

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

Update ข้อมูลตามงบการเงินปี 2554

#### 2.1.1 ความเป็นมา

บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2549 ในรูปบริษัทจำกัด ต่อมาได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2554 บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ประกอบธุรกิจด้านการลงทุน โดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ปัจจุบัน บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ถือหุ้นในบริษัทที่ประกอบธุรกิจสายการบินราคาประหยัดเพียงแห่งเดียว คือ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ในสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว

ณ วันที่ 31 มกราคม 2555 บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น มีทุนจดทะเบียนจำนวน 485,000,000 บาท และมีทุนชำระแล้วจำนวน 410,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 4,100,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท โดยผู้ถือหุ้นของ บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ประกอบด้วย (1) นายทศพล แบลเวลด์ (ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร) ถือหุ้นร้อยละ 55 ของ บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น และ (2) นายพรอนันต์ เกิดประเสริฐ นาวาอากาศเอกชนกัทธ งามปลั่ง นายปรัชญา รัศมีวานิชทร์ หม่อมหลวงบรรณวเทพ เทวกุล โดยแต่ละรายถือหุ้นร้อยละ 10 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น และ (3) นายสันติสุข คล่องใช้ยา ถือหุ้นร้อยละ 5 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น (รวมกันเรียกว่า “กลุ่มผู้บริหารไทย”) โดยกลุ่มผู้บริหารไทยดังกล่าว ดำรงตำแหน่งกรรมการและ/หรือผู้บริหาร บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น และ บจ. ไทยแอร์เอเชีย

สำหรับ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2546 เพื่อดำเนินธุรกิจสายการบินราคาประหยัด ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนจำนวน 400,000,000 บาท โดยมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่สองราย ได้แก่ (1) AirAsia Investment (“AAI”) ถือหุ้นร้อยละ 49 ของจำนวนทุนจดทะเบียนของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย และ (2) บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น (บริษัทซึ่งถือหุ้นโดยกลุ่มผู้บริหารไทย) ถือหุ้นร้อยละ 51 ของจำนวนทุนจดทะเบียนของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย (ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนแล้ว บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น จะนำเงินที่ได้รับจากการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนมาจองซื้อหุ้นสามัญที่ออกใหม่ทั้งหมดของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย โดยจะส่งผลให้ บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ถือหุ้นร้อยละ 55 ใน บจ. ไทยแอร์เอเชีย)

บจ. ไทยแอร์เอเชีย จัดตั้งขึ้น จากการร่วมทุนระหว่างกลุ่มธุรกิจสองกลุ่มคือ (1) AirAsia Berhad (“AAB”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศมาเลเซีย และเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มาเลเซีย (BURSA) กับ (2) บมจ. ชินคอร์ปอเรชั่น (“Shin”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศไทยและมีหุ้นเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ โดย AAB เป็นผู้ประกอบกิจการสายการบินราคาประหยัดในมาเลเซีย ที่มีนโยบายขยายกิจการในภูมิภาคเอเชีย ในขณะที่ Shin เป็นผู้ลงทุนที่เล็งเห็นถึงศักยภาพของธุรกิจสายการบิน ทั้งนี้ AAB ลงทุนใน บจ. ไทยแอร์เอเชีย ผ่าน AAI ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศมาเลเซีย และมี AAB เป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 100 โดย AAI ถือหุ้น บจ. ไทยแอร์เอเชีย ร้อยละ 49 ของจำนวนทุนจดทะเบียน สำหรับ Shin นั้น ถือหุ้น บจ. ไทยแอร์เอเชีย โดยตรงเมื่อเริ่มจัดตั้งบริษัท ต่อมา Shin ได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นใน บจ. ไทยแอร์เอเชีย โดยถือหุ้นใน บจ. ไทยแอร์เอเชีย ผ่านทาง บจ. เอเชีย เอวิเอชั่น โดย Shin ถือหุ้นร้อยละ 49 ใน บจ. เอเชีย เอวิเอชั่น (หุ้นส่วนที่เหลือถือโดยผู้ถือหุ้นไทยรายอื่น) และ บจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ถือหุ้น บจ. ไทยแอร์เอเชีย ร้อยละ 50

ในวันที่ 21 มิถุนายน 2550 กลุ่มผู้บริหารไทย ได้เข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของ บจ. เอเชีย เอวิเอชั่น จาก Shin และผู้ถือหุ้น บจ. เอเชีย เอวิเอชั่น รายอื่น เนื่องจากกลุ่มผู้บริหารไทยเล็งเห็นถึงศักยภาพของธุรกิจของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย และเชื่อมั่นว่าจะสามารถบริหารจัดการธุรกิจของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เพื่อให้ได้ผลประโยชน์ที่คุ้มค่า นอกจากนี้ การทำรายการซื้อหุ้นดังกล่าวยังเป็นการแก้ไขปัญหาประเด็นการถือหุ้นของคนต่างด้าวในขณะนั้น

ในเดือนพฤศจิกายน 2554 บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ปรับโครงสร้างการถือหุ้นใน บจ. ไทยแอร์เอเชีย โดยเข้าซื้อหุ้นร้อยละ 1 ของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย จากนายทัฬห แบลเว็ลด์ ทำให้ บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ถือหุ้นร้อยละ 51 ของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย

## 2.1.2 พัฒนาการที่สำคัญของบจ. ไทยแอร์เอเชีย

ปี	เหตุการณ์
กุมภาพันธ์ 2547	บจ. ไทยแอร์เอเชีย เริ่มให้บริการเที่ยวบินในประเทศ ภายใต้ชื่อทางการค้าไทยแอร์เอเชีย จากท่าอากาศยานดอนเมือง กรุงเทพฯ ไปยังอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยเครื่องบินรุ่น โบอิง 737 จำนวน 2 ลำ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เริ่มให้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศเป็นครั้งแรก จากกรุงเทพฯ ไปยังประเทศสิงคโปร์
กรกฎาคม 2547	บจ. ไทยแอร์เอเชีย เริ่มให้บริการเที่ยวบินไปยังมาเก๊า
กุมภาพันธ์ 2549	จัดตั้ง บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น และบมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ซื้อหุ้นร้อยละ 50 ของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย
กรกฎาคม 2550	บจ. ไทยแอร์เอเชีย เริ่มให้บริการเที่ยวบินไปยังเซินเจิ้น
กันยายน 2550	บจ. ไทยแอร์เอเชีย ย้าย <a href="#">ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางการบิน</a> (Hub) จากท่าอากาศยานดอนเมือง ไปยังท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
ตุลาคม 2550	บจ. ไทยแอร์เอเชีย รับมอบเครื่องบินรุ่นแอร์บัส A320 ลำแรก
พฤศจิกายน 2552	เปิด <a href="#">ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางการบิน</a> (Hub) แห่งที่สองที่ทำอากาศยานภูเก็ต
สิงหาคม 2553	บจ. ไทยแอร์เอเชีย ยกเลิกการใช้เครื่องบินรุ่น โบอิง 737 ผุงบินของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย จึงประกอบด้วยเครื่องบินรุ่นแอร์บัส A320 เพียงรุ่นเดียว
ธันวาคม 2553	บจ. ไทยแอร์เอเชีย เริ่มให้บริการเที่ยวบินไปยังประเทศอินเดีย สองจุดหมายปลายทางคือ เมืองโกลกาตา และนิวเดลี และเปิดเส้นทางบินใหม่จากจังหวัดภูเก็ต สู่มะนิลา
มกราคม 2554	บจ. ไทยแอร์เอเชีย เปิด <a href="#">ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางการบิน</a> (Hub) แห่งที่สามที่ทำอากาศยานเชียงใหม่ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เปิดเส้นทางบินใหม่จากจังหวัดเชียงใหม่ สู่อำเภอสิงคโปร์
<a href="#">กันยายน-ธันวาคม</a>	บจ. ไทยแอร์เอเชีย ประกอบธุรกิจด้วยเครื่องบินจำนวน <a href="#">21-22</a> ลำ ให้บริการเที่ยวบิน

## ปี

## เหตุการณ์

2554 [469-504](#) เกี่ยวกับการต่อสัญญาไปยั้ง 25 จุดหมายปลายทาง

## 2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย

บจ. ไทยแอร์เอเชีย เป็นผู้นำในธุรกิจสายการบินราคาประหยัดของประเทศไทย เมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้โดยสารที่ทำอากาศยานของ ทอท. ตามข้อมูลของ S-A-P บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีส่วนแบ่งทางการตลาดคิดเป็นร้อยละ 12.7 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2553 ทั้งนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีวิสัยทัศน์ในการเป็นสายการบินราคาประหยัดที่มีต้นทุนต่ำที่สุดในทุกๆ ตลาด โดยไม่ลดทอนคุณภาพการให้บริการ บจ. ไทยแอร์เอเชีย มุ่งเน้นการให้บริการด้วยจำนวนเที่ยวบินที่สูงในเส้นทางบินระยะใกล้แบบไม่มีการเชื่อมต่อ (point-to-point) ทั้งเส้นทางบินระหว่างประเทศและภายในประเทศ

บจ. ไทยแอร์เอเชีย ประกอบกิจการ โดยมี [ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางกรรมนิ](#) (Hub) จำนวน 3 แห่งในประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (สนามบินสุวรรณภูมิ) จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดเชียงใหม่ และมีแผนเปิด [ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางกรรมนิ](#) แห่งใหม่เป็นแห่งที่ 4 ที่หาดใหญ่ในปี 2556 และแห่งที่ 5 ที่จังหวัดอุดรธานีในปี 2557 ตลาดเป้าหมายของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย คือตลาดในพื้นที่ที่ใช้เวลาเดินทางต่อเที่ยวบิน ไม่เกิน 4 ชั่วโมงจาก [ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางกรรมนิ](#) แต่ละแห่ง ซึ่งทำให้สายการบินไทยแอร์เอเชีย สามารถเข้าถึงประชากรในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศอินเดีย และจีน จำนวนประมาณ 3,153 ล้านคนในสิ้นปี 2553 โดยตลาดที่สำคัญในปัจจุบันของสายการบินไทยแอร์เอเชีย คือตลาดภายในประเทศ ซึ่งในปี 2553 ประเทศไทย มีจำนวนประชากรประมาณ 64 ล้านคน ทั้งนี้ บริษัทฯ เชื่อว่า จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นของไทย ทำให้ตลาดในประเทศมีความน่าสนใจในการทำตลาดในกลุ่มเป้าหมายกับกลุ่มลูกค้าซึ่งเดิมไม่มีกำลังซื้อเพียงพอในการใช้บริการขนส่งทางอากาศหรือประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่สายการบินอื่น ไม่เปิดให้บริการหันมาเดินทางโดยเครื่องบินได้

บจ. ไทยแอร์เอเชียนำรูปแบบธุรกิจ (Business model) ของ AAB [มาใช้ โดย AAB-ซึ่ง](#) เป็นพันธมิตรทางกลยุทธ์ของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย และจะเป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 45.0 ของทุนจดทะเบียนของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ภายหลังจากการเสนอขายหลักทรัพย์ต่อประชาชนในครั้งนี้แล้วเสร็จ และหลังจากที่บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย บริษัทฯ เชื่อว่า โดยการให้บริการการเดินทางโดยขึ้นบินเพียงชั้นเดียว ผู้บินที่ประกอบด้วยเครื่องบินรุ่นเดียว การให้บริการแบบไม่มีการเชื่อมต่อ (point-to-point) มีอัตราการใช้เครื่องบินต่อลำในระดับสูง การประหยัดต่อขนาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และเครือข่ายเส้นทางบินที่ครอบคลุม ทำให้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย สามารถให้บริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าสายการบินอื่นในประเทศไทย และในระดับต้นทุนที่น่าพอใจเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการสายการบินราคาประหยัดรายอื่นทั่วโลก โดย บจ. ไทยแอร์เอเชียมีข้อได้เปรียบในด้านต้นทุนโดยเห็นได้จากการมีต้นทุนต่อปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร อยู่ที่ 1.39 บาท และ 1.58 บาท ในปี 2553 และ [ในงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายนปี](#) 2554 ตามลำดับ ดังนั้น ด้วยต้นทุนที่ต่ำ ราคาค่าโดยสารที่ต่ำ ชื่อทางการค้าและการตลาดที่แข็งแกร่งของไทยแอร์เอเชีย รวมถึงการให้บริการที่เชื่อถือได้ ทำให้ธุรกิจของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เติบโตขึ้นอย่างมากนับตั้งแต่เริ่มประกอบธุรกิจในปี 2547

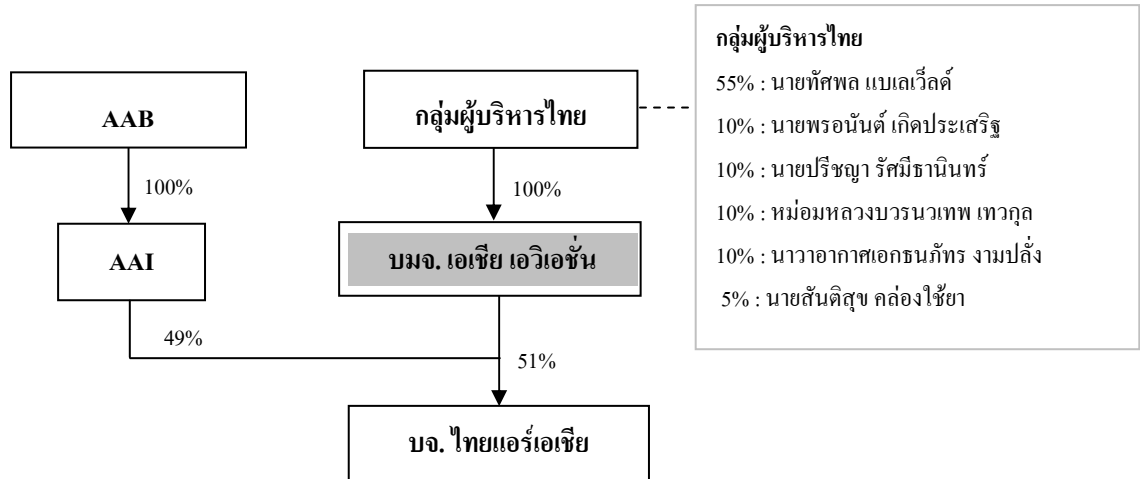
รายได้ค่าโดยสารของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยรายได้ค่าโดยสาร เพิ่มขึ้นจาก [4,893.5 ล้านบาทในปี 2551 เป็น](#) 7,582.3 ล้านบาทในปี 2552 [และยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็น](#) 10,260.3 ล้านบาท ในปี 2553 [และเป็น](#) 13,007.5 ล้านบาทในปี 2554 ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 31.044.7 ระหว่างปี [2551-2552 ถึง 2553-2554 และมีรายได้ค่าโดยสาร เป็นจำนวน](#) 9,490.0 ล้านบาทสำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2554 ในขณะที่ขนาดฝูงบินของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เพิ่มขึ้นจากจำนวน [46-20](#) ลำ ณ วันที่ 31 ธันวาคม [2551-2552 เป็น](#) 22 ลำ

(รวมเครื่องบินสำรองจำนวน 1 ลำ) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 และ บจ. ไทยแอร์เอเชียได้รับมอบเครื่องบินเพิ่มเติมอีก 2 ลำในเดือนมกราคม และเดือนกุมภาพันธ์ 2555 และมีแผนขยายฝูงบิน ให้มีเครื่องบินรุ่นแอร์บัส A320 จำนวน 48 ลำภายในปี 2559 นอกจากนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ยังมีอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย และค่าเช่าเครื่องบิน (EBITDAR Margin) อยู่ในระดับสูง โดยคิดเป็นร้อยละ 37.8 และร้อยละ 31.0-31.1 ในปี 2553 และในงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายนปี 2554 ตามลำดับ ทั้งนี้ การให้บริการขนส่งผู้โดยสารได้ค่าโดยสารจากเส้นทางบินภายในประเทศของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เปรียบเทียบกับรายได้ค่าโดยสารทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 46.6 และร้อยละ 42.1 ในปี 2553 และ 44.1 และเปรียบเทียบกับจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 57.9 ในงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายนปี 2554 ตามลำดับ และการให้บริการขนส่งผู้โดยสารได้ค่าโดยสารจากเส้นทางบินระหว่างประเทศของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เปรียบเทียบกับรายได้ค่าโดยสารทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 53.4-55.9 และเปรียบเทียบกับจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 42.1 และร้อยละ 57.9 ในปี 2553 และในงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายนปี 2554 ตามลำดับ

บจ. ไทยแอร์เอเชีย สามารถประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้ แม้ผ่านการดำเนินธุรกิจในช่วงที่อุตสาหกรรมการบินตกต่ำเนื่องจากปัจจัยหลายประการ รวมทั้งภาวะวิกฤติเศรษฐกิจโลกในปี 2550 การก่อการร้าย และปัญหาราคาน้ำมันเชื้อเพลิงและค่าเบี่ยงประกันที่เพิ่มสูงขึ้น ความสำเร็จของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย สามารถเกิดขึ้นได้ ในท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงกับสายการบินที่ให้บริการอยู่เดิม ซึ่งบางรายมีแหล่งเงินทุนมากกว่าบริษัทฯ และ บจ. ไทยแอร์เอเชีย มาก

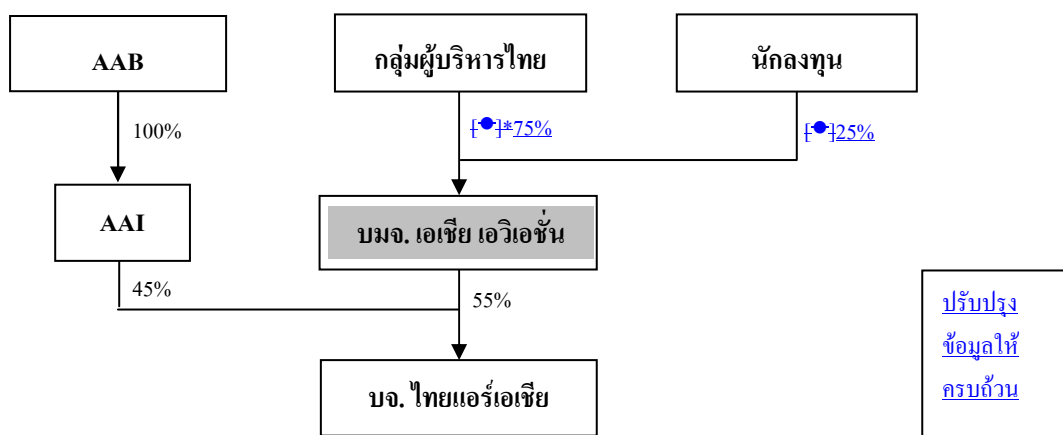
### 2.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 มกราคม 2555 (ก่อนการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในครั้งนี) เป็นดังนี้



บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น มีความประสงค์ที่จะนำเงินสุทธิที่ได้จากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ประชาชนในครั้งนี้อย่างใหญ่ไปจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ที่จะได้เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม โดยจะเกิดขึ้นทันทีหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ประชาชนของบริษัทฯ แล้วเสร็จ ทั้งนี้ AAI และผู้ถือหุ้นรายย่อยอื่นๆ ตกลงที่จะไม่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ที่เสนอขายให้แก่ AAI ตามสัดส่วนการถือหุ้น โดยสัดส่วนการถือหุ้นของ บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ใน บจ. ไทยแอร์เอเชีย จะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 55 ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ประชาชน และการเสนอขายหุ้นโดยผู้ถือหุ้นเดิมที่ขายหุ้นในครั้งนี และโครงสร้างการถือหุ้นของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย คาดว่าเป็นดังนี้



หมายเหตุ: \* ในวันแรกที่หุ้นของ บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น เริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ กลุ่มผู้บริหารไทยจะทำการขายหุ้นจำนวน ไม่เกิน 727,500,000 หุ้น หรือคิดเป็น ไม่เกินร้อยละ 15 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดของ บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น บนกระดานรายใหญ่ โดยเสนอขายที่ราคา เท่ากับหรือไม่น้อยกว่า ราคาที่เสนอขายต่อประชาชนทั่วไป ดังนั้น ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นดังกล่าว กลุ่มผู้บริหารไทยจะถือหุ้น รวมกันเป็นจำนวนเท่ากับหรือไม่น้อยกว่าประมาณ ร้อยละ 60 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดของ บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น

## 2.4 โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ และ บจ. ไทยแอร์เอเชีย

บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจด้านการลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ในปัจจุบัน บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ถือหุ้นใน บจ. ไทยแอร์เอเชีย เพียงแห่งเดียว เนื่องจาก บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น ไม่มีรายได้จากการดำเนินธุรกิจอื่น ดังนั้น ในการพิจารณาโครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ จะต้องพิจารณาจากโครงสร้างรายได้ของ บจ. ไทยแอร์เอเชียซึ่งเป็นบริษัทแกนเป็นหลัก

โครงสร้างรายได้ที่สำคัญของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2554-2552 ถึง 2553-2554 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2554 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

	รอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2552		2553		2554	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายและให้บริการ						
รายได้ค่าโดยสาร	7,582.3	78.7	10,260.3	80.0	13,007.59,490.0	77.677.5
รายได้ค่าน้ำหนักและค่าบริการอื่นๆ	1,492.5	15.5	1,538.9	12.0	2,805.34,974.4	16.716.4
รายได้จากการขายบนเครื่องบิน	107.6	1.1	135.3	1.1	185.54,399.8	1.14.4
รายได้จากค่าธรรมเนียม	98.8	1.1	164.2	1.3	159.31,447.7	1.04.0
รวมรายได้จากการขายและให้บริการ	9,281.2	96.4	12,098.7	94.4	16,157.611,718.9	96.495.7
รายได้อื่น						
กำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยน	129.5	1.3	356.8	2.8	155.31,222.9	0.94.0
รายได้อื่นๆ	217.9	2.3	363.0	2.8	451.1,408.2	2.73.3
รวมรายได้อื่น	347.4	3.6	719.8	5.6	606.4531.4	3.64.3
รวมรายได้จากการขายและให้บริการและรายได้อื่น	9,628.6	100.0	12,818.5	100.0	16,764.042,250.0	100.0400.0

## 2.5 ความสัมพันธ์ของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย กับ AAB

บจ. ไทยแอร์เอเชีย เป็นบริษัทร่วมทุนในกลุ่มแอร์เอเชีย ซึ่งประกอบธุรกิจสายการบินราคาประหยัดในประเทศ มาเลเซียผ่าน AAB (เส้นทางบินระยะใกล้) และ ผ่าน AirAsia X (เส้นทางบินระยะไกล) ในประเทศอินโดนีเซีย ผ่าน IAA และในประเทศฟิลิปปินส์ผ่าน AirAsia Inc. นอกจากนี้บริษัทฯ คาดว่า AAB จะเริ่มดำเนินการสายการบินราคาประหยัดในประเทศญี่ปุ่น ผ่าน AirAsia Japan Ltd. ทั้งนี้ AAB ถือหุ้นร้อยละ 49.0 ใน บจ. ไทยแอร์เอเชีย ผ่าน AAI โดยสัดส่วนการถือหุ้นของ AAB ใน บจ. ไทยแอร์เอเชีย จะลดเหลือร้อยละ 45.0 หลังจาก บมจ. เอเชีย เอวิเอชั่น จงซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนใน บจ. ไทยแอร์เอเชีย โดยการใช้จ่ายเงินที่ได้รับจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ประชาชนในครั้งนี้อย่างเต็มที่

ในฐานะที่เป็นบริษัทในกลุ่มแอร์เอเชีย บจ. ไทยแอร์เอเชีย ได้รับประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) จากการที่ AAB เป็นผู้รับหน้าที่จัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ต้องใช้ในการดำเนินงาน อาทิ เครื่องบิน น้ำมันเชื้อเพลิง การป้องกันความเสี่ยงราคาน้ำมันเชื้อเพลิง และบริการซ่อมบำรุง ซึ่งเป็นการดำเนินการจัดหาแบบรวมเป็นกลุ่ม นอกจากนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ยังได้รับประโยชน์จากการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกันหลายอย่าง ซึ่งรวมถึงเว็บไซต์แอร์เอเชียสำหรับการขายบัตรโดยสารทางอินเทอร์เน็ต ซอฟต์แวร์ระบบสำรองที่นั่ง ซอฟต์แวร์บริหารจัดการรายได้ และซอฟต์แวร์บริหารจัดการเที่ยวบิน โดย บจ. ไทยแอร์เอเชีย ได้เข้าทำสัญญาหลายฉบับกับบริษัทต่างๆ ในกลุ่มแอร์เอเชีย

## 2.6 ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

บริษัทฯ เชื่อว่า บจ. ไทยแอร์เอเชียมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญ ดังนี้

### **บจ. ไทยแอร์เอเชีย ดำเนินธุรกิจในตลาดการบินที่ใหญ่ที่สุดและเติบโตเร็วที่สุดแห่งหนึ่งของโลก**

ประเทศไทยเป็นตลาดการบินขนาดใหญ่ที่มีผู้โดยสารเดินทางประมาณ 64 ล้านคนในปี 2553 ตลาดการบินของไทยได้รับการเกื้อหนุนจากตลาดภายในประเทศที่มีขนาดใหญ่ โดยในปี 2553 ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) คิดเป็น 319,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 16 ล้านคน นอกจากนี้ ตลาดการบินของไทยยังได้รับประโยชน์จากการเป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่ง ณ สิ้นปี 2553 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) รวมกันประมาณ 2,000,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีประชากรรวมกันทั้งสิ้นประมาณ 600 ล้านคน

ตามรายงานของ S-A-P บจ. ไทยแอร์เอเชีย ดำเนินธุรกิจในภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารทางอากาศสูงที่สุดในภูมิภาคหนึ่งของโลก โดยระหว่างปี 2528 ถึงปี 2553 ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีอัตราการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารโดยพิจารณาจาก RPK สูงเป็นอันดับ 2 ของโลก คิดเป็นร้อยละ 6.9 ต่อปี ซึ่งรองจากประเทศจีนเท่านั้น นอกจากนี้ คาดว่าในระหว่างปี 2553 ถึง 2573 ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะยังคงเป็นหนึ่งในตลาดการบินที่ขยายตัวเร็วที่สุดในโลกต่อไป เช่นเดียวกับภูมิภาคเอเชียใต้และประเทศจีน โดยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 7.4 ทั้งนี้ นับตั้งแต่ปี 2548 ถึงปี 2553 จำนวนผู้โดยสารที่ทำอากาศยานเชิงพาณิชย์ในประเทศไทยเพียงประเทศเดียวมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 4.4 ต่อปี

การเดินทางทางอากาศในประเทศไทยได้รับการเกื้อหนุนจากหลายปัจจัย เช่น อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) อัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อประชากร ปริมาณนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ลักษณะภูมิประเทศ และการเปิดเสรีของตลาดการเดินทางทางอากาศ จากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา อัตราการเติบโตของการเดินทางทางอากาศจะสัมพันธ์กับอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และคาดว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของประเทศไทยจะยังคงเติบโตต่อไป ซึ่งตามรายงานของ S-A-P ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของประเทศไทย มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ร้อยละ 7.3 ในระหว่างปี 2548 ถึงปี 2553 และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ร้อยละ 6.6 ในระหว่างปี 2553 ถึงปี 2558 นอกจากนี้ รายได้เฉลี่ยต่อประชากรยังมีผลต่อการเดินทางทางอากาศ และแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการเติบโตของการเดินทางทางอากาศของไทย โดยในปี 2553 RPK ต่อประชากรของประเทศไทยอยู่ที่ 895 ในขณะที่ประเทศสิงคโปร์มีปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารต่อประชากร สูงที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกถึง 16,975 นอกจากนี้ บริษัทฯ คาดว่าการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของเที่ยวบินราคาประหยัดในประเทศไทย (ร้อยละ 51.8 ในปี 2553 สำหรับตลาดในประเทศในช่วงวันที่ 1 ตุลาคมถึง 7 ตุลาคม 2553) จะกระตุ้นให้มีการเดินทางทางอากาศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ S-A-P คาดว่าปริมาณผู้โดยสารจากต่างประเทศจะยังคงเพิ่มขึ้นเหมือนในอดีต โดยตั้งแต่ปี 2548 ถึง 2553 ปริมาณนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 4.1 อันแสดงให้เห็นถึงการเจริญเติบโต ถึงแม้ว่าจะมีเหตุปัจจัยภายนอกที่ไม่เกื้อหนุน เช่น โรคระบาดซาร์ส (SARS) ในปี 2545 คลื่นยักษ์สึนามิในปี 2547 รวมถึงความไม่สงบทางการเมืองและวิกฤตการณ์ทางการเงินของโลกในปี 2551 นอกจากนี้ เนื่องจากประเทศไทยมีลักษณะภูมิประเทศที่กว้างขวาง โดยที่ยังขาดแคลนระบบถนนและรางรถไฟที่มีประสิทธิภาพ ระหว่างจุดหมายปลายทางหลายแห่ง และถูกแบ่งแยกออกจากจุดหมายปลายทางในต่างประเทศหลายแห่งโดยทะเล ดังนั้น จึงเป็นที่คาดหมายว่าความต้องการใช้บริการการเดินทางทางอากาศจะเพิ่มสูงขึ้น

### **บจ. ไทยแอร์เอเชีย เป็นผู้นำด้านสายการบินราคาประหยัดในประเทศไทย**

ตามรายงานของ S-A-P ในรอบปีสิ้นสุดวันที่ **30 กันยายน 31 ธันวาคม 2553** บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในระหว่างสายการบินราคาประหยัดคิดเป็นร้อยละ 63.8 ของผู้โดยสารของสายการบินราคาประหยัดทั้งหมดที่ใช้บริการท่าอากาศยานของ ทอท และมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับสองเมื่อพิจารณาพร้อมกับสายการบินทุกประเภท โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 12.7 ของผู้โดยสารทั้งหมดที่ใช้บริการท่าอากาศยานของ ทอท. เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับสายการบินราคาประหยัดอื่นในประเทศไทย บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีเครือข่ายเส้นทางบินที่ครอบคลุมมากที่สุด โดยครอบคลุมจุดหมายปลายทาง 11 แห่งในประเทศไทย (รวมถึง**ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางการบิน** 3 แห่ง) และจุดหมายปลายทาง 14 แห่งในประเทศอื่นๆ อีก 8 ประเทศ รวมทั้งจุดหมายปลายทางอีก 68 แห่งใน 15 ประเทศซึ่งเป็นการรวมเครือข่ายการบินของ AAB IAA และ บจ. ไทยแอร์เอเชีย นอกจากนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ยังเป็นสายการบินเดียวที่มี**ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางการบิน**นอกกรุงเทพฯ ที่ทำให้สามารถให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศโดยไม่ผ่านกรุงเทพฯ และเป็นสายการบินราคาประหยัดแห่งเดียวที่ให้บริการเที่ยวบินทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

### **บจ. ไทยแอร์เอเชีย ประสบความสำเร็จในการขยายธุรกิจ**

บจ. ไทยแอร์เอเชีย ประสบความสำเร็จในการขยายธุรกิจทั้งในด้านการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารและรายได้ ทั้งนี้ เนื่องจากการขยายเครือข่ายเส้นทางบิน การปรับปรุงบิน และการเพิ่มปริมาณการผลิต โดยยังคงอัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (Load Factor) ในอัตราที่สูง ณ วันที่ **30 กันยายน 2554** โดย บจ. ไทยแอร์เอเชีย ขยายเครือข่ายเส้นทางบินจากเดิมในปี **2551-2552** ซึ่งมี จุดหมายปลายทาง **2420** แห่ง (รวมถึง**ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางการบิน**จำนวน 2 แห่ง) เป็นจุดหมายปลายทาง 25 แห่ง (รวมถึง**ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางการบิน**จำนวน 3 แห่ง) ณ วันที่ **31 ธันวาคม 2554** ทั้งนี้ในเดือนสิงหาคม 2553 บจ. ไทยแอร์เอเชีย ได้ปรับและขยายฝูงบินจากฝูงบินเดิม ซึ่งประกอบด้วย เครื่องบินรุ่น โบอิง 737-300 ประเภท 148 ที่นั่ง ซึ่งมีอายุการใช้งานมานาน จำนวน 8 ลำ และเครื่องบินรุ่นแอร์บัส A320 ประเภท 180 ที่นั่ง อีกจำนวน **8-12** ลำ เป็นฝูงบินใหม่ที่ประกอบด้วยเครื่องบินรุ่นแอร์บัส A320 เพียงรุ่นเดียว จำนวน 22 ลำ ซึ่งมีอายุการใช้งานเฉลี่ยประมาณ 2 ปี 4 เดือน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 และ บจ. ไทยแอร์เอเชีย รับมอบเครื่องบิน**รุ่นแอร์บัส A320**เพิ่มเติมอีก 2 ลำในเดือนมกราคม และ**เดือนกุมภาพันธ์ 2555** อนึ่ง แม้อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ของปริมาณการผลิต จะคิดเป็นร้อยละ **18.922.1** โดยพิจารณาจาก**ASKปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร** ตั้งแต่ 1 มกราคม **2551-2552** ถึง 31 ธันวาคม **2553-2554** บจ. ไทยแอร์เอเชีย ก็ยังสามารถรักษาอัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารไว้ได้ที่ร้อยละ **77** ร้อยละ 76 ร้อยละ 78 และร้อยละ **80.81** ในปี **2551-2552** ปี 2553 และ**งวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายนปี 2554** ตามลำดับ

บจ. ไทยแอร์เอเชีย จึงสามารถรองรับจำนวนผู้โดยสารที่เติบโตอย่างต่อเนื่องจาก **4.2 ล้านคน-5.0 ล้านคน ในปี 2552 เป็นและ-5.7 ล้านคน ในปี 2553 และ 6.9 ล้านคน ในปี 2551-2552 และ ปี 2553** ตามลำดับ และ **5.0 ล้านคน ในปี งวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2554** ใกล้เคียงกับ **4.1 ล้านคน** ใน**งวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2553** และสามารถทำรายได้เป็นจำนวน **8,805.1 ล้านบาท-9,281.2 ล้านบาท 12,098.7 ล้านบาท และ 11,718.9 ล้านบาทและ 16,157.6 ล้านบาท** ในปี **2551-2552** ปี 2553 และ**งวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายนปี 2554** ตามลำดับ

### **บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีโครงสร้างต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ และอยู่ในฐานะที่สามารถเพิ่มอัตรากำไรได้**

บจ. ไทยแอร์เอเชีย ประกอบธุรกิจด้วยโครงสร้างต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ โดยการลดต้นทุนและเพิ่มอัตรากำไรใช้เครื่องบินต่อลำให้มากขึ้น ต้นทุนรวมต่อปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร ของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เท่ากับ **6.95-เซ็นต์**



สหรัฐฯ 4.51 เซนต์สหรัฐฯ 4.61 เซนต์สหรัฐฯ 4.99 เซนต์สหรัฐฯ ในปี 2551–ในปี 2552 และปี 2553 และ ปี 2554 ตามลำดับ ซึ่งเป็นต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกันมาก แม้ว่าจะ บจ. ไทยแอร์เอเชีย จะมีระยะทางบินโดยเฉลี่ยต่อเที่ยว (Stage length) ที่ต่ำกว่าก็ตาม

บจ. ไทยแอร์เอเชีย ใช้วิธีการลดต้นทุนหลายประการ ซึ่งรวมถึงวิธีการดังต่อไปนี้

- การจัดให้มีฝูงบินที่ประกอบด้วยเครื่องบินรุ่นเดียวกันที่ทันสมัยและประหยัดเชื้อเพลิง ในเดือนสิงหาคม 2553 บจ. ไทยแอร์เอเชีย ได้ปรับฝูงบินแล้วเสร็จ จากเดิมที่เคยมีเครื่องบินรุ่น โบอิง 737-300 ประเภท 148 ที่นั่ง มาเป็นเครื่องบินรุ่นแอร์บัส A320 ประเภท 180 ที่นั่ง ฝูงบินที่มีอายุการใช้งานเฉลี่ยต่ำลง จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงและมีประสิทธิภาพในการใช้น้ำมันสูงกว่า อีกทั้ง การที่ฝูงบินประกอบด้วยเครื่องบินรุ่นเดียวกันทั้งหมด ส่งผลให้ประหยัดต้นทุนเพิ่มขึ้น เนื่องจากการบำรุงรักษาที่ง่ายขึ้น การสำรองชิ้นส่วนอะไหล่ต่างๆ ลดลง การกำหนดตารางการบินมีประสิทธิภาพมากขึ้น และต้นทุนการฝึกอบรมก็ลดลงด้วยเช่นกัน
- การขายบัตรโดยสารผ่านอินเทอร์เน็ตมีต้นทุนต่ำ ในงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายนปี 2554 บจ. ไทยแอร์เอเชีย ขายบัตรโดยสารร้อยละ 7574 ของบัตรโดยสารทั้งหมด ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำ เช่น เว็บไซต์ของแอร์เอเชีย
- อัตราการใช้เครื่องบินต่อลำต่อวันสูงและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ในงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายนปี 2554 เครื่องบินของ บจ. ไทยแอร์เอเชียถูกใช้งานเฉลี่ย 11,544.3 ชั่วโมงปฏิบัติการบิน (Block hour) ต่อวัน โดยมีระยะเวลาเตรียมความพร้อมเครื่องบินสำหรับเที่ยวบินต่อไป (Turnaround time) เฉลี่ยประมาณ 30 นาที บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีนโยบายใช้เครื่องบินที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการให้บริการแบบไม่มีการเชื่อมต่อ (point-to-point) การมีฝูงบินที่ประกอบด้วยเครื่องบินรุ่นเดียว และการเตรียมความพร้อมเครื่องบินสำหรับเที่ยวบินต่อไปที่รวดเร็ว นอกจากนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ยังสร้างแรงจูงใจเพื่อให้นักบินประหยัดน้ำมันและดำเนินการบินให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชียสามารถเพิ่มอัตรากำไรโดยการเพิ่มประสิทธิภาพของรายได้จากบริการเสริม (Ancillary income) โดย บจ. ไทยแอร์เอเชียดำเนินงานให้มีผลกำไรได้ถึงแม้ว่าบัตรโดยสารจะมีราคาต่ำ เนื่องจากอัตราการขนส่งผู้โดยสารที่สูงทำให้ปริมาณผู้โดยสารเพิ่มขึ้น ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วรายได้จากบริการเสริม ของ บจ. ไทยแอร์เอเชียต่อผู้โดยสารอยู่ที่ 383385 บาท สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายนปี 2554 ทั้งนี้ รายได้จากบริการเสริมของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีที่มาหลายแหล่ง ซึ่งรวมถึง ค่าบริการด้านสัมภาระ ค่าธรรมเนียมการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมการเลือกที่นั่ง การขายอาหารบนเครื่องบิน และการขายสินค้าต่างๆ โดยรายได้เหล่านี้มีต้นทุนต่ำส่งผลให้มีอัตรากำไรที่สูงกว่ารายได้ค่าโดยสาร

**บจ. ไทยแอร์เอเชีย เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่งกับกลุ่มแอร์เอเชีย และมีโอกาสที่จะได้รับประโยชน์จากความสัมพันธ์กับกลุ่มแอร์เอเชีย**

กลุ่มแอร์เอเชียเป็นผู้ประกอบธุรกิจสายการบินราคาประหยัดที่ใหญ่ที่สุดรายหนึ่งของโลก และคาดว่าจะยังคงเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อไม่นานมานี้ ได้สั่งซื้อเครื่องบินรุ่นแอร์บัส A320 ประเภท New Engine Option (A320neo) จำนวน 200 ลำ มูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 18,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (คำนวณจากราคาที่ตั้งไว้) นอกจากนี้ กลุ่มแอร์เอเชียยังเป็นผู้บุกเบิกรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบร่วมทุน ซึ่งเป็นผลให้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย รวมทั้งบริษัทอื่นๆ ในกลุ่ม

แอร์เอเชียได้รับประโยชน์จากเครือข่ายของกลุ่มแอร์เอเชียที่ขยายตัวขึ้น รวมทั้งสามารถเพิ่มอำนาจต่อรอง และ โอกาสในการขายสินค้าและบริการร่วมกันได้ ตัวอย่างเช่น จากการบิน บจ. ไทยแอร์เอเชียเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับ AAB และ IAA ทำให้ลูกค้าของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย สามารถเดินทางไปยังเมืองต่างๆ ได้ 68 เมืองใน 15 ประเทศ ภายในเครือข่ายเส้นทางบินของ AAB IAA และ บจ. ไทยแอร์เอเชีย รวมกัน

นอกจากนี้ ชื่อทางการค้าแอร์เอเชียยังเป็นหนึ่งในชื่อทางการค้าที่เป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรมการบิน โดยแอร์เอเชียได้รับรางวัลเป็นจำนวนมาก อาทิเช่น รางวัลสายการบินต้นทุนต่ำที่ดีที่สุดของสกายแทร็กซ์ ในปี 2552 ปี 2553 และปี 2554 และรางวัลผู้ขนส่งต้นทุนต่ำของ TTG Travel Awards ปี 2552 รวมทั้ง กรรมการผู้จัดการของ AAB ได้รับรางวัลผู้นำทางธุรกิจของมาเลเซียในหลักสูตรกรรมการผู้จัดการระดับโลกประจำปี 2553 (the Malaysia Business Leadership Masterclass Global CEO) มีการโฆษณาชื่อแอร์เอเชียในเชิงรุกในการแข่งขันกีฬาสำคัญๆ เช่น การแข่งรถฟอร์มูล่าวัน การแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ และการแข่งขันบาสเกตบอลในกลุ่มประเทศอาเซียน นอกจากนี้ ยังมีการโปรโมตชื่อแอร์เอเชียในเชิงรุกในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook และ Twitter

เพิ่มเติม  
ข้อมูลให้  
ครบถ้วน

บริษัทฯ และ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เชื่อว่าการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่งกับกลุ่มแอร์เอเชีย รวมถึงการใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ดังกล่าว ทำให้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ได้รับโอกาสในการทำกำไรเป็นการพิเศษ นอกจากนี้ ชื่อเสียงของแอร์เอเชียที่แข็งแกร่ง ยังทำให้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย สามารถแข่งขันส่วนแบ่งการตลาดในเส้นทางบินปัจจุบันได้ และสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้โดยสารเมื่อเปิดเส้นทางบินใหม่

**บริษัทฯ และ บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีโครงสร้างทุนที่ให้ความยืดหยุ่นในการจัดหากระแสเงินสดจำนวนมากได้ในอนาคต**

ภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ต่อประชาชนในครั้งนี้ และภายหลังการเสนอขายหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย บริษัทฯ เชื่อว่าโครงสร้างทุนที่แข็งแกร่งของ บริษัทฯ และ บจ. ไทยแอร์เอเชีย จะทำให้สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสในการเติบโต สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถให้ความคุ้มครองทางการเงินได้ในระดับหนึ่งจากผลกระทบในทางลบที่เกิดขึ้นชั่วคราวกับธุรกิจ โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 31 ธันวาคม 2554 บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีหนี้สินที่มีต่อสถาบันการเงินรวม 513,275.4.7 ล้านบาท ซึ่งรวมถึงสัญญาเช่าทางการเงิน และยังสามารถกู้ยืมเงินเพิ่มเติมเพื่อการซื้อเครื่องบินแทนการเช่าเครื่องบินได้เมื่อมีความต้องการ นอกจากนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชียมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง โดยมีกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) จำนวน 2,377.32,275.3 ล้านบาท และ 1,640.7 ล้านบาท ในปี 2553 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2554 ตามลำดับ

**บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีคณะผู้บริหารที่มีประสบการณ์ ซึ่งมีผลงานที่ได้รับการพิสูจน์**

คณะผู้บริหารหลักของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ภายใต้การนำของนายทัศพล แบลเว็ลด์ มีประสบการณ์ในการบริหารงานและความรู้ทางด้านเทคนิคเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดการบินในประเทศไทย คณะผู้บริหารหลักของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ประกอบด้วยผู้บริหารจำนวน 6 ท่านซึ่งมีประสบการณ์การทำงานกับ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เฉลี่ยประมาณ 7 ปี นอกจากนี้ ผู้บริหารในคณะผู้บริหารหลัก เกือบทั้งหมดทำงานร่วมกับ บจ. ไทยแอร์เอเชีย มาตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการในปี 2547

บริษัทฯ เชื่อว่าในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา คณะผู้บริหารได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการขยายธุรกิจสร้างชื่อให้เป็นที่จดจำ รักษากลุ่มลูกค้า จัดการบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ แก้ไขการขาดทุน และดำเนินธุรกิจท่ามกลางเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาด้านสาธารณสุข และภัยธรรมชาติ

## 2.7 กลยุทธ์ของบจ. ไทยแอร์เอเชีย

เป้าหมายของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย คือ การเป็นผู้นำในธุรกิจสายการบินราคาประหยัดในทุกลาดที่ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ให้บริการ โดยเสนอบริการเพื่อให้ผู้โดยสารได้รับประสบการณ์ในการบินที่มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ และสนุกสนาน ในราคาที่สามารถจ่ายได้

องค์ประกอบสำคัญของกลยุทธ์ของบริษัทฯ มีดังนี้

### ขยายธุรกิจสายการบินราคาประหยัดอย่างต่อเนื่อง

เพื่อขยายธุรกิจสายการบินราคาประหยัดในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง บจ. ไทยแอร์เอเชีย วางแผนที่จะดำเนินการดังต่อไปนี้

- *กระตุ้นการเติบโตของตลาดการเดินทางทางอากาศในประเทศไทย* บจ. ไทยแอร์เอเชีย จะกระตุ้นการเติบโตของตลาดการเดินทางทางอากาศในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้ประโยชน์จากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ธุรกิจท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง และลักษณะภูมิประเทศ ทั้งนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย มุ่งมั่นที่จะยังคงเสนอราคาค่าโดยสารในอัตราโดยเฉลี่ยต่ำกว่าราคาค่าโดยสารที่ประกาศโดยคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจสายการบินเต็มรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญ และเป็นราคาที่สามารถแข่งขันได้กับราคาอัตราค่าโดยสารที่ประกาศโดยคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจสายการบินราคาประหยัด รวมทั้งผู้ประกอบการขนส่งประเภทอื่น ทั้งนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีนโยบายเสนอค่าโดยสารในราคาพิเศษเพื่อกระตุ้นความสนใจทั้งในตลาดใหม่ๆ และในตลาดที่เติบโตยังไม่เต็มที่
- *ขยายเครือข่ายเส้นทางบิน* บจ. ไทยแอร์เอเชีย มุ่งมั่นที่จะขยายเครือข่ายเส้นทางบินโดยใช้ [ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางการบิน](#) ต่างๆ ที่มีอยู่ในประเทศไทย เป็นฐานในการบริหารจัดการเส้นทางบินระยะใกล้ ที่มีจำนวนผู้โดยสารมากไปยังเมืองต่างๆ ที่มีระยะเวลาเดินทางไม่เกิน 4 ชั่วโมง การที่ บจ. ไทยแอร์เอเชีย เปิด [ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางการบิน](#) ใกล้กับทางเหนือและทางใต้ของประเทศไทย เป็นการเปิดโอกาสให้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย สามารถเจาะตลาดทางภาคใต้ของประเทศไทยและภาคตะวันออกของประเทศอินเดียเพิ่มได้ นอกจากนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ยังมุ่งมั่นที่จะให้บริการในเส้นทางที่ยังมีการให้บริการที่ไม่เพียงพอหรือไม่มีสายการบินอื่นให้บริการ รวมทั้งเส้นทางที่ไม่ผ่านกรุงเทพฯ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ประเมินความเป็นไปได้ในการเปิดเส้นทางบินใหม่อยู่เสมอ โดยพิจารณาจากเงื่อนไขที่สำคัญ เช่น โครงสร้างพื้นฐานของท่าอากาศยานและทางวิ่ง จำนวนประชากรขั้นต่ำที่สามารถเข้าถึงได้ และการแข่งขันที่มีอยู่ในปัจจุบัน
- *เพิ่มจำนวนเที่ยวบิน* บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีแผนเพิ่มจำนวนเที่ยวบินในตลาดที่มีผู้โดยสารมากและในตลาดที่น่าจะมีศักยภาพในการเติบโตสูง บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีการสังเกตการณ์เครือข่ายเส้นทางบินเดิมอยู่เสมอ และจะพิจารณาเพิ่มจำนวนเที่ยวบิน ในเส้นทางบินที่มีอัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารเกินกว่าร้อยละ 80 ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งอย่างต่อเนื่อง
- *เพิ่มจำนวนเครื่องบินในฝูงบินและเปิด [ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางการบิน](#) แห่งใหม่เพิ่มเติม* เพื่อรองรับการเติบโตของความต้องการใช้บริการสายการบินราคาประหยัด บจ. ไทยแอร์เอเชีย วางแผนจัดหาเครื่องบินเพิ่มอีก 24 ลำ ภายในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า รวมทั้งจะมีการเปิด [ศูนย์ปฏิบัติการการบินศูนย์กลางการบิน](#) แห่งใหม่เพิ่มเติมเพื่อจัดให้มีเส้นทางบินใหม่รองรับความต้องการของผู้โดยสาร

### เพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรให้สูงสุด

เพื่อการทำกำไรให้สูงสุด บจ. ไทยแอร์เอเชีย วางแผนที่จะดำเนินการดังต่อไปนี้

- **เพิ่มความสามารถในการทำกำไรในเส้นทางบินให้สูงสุด** บจ. ไทยแอร์เอเชีย มุ่งมั่นที่จะพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพรายได้ให้สูงสุด โดยมุ่งเน้นที่การเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรในเส้นทางบินผ่านการใช้ระบบบริหารการจัดการรายได้ การพัฒนากลุ่มเส้นทางบินที่มีศักยภาพที่จะให้อัตรารายได้ส่วนการขนส่งผู้โดยสารที่สูงในอัตราผลตอบแทนที่น่าพอใจอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ทำการประเมินเครือข่ายเส้นทางบินอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มจำนวนเที่ยวบินในเส้นทางบินที่ทำกำไรได้และลดจำนวนเที่ยวบินในเส้นทางบินที่ไม่ทำกำไร นอกจากนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ยังใช้ระบบการจัดการรายได้ซึ่งทำให้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย สามารถเพิ่มรายได้จากการขายบัตรโดยสาร ขณะที่ยังสามารถเสนอราคาค่าโดยสารในอัตราที่ต่ำกว่าราคาเฉลี่ยของกลุ่มคู่แข่งในเส้นทางบินเดียวกัน
- **เพิ่มรายได้จากบริการเสริม และนำเสนอกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างรายได้เพิ่มเติม** ในปัจจุบัน บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีรายได้จากบริการเสริมจากค่าธรรมเนียมต่างๆ รวมถึง ค่าบริการด้านสัมภาระ ค่าบริการด้านสัมภาระเกินขนาด ค่าธรรมเนียมการเลือกที่นั่ง การขายอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน ทั้งนี้ รายได้จากบริการเสริมต่อผู้โดยสารเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.545.4 จาก 265-296 บาท ใน [ปีงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2553](#) เป็น 383385 บาท ใน [ปีงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2554](#) บจ. ไทยแอร์เอเชีย มุ่งมั่นที่จะขยายฐานของรายได้จากบริการเสริมโดยการปรับฐานค่าธรรมเนียมของบริการเสริมเดิมที่มีอยู่ เช่น การปรับอัตราค่าบริการด้านสัมภาระในปี 2552
- **พัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน** บจ. ไทยแอร์เอเชีย จะพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน โดยมาตรการที่ใช้รวมถึงการรักษาอายุเฉลี่ยของฝูงบินให้มีอายุน้อยเพื่อประสิทธิภาพในการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงที่มากขึ้น รวมถึงอัตราการใช้เครื่องบินต่อลำให้มากที่สุดโดยการลดระยะเวลาการเตรียมความพร้อมเครื่องบินสำหรับเที่ยวบินต่อไป (Turnaround Time) และการรักษาประสิทธิภาพในการตรงต่อเวลาให้สูงสุด ซึ่งการจัดการดังกล่าวจะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยจากการผลิตด้านผู้โดยสาร (ที่ไม่รวมน้ำมันเชื้อเพลิง) ลดลง นอกจากนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีนโยบายให้นักบินประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงโดยทำการบินที่ความเร็วที่เหมาะสมเพื่อใช้น้ำมันเชื้อเพลิงให้น้อยที่สุดในระยะทางการบินที่เท่ากัน อนึ่ง บจ. ไทยแอร์เอเชีย พยายามลดต้นทุนการดำเนินงานโดยเสนอราคาบัตรโดยสารที่ราคาต่ำที่สุดผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อจูงใจให้ผู้โดยสารทำการจองบัตรโดยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยใช้ระบบที่ไม่มีบัตรโดยสารอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งจะเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการบริหารและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และโดยใช้อำนาจต่อรองของกลุ่มแอร์เอเชียเพื่อต่อรองให้ค่าใช้จ่ายของตนลดลง รวมถึงค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเช่าเครื่องบิน น้ำมันเชื้อเพลิง การป้องกันความเสี่ยงจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง และค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา

### สร้างความแข็งแกร่งสำหรับชื่อทางการค้า AirAsia อย่างต่อเนื่อง

เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับชื่อทางการค้า AirAsia อย่างต่อเนื่อง บจ. ไทยแอร์เอเชีย วางแผนที่จะดำเนินการดังต่อไปนี้

- ลงทุนเพื่อเสริมสร้างและยกระดับชื่อทางการค้า AirAsia บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีแผนในการโฆษณา ทำการตลาด และจัดให้มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อรักษาระดับของการรับรู้ชื่อทางการค้า บจ. ไทยแอร์เอเชีย ยังมีแผนที่จะพัฒนาชื่อทางการค้า AirAsia และความรับรู้ชื่อทางการค้าอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศ และในเป้าหมายทางการตลาดแห่งใหม่ในต่างประเทศ โดยใช้ช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิมรวมทั้งสื่อสังคมและเครือข่ายดิจิทัลต่างๆ ให้มากขึ้น ทั้งนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย มุ่งมั่นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการสายการบินรายอื่นในกลุ่มแอร์เอเชีย เพื่อประโยชน์ของการบริหารจัดการชื่อทางการค้า และสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ
- มุ่งเน้นการให้บริการลูกค้า บจ. ไทยแอร์เอเชีย มุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพสูง เป็นมิตร และเป็นกันเอง แม้ว่าธุรกิจของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย จะเป็นสายการบินราคาประหยัดที่มีราคาต่ำโดยสารต่ำก็ตาม บจ. ไทยแอร์เอเชีย มีความพยายามที่จะดึงดูดผู้โดยสารที่เป็นนักธุรกิจ โดยการเสนอบริการประเภท “Hot Seat” ซึ่งผู้โดยสารสามารถเลือกที่นั่งในแถวที่ตรงกับทางออกฉุกเฉิน (ซึ่งมีพื้นที่วางขากว้างขึ้น) หรือ ที่นั่งในหัวแถวแรกของเครื่องบิน บจ. ไทยแอร์เอเชีย ยังคัดเลือกและอบรมพนักงานเพื่อให้สามารถให้บริการที่สอดคล้องกับเป้าหมายของ บจ. ไทยแอร์เอเชีย บจ. ไทยแอร์เอเชีย ยืนยันที่จะพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้วยการดำเนินมาตรการเพื่อเพิ่มความเร็วในการจองบัตรโดยสารและเช็คอิน โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ปรับปรุงบริการการจัดการสัมภาระ และตอบสนองต่อความคิดเห็นของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว
- รักษามาตรฐานด้านความปลอดภัยระดับสูง บจ. ไทยแอร์เอเชีย ปฏิบัติตามมาตรฐานและวิธีปฏิบัติสากลด้านความปลอดภัยทางการบินสูงสุด และดำเนินธุรกิจโดยใช้หลักความเรียบง่ายและโปร่งใส ทั้งนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย รักษามาตรฐานด้านความปลอดภัยระดับสูง เพื่อให้สามารถจัดการกรรมธรรม์ประกันภัยได้ในราคาต่ำ นอกจากนี้ บจ. ไทยแอร์เอเชีย ยังมีนโยบายที่จะรักษาอายุเฉลี่ยของฝูงบินให้มีอายุน้อยเพื่อลดการเกิดปัญหาของเครื่องยนต์