วยปรับอุณหภูมิภายในห้องโดยสารของอากาศยาน การบริการขนถ่ายสิ่งปฏิกูลจากอากาศยาน การบริการเติมน้ำดื่มแก่อากาศยานด้วยมาตรฐานสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IDQP/IATA Drinking-Water Quality Pool) และเป็นไปตามข้อกำหนดของ WHO (World Health Organization) รวมถึงการให้บริการเคลื่อนย้ายอากาศยานภาคพื้นดิน
4. การให้บริการทำความสะอาดภายในอากาศยานทั้งประเภทอากาศยานจอดแวะ (Transit) และการทำความสะอาดขั้นโรงเก็บ (Deep Clean) ทั้งนี้การให้บริการทั้งสองประเภทนี้อยู่ในระดับของ Secure Clean เป็นการทำความสะอาดควบคู่ไปกับการตรวจเช็คด้านความมั่นคงการบินไปในเวลาเดียวกันและจากความทุ่มเทและการพัฒนาด้านบุคลากรอย่างต่อเนื่องทำให้การทำความสะอาดภายในอากาศยานได้รับรางวัลจาก Skytrax และได้รับการชมเชยจากสายการบินลูกค้ามาโดยตลอด
5. การให้บริการอากาศยานในสภาวะฉุกเฉินทั้งกรณีฉุกเฉินทางการแพทย์ที่เป็นการติดต่อจากโรคระบาด การเตรียมรับสภาวะฉุกเฉินเมื่ออากาศยานเกิดไฟไหม้ รวมถึงการย้ายฐานในกรณีทำอากาศยานสุวรรณภูมิไม่สามารถให้บริการได้ โดยการจัดทำเป็นแผนป้องกันและการฝึกเตรียมความพร้อมสำหรับรองรับเหตุฉุกเฉินร่วมกับบริษัท ทำอากาศยานไทยฯ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

นอกจากการให้บริการข้างต้นแล้ว ฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นยังมีขีดความสามารถในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์บริการภาคพื้น และตู้คอนเทนเนอร์บรรจุสัมภาระของผู้โดยสาร (ULD/Unit Loading Devices) ซึ่งผ่านการรับรองแหล่งซ่อม ULD จากสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.)

การบริการของฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นได้การรับรองคุณภาพสากลด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติการบินของสายการบิน IATA operation safety Audit (IOSA) และการรับรองคุณภาพสากลด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติการของผู้ให้บริการภาคพื้น IATA safety Audit for Ground operation (ISAGO) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่ได้รับความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมการบินมาตรฐานด้านคุณภาพ ISO 9001 และมาตรฐานด้านความมั่นคงการบินจากการตรวจประเมินจากหน่วยงานด้านความปลอดภัยในการเดินทางของประเทศสหรัฐอเมริกา (Transportation Security Administration, Department of Homeland Security: TSA) หน่วยงานด้านความปลอดภัยในการเดินทางของประเทศออสเตรเลีย (Office of Transport Security: OTS) ทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าการใช้บริการจากฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นจะได้รับความปลอดภัยตามมาตรฐานคุณภาพการให้บริการในระดับสากลและมีความมั่นคงทางการบินสูงสุด

นอกจากการให้บริการอุปกรณ์ภาคพื้นที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิแล้ว ฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นยังให้บริการที่ทำอากาศยานภูมิภาคอีก 10 แห่ง ประกอบด้วยทำอากาศยานดอนเมือง ทำอากาศยานเชียงใหม่ ทำอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ทำอากาศยานภูเก็ต ทำอากาศยานหาดใหญ่ ทำอากาศยานกระบี่ ทำอากาศยานอุดรธานี ทำอากาศยานอุตุตะเปา

ท่าอากาศยานขอนแก่น และท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี อย่างไรก็ตามหากท่าอากาศยานนอกเหนือไปจากที่ให้บริการข้างต้นมีความจำเป็นที่ต้องใช้การบริการอุปกรณ์ภาคพื้น อาทิ การบริการเที่ยวบินพิเศษ VVIP และ VIP โดยเครื่องบินกองทัพอากาศหรือการบริการเที่ยวบินเช่าเหมาลำ (Charter) เช่น การบริการเที่ยวบินอัญญาณ์ ท่าอากาศยานนราธิวาส เป็นต้น ฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นสามารถนำอุปกรณ์ภาคพื้นจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิหรือท่าอากาศยานข้างเคียงมาให้บริการได้อย่างเต็มขีดความสามารถ

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

การบริการอุปกรณ์ภาคพื้นที่สนามบินสุวรรณภูมิมีคู่แข่ง 1 ราย โดยฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นมีสายการบินลูกค้า 36 สายการบิน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.38 นอกจากนี้ยังให้บริการเที่ยวบินของสายการบินไทยและสายการบินไทยสมายล์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.71 รวมเป็นสัดส่วนทั้งหมดร้อยละ 42.26 บริษัทคู่แข่งมีสัดส่วนทางตลาดร้อยละ 51.72 (ข้อมูล ณ Q3/2020) ทั้งนี้ ฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นต้องมีศักยภาพในการรักษาฐานลูกค้าเดิม และแสวงหาลูกค้าใหม่เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง โดยการนำข้อมูลจากลูกค้าทั้งข้อมูลด้านการร้องเรียน (Complaint) และข้อมูลด้านการวัดความพึงพอใจมาศึกษา วิเคราะห์และวางแผนการทำงานเพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการเป็นไปตามมาตรฐานและเกิดความพึงพอใจในการรับบริการอย่างสูงสุด

สำหรับการหาลูกค้าใหม่นั้น ฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นได้ใช้จุดแข็ง คือ การบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพจำนวนอุปกรณ์ที่ทันสมัยและครบครัน โดยให้บริการจากพนักงานที่เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์โดยผ่านการฝึกอบรมที่ได้ตามมาตรฐานสากล รวมถึงการมีหน่วยงานควบคุมการบริการภาคพื้นที่มีขีดความสามารถในการตัดสินใจ ทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการ

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และการบริการ

ปัจจัยสำคัญในการให้บริการอุปกรณ์ภาคพื้น คือ อุปกรณ์และแรงงาน ในด้านของอุปกรณ์ ฝ่ายบริการภาคพื้นได้จัดทำโครงการวางแผนอุปกรณ์ภาคพื้น (Ground Equipment Services Fleet Plan) เพื่อรองรับฝูงบินของบริษัทฯ และสายการบินลูกค้าและเพื่อให้มีอุปกรณ์ที่พร้อมและเพียงพอต่อการให้บริการและทันสมัยอยู่เสมอโดยมีค่าใช้จ่ายในการจัดหาอุปกรณ์และการซ่อมบำรุงต่ำที่สุด ส่วนในด้านแรงงานนั้นได้ดำเนินการว่าจ้างแรงงานทั้งแบบจัดจ้างคนภายนอก (Outsources) และแบบเหมางานบริการ (Out-job) โดยแรงงานจะได้รับการอบรมภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติจากฝ่ายฝึกอบรมตามมาตรฐานของท่าอากาศยานและมาตรฐานสากลรวมทั้งการพัฒนาแรงงานเดิมให้มีขีดความสามารถในการควบคุมการใช้งานอุปกรณ์ได้หลากหลายประเภท (Multi Skill) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการอุปกรณ์และมีแรงงานเพียงพอต่อการปฏิบัติงานรวมถึงมีการบริหารต้นทุนให้อยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้ฝ่ายบริการอุปกรณ์ภาคพื้นได้จัดทีมงานวิศวกรรมศึกษาวิเคราะห์และจัดหาอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเหมาะสมกับพื้นที่ในการทำงานและอากาศยานทุกประเภท เช่น รถลากจูงขบวนสัมภาระแบบใช้ระบบไฟฟ้า (Electric Towing Tractor) เป็นรถที่ใช้ระบบไฟฟ้าในการขับเคลื่อนสำหรับลากจูงตู้สัมภาระเป็นการตอบสนองต่อโครงการ Green Airport ซึ่งทำให้ประหยัดต้นทุนในการดำเนินการและรักษาสภาพแวดล้อมไปในคราวเดียวกัน

ข) หน่วยธุรกิจ
4. ธุรกิจครัวการบิน

ครัวการบิน เป็นหน่วยธุรกิจหนึ่งที่สนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทฯ มีการพัฒนา และเจริญเติบโตก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสร้างรายได้ และผลกำไรให้บริษัทฯ มาโดยตลอด ในปี 2562 ครัวการบินสามารถสร้างรายได้กว่า 8,533.5 ล้านบาท

ครัวการบิน มีฐานการปฏิบัติการ 3 แห่ง ดังนี้

1. ครัวการบิน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตั้งอยู่ในเขตปลอดอากร บนพื้นที่ประมาณ 120,000 ตารางเมตร ดำเนินการผลิตอาหาร เพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสารในเที่ยวบินระหว่างประเทศของบริษัทฯ และสายการบินชั้นนำ
2. ครัวการบิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง มีพื้นที่ประมาณ 40,200 ตารางเมตร ดำเนินการผลิตอาหาร เพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสารที่ขากลับในเที่ยวบินภายในประเทศของ บริษัทฯ และผู้โดยสารของสายการบินชั้นนำอื่นๆ ที่ทำการบินจาก ท่าอากาศยานดอนเมือง นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจภาคพื้นอื่นๆ อาทิ ธุรกิจภัตตาคาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย ธุรกิจเบเกอรี่พัฟฟ์แอนด์พาย (Puff & Pie) ธุรกิจให้บริการจัดเลี้ยงทั้งในและนอกสถานที่ ร้านอาหารสวัสดิการพนักงาน ธุรกิจการบริการอาหารในโรงพยาบาล และธุรกิจการบริการอาหารในห้องรับรองพิเศษของสายการบิน (Airline Lounge) เป็นต้น เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ครัวการบินได้พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ รวมถึงการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
3. ครัวการบิน ณ ท่าอากาศยานกระบี่ มีพื้นที่ 1,200 ตารางเมตร ดำเนินการผลิตอาหารเพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสารที่ขากลับในเที่ยวบินภายในประเทศของ บริษัทฯ และสายการบินชั้นนำอื่นๆ และสายการบินเช่าเหมาลำจากยุโรป

กระบวนการผลิตอาหารและการให้บริการของครัวการบิน ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นที่ยอมรับจากสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศและองค์การอนามัยโลก ประกอบด้วย ระบบการจัดการคุณภาพ (ISO 9001 : 2015) ระบบการประกันความปลอดภัยของอาหาร (Hazard Analysis and Critical Control Points : HACCP) ระบบการจัดการสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practices : GMP) โดยได้บูรณาการทั้งสามระบบข้างต้นเป็นระบบ QHS (Quality-Hygiene-Safety) นอกจากนี้ ครัวการบินยังได้รับการรับรองระบบการผลิตอาหารฮาลาล (HALAL & HAL-Q) ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) และมีการเตรียมความพร้อมเพื่อขอการรับรองระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (ระบบ ISO 45001 เพื่อทดแทน ระบบ OHSAS 18001)

จากประสบการณ์กว่า 60 ปี ฝ่ายครัวการบินดำเนินการโดยคำนึงถึงคุณภาพ การให้บริการที่เป็นเลิศ ส่งผลให้ครัวการบินได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า และได้รับรางวัลที่ทรงเกียรติต่างๆ อาทิ รางวัล Skytrax ประเภทการให้บริการอาหารบนเครื่องบินชั้นประหยัดยอดเยี่ยมใน ปี 2017 และ 2018 (Best Economy Class Onboard Catering) รางวัล 2017 Excellent Catering Service Award จากสายการบิน EVA Air (BR) รางวัล Honorable Award for Excellent Service 2017 จากสายการบิน China Eastern Airlines (MU) รวมถึงในปี 2017 ได้รับรางวัลชนะเลิศสายการบินที่ให้บริการอาหารบนเครื่องบินยอดเยี่ยม ประจำปี 2017 (Best Inflight Food 2017) จาก IFSA Compass Awards รางวัล Bronze Medal "Sky Delight Awards 2017" จากงาน Sky Service Forum 2017 รางวัล Best Catering Award 2018 จากสายการบิน AirChina (CA) รางวัล Best Performance of 2018 จากสายการบิน Asiana Airlines (OZ) ประเทศเกาหลี และรางวัลสายการบินที่ให้บริการอาหารบนเครื่องบินยอดเยี่ยมอันดับ 1 ของภูมิภาคเอเชีย ปี 2019 และ 2020 จาก PAX International Readership Awards ซึ่งได้รับการโหวตจากผู้โดยสารถึงความประทับใจในอาหารที่ให้บริการบนเครื่องบินของสายการบิน Thai Airways International Public Company limited รวมถึงได้รับรางวัลผู้ประกอบการดีเยี่ยมประจำปี 2017 และ 2018 จาก บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และได้เป็นองค์กรรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาผู้ประกอบการอาหารไทย

ขนมอบ เบเกอรี่ และการโรงแรม จากสถาบันรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สำนักนายกรัฐมนตรี โดยปี 2018 รับรองได้ 297 คน และปี 2019 รับรองได้ 321 คน รางวัลระดับนานาชาติเหล่านี้ เป็นเครื่องยืนยันคุณภาพและการบริการของครัวการบิน ซึ่งนับเป็นความภาคภูมิใจของฝ่ายครัวการบินเป็นอย่างยิ่ง

เนื่องจาก ตั้งแต่ต้นปี 2563 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ขึ้นอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลหลายประเทศได้ออกมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) อย่างเข้มงวดโดยห้ามเดินทางไปประเทศเสี่ยง จำกัดการเดินทางเข้าออกประเทศ ทำให้บริษัทฯ และลูกค้าสายการบินเกือบทั้งหมดต้องหยุดทำการบินชั่วคราว ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของฝ่ายครัวการบิน โดยเฉพาะธุรกิจผลิตอาหาร เพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสารเที่ยวบินซึ่งลดลงเป็นอย่างมาก ส่วนธุรกิจภาคพื้น ยังสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ จากผลกระทบดังกล่าวได้ส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างรุนแรง ฝ่ายครัวฯ จึงได้เร่งดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อหารายได้เพิ่ม โดยโครงการพิเศษแรก คือ “ออร์ยลันฟ้า...ไม่ต้องบินก็ฟินได้” ณ โถงอาคาร 1 สำนักงานใหญ่ และต่อยอดไปเปิดให้บริการที่ห้องอาหาร “Royal Orchid Dining Experience” ของสำนักงานใหญ่ และได้ขยายพื้นที่โครงการไปที่สำนักงานขายสลิ้มและหลานหลวง ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โครงการทำธุรกิจร่วมกับลูกค้ากลุ่ม B2B ได้แก่ 7-Eleven, McThai, Tops, Amazon, อินทนิล การขยายพันธมิตรทางธุรกิจ การขยายสาขาธุรกิจร้านเบเกอรี่พัฟฟ์แอนด์พาย (Puff & Pie) การออก Event ที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม และอื่นๆ เพื่อเป็นการพัฒนาและขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ขยายฐานลูกค้า และให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้นกลยุทธ์การเพิ่มรายได้ด้วย Digital Marketing มีการขายสินค้าผ่านทาง Wongnai Line-man, Grab และ Robinhood เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รวมถึงการปรับปรุงการจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ปัจจุบัน บริษัทฯ อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ การบริหารจัดการต่างๆ จะดำเนินไปตามแผนฟื้นฟูกิจการที่ได้รับการอนุมัติจากศาล โดยฝ่ายครัวฯ ได้รับมอบหมายให้ดำเนินโครงการเพื่อสร้างรายได้และลดค่าใช้จ่ายให้กับบริษัทฯ ได้แก่ โครงการ Expand Puff Pie through Franchising Model, โครงการ Distribute bakery to retailers, โครงการ Expand Puff Pie through TG own store, โครงการ New Hero Menu, โครงการ Expand Pathonggo through Franchising Model และ โครงการ Expand DC Restaurant Business เป็นต้น

ค) กิจการอื่นๆ

นอกจากนี้ยังมีกิจการอื่นที่เป็นธุรกิจสนับสนุนการขนส่ง ได้แก่ ธุรกิจบริการซ่อมบำรุงอากาศยาน ธุรกิจบริการอำนวยความสะดวกการบิน ธุรกิจจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบิน และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค) กิจการอื่นๆ

1. ธุรกิจบริการซ่อมบำรุงอากาศยาน

ฝ่ายช่าง เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจรับผิดชอบในการซ่อมบำรุงอากาศยานของบริษัทฯ ตั้งแต่เริ่มเข้าประจำฝูงบิน จนกระทั่งปลดประจำการและจำหน่ายออกจากฝูงบิน ให้คงสภาพความสมควรเดินอากาศ โดยให้มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนดของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) และองค์กรต่างๆ ที่ควบคุมสายการบินพาณิชย์ตามที่

บริษัทฯ ตกลงรับที่จะผูกพัน ซึ่งมุ่งเน้นความปลอดภัยสูงสุด และนอกจากนี้ ฝ่ายช่างยังให้บริการซ่อมบำรุงอากาศยานของสายการบินลูกค้าอีกด้วย

การซ่อมบำรุงอากาศยานของฝ่ายช่างประกอบด้วยงานหลัก ดังนี้

1. งานซ่อมบำรุงอากาศยานชั้นลานจอด (Line Maintenance) เป็นการให้บริการตรวจทางเทคนิคและการซ่อมบำรุงอากาศยานทุกครั้งที่มีการจอดแวะ (Transit) การบินกลับต้นทาง (Turnaround) ตลอดจนการจอดค้างคืน (Night Stop) ที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง และท่าอากาศยานอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการซ่อมบำรุงอากาศยาน ตามระยะเวลาบินหรือชั่วโมงบิน ดำเนินการที่ศูนย์ซ่อมอากาศยาน ฐานปฏิบัติการสุวรรณภูมิ ดอนเมืองและอุตะเภ

2. งานซ่อมบำรุงชั้นโรงงาน (Heavy/Base Maintenance) เป็นการให้บริการตรวจทางเทคนิคและการซ่อมบำรุงอากาศยาน ทั้งลำตัวอากาศยาน (Airframe) เครื่องยนต์ (Engine) อุปกรณ์ (Component) และส่วนประกอบต่างๆ ตามระยะเวลาบินหรือชั่วโมงบิน ดำเนินการที่ศูนย์ซ่อมอากาศยานฐานปฏิบัติการดอนเมือง อุตะเภ และสุวรรณภูมิ

การดำเนินการซ่อมบำรุงอากาศยานของฝ่ายช่างในแต่ละงานตามที่กล่าวข้างต้นนั้น ฝ่ายช่างต้องมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์และผ่านกระบวนการตรวจสอบจนได้รับการรับรองขีดความสามารถจากสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) และจากองค์กรควบคุมการบินต่างๆ เช่น สำนักงานบริหารการบินแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (Federal Aviation Administration - FAA) และสำนักงานความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป (European Aviation Safety Agency - EASA) เป็นต้น

นอกจากงานหลักในการซ่อมบำรุงอากาศยาน เครื่องยนต์ และอุปกรณ์อากาศยานแล้ว ฝ่ายช่างยังให้บริการทำสีลำตัวอากาศยาน (Exterior Aircraft Painting) ให้กับสายการบินต่างๆ ที่ท่าอากาศยานดอนเมือง รวมทั้งให้บริการล้างทำความสะอาดลำตัวอากาศยานให้กับสายการบินต่างๆ ที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานดอนเมือง เพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสายการบิน อีกทั้งยังช่วยให้ประหยัดพลังงานเชื้อเพลิงและช่วยลดมลภาวะด้านสิ่งแวดล้อม

การซ่อมบำรุงอากาศยานเป็นภารกิจที่ต้องใช้เงินทุนสูงทั้งด้านบุคลากร วัสดุ โรงซ่อม อุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ให้เป็นไปตามมาตรฐาน และต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้ทันเทคโนโลยีอากาศยานที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เพื่อมุ่งเน้นให้ผู้โดยสารและผู้ที่ใช้งานอากาศยานที่ฝ่ายช่างให้บริการ ได้รับความสะดวกสบายและมีความปลอดภัยสูงสุด

ค) กิจกรรมอื่น ๆ

2. ธุรกิจสนับสนุนการขนส่ง

กิจการสนับสนุนการขนส่งประกอบด้วย การให้บริการอำนวยความสะดวกการบิน การจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบิน และการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

- การให้บริการอำนวยความสะดวกการบิน (Flight Dispatch Services) เป็นการให้บริการวางแผนการบินและจัดเตรียมข้อมูลรายละเอียดของเส้นทางบิน พยากรณ์อากาศ รวมทั้งเอกสารการบินที่เกี่ยวข้องอื่นๆ แก่เที่ยวบินของบริษัทฯ และเที่ยวบินของสายการบินลูกค้า ให้เป็นไปตามกฎระเบียบการบินสากล และข้อกำหนดตามที่ระบุในสัญญา เพื่อให้เที่ยวบินสามารถปฏิบัติการบินไปถึงที่หมายอย่างปลอดภัย
- บริษัทฯ ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลง การจำหน่ายสินค้าปลอดภาษี โดยศึกษาความเป็นไปได้ที่จะใช้ BIG DATA เพื่อเพิ่มยอดขายและไม่ผูกสัมพันธ์กับผู้ค้าเพียงรายเดียวเพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าได้มากขึ้น และกำลัง

พัฒนาเพื่อเพิ่มให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าที่เป็นบริการมากขึ้น เช่น การซื้อบริการ Limousine การซื้อบริการส่งกระเป๋าถึงโรงแรม การซื้อสินค้ากลับโดย LOAD มากับ CARGO และการส่งสินค้าที่บ้าน เป็นต้น ซึ่งน่าจะสามารถบริการได้จริงในการดำเนินงานหลัง COVID หรือกลับมาบินตามตารางบินปกติ

- การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (THAI Shop) บริษัทฯ ได้ดำเนินการเปิดร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก รวมทั้งสิ้น 4 แห่ง ประกอบด้วย สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ สำนักงานหลานหลวง สำนักงานเชียงใหม่ และ ศูนย์ปฏิบัติการ (Operation Center : OPC) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อีกทั้งได้เปิดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ thaishop.thaiairways.com เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย รองรับลูกค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ สอดคล้องกับแนวโน้มการซื้อของที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

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

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) อันประกอบด้วย กรรมการบริษัทฯ ซึ่งมีกรรมการอิสระร่วมอยู่ด้วย และฝ่ายบริหารกำหนดและทบทวนนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยงในด้านต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งกำกับดูแล ติดตามประสิทธิผลของการบริหารความเสี่ยงดังกล่าว เพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริหารและพนักงานมีการระบุความเสี่ยง ประเมินและจัดลำดับความสำคัญ สำหรับวางมาตรการป้องกัน แก้ไข ควบคุม และจัดการปัจจัยความเสี่ยงทั้งในระดับองค์กรและระดับฝ่ายที่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และเป็นระบบสอดคล้องกับมาตรฐาน (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission: COSO) ประกอบกับการรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและคณะกรรมการบริษัทฯ ในทุกไตรมาส ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าวเป็นไปเพื่อส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกฝ่ายขององค์กรใช้การบริหารความเสี่ยงเป็นเครื่องมือในการบริหารงาน

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื่องโดยตรงต่อการเดินทางทางอากาศ ทำให้จำนวนผู้โดยสารทางอากาศโดยรวมทั้งภายในและระหว่างประเทศลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ประกอบกับมาตรการการควบคุมการเดินทางเข้าออกระหว่างประเทศที่เข้มข้นตามประกาศสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย เรื่อง ห้ามอากาศยานทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยเป็นการชั่วคราว ตั้งแต่วันที่ 3 เมษายน 2563 เป็นต้นมา เป็นเหตุให้บริษัทฯ ต้องยกเลิกเที่ยวบินทั้งในประเทศและระหว่างประเทศเป็นการชั่วคราว คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้ให้ความเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อพิจารณาประเมินความเสี่ยง และจัดทำมาตรการป้องกันความเสี่ยงที่สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าวใน 3 กรณี คือ กรณีบริษัทฯ เปลี่ยนสถานะจากรัฐวิสาหกิจเป็นเอกชน กรณีบริษัทฯ เข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการฯ และกรณีบริษัทฯ กลับมาทำการบินหลัง COVID-19 อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้คำนึงถึงปัจจัยเสี่ยงและเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องของบริษัทฯ

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีผลกระทบต่อสถานะการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ดำเนินการมาตรการต่างๆ เพื่อปรับลดค่าใช้จ่าย เช่น ลดค่าใช้จ่ายพนักงาน โดยลดเงินเดือนรวมค่าตอบแทนของผู้บริหารและพนักงานตั้งแต่เดือน เม.ย.- ส.ค. 63 ต่อเนื่องด้วยโครงการ Together We Can เพื่อลดค่าใช้จ่ายเงินเดือน ตั้งแต่เดือน ส.ค.- เดือน ธ.ค. 63 ควบคุมค่าล่วงเวลา (Zero Overtime) เจรจาต่อรอง ขอยกเว้นค่าธรรมเนียม กพท. ทอท. บวท. และขอลดค่าใช้จ่ายกับคู่ค้า รวมทั้งเลื่อนชำระหนี้เงินกู้ ค่าเช่าเครื่องบิน ได้บางส่วน นอกจากนั้นแล้ว ดำเนินการขอเปลี่ยนการ Refund Ticket เป็น Travel Voucher แทน ทั้งนี้ สายการเงินการบัญชีมีการ

ติดตามและรายงานสถานะเงินสดในมือ และประมาณการสภาพคล่องของบริษัทฯ ต่อฝ่ายบริหารนโยบายบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ และต้องรายงานต่อผู้กำกับดูแล กระทรวงเจ้าสังกัด รวมถึงหน่วยงานอื่นๆ ที่กฎหมายกำหนดด้วย

2. ความเสี่ยงจากการหารายได้

สถานการณ์ของบริษัทฯ หลังเผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้บริษัทฯ ต้องเปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิง ในช่วงที่นานพ่ายังไม่เปิดเต็มรูปแบบ ทำให้บริษัทฯ ต้องหารายได้เสริม ซึ่งหนึ่งในกลยุทธ์การปรับตัวของสายการบินคือ การเพิ่มรายได้โดยอาศัย “ธุรกิจครัวการบิน” อาทิ โครงการร่อยล้นฟ้า ไม่ต้องบินก็ฟินได้ และ ปาท่องโก๋การบินไทย โดยมีแนวคิดที่จะขยายธุรกิจด้วยการทำแฟรนไชส์ปาท่องโก๋การบินไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมมากขึ้น และ การหารายได้เสริมจากการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น

3. ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

สืบเนื่องจากกระบวนการฟื้นฟูของบริษัทฯ ทำให้ผู้โดยสารขาดความมั่นใจในตราผลิตภัณฑ์ และมีการขอคืนบัตรโดยสาร รวมทั้ง สมาชิกรอยัล ออคิดเพลส ไม่สามารถแลกหรือใช้รางวัลของบริษัทฯ และสายการบินพันธมิตร

บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดต่อไปยังผู้โดยสารเพื่อขอเปลี่ยนการ Refund Ticket เป็น Travel Voucher แทน ยังมีการประชาสัมพันธ์แจ้งสมาชิกเป็นรายบุคคลผ่านอีเมล เพื่อแลกรางวัล “ไลฟ์สไตล์” เช่น Voucher The Mall และ Central เป็นต้น นอกจากนี้ สมาชิกสามารถคืนรางวัลบัตรโดยสารสายการบินพันธมิตรและรางวัลอื่นๆ โดยไม่เสียค่าธรรมเนียม รวมถึงคืนไมล์สะสมที่หมดอายุทั้งจำนวน และขยายอายุไมล์สะสมของสมาชิกไปจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564

4. ความเสี่ยงจากการถูกบอกเลิกสัญญาหรือไม่ได้สัญญาใหม่จากคู่ค้ารายสำคัญ

หลังจากที่ศาลล้มละลายกลางมีคำสั่งให้บริษัทฯ เข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการภายใต้สถานะ Automatic Stay นั้น อาจทำให้การดำเนินงานบางอย่างหยุดชะงัก อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการพิจารณาค่าใช้จ่ายตามแนวทางและคำแนะนำของที่ปรึกษากฎหมายอย่างรอบคอบ โดยพิจารณาจากรายจ่ายนั้นเป็นการดำเนินธุรกิจตามปกติ รายจ่ายนั้นหากไม่จ่ายจะทำให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงัก ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ และ รายจ่ายนั้นก่อให้เกิดกำไรกับบริษัทฯ

5. ความเสี่ยงจากกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจสายการบิน และเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งในฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบต่าง ๆ (กฎเกณฑ์) ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ดังนั้น หากบริษัทฯ หรือพนักงาน ปฏิบัติไม่ครบถ้วน ปฏิบัติผิดหรือไม่ได้ปฏิบัติตามที่กฎเกณฑ์กำหนด อาจทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ในเรื่องค่าปรับและเสียภาพลักษณ์ ซึ่งประเมินค่าความเสียหายไม่ได้ และอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ อาทิเช่น พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 หรือ Thailand's Personal Data Protection Act (PDPA) จะบังคับใช้ในวันที่ 27 พ.ค. 2563 โดย PDPA มีหลักการมาจากกฎหมาย GDPR ของสหภาพยุโรป (บังคับใช้ 25 พ.ค. 2561) ซึ่งมีบทลงโทษ ทางค่าปรับสูงมาก แต่ PDPA มีบทลงโทษทั้งทางแพ่ง อาญาและทางปกครอง ซึ่งบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน และเห็นถึงความสำคัญ ในการปฏิบัติตามกฎหมายฉบับดังกล่าว จึงได้เตรียมความพร้อม และเริ่มดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ อีกทั้ง สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ได้ประกาศให้สายการบินที่ทำการบินเข้า-ออก สหราชอาณาจักร ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ระบุใน UK Modern Slavery Act 2015 (MSA) ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามข้อกำหนดฉบับดังกล่าวอย่างครบถ้วน เช่นกัน

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2563 คณะรัฐมนตรี เห็นชอบการเลื่อนบังคับใช้บางมาตราใน พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 (PDPA) ออกไป 1 ปี เป็นวันที่ 27 พฤษภาคม 2564 จากเดิมจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 27 พฤษภาคม 2563

6. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กระบวนการคลังถือหุ้นในบริษัท ร้อยละ 47.86 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้ว ทั้งหมดของบริษัทฯ จึงทำให้กระบวนการคลัง สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่เกี่ยวข้องหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียง เพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์หลักของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

4.1.1 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

หน่วย: ล้านบาท

ประเภท	มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
เครื่องบินและเงินจ่ายล่วงหน้าค่าเครื่องบินและเครื่องยนต์	6,318
ค่าตกแต่งเครื่องบิน	4,131
อุปกรณ์การบินหมุนเวียน	12,500
เครื่องมือ โรงซ่อมและอุปกรณ์	2,712
ที่ดิน อาคารและค่าปรับปรุง	16,466
รวม	42,127

4.1.2 สินทรัพย์สิทธิการใช้

หน่วย: ล้านบาท

ประเภท	มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
ที่ดินและอาคาร	7,695
เครื่องบิน	109,005
อุปกรณ์	122
รวม	116,822

ลักษณะสำคัญของสินทรัพย์หลัก

เครื่องบิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีเครื่องบินที่ใช้ในการดำเนินงานจำนวน 103 ลำ และมีเครื่องบินที่ปลดระวางและอยู่ระหว่างดำเนินการขายจำนวน 15 ลำ รวมเป็นเครื่องบินทั้งหมดจำนวน 118 ลำ แบ่งเป็นเครื่องบินที่เป็นสินทรัพย์ของบริษัทฯ จำนวน 33 ลำ เครื่องบินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน (Financial Lease) จำนวน 31 ลำ และเครื่องบินภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน (Operating Lease) จำนวน 39 ลำ (เครื่องบินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงินและภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน บริษัทฯ แสดงเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทเครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	อายุเฉลี่ย (ปี)	เครื่องบิน ที่เป็น กรรมสิทธิ์ ของบริษัทฯ	เครื่องบิน ภายใต้สัญญา เช่าทางการเงิน (Financial Lease)	เครื่องบิน ภายใต้สัญญา เช่าดำเนินงาน (Operating Lease)	เครื่องบินที่ใช้ใน การดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2563
โบอิง 747-400	11	22.6	11	-	-	10
โบอิง 777-300	6	21.1	6	-	-	6
โบอิง 777-200ER	6	13.8	6	-	-	6
โบอิง 777-200	6	24.0	6	-	-	6
โบอิง 737-400	4	28.3	4	-	-	-
โบอิง 777-300ER	14	7.0	-	6	8	14
โบอิง 787-8	6	6.0	-	-	6	6
โบอิง 787-9	2	3.2	-	-	2	2
แอร์บัส 380-800	6	7.7	2	4	-	6
แอร์บัส 350-900	12	3.3	-	4	8	12
แอร์บัส 340-600	6	14.8	6	-	-	-
แอร์บัส 340-500	3	15.1	3	-	-	-
แอร์บัส 330-300	15	9.5	3	12	-	15
แอร์บัส 320-200	20	7.0	-	5	15	20
แอร์บัส 300-600R	1	27.8	1	-	-	-
รวม	118	11.7	48	31	39	103

Note: ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

เครื่องบินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน (Financial Lease) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

ประเภท เครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียด เครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุด สัญญาเช่า	ระยะเวลา คงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	สิ้นสุดวันที่ ⁽³⁾ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562
โบอิง 777-300ER	6	เครื่องบินพิสัยไกลสำหรับ เส้นทางข้ามทวีป	โบอิง 777-300ER # 14	21 ม.ค. 2569	5.1	6.1	1,771.50	1,786.91
			โบอิง 777-300ER # 15	10 ก.ค. 2569	5.5	6.5	2,313.42	2,285.70
			โบอิง 777-300ER # 16	27 ส.ค. 2569	5.7	6.7	2,410.23	2,289.76
			โบอิง 777-300ER # 17	20 ม.ค. 2570	6.1	7.1	2,862.16	2,812.35
			โบอิง 777-300ER # 18	22 มิ.ย. 2570	6.5	7.5	2,923.64	3,036.92
			โบอิง 777-300ER # 19	28 ก.ย. 2570	6.7	7.7	3,020.71	3,134.27
แอร์บัส A330-300	12	เครื่องบินพิสัยกลางสำหรับ เส้นทางบินในภูมิภาค	แอร์บัส 330-300 # 15	29 ม.ค. 2563	-	0.1	-	31.54
			แอร์บัส 330-300 # 16 ²⁾	23 มิ.ย. 2563	-0.5	0.5	16.40	64.47
			แอร์บัส 330-300 # 17 ²⁾	23 มิ.ย. 2563	-0.5	0.5	16.26	63.91
			แอร์บัส 330-300 # 18 ²⁾	23 มิ.ย. 2563	-0.5	0.5	16.23	63.81

ประเภท เครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียด เครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุด สัญญาเช่า	ระยะเวลา คงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	สิ้นสุดวันที่ ⁽³⁾ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562
			แอร์บัส 330-300 # 19 ²⁾	29 ก.ย. 2563	-0.3	0.7	64.39	111.40
			แอร์บัส 330-300 # 20 ²⁾	29 ก.ย. 2563	-0.3	0.7	64.75	112.02
			แอร์บัส 330-300 # 21	16 พ.ย. 2566	2.9	3.9	783.13	812.25
			แอร์บัส 330-300 # 22	6 ธ.ค. 2566	2.9	3.9	859.03	834.91
			แอร์บัส 330-300 # 23	23 ก.พ. 2567	3.1	4.2	875.52	865.55
			แอร์บัส 330-300 # 24	18 ก.ย. 2570	6.7	7.7	971.91	931.57
			แอร์บัส 330-300 # 25	19 ต.ค. 2570	6.8	7.8	967.75	969.28
			แอร์บัส 330-300 # 26	16 ม.ค. 2571	7.0	8.0	863.45	863.74
			แอร์บัส 330-300 # 27	22 เม.ย. 2571	7.3	8.3	933.54	929.68
แอร์บัส A380-800	4	เครื่องบินพิสัยไกลขนาดใหญ่ มากสำหรับเส้นทางบินข้ามทวีป	แอร์บัส 380-800 # 1	26 ก.ย. 2567	3.7	4.7	1,832.34	1,833.91
			แอร์บัส 380-800 # 2	28 พ.ย. 2567	3.9	4.9	2,044.89	2,040.99
			แอร์บัส 380-800 # 3	20 ธ.ค. 2567	4.0	5.0	2,382.05	2,290.86
			แอร์บัส 380-800 # 4	21 มี.ค. 2568	4.2	5.2	2,632.72	2,526.12

ประเภท เครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียด เครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุด สัญญาเช่า	ระยะเวลา คงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	สิ้นสุดวันที่ ⁽³⁾ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562
แอร์บัส A320-200	5	เครื่องบินพิสัยใกล้สำหรับ เส้นทางบินในประเทศและ ภูมิภาค	แอร์บัส 320-200 # 16	16 ต.ค. 2569	5.8	6.8	589.87	634.43
			แอร์บัส 320-200 # 17	03 ธ.ค. 2569	5.9	6.9	610.97	634.51
			แอร์บัส 320-200 # 18	20 ม.ค. 2570	6.1	7.1	637.53	622.21
			แอร์บัส 320-200 # 19	08 ต.ค. 2570	6.8	7.8	819.02	839.31
			แอร์บัส 320-200 # 20	05 พ.ย. 2570	6.8	7.9	819.79	839.83
แอร์บัส A350-900	4	เครื่องบินพิสัยไกลขนาดใหญ่ สำหรับเส้นทางบินข้ามทวีป	แอร์บัส 350-900 # 3	21 เม.ย. 2572	8.3	9.3	2,813.21	2,837.83
			แอร์บัส 350-900 # 4	14 มิ.ย. 2572	8.5	9.5	2,664.47	2,747.76
			แอร์บัส 350-900 # 9	31 ม.ค. 2576	12.1	13.1	3,186.05	3,510.67
			แอร์บัส 350-900 # 12	2 พ.ค. 2573	9.3	10.3	3,113.87	3,097.57
รวม	31						45,880.80	46,456.04

เครื่องบินภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน (Operating Lease) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

ประเภทเครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียดเครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุดสัญญาเช่า	ระยะเวลาคงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ⁽¹⁾ (ล้านบาท)		สิทธิการซื้อเครื่องบินเมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่าดำเนินงาน
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	สิ้นสุดวันที่ ⁽³⁾ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	
โบอิง 777-300ER	8	เครื่องบินพิสัยไกลสำหรับเส้นทางบินข้ามทวีป	โบอิง 777-300ER # 6	2 ส.ค. 2567	3.6	4.6	1,683.89	2,111.44	
			โบอิง 777-300ER # 7	30 ต.ค. 2567	3.8	4.8	1,790.03	2,195.65	
			โบอิง 777-300ER # 8	7 มี.ค. 2568	4.2	5.2	1,939.98	2,411.21	
			โบอิง 777-300ER # 9	9 เม.ย. 2568	4.3	5.3	1,981.74	2,454.55	
			โบอิง 777-300ER # 10	11 มิ.ย. 2568	4.4	5.4	2,058.92	2,540.88	
			โบอิง 777-300ER # 11	19 ก.ค. 2568	4.6	5.6	2,118.61	2,585.06	
			โบอิง 777-300ER # 12	26 ส.ค. 2568	4.7	5.7	2,159.14	2,629.45	
			โบอิง 777-300ER # 13	22 ต.ค. 2568	4.8	5.8	2,264.18	2,718.14	
โบอิง 787-8	6	เครื่องบินพิสัยไกลสำหรับเส้นทางบินในภูมิภาคและเส้นทางบินข้ามทวีป	โบอิง 787-8 # 1	16 ก.ค. 2569	5.5	6.5	2,516.04	2,699.45	
			โบอิง 787-8 # 2	15 ก.ย. 2569	5.7	6.7	2,588.50	2,772.44	
			โบอิง 787-8 # 3	29 ต.ค. 2569	5.8	6.8	2,675.02	2,807.35	
			โบอิง 787-8 # 4	9 ธ.ค. 2569	5.9	6.9	2,664.28	2,883.72	

ประเภท เครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียด เครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุด สัญญาเช่า	ระยะเวลา คงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ⁽¹⁾ (ล้านบาท)		สิทธิการซื้อ เครื่องบิน เมื่อสิ้นสุด สัญญาเช่า ดำเนินงาน
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	สิ้นสุดวันที่ ⁽³⁾ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	
			โบอิง 787-8 # 5	17 เม.ย. 2570	6.3	7.3	2,870.67	3,058.27	
			โบอิง 787-8 # 6	7 ส.ค. 2570	6.6	7.6	3,029.43	3,218.77	
โบอิง 787-9	2	เครื่องบินพิสัยไกลสำหรับ เส้นทางบินในภูมิภาคและ บินข้ามทวีป	โบอิง 787-9 # 1	14 ก.ย. 2572	8.7	9.7	5,029.67	5,277.90	
			โบอิง 787-9 # 2	30 ต.ค. 2572	8.8	9.8	5,128.18	5,331.59	
แอร์บัส 350-900	8	เครื่องบินพิสัยไกล ขนาดใหญ่สำหรับเส้นทาง บินข้ามทวีป	แอร์บัส 350-900 # 1	29 ส.ค. 2571	7.7	8.7	4,267.86	4,722.38	
			แอร์บัส 350-900 # 2	11 ต.ค. 2571	7.8	8.8	4,300.17	4,759.23	
			แอร์บัส 350-900 # 5	13 ก.ค. 2572	8.5	9.5	4,333.36	5,072.68	
			แอร์บัส 350-900 # 6	31 ส.ค. 2572	8.7	9.7	4,401.91	5,129.75	
			แอร์บัส 350-900 # 7	22 ก.ย. 2572	8.7	9.7	4,453.22	5,184.90	
			แอร์บัส 350-900 # 8	26 ม.ค. 2573	9.1	10.1	4,710.27	5,469.90	
			แอร์บัส 350-900 # 10	21 ก.พ. 2573	9.1	10.2	4,802.08	5,548.66	
			แอร์บัส 350-900 # 11	14 มี.ค. 2573	9.2	10.2	4,848.96	5,604.30	



ประเภท เครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียด เครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุด สัญญาเช่า	ระยะเวลา คงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ⁽¹⁾ (ล้านบาท)		สิทธิการซื้อ เครื่องบิน เมื่อสิ้นสุด สัญญาเช่า ดำเนินงาน
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	สิ้นสุดวันที่ ⁽³⁾ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	
แอร์บัส 320-200	15	เครื่องบินพิสัยไกลสำหรับ เส้นทางบินภายในประเทศ และภูมิภาค	แอร์บัส 320-200 # 1	29 มิ.ย. 2567	3.5	4.5	336.73	431.47	
			แอร์บัส 320-200 # 2	8 ส.ค. 2567	3.6	4.6	345.56	449.82	
			แอร์บัส 320-200 # 3	17 ส.ค. 2567	3.6	4.6	344.89	453.40	
			แอร์บัส 320-200 # 4	28 ก.ย. 2567	3.7	4.7	368.81	462.69	
			แอร์บัส 320-200 # 5	17 ม.ค. 2568	4.0	5.1	382.57	499.92	
			แอร์บัส 320-200 # 6	28 มี.ค. 2568	4.2	5.2	419.67	519.22	
			แอร์บัส 320-200 # 7	23 ต.ค. 2568	4.8	5.8	520.31	554.61	
			แอร์บัส 320-200 # 8	29 ต.ค. 2568	4.8	5.8	520.31	554.61	
			แอร์บัส 320-200 # 9	19 พ.ย. 2568	4.9	5.9	520.92	562.65	
			แอร์บัส 320-200 # 10	4 ธ.ค. 2568	4.9	5.9	528.92	570.68	
			แอร์บัส 320-200 # 11	31 ม.ค. 2569	5.1	6.1	540.93	578.72	
			แอร์บัส 320-200 # 12	18 ก.พ. 2569	5.1	6.1	544.93	587.30	
			แอร์บัส 320-200 # 13	20 พ.ค. 2569	5.4	6.4	573.11	612.72	
			แอร์บัส 320-200 # 14	20 มิ.ย. 2569	5.5	6.5	581.34	621.84	

ประเภท เครื่องบิน	จำนวน (ลำ)	ลักษณะสำคัญ	รายละเอียด เครื่องบิน (ลำที่)	วันสิ้นสุด สัญญาเช่า	ระยะเวลา คงเหลือตามสัญญา (ปี)		ยอดคงเหลือของภาระผูกพัน ⁽¹⁾ (ล้านบาท)		สิทธิการซื้อ เครื่องบิน เมื่อสิ้นสุด สัญญาเช่า ดำเนินงาน
					สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	สิ้นสุดวันที่ ⁽³⁾ 31 ธันวาคม 2563	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	
			แอร์บัส 320-200 # 15	26 ก.ย. 2569	5.7	6.7	605.56	648.39	
รวม	39						85,750.67	97,295.71	

หมายเหตุ :


- ¹⁾ ภาระผูกพันที่บริษัทฯ ต้องจ่ายให้แก่ผู้ให้เช่า ซึ่งตามสัญญากำหนดไว้เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ คำนวณเป็นมูลค่าสกุลเงินบาท ด้วยอัตราแลกเปลี่ยนตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย
- ²⁾ บริษัทฯ ใช้สิทธิซื้อคืนเครื่องบินตามสัญญา (Purchase Option) แต่ไม่สามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จได้ เนื่องจากบริษัทฯ อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ การบริหารจัดการต่างๆ จะดำเนินไปตามแผนฟื้นฟูกิจการที่ได้รับอนุมัติจากศาลล้มละลายกลาง
- ³⁾ ยอดคงเหลือของภาระผูกพันอ้างอิงสัญญาเช่าปัจจุบัน โดยได้มีการหักยอดเงินมัดจำตามจำนวนที่ผู้ให้เช่าได้ใช้สิทธิหักกลบลบหนี้ และได้แจ้งมาเป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว
- ยอดคงเหลือของภาระผูกพันอาจมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อแผนฟื้นฟูกิจการของบริษัทฯ ได้รับการเห็นชอบตามกฎหมายแล้วและคู่สัญญาได้มีการเข้าทำสัญญาแก้ไขสัญญาเช่าปัจจุบันเรียบร้อยแล้ว





สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญประเภทเครื่องหมายการค้าที่ยังใช้งานอยู่ในปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

เครื่องหมายการค้า/บริการ	สำหรับสินค้า/บริการ	วันที่จดทะเบียน
<p>1. รูปแบบตราสัญลักษณ์บริษัท</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • สินค้ากระดาดหัวจดหมาย นิตยสาร 	<p>จด ณ วันที่ 17 มี.ค. 2524 ต่ออายุลงวันที่ 16 มี.ค. 2554 สิ้นสุดวันที่ 16 มี.ค. 2564</p>
<p>2. รูปแบบตราสัญลักษณ์บริษัท</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้า รับจ้างขนของ รับฝากของ • บริการดำเนินการจัดการโรงแรม จัดหาที่พักอาศัย จองโรงแรม การจัดหาอาหารและบริการ • บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องบิน 	<p>จด ณ วันที่ 20 ต.ค. 2536 ต่ออายุลงวันที่ 14 พ.ย. 2556 สิ้นสุดวันที่ 19 ต.ค. 2566</p>
<p>3. รูปลักษณ์ตัวอักษร ใช้ประกอบตราสัญลักษณ์ ภาษาอังกฤษ (ใหม่)</p> <p>THAI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องบิน • บริการโรงแรม จัดหาที่พักชั่วคราว จองโรงแรม จัดการอาหารและเครื่องดื่ม • บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้า รับจ้างขนของ รับฝากของ 	<p>จด ณ วันที่ 6 มิ.ย. 2550 ต่ออายุลงวันที่ 22 ก.ย. 2560 สิ้นสุดวันที่ 5 มิ.ย. 2570</p>
<p>4. รูปลักษณ์ตัวอักษร ใช้ประกอบตราสัญลักษณ์ ภาษาไทย (ใหม่)</p> <p>ไทย</p>	<ul style="list-style-type: none"> • บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องบิน • บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้า รับจ้างขนของ รับฝากของ • บริการโรงแรม จัดหาที่พักชั่วคราว จองโรงแรม จัดการอาหารและเครื่องดื่ม 	<p>จด ณ วันที่ 6 มิ.ย. 2550 ต่ออายุลงวันที่ 22 ก.ย. 2560 สิ้นสุดวันที่ 5 มิ.ย. 2570</p>

เครื่องหมายการค้า/บริการ	สำหรับสินค้า/บริการ	วันที่จดทะเบียน
<p>5. Slogan อังกฤษใช้ประกอบตราสัญลักษณ์</p> <p><i>Smooth as silk</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้า รับจ้างขนของ รับฝากของ บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องบิน บริการดำเนินกิจการโรงแรม จัดหาที่พักอาศัย จองโรงแรม การจัดหาอาหารและบริการ 	<p>จด ณ วันที่ 20 ต.ค. 2536</p> <p>ต่ออายุลงวันที่ 14 พ.ย. 2556</p> <p>สิ้นสุดวันที่ 19 ต.ค. 2566</p>
<p>6. Slogan ภาษาไทยใช้ประกอบตราสัญลักษณ์</p> <p><i>รักคุณเท่าฟ้า</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้า รับจ้างขนของ รับฝากของ บริการดำเนินกิจการโรงแรม จัดหาที่พักอาศัย จองโรงแรม การจัดหาอาหารและบริการ 	<p>จด ณ วันที่ 20 ต.ค. 2536</p> <p>ต่ออายุลงวันที่ 14 พ.ย. 2556</p> <p>สิ้นสุดวันที่ 19 ต.ค. 2566</p>
<p>7. ตราสัญลักษณ์ร้าน</p> <p>Puff & Pie</p> 	<ul style="list-style-type: none"> บริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม สแน็คบาร์ 	<p>จด ณ วันที่ 20 มี.ค. 2539</p> <p>ต่ออายุลงวันที่ 3 ส.ค. 2559</p> <p>สิ้นสุดวันที่ 19 มี.ค. 2569</p>
<p>8. ตราสัญลักษณ์ร้าน Puff & Pie Supreme bakery delight</p> 	<ul style="list-style-type: none"> บริการจัดการอาหารและเครื่องดื่ม 	<p>จด ณ วันที่ 13 ก.พ. 2550</p> <p>ต่ออายุลงวันที่ 29 พ.ค. 2560</p> <p>สิ้นสุดวันที่ 12 ก.พ. 2570</p>

เครื่องหมายการค้า/บริการ	สำหรับสินค้า/บริการ	วันที่จดทะเบียน
9. ตราสัญลักษณ์ Eurng Luang 	<ul style="list-style-type: none"> บริการอาหารและเครื่องดื่ม 	จด ณ วันที่ 6 ม.ค. 2553 ต่ออายุลงวันที่ 29 ก.ค. 2563 สิ้นสุดวันที่ 5 ม.ค. 2573
10. ตราสัญลักษณ์โครงการ ไมล์สร้างบุญ 	<ul style="list-style-type: none"> บริการโปรแกรมพิเศษส่งเสริมการเดินทางไมล์สะสม 	จด ณ วันที่ 6 มิ.ย. 2550 ต่ออายุลงวันที่ 22 ก.ย. 2560 สิ้นสุดวันที่ 5 มิ.ย. 2570
11. รูปลักษณ์ตัวอักษร ใช้ประกอบตราสัญลักษณ์ ภาษาอังกฤษ 	<ul style="list-style-type: none"> บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องบิน บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้า รับจ้างขนของ รับฝากของ บริการโรงแรม จัดหาที่พักชั่วคราว จองโรงแรม จัดการอาหารและเครื่องดื่ม 	จด ณ วันที่ 1 มิ.ย. 2547 ต่ออายุลงวันที่ 9 ต.ค. 2557 สิ้นสุดวันที่ 31 พ.ค. 2567
12. รูปลักษณ์ตัวอักษร ใช้ประกอบตราสัญลักษณ์ ภาษาไทย 	<ul style="list-style-type: none"> บริการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องบิน บริการขนส่งทางบกและทางอากาศ จัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน ให้เช่าคลังสินค้า รับฝากสินค้า รับจ้างขนของ รับฝากของ บริการโรงแรม จัดหาที่พักชั่วคราว จองโรงแรม จัดการอาหารและเครื่องดื่ม 	จด ณ วันที่ 1 มิ.ย. 2547 ต่ออายุลงวันที่ 9 ต.ค. 2557 สิ้นสุดวันที่ 31 พ.ค. 2567
13. ตราสัญลักษณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> บริการจัดหาที่พักอาศัย จองโรงแรม บริการจัดทัวร์ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน 	จด ณ วันที่ 20 ต.ค. 2536 ต่ออายุลงวันที่ 14 พ.ย. 2556 สิ้นสุดวันที่ 19 ต.ค. 2566

เครื่องหมายการค้า/บริการ	สำหรับสินค้า/บริการ	วันที่จดทะเบียน
14. ชื่อรายการโทรทัศน์ ภาษาไทย การบินไทยไขจักรวาล	<ul style="list-style-type: none"> บริการผลิตรายการโทรทัศน์ 	จด ณ วันที่ 15 ส.ค. 2545 ต่ออายุลงวันที่ 20 ส.ค. 2555 สิ้นสุดวันที่ 14 ส.ค. 2565
15. รูปลักษณ์ตัวอักษร ใช้ประกอบตราสัญลักษณ์ ภาษาอังกฤษ STAR ALLIANCE	<ul style="list-style-type: none"> คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ใช้วิเคราะห์ จัดการ ดึงกลับมาใช้ และเก็บรายละเอียดซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งทางอากาศ บัตรพิมพ์ทำด้วยพลาสติก ใบปลิวใช้กับการบริการสายการบิน โบร์ชัวร์ใช้กับการบริการสายการบิน ตัวใช้กับการบริการสายการบิน คู่มือใช้กับสายการบิน จดหมายข่าวที่เกี่ยวกับการเดินทาง บริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ บริการขนส่งทรัพย์สินทางอากาศ บริการขนส่งไปรษณีย์ทางอากาศ บริการสำรองและจองที่เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว บริการจัดการเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว บริการจองรถ บริการสำรองและจองที่เพื่อการเดินทางทางเรือ บริการจัดการเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวทางเรือ บริการดึงมาใช้และเก็บรายละเอียดข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับการขนส่ง บริการจองโรงแรม 	จด ณ วันที่ 20 มี.ค. 2540 ต่ออายุลงวันที่ 14 พ.ย. 2560 สิ้นสุดวันที่ 19 มี.ค. 2570
16. ตราสัญลักษณ์ STAR ALLIANCE 	<ul style="list-style-type: none"> คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ใช้วิเคราะห์ จัดการ ดึงกลับมาใช้ และเก็บรายละเอียดซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งทางอากาศ บัตรพิมพ์ทำด้วยพลาสติก ใบปลิวใช้กับการบริการสายการบิน โบร์ชัวร์ใช้กับการบริการสายการบิน ตัวใช้กับการบริการสายการบิน คู่มือใช้กับการบริการสายการบิน จดหมายข่าวที่เกี่ยวกับการเดินทาง บริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ บริการขนส่งทรัพย์สินทางอากาศ บริการขนส่งไปรษณีย์ทางอากาศ บริการสำรองและจองที่เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว บริการจัดการเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว บริการสำรองและจองที่เพื่อการเดินทางทางเรือ และการจัดการเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวทางเรือ บริการจองรถ บริการดึงมาใช้และเก็บรายละเอียดข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับการขนส่ง บริการจองโรงแรม 	จด ณ วันที่ 20 มี.ค. 2540 ต่ออายุลงวันที่ 29 พ.ย. 2560 สิ้นสุดวันที่ 19 มี.ค. 2570

เครื่องหมายการค้า/บริการ	สำหรับสินค้า/บริการ	วันที่จดทะเบียน
17. ตราสัญลักษณ์ Yellow Orchid 	<ul style="list-style-type: none"> บริการอาหารและเครื่องดื่ม 	จด ณ วันที่ 27 ต.ค. 2549 ต่ออายุลงวันที่ 9 ธ.ค. 2559 สิ้นสุดวันที่ 26 ต.ค. 2569
18. ตราสัญลักษณ์ THAI TGGS 	<ul style="list-style-type: none"> บริการผู้โดยสารก่อนและหลังบิน 	จด ณ วันที่ 11 ต.ค. 2555 สิ้นสุดวันที่ 10 ต.ค. 2565
19. ตราสัญลักษณ์ Puff & Pie (ใหม่) 	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าขนมปัง ขนมพาย บริการการจัดการอาหารและเครื่องดื่ม 	จด ณ วันที่ 30 ก.ย. 2557 สิ้นสุดวันที่ 29 ก.ย. 2567
20. ตราสัญลักษณ์ ROYAL ORCHID PLUS 	<ul style="list-style-type: none"> บริการสมาชิกของบริษัททั้งก่อนและหลังการเดินทางขนส่งทางอากาศ 	จด ณ วันที่ 16 ก.พ. 2558 สิ้นสุดวันที่ 15 ก.พ. 2568

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ ได้พิจารณาการลงทุนในกิจการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ โดยจำนวนเงินลงทุนขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยหากเป็นกิจการที่มีความสัมพันธ์ทางยุทธศาสตร์กับบริษัทฯ บริษัทฯ จะลงทุนในลักษณะที่ทำให้บริษัทฯ มีอำนาจควบคุมในบริษัทนั้น ซึ่งบริษัทเหล่านั้นจะถือเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้แก่ บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด บริษัท ไทย-อะมาดิอุส เซาท์อีสต์ เอเชีย จำกัด บริษัท วิงสแปน เซอร์วิสเชส จำกัด บริษัท ไทยไฟลท์เทรนนิง จำกัด และบริษัท ทัวร์เอื้องหลวง จำกัด เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการลงทุนในกิจการอื่นๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทฯ โดยถือเป็นบริษัทร่วมของบริษัทฯ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ อาจพิจารณาทบทวนการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพธุรกิจและแผนยุทธศาสตร์ของบริษัทฯ ในอนาคต

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ข้อพิพาททางกฎหมายทั่วไปที่มีได้เกี่ยวเนื่องกับกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการผูกขาดและการกีดกันทางการค้า (Antitrust)

บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นและไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งบริษัทฯ เป็นจำเลยในคดีต่างๆ สรุปได้ดังนี้

ประเภทคดี	จำนวน (คดี)	ทุนทรัพย์รวม (ล้านบาท)	สถานะปัจจุบัน
คดีพิพาทแรงงาน	6	17.25	อยู่ในระหว่างพิจารณาคดีของศาล
คดีเรียกร้องค่าเสียหาย	38	447.12	อยู่ในระหว่างพิจารณาคดีของศาล

ข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องเนื่องกับกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการผูกขาดและการกีดกันทางการค้า (Antitrust)

ความเป็นมา

บริษัทฯ ถูกกล่าวหาว่าได้ร่วมกับสายการบินอื่นๆ ในการกำหนดค่าธรรมเนียมชดเชยค่าน้ำมัน (Fuel Surcharge) ค่าธรรมเนียมพิเศษอื่นๆ ค่าระวางขนส่งผู้โดยสาร และค่าระวางขนส่งสินค้าที่เรียกเก็บจากผู้ให้บริการ อันเป็นการขัดต่อกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการผูกขาดและการกีดกันทางการค้า ทั้งนี้ การกล่าวหาและ/หรือการฟ้องร้อง ประกอบด้วย การฟ้องร้องโดยผู้ให้บริการ และ/หรือการกล่าวหา/การสอบสวนโดยหน่วยงานของรัฐในประเทศต่างๆ โดยมีลักษณะที่ต้องรับผิดชอบทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ซึ่งรวมถึงการจ่ายเงินชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ การจ่ายค่าปรับแก่หน่วยงานของรัฐ และอื่นๆ ทั้งนี้ การกล่าวหาและการฟ้องร้องดังกล่าวมิได้กระทำต่อบริษัทฯ เพียงรายเดียวเท่านั้น แต่ยังมี การกล่าวหาและฟ้องร้องสายการบินอื่นๆ หลายสายการบินที่ได้มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมชดเชยค่าน้ำมัน (Fuel Surcharge) และค่าธรรมเนียมอื่นๆ ดังกล่าวด้วยเช่นกัน

สรุปข้อมูลข้อพิพาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ยังคงมีข้อพิพาทกรณีบริษัทฯ ถูกดำเนินการสอบสวน และ/หรือฟ้องร้องในกรณีเกี่ยวกับกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการผูกขาดและการกีดกันทางการค้า (Antitrust) ใน 2 ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐเกาหลี และประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยลักษณะข้อกล่าวหาที่ถูกฟ้องในแต่ละประเทศนั้นจะคล้ายคลึงกัน คือกล่าวหาว่าบริษัทฯ ร่วมกับสายการบินอื่นๆ กำหนดอัตราค่าระวางขนส่งสินค้า รวมทั้งอัตราค่าธรรมเนียมพิเศษต่างๆ สำหรับความคืบหน้าคดีละเมิดกฎหมายป้องกันการค้าที่ไม่เป็นธรรม (Antitrust) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. กรณีบริษัทฯ ถูกฟ้องในคดี Cargo Civil Case ในประเทศสาธารณรัฐเกาหลี

เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2556 กลุ่มบริษัทแอลจี ได้แก่ LG Chemical, LG Electronics, LG Display และ LG Life Science ในสาธารณรัฐเกาหลี ได้ยื่นฟ้องคดีแพ่งต่อสายการบินจำนวน 12 ราย รวมทั้งบริษัทฯ เพื่อเรียกร้องค่าเสียหายจากการร่วมกันกำหนดราคา Fuel Surcharge ระหว่างสายการบินต่างๆ ในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2546–2550 โดยกลุ่มบริษัทแอลจีได้รับจำนวนทุนทรัพย์ในคำฟ้องเป็นเงินจำนวน 404,000,000 วอน พร้อมดอกเบี้ย หรือประมาณ 12.28 ล้านบาท และได้ส่งหนังสือในการแก้ไขคำฟ้องเพื่อเพิ่มเติมจำนวนทุนทรัพย์หากกลุ่มบริษัทแอลจีสามารถพิสูจน์ได้ในภายหลัง ต่อมาวันที่ 17 มกราคม 2563 สำนักงานกฎหมาย Kim&Chang มีความเห็นว่า บริษัทฯ ควรดำเนินการเจรจากับกลุ่มบริษัทแอลจี เพื่อยุติคดีความให้เร็วขึ้น และลดความเสี่ยงที่จะได้รับผลเสียจากการต้องชำระค่าเสียหายให้แก่กลุ่มบริษัทแอลจีในจำนวนสูงเกินกว่าเงินที่ต้องจ่ายจากการประนีประนอมยอมความ รวมทั้งสามารถประหยัดค่าธรรมเนียม ค่าที่ปรึกษากฎหมายและทนายความ และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการดำเนินการทางกฎหมายได้เป็นส่วนใหญ่ อีกด้วย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้เข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการแล้ว ขณะนี้อยู่ในสภาวะพักการชำระหนี้ (Automatic Stay) ตามกฎหมายล้มละลายของประเทศไทย บริษัทฯ จึงไม่เจรจาประนีประนอมยอมความโดยขอให้ศาลดำเนินการกระบวนการพิจารณาต่อไป

2. กรณีบริษัทฯ ถูกสายการบิน British Airways สายการบิน Lufthansa และสายการบิน KLM-AF ซึ่งเป็นจำเลยในคดี Cargo Civil Case ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ยื่นคำร้องขอใช้สิทธิไล่เบี่ย

ในช่วงต้นเดือนกรกฎาคม 2558 บริษัทฯ ได้รับคำร้องขอใช้สิทธิไล่เบี่ย (Contribution Claim) จากสายการบิน British Airways สายการบิน Deutsche Lufthansa และ Lufthansa Cargo A.G. (รวมเรียกว่า “Lufthansa”) และสายการบิน Koninklijke Luchtvaart Maatschappij N.V., Martin Air Holland N.V., Societe Air France S.A. (รวมเรียกว่า “KLM-AF”) โดยสายการบินเหล่านี้ได้ยื่นคำร้องดังกล่าวต่อบริษัทฯ และสายการบินอื่นๆ อีกกว่า 20 สายการบิน จากกรณีที่กลุ่มโจทก์ได้ฟ้องสายการบิน British Airways, Lufthansa, KLM-AF และ Singapore Airlines และ Singapore Airlines Cargo (รวมเรียกว่า “Singapore Airlines”) เป็นจำเลย ตั้งแต่เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2556 โดยกล่าวหาว่าสายการบินเหล่านี้ได้ร่วมกันกำหนดราคาค่าธรรมเนียมต่างๆ (คดีหลัก) อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่ได้ถูกฟ้องเป็นจำเลยในคดีหลักด้วย หลังจากนั้นสายการบิน British Airways, Lufthansa และ Swiss International, KLM-AF, Korean Airlines และ Qantas Airways ซึ่งเป็นคู่ความในคดี Contribution Claim ได้ยื่นคำร้องขอใช้สิทธิไล่เบี่ยต่อบริษัทฯ เพิ่มเติมเป็นอีกคดีหนึ่งต่อจากคดี Contribution Claim ข้างต้น (หรือเรียกว่า Sub Contribution Claim) และบริษัทฯ ก็ได้ยื่นคำร้องขอใช้สิทธิไล่เบี่ยในลักษณะ Sub Contribution Claim นี้ต่อทุกสายการบินเช่นกันเพื่อเป็นการสงวนสิทธิของบริษัทฯ ทั้งนี้ การฟ้องคดี Contribution Claim และ Sub Contribution Claim เป็นการฟ้องคดีเพื่อรักษาสิทธิในกรณีที่ศาลมีคำสั่งให้แต่ละสายการบิน ชำระค่าเสียหายเกินสัดส่วนทางการตลาดของตนเท่านั้น ไม่ใช่การฟ้องเพื่อเรียกร้องค่าเสียหายเพิ่มเติมแต่อย่างใด

นอกจากนี้ ในช่วงเดือนธันวาคม 2559 ถึงมกราคม 2560 บริษัทฯ ได้รับคำร้องขอใช้สิทธิไล่เบี่ย (Contribution Claim) จากสายการบิน British Airways, Lufthansa และ KLM-AF โดยสายการบินเหล่านี้ได้ยื่นคำร้องดังกล่าวต่อบริษัทฯ และสายการบินอื่นๆ อีกกว่า 20 สายการบินจากกรณีที่มิโจทก์กลุ่มใหม่ ได้ฟ้องสายการบิน British Airways, Lufthansa, KLM-AF และ Singapore Airlines เป็นจำเลย เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2558 ตามข้อกล่าวหาลักษณะเดียวกันกับคดีหลักคดีแรก ซึ่งบริษัทฯ ไม่ได้ถูกฟ้องเป็นจำเลยในคดีหลักนี้แต่อย่างใด ขณะนี้ทุกคดีอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาล Amsterdam District Court

เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2563 ศาลอุทธรณ์มีคำตัดสินว่า การโอนสิทธิเรียกร้องมายัง SCC สมบูรณ์แล้ว ต่อมาเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2563 ศาลทำการไต่สวนคดีหลักที่ Stichting Cartel Compensation (“SCC”) กลุ่มที่ 1 (“SCC I”) และกลุ่มที่ 2 (“SCC II”) ฟ้องสายการบิน Singapore Airlines สายการบิน British Airways (“British Airways”) สายการบิน

Deutsche Lufthansa และ Lufthansa Cargo A.G. (รวมเรียกว่า “Lufthansa”) และสายการบิน KLM, Martin Air, Air France (รวมเรียกว่า “KLM-AF”) เป็นจำเลยในคดีหลัก ซึ่งบริษัทฯ มิได้เป็นคู่ความ ผลการไต่สวน ศาลอนุญาตให้สายการบินหลัก จำเลยใช้เวลาอีก 6 เดือน ในการตรวจสอบข้อมูล และยื่นคำร้องเกี่ยวกับการเรียกร้องค่าเสียหายของ SCC ภายในวันที่ 6 ธันวาคม 2563 และศาลกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเศรษฐศาสตร์ทุกฝ่ายไปตกลงวิธีการคำนวณ Overcharge และ ข้อมูลที่ใช้ร่วมกันต่อไป โดยให้เสนอรายงานต่อศาลภายในวันที่ 6 ธันวาคม 2563 จากนั้นศาลจะนัดไต่สวนนัดต่อไปในช่วง ต้นปี 2564

สำหรับคดีที่บริษัทฯ เป็นจำเลยยังถูกพักการพิจารณาคดีไว้เพื่อรอผลการพิจารณาดีหลักก่อน สำนักงาน กฎหมายเห็นว่า บริษัทฯ ควรพิจารณาความเป็นไปได้ในการเจรจาประนีประนอมยอมความระหว่างสายการบินที่ส่วนแบ่ง ทางการตลาดต่ำ กับสายการบินจำเลยในคดีหลัก

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้เข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการแล้ว จึงยังไม่เข้าเจรจาประนีประนอมยอมความ โดย ขอให้ศาลดำเนินกระบวนการพิจารณาตามขั้นตอนของกฎหมายต่อไป

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
ชื่อภาษาอังกฤษเป็น	:	THAI AIRWAYS INTERNATIONAL PUBLIC COMPANY LIMITED
ชื่อย่อ THAI	:	THAI
ประเภทธุรกิจ	:	บริการขนส่งทางอากาศและกิจการอื่นที่เกี่ยวข้อง
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 89 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107537001757
Home Page	:	www.thaiairways.com
โทรศัพท์	:	+66 2545 1000, +66 2025 1000
THAI Contact Center	:	+66 2356 1111
Cargo Contact Center	:	+66 2137 4200
Royal Orchid Holiday	:	+66 2356 2888

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 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

ข้อมูลนิติบุคคลที่บริษัทฯ ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 10

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ชนิด ของหุ้น	ทุนจดทะเบียน ชำระแล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วน การถือหุ้น (%)
บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด 89 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 0-2117-8824 โทรสาร 0-2117-8895	บริการขนส่งผู้โดยสารและ สินค้า	สามัญ	1,800.00	100.00
บริษัท ไทย-อะมาติอุส เซาท์อีสต์เอเชีย จำกัด 89 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 0-2207-9090 โทรสาร 0-2207-9180	บริการด้านคอมพิวเตอร์ สำหรับการสำรองที่นั่ง โดยสารและบริการเดินทาง อื่นๆ ให้กับตัวแทนจำหน่าย	สามัญ	15.00	55.00
บริษัท วิงสแปน เซอร์วิสเชส จำกัด 89 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 0-2545-1267 โทรสาร 0-2545-1535	บริหารจัดการเรื่องบุคลากร ให้กับบริษัทฯ	สามัญ บุริมสิทธิ	0.98 1.02	49.00 (มีอำนาจ ควบคุม)
บริษัท ไทยไฟลท์เทรนนิง จำกัด 89 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 0-2545-4603 โทรสาร 0-2545-4602	บริการฝึกอบรมด้านการบิน	สามัญ บุริมสิทธิ	0.98 1.02	49.00 (มีอำนาจ ควบคุม)
บริษัท ทัวร์เอื้องหลวง จำกัด 89 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 0-2356-2888 โทรสาร 0-2288-7158	บริการท่องเที่ยวและ กิจกรรมท่องเที่ยว	สามัญ บุริมสิทธิ	0.49 0.51	ถือหุ้นผ่านบริษัท วิงสแปนเซอร์วิสเชส 49.00 (มีอำนาจควบคุม)
บริษัท ดอนเมือง อินเตอร์เนชั่นแนลแอร์พอร์ต 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 83110 โทรศัพท์ (076) 327-497-502 โทรสาร (076) 327-123-4	ครีวการบิน	สามัญ	100.00	30.00
บริษัท โรงแรมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำกัด 999 อาคารโรงแรมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หมู่ 1 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 0-2131-1035-46 โทรสาร 0-2131-1189	โรงแรมและร้านอาหาร	สามัญ	1,017.78	30.00

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ชนิดของหุ้น	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
บริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 171/2 ถนนกำแพงเพชร 6 แขวงดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210 โทรศัพท์ 0-2834-8900 โทรสาร 0-2834-8999	คลังเชื้อเพลิงและบริการเติมเชื้อเพลิงให้แก่เครื่องบิน	สามัญ	637.50	22.59
บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน) 3 อาคารจินนาการ ชั้น 17 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0-2627-2678 โทรสาร 0-2228-6944	บริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ	สามัญ	3,729.19	13.28

บุคคลอ้างอิง

บุคคลอ้างอิง	ประเภทหลักทรัพย์	สถานที่ติดต่อ
นายทะเบียนหลักทรัพย์	หุ้นสามัญ	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 0-2009-9000 โทรสาร 0-2009-9991 SET Contact Center 0-2009-9999 E-mail: SETContactCenter@set.or.th Website: http://www.set.or.th/tsd
ผู้สอบบัญชี		บริษัท ดีลอยท์ ทูช โรมัทสึ ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด อาคาร เอไอเอ สาทร ทาวเวอร์ ชั้น 23-27 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 0-2276-5700 โทรสาร 0-2676-5757

บุคคลอ้างอิง	ประเภทหลักทรัพย์	สถานที่ติดต่อ
นายทะเบียนหุ้นกู้	ครั้งที่ 1/2555 ครั้งที่ 2/2556 ครั้งที่ 1/2557 ครั้งที่ 1/2561	ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายปฏิบัติการหลักทรัพย์และกองทุน ชั้น 5 B เลขที่ 3000 ถนนพหลโยธิน แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 0-2299-1825, 0-2299-1830, 0-2299-1539 โทรสาร 0-2242-3270
	ครั้งที่ 1/2554 ครั้งที่ 2/2555	ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายปฏิบัติการตลาดทุนตลาดเงินและการชำระเงิน ชั้น 15 เลขที่ 44 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขต ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ 0-2626-7503-4, 0-2626-7506 , 0-2626-7218 , 0-2626-7511 โทรสาร 0-2626-7543
	ครั้งที่ 3/2555 ครั้งที่ 2/2557 ครั้งที่ 1/2558 ครั้งที่ 2/2558 ครั้งที่ 1/2559 ครั้งที่ 1/2560 ครั้งที่ 2/2561 ครั้งที่ 1/2562 ครั้งที่ 2/2562	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ฝ่ายปฏิบัติการบริการธุรกิจหลักทรัพย์ ชั้น AA เลขที่ 1222 ถนนพระรามที่ 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 0-2296-4788 โทรสาร 0-2683-1389
ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้	ครั้งที่ 1/2554	ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายปฏิบัติการตลาดทุนตลาดเงินและการชำระเงิน ชั้น 15 เลขที่ 44 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขต ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ 0-2626- 7591, 0-2626-7508 โทรสาร 0-2626-7543
	ครั้งที่ 2/2561 ครั้งที่ 1/2562 ครั้งที่ 2/2562	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ฝ่ายการตลาดบริการธุรกิจหลักทรัพย์ ชั้น AA เลขที่ 1222 ถนนพระรามที่ 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 0-2296-5557 โทรสาร 0-2683-1298