

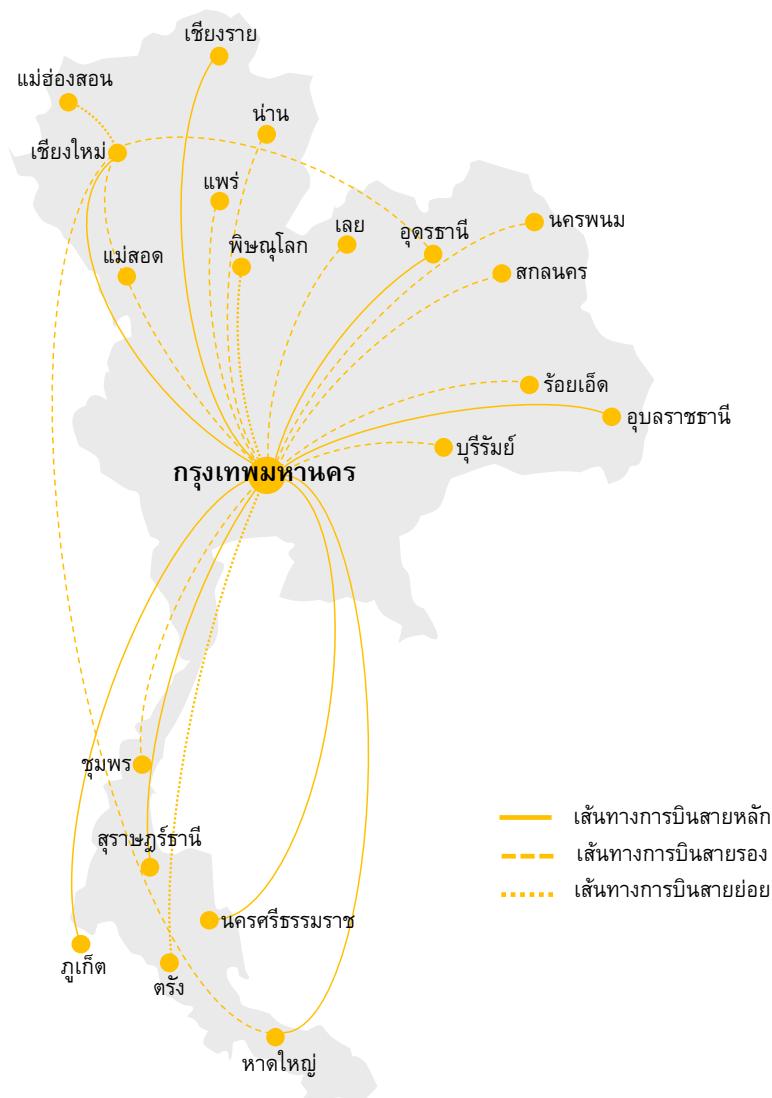


3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัทประกอบธุรกิจสายการบินราคาประหยัด (Budget Airline หรือ Low-Cost Airline) ภายใต้แบรนด์ “นกแอร์” โดยให้บริการขนส่งทางอากาศภายในประเทศ ในลักษณะจุดต่อจุดโดยไม่มีบริการเชื่อมต่อ (Point-to-Point) ซึ่งใช้เครื่องบินแบบทางเดินเดียวในให้บริการ บริษัทจัดเป็นสายการบินราคาประหยัดที่ให้บริการครอบคลุมเส้นทางการบินมากที่สุดในประเทศไทย และเป็นสายการบินที่มีความโดดเด่นในด้านการให้บริการตามสโลแกนของบริษัทที่ว่า “ทุกเที่ยวบินมีรอยยิ้ม” หรือ “We Fly Smiles” โดยผู้โดยสารสามารถเลือกที่นั่งล่วงหน้าได้ฟรี มีบริการอาหารว่างและนำ้ดื่มระหว่างเที่ยวบิน และบริการน้ำหนักสัมภาระขั้นต่ำโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากค่าโดยสาร

3.1 เครือข่ายเส้นทางการบิน

บริษัทเป็นผู้ให้บริการเที่ยวบินที่ครอบคลุมทุกภูมิภาคในประเทศไทย และปัจจุบันเป็นผู้ให้บริการเส้นทางการบินมากที่สุดในประเทศไทย โดย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2556 นกแอร์ให้บริการเที่ยวบินทั้งหมด 23 เส้นทางการบิน ซึ่งครอบคลุมทั้งหมด 21 จุดหมายปลายทางและมีเที่ยวบินทั้งสิ้น 497 เที่ยวบินต่อสัปดาห์





บริษัทให้บริการเที่ยวบินทั้งจากฐานปฏิบัติการหลักที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และฐานการปฏิบัติการย่อยที่ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ไปยังท่าอากาศยานในภูมิภาคอื่นๆ โดยมุ่งเน้นให้บริการเที่ยวบินทั้งในเส้นทางที่มีความต้องการทางการบินหนาแน่นอย่างเส้นทางการบินสายหลัก¹ และเส้นทางการบินที่มีความต้องการทางการบินไม่มากนักในปัจจุบันแต่คาดว่าจะมีความต้องการทางการบินสูงขึ้นในอนาคต อย่างเส้นทางการบินสายรอง¹ และเส้นทางการบินสายย่อย¹ เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการแข่งขันของบริษัทว่าด้วยการให้บริการเส้นทางการบินที่ครอบคลุมมากที่สุดในประเทศไทย

โดยในการให้บริการ บริษัทได้มุ่งเน้นให้บริการในเส้นทางสายหลักเนื่องจากเส้นทางดังกล่าวมีจำนวนความต้องการทางการบินที่มากและมีการเดินทางที่สูง ถึงแม้ว่าจะมีการแข่งขันที่สูงเนื่องจากการบินพลเรือนมิได้จำกัดจำนวนผู้ให้บริการ แต่ด้วยกลยุทธ์การให้บริการที่ดีเยี่ยม ทำให้บริษัทคาดว่าจะสามารถรักษาและเพิ่มสัดส่วนทางการตลาดของบริษัทได้

สำหรับเส้นทางการบินสายรองและสายย่อยนั้น จัดเป็นเส้นทางที่มีคู่แข่งน้อยกว่า เนื่องจากกรรมการบินพลเรือน มีการจำกัดจำนวนผู้ให้บริการ บริษัทจึงอาศัยกลยุทธ์การเป็นผู้นำหรือ First-Mover Advantage เพื่อให้บริษัทสามารถครอบครองฐานลูกค้าได้เป็นรายแรกและสามารถกำหนดราคาได้ค่อนข้างอิสระโดยไม่ต้องคำนึงถึงคู่แข่งมากนัก นอกจากนี้ การมีชื่อเสียงในฐานะผู้นำตลาด จะทำให้ตราสินค้านกแอร์เป็นที่จดจำ และได้รับความไว้วางใจจากผู้โดยสารเป็นรายแรก หากในอนาคตมีผู้ให้บริการรายอื่นเข้ามาให้บริการเพิ่มเติมจากการเดินทางของเส้นทางการบินจากเส้นทางการบินสายย่อยเป็นเส้นทางการบินสายรอง หรือจากเส้นทางการบินสายรอง เป็นเส้นทางการบินสายหลัก

เส้นทางการบิน	ปีที่เริ่มดำเนินงาน	ดำเนินการโดย	จำนวนเที่ยวบินไปกลับต่อสัปดาห์			
			2553	2554	2555	28 ก.พ. 2556
<u>เส้นทางการบินสายหลัก</u>						
ดอนเมือง – เชียงใหม่	2547	นกแอร์	28	67	63	63
ดอนเมือง – อุดรธานี	2547	นกแอร์	21	32	35	35
ดอนเมือง – ภูเก็ต	2547	นกแอร์	14	21	14	21
ดอนเมือง – หาดใหญ่	2547	นกแอร์	28	25	49	49
ดอนเมือง – สุราษฎร์ธานี	2547	นกแอร์	14	18	21	28
ดอนเมือง – นครศรีธรรมราช	2548	นกแอร์	21	28	28	35
ดอนเมือง – อุบลราชธานี	2550	นกแอร์	21	21	28	28
ดอนเมือง – เชียงราย	2550	นกแอร์	-	14	21	21
รวมเส้นทางการบินสายหลัก			147	226	259	280
<u>เส้นทางการบินสายรอง*</u>						
ดอนเมือง – พิษณุโลก	2547	นกแอร์	14	21	21	35
เชียงใหม่ – แม่ฮ่องสอน	2549	นกมินิ	14	14	28	28
ดอนเมือง – ตรัง	2549	นกแอร์	11	14	14	14

ประกาศกระทรวงคมนาคม เรื่อง หลักเกณฑ์สำคัญในการให้บริการเส้นทางการบินภายในประเทศ ณ วันที่ 27 กันยายน 2549 ได้ประกาศหลักเกณฑ์การกำหนดเส้นทางการบินไว้ดังนี้

- เส้นทางการบินสายหลัก คือ เส้นทางที่มีจำนวนผู้โดยสารรวมเกินกว่า 300,000 คนต่อปี และกรรมการบินพลเรือนอนุญาตให้สายการบินของประเทศไทยทุกสายการบินสามารถบินเพื่อการพาณิชย์ได้โดยไม่จำกัดจำนวนสายการบิน
- เส้นทางการบินสายรอง คือ เส้นทางที่มีจำนวนผู้โดยสารรวม 50,000 - 300,000 คนต่อปี และกรรมการบินพลเรือนจำกัดจำนวนสายการบินเพียงสามสายการบิน
- เส้นทางการบินสายย่อย คือ เส้นทางที่มีจำนวนผู้โดยสารต่ำกว่า 50,000 คนต่อปี และกรรมการบินพลเรือนจำกัดจำนวนสายการบินเพียงสองสายการบิน



เส้นทางการบิน	ปีที่เริ่มดำเนินงาน	ดำเนินการโดย	จำนวนเที่ยวบินไปกลับต่อสัปดาห์			
			2553	2554	2555	28 ก.พ. 2556
รวมเส้นทางการบินสายย่อย*			39	49	63	77
เส้นทางการบินสายย่อย*						
เชียงใหม่ – อุดรธานี	2548	nakmin	-	14	21	21
ดอนเมือง – เลย	2549	nakair	-	3	7	14
ดอนเมือง – สกลนคร	2551	nakair	5	7	14	14
ดอนเมือง – บุรีรัมย์	2551	nakmin	2	-	3	3
ดอนเมือง – น่าน	2551	nakair/nakmin	-	11	21	21
ดอนเมือง – ร้อยเอ็ด	2551	nakmin	-	7	14	14
ดอนเมือง – นครพนม	2552	nakair	5	7	14	14
ดอนเมือง – แม่สอด	2554	nakmin	-	4	14	14
ดอนเมือง – แพร่	2554	nakmin	-	3	4	4
เชียงใหม่ – แม่สอด	2555	nakmin	-	-	7	7
ดอนเมือง – ชุมพร	2555	nakmin	-	-	7	7
เชียงใหม่ – หาดใหญ่	2556	nakair	-	-	-	7
รวมเส้นทางการบินสายย่อย			12	56	126	140
รวมทุกเส้นทางการบิน			198	331	448	497

หมายเหตุ: * นับรวมเที่ยวบินที่ให้บริการโดยแอร์เจ็ต ภายใต้แบรนด์ “nakmin”

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นให้บริการเที่ยวบินที่มีท่าอากาศยานต้นทางหรือจุดหมายปลายทางในภาคเหนือ หรือภาคตะวันเฉียงเหนือเนื่องจากยุทธศาสตร์ทำเลที่ตั้งของห้องสองภูมิภาคดังกล่าวไม่ได้รับอิทธิพลจากลมรสุม เช่นเดียวกับภาคใต้ ทำให้สามารถให้บริการผู้โดยสารอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี อีกทั้ง ภูมิศาสตร์ของภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือยังเป็นประตูสู่ประเทศในอินโดจีน เช่น ประเทศไทย พม่า ลาว และประเทศกัมพูชา ซึ่งคาดว่าในอนาคตจะมีปริมาณความต้องการในการบินมาก โดยบริษัทอาจให้บริการขนส่งในอนาคตด้วยเที่ยวบินแบบประจำของบริษัท หรือให้บริการเดินทางเชื่อมต่อ (Transfer Service) จากท่าอากาศยานภูมิภาค ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทให้บริการเที่ยวบินที่ท่าอากาศยานต้นทางหรือจุดหมายปลายทางในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 70.3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ของบริษัท และให้บริการเที่ยวบินที่ท่าอากาศยานต้นทางหรือจุดหมายปลายทางในภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 29.7 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ของบริษัท

นโยบายการกำหนดเส้นทางการบินและจำนวนเที่ยวบิน

ในการเปิดเส้นทางการบินเส้นทางใหม่ บริษัทจะพิจารณาถึงขนาดเครื่องจักรของจังหวัดและพื้นที่ใกล้เคียง จำนวนประชากร สถานะการแข่งขัน ศักยภาพของอุตสาหกรรมห้องเที่ยว ศักยภาพของการประกอบธุรกิจในเมืองดังกล่าวหรือพื้นที่ใกล้เคียง ข้อมูลทางด้านภูมิศาสตร์หรือการเข้าถึงของการขนส่งผู้โดยสารในรูปแบบอื่นๆ ความพร้อมของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และทรัพยากรบุคคล โดยในการตัดสินใจการเปิดเส้นทางการบินใหม่ จะเป็นการพิจารณาโดยคณะกรรมการสายการพาณิชย์ (Commercial Management Meeting : CMM) ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารของบริษัท คณะกรรมการชุดดังกล่าวมีความเป็นอิสระ และไม่ขึ้นตรงต่อคณะกรรมการ บริษัท หรือผู้ถือหุ้นของบริษัท อย่างไรก็ตาม ในบางเส้นทางถึงแม้จะเป็นเส้นทางการบินสายหลัก บริษัทอาจไม่พิจารณาให้บริการเที่ยวบิน เนื่องจาก 1) เส้นทางมีความผันผวนของปริมาณผู้โดยสารที่มาก (Seasonality) กล่าวคือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเส้นทางดังกล่าวคือกลุ่มนักท่องเที่ยว หรือ 2) เส้นทางมีสภาพการแข่งที่สูง หรือ 3) เส้นทางไม่มีความพร้อมของท่าอากาศยาน หรือ 4) เส้นทางมีระยะทางบินสั้นและไม่คุ้มค่าต่อการดำเนินธุรกิจ สำหรับการเพิ่มเที่ยวบินในเส้นทางปัจจุบัน คณะกรรมการ CMM จะเป็นผู้พิจารณาเช่นกัน



โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่ก่อมาในข้างต้น รวมถึงข้อมูลอัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (Load Factor) ของบริษัทและคู่แข่งในปัจจุบัน รวมไปถึงศักยภาพในการทำกำไรของเส้นทางการบิน

หลังจากที่บริษัททำการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดเส้นทางการบินใหม่เรียบร้อยแล้ว บริษัทจะนำเสนอเพื่อขออนุมัติจากการบินพลเรือน ซึ่งกระบวนการพิจารณาดังกล่าว จะใช้เวลาประมาณ 1 - 3 เดือน นอกจากนี้ บริษัทจะติดตามปริมาณการขนส่งผู้โดยสารในแต่ละเส้นทางและแต่ละช่วงเวลาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาประเมินผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไร และนำไปปรับเปลี่ยนตารางการบิน เพิ่มหรือลดจำนวนเที่ยวบิน และขนาดของเครื่องบินที่ใช้

3.2 ผลการดำเนินงานของการให้บริการขนส่งผู้โดยสาร

ข้อมูลรายได้และการประกอบธุรกิจสายการบินราคาประหยัดในประเทศไทย โดยเที่ยวบินแบบประจำ (Scheduled Flight) สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

	หน่วย	2553	2554	2555
รายได้จากการให้บริการขนส่งผู้โดยสาร	ล้านบาท	3,970.8	5,726.9	7,634.3
- เส้นทางการบินสายหลัก		3,348.2	4,521.4	6,004.3
- เส้นทางการบินสายรอง		469.1	795.1	792.9
- เส้นทางการบินสายย่อย		153.5	410.4	837.1
จำนวนผู้โดยสาร	ล้านคน	2.21	3.14	4.12
- เส้นทางการบินสายหลัก		1.86	2.52	3.28
- เส้นทางการบินสายรอง		0.28	0.45	0.45
- เส้นทางการบินสายย่อย		0.06	0.17	0.40
ปริมาณการผลิตตัวน้ำผึ้ง (ASK)	ล้านที่นั่ง-กม.	1,508.2	2,245.1	2,915.7
ปริมาณการขนส่งตัวน้ำผึ้ง (RPK)	ล้านที่นั่ง-กม.	1,245.8	1,802.5	2,455.8
อัตราส่วนการบรรทุกผู้โดยสาร (Cabin Factor)	ร้อยละ	82.6	80.3	84.2
รายได้จากการให้บริการขนส่งผู้โดยสารต่อ กิโลเมตร (Passenger Yield)	บาท/คน/กม.	3.18	3.19	3.11
จำนวนเส้นทางการบิน	เส้นทาง	13	19	22
จำนวนเที่ยวบิน	เที่ยว	18,169	28,746	36,813
ระยะทางบินโดยเฉลี่ย	กม.	570	576	591

เส้นทางการบินสายหลัก

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2556 บริษัทให้บริการเที่ยวบินในเส้นทางการบินสายหลักทั้งหมด 280 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ซึ่งครอบคลุม 8 เส้นทาง จากฐานปฏิบัติการบินหลักที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองไปยังท่าอากาศยานภูมิภาค ครอบคลุมทั้งภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ โดยในการดำเนินงานในเส้นทางการบินหลัก บริษัทจะให้บริการโดยใช้เครื่องบินโบอิ้ง 737-400 หรือ 737-800 ซึ่ง สามารถจุผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก เน茫ะสมกับขนาดของอุปสงค์ของเส้นทางการบินสายหลัก ทั้งนี้ ระหว่างปี 2553 – 2555 บริษัทให้บริการขนส่งผู้โดยสารในเส้นทางสายหลักทั้งหมด 1.86 – 3.28 ล้านคน และ มีรายได้ 3,348.2 – 6,004.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 78.6 – 84.3 ของรายได้จากการให้บริการเที่ยวบินแบบประจำ

เส้นทางการบินสายรอง

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2556 บริษัทให้บริการเส้นทางการบินสายรองทั้งหมด 3 เส้นทาง จากท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองไปยังจังหวัดตระงับ และจังหวัดพิษณุโลก โดยใช้เครื่องบินโบอิ้ง 737-400 หรือ 737-800 และ



จากฐานการบินย่อย (ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่) ไปยังจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ เชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน ไปและกลับ โดยใช้เครื่องบิน SAAB 340 ของนกมินิ ทั้งนี้ระหว่างปี 2553 - 2555 บริษัทให้บริการขนส่งผู้โดยสารทั้งหมด 0.28 – 0.45 ล้านคน และ มีรายได้ 469.1 – 795.1 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 10.4 – 13.9 ของรายได้จากการให้บริการเที่ยวบินแบบประจำ

เส้นทางการบินสายย่อย

ในปี 2553 – 2555 บริษัทมีรายได้จากการเส้นทางการบินสายย่อย 153.5 – 837.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.9 - 11.0 ของรายได้จากการให้บริการเที่ยวบินแบบประจำ การให้บริการเส้นทางสายย่อยนี้ ปัจจุบันบริษัทใช้เครื่องบินทั้งแบบโบอิ้งและแอทีอาร์ รวมถึงเครื่องบินเข้ามาสำหรับสายการบินแอสตี้แอ หรือ “นกมินิ” ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติการบินเพียงอย่างเดียว โดยยกแอร์ทำหน้าที่ด้านการตลาด เส้นทางการบินสายย่อยมีอัตราการเติบโตอย่างมากตั้งแต่ปี 2553 เนื่องจากบริษัทมีการเปิดเส้นทางบินไปยังเมืองใหม่ และเพิ่มจำนวนเที่ยวบินในเส้นทางต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2556 บริษัทและพันธมิตรให้บริการเที่ยวบินในเส้นทางการบินสายย่อยทั้งหมด 12 เส้นทาง มีเที่ยวบินไปกลับทั้งหมด 140 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ โดยเพิ่มขึ้นจาก 3 เส้นทาง และ 12 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ในปี 2553

3.3 ตัวโดยสาร

บริษัทให้บริการตัวโดยสารระดับชั้นเดียว เช่นเดียวกับสายการบินแบบประหยัดทั่วไป อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละประเภท บริษัทจึงให้บริการตัวโดยสารแก่ผู้โดยสารในลักษณะอื่น เพิ่มเติมจากตัวโดยสารลักษณะปกติ (“นกประหยัด” หรือ “Nok Eco”) ตามประเภทที่นั่ง และข้อกำหนดหรือเงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการเดินทางดังนี้

นกประหยัด (Nok Eco)

ตัวโดยสารนกประหยัด (Nok Eco) จัดเป็นตัวโดยสารประเภทที่มีราคาต่ำที่สุดของบริษัท ซึ่งผู้โดยสารจะสามารถนำสัมภาระขึ้นเครื่องได้ 15 กิโลกรัม โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม อีกทั้งระหว่างเที่ยวบิน บริษัทจะให้บริการอาหารว่าง อย่างไรก็ได้ ตัวโดยสารดังกล่าวมีเงื่อนไขคือ ผู้โดยสารจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนแปลงในการนี้เปลี่ยนเที่ยวบิน เปลี่ยนเวลาเดินทาง เปลี่ยนวันเดินทาง และเปลี่ยนชื่อผู้โดยสาร รวมถึงค่าส่วนต่างที่เพิ่มขึ้นจากราคาบัตรโดยสารเดิม และค่าบริการที่เกิดขึ้นจากการทำการทำรายการ นกประหยัดเป็นตัวโดยสารที่บริษัทมีการจำหน่ายสูงสุด โดยระหว่างปี 2553 – 2555 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการจำหน่ายตัวโดยสาร ดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 86.2 – 89.2 ของรายได้จากการจำหน่ายตัวโดยสาร

นกเปลี่ยนได้ (Nok Flexi)

นกเปลี่ยนได้ (Nok Flexi) เป็นตัวโดยสารที่บริษัทออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกและความสะดวกแก่ผู้โดยสารที่ต้องการความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการเดินทาง เช่น นักธุรกิจ และข้าราชการ โดยตัวโดยสารจะมีลักษณะที่นั่งเช่นเดียวกับนกประหยัด (Nok Eco) ซึ่งผู้โดยสารสามารถนำสัมภาระขึ้นเครื่องบินได้ 20 กิโลกรัม แต่ผู้โดยสารสามารถเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน เวลาเดินทาง และวันเดินทาง โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม โดยระหว่างปี 2553 – 2555 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการจำหน่ายตัวโดยสาร Nok Flexi คิดเป็นร้อยละ 7.8 – 9.3 ของรายได้จากการจำหน่ายตัวโดยสาร

นกพลัส (Nok Plus)

นกพลัส (Nok Plus) เป็นตัวโดยสารชั้นพรีเมียมและมีราคาสูงสุดของบริษัท โดยบริการส่วนใหญ่ของนกพลัส (Nok Plus) จะมีลักษณะเช่นเดียวกับนกเปลี่ยนได้ (Nok Flexi) แต่ที่นั่งของนกพลัส (Nok Plus) จะมีขนาดใหญ่กว่า และตำแหน่งที่นั่งที่สะดวกสบายในการนั่งลงเครื่องบินมากกว่า คืออยู่บริเวณด้านหน้าของเครื่องบิน



ใกล้กับห้องควบคุมการบิน (Cockpit) อีกทั้งผู้โดยสารจะสามารถสัมภาระได้มากกว่าตัวโดยสารประจำเครื่องเดินทางที่ 30 กิโลกรัม นอกจากนั้น นักเรียนยังให้บริการหนังสือพิมพ์และอาหารว่างโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม บริษัท จำกัดตัวโดยสารประภากนพลัส (Nok Plus) เฉพาะเที่ยวบินที่ใช้เครื่องบินประภาก โบอิ้ง 737-400 ที่ซึ่งมาจากการบินไทยเท่านั้น เนื่องจากเก้าอี้ประภากลางมีขนาดใหญ่กว่าปกติและถูกติดตั้งมาพร้อมกับเครื่องบินโดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทคงเหลือการเช่าเครื่องบินประภาก โบอิ้ง 737-400 จากการบินไทย จำนวน 1 ลำ ซึ่งสัญญาเช่าจะหมดอายุลงในเดือนมิถุนายน 2556 ทำให้ภายในหลังการครบกำหนดสัญญา ดังกล่าวบริษัทจะยุติการจำหน่ายตัวโดยสารประภากนพลัส (Nok Plus) ระหว่างปี 2553 – 2555 บริษัทมี สัดส่วนรายได้จากการบิน Nok Plus คิดเป็นร้อยละ 1.6 – 4.8 ของรายได้จากการจำหน่ายตัวโดยสาร

นโยบายการกำหนดราคาและบริหารจัดการรายได้

บริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาเพื่อทำให้เกิดรายได้สูงสุดในแต่ละเที่ยวบิน และกำหนดราคาให้เหมาะสมกับแต่ละเที่ยวบิน โดยแต่ละเที่ยวบินประกอบไปด้วยอัตราค่าโดยสารหลายระดับ (Dynamic Pricing) ตั้งแต่ระดับต่ำสุดไปถึงระดับสูงสุดเป็นขั้นบันได ผู้โดยสารที่ทำการจองล่วงหน้าก่อนจะได้รับราคาในระดับต่ำกว่าผู้โดยสารที่จองในลำดับถัดไป ทั้งนี้ ราคายังคงปรับลดลงได้หากบริษัทจัดการส่งเสริมการขาย โดยการกำหนดอัตราค่าโดยสารหลายระดับ (Dynamic Pricing) มีข้อดี คือให้บริษัทสามารถจัดสรรหรือขายตัวโดยสารให้กับผู้โดยสารได้ทุกประเภท ในราคางานที่สุดซึ่งส่งผลให้บริษัทมีอัตราส่วนการบรรทุกผู้โดยสาร (Cabin Factor) ที่สูง และมีรายได้สูงสุดในแต่ละเที่ยวบิน นอกจากนั้น บริษัทยังสามารถกำหนดอัตราค่าโดยสารหลายระดับ ทั้งนี้ ในการกำหนดราคา บริษัทพิจารณาจากหลากหลายปัจจัยดังต่อไปนี้

■ การแบ่งกลุ่มตลาด (Market Segmentation)

บริษัทกำหนดราคาตัวโดยสารตามความอ่อนไหวของราคา (Price Sensitivity) ของผู้โดยสาร โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มที่อ่อนไหวต่อราคามากที่สุด ในขณะที่กลุ่มผู้โดยสารเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจหรือราชการจะมีความอ่อนไหวต่อราคาน้อยที่สุดเนื่องจากมีความจำเป็นในการเดินทางที่มากกว่า และสามารถนำค่าใช้จ่ายไปเบิกบัญชีได้

■ การกำหนดราคาตามความต้องการในแต่ละช่วงเวลา (Peak or Off-Peak Pricing)

บริษัทกำหนดราคาตัวโดยสารตามแต่ละช่วงเวลาของวันและตามแต่ละช่วงเวลาของปี เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้โดยสารได้มากที่สุด โดยบริษัทพิจารณาตั้งราคาตัวในช่วงเวลาที่มีความต้องการบินในแต่ละวันในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น บริษัทพิจารณาตั้งค่าตัวในช่วงเวลาเช้า และช่วงเวลาค่ำ สูงกว่าช่วงเวลาอื่นของวัน อีกทั้งบริษัทจะพิจารณากำหนดราคาตัวในช่วงวันหยุดยาว สูงกว่าวันธรรมดากว่า

■ ราคาของสายการบินคู่แข่ง

บริษัทมีการติดตามความเคลื่อนไหวของสายการบินคู่แข่ง โดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำอื่นๆ ซึ่งมีการกำหนดราคแบบ Dynamic Pricing เช่นเดียวกัน เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ในการตั้งราคา ซึ่งจะทำให้บริษัทปรับตัว และตอบสนองได้ทันต่อการแข่งขันในตลาด

■ การพยากรณ์อุปสงค์ของตลาด

บริษัทจะคาดการณ์ปริมาณความต้องการของผู้โดยสารที่อาจจะเกิดขึ้นตามหลักสถิติ โดยใช้ข้อมูลของจำนวนผู้โดยสารในอดีตนำมาวิเคราะห์ในแต่ละช่วงเวลาที่ผู้โดยสารจะทำการจองเข้ามา ตลอดจนคาดการณ์ปริมาณผู้โดยสารของเที่ยวบินนั้นๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับฤดูกาล เทศกาล ราคาของสายการบินคู่แข่ง ช่วงเวลาที่ลูกค้าจะทำการจองตัว และภาวะทางเศรษฐกิจในขณะนั้นๆ



▪ การจัดสรรที่นั่งให้เหมาะสม (Optimization)

บริษัทจะจัดสรรจำนวนที่นั่งของแต่ละระดับราคาให้เหมาะสมกับแต่ละเที่ยวบินเพื่อทำให้เกิดรายได้สูงสุด โดยใช้ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางในอดีต ราคาของสายการบินอุ่น ประมาณการจำนวนผู้โดยสารในแต่ละช่วงเวลา ณ ดูถูกและเทศกาลต่างๆ โดยจะกำหนดจำนวนที่นั่งในแต่ละช่วงราคา ("Class") ให้เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลูกค้าจะทำการจองตัวโดยสาร

อย่างไรก็ตาม การกำหนดอัตราค่าโดยสารของบริษัทสำหรับเที่ยวบินภายในประเทศนั้นถูกควบคุมโดยกรมการบินพลเรือน ซึ่งปัจจุบันได้กำหนดอัตราขั้นสูงสุดสำหรับเส้นทางการบินที่มีระยะไม่เกิน 300 กิโลเมตร ไว้ไม่เกิน 22 บาทต่อ กิโลเมตร และเส้นทางการบินที่มีระยะเกินกว่า 300 กิโลเมตรไว้ไม่เกิน 13 บาทต่อ กิโลเมตร

3.4 บริการเสริม

บริการเสริมเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการหารายได้ของบริษัท บริษัทมีรายได้จากการเสริมในปี 2553 - 2555 เท่ากับ 208.4 – 396.2 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.8– 5.0 ของรายได้หลัก ทั้งนี้ สัดส่วนรายได้เสริมเมื่อเทียบกับรายได้รวมจัดว่าต่ำกว่าสายการบินราคายังไห้ด้วยตัวเอง เนื่องจากบริษัทจำหน่ายตัวโดยสารในลักษณะเหมารวม หรือ All-In Price ซึ่งผู้โดยสารของบริษัททุกคนจะได้รับบริการพื้นฐานโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เช่น การให้บริการน้ำหนักสัมภาระขั้นต่ำ 15 กิโลกรัม การเลือกที่นั่งล่วงหน้า บริการอาหารว่าง บริการ Free Wifi ที่ห้องพักผู้โดยสาร เป็นต้น ซึ่งเป็นไปตามปรัชญาในการทำธุรกิจของบริษัทที่ต้องการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าสายการบินในการเดินทางให้แก่ผู้โดยสาร ซึ่งไม่ต้องการความยุ่งยากในเงื่อนไขการเดินทาง และต้องการบริการที่คุ้มค่ากับค่าตัวโดยสารที่จ่ายไปนั้น

ประเภท	2553		2554		2555	
	จำนวน (ล้านบาท)	ร้อยละ	จำนวน (ล้านบาท)	ร้อยละ	จำนวน (ล้านบาท)	ร้อยละ
รายได้จากการเสริม	208.4	5.0	289.9	4.8	396.2	4.8
รวมรายได้หลัก	4,179.4	100.0	6,039.3	100.0	8,217.4	100.0

ทั้งนี้รายได้เสริมของบริษัทมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่สูงที่ร้อยละ 37.9 ต่อปี จากปี 2553 ถึงปี 2555 เนื่องจากบริษัทได้สร้างบริการต่างๆ มาอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่ผู้โดยสาร โดยมีรายได้ค่าธรรมเนียมที่อยู่ในอัตราตลาด ทำให้บริการต่างๆ ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว โดยบริการเสริมส่วนใหญ่ เป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของผู้โดยสาร ลูกค้าสามารถเลือกซื้อหรือชำระเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและความมั่นใจในการเดินทาง เช่น การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการเดินทาง บริการขนส่งสัมภาระน้ำหนักส่วนเกิน (Excess Baggage) บริการการสำรองที่นั่งผ่าน Call Center ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินค่าโดยสารสำหรับบางช่องทาง บริการขนส่งสินค้า การจำหน่ายสินค้าที่รีลิก อาหารและเครื่องดื่ม ประกันภัยการเดินทางนกชัวร์ (Nok Sure) บริการการเดินทางเชื่อมต่อ (เครื่องบิน-รถ-เรือ) ค่าธรรมเนียมรายปีสมาชิกนกแพนคลับ และรายได้อื่นๆ ซึ่งเป็นค่าเช่าพื้นที่ในท่าอากาศยานที่เรียกเก็บจากบริษัทอื่นๆ ที่บริษัทได้ว่าจ้างในการดำเนินงาน เช่น จัดหาอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ทั้งนี้ ค่าเช่าพื้นที่ดังกล่าวบริษัทเป็นผู้นำส่งให้แก่เจ้าของพื้นที่ซึ่งบริษัทเป็นคู่สัญญาการเช่า



ตารางแสดงสัดส่วนรายได้จากบริการเสริม

ประเภท	2553		2554		2555	
	จำนวน (ล้านบาท)	ร้อยละ	จำนวน (ล้านบาท)	ร้อย%	จำนวน (ล้านบาท)	ร้อย%
ค่าเปลี่ยนแปลงการเดินทาง	41.6	20.0	64.3	22.2	87.9	22.2
ค่าธรรมเนียมนำหนักสัมภาระส่วนเกิน	14.2	6.8	28.6	9.9	46.8	11.8
ค่าธรรมเนียมการจองตั๋วและชำระเงิน	48.8	23.4	57.2	19.7	93.0	23.5
ค่าระหว่างขั้นส่ง	20.7	9.9	16.2	5.6	17.7	4.5
รายได้จากการจำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม และสินค้าที่ระลึก	14.9	7.1	18.6	6.4	17.6	4.4
รายได้จากการประภากัยการเดินทาง	27.1	13.0	36.0	12.4	47.2	11.9
รายได้จากการบริการอื่นๆ*	41.2	19.8	69.0	23.8	85.9	21.7
รายได้จากการบริการเสริม	208.4	100.0	289.9	100.0	396.2	100.0

หมายเหตุ: *รายได้จากการบริการอื่นๆ หมายถึง รายได้จากการเดินทางเชื่อมต่อ ค่าธรรมเนียมสมาชิกนกแพนคลับ รายได้จากการให้พื้นที่เช่าสื่อโฆษณาบนเครื่องบิน รายได้ค่าโฆษณาจากนิตยสารนกจีบจีบ และการบริการภาคพื้นดิน (Ground Handling) ให้แก่สายการบินอื่น เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงการเดินทาง

ผู้โดยสารที่สำรองที่นั่งไปแล้วสามารถเปลี่ยนแปลงการเดินทางได้ โดยสามารถเปลี่ยนแปลงได้ทั้งเที่ยวบิน และเปลี่ยนแปลงชื่อผู้เดินทาง ซึ่งมีค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนแปลง 535 บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) รวมถึงส่วนต่างค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นจากราคาบัตรโดยสารเดิม (หากมี) ผู้โดยสารต้องแจ้งดำเนินการเปลี่ยนแปลงอย่างช้าที่สุด ก่อนกำหนดเดินทางเดิมล่วงหน้า 1 วัน หากเป็นตัวโดยสารประเภทนกเปลี่ยนได้ และนกพลัสผู้โดยสารสามารถเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายภายในระยะเวลาที่กำหนด

บริการขนส่งสัมภาระนำหนักส่วนเกิน (Nok Baggage and Excess Baggage)

สายการบินนกแอร์ได้มอบความสะดวกด้านนำหนักกระเบ้าสัมภาระให้แก่ผู้โดยสารทุกราย ผู้โดยสารนกประหยัดจะได้รับนำหนักกระเบ้า 15 กิโลกรัม ตัวโดยสารนกเปลี่ยนได้ 20 กิโลกรัม และนกพลัส 30 กิโลกรัม สำหรับสมาชิกนกแพนคลับจะได้รับนำหนักกระเบ้าเพิ่มอีก 5-10 กิโลกรัม เพิ่มเติมจากเงื่อนไขตัวโดยสารที่ซื้อขึ้นอยู่กับประเภทของบัตรสมาชิก

“Nok Baggage” คือ บริการขนส่งนำหนักสัมภาระส่วนเกินจากนำหนักที่บริษัทมอบให้แก่ผู้โดยสารตามประเภทของตัวโดยสาร ผู้โดยสารที่คาดว่าจะมีนำหนักกระเบ้าส่วนเกินสามารถเลือกซื้อน้ำหนักสัมภาระเพิ่มเติมล่วงหน้าได้ตามความเหมาะสม ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ เว็บไซด์ www.nokair.com ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ 1318 และที่เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน โดยปัจจุบันบริษัทเรียกเก็บค่าธรรมเนียม “Nok Baggage” ดังนี้

นำหนัก (กิโลกรัม)	ราคารีซื้อพร้อมตัวโดยสาร (บาท)	ราคารีซื้อหลังจองตัวโดยสาร (บาท)
15	ฟรี	-
20 (+5)	175	300
25 (+10)	350	400
30 (+15)	525	650
35 (+20)	700	900
40 (+25)	875	1,100



“Excess Baggage” คือ ค่าธรรมเนียมบริการขนส่งสัมภาระในกรณีที่น้ำหนักกระเบ้าสัมภาระเกินกว่าที่ระบุในตัวโดยสารแต่ละประเภท และเกินกว่าน้ำหนักที่ผู้โดยสารซื้อจาก Nok Baggage โดยเดิมบริษัทเรียกเก็บในอัตรา กิโลกรัมละ 50 บาท แต่เมื่อเดือนมกราคม 2556 บริษัทได้ปรับเปลี่ยนอัตราดังกล่าวเป็น กิโลกรัมละ 200 บาท เพื่อให้สอดคล้องกับราคายาตลาดและต้นทุนการขนส่งที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนนำ้มันเชื้อเพลิง นอกจากนี้ บริษัทยังให้บริการดูแลสัมภาระที่ต้องการการดูแลพิเศษ เช่น อุปกรณ์ดำเนิน กระดาษโถคัลลีน อุปกรณ์ยิงธนู จักรยาน อุปกรณ์ตกปลา ซึ่งปัจจุบันบริษัทคิดค่าธรรมเนียมในอัตราชั้นละ 200 บาท

การจองตัวโดยสารและการชำระเงิน

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาช่องทางการสำรองที่นั่งและการชำระเงินอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปัจจุบันบริษัทมีช่องทางการสำรองที่นั่งและการชำระเงินที่หลากหลายมากที่สุดภายใต้การบินหนึ่ง อย่างไรก็ได้ ช่องทางดังกล่าวบางช่องทาง บริษัทมีต้นทุนในการดำเนินการ ดังนั้น บริษัทจึงเรียกเก็บค่าธรรมเนียมสำหรับผู้โดยสารที่ต้องการความสะดวกในการจองและชำระเงินค่าตัวโดยสาร อาทิ ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต การชำระเงินผ่านตู้เอทีเอ็มหรือระบบไดร์ฟเดบิตของธนาคาร และการชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส เป็นต้น

บริการขนส่งสินค้า

บริษัทให้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์บนเที่ยวบินแบบประจำทุกเที่ยวบินที่ปฏิบัติการบินโดยเครื่องบินประจำโนบอингเป็นประจำทุกวัน อย่างไรก็ได้ เนื่องจากบริษัทให้บริการขนส่งผู้โดยสารเป็นหลัก จึงจะให้บริการรับขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์เมื่อมีพื้นที่ว่างสำหรับบรรทุกสินค้าเท่านั้น

การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม

นอกจากอาหารว่างและน้ำเปล่าที่ให้บริการฟรี ในระหว่างเที่ยวบินผู้โดยสารสามารถเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่มีให้เลือกหลากหลายประเภท ในราคาที่ใกล้เคียงกับราคายาตลาด นอกจากนั้นเครื่องบินยังมีสินค้าที่ระลึกนกแอร์จำหน่าย เช่น เสื้อยืดโปโล หมวก ผ้าห่ม นาฬิกา กระเป๋า ร่ม ของเล่น และของใช้ในครัว ซึ่งผู้โดยสารอาจซื้อด้วยเงินสด หรือจากการค้านักไมล์ซื้อที่ทำการค้ายานต่างๆ ทั่วประเทศ

การประกันภัยการเดินทางนกชัวร์ (Nok Sure)

Nok Sure คือ แผนประกันภัยสำหรับการเดินทาง ซึ่งเป็นบริการเสริมอย่างหนึ่งที่สายการบินนกแอร์เสนอเป็นทางเลือกให้แก่ผู้โดยสาร เพื่อสร้างความอุ่นใจ และลดภาระค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทางจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด อาทิเช่น กระแสไฟฟ้าดับ ไฟไหม้ ภัยธรรมชาติ ฯลฯ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการเดินทาง หรือแม้กระทั่งเกิดอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง เป็นต้น Nok Sure จะคุ้มครองผู้โดยสารของสายการบินนกแอร์ ให้เกิดความอุ่นใจตลอดการเดินทาง แผนประกันภัย Nok Sure รับประกันภัยโดย บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) และดำเนินการโดยบริษัท สุปรีม โปรดักส์ จำกัด ซึ่งเป็นนายหน้าประกันภัยวินาศภัย

ผู้โดยสารสามารถเลือกซื้อ Nok Sure ได้ตามรูปแบบการเดินทางต่างๆ ที่เหมาะสม และจะได้รับความคุ้มครองตามรูปแบบการเดินทางที่เลือก โดยมีรูปแบบของของแผนการเดินทางจะมีราคาที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

- แบบความคุ้มครองการเดินทางภายนอกประเทศไทยแบบเดียว (One-way) ราคา 65 บาท โดยจะได้รับความคุ้มครองตั้งแต่ผู้โดยสารทำการเช็คอินและดำเนินต่อเนื่องไปจนกระทั่งครบกำหนด 2 ชั่วโมงภายหลังผู้โดยสารเดินทางถึงจุดหมายปลายทางที่ระบุไว้ในหนังสือรับรองการรับประกันภัย
- แบบความคุ้มครองการเดินทางเส้นทางภายนอกประเทศไทยโดยบริการ Fly 'n' Ferry service (คือ บริการเชื่อมต่อการเดินทางด้วยเรือเร็ว/เรือเฟอร์รี่) และ บริการ Fly 'n' Ride service (คือ บริการเชื่อมต่อการเดินทางด้วยรถโดยสาร) ราคา 88 บาท โดยจะได้รับความคุ้มครองตั้งแต่ผู้โดยสารทำการเช็คอินและดำเนิน



ต่อเนื่องไปจนกระทั่งครบกำหนด 2 ชั่วโมงภายหลังผู้โดยสารเดินทางถึงจุดหมายปลายทางที่ระบุไว้ในหนังสือรับรองการรับประกันภัย

- แบบความคุ้มครองการเดินทางภายใต้ประเภทแบบไป – กลับ (Round-trip) ซึ่งรวมถึงการเดินทางแบบไป – กลับ ด้วยบริการ Fly 'n' Ferry และ Fly 'n' Ride ราคา 150 บาท โดยจะได้รับความคุ้มครองตั้งแต่ผู้โดยสารทำการเช็คอิน และจะได้รับความคุ้มครองตลอดระยะเวลาการเดินทางสูงสุด 30 วัน ซึ่งนอกจากท่านจะได้รับเงินชดเชยในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ไมคาดฝันแล้ว ท่านยังได้รับความช่วยเหลือฉุกเฉินต่างๆ ระหว่างการเดินทางอีกด้วย

บริการเดินทางเชื่อมต่อ (Transfer Service)

บริษัทมุ่งเน้นการให้บริการการเดินทางแบบครบวงจร จึงได้ริเริ่มการให้บริการเดินทางเชื่อมต่อการเดินทางในลักษณะอื่นจากท่าอากาศยานไปยังจุดหมายปลายทางของผู้โดยสาร ที่ไม่สามารถเข้าถึงได้ด้วยการเดินทางทางอากาศหรือมีค่าใช้จ่ายที่สูงในการเดินทาง ดังนั้นบริษัทจึงอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าโดยเสนอตัวโดยสารในการเดินทางเชื่อมต่อเพื่อช่วยลดเวลาและความยุ่งยากในการจัดหา การสำรองที่นั่ง ตลอดจนการชำระเงินสำหรับการเดินทางต่อไปยังจุดหมายปลายทาง โดยบริษัทเป็นสายการบินแรกในประเทศไทยที่ให้บริการดังกล่าว นอกจากนี้บริษัทยังมีส่วนช่วยสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากจุดหมายปลายทางที่เชื่อมต่อส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งให้บริการโดยบริษัทที่มีความชำนาญในธุรกิจและมีความน่าเชื่อถือ ปัจจุบันมีบริการการเดินทางเชื่อมต่อ 2 ประเภท คือ

- Fly 'n' Ferry service คือ บริการเชื่อมต่อการเดินทางด้วยเรือเร็ว/เรือเฟอร์รี่ ไปยังเกาะต่างๆ ในอ่าวไทยและทะเลอันดามัน
- Fly 'n' Ride service คือ บริการเชื่อมต่อการเดินทางด้วยรถโดยสาร ไปยังเมืองต่างๆ และประเทศใกล้เคียง



เรือเร็ว/เรือเฟอร์รี่



รถโดยสาร

ตารางแสดงการให้บริการเดินทางเชื่อมต่อ

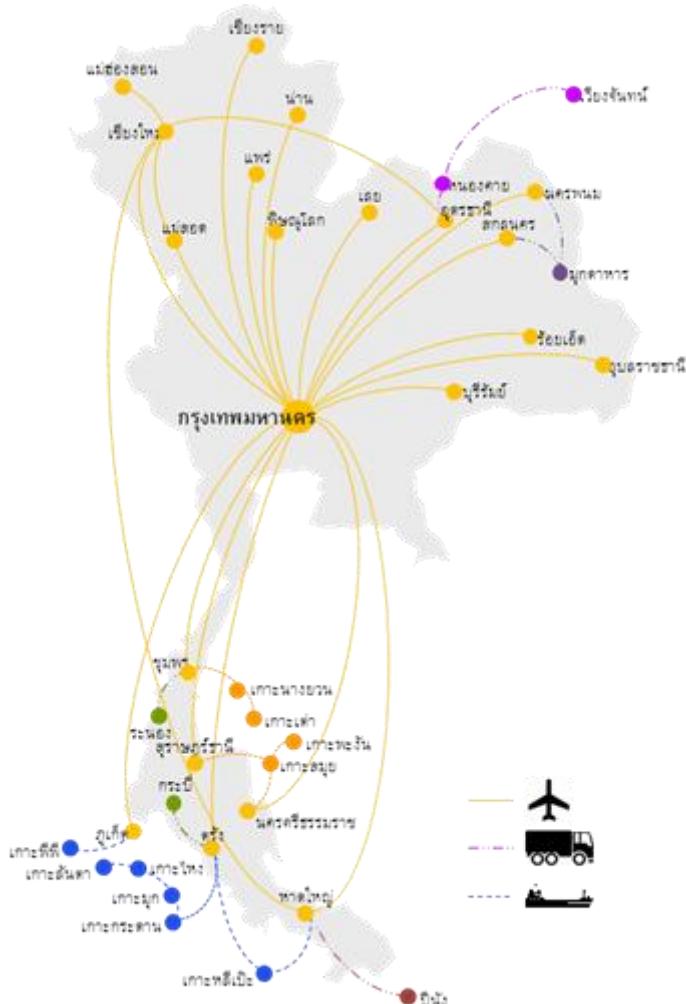
เส้นทางการบิน	จุดหมายปลายทาง	บริษัทผู้ให้บริการเชื่อมต่อ
Fly'n'Ferry service		
ดอนเมือง – ชุมพร	เกาะเต่า เกาะนางยวน	บริษัท เรือเร็วลมพระยา จำกัด
ดอนเมือง – สุราษฎร์ธานี	เกาะสมุย เกาะพังัน	บริษัท เรือเร็วลมพระยา จำกัด
ดอนเมือง – นครศรีธรรมราช	เกาะสมุย เกาะพังัน	บริษัท เรือเร็วลมพระยา จำกัด
ดอนเมือง – ภูเก็ต	เกาะพีพี	บริษัท ไกเกอร์ไลน์ เทราเวล จำกัด
ดอนเมือง – ตรัง	เกาะลันตา เกาะไหง	บริษัท ไกเกอร์ไลน์ เทราเวล จำกัด
	เกาะมุก เกาะกระดาน เกาะหลีเป๊ะ	
Fly'n'Ride service		
ดอนเมือง – หาดใหญ่ และ เชียงใหม่ – หาดใหญ่	ปีนัง ประเทศมาเลเซีย	บริษัท ศีพอร์ท ดิเวลล์อปเม้นท์ จำกัด



เส้นทางการบิน	จุดหมายปลายทาง	บริษัทผู้ให้บริการเชื่อมต่อ
ดอนเมือง – อุต្រธานี	เวียงจันทน์ สปป.ลาว	ห้างหุ้นส่วนจำกัดอุดรแท็กทัวร์ และ บริษัท ทราบเอ็กซ์เพรส จำกัด (สปป.ลาว)
ดอนเมือง – ศากลนคร/นครพนม	มุกดาหาร	บริษัท นุกพิชา จำกัด
ดอนเมือง – ตรัง	กระปี (อ่าววงศ์)*	บริษัท ไกเกอร์ไลน์ เทเรเวล จำกัด

หมายเหตุ: * เปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2556

แผนที่แสดงการให้บริการเดินทางเชื่อมต่อ



สมาชิกนกแฟนคลับ (Nok Fan Club Membership)

โครงการสมาชิกนกแฟนคลับหรือโครงการ Customer Royalty Program เป็นโครงการสมาชิกที่จัดทำขึ้นเพื่อตอบแทนกลุ่มผู้โดยสารที่เดินทางกับสายการบินนกแอร์อย่างต่อเนื่อง โดยมีความมุ่งหวังที่จะต้องการให้บริการกลุ่มผู้โดยสารที่มีคุณค่าต่อสายการบินนี้ให้เกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการกับสายการบินอีกครั้ง ด้วยการมอบสิทธิประโยชน์ต่างๆ ข่าวสาร และโปรโมชั่นจากนกแอร์และกลุ่มพันธมิตรสายการบินนกแอร์แก่สมาชิก บัตรสมาชิกนกแฟนคลับมี 2 ประเภท ได้แก่ (1) Nok Smile เปิดรับสมัครบุคคลทั่วไปที่สนใจ อัตราค่าสมัครสมาชิก 200 บาท ผ่านช่องทาง www.nokfanclub.com หรือที่เคาน์เตอร์นกแอร์ ณ ท่าอากาศยานทั่วประเทศ (2) Nok Smile Plus เป็นการเรียนเชิญสมาชิกที่มีการเดินทางกับสายการบินจำนวน 35 เที่ยวบินต่อปี หรือมีคะแนนสะสม Nok Point ครบตามจำนวนที่กำหนด



บัตรสมาชิกนกแฟนคลับมีอายุ 2 ปี พร้อมรับสิทธิประโยชน์มากมายตลอดอายุสมาชิก ได้แก่

1. ได้รับสิทธิ์แลกตัวเครื่องบินฟรี 1 เที่ยวบิน เมื่อสะสม Nok Point ครบ 7,500 คะแนน สำหรับสมาชิกประเภท Nok Smile และ 5,500 คะแนน สำหรับสมาชิกประเภท Nok Smile Plus ภายในระยะเวลาที่กำหนด
2. ได้เพิ่มน้ำหนักกระเป๋าอีก 5 กิโลกรัม สำหรับสมาชิกประเภท Nok Smile และอีก 10 กิโลกรัม สำหรับสมาชิกประเภท Nok Smile Plus
3. ได้รับสิทธิ์ในการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารราคาโปรโมชั่นก่อนลูกค้าทั่วไป
4. ได้รับข้อเสนอพิเศษจากกลุ่มพันธมิตรของนกแอร์
5. บริการ Web Check-in บริการ Nok Call Home และบริการพิเศษอื่นๆ ตามที่โครงการกำหนด

นอกจากนี้จากการสำรวจต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นแล้ว บริษัทยังมีรายได้จากการให้บริการเสริมปลีกย่อยอื่น ๆ เช่น บริการให้พื้นที่เช่าสื่อโฆษณาบนเครื่องบิน รายได้ค่าโฆษณาจากนิตยสารนกจิบจิบ และการบริการภาคพื้นดิน (Ground Handling) ให้แก่สายการบินอื่น ในการนี้ที่สายการบินดังกล่าวไม่มีความพร้อมในการให้บริการภาคพื้นที่ท่าอากาศยาน เป็นต้น

3.5 ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

บริษัทได้เล็งเห็นโอกาสในการให้บริการการบินแก่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการเดินทางเป็นหมู่คณะจำนวนมากและต้องการเดินทางในเวลาอื่นนอกเหนือจากกำหนดการเดินทางแบบประจำของบริษัท หรือเดินไปยังจุดหมายปลายอื่นที่บริษัทไม่ได้ให้บริการเดินทางแบบประจำทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศนอกเหนือจากการให้บริการโดยสารทางอากาศแบบประจำ บริษัทจึงได้เปิดให้บริการผู้โดยสารในลักษณะเช่าเหมาลำในปี 2554 โดยในปี 2554 – 2555 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายตั๋วโดยสารแบบเช่าเหมาลำ (Charter Flight) จำนวน 0.6 – 187.1 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 2.3 ของรายได้รวม

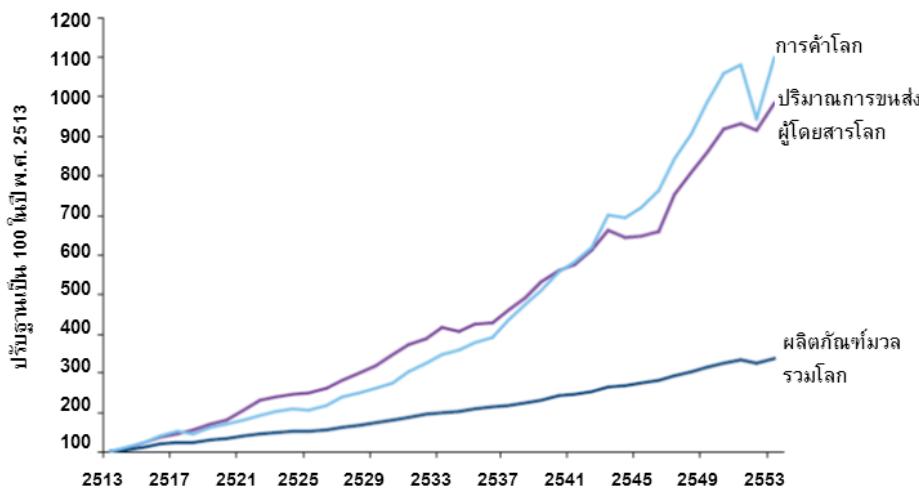
3.6 อุตสาหกรรม

3.6.1 อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

อุตสาหกรรมการบินจัดเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตมากอุตสาหกรรมหนึ่งของโลก โดยจากสถิติของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ในช่วงระหว่าง 40 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2513 – 2553 ตามแผนภาพด้านล่าง) ปริมาณขนส่งผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศเติบโต 14 เท่า มากกว่าการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมโลก (World GDP) ซึ่งเติบโตประมาณ 3 – 4 เท่า



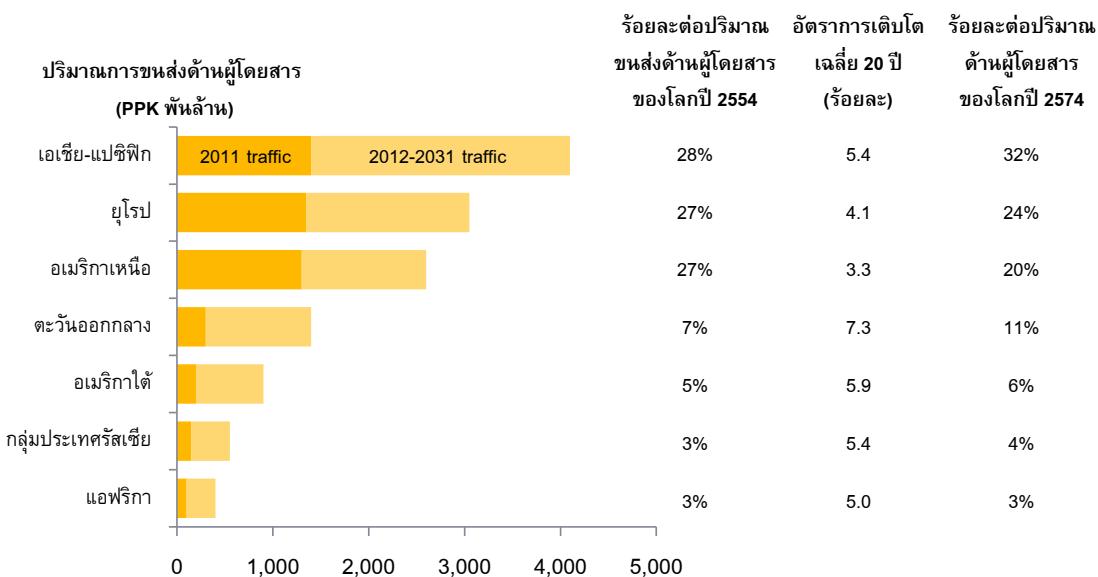
กราฟแสดงความสัมพันธ์อุตสาหกรรมการบินกับปัจจัยที่สำคัญ



ที่มา: สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA)

การเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมการบินโลกที่ผ่านมาส่วนใหญ่ถูกขับเคลื่อนจากประเทศกำลังพัฒนา (Emerging Countries) โดยมีปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลมาจากปัจจัยทางมหาภารโด้วยรวมได้แก่ การลดความเข้มงวดทางกฎเกณฑ์และข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบิน การเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลาง การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น และการพัฒนาของเมืองใหม่ซึ่งเห็นได้ชัดในภูมิภาคที่กำลังพัฒนาโดยเฉพาะเอเชียแปซิฟิก แอฟริกา และอเมริกาใต้

สำหรับการกระจายตัวของอุตสาหกรรมการบินในแต่ละภูมิภาคจะขึ้นกับปัจจัยที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ปัจจุบัน อุตสาหกรรมการบินกระจายตัวอยู่ใน 3 ภูมิภาคหลัก ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกาเหนือ ซึ่งหากนับรวมสัดส่วนการบิน 3 ภูมิภาคตามปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสาร (RPKs) จะพบว่ามีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 82.0 ของสัดส่วนปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารทั้งหมดของโลก



ที่มา: Airbus GMP 2554-2573



ในปี พ.ศ. 2554 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจัดเป็นภูมิภาคที่มีสัดส่วนปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารสูงที่สุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 28.0 ของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารของโลก รองมาได้แก่ ภูมิภาคยุโรปและอเมริกาเหนือ ซึ่งทั้งสองภูมิภาคมีสัดส่วนปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารอยู่ที่ร้อยละ 27.0 ในขณะที่ภูมิภาคตะวันออกกลาง อเมริกาใต้ กลุ่มประเทศรัสเซีย และออฟริกา ยังคงมีสัดส่วนปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารที่ค่อนข้างต่ำ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในด้านอัตราการเดินทางของอุตสาหกรรมการบินในแต่ละภูมิภาค พบร่วมภูมิภาค เอเชียแปซิฟิกจะมีอัตราการเดินทางของอุตสาหกรรมการบินในช่วง 20 ปีข้างหน้า ทำให้ภูมิภาค เอเชียแปซิฟิกจะยังคงเป็นภูมิภาคที่สำคัญที่สุดสำหรับอุตสาหกรรมการบิน โดยในปี 2575 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะยังคงเป็นภูมิภาคที่มีสัดส่วนปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารสูงที่สุด

สาเหตุสำคัญที่ทำให้ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีสัดส่วนปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารสูงที่สุดทั้งในปัจจุบันและอนาคต เนื่องจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในโลก โดยปัจจุบันภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีขนาดเศรษฐกิจมากกว่าหนึ่งในสี่ของขนาดเศรษฐกิจโลก และมีอัตราการเดินทางของเศรษฐกิจที่มีอัตราสูงกว่า ภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรปถึง 2.5 เท่า ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีขนาดเพิ่มเป็นหนึ่งในสามของเศรษฐกิจโลกในอนาคต นอกจากนั้น จำนวนประชากรก็เป็นปัจจัยหลักอีกปัจจัยหนึ่ง ในการผลักดันให้ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีอัตราการเดินทางของอุตสาหกรรมการบินสูง โดยคาดว่าปี พ.ศ. 2574 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีประชากรรวมทั้งสิ้นประมาณร้อยละ 60 ของโลก

ในส่วนของปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนการเดินทางของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของเมืองใหม่ ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ และความได้เปรียบทางทางการขนส่ง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- **การเพิ่มขึ้นของเมืองใหม่:** ประเทศไทยตั้งตัวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา ทำให้มีการขยายตัวของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสูง และมีการเพิ่มขึ้นของเมืองใหม่ที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินเดินทางอย่างมากในภูมิภาคนี้ ประกอบกับการมีศูนย์กลางเมืองใหม่เพิ่มขึ้นและการสร้างท่าอากาศยานแห่งใหม่หรือแห่งที่สองเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่เร่งที่สนับสนุนให้มีการขยายตัวของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคนี้อย่างมาก
- **ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์:** ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ถูกแบ่งแยกด้วยแม่น้ำซึ่งแตกต่างจากภูมิศาสตร์ของภูมิภาคยุโรป ดังนั้น การเดินทางที่สะดวกและรวดเร็วที่สุดสำหรับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จึงเป็นการเดินทางทางอากาศมากกว่าที่จะเป็นการเดินทางทางน้ำหรือทางบก ประกอบด้วยการลดลงอย่างต่อเนื่องของราคาตั๋วโดยสารของอุตสาหกรรมการบิน ส่งผลให้การเดินทางทางอากาศเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น
- **ความได้เปรียบทางทางการขนส่ง:** เนื่องจากทศวรรษที่ผ่านมา การขนส่งทางบกในหลาย ๆ ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกยังอยู่ในช่วงกำลังพัฒนา ส่งผลให้การเดินทางและการขนส่งทางบกในประเทศไทย ดังกล่าวไม่มีความสะดวกสบายเท่าที่ควร ดังนั้น การเดินทางและการขนส่งทางอากาศจึงมีข้อได้เปรียบในเชิงของความสะดวกสบาย ประกอบกับราคាតั๋วโดยสารที่ลดลงอย่างต่อเนื่องส่งผลให้การเดินทางทางอากาศกลายเป็นตัวเลือกที่ได้รับความนิยมอย่างยิ่งในระยะเวลาที่ผ่านมา



สภาวะอุตสาหกรรมการบินและการแข่งขัน

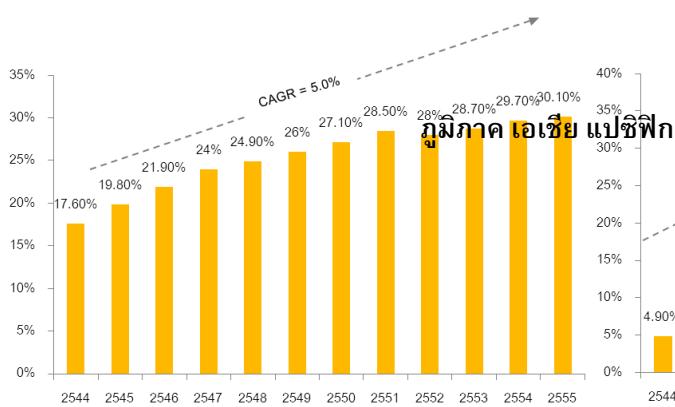
ในอดีตอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ถูกขับเคลื่อนโดยสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ ("Legacy Airline" หรือ "Full Service Airline") ซึ่งจัดเป็นสายการบินที่มุ่งเน้นให้ความสะดวกสบายในการเดินทางของผู้โดยสาร อีกทั้งมุ่งเน้นการให้บริการเที่ยวบินในลักษณะเชื่อมต่อ (Connecting Flight) ซึ่งครอบคลุมจุดหมายปลายทางในทุกๆ ภูมิภาคของโลก

ภายหลังเมื่อสายการบินแอร์เอเชียก่อตั้งในปี 2544 และเริ่มให้บริการในรูปแบบสายการบินราคาประหยัด ("Low Cost Airline") เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเดินทางในระยะใกล้ให้กับผู้โดยสารที่คำนึงถึงปัจจัยทางด้านราคาเป็นหลัก สายการบินราคาประหยัดรายอื่นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จึงได้เริ่มก่อตั้งขึ้นด้วยความคาดหวังที่ว่าจะได้รับความนิยมจากผู้โดยสารอย่างสายการบินเซาท์เวลส์ (South West Airline) และสายการบินไรอันแอร์ (Ryan Air) ในภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรป ตามลำดับ นอกจากนี้ ด้วยระบบขนส่งมวลชนที่ไม่ได้มารถฐาน และภูมิศาสตร์ที่ถูกแบ่งแยกด้วยทะเลหรือแม่น้ำสู่ทุกทิศ ส่งผลให้สายการบินราคาประหยัดกล้ายเป็นที่นิยมอย่างรวดเร็วในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และเติบโตขึ้นด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 32.4 ต่อปี (อ้างอิงแผนภาพด้านล่าง) ซึ่งทำให้ในปี 2555 สายการบินราคาประหยัดมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มเป็นร้อยละ 24.1 ในขณะที่สายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ รวมถึงทางเลือกการเดินทางในรูปแบบอื่นๆ มีสัดส่วนการตลาดที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสายการบินราคาประหยัดกล้ายเป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับผู้เดินทางส่วนใหญ่ทั้งในด้านระดับราคาด้วยสารและการบริการ

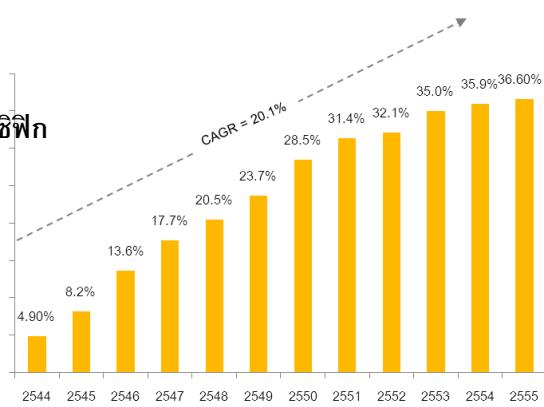
นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนการตลาดของสายการบินราคาประหยัดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก กับภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรป ซึ่งเป็นผู้นำร่องในการดำเนินธุรกิจสายการบินราคาประหยัดจะเห็นได้ว่า ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก นั้น ถือเป็นอุตสาหกรรมการบินราคาประหยัดในภูมิภาคที่จะเติบโตในอัตราที่แข็งแกร่งในระยะเวลา 12 ปีที่ผ่านมา (2544 – 2555) แต่สายการบินราคาประหยัดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกยังคงมีโอกาสในการเติบโตในอนาคตอีกมาก เนื่องจากสัดส่วนตลาดของสายการบินราคาประหยัดยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ โดยในปี 2555 สัดส่วนตลาดของสายการบินราคาประหยัดอยู่ที่ร้อยละ 24.1 ซึ่งบ่งบอกว่าสัดส่วนตลาดของสายการบินราคาประหยัดที่ประกอบธุรกิจในภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรป ซึ่งมีสัดส่วนตลาดของสายการบินราคาประหยัดอยู่ที่ 30.1 และ 36.6 ตามลำดับ

แผนภาพแสดงอัตราการเติบโตของสายการบินราคาประหยัดและสัดส่วนของสายการบินราคาประหยัดต่อตลาดโดยรวม

ภูมิภาคอเมริกาเหนือ

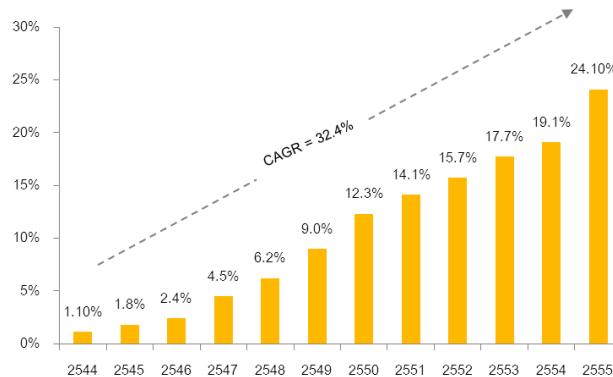


ภูมิภาคยุโรป





រៀបចំភាគខេត្តក្រោម



ที่มา: CAPA (Centre for aviation)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าอัตราการเติบโตของสายการบินราคาประหยัดจะเป็นไปอย่างแข็งแกร่งในอดีตที่ผ่านมา สถานะของสายการบินราคาประหยัดในบางประเทศของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ยังคงอยู่ในช่วงรออยู่ต่อของการพัฒนา ดังนั้น สายการบินราคาประหยัดยังเป็นรูปแบบการเดินทางที่ยังไม่ได้รับความนิยมในบางประเทศของภูมิภาค รวมถึงบางประเทศยังอยู่ในช่วงรออยู่ต่อการเปลี่ยนแปลงระหว่างการนำรูปแบบสายการบินราคาประหยัดมาประยุกต์ใช้ ทำให้สภาวะอุตสาหกรรมการบินของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาจพิจารณาแบ่งเป็น 3 ประเภทตามความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของสายการบินราคาประหยัดได้ ดังต่อไปนี้



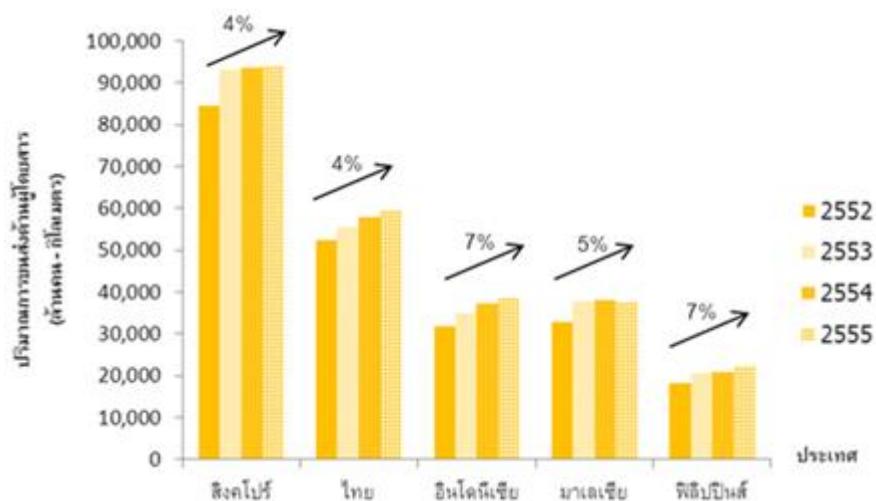
3. สภาวะอุตสาหกรรมการบินที่ขับเคลื่อนโดยสายการบินราคาประหยัด (**Low Cost Airline Dominated**): สภาวะอุตสาหกรรมลักษณะนี้เป็นสภาวะของประเทศที่ถูกกลุ่มสายการบินราคาประหยัดมีบทบาทในอุตสาหกรรมการบินสูงมากและครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูง ซึ่งโครงสร้างลักษณะนี้เกิดจากการที่ผู้ประกอบธุรกิจสายการบินราคาประหยัดเข้ามาดำเนินธุรกิจและประสบความสำเร็จอย่างสูง ประกอบกับสายการบินเต็มรูปแบบไม่สามารถปรับกลยุทธ์ได้รวดเร็วเพียงพอ เนื่องจากข้อจำกัดเฉพาะตัวอย่างประเทศที่มีโครงสร้างในลักษณะนี้ได้แก่ประเทศไทย เช่น

3.6.2 อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อุตสาหกรรมการบินภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีการกระจายตัวอยู่ในกลุ่ม 5 ประเทศหลักได้แก่ สิงคโปร์ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ เนื่องจากศักยภาพของสภาวะเศรษฐกิจ ลักษณะภูมิศาสตร์ และจำนวนประชากร เป็นปัจจัยหลักที่ผลักดันกลุ่มประเทศนี้มีสัดส่วนปริมาณการขนส่งทางผู้โดยสารสูงกว่ากลุ่มประเทศอื่นมาก

โดยประเทศไทยมีปริมาณการขันส่งด้านผู้โดยสารสูงที่สุดอยู่ที่ประมาณ 94,000 ล้านคน – กิโลเมตร ในปี 2555 เนื่องจากมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางการเงินและธุรกิจของภูมิภาค จึงทำให้การเดินทางเข้าออกประเทศไทยเป็นเรื่องที่สำคัญและรวดเร็วที่สุด รองลงมาได้แก่ ประเทศไทยซึ่งมีปริมาณการขันส่งด้านผู้โดยสารอยู่ที่ประมาณ 60,000 ล้านคน – กิโลเมตร ในปี 2555 เนื่องจากมีภูมิศาสตร์ที่เป็นชุดศูนย์กลางของภูมิภาคและเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ทำให้ปริมาณการขันส่งทางอากาศสูง ในขณะที่ประเทศไทยในโคนีเซีย มาเลเซีย และพิลิปปินส์ มีปริมาณการขันส่งด้านผู้โดยสารในปี 2555 ใกล้เคียงกันซึ่งอยู่ระหว่าง 22,000 – 39,000 ล้านคน – กิโลเมตร และมีโครงสร้างทางภูมิศาสตร์คล้ายกันคือ เป็นหมู่เกาะ หรือมีสภาพที่แต่ละส่วนของประเทศที่ขั้นกลางด้วยทะเล ทำให้การเดินทางทางอากาศเป็นการเดินทางที่จำเป็น

แผนภาพแสดงปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารและอัตราการเติบโตสะสม (CAGR) ปี 2552-2555 ในประเทศไทย



ที่มา: Euromonitor International



ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารในช่วงระยะเวลาเดียวกันที่ใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 4 แต่แนวโน้มการเติบโตในอนาคตมีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันมาก เนื่องจากโครงสร้างภูมิประเทศและสภาพเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน โดยประเทศไทยจะมีฐานปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารที่สูงมากและประชากรนิยมเดินทางทางอากาศมาก แต่จำนวนประชากรมีน้อยและปริมาณการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวไม่สามารถเพิ่มสูงมากจากข้อจำกัดของขนาดพื้นที่ประเทศ ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปริมาณที่จำกัด ทำให้คาดว่าอัตราการเติบโตของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารในประเทศไทยจะมีแนวโน้มชะลอตัวในอนาคต

สำหรับประเทศไทย ถึงแม้ว่าปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารจะอยู่ระดับที่สูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค เช่นเดียวกับประเทศไทย แต่ยังมีอัตราการเติบโตของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารใกล้เคียงกัน กับประเทศไทยที่ร้อยละ 4 แต่สาเหตุของการมีอัตราการเติบโตที่ต่ำจากปัจจัยภายนอก เช่น การแข่งขันในประเทศ ซึ่งเกิดจากปัญหาความไม่สงบทางการเมืองและภัยธรรมชาติในช่วงปี 2553 – 2555 ทำให้คาดว่าภายในประเทศจะมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น จากความได้เปรียบททางที่ดีทางภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค อีกทั้งการเติบโตและการเปิดประเทศของประเทศไทยเพื่อนบ้านที่ต้องพึ่งพาระบบขนส่งของประเทศไทย เช่น ประเทศพม่า กัมพูชา และ สปป.ลาว ประกอบกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น

สำหรับปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารของประเทศไทยในอดีต 4 ปีที่ผ่านมา (2552 – 2555) มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยในระดับสูงที่ร้อยละ 7 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชาชนชั้นกลาง และลักษณะภูมิประเทศที่เป็นหมู่เกาะ จึงทำให้การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศได้เปรียบและมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่ารถบัส ประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจของสองประเทศดังกล่าวเริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างมาก ทำให้คาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารจะยังเติบโตสูงต่อไป

จำนวนประชากร ขนาดและการเติบโตของภาวะเศรษฐกิจ และการเติบโตของการท่องเที่ยวถือเป็น 3 ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบินและปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารอย่างมาก

ตารางแสดงสัดส่วนจำนวนประชากร ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศและปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสาร

ประเทศ	ประชากร (ล้านคน)	ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อคน (เหรียญสหรัฐ)	ปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสาร (ล้านคน – กิโลเมตร)	ปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารต่อคน (ล้านกิโลเมตร)
สิงคโปร์	5.2	271,118	52,239	93,999	18,112
ประเทศไทย	67.9	363,546	5,357	59,470	876
อินโดนีเซีย	244.8	888,900	3,632	38,789	158
มาเลเซีย	28.9	305,718	10,578	37,713	1,305
พิลิปปินส์	97.5	249,226	2,556	22,526	231

ที่มา: Euromonitor International, ข้อมูลปี 2555

ดังนั้น หากพิจารณาจากจำนวนประชากรและขนาดของระบบเศรษฐกิจ ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารและปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารต่อคนมากที่สุด ถึงแม้ว่าจะเป็นประเทศที่มีขนาดพื้นที่เล็กและมีประชากรน้อยกว่าประเทศไทยในภูมิภาค สอดคล้องกับคาดการณ์ที่คาดว่าอัตราการ



เดิบโตของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารจะชลอตัวลง ในขณะที่กลุ่มประเทศไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ จะเป็นกลุ่มประเทศที่มีแนวโน้มการเดิบโตของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารสูง เนื่องจากปริมาณการขนส่งผู้โดยสารต่อคนในกลุ่มประเทศนี้ยังอยู่ในระดับต่ำ ขณะที่กลุ่มประเทศนี้มีจำนวนประชากรที่มากและแนวโน้มการเดิบโตทางเศรษฐกิจที่สูง

โครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เช่นเดียวกับภูมิภาคอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมการบินในรูปแบบหลักคือกลุ่มสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบและกลุ่มสายการบินราคาประหยัด

สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ("Legacy Airline" หรือ "Full Service Airline" หรือ "Premium Airline")

การดำเนินธุรกิจสายการบินเต็มรูปแบบส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เงินทุนที่สูง เนื่องจากจำเป็นต้องมีเครื่องบินหลากหลายขนาดเพื่อให้บริการได้ครอบคลุมในหลากหลายพื้นที่ ประกอบกับในอดีตยังไม่มีการเปิดเส้นทางการบิน และอุตสาหกรรมการบินในอดีตยังถูกนำไปเกี่ยวโยงกับความมั่นคงของประเทศ ทำให้สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบส่วนใหญ่มีรัฐบาลเจ้าของประเทศเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการเป็นรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทร่วมทุน ตัวอย่างของสายการบินเหล่านี้ ได้แก่ การบินไทย สายการบินสิงคโปร์ แอร์ไลน์ สายการบินมาเลเซีย แอร์ไลน์ สายการบินฟิลิปปินส์ แอร์ไลน์ และสายการบินการบูร์ด้า แอร์ไลน์ ซึ่งการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันในอดีตจะเป็นระบบกึ่งผูกขาดในแต่ละประเทศ ทำให้มีสภาวะการแข่งขันต่ำและเกิดภาวะการขาดประสิทธิภาพ ทำให้เกิดช่องว่างทางการตลาดที่ทำให้สายการบินราคาประหยัดสามารถเข้ามาดำเนินธุรกิจภายหลังที่แต่ละประเทศในภูมิภาคทยอยเปิดเส้นทางการบินขึ้น

นอกจากนี้ กลุ่มสายการบินเต็มรูปแบบอาจมีปรับตำแหน่งการตลาดที่แตกต่างกันเล็กน้อย เพื่อสร้างจุดแข็งทางธุรกิจ เช่น สายการบินไทยสมายล์และสายการบินชิลล์ แอร์ วางแผนการตลาดเป็นสายการบินคุณภาพสูง ราคาอยู่กลาง (Light Premium Airline) และสายการบินบางกอกแอร์เวย์สวางแผนการตลาดเป็น Asia Boutique Airline

ตารางแสดงจำนวนผู้ประกอบธุรกิจสายการบินแบบเต็มรูปแบบในภูมิภาค

สายการบิน			จำนวนผู้ประกอบธุรกิจทางการบิน
THAI	สายการบินไทย	Thai Airways	ประเทศไทย
THAI Smile	สายการบินไทยสมายล์	Thai Smile	ประเทศไทย
Bangkok Airways	สายการบินบางกอกแอร์เวย์ส	Bangkok Airways	ประเทศไทย
Singapore Airlines	สายการบินสิงคโปร์ แอร์ไลน์	Singapore Airlines	สิงคโปร์
SILKAIR	สายการบินชิลล์ แอร์	Silk Air	สิงคโปร์
Malaysia Airlines	สายการบินมาเลเซีย แอร์ไลน์	Malaysia Airlines	มาเลเซีย
Philippine Airlines	สายการบินฟิลิปปินส์ แอร์ไลน์	Philippine Airlines	ฟิลิปปินส์
Garuda Airlines	สายการบินการบูร์ด้า แอร์ไลน์	Garuda Airlines	อินโดนีเซีย
Vietnam Airlines	สายการบินเวียดนาม แอร์ไลน์	Vietnam Airlines	เวียดนาม



สายการบินราคาประหยัด (“Low Cost Airline”)

สายการบินราคาประหยัดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้เริ่มมีบทบาทในอุตสาหกรรมการบินภายหลังการประสบความสำเร็จของสายการบินราคาประหยัดในอเมริกาและยุโรป โดยกลุ่มสายการบินราคาประหยัดกลุ่มแรกที่เข้ามาดำเนินธุรกิจจะเป็นสายการบินราคาประหยัดที่เป็นเอกเทศไม่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจสายการบินเต็มรูปแบบที่เป็นผู้ครอบครองตลาดส่วนใหญ่เดิม ตัวอย่างของผู้เล่นในกลุ่มนี้ได้แก่ สายการบินแอร์เอเชีย สายการบินเซาท์อีสเอเชีย และสายการบินไลอ้อนแอร์

ภายหลังการเข้ามาในตลาดของสายการบินราคาประหยัดในกลุ่มแรก ทำให้กลุ่มสายการบินเต็มรูปแบบเริ่มมีการปรับตัว โดยการจัดตั้งบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วม หรือร่วมทุนกับกลุ่มผู้ลงทุนอื่นๆ เพื่อเข้ามาดำเนินธุรกิจสายการบินราคาประหยัดแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจกลุ่มแรก ตัวอย่างสายการบินที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ได้แก่ สายการบินแอกซ์ซิฟิคโปร์ซึ่งมีผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นการบินไทย สายการบินไทรเกอร์แอร์เวย์และสายการบินสกุตต์ซึ่งมีผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นสายการบินสายการบินสิงคโปร์แอร์ไลน์ และสายการบินไฟร์ฟลายและสายการบินแมสสวิงซึ่งมีผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นสายการบินสายการบินมาเลเซียแอร์ไลน์ เป็นต้น

ตารางแสดงจำนวนผู้เล่นหลักในธุรกิจสายการบินราคาประหยัดในภูมิภาค

สายการบิน		ฐานปฏิบัติการทางการบิน	
	สายการบินนกแอร์	Nok Air	ประเทศไทย
	สายการบินโอเรียนท์ไทย	Orient Thai Airline	ประเทศไทย
	สายการบินไทเกอร์แอร์เวย์	Tiger Airways	สิงคโปร์
	สายการบินสกุตต์	Scoot Air	สิงคโปร์
	สายการบินเจ็ทสตาร์ เอเชีย	Jetstar Asia	สิงคโปร์
	สายการบินแอร์เอเชีย*	AirAsia	มาเลเซีย ไทย อินโดนีเซีย พิลิปปินส์ ญี่ปุ่น
	สายการบินแอร์เอเชีย เอ็กซ์	AirAsia X	มาเลเซีย
	สายการบินไฟร์ฟลาย	FireFly	มาเลเซีย
	สายการบินแมสสวิง	Maswings	มาเลเซีย
	สายการบินเซบูแปซิฟิกแอร์	Cebu Pacific Air	พิลิปปินส์
	สายการบินเซาท์อีสเอเชีย แอร์	South East Asia Air	พิลิปปินส์
	สายการบินไลอ้อน แอร์	Lion Air	อินโดนีเซีย
	สายการบินบัตตาเวียร์	Batavia Air	อินโดนีเซีย
	สายการบินซิติลิงค์	Citilink Airline	อินโดนีเซีย
	สายการบินแมนดาลา	Mandala Airlines	อินโดนีเซีย

หมายเหตุ: สายการบินแอร์เอเชีย ประกอบด้วยบริษัทย่อยและร่วมได้แก่ สายการบินไทยแอร์เอเชีย (ประเทศไทย) สายการบินแอร์เอเชีย อินโดนีเซีย (ประเทศไทยอินโดนีเซีย) สายการบินแอร์เอเชีย พิลิปปินส์ (ประเทศไทยพิลิปปินส์) และสายการบินแอร์เอเชีย เจแปน (ประเทศไทยญี่ปุ่น)

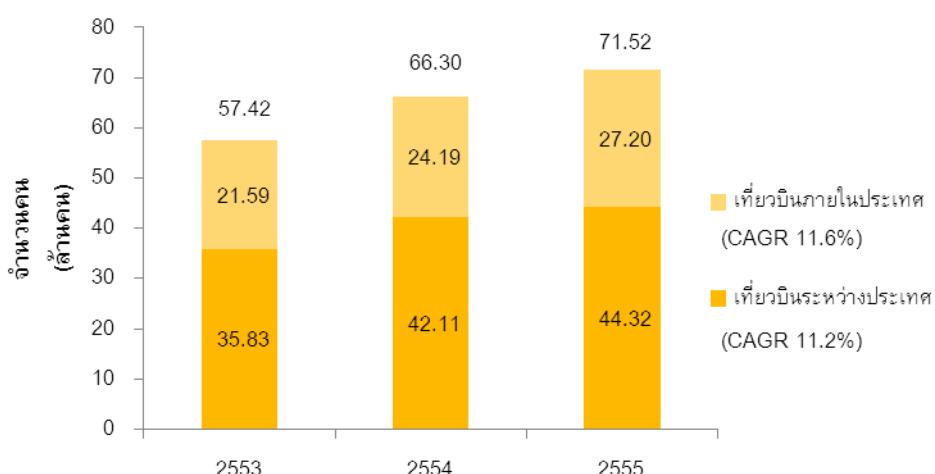


3.6.3 อุตสาหกรรมการบินภายในประเทศไทย

ภาพรวมการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทย

ภาพรวมของอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยนั้นยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยการเติบโตของอุตสาหกรรมมาจากเที่ยวบินระหว่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งถูกขับเคลื่อนจากการเริ่มเปิดเสรีการค้า AEC โดยประเทศไทยมีที่ตั้งเป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อระหว่างประเทศไทยและประเทศสมาชิก และยังส่งผลมาสู่การพัฒนาธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งส่งผลให้มีการเดินทางภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ การริเริ่มดำเนินธุรกิจสายการบินราคาประหยัดยังส่งผลทำให้ผู้เดินทางสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกรวดเร็วในราคายอดเยี่ยม ทำให้จำนวนผู้โดยสารที่เดินทางภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องใน 3 ปีที่ผ่านมา (2552 – 2555) ซึ่งจำนวนผู้โดยสารเที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องใน 3 ปีที่ผ่านมา (2552 – 2555) ซึ่งจำนวนผู้โดยสารเที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 12 และ 11 ตามลำดับ

การเคลื่อนไหวของผู้โดยสารที่เดินทางผ่านท่าอากาศยาน



ที่มา: บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

อย่างไรก็ดี ปริมาณผู้โดยสารที่มากขึ้นมาโดยตลอด ทำให้ในปี 2555 จำนวนผู้โดยสารที่เข้ามาใช้ท่าอากาศยานเพิ่มเป็น 71.52 ล้านคนจากสถานการณ์ตั้งกล่าว ทำให้เกิดความแออัดในท่าอากาศยานซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทย หรืออาจก่อให้เกิดความไม่สงบหรือเสียงประท้วงที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่ให้บริการการบินประเภทต่างๆ

ความแออัดของท่าอากาศยานนานาชาติ

ประเทศไทยกำหนดให้เที่ยวบินระหว่างประเทศสามารถกระทำได้เฉพาะท่าอากาศยานนานาชาติ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีท่าอากาศยานนานาชาติจำนวน 7 แห่งซึ่งส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ("ทอท.") ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงราย ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต และท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ สำหรับท่าอากาศยานนานาชาติสมุยเป็นเพียงท่าอากาศยานนานาชาติแห่งเดียว



ที่อยู่ภายใต้การดูแลของกองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ท่าอากาศยานสมุย ซึ่งมีผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

ท่าอากาศยานนานาชาติ	ความจุ (ล้านคน)	จำนวนผู้โดยสารปี 2554 (ล้านคน)	อัตราการเติบโตเฉลี่ย 2552 - 2554 (ร้อยละ)			อัตราการใช้ ท่าอากาศยาน (ร้อยละ)		
			ในประเทศ	ต่างประเทศ	รวม			
สุวรรณภูมิ	45.0	10.4	37.4	47.8	7.9	15.3	13.6	116.4
ดอนเมือง	36.5	3.9	0.0	3.9	19.5	11.7	19.5	7.5
เชียงใหม่	8.0	3.3	0.4	3.7	12.5	20.8	13.2	54.1
ภูเก็ต	6.5	4.0	4.1	8.2	4.1	4.1	8.21	140.9
เชียงราย	3.0	0.8	0.0	0.8	10.9	342.5	11.4	31.0
หาดใหญ่	1.9	1.6	0.2	1.8	13.3	294.2	19.6	105.8
สมุย	-	0.5	0.3	0.8	-1.8	0.3	3.5	-

ที่มา: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และรายงานประจำปี บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

ท่าอากาศยานนานาชาติส่วนใหญ่โดยเฉพาะสุวรรณภูมิ พบว่าในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้โดยสารระหว่างประเทศด้วยอัตราเดิบโตอย่างรวดเร็ว จนส่งผลให้อัตราการใช้ท่าอากาศยานของท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ตและท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองนั้น มีอัตราการใช้ท่าอากาศยานที่ค่อนข้างแอกอัดที่ร้อยละ 116.4 140.9 และ 105.8 ตามลำดับ โดยเป็นอัตราที่เกินขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสาร ดังนั้น อัตราการเติบโตทางที่ยิ่งใหญ่ที่เข้า – ออก ผ่านท่าอากาศยานนานาชาติตั้งกันล่าว่าจะชะลอตัวลงในระยะเวลา 3 – 4 ปีข้างหน้า จนกว่าจะมีการขยายท่าอากาศยานในโครงการ (เฟส) ต่อไป รัฐบาลจึงมีมาตรการในการแก้ไขเบื้องต้นโดยมีนโยบายให้เปิดท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองกลับมาเป็นท่าอากาศยานนานาชาติอีกครั้งเพื่อลดปัญหาความแออัดของท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

สำหรับท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ในปัจจุบัน (ณ สิ้นปี 2555) เป็นท่าอากาศยานที่มีอัตราการใช้งานไม่สูงนักเนื่องจากเพิ่งเปิดให้บริการขึ้นอีกครั้งในปี 2550 และในช่วงเริ่มแรก ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองได้เปิดให้บริการเฉพาะเส้นทางการบินในประเทศเท่านั้น จึงมีเพียงสายการบินนกแอร์และสายการบินໂอเรียนท์ไทยใช้งานเป็นหลัก ภายหลังที่รัฐบาลมีนโยบายลดความแออัดของท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ จึงอนุญาตให้มีเส้นทางการบินระหว่างประเทศผ่านท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองได้ สายการบินแอร์โอเชียร์ จึงได้ย้ายฐานปฏิบัติการการบินมาที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ทำให้ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองกลายเป็นศูนย์กลางการบินของสายการบินราคาประหยัด

จากสถานการณ์ดังกล่าวจะส่งผลให้สายการบินราคาประหยัดซึ่งมีฐานปฏิบัติการอยู่ที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองมีโอกาสในการขยายเส้นทางการบินทั้งในและต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น เนื่องจาก ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองยังสามารถรองรับจำนวนผู้โดยสารได้อีกมาก ในขณะที่ก่อสร้างการบินเต็มรูปแบบอาจมีข้อจำกัดในการขยายที่ยิ่ง เนื่องจากความแออัดของท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

นอกจากนี้ สำหรับสายการบินที่เน้นเส้นทางการบินภายในประเทศเป็นเส้นทางการบินหลัก อาจประสบปัญหาไม่สามารถขยายที่ยิ่งในบางเส้นทางที่มีความแออัดของท่าอากาศยาน เช่น เส้นทางการบินที่ใช้ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ตและหาดใหญ่ จนกว่าจะมีการขยายท่าอากาศยานดังกล่าว



ความสามารถในการรองรับเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้นของท่าอากาศยานในประเทศ

ในส่วนของเที่ยวบินในประเทศนอกเหนือจากเส้นทางที่ให้บริการในท่าอากาศยานนานาชาติ 7 แห่ง ยังมีท่าอากาศยานที่ให้บริการเชิงพาณิชย์ภายในประเทศอีก 29 แห่ง โดยส่วนใหญ่อยู่ภายใต้กรรมการบินพลเรือน 25 ท่าอากาศยาน และอยู่ภายใต้การดูแลของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด 2 ท่าอากาศยาน คือ ท่าอากาศยานสุโขทัย และ ท่าอากาศยานตราด

ท่าอากาศยาน	ความจุ (คน)	จำนวนผู้โดยสาร ปี 2555 (คน)	อัตราการ เติบโตเฉลี่ย ¹ 2552 - 2554 (ร้อยละ)	อัตราการใช้ท่าอากาศ ยาน (ร้อยละ)
ท่าอากาศยานขอนแก่น	2,920,000	377,243	-1.8	12.9
ท่าอากาศยานกระนี่	2,920,000	842,149	0.3	28.8
ท่าอากาศยานพิษณุโลก	2,920,000	158,893	3.5	5.4
ท่าอากาศยานอุบลราชธานี	2,920,000	546,871	9.9	18.7
ท่าอากาศยานอุดรธานี	2,336,000	866,722	3	37.1
ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี	2,289,280	585,604	7.6	25.6
ท่าอากาศยานนครราชสีมา	1,620,600	186	-55.7	0.0
ท่าอากาศยานเพชรบูรณ์	1,576,800	17	-	0.0
ท่าอากาศยานนครพนม	1,089,525	102,000	92.5	9.4
ท่าอากาศยานแม่ส่องสอน	1,022,000	40,346	-13.1	3.9
ท่าอากาศยานบุรีรัมย์	934,400	2,358	-44.1	0.3
ท่าอากาศยานนราธิวาส	922,720	80,304	-12.6	8.7
ท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช	913,960	535,257	14.7	58.6
ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด	913,960	26,064	543.7	2.9
ท่าอากาศยานสกลนคร	913,960	62,543	62.7	6.8
ท่าอากาศยานตรัง	884,760	261,014	13.6	29.5
ท่าอากาศยานหัวหิน	811,760	26	-46.8	0.0
ท่าอากาศยานลำปาง	750,440	36,731	40.6	4.9
ท่าอากาศยานชุมพร	730,000	4,522	-	0.6
ท่าอากาศยานระนอง	700,800	5,024	85.9	0.7
ท่าอากาศยานเลย	668,680	13,128	286.7	2.0
ท่าอากาศยานแพร่	598,600	6,166	262.2	1.0
ท่าอากาศยานแม่สอด	484,720	20,811	234.9	4.3
ท่าอากาศยานน่าน	332,880	39,054	107.4	11.7
ท่าอากาศยานปะยาง	36,500	2,531	-46.9	6.9
ท่าอากาศยานตราด	-	48,481	-20.2	-
ท่าอากาศยานสุโขทัย	-	37,624	-3.0	-
รวม/ เฉลี่ย	32,212,345	4,615,564	7.1	14.3

ที่มา: กรรมการบินพลเรือน และบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

ท่าอากาศยานในประเทศทั้งหมดในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้โดยสารภายในประเทศ ด้วยอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 7.1 ในขณะที่อัตราการใช้ท่าอากาศยาน ตั้งกล่าวอย่างอุ่นใจแก่ทุกท่านที่ต้องการเดินทาง ณ ท่าอากาศยานนี้ สำหรับปี 2555 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 14.3% นั่นแสดงถึงความต้องการในการเดินทางภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากการเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวและการท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวและธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น ท่าอากาศยานที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในช่วงเวลานี้ คือ ท่าอากาศยานสุโขทัย ที่เพิ่มขึ้น 14.3% นั่นเอง



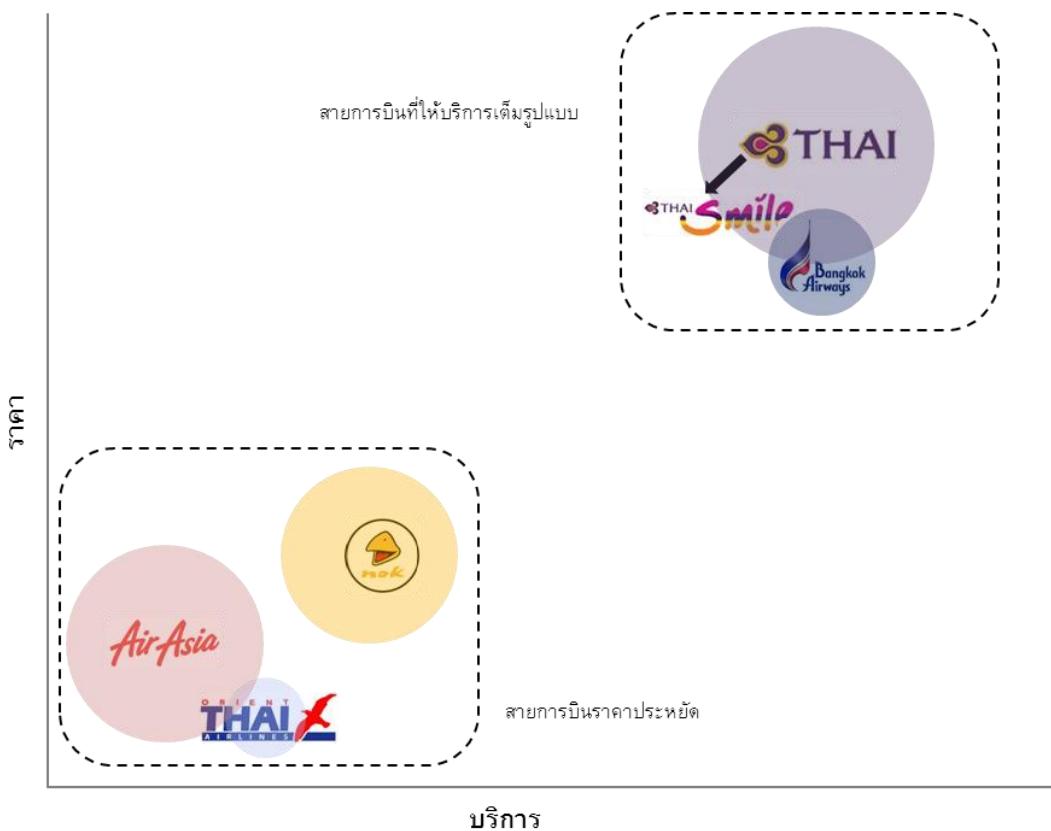
การเติบโตของเศรษฐกิจและชั้นกลาง ทำให้อาตโนมายในประเทศเหล่านี้จึงสามารถรองรับผู้โดยสารเพิ่มเติมอย่างมีนัยสำคัญซึ่งส่งผลดีต่อสายการบินที่มีเส้นทางการบินไปยังจังหวัดต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่ดำเนินการโดยสายการบินราคาประหยัด

สภาวะการการแข่งขันของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยสำหรับเส้นทางการบินภายในประเทศ

ภาพรวมการแข่งขันส่วนเส้นทางการบินภายในประเทศ (*Domestic Flight*)

ณ สิ้นปี 2555 มีสายการบินทั้งสิ้น 5 สายการบินหลักที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศภายในประเทศไทย (*Domestic Flight*) โดยอาจแบ่งสายการบินได้เป็น 2 ประเภท คือ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูป และสายการบินราคาประหยัด ถึงแม้ว่าสายการบินทั้งสองประเภทมีแนวทางการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันและมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน แต่เนื่องจากเส้นทางการบินที่จำกัดและการให้บริการที่สามารถตอบแทนกันได้ ทำให้อาจมีการแข่งขันกันระหว่างกลุ่มสายการบินทั้งสองกลุ่มถึงแม้ว่าการแข่งขันจะไม่สูงเท่ากับการแข่งขันกันภายในกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจสายการบินประเภทเดียวกันเอง

สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบมีผู้ประกอบธุรกิจหลักอยู่ 2 สายการบิน ได้แก่ การบินไทย (รวมไทยสมายล์) และบางกอกแอร์เวย์ โดยเน้นการให้บริการแบบครบวงจร สำหรับสายการบินราคาประหยัดประกอบด้วย ผู้ให้บริการหลัก 3 สายการบิน ได้แก่ นกแอร์ อร์อิเชีย และโอดี้เรียนท์ไทย โดยแต่ละสายการบินมีตำแหน่งทางการตลาดและส่วนแบ่งตลาดที่แตกต่างกัน



หมายเหตุ: ขนาดวงกลมหมายถึงส่วนแบ่งตลาดสำหรับเส้นทางการบินภายในประเทศ ณ สิ้นปี 2555 โดยส่วนแบ่งตลาดของสายการบินไทยสมายล์นั้นรวมกับส่วนแบ่งตลาดของการบินไทย

ที่มา: แผนกลยุทธ์ บริษัทสายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน)



ในส่วนของสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ การบินไทยถือเป็นผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการทางการบินในประเทศไทยมาอย่างนาน จึงเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในด้านการให้บริการที่ดีมาอย่างยาวนาน ทำให้สามารถกำหนดราคาได้สูงกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ สอดคล้องกับลักษณะการให้บริการตามรูปแบบ Premium Airline แต่จากภาระการแข่งขันที่สูงขึ้นและความนิยมที่เพิ่มสูงขึ้นของผู้โดยสารต่อสายการบินราคาประหยัด ทำให้การบินไทยได้มีการปรับกลยุทธ์โดยเปิดสายการบินไทยสมายล์เพื่อให้บริการในรูปแบบ Light Premium ซึ่งเป็นการให้บริการในรูปแบบสายการบินเต็มรูปแบบในราคาย่อมเยาและให้บริการที่ลดลง และเน้นการให้บริการกับผู้โดยสารระหว่างประเทศที่ต้องการเดินทางเชื่อมต่อภายในประเทศเป็นหลัก

สำหรับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ซึ่งจัดเป็นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ แต่มีตัวแห่งทางการตลาดแตกต่างจากการบินไทยโดยวางแผนการตลาดเป็นสายการบินบูติก (Boutique Airline) ซึ่งให้บริการเฉพาะบางเส้นทางการบินที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ อีกทั้งมีกลยุทธ์ในการแข่งขันด้วยการเป็นเจ้าของทำอากาศยานทำให้สามารถรักษาความได้เปรียบในเส้นทางการบินบางเส้นทางได้

ในส่วนของสายการบินราคาประหยัด สายการบินแอร์เօเชียเป็นผู้ประกอบการรายแรกที่ดำเนินธุรกิจสายการบินราคาประหยัดในประเทศไทย ที่เน้นกลยุทธ์ในการขายตั๋วโดยสารด้วยราคาต่ำที่สุด โดยราคาหน้าตั๋วโดยสารไม่รวมการให้บริการเสริมอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการบิน เช่น นำหนักระเพลิงภาระ ห้องน้ำ หากผู้โดยสารต้องการซื้อบริการเสริมจะต้องชำระในส่วนต่างจากราคาตั๋วโดยสาร

สำหรับสายการบินนกแอร์นั้นต้องการจัดวางตำแหน่งทางการตลาดเป็นสายการบินราคาประหยัดคุณภาพสูง โดยตั้งราคาตัวโดยสารในอัตราที่สูงกว่าสายการบินราคาประหยัดอื่นๆ แต่เป็นราคาที่รวมบริการทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง เช่น บริการอาหารว่างและนำหนักระเบียบสัมภาระไว้เรียบร้อยแล้ว โดยผู้โดยสารไม่ต้องชำระเงินส่วนเพิ่มสำหรับบริการดังกล่าว

สายการบินโอเรียนท์ไทยเป็นอีกผู้เล่นในกลุ่มสายการบินราคาประหยัด โดยมีกลยุทธ์ในการจำหน่ายตั๋วโดยสารแบบราคาเดียว (One Price) และมุ่งเน้นรับบริการเช่าเหมาลำในสัดส่วนที่มากกว่าสายการบินราคาประหยัดอื่นๆ

ตารางแสดงจำนวนผู้โดยสารเข้า – ออก และอัตราการเดินทางเฉลี่ยของสายการบินที่ให้บริการในประเทศไทย

สายการบิน	สัญลักษณ์	จำนวนผู้โดยสารเข้า – ออก (คน)*			อัตราการเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)
		2553	2554	2555	
การบินไทย		5,172,924	5,383,313	5,900,587	6.8
แอร์เอเชีย		3,083,624	3,626,478	4,524,889	21.1
นกแอร์		2,153,328	3,060,699	4,011,300	36.5
บางกอกแอร์เวย์		1,300,563	1,544,470	1,805,261	17.8
โอเรียนท์ไทย		846,243	982,114	696,322	-9.3
รวม		12,556,682	14,597,074	16,938,359	16.1

หมายเหตุ: *จำนวนผู้โดยสารเข้าออกเป็นจำนวนผู้โดยสารที่ไม่นับรวมผู้โดยสารที่ซื้อตั๋วโดยสารแล้วไม่มาขึ้นเครื่องที่มา: กรรมการบินพลเรือน

หากพิจารณาในด้านการเติบโตของจำนวนผู้โดยสาร กลุ่มสายการบินราคาประหยัดถือเป็นกลุ่มที่มีการเติบโตสูงกว่ากลุ่มสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยสายการบินนกแอร์ถือเป็นสายการบินที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย



ของผู้โดยสารภายในประเทศสูงที่สุด กล่าวคือ ร้อยละ 36.5 ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (2553 – 2555) เนื่องจากเป็นสายการบินที่เน้นการให้บริการในประเทศเป็นหลัก อีกทั้ง ยังมีการเปิดบริการในเส้นทางใหม่และเพิ่มจำนวนเที่ยวบินต่อสัปดาห์มากที่สุด

ในขณะที่สายการบินแอร์เอเชียมีอัตราการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารเฉลี่ยในช่วงระยะเวลาเดียวกันอยู่ที่ร้อยละ 21.1 ซึ่งยังคงมากกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยโดยรวมของอุตสาหกรรมการบินภายในประเทศที่ร้อยละ 16.1 โดยสายการบินแอร์เอเชียมีจุดแข็งในการแข่งขันที่ราคาต่ำโดยสารที่ถูกกว่า จากความสามารถในการบริหารต้นทุนที่ได้เปรียบคู่แข่งรายอื่นๆ

สำหรับในกลุ่มสายการบินที่ให้บริการเติมรูปแบบ สายการบินบางกอกแอร์เวย์ถือเป็นสายการบินที่มีอัตราการเติบโตสูงกว่าคู่แข่งในกลุ่มเดียวกัน โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารเฉลี่ยในช่วงระยะเวลาเดียวกันอยู่ที่ร้อยละ 17.8 ซึ่งยังคงมากกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยโดยรวมของอุตสาหกรรมการบินภายในประเทศ สืบเนื่องจากความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของท่าอากาศยานในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างชาตินิยม

ในส่วนของการบินไทยนั้น มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของผู้โดยสารอยู่ที่ร้อยละ 6.8 ซึ่งน้อยกว่าอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินภายในประเทศโดยรวม ซึ่งคาดว่าเกิดจากการสูญเสียผู้โดยสารให้กับสายการบินราคาประหยัดในช่วงระยะเวลาดังกล่าว

สำหรับส่วนแบ่งการตลาดโดยประมาณของสายการบินหลักจำนวน 5 สายการบิน ที่ให้บริการเส้นทางการบินภายในประเทศและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง มีดังต่อไปนี้

ส่วนแบ่งตลาดและอัตราการเติบโตเฉลี่ยของสายการบินหลักที่ให้บริการในประเทศไทย

สายการบิน	สัญลักษณ์	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)			อัตราการเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)
		2553	2554	2555	
การบินไทย		41.2	36.9	34.9	-8.0
แอร์เอเชีย		24.6	24.8	26.7	4.3
นกแอร์		17.2	21.0	23.7	17.5
บางกอกแอร์เวย์		10.4	10.6	10.6	1.4
ໂອຣີນ໌ ຖະໄຈ		6.6	6.7	4.1	-21.9

ที่มา: กรมการบินพลเรือน

ในปี 2555 สายการบินไทย (รวมถึงไทยสมายล์) จัดเป็นสายการบินที่มีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับการบินในประเทศมากที่สุด ที่ประมาณร้อยละ 35 เนื่องจากเป็นสายการบินเก่าแก่ของประเทศไทยที่ก่อตั้งมานานและมีเส้นทางการบินที่ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ส่วนแบ่งการตลาดของการบินไทยลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (2553 – 2555) ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับผู้ดำเนินธุรกิจในส่วนของสายการบินราคาประหยัด และการมุ่งเน้นการบริการระหว่างประเทศมากกว่าในประเทศ

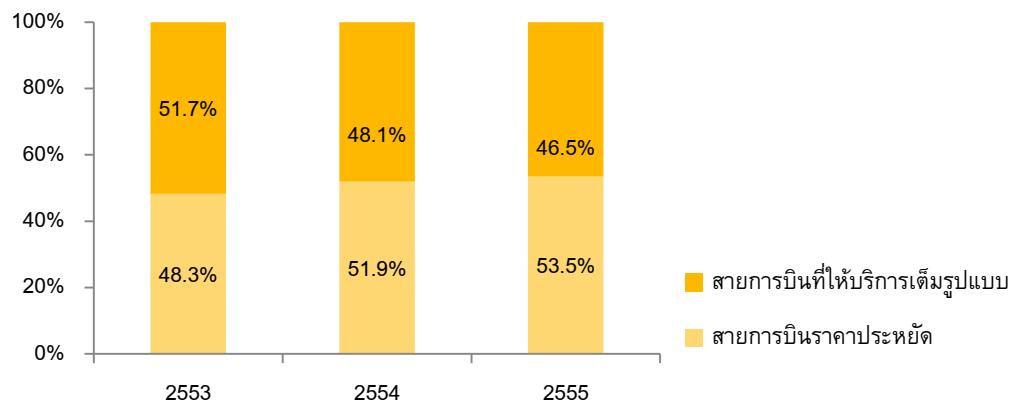
สายการบินที่มีส่วนแบ่งตลาดรองลงมา คือ สายการบินแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 27 และ 24 ตามลำดับ โดยหากพิจารณาจากอัตราการเติบโตจะพบว่า นกแอร์จัดเป็นสายการบินที่



มีการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด โดยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มจากร้อยละ 17.2 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 23.7 ในปี 2555

การแข่งขันระหว่างสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบและสายการบินราคาประหยัดในเส้นทางการบินในประเทศไทย

ผู้ดำเนินธุรกิจสายการบินในประเทศไทยประกอบด้วย 2 ประเภทหลัก ได้แก่ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ และสายการบินราคาประหยัด แต่มีสภาวะการแข่งขันที่ไม่มีกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นผู้ขับเคลื่อนตลาดอย่างเบ็ดเสร็จ



ที่มา: กรมการบินพลเรือน

โดยในปี 2553 สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบมีส่วนแบ่งตลาดภายนอกประเทศที่ร้อยละ 51.7 สูงกว่ากลุ่มสายการบินราคาประหยัด อย่างไรก็ตาม การขยายผู้บินและเส้นทางการบินของสายการบินราคาประหยัดซึ่งสามารถทำได้ง่ายกว่า โดยผ่านการใช้เครื่องบินที่มีขนาดเล็กกว่าและเหมาะสมกับเส้นทางที่มีระยะทางสั้นมากกว่า ทำให้ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (2553 – 2555) สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบค่อยๆ ลดลง ส่วนแบ่งตลาดให้กับสายการบินราคาประหยัด เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ โดยในปี 2555 สายการบินราคาประหยัดมีส่วนแบ่งตลาดภายนอกประเทศที่ร้อยละ 53.5 ซึ่งถือเป็นส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดนับตั้งแต่มีสายการบินราคาประหยัดเข้ามาระบุในประเทศไทย

การแข่งขันภายในกลุ่มสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบสำหรับเส้นทางการบินภายในประเทศ

สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศประกอบด้วย การบินไทย สายการบินไทยสมายล์ และสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ซึ่งการแข่งขันภายในกลุ่มนี้ไม่มากนัก เนื่องจากการบินไทยและบางกอกแอร์เวย์มีเป้าหมายลูกค้าที่ต่อเนื่องข้างตากัน โดยการบินไทยมุ่งเน้นการให้บริการในเส้นทางเมืองหลักต่างๆ ในขณะที่บางกอกแอร์เวย์มุ่งเน้นเส้นทางเฉพาะแห่ง โดยเป็นเส้นทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและมีความได้เปรียบในการแข่งขันเฉพาะเส้นทางการบินที่ตนเป็นเจ้าของท่าอากาศยาน

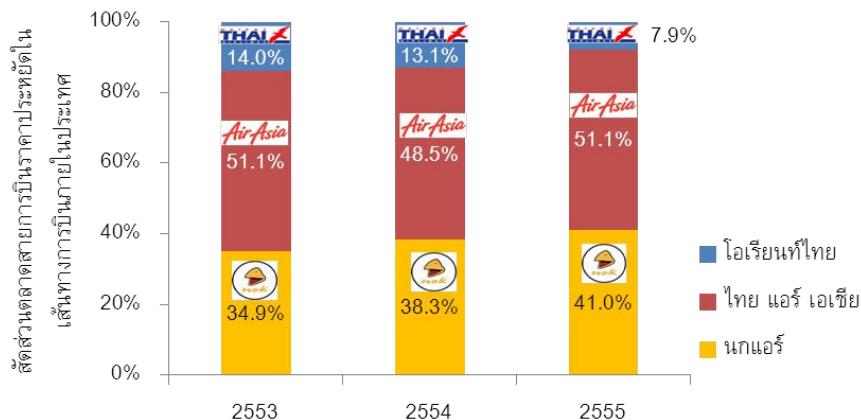


ที่มา: กรมการบินพลเรือน

ส่วนแบ่งการตลาดสำหรับสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบระหว่างการบินไทยและบางกอกแอร์เวย์ ตามจำนวนผู้โดยสารนั้นอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างคงที่ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (2553 – 2555) โดยการบินไทย สูญเสียส่วนแบ่งการตลาดเล็กน้อยให้กับบางกอกแอร์เวย์ ในปี 2555 การบินไทยยังคงเป็นผู้นำตลาดในสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบและมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 76.6 โดยบางกอกแอร์เวย์มีส่วนแบ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 23.4

การแข่งขันภายในกลุ่มสายการบินราคาประหยัดสำหรับเส้นทางการบินในประเทศไทย

สายการบินราคาประหยัดซึ่งเป็นสายการบินที่เน้นการให้บริการระหว่างศูนย์การบิน (Point to point) ที่ให้บริการการบินภายในประเทศมีผู้ให้บริการหลักประกอบด้วย สายการบินแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และสายการบินโอดี้น่ารีเจนท์ไทย โดยสายการบินราคาประหยัดกำลังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเส้นทางการบินในประเทศไทยมีระยะเวลาการเดินทางค่อนข้างสั้น ส่งผลทำให้ปัจจัยราคาเข้ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากขึ้น ทำให้การแข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบธุรกิจสายการบินราคาประหยัดสูงกว่ากลุ่มสายการบินเต็มรูปแบบ



ที่มา: กรมการบินพลเรือน

สายการบินนกแอร์เป็นสายการบินที่มีส่วนแบ่งตลาดในตลาดสายการบินราคาประหยัดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา โดยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มจากร้อยละ 34.9 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 41.0 ในปี 2555



เนื่องจากมีการเปิดเส้นทางการบินในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และปัจจุบันเป็นสายการบินราคาประหยัดที่ให้บริการครอบคลุมจำนวนเส้นทางมากที่สุดภายในประเทศ

ส่วนสายการบินแอร์เอเชียบังคอกสถานะผู้นำตลาดในสายการบินราคาประหยัด ด้วยกลยุทธ์การขายตัวโดยสารราคาถูก โดยมีส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างคงที่ ในขณะที่สายการบินໂอเรียนท์ไทยได้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดในเส้นทางการบินภายในประเทศในส่วนของสายการบินราคาประหยัดจากร้อยละ 14.0 ในปี 2553 เหลือร้อยละ 7.9 ในปี 2555

เส้นทางการบินภายในประเทศ

เส้นทางการบินภายในประเทศแบ่งเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ เส้นทางการบินที่มีผู้โดยสารมากกว่า 300,000 คนต่อปี หรือเส้นทางการบินหลัก เส้นทางการบินที่มีผู้โดยสารระหว่าง 50,000 – 300,000 คนต่อปี หรือ เส้นทางการบินรอง และเส้นทางการบินที่มีผู้โดยสารน้อยกว่า 50,000 คนต่อปี หรือเส้นทางการบินย่อย โดยรายละเอียดของเที่ยวบินและผู้ให้บริการสายการบินในประเทศไทย มีดังต่อไปนี้

เส้นทางการบินสายหลัก*	จำนวนเที่ยวบินต่อ 1 สัปดาห์				
	สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ		สายการบินราคาประหยัด		
กรุงเทพฯ – เชียงใหม่	70	42	70	60	14
กรุงเทพฯ – เชียงราย	21	-	21	21	-
กรุงเทพฯ – ขอนแก่น	21	-	-	-	-
กรุงเทพฯ – อุดรธานี	21	-	35	21	-
กรุงเทพฯ – หาดใหญ่	28	-	56	49	-
กรุงเทพฯ – ภูเก็ต	70	49	21	63	14
กรุงเทพฯ – กระชี	35	21	-	35	-
กรุงเทพฯ – อุบลราชธานี	14	-	28	7	-
กรุงเทพฯ – นครศรีธรรมราช	-	-	35	14	-
กรุงเทพฯ – สุราษฎร์ธานี	14	-	28	21	-
กรุงเทพฯ – สมุย	14	84	-	-	-

ที่มา: *Website บริษัท ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2556 โดยการบินไทย ไทยสไมล์ และบางกอกแอร์เวย์ ให้บริการที่ทำการศึกษา ขนาดที่ นกแอร์ เออร์แอร์ และໂอเรียนท์ไทย ให้บริการที่ทำการศึกษาขนาดดอนเมือง

เส้นทางการบินหลักเป็นเส้นทางที่มีจำนวนผู้โดยสารหนาแน่นและไม่จำกัดจำนวนผู้ให้บริการ ส่วนใหญ่เป็นเส้นทางที่มีผู้ให้บริการทั้งสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบและสายการบินราคาประหยัด เนื่องจากมีผู้ต้องการเดินทางสูง เช่น กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ หรือ กรุงเทพฯ – ภูเก็ต ซึ่งทุกสายการบินที่ให้บริการเส้นทางการบินในประเทศเปิดให้มีบริการเที่ยวบินในสองเส้นทางดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม เส้นทางการบินหลักบางเส้นทาง เช่น กรุงเทพฯ – ขอนแก่น มีผู้ให้บริการเพียงรายเดียว ได้แก่ การบินไทย เนื่องจากเป็นเส้นทางที่มีระยะทางค่อนข้างไกล จึงอาจไม่คุ้มค่าสำหรับสายการบินราคาประหยัดในการใช้เครื่องบินเจ็ท อีกทั้งสายการบินราคาประหยัดยังมีบริการในเส้นทางอันใกล้เคียงคือ อุดรธานี ซึ่งเป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่กว่าเมืองอื่นๆ ที่อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 400 กิโลเมตร



ในส่วนของเส้นทางการบิน กรุงเทพฯ – สมุย ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย มีเพียงการบินไทยและสายการบินบางกอกแอร์เวย์ที่ให้บริการในเส้นทางนี้ ทั้งนี้ สายการบินบางกอกแอร์เวย์เป็นผู้ที่ให้บริการเที่ยวบินมากที่สุด เนื่องจาก บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของสายการบินบางกอกแอร์เวย์และท่าอากาศยานนานาชาติสมุย จึงมีความเปรียบในการแข่งขันด้วยราคาต่ำโดยสารที่กว่าสายการบินอื่นๆ

เส้นทางการบินสายร่อง*	จำนวนเที่ยวบินต่อ 1 สัปดาห์				
	สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ		สายการบินราคาประหยัด		
เชียงใหม่ – แม่ฮ่องสอน	-	-	28	-	-
กรุงเทพฯ – ตระัง	-	-	14	21	-
กรุงเทพฯ – พิษณุโลก	-	-	28	-	-
กรุงเทพฯ – นราธิวาส	-	-	-	7	-

ที่มา: *Website บริษัท ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2556 โดยการบินไทย ไทยสไมล์ และบางกอกแอร์เวย์ ให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ขณะที่ นกแอร์ แอร์เอเชีย และโอเรียนท์ไทย ให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

สำหรับเส้นทางการบินสายร่องจะเห็นได้ว่าเป็นเส้นทางที่สายการบินราคาประหยัดเป็นผู้ขับเคลื่อนเป็นหลัก เนื่องจากเส้นทางการบินสายร่องส่วนใหญ่เป็นเส้นทางที่มีระยะทางสั้นกว่าเส้นทางการบินสายหลัก การใช้เครื่องบินใหญ่มาให้บริการอาจไม่คุ้มต้นทุน ดังนั้น สายการบินราคาประหยัดซึ่งมีลักษณะผู้บินที่เน้นต่อการให้บริการในเส้นทางที่มีระยะทางสั้นกว่าจึงมีข้อได้เปรียบสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในการจับจองตลาดส่วนนี้ ทำให้สายการบินนกแอร์และสายการบินแอร์เอเชีย จึงเป็นผู้นำในตลาดเส้นทางการบินร่อง

เส้นทางการบินสายย่อ*	จำนวนเที่ยวบินต่อ 1 สัปดาห์				
	สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ		สายการบินราคาประหยัด		
เชียงใหม่ – อุดรธานี	-	-	21	-	-
กรุงเทพฯ – เลย	-	-	7	-	-
กรุงเทพฯ – ลำปาง	-	14	-	-	-
กรุงเทพฯ – สกลนคร	-	-	28	-	-
กรุงเทพฯ – นครพนม	-	-	28	7	-
กรุงเทพฯ – บุรีรัมย์	-	-	3	-	-
กรุงเทพฯ – น่าน	-	-	35	-	-
กรุงเทพฯ – แม่สอด	-	-	14	-	-
กรุงเทพฯ – แพร่	-	-	4	-	-
กรุงเทพฯ – ร้อยเอ็ด	-	-	14	-	-
เชียงใหม่ – แม่สอด	-	-	7	-	-
เชียงใหม่ – หาดใหญ่	-	-	7	7	-

ที่มา: *Website บริษัท ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2556 โดยการบินไทย ไทยสไมล์ และบางกอกแอร์เวย์ ให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ขณะที่ นกแอร์ แอร์เอเชีย และโอเรียนท์ไทย ให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง



สายการบินที่ให้บริการในส่วนทางการบินอยู่ส่วนใหญ่เป็นสายการบินราคาประหยัด ด้วยเหตุผลที่คล้ายคลึงกัน การให้บริการในส่วนทางการบินสายร่อง ทั้งนี้ สายการบินนกแอร์เป็นสายการบินที่เปิดให้มีส่วนทางการบินและเที่ยวบินมากที่สุด เนื่องจากมีเครื่องบินเล็กที่เหมาะสมกับความต้องการเดินทางในส่วนทางสายย่อย

3.6.4 ปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในอนาคต

การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินมีการขยายตัวและเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงศตวรรษที่ผ่านมา ยังคงมีแนวโน้มที่สดใสในอนาคต อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการบินเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวโยงกับปัจจัยต่างๆ ทางมหภาคค่อนข้างมาก ดังนั้น ปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้ จึงเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบินในอนาคต ทั้งด้านบวกและลบ

เศรษฐกิจโลก

อุตสาหกรรมการบินเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์และแปรผันตามเศรษฐกิจโลก ดังนั้น ทิศทางและแนวโน้มการเติบโตหรือลดลงของเศรษฐกิจโลก จึงส่งผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการบินอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังจะเห็นได้จากการเติบโตและฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (2553 - 2555) ซึ่งส่งผลทำให้อุตสาหกรรมการบินมีการขยายตัวต่อเนื่องอย่างมั่นคงสำคัญ อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว อุตสาหกรรมสายการบินและการขนส่งทางอากาศอาจเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบโดยตรง

การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และรายได้เฉลี่ยต่อคน

ระดับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศนับเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมการบินอย่างเข้มข้น เนื่องจากต้องการเดินทางทางอากาศเพื่อการค้าและท่องเที่ยว ดังนั้น ประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง เช่น จีน ญี่ปุ่น และอินเดีย จึงมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการบินอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีแนวโน้มในการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีความต่อเนื่องและมั่นคง ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่นักเดินทางสนใจมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังคงเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงเช่น ภัยธรรมชาติ โรคระบาด และความไม่สงบทางการเมือง ซึ่งอาจ影晌ต่ออุตสาหกรรมการบินในระยะยาว

การเติบโตของการเดินทางเพื่อธุรกิจ

สืบเนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ความต้องการในการเดินทางเพื่อเหตุผลทางธุรกิจจึงมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความร่วมมือทางอาเซียนจะเข้ามายืนหนาท 在ความร่วมมือทางธุรกิจอย่างมั่นคงมากขึ้น การเดินทางทางอากาศซึ่งเป็นทางเลือกในการเดินทางที่มีความรวดเร็วและสะดวกสบายที่สุดจึงเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทางทางอากาศ ด้วยเหตุผลนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมธุรกิจการบินต่างๆ จึงมีแนวโน้มในการเพิ่มปริมาณผู้โดยสารเพื่อตอบโจทย์ความต้องการในการเดินทางเพื่อธุรกิจ



การขยายตัวของประชากรและเมืองใหม่

รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่งจัดทำโดย Daniel Stewart & Company ร่วมกับ Clarkson Capital Market กล่าวไว้ว่าปัจจัยการขยายตัวของเมืองใหม่ยังคงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ขับเคลื่อนการเติบโตอุตสาหกรรมการบินอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากยังคงมีการประมาณการณ์ถึงการเพิ่มขึ้นของเมืองใหม่และท่าอากาศยานรองว่าจะยังมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ประชากรที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นรวมถึงการมีรายได้หลังค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นยังเป็นอีกเหตุผลหลักที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีอนาคตอันสดใสรือด้วย

ลักษณะที่ตั้งทางภูมิศาสตร์

ความได้เปรียบเชิงที่ตั้งภูมิศาสตร์ยังคงเป็นปัจจัยที่จะขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก อย่างต่อเนื่องเนื่องจากการที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ถูกกันโดยทะเลและมหาสมุทรซึ่งแตกต่างจากภูมิศาสตร์ในภูมิภาคยุโรปส่งผลทำให้การเดินทางทางบกและทางน้ำเป็นทางเลือกที่ไม่สะดวกสบายเท่ากับการเดินทางทางอากาศ นอกจากนี้ การลดลงอย่างต่อเนื่องของราค่าโดยสารเนื่องจากประสิทธิภาพเครื่องบินที่ดีขึ้นและต้นทุนการบินที่ต่ำลงยังส่งเสริมให้การเดินทางทางอากาศเป็นทางเลือกที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับทางเลือกการเดินทางอื่น

การเปิดหน้าฟ้าเสรี

ความร่วมมือทางอาเซียน (ASEAN) ส่งผลให้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคต่างๆ ร่วมมือกันพัฒนาประสิทธิภาพในการรองรับผู้โดยสารมากขึ้นโดยการทำสัญญาการขนส่งทางอากาศ รวมถึงการพัฒนาやり้ทางอากาศยาน ขณะนี้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ประกาศใช้มาตรการการเปิดหน้าฟ้าเสรีในภูมิภาคได้แก่ประเทศไทย ประเทศไทย ประเทศไทย ประเทศไทย ประเทศไทย โดยมีการอนุญาตให้สายการบินต่างๆ สามารถดำเนินธุรกิจอย่างเสรี ส่งผลกระทบตุนให้ประเทศไทยเป็นอัตราที่เพิ่มมากขึ้น การเปิดเสรีทางอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคอาเซียน (The ASEAN Single Market Aviation – SAM) มีเป้าหมายในการเปิดเสรีอย่างเต็มรูปแบบสำหรับประเทศสมาชิกในกลุ่มเพื่อให้ภูมิภาคสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมการค้าและการบริการระหว่างประเทศสมาชิกโดยเป้าหมายการเปิดเสรีแบบเต็มรูปแบบคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2558

การพัฒนาของสายการบินราคาประหยัด

ความสำเร็จในการก่อตั้งและดำเนินธุรกิจสายการบินราคาประหยัดในทวีปอเมริกาและยุโรปส่งผลไปสู่การเริ่มนั้นของสายการบินราคาประหยัดในประเทศไทยต่างๆ ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาการพัฒนาของสายการบินราคาประหยัดเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในเอเชียแปซิฟิก ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ของ CAPA ในส่วนของข้อมูลของสายการบินต่างๆ พบว่าส่วนแบ่งตลาดของสายการบินราคาประหยัดเมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.1 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 19.1 ในปี 2554 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของสายการบินราคาประหยัดจึงมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในอนาคต

ราคาน้ำมัน

ความผันผวนของราคาน้ำมันและความผันผวนของอัตราการแลกเปลี่ยนเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจการบิน เนื่องจากน้ำมันถือเป็นวัตถุดิบหลักในการดำเนินธุรกิจการบิน การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันจะ



ส่งผลให้ราคาค่าตั๋วโดยสารเพิ่มขึ้นตามอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่งผลให้ทางเลือกในการเดินทางทางอากาศอาจมีความน่าสนใจลดลงซึ่งนำไปสู่การชะลอตัวของการเดินทางในอุตสาหกรรมการบิน

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

ภัยธรรมชาติและภัยที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ต่างๆ เช่นเหตุการณ์พายุที่รุนแรง ภูเขาไฟระเบิด อาจส่งผลกระทบต่อความนิ่นใจทางด้านความปลอดภัยของนักเดินทาง ทำให้ความต้องการในการเดินทางทางอากาศลดลงซึ่งอาจส่งผลให้การเดินทางของอุตสาหกรรมการบินในอนาคตเกิดการชะลอตัวได้

ความสามารถในการรองรับผู้โดยสารของท่าอากาศยานต่างๆ

ปัจจัยทางด้านความสามารถในการรองรับผู้โดยสารของท่าอากาศยานเป็นปัจจัยหนึ่งที่อาจส่งผลให้การเดินทางของอุตสาหกรรมการบินชะลอตัวได้ โดยในปัจจุบันมีท่าอากาศยานหลายแห่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก นั่นให้บริการเกินจำนวนขีดความสามารถที่สามารถรองรับได้อยู่แล้ว เช่นท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่มีอัตราการใช้บริการอยู่ที่ร้อยละ 116.4 และเนื่องจากการขยายตัวเต็มท่าอากาศยานหลักหรือการสร้างท่าอากาศยานรองเพิ่มเติมนั้นไม่สามารถทำได้ทันที ช่วงระยะเวลาในการต่อเติมอาจส่งผลกระทบให้การเดินทางของธุรกิจการบินชะลอตัวได้ถึงแม้จะเป็นการชะลอตัวอย่างช้าๆ ก็ตาม

การพัฒนาของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร

การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเป็นการเพิ่มทางเลือกในการติดต่อสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางธุรกิจซึ่งถือได้ว่าเป็นคุ้มค่ามากของการเดินทางทางธุรกิจ ดังนั้นการพัฒนาของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร เช่นวีดีโอดอนเฟอร์เรน kolaja ส่งผลให้ความต้องการทางการเดินทางเพื่อธุรกิจโดยสายการบินลดน้อยลง

3.7 นโยบายการตลาด

3.7.1 การสร้างมูลค่าในตราผลิตภัณฑ์ (Brand)

การดำเนินแผนการตลาดของบริษัทตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้ให้ความสำคัญที่ความมีเสน่ห์แบบไทย ภายใต้ตราผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ "นกแอร์" ซึ่งเป็นชื่อสั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ สื่อถึงความเป็นมิตร และเป็นสัญลักษณ์แห่งอิสราภพแห่งการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นชื่อที่ตอบรับความเป็นไทยอย่างแท้จริง บริษัทมีเป้าหมายที่จะสร้างชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่แพร่หลายในด้านการให้บริการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพในราคากลางๆ พร้อมกับสร้างรอยยิ้มให้กับผู้โดยสารตลอดเส้นทางการเดินทาง บริษัทได้โฆษณาดำเนินกิจกรรมทางการตลาดภายใต้สโลแกน "ทุกเที่ยวบินมีรอยยิ้ม" หรือ "We Fly Smiles" ในสื่อโฆษณาหลายรูปแบบทั้งในสื่อทางโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ นอกจากนี้ เพื่อเป็นการเน้นย้ำในตราผลิตภัณฑ์ให้เด่นชัด บริษัทได้ใช้แนวความคิดเรื่องชื่อของ "นก" ใน การตั้งชื่อของเครื่องบิน รวมทั้งสร้างลายบนลำตัวเครื่องบินให้สอดคล้องกับชื่อเหล่านั้น อาทิเช่น นกยิ้มหวาน นกลักษณ์ นกอมยิ้ม นกน่านฟ้า นกฟลามิงโก้ นกสดใส นกการทูน นกใบเตย นกเขียวหวาน เป็นต้น

บริษัทยังมุ่งเน้นภาพลักษณ์ในฐานะเป็นสายการบินที่เป็นผู้นำในการเสนอวัตกรรมต่างๆ ที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร อาทิ การพัฒนาระบบการสำรองที่นั่งและการชำระเงินให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บุคคล โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก ผู้โดยสารสามารถทำการจองด้วยตนเองผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน เคาน์เตอร์เซอร์วิส และผ่านทาง



แอพพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application) สำหรับช่องทางการชำระเงิน บริษัทมีช่องทางที่มีความหลากหลาย ด้วยความคิดที่ทำให้ลูกค้าสามารถชำระเงินที่ไหนก็ได้ เช่น การชำระเงินผ่านตู้เอทีเอ็ม การชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสที่อยู่ภายในร้านเซเว่น-อีเลเว่นหรือตั้งเนพะจุด (Stand Alone) ซึ่งมีจุดบริการทั่วประเทศได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ นกแอร์ยังอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางที่ไม่มีท่าอากาศยานบริการหรือไม่มีเที่ยวบินของนกแอร์ โดยนกแอร์เป็นสายการบินแรกของโลกที่ให้บริการการเดินทางเชื่อมต่อแก่ผู้โดยสาร โดยเพิ่มบริการในส่วนของรถโดยสาร (Fly 'n' Ride) หรือเรือเฟอร์รี่ (Fly 'n' Ferry) โดยการจองตั๋วเพียงครั้งเดียวสู่จุดหมาย เช่น เกาะสมุย เกาะพังัน เกาะมูก เกาะไหง เวียงจันทน์ ปีนัง เป็นต้น บริการต่างๆ ทั้งหลายเหล่านี้ นกแอร์ได้นำเสนอเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในการเดินทางให้แก่ผู้โดยสาร

อนึ่ง เพื่อที่จะเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของบริษัทให้แข็งแกร่งมากขึ้น บริษัทได้ทำการวิจัยตลาดและวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพสำหรับความพึงพอใจลูกค้า และการรับรู้ต่อตราผลิตภัณฑ์ (Brand Awareness) เป็นรายไตรมาส เพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการ พฤติกรรม และความพึงพอใจเกี่ยวกับบริการของนกแอร์ และนำเอาผลการวิจัยไปพัฒนาการให้บริการ ตลอดจนการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าต่อไป

3.7.2 การส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด

กิจกรรมทางการตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ และเป็นการเพิ่มยอดขายอย่างมีชั้นเชิง สำหรับกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทจะมีทั้งการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย อาทิเช่น การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทั่วประเทศ การออกบูธขายตัวโดยสารราคายี่ห้อในงานบริการห้องเที่ยวต่างๆ ปีละ 8-10 ครั้ง บริษัทยังเน้นกิจกรรมทางการตลาดที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าตระหนักรถึงตราผลิตภัณฑ์ (Brand Awareness) โดยเข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรมทั้งในระดับท้องถิ่น (Local Marketing) และระดับประเทศ ซึ่งเป็นการทำให้แบรนด์ของบริษัทเป็นที่รู้จักต่อสาธารณะที่ได้อย่างรวดเร็ว สำหรับกิจกรรมทางการตลาดในระดับท้องถิ่น บริษัทเน้นให้การสนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรมประจำห้องถัง ที่บริษัทเปิดเส้นทางการบิน เพื่อสร้างความกลมกลืนกับคนในห้องถัง และเพื่อให้ตราผลิตภัณฑ์ของนกแอร์เข้าถึงการรับรู้ของกลุ่มลูกค้าในระดับท้องถิ่น เช่น งานวันเด็ก งานลอยกระทง งานบุญเดือนสิบ งานผีตาโขน เป็นต้น ส่วนงานระดับประเทศ บริษัทได้มีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมที่มีต่อสาธารณะในวงกว้าง เช่น การเป็นสปอนเซอร์งานคอนเสิร์ต งานแฟชั่นโชว์ เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทได้จัดสรรงบประมาณในอัตราประมาณร้อยละ 2 ของรายได้ สำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด

บริษัทยังมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องด้วยการดำเนินการ ได้แก่ การช่วยเหลือด้านการอนามัย ผู้ประสบภัยสีนามิในจังหวัดแบกบ้อนدامนีเมื่อปี 2547 โครงการ "Nok Give Life" ซึ่งนกแอร์นำหน่วยพงกุญแจ ที่ระลึกเพื่อนำรายได้ไปสนับสนุน "มูลนิธิเด็กโรคหัวใจ" ในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิ瓦สราชนครินทร์ นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนการอนามัยสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยทั่วประเทศในช่วงปี 2553-2554 เป็นต้น

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

เพื่อเป็นการสร้างชื่อทางการค้านกแอร์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างภายในประเทศและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย บริษัทได้เลือกใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ เป็นต้น ผสมผสานไปกับกิจกรรมการตลาดอื่นๆ เพื่อให้การส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ



การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อสามารถกระตุ้นรายได้ในช่วงเวลาที่อุปสงค์การเดินทางอยู่ในระดับต่ำ บริษัทได้มีการวางแผนการส่งเสริมการขายในระยะยาว โดยใช้ข้อมูลสถิติผู้โดยสารในอดีต รวมถึงพฤติกรรมของผู้บุกรุกต่างๆ เพื่อมาประมาณการความต้องการของผู้โดยสาร และจัดสรรที่นั่งราคายังคงต่อไป ที่มีความต้องการต่ออุปกรณ์สำหรับการเดินทาง ด้วยบริษัทจะออกโปรโมชั่นใหญ่ค่าโดยสารราคายังคงต่อไป 10 ครั้ง ซึ่งมีเงื่อนไขการสำรองที่นั่งล่วงหน้าตั้งแต่ประมาณ 2 สัปดาห์ หรือ 1 เดือนขึ้นไป โปรโมชั่นดังกล่าวจะช่วยดึงดูดลูกค้าที่มีความอ่อนไหวต่อราคาที่สูงให้มาใช้บริการของนกแอร์ และเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับเที่ยวบินที่คาดว่าจะมีอัตราการขึ้นส่งผู้โดยสารต่ำ นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนการส่งเสริมการขายในระยะสั้น ซึ่งจะดำเนินการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้นเพื่อเป็นโอกาสในการกระตุ้นยอดขายของเที่ยวบินที่มียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ด้วยการ เช่น แผนการส่งเสริมการขาย "Midnight sale" ที่มีการเสนอราคาค่าโดยสารในอัตราพิเศษสำหรับการจองในช่วงเวลา 18:00 น. ถึง 08:00 น. ของวันถัดไป ภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด เพื่อกระตุ้นระดับอุปสงค์ในเส้นทางการบินหรือช่วงเวลาบินที่ได้รับความนิยมน้อยกว่าปกติ

3.7.3 การรักษาลูกค้าประจำโครงการนกแฟนคลับ (Nok Fan Club)

บริษัทมีกลยุทธ์ในการสร้างและการรักษาฐานลูกค้าประจำให้กับลับมาใช้บริการนกแอร์อย่างต่อเนื่องในระยะยาว บริษัทจึงได้ก่อตั้งโครงการสมาชิกนกแฟนคลับขึ้นในปี 2551 เพื่อตอบแทนกลุ่มสมาชิกที่มีการเดินทางกับนกแอร์เป็นประจำให้ได้รับบริการและสิทธิประโยชน์พิเศษที่แตกต่างจากผู้โดยสารทั่วไป สิทธิประโยชน์หลักของโครงการ คือการสะสมคะแนนจากค่าบัตรโดยสารเพื่อแลกเที่ยวบินฟรี และของรางวัลอื่นๆ สมาชิกนกแฟนคลับยังได้รับข่าวสารต่างๆ ของนกแอร์เป็นประจำ ข่าวสารเกี่ยวกับโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษในการซื้อบัตรโดยสารลดราคา ก่อนลูกค้าทั่วไป

สมาชิกนกแฟนคลับแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) นกสไมล์ เป็นสมาชิกระดับแรก ซึ่งลูกค้าทุกคนสามารถสมัครได้โดยเสียค่าสมาชิกแรกเข้า 200 บาท มียอดสมาชิก 2 ปี โดยจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อาทิ ได้รับน้ำหนักสัมภาระลงทະเบียนเพิ่มอีก 5 กิโลกรัม จากเงื่อนไขตัวโดยสารที่ซื้อ บริการเช็คินทางโทรศัพท์ (Nok Call Home) และ (2) นกสไมล์พลัส เป็นสมาชิกที่ได้รับการเชิญจากบริษัท โดยการคัดเลือกจากกลุ่มลูกค้าที่มีการเดินทางกับนกแอร์ไม่ต่ำกว่า 35 เที่ยวบินต่อปี สิทธิประโยชน์ของนกสไมล์พลัส ได้แก่ เลื่อนชั้นบัตรโดยสารเป็นชั้นนกพลัสทั้งที่มีที่นั่งชั้นนกพลัสว่างในเที่ยวบินที่โดยสาร ได้รับน้ำหนักสัมภาระลงทະเบียนเพิ่มอีก 10 กิโลกรัม จากเงื่อนไขตัวโดยสารที่ซื้อ สำหรับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ได้รับเช่นเดียวกับสมาชิกนกสไมล์

3.8 ลักษณะลูกค้า

ระหว่างปี 2553 – 2555 บริษัทให้บริการผู้โดยสารจำนวน 2.21 – 4.12 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นอัตราการขึ้นส่งผู้โดยสาร (Cabin Factor) ที่ร้อยละ 80.3 – 84.2 โดยผู้โดยสารของบริษัทอาจพิจารณาแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลักตามจุดประสงค์การเดินทางได้ดังต่อไปนี้



ประเภท	ปี 2553 ร้อยละ	ปี 2554 ร้อยละ	ปี 2555 ร้อยละ
ติดต่อธุรกิจและราชการ	39.0	39.0	38.0
ท่องเที่ยว	31.0	34.0	34.0
เยี่ยมญาติพื้นบ้าน	24.0	21.0	23.0
อื่นๆ	6.0	6.0	5.0
รวม	100.0	100.0	100.0

ที่มา: บริษัท

การติดต่อธุรกิจและราชการ

บริษัทมีผู้โดยสารเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจหรือราชการประจำน้อยร้อยละ 38.0 – 39.0 ผู้โดยสารประเภทดังกล่าวมีลักษณะการเดินทางอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี อีกทั้งยังต้องการความยืดหยุ่นและความสะดวกสบายในการเดินทางที่สูง (Travel Convenience) โดยผู้โดยสารกลุ่มนี้ตั้งกล่าวส่วนมากจะมีความความอ่อนไหวของราคาต่ำสุด (Price Insensitive) หรือพร้อมที่จะจ่ายค่าโดยสารในอัตราที่สูงขึ้นเล็กน้อย เพื่อแลกับความสะดวกสบายในการเดินทาง เนื่องจากกลุ่มผู้โดยสารดังกล่าวส่วนใหญ่สามารถเบิกค่าโดยสารกับบริษัทหรือหน่วยงานต้นสังกัดได้

การท่องเที่ยว

บริษัทมีผู้โดยสารเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 31.0 – 34.0 ผู้โดยสารประเภทดังกล่าวส่วนมากจะเลือกเดินทางช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ และมีการสำรองที่นั่งล่วงหน้าเป็นระยะเวลานานเพื่อให้ได้ราคาต่ำที่สุด ผู้โดยสารกลุ่มดังกล่าวจะมีลักษณะตรงกันข้ามกับกลุ่มนักธุรกิจหรือราชการ โดยให้ความสำคัญกับราคาก่อน ในการเดินทาง ไม่มากนัก

การเยี่ยมชมฯ

บริษัทมีผู้โดยสารเดินทางเพื่อการเยี่ยมชมพื้นท้องจำนวน ประมาณร้อยละ 21.0 – 24.0 ผู้โดยสารประเภท
ตั้งกล่าวจะเดินทางตลอดทั้งปี แต่จะไม่ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางที่สูง เช่นเดียวกันกับผู้โดยสารที่
เดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือราชการ อีกทั้งผู้โดยสารกลุ่มนี้ตั้งกล่าวมีความอ่อนไหวของราคาตั๋วสูงกว่าผู้โดยสาร
ที่ต้องเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือราชการ

3.9 ห้องทางการจัดจำหน่ายและสำเริงน

เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้าในการสำรองที่นั่งและชำระเงินค่าบัตรโดยสาร บริษัทได้มุ่งมั่นในการพัฒนาช่องทางการสำรองที่นั่งและชำระเงินผ่านช่องทางต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อครอบคลุมทุกความต้องการของกลุ่มลูกค้าของบริษัท สายการบินนกแอร์จัดเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมการบินในการเสนอช่องทางจำหน่ายและชำระเงินรูปแบบใหม่เสมอมา อาทิ การชำระเงินค่าบัตรโดยสารที่ตู้เอทีเอ็มและเคาน์เตอร์เซอร์วิสเป็นครั้งแรกของโลกในปี 2547 การสำรองที่นั่งพร้อมทั้งชำระเงินที่เคาน์เตอร์เซอร์วิสเป็นสายการบินแรกของไทยในปี 2555 การสำรองที่นั่งบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Smart Phone และ Tablet ในทุก Platform ไม่ว่าจะเป็น iOS Android หรือ Blackberry เป็นต้น

ปัจจุบัน ผู้โดยสารทั่วไปสามารถสำรองที่นั่งผ่านช่องทางต่างๆ ได้ทั้งหมด 5 ช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์ (รวมถึงแอพพลิเคชั่นบนโทรศัพท์เคลื่อนที่) ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน ตัวแทนจำหน่าย และเคาน์เตอร์เชอร์วิส โดยเว็บไซต์และช่องทางอิเลคทรอนิกส์ เป็นช่องทางการสำรองที่นั่งที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากมีความสะดวก ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา และไม่มีค่าบริการในการสำรองที่นั่ง นอกจากนี้บริษัทยังมีช่องทางการสำรองที่นั่งเฉพาะสำหรับลูกค้าที่เดินทางเป็นหมุนเวียน ลูกค้าองค์กร และลูกค้าสมาชิกรัฐสภา

ตารางแสดงสัดส่วนการสำรองที่นั่งผ่านช่องทางต่างๆ

หน่วย: ล้านบาท

	2553	2554	2555
เว็บไซต์และอิเลคทรอนิกส์	44.5	48.1	52.5
ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์	18.8	15.2	14.2
เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน	17.8	16.2	11.9
ตัวแทนจำหน่าย	16.2	15.0	16.6
อื่นๆ*	2.7	5.5	4.8
รวม	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ: *ช่องทางการสำรองที่นั่งอื่นๆ รวมถึงการจำหน่ายผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส การจำหน่ายผ่านลูกค้าองค์กร และการจัดจำหน่ายตามการจัดแสดงงานต่างๆ

การจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์ และช่องทางอิเลคทรอนิกส์

บริษัทจำหน่ายบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 44.5 – 52.5 ระหว่างปี 2553 - 2555 โดยผู้โดยสารสามารถสำรองตั๋วโดยสารผ่านทาง www.nokair.com และ www.nokfanclub.com หรือเว็บไซต์บนมือถือ m.nokair.com โดยการสำรองที่นั่งผ่านทางเว็บไซต์เป็นช่องทางที่ครบวงจรและสะดวกต่อการใช้งานมากที่สุด โดยมีการให้บริการดังต่อไปนี้ ตรวจสอบเส้นทางการบินและตารางการบิน การสำรองที่นั่ง การเช็คอิน การเลือกซื้อบริการเสริม รวมถึงการสำรองบริการเชื่อมต่อ นอกจากนี้ อีกช่องทางที่สำคัญในการสำรองที่นั่งและเช็คอิน คือ แอพพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (Application on Smart phone) ซึ่งบริษัทเป็นผู้ให้บริการสายการบินเพียงไม่กี่รายที่พัฒนาระบบที่ขึ้นมา เพื่อรับการใช้งานที่เดิมที่ขึ้นอย่างรวดเร็วของโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า

ทั้งนี้การสำรองที่นั่งผ่านอินเทอร์เน็ตจัดเป็นช่องทางที่มีต้นทุนการให้บริการต่ำที่สุด เนื่องจากไม่มีค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานเพื่อทำการสำรองที่นั่ง การเช็คอินทางเว็บไซต์หรือโทรศัพท์มือถือ จะช่วยลดเวลาและปริมาณผู้โดยสารที่ต้องแฉะเชคในท่าอากาศยานลง ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงเรื่องความล่าช้าของเที่ยวบิน บริษัทคาดว่าช่องทางการขายผ่านอินเทอร์เน็ตจะยังคงเป็นช่องทางการจำหน่ายหลัก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การจำหน่ายผ่านศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์

สำหรับลูกค้าทั่วไป สามารถสำรองที่นั่งผ่านศูนย์บริการลูกค้าของบริษัทหมายเลข 1318 ได้ทุกวันตั้งแต่เวลา 8:00 น. ถึง 21:00 น. ส่วนใหญ่เลขสำหรับนักแฟนคลับ ให้บริการ 24 ชั่วโมง จัดเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว ระหว่างปี 2553 – 2555 บริษัทมีรายได้จากการจองซื้อผ่าน Call Center คิดเป็นร้อยละ 14.2 - 18.8 ถึงแม้ว่า การขายผ่านทางศูนย์บริการลูกค้าจะยังมีสัดส่วนที่น้อย แต่ก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางให้ลูกค้าได้โดยสอบถามข้อมูล และส่งผ่านข้อร้องเรียนมายังบริษัท ซึ่งถือเป็นช่องทางสำคัญในการติดต่อกับลูกค้า

การจำหน่ายผ่านเคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน

บริษัทให้บริการสำรองที่นั่งที่ท่าอากาศยานทุกแห่งที่ทำการบิน และมีเคาน์เตอร์ออกท่าอากาศยาน รวม ณ สิ้นปี 2555 บริษัทมีสำนักงานขายทั้งสิ้น 21 แห่ง ได้แก่ เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน 20 แห่ง และอื่นๆ 1 แห่ง ระหว่างปี 2553 – 2555 บริษัทฯ มีรายได้จำหน่ายผ่านทางเคาน์เตอร์ท่าอากาศยานคิดเป็นร้อยละ 11.9 - 17.8

ในปี 2555 บริษัทได้เริ่มบริการ “Nok Dude & Nok Babe” ขึ้น เป็นการเพิ่มช่องทางการสำรองที่นั่งที่ท่าอากาศยาน ซึ่งจะช่วยลดเวลาในการต่อແ:Event ที่เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน และเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า โดยพนักงานภายใต้ชื่อ “Nok Dude” และ “Nok Babe” ปัจจุบันพร้อมให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอน



เมือง โดยพนักงานจะค่อยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้โดยสารที่กำลังจะเดินทาง โดยสามารถเช็คอินผ่าน Tablet ได้ทันที ผู้โดยสารจึงไม่ต้องไปต่อແກ່ที่หน้าเคาน์เตอร์ นอกจากนั้นยังสามารถทำการสำรองที่นั่งโดยชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และระบบที่นั่งล่วงหน้า ทำให้การสำรองที่นั่งและเช็คอินเป็นไปด้วยความรวดเร็ว

การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย

ผู้โดยสารสามารถจองซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางตัวแทนจำหน่ายที่จดทะเบียนกับบริษัทได้ทั่วประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 มีทั้งสิ้น 1,256 ราย โดยการจองซื้อผ่านทางตัวแทนจำหน่ายจะเหมาะสมสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ไม่สะดวกที่จะเข้าถึงการใช้งานทางอินเทอร์เน็ต และศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ อัตราค่าโดยสารสำหรับลูกค้าที่จองซื้อตั๋วโดยสารผ่านตัวแทนจำหน่าย จะเป็นอัตราเดียวกันกับการจองซื้อผ่านช่องทางอื่นๆ โดยบริษัทมีนโยบายให้ส่วนแบ่งการขาย (Commission Fee) แก่ตัวแทนจำหน่ายสำหรับการจำหน่ายตัวประเภทนี้เปลี่ยนได้ (Nok Flexi) และนกพลัส (Nok Plus) ระหว่างปี 2553 – 2555 บริษัทมีรายได้จำหน่ายผ่านช่องทางตัวแทนจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 15.0 – 16.6

การจำหน่ายผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส

บริษัทได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส รวมถึงร้านสะดวกซื้อเพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการจองซื้อและชำระเงินให้กับผู้โดยสาร ผู้โดยสารสามารถจองซื้อผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทั้งหมดในประเทศไทย และเคาน์เตอร์เซอร์วิสที่เป็นแบบ Stand Alone โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 มีเคาน์เตอร์เซอร์วิสที่ให้บริการจำหน่ายตั๋วทั่วประเทศไทยทั้งสิ้นกว่า 8,000 สาขา การเปิดช่องทางการจำหน่ายดังกล่าว ทำให้บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายบัตรโดยสารที่มากขึ้นและครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า

การจำหน่ายผ่านช่องทางอื่นๆ

บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายตั๋วโดยสารผ่านช่องทางอื่นๆ ซึ่งมีช่องทางประจำ ได้แก่ การขายผ่านการอุบัติ ตามการจัดแสดงงานต่างๆ อาทิ งานไทยเที่ยวไทย การจัดงานโปรดโนมชั่นในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น โดยช่องทางดังกล่าว อาจไม่ใช่ช่องทางการขายโดยตรง แต่เป็นการสนับสนุนกิจกรรมการตลาดของบริษัท เพื่อประชาสัมพันธ์บริษัท ตลอดจนการแนะนำผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ของบริษัท

ตารางแสดงช่องทางการจัดจำหน่ายและช่องทางการชำระเงิน

ช่องทางการจัดจำหน่าย/ ช่องทางชำระเงิน	ເວັບໄຊຕີ	ศูນຍົບຮັກ ລູກຄ້າທາງ ໂທຣສັພົກ	ເຄານ໌ເຕອຣ໌ ທ່າອາກະຍານ	ຕັ້ງແທນ ຈຳນວຍ	ເຄານ໌ເຕອຣ໌ ເຊອຮົວສ
1. ເງິນສດ	✗	✗	✓	✓	✓
2. ບັດຕະເປດ	✓	✓	✓	✓	✗
3. ຫຼູ້ເອົ້າເວັມ	✓	✓	✗	✗	✗
4. ເຄານ໌ເຕອຣ໌ເຊອຮົວສ	✓	✓	✗	✗	✓
5. ໄດເຮັກເດືອນ (ເນພາະ ຮ.ໄທຢານີຍີ)	✓	✗	✗	✗	✗

ส่วนช่องทางการชำระเงิน ผู้โดยสารทั่วไปสามารถชำระด้วยบัตรเครดิต ซึ่งลูกค้านิยมมากที่สุดเนื่องจากมีความสะดวก รองลงมาเป็นการชำระด้วยเงินสด ชำระที่ຫຼູ້ເອົ້າເວັມ (ปัจจุบันได้แก่ ຮ.ໄທຢານີຍີ ຮ.ກຽງໄກ ຮ.ກຽງເທັນ ຮ.ທຫາຍໄກ ຮ.ກຽງຄວີອຸ່ຽນຢາ) ชำระที่ເຄານ໌ເຕອຣ໌ເຊອຮົວສ นอกจากนี้ก็มีลูกค้าที่เดินทางเป็นหมู่คณะ ลูกค้าองค์กร และลูกค้าสมาชิกวັງສຸກฯ จะมีเงื่อนไขการชำระเงินที่แตกต่างกันไป



3.10 การดำเนินงานของบริษัท

ปัจจุบัน บริษัทให้บริการขนส่งผู้โดยสารโดยมีฐานปฏิบัติการบินหลักที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และศูนย์ปฏิบัติการบินย่อยที่ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ เพื่อบินสั้นทางภูมิภาคในภาคเหนือ และระหว่างภูมิภาค ที่ฐานการบินหลักดอนเมืองประกอบด้วยหน่วยงานหลักได้แก่ ศูนย์นักบินและลูกเรือ ฝ่ายปฏิบัติการบิน ฝ่ายซ่อมบำรุงเครื่องบิน ฝ่ายบริการลูกค้า ส่วนการเดินนำมันเชื้อเพลิง ส่วนมากจะกระทำที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง เนื่องจากมีต้นทุนนำมันต่ำที่สุด ส่วนที่ท่าอากาศยานภูมิภาคจะเป็นการเดินเพิ่มเติมเป็นบางครั้งตามมาตรฐานความปลอดภัยเท่านั้น

โดยหากทำการบินจากศูนย์การปฏิบัติการบินทั้งสองของบริษัทโดยใช้เครื่องบินรุ่นโบeing 737 ของบริษัทซึ่งสามารถบินได้ไกลสูงสุดถึง 3,500 กิโลเมตร หรือติดต่อกันนานสุด 4 ชั่วโมงบิน บริษัทจะสามารถให้บริการการบินครอบคลุมพื้นที่การบินได้ทั้งทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และ รวมถึงประเทศที่มีประชากรมากและมีการเจริญเติบโตเศรษฐกิจที่สูงอย่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีน





3.10.1 การดำเนินงานปกติ



การเตรียมตัวของนักบินและลูกเรือ

นักบินและลูกเรือรายงานตัวที่ท่าอากาศยานต้นทาง ก่อนทำการบินตามเวลาที่กำหนดเพื่อรับทราบข้อมูล การบิน รวมถึงสภาพอากาศในวันนั้นๆ ก่อนขึ้น ปฏิบัติการบินนักบินและลูกเรือต้องเตรียมความพร้อม ความปลอดภัยและการให้บริการบนเที่ยวบิน หลังจาก นั้น ลูกเรือจึงขึ้นเครื่องบินเพื่อเตรียมความพร้อมด้าน อุปกรณ์การให้บริการต่างๆ บนเครื่องบิน



การเตรียมเครื่องบินและอุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
เครื่องบินของบริษัท ได้รับการตรวจสอบบำรุงตามแผน โดยบริษัทภายนอกที่ให้บริการซ่อมบำรุง "ได้แก่ การบิน ไทย (สำหรับฝูงบินโบอิ้ง 737-400 และแอฟาร์ 72 ที่ เช่าจากการบินไทย) Air France Industries (สำหรับ ฝูงบินโบอิ้ง 737-400) และ Lufthansa Technik (สำหรับฝูงบินโบอิ้ง 737-800) ซึ่งผู้ให้บริการซ่อมบำรุง เครื่องบินทุกรายมีมาตรฐานการซ่อมบำรุงระดับโลก ได้รับการรับรองมาตรฐานจากการบินพลเรือน องค์กรบริหารการบินแห่งสหราชอาณาจักร (UK Civil Aviation Authority :CAA) หรือองค์การความ ปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป (European Aviation Safety Agency :EASA) ก่อนการปฏิบัติการ บินในแต่ละวัน เครื่องบินจะต้องผ่านการตรวจสอบจาก วิศวกรที่ผ่านการรับรองจากกรมการบินพลเรือน ออกจากนั้น ในทุกๆครั้งก่อนทำการบินนักบินจะต้อง ตรวจสอบสภาพเครื่องบินอีกครั้งเพื่อความมั่นใจได้ว่า เครื่องบินอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมทำการบินด้วย ความปลอดภัยสูงสุด





การให้บริการผู้โดยสารก่อนขึ้นเครื่องบิน

ผู้โดยสารสามารถสำรองที่นั่ง เลือกที่นั่ง และลงทะเบียนขึ้นเครื่องบิน ได้อย่างสะดวกผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ เคาน์เตอร์ที่ท่าอากาศยาน เว็บไซต์ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ นอกจากนี้บริษัทฯ มีบริการพิเศษต่างๆ อาทิ “Nok Shuttle Car” บริการรถกอล์ฟเพื่อให้บริการผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย “ланลูกนก” พื้นที่สันทนาการสำหรับเด็กในบริเวณรอด้วยเครื่องบิน “Nok WiFi” บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายพร้อมบริเวณรอด้วยเครื่องบิน “Nok Dude and Nok Babe” พนักงานต้อนรับผู้โดยสารก่อนขึ้นเครื่องบิน ตลอดจนให้บริการรับของตัวโดยสาร และเช็คอิน เป็นต้น

การให้บริการผู้โดยสารระหว่างเที่ยวบิน

บริษัทฯ คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้โดยสารเป็นสำคัญ ดังนั้น ก่อนออกเดินทางทุกเที่ยวบินพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินจะสาธิตและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ต่างๆ เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน หลังจากนั้น เมื่อสัญญาณจังหวะขึ้นดับลง ลูกเรือจะให้บริการอาหารว่าง และน้ำดื่ม ซึ่งเป็นการบริการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ผู้โดยสารยังสามารถเลือกซื้ออาหารว่างและเครื่องดื่มเพิ่มเติม รวมทั้งสินค้าที่ระลึกของนกแอร์ได้จากบริการ “Nok Smile Shop” บนเที่ยวบินของนกแอร์ผู้โดยสารทุกท่านจะได้รับประสบการณ์ที่เปลี่ยนด้วยความสุขและรอยยิ้มดัง slogan “We Fly Smiles” จากการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ด้วยบุคลิกที่เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง และมีเอกลักษณ์ในการกล่าวต้อนรับด้วยภาษาถิ่นแต่ละภาคของเที่ยวบิน เพื่อสร้างความประทับใจ และอบอุ่นเสมือนคนในครอบครัว ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดการให้บริการแบบ “Professional and Friendly”



3.10.2 การดำเนินงานในกรณีเครื่องบินเกิดอุบัติเหตุ

บริษัทตระหนักดีว่าถึงแม้บริษัทจะได้ปฏิบัติงานในทุกขั้นตอนด้วยมาตรฐานความปลอดภัยสูงสุด แต่อุบัติเหตุก็อาจเกิดขึ้นกับอากาศยานได้ ดังนั้นเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน บริษัทได้เตรียมแผนรองรับในกรณีเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉิน (Emergency and Accident Procedures : EAP) โดยมีจุดประสงค์เพื่อลดผลกระทบและผลที่ตามมาที่อาจจะเกิดขึ้นกับผู้โดยสาร ลูกเรือ ทรัพย์สิน และชื่อเสียงของบริษัท อีกทั้งยังให้ความร่วมมือและกระจายข้อมูลที่ถูกต้องแก่บุคคลสื่อมวลชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกัน บริษัทจะยังสามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในแต่ละหน่วยงานจะต้องจัดทำแผนงาน และขั้นตอนการปฏิบัติโดยมีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบให้ชัดเจนและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ อีกทั้งยังต้องให้สอดคล้องกับแผนรองรับในกรณีเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉิน ส่งผลให้สามารถรับมือได้ทันท่วงที

แผนรองรับในกรณีเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉิน จะแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบของบริษัท ออกเป็น 2 ฝ่าย ใหญ่ๆ คือ Head Office Organization และ Local Organization สำหรับ Head Office Organization มีหน้าที่ช่วยเหลือและประสานงานกับบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกบริษัท ภายใต้การควบคุมดูแลของ Crisis Management Committee (CMC) ซึ่งได้แก่ Chief Operating Officer (COO) โดยมีการจัดตั้งทีมขึ้นมาทั้งหมด 4 ทีม ดังนี้

1. Company Investigation Team (CIT) มีหน้าที่ตรวจสอบหาสาเหตุอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับอากาศยาน รวมถึงสนับสนุนเจ้าหน้าที่สืบสวนอุบัติเหตุ (Accident Investigation Board : AIB) และตัวแทนที่ได้รับการแต่งตั้งจากกรมการบินพลเรือน
2. Crew Members Recovery Organization (CREW) มีหน้าที่ช่วยเหลือผู้ประสบเหตุและครอบครัวผู้ประสบเหตุโดยการจัดเตรียมหน่วยแพทย์เข้ารักษาและให้ความช่วยเหลือในทันทีทั้งทางร่างกายและจิตใจ



3. Aircraft Recovery Team Organization (ATR) มีหน้าที่เคลื่อนย้ายเครื่องบินหรือซากเครื่องบินจากสถานที่ประสบเหตุไปยังศูนย์ซ่อมแซม (Technical Department)



4. Special Assistant Team (SAT) มีหน้าที่ช่วยเหลือและสนับสนุนบุคคล หรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในกรณีเกิดอุบัติเหตุ โดยมีการจัดตั้งทีมปฏิบัติการและให้ความช่วยเหลือญาติ หรือ FAST (Family Assistant and Support Team) เป็นทั้งหมด 10 ทีมย่อย ได้แก่ ทีมสื่อสารองค์กร (Corporate Communication Team) ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารต่อสาธารณะทั้งในประเทศและระดับท้องถิ่น ทีมสัมภาระและพัสดุภัณฑ์ (Baggage & Cargo Team) ทำหน้าที่ในการดูแลสัมภาระและพัสดุภัณฑ์ของผู้ประสบเหตุ ทีมประกันภัย (Insurance Team) ทำหน้าที่จัดการเรื่องค่าชดเชยความเสียหาย ทีมจัดการเดินทางและที่พัก (Travel Arrangement Team) ทำหน้าที่จัดการเรื่องการเดินทางของญาติผู้ประสบเหตุ ทีมจัดการพนักงาน (Personnel Team) ทำหน้าที่จัดการเรื่องการเดินทางสมาชิก FAST และรวมเอกสารการเดินทางเพื่อจัดทำวีซ่าในกรณีที่ต้องเดินทางไปต่างประเทศ ทีมบันทึกประวัติผู้โดยสารและญาติ (Passenger and Family Records Team) ทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของบัญชีรายชื่อผู้โดยสารและญาติ รวมถึงจัดทำข้อมูลส่วนกลางให้ผู้อำนวยการ FAST เพื่อส่งรายงานต่อ CMC ทีมดูแลญาติ (Family Care Team) ทำหน้าที่ช่วยเหลือและติดต่อญาติผู้ประสบเหตุและผู้รอดชีวิต เก็บข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของผู้ประสบเหตุและญาติ ทีมตอบรับโทรศัพท์ (Telephone Call Response Team) ทำหน้าที่ตอบคำถามและรับข้อมูลต่างๆ เพื่อรายงาน FAST Director ทีมการเงิน (Financial Records Team) ทำหน้าที่ประสานงานกับสมาชิก FAST ในเรื่องเกี่ยวกับการเงินต่างๆ และ ทีมสถานที่และรักษาความปลอดภัย (Physical Set-Up & Security Team) ทำหน้าที่สนับสนุนและอำนวยความสะดวกแก่สถานที่อาหาร ความปลอดภัย และอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานต่างๆ ที่จำเป็น

สำหรับ Local Organization จะมีแผนรองรับในกรณีเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉินในระดับหน่วยงานย่อยหรือในระดับสถานี (Local Emergency and Accident Procedures : LEAP) ซึ่งขึ้นตอนการปฏิบัติงานจะคล้ายคลึงและสอดคล้องกันกับ แผนรองรับในกรณีเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉินหลัก (EAP) โดยในกรณีเมื่อเกิดอุบัติเหตุ หรือเหตุฉุกเฉินขึ้น ผู้ประสานงานของสถานี (Accident Station) ที่ใกล้ชิดเกิดเหตุ จะแจ้งไปยังสถานีต้นทาง สถานีปลายทาง และสถานีที่อยู่ระหว่างเส้นทางการบิน รวมทั้งผู้จัดการสถานีในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (Local Crisis Manager) และผู้จัดการประจำภาคพื้นที่ (Area Manager) เพื่อให้ประสานงานกับหน่วยงานภายนอก และตัวแทนจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของทางราชการ หลังจากนั้นทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะดำเนินการปฏิบัติตามแผน LEAP ที่ได้วางเอาไว้ โดยการติดต่อประสานงานระหว่าง Head Office Organization และ Local Organization จะมีหน่วยงานกลาง คือ ฝ่ายปฏิบัติการบินโดยให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอด 24 ชั่วโมง



3.11 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

3.11.1 เครื่องบิน

เครื่องบินของสายการบินนกแอร์

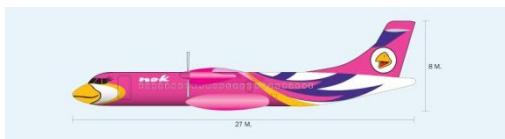
บริษัทมีนโยบายจัดสรรเครื่องบินให้เหมาะสมกับปริมาณความต้องการบินในแต่ละเส้นทางการบินทั้ง เส้นทางการบินภายในประเทศ และสายยุโรป โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทมีเครื่องบินให้บริการขึ้นสิ้น ผู้โดยสารทั้งสิ้น 4 รุ่น ได้แก่ โบอิ้ง 737-400 โบอิ้ง 737-800 เอทีอาร์ 72-200 และเอทีอาร์ 72-500 รวมทั้งสิ้น 14 ลำ ทั้งนี้ บริษัทจัดหาเครื่องบินทุกลำด้วยวิธีการเช่าในลักษณะ Dry Lease หรือ เช่าเฉพาะเครื่องบินไม่รวมนักบินและลูกเรือ โดยบริษัททำสัญญาเช่าดำเนินงาน (Operating Lease) ซึ่งโดยปกติจะมีระยะเวลาเช่า 3 - 8 ปี โดยเครื่องบินทั้งหมดมีระยะเวลาเช่าที่เหลืออยู่ประมาณ 0.25 - 6.50 ปี (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม ในหัวข้อ "5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ 5.1.1 สัญญาเช่าดำเนินงานเครื่องบิน")



โบอิ้ง 737 – 400 (Boeing 737-400)



โบอิ้ง 737 – 800 (Boeing 737-800)



เอทีอาร์ 72-200 (ATR 72-200)

ตารางต่อไปนี้แสดงข้อมูลเกี่ยวกับผู้บินของสายการบินนกแอร์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555

ประเภทเครื่องบิน	จำนวนเครื่องบิน (ลำ)	ความจุโดยสารต่อลำ (ที่นั่ง)	อายุโดยเฉลี่ย (ปี)
โบอิ้ง 737-400	3	150/168	20.9
โบอิ้ง 737-800	8	189	9.0
เอทีอาร์ 72-200	2	66	22.9
เอทีอาร์ 72-500	1	70	5.5
รวม	14		14.0

เครื่องบินรุ่นโบอิ้ง 737-400 และ 737-800 เป็นเครื่องบินโดยสารที่มีพิสัยบินระยะปานกลาง ลำตัวแคบ ใช้เครื่องยนต์ไอพ่น ซึ่งเครื่องบินทั้งสองรุ่นสามารถนำมาใช้หมุนเวียนและทดแทนกันได้สำหรับเส้นทางสายหลัก และเส้นทางสายรองโดยเครื่องบินทั้งสองรุ่นสามารถบินติดต่อกันได้ 4 ชั่วโมง สำหรับเครื่องบินเอทีอาร์ 72-200/500 เป็นเครื่องบินโดยสารขนาดเล็ก ใช้เครื่องยนต์ไบพัต (Turbo prop) 2 เครื่อง มีพิสัยบินระยะใกล้ ซึ่งบริษัทจะนำมาใช้บินในเส้นทางสายรองและสายย่อย เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการบินที่มีไม่มากนัก โดยเครื่องบินรุ่นดังกล่าวสามารถบินติดต่อกันได้ 3 ชั่วโมง

อัตราการใช้เครื่องบินต่อลำ

บริษัทมุ่งเน้นการใช้เครื่องบินให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและมุ่งเน้นความปลอดภัยของผู้โดยสารเป็นสำคัญ อีกทั้งยังมุ่งเน้นให้เที่ยวบินของบริษัทไม่เกิดความล่าช้า ซึ่งจะกระทบต่อตารางการบินของบริษัทโดยระหว่างปี 2553 – 2555 สายการบินนกแอร์มีเครื่องบิน 8 - 15 ลำ ในปี 2555 บริษัทมีอัตราการใช้เครื่องบินประเภทโบอิ้งเฉลี่ยที่ 9.3 ชั่วโมงต่อวันต่อลำ ซึ่งจัดว่าสูงกว่าอัตราการการใช้เครื่องบินโดยเฉลี่ยที่ 8.0 ชั่วโมงต่อวันต่อลำ อย่างไรก็ดี ถึงมีอัตราการใช้เครื่องบินที่สูง ในปี 2555 สายการบินนกแอร์กลับมีอัตราการล่าช้าของเที่ยวบินที่ต่ำคิดเป็นร้อยละ 16.1

แผนการจัดหาและปลดระวางเครื่องบิน

ในปี 2556 - 2558 บริษัทมีแผนการจัดการจัดหาเครื่องบินเพิ่มเติม เพื่อทดแทนเครื่องบิน ที่กำลังจะหมดสัญญาเช่า และเพื่อรับการขยายเส้นทางการบินในอนาคต โดยบริษัทจะมุ่งเน้นการจัดหาเครื่องบินที่มีอายุการใช้งานที่น้อยหรือล่าใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของฝูงบินและยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบำรุงรักษาเครื่องบิน และลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงเครื่องบิน บริษัทคาดว่าอายุเฉลี่ยของฝูงบินของบริษัทจะมีแนวโน้มลดลงเหลือเพียง 7.2 – 7.4 ปี ในปี 2556 - 2558

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทได้รับการอนุมัติจากการบินพลเรือนให้จัดหาเครื่องบิน และมีกำหนดการส่งคืนเครื่องบินตามตารางดังต่อไปนี้

ประเภทเครื่องบิน	หน่วย	ปีที่คาดว่าจะได้รับมอบ		
		2556	2557	2558
โบอิ้ง 737-800	ลำ	4	4	5
ເອທີ່າວັກ 72-500	ลำ	4	0	1
รวม	ลำ	8	4	6

ประเภทเครื่องบิน	หน่วย	ปีที่คาดว่าจะส่งคืน		
		2556	2557	2558
โบอิ้ง 737-400	ลำ	3	-	-
โบอิ้ง 737-800	ลำ	-	-	-
ເອທີ່າວັກ 72-200	ลำ	-	2	-
ເອທີ່າວັກ 72-500	ลำ	-	-	-
รวม	ลำ	3	2	0

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายที่จะจำกัดให้มีจำนวนประเภทของเครื่องบินอยู่ที่สูตรซึ่งสามารถให้บริการอย่างเหมาะสมในเส้นทางสายหลัก สายรองและสายย่อย ทั้งนี้ ในการมีจำนวนประเภทเครื่องบินที่ไม่มากจะทำให้เกิดการประหัดดันทุนในการซ่อมบำรุงเครื่องบิน และเกิดความยืดหยุ่นในการใช้นักบิน เนื่องจากการบินพลเรือน กำหนดให้นักบินจะได้รับอนุญาตให้ทำการบินเฉพาะเครื่องบินประเภทเดียวเท่านั้น อีกทั้ง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาซื้อส่วนของไฟล์เพื่อการซ่อมบำรุง การฝึกอบรมนักบิน ลูกเรือ วิศวกร และพนักงานช่าง จะแปรผันตามจำนวนแบบของเครื่องบิน และชนิดของเครื่องยนต์ที่ใช้ในฝูงบิน

การซ่อมบำรุงเครื่องบิน

บริษัทมีนโยบายมุ่งเน้นในเรื่องความปลอดภัยของผู้โดยสารเป็นสำคัญ โดยเน้นย้ำให้เครื่องบินอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์พร้อมทำการบินทุกครั้งภายใต้มาตรฐานการตรวจสอบและการซ่อมบำรุงเป็นไปตามมาตรฐานของกรรมการบินพลเรือน องค์กรบริหารการบินแห่งสหราชอาณาจักร (FAA) หรือองค์กรความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป (EASA) การดูแลรักษาและซ่อมบำรุงเครื่องบินแบบครบวงจรนั้น ต้องใช้เงินลงทุนสูงและ



ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทมีใบอนุญาตและสามารถซ่อมบำรุงในเบื้องต้น (Transit Check และ Daily Check) และระดับกลาง (A-Check หรือ Light Maintenance) แต่ไม่มีโรงซ่อมบำรุงของตนเอง เพื่อซ่อมบำรุงเครื่องในระดับ Heavy Maintenance และบริษัทได้ว่าจ้างบริษัทผู้ให้บริการภายนอกซึ่งมีความชำนาญและความพร้อมในการซ่อมบำรุงเครื่องบิน โดยจะต้องได้รับการรับรองจาก FAA หรือ EASA เพื่อวางแผนการซ่อมบำรุงและดำเนินการซ่อมบำรุงเครื่องบินให้แก่นกแอร์



การบินไทย



Malaysian Airline System



Garuda Maintenance Facility



Boeing Shanghai Aviation Services



Air France Industries



Lufthansa Technik AG



ตารางแสดงผู้ให้บริการซ่อมบำรุงเครื่องบิน สำหรับการซ่อมบำรุงแต่ละประเภท

ผู้บิน (ผู้ให้เช่า)	ผู้ให้บริการ				
	งานวิศวกรรมและวางแผนการ ซ่อมบำรุงเครื่องบิน	การซ่อมบำรุงเครื่องบิน ระดับย่อย	การซ่อมบำรุงเครื่องบิน ระดับใหญ่	งานซ่อมบำรุงเครื่องยนต์ ของเครื่องบิน	งานซ่อมบำรุงอุปกรณ์ของ เครื่องบิน
โบอิ้ง 737-400 (การบินไทย)	การบินไทย	นกแอร์	การบินไทย	การบินไทย	การบินไทย
โบอิ้ง 737-400 (ต่างประเทศ)	Aviation Engineering and Planning Services (AEPS)	นกแอร์	ว่าจ้างเป็นครั้งๆไป ที่ผ่านมา ได้แก่ Garuda Maintenance Facility (GMF), Malaysian Airline System (MAS), Boeing Shanghai Aviation Services (BSAS)	Société Air France	Société Air France
โบอิ้ง 737-800 (ต่างประเทศ)	Lufthansa Technik AG	นกแอร์	ว่าจ้างเป็นครั้งๆไป ที่ผ่านมา ได้แก่ Garuda Maintenance Facility (GMF), Malaysian Airline System (MAS), Boeing Shanghai Aviation Services (BSAS)	Lufthansa Technik AG	Lufthansa Technik AG
เอทีอาร์ 72 (การบินไทย)	การบินไทย	นกแอร์	การบินไทย	การบินไทย	การบินไทย
เอทีอาร์ 72 (ต่างประเทศ)	Lufthansa Technik AG	นกแอร์	ว่าจ้างเป็นครั้งๆไป ที่ผ่านมา ได้แก่ Garuda Maintenance Facility (GMF), Malaysian Airline System (MAS), Boeing Shanghai Aviation Services (BSAS)	Pratt & Whitney	ATR GMA, Miggitt, Triumph

หมายเหตุ: Lufthansa Technik AG เป็นบริษัทย่อย บริษัท ลูฟแท่นช่า อาร์ลайн และ Garuda Maintenance Facility (GMF) เป็นบริษัทย่อย บริษัทการรูด้าร์ อาร์ลайн



การจัดหาชิ้นส่วนและอะไหล่

สำหรับเครื่องบินที่เข้าจากการบินไทย ทั้งรุ่นโบอิ้ง 737-400 และ เอทีอาร์ 72-200 การบินไทยจะเป็นผู้ดำเนินการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่ทั้งหมด ตามที่ระบุไว้ในสัญญาเช่าเครื่องบิน สำหรับเครื่องบินที่เข้าจากผู้ให้เช่าต่างประเทศ บริษัทดำเนินการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่จากผู้ให้บริการหลักสองรายคือ Lufthansa Technik AG และ Societe Air France ซึ่งนอกจากการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องบิน ผู้ให้บริการทั้งสองยังเป็นผู้วางแผนการซ่อมบำรุงเครื่องบิน ตามที่ระบุไว้ในสัญญาว่าจ้าง (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ "5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ 5.1.3 สัญญาซ่อมบำรุงเครื่องบิน") ทั้งนี้กระบวนการพิจารณาคัดเลือกผู้ให้บริการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่ บริษัทจะพิจารณาจากความสามารถในการวางแผนการซ่อมบำรุง ความสามารถในการจัดหาอะไหล่ ค่าใช้จ่าย เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังดำเนินการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่เองสำหรับชิ้นส่วนอื่น เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายของบริษัท โดยจัดเก็บชิ้นส่วนอะไหล่ไว้ที่อาคารจัดเก็บคลังสินค้าท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

เครื่องบินของสายการบินนกมินิ

เพื่อให้สามารถให้บริการเที่ยวบินแก่ผู้โดยสารในเส้นทางการบินย่อยได้อย่างเหมาะสมสมความต้องการทางการบินในตันทุนที่เหมาะสม บริษัทได้ทำสัญญาเช่าเหมาลำเครื่องบินรุ่น SAAB 340 ซึ่งมีขนาดเล็กกว่าเครื่องบินของบริษัท และสามารถบรรทุกผู้โดยสารได้ 34 คน จากพันธมิตรทางธุรกิจ (เอสจีเอ) โดยในสัญญาเช่าเหมาลำดังกล่าว บริษัทกำหนดให้เครื่องบินของเอสจีเอต้องทำสี และตกแต่งภายนอกตามที่บริษัทกำหนดภายใต้แบรนด์ "นกมินิ" อีกทั้งนักบินและลูกเรือ ต้องแต่งกายตามเครื่องแบบของนกแอร์ ตามที่บริษัทกำหนด



นอกจากนั้น บริษัทได้ทำสัญญานี้ในลักษณะเที่ยวบินร่วม (Code Sharing) กับเอสจีเอ ในเส้นทางการบินที่เอสจีเอได้รับอนุญาตจากการบินพลเรือน เพื่อให้บริการเที่ยวบินเพิ่มเติมกับผู้โดยสารของบริษัท โดยบริษัทจะเป็นผู้จำหน่ายตัวโดยสารในฐานะพันธมิตรทางการตลาด และเอสจีเอทำหน้าที่ปฏิบัติการบิน ซึ่งเอสจีเอต้องให้บริการการบินแก่ผู้โดยสารของบริษัทในลักษณะและบริการเช่นเดียวกันกับเที่ยวบินอื่นๆ ของบริษัท เช่น การให้น้ำหนักสัมภาระ การให้บริการอาหารว่าง เป็นต้น

3.11.2 น้ำมันเชื้อเพลิง

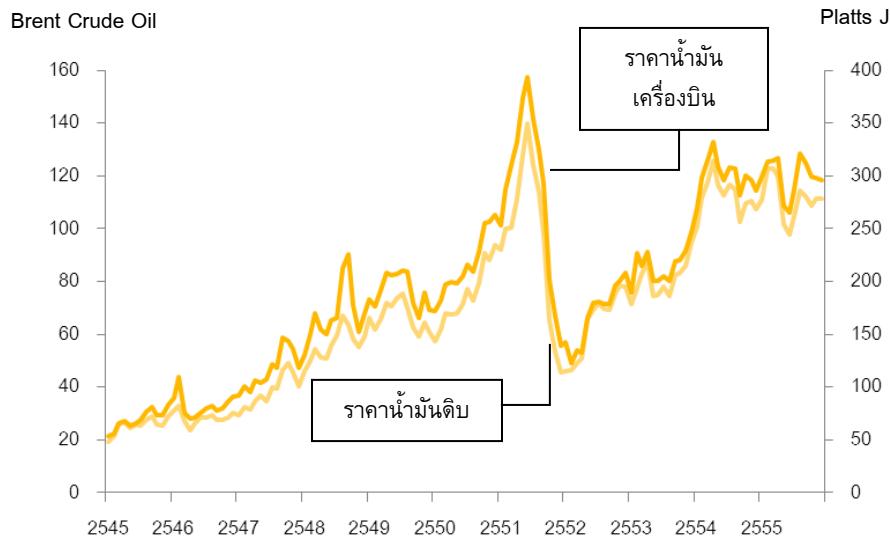
น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นตันทุนหลักของค่าใช้จ่ายของบริษัทโดยในปี 2553 - 2555 บริษัทมีค่าใช้จ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงคิดเป็นร้อยละ 32.4 - 38.9 ของตันทุนค่าบริการของบริษัท ตามลำดับ โดยในอดีตบริษัทซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งหมดผ่านการบินไทย ต่อมาในปี 2554 บริษัทได้เริ่มการจัดซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากผู้ค้าน้ำมันโดยตรง ได้แก่ บริษัท เชลล์ แห่งประเทศไทย จำกัด และ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยในปี 2555 บริษัทมีการสั่งซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากผู้



จำนวนรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของตันทุนนำมันเชื้อเพลิง เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวให้ราคาและข้อเสนอทางธุรกิจที่ดีกับบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทมิได้พึงพึงผู้จัดจำหน่ายนำมันรายดังกล่าวเป็นพิเศษ และบริษัท มิได้มีนโยบายซื้อน้ำมันจากบุคคลใดบุคคลหนึ่งอย่างต่อเนื่อง หากเงื่อนไขและราคามิได้ดีกว่าบุคคลอื่น เนื่องจาก บริษัทสามารถจัดซื้อน้ำมันจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นๆได้ อย่างไรก็ตาม การจัดซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากผู้ค้านำมันราย ใหญ่ระดับโลก จะทำให้บริษัทสามารถจัดหานำมันได้อย่างเพียงพอในราคาน้ำมันที่เหมาะสม

ข้อมูลแสดงราคาน้ำมันดิบและราคาน้ำมันเครื่องบิน ปี 2545 - 2555

หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล



ที่มา: Bloomberg

เนื่องจากราคาน้ำมันมีความผันผวนสูง บริษัทจึงมีนโยบายการป้องกันความเสี่ยงจากการค้าน้ำมัน โดยการซื้อน้ำมัน ในราคาน้ำมันดิบ หรือเข้าทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงจากการค้าน้ำมันกับสถาบันการเงิน ซึ่ง ตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงจากการค้าน้ำมันของบริษัท กำหนดให้มีสัดส่วนการป้องกันความเสี่ยงระหว่างร้อย ละ 20-50 ของปริมาณการใช้น้ำมันต่อเดือน ในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน อนึ่ง บริษัทไม่มีวัตถุประสงค์ในการค้า กำไรในสัญญาดังกล่าว ตามมติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2554

โดยทั่วไปบริษัทจะทำการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองเป็นหลัก เนื่องจากมีผู้จำหน่ายมา ราย ทำให้บริษัทสามารถจัดหาราคาน้ำมันได้ในราคากลางๆของการจัดหาและส่งมอบน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้จำหน่ายเพียงรายเดียว โดยผู้ค้านำมันที่สามารถส่งมอบได้ที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองจะใช้ บริการจับเก็บ จัดส่ง และเติมน้ำมัน ของบริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ("BAFS") ซึ่งเป็น บริษัทเพียงรายเดียวที่ได้รับอนุญาตให้บริการเติมน้ำมัน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

3.11.3 การดำเนินงานบริเวณท่าอากาศยาน

บริษัทให้บริการภาคพื้นดินและบริการสนับสนุนภาคพื้นดินต่อผู้โดยสารของบริษัทด้วยตนเอง โดยทำการ เช่า อุปกรณ์ที่สำคัญจากท่าอากาศยานต่างๆ ในประเทศไทย เช่น เคาน์เตอร์เช็คอิน และทางเชื่อมต่อ อย่างไรก็ตาม บริษัท ได้วางบุคคลภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินงาน ในทำการขนส่งสัมภาระลงท่าเบินของผู้โดยสาร ไป



กลับระหว่างท่าอากาศยานและเครื่องบิน การจัดการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประตูทางเข้าเครื่องบิน (Gate) กับเครื่องบิน และบันไดขึ้นลงเครื่องบิน และการจัดการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (Cargo)

3.11.4 อาหารว่างและเครื่องดื่ม (Catering)

บริษัทฯ ไม่มีนโยบายผลิตอาหารเพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสารสายการบินเองหรือจัดตั้งครัวการบิน เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหาร เนื่องจากบริษัทมุ่งเน้นการให้บริการสายการบินแบบราคาประหยัด ดังนั้น การให้บริการอาหารแก่ผู้โดยสารสายการบินจึงมีจำนวนจำกัดและปริมาณไม่มาก และเน้นอาหารว่างเป็นหลัก บริษัทฯ ได้ว่าจ้าง บริษัท เช็นทรัลเรสตอร์องส์รุ๊ป จำกัด ให้เป็นผู้ผลิตและจัดส่งอาหารเพื่อบริการแก่ผู้โดยสาร โดยบริษัทเป็นผู้กำหนดประเภทและรสชาติของอาหาร ทั้งนี้ ผู้ให้บริการดังกล่าวเป็นผู้ผลิตอาหารว่างในรูปแบบเฉพาะสำหรับบริการแก่ผู้โดยสารสายการบินนกแอร์และนกมินิเท่านั้น ไม่สามารถนำไปแยกหรือจำหน่ายได้ให้กับบุคคลอื่นได้

บริษัท เช็นทรัลเรสตอร์องส์รุ๊ป จำกัด เป็นผู้ผลิตอาหารประเภทซอฟต์เพรทเซล ภายใต้ชื่อ Anne's (Anne's) โดยมีครัวกลางผลิตอาหารอยู่ภายในพื้นที่ของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกในการจัดส่งอาหารว่างมายังเครื่องบินของนกแอร์และนกมินิ โดยผู้ให้บริการดังกล่าวไม่สามารถนำครัวกลางดังกล่าวไปประกอบธุรกิจผลิตอาหารเพื่อจำหน่ายให้บุคคลอื่นได้



3.12 การประกันภัย

บริษัทฯ ได้ทำประกันภัยสำหรับการบินตามแนวทางปฏิบัติของอุตสาหกรรมการบินนานาชาติ โดยทำประกันภัยอากาศยานทุกลำของนกแอร์กับบริษัทประกันภัยในประเทศไทย ซึ่งผู้รับประกันภัยจะทำประกันภัยต่อ (Reinsurance) ไปยังตลาดรับประกันภัยต่อต่างประเทศตามมาตรฐานสากลของตลาดการประกันภัยเครื่องบิน เป็นประกันภัยของบริษัท และวงเงินคุ้มครองอยู่ในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ การประกันภัยสำหรับการบินของบริษัทฯ ประกอบด้วยกรมธรรม์ต่าง ๆ ดังนี้

- กรมธรรม์ประกันภัยการเสี่ยงภัยทุกชนิดของลำตัวอากาศยาน รวมทั้งอะไหล่เครื่องยนต์ชั้นส่วนประกอบอุปกรณ์ และอุปกรณ์สนับสนุนภาคพื้นดิน รวมทั้งอุปกรณ์เคลื่อนที่และယอดيانที่ไม่มีใบอนุญาตและความรับผิดชอบต่อบุคคลที่สาม (Hull and Liabilities Insurance) ในส่วนบุคคลที่สาม กรมธรรม์จะให้ความคุ้มครองความเสียหายต่อทรัพย์สินและ/หรือความบาดเจ็บต่อร่างกายของบุคคลและทรัพย์สินที่อยู่ในอากาศยาน ได้แก่ ผู้โดยสาร กระเบื้องส้มภาระ สินค้า พัสดุภัณฑ์ และไประษณียภัณฑ์ และบุคคลและทรัพย์สินที่อยู่นอกอากาศยาน วงเงินรับผิดชอบใช้รวมสูงสุด 600 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อเหตุการณ์ จำนวนเงินความรับผิดชอบส่วนแรกของบริษัทกรณีอากาศยานเกิดอุบัติเหตุสูงสุดไม่เกิน 750,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อสินใหม่แต่ละครั้ง กรมธรรม์ประเภทนี้ยัง



ครอบคลุมความรับผิดชอบต่อบุคคลที่สามจากภัยส่งครามและภัยที่เกี่ยวเนื่องในวงเงินจำกัดความรับผิดสูงสุดเท่ากับ 150 ล้านдолลาร์สหรือต่อเหตุการณ์

2. กรมธรรม์ประกันภัยส่งครามและความเสี่ยงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับภัยส่งครามต่อลำตัวอากาศยานรวมทั้งอะไหล่ (Hull War Insurance) วงเงินประกันภัยส่งครามต่อลำตัวอากาศยานสูงสุดไม่เกิน 50 ล้านдолลาร์สหรือต่อลำ (Maximum agreed Value)
3. กรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดชอบส่วนแรก (Hull Deductible) เพิ่มเติมจากการหักภาษี 7% ของจำนวนความรับผิดชอบของกรมธรรม์ต่อสินใหม่สำหรับภัยส่งครามและอะไหล่ เครื่องยนต์แต่ละเครื่องเท่ากับ 650,000 ดอลลาร์สหรือ สำหรับจำนวนความรับผิดชอบส่วนแรกของบริษัทคงเหลือเท่ากับ 100,000 ดอลลาร์สหรือต่อสินใหม่แต่ละเครื่อง เพื่อลดความเสี่ยงด้านค่าใช้จ่ายของบริษัทสำหรับมูลค่าความเสียหายส่วนแรกของกรมธรรม์หลัก
4. กรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดชอบต่อบุคคลที่สามส่วนเกินจากการหักภาษี 1 ที่เกิดจากภัยส่งครามและภัยที่เกี่ยวเนื่อง วงเงินจำกัดความรับผิดสูงสุดของกรมธรรม์เท่ากับ 450 ล้านдолลาร์สหรือต่อเหตุการณ์ต่อปี

3.13 กฎหมายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางอากาศ

3.13.1 กฎและระเบียบระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมการบิน

กรมการบินพลเรือน (Department of Civil Aviation หรือ DCA) เป็นหน่วยงานภายใต้สังกัดของกระทรวงคมนาคม โดยมีหน้าที่พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการบินพลเรือนของประเทศไทย พัฒนาเครือข่ายระบบการขนส่งทางอากาศ อุตสาหกรรมการบินและการบินพลเรือน และกำหนดมาตรฐาน กำกับดูแลและตรวจสอบการดำเนินงานด้านการบิน ร่วมมือและประสานงานกับองค์กรหรือหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน้าที่ในการจดทะเบียนรับรองอากาศยาน การออกใบอนุญาตจดตั้งท่าอากาศยาน การออกใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศ การควบคุมการจราจรทางอากาศ และการรับรองคุณภาพบริภัณฑ์หรือชิ้นส่วนอากาศยาน

ประเทศไทยในฐานะสมาชิกขององค์กรการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization หรือ ICAO) ซึ่งเป็นองค์กรที่ดำเนินการพัฒนามาตรฐานและแนะนำการปฏิบัติการสำหรับกิจกรรมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ ประเทศไทยจึงได้นำมาตราฐานและแนวทางปฏิบัติงานส่วนใหญ่ที่ได้กำหนดโดย ICAO มาใช้ในการการบิน

ท่าอากาศยานภายในประเทศไทยที่บริษัทให้บริการการบินส่วนใหญ่อยู่ในการกำกับดูแลและบริหารโดยกรมการบินพลเรือน ยกเว้น ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ดอนเมือง เชียงใหม่ เชียงราย หาดใหญ่ และภูเก็ต ซึ่งจะอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)



การจัดสรรเวลาใช้ท่าอากาศยานที่ท่าอากาศยานในประเทศไทย

การจัดสรรเวลาการใช้ท่าอากาศยานที่ท่าอากาศยานต่างๆ ในประเทศไทย จะเป็นไปตามกฎของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association หรือ IATA) โดยการจัดสรรเวลาการปฏิบัติการบินเข้า-ออกที่ท่าอากาศยาน จะขึ้นอยู่กับระดับความหนาแน่นของท่าอากาศยานว่ามีความสามารถในการรองรับความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเพียงพอหรือไม่ โดยประเมินจากการใช้ทางวิ่ง-ทางขึ้น หลุมจอดอากาศยาน อาคารผู้โดยสาร อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงบุคลากรของหน่วยงานภายใต้ท่าอากาศยาน

ตามแนวปฏิบัติการกำหนดเวลาใช้ท่าอากาศยานทั่วโลก ได้จัดประเภทท่าอากาศยานเป็น 3 ระดับ เพื่อวัตถุประสงค์ในการขออนุญาตทำการขึ้นลงของเที่ยวบิน (Schedule Clearance) ไว้ดังนี้

- 1) ท่าอากาศยานระดับที่ 1 (Non-Coordinated Airport) คือท่าอากาศยานที่สามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเพียงพอ ซึ่งสายการบินสามารถปฏิบัติการบินเข้า-ออกได้ในทุกช่วงเวลาตามต้องการ โดยมีข้อกำหนดว่าจะต้องแจ้งตารางเวลาการบินหรือกำหนดการบินให้ท่าอากาศยานทราบล่วงหน้าก่อน ตัวอย่างของท่าอากาศยานระดับที่ 1 ในประเทศไทย ได้แก่ เชียงราย อุดรธานี นครพนม ตั้ง ชุมพร แพร่ แม่สอด บุรีรัมย์ ขอนแก่น
- 2) ท่าอากาศยานระดับที่ 2 (Schedules Facilitated Airport) คือท่าอากาศยานที่สามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้ได้ในบางช่วงเวลาหรือในบางวันของสัปดาห์เท่านั้น จึงมีการกำหนดตารางเวลาบินหรือกำหนดเวลาการบินเพื่อหลีกเลี่ยงความคับคั่งของช่วงเวลาหนึ่ง ตัวอย่างของท่าอากาศยานระดับที่ 2 ในประเทศไทย ได้แก่ กระบี่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ตอนเมือง เชียงใหม่ หาดใหญ่ ยุตตะเกذا
- 3) ท่าอากาศยานระดับที่ 3 (Coordinated Airport) คือท่าอากาศยานที่มีความหนาแน่นสูง ท่าอากาศยานไม่สามารถรองรับเที่ยวบินเข้า-ออกได้เพียงพอกับความต้องการของสายการบินต่างๆ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องจัดสรรเวลาการบินล่วงหน้าก่อน เพื่อช่วยให้ท่าอากาศยานสามารถวางแผนการใช้งานทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังสามารถช่วยให้มีการใช้ท่าอากาศยานแห่งนั้นได้อย่างเต็มขีดความสามารถ ตัวอย่างของท่าอากาศยานระดับที่ 3 ในประเทศไทย ได้แก่ สุวรรณภูมิ ภูเก็ต

ในประเทศไทย การกำหนดเวลาใช้ท่าอากาศยานสำหรับท่าอากาศยาน ระดับที่ 2 และ 3 ได้รับการจัดสรรโดยคณะกรรมการการจัดสรรเวลา (Slot Coordination Committee) ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากกรมการบินพลเรือน ผู้แทนจากการบินไทย ผู้แทนจากบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และผู้แทนจากบริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด

ใบอนุญาตประกอบกิจการการบิน

ในการประกอบธุรกิจขนส่งทางอากาศในประเทศไทยทั้งลักษณะแบบประจำหรือไม่ประจำ บริษัทจำเป็นต้องได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการค้าขายในการเดินอากาศ ("Air Operating License" หรือ "AOL") และในรับรองผู้ดำเนินการทางอากาศ ("Air Operator Certificate" หรือ "AOC") จากกระทรวงคมนาคม โดยใบอนุญาตทั้งสองมีอายุ 5 ปี และสามารถได้รับการต่ออายุได้แต่ละครั้งไม่เกินกว่าครั้งละ 5 ปี โดยใบอนุญาตทั้งสองจะแสดงว่าบริษัทปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดเกี่ยวกับการบินและความปลอดภัยของกรมการบินพลเรือน โดยใบอนุญาตทั้งสองฉบับปัจจุบันบริษัทจะหมดอายุลงในวันที่ 17 มิถุนายน 2557



เครื่องบิน หรือ อากาศยาน

นอกจากนั้น บริษัทยังต้องขึ้นทะเบียนเครื่องบิน หรืออากาศยานของบริษัทกับกรมการบินพลเรือน และ เครื่องบินของบริษัทจะสามารถให้บริการกับผู้โดยสารได้เมื่อได้รับใบสำคัญสมควรเดินอากาศ ("Certificate Airworthiness") จากกรมการบินพลเรือน ซึ่งมีอายุคราวละ 3 ปี และสามารถขอต่ออายุได้หากเครื่องบินของบริษัทอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ปลอดภัยต่อการใช้งาน โดยผู้ขอนุญาตต้องมีสัญชาติไทย กรรมการส่วนใหญ่ต้องมีสัญชาติไทย ที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ในประเทศไทย และมีผู้ถือหุ้นเป็นบุคคลสัญชาติไทยมากกว่าร้อยละ 51

เส้นทางการบิน

สำหรับเส้นทางการบินภายในประเทศ บริษัทจำต้องขอจดสรรสิทธิเส้นทางการบินจากกรมการบินพลเรือนทุก 6 เดือน หรือ ทุกฤดูร้อนและฤดูหนาว โดยตารางการบินฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันอาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคม จนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคม และตารางการบินฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันอาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคม จนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคม นอกจากนั้น กรมการบินพลเรือนยังได้ออกข้อจำกัดจำนวนสายการบินที่ให้บริการในการเส้นทางบินเพื่อลดสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในเส้นทางการบินต่างๆ ดังต่อไปนี้

เส้นทางการบินสายหลัก : ไม่มีการจำกัดจำนวนสายการบิน

เส้นทางการบินสายรอง : จำกัดสายการบินทั้งหมดให้ไม่เกิน 3 สายการบิน

เส้นทางการบินสายย่อย : จำกัดสายการบินทั้งหมดให้ไม่เกิน 2 สายการบิน

โดย ณ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทได้รับอนุมัติในการให้บริการเส้นทางการบินในประเทศไทยทั้งสิ้น 22 เส้นทางการบิน ซึ่งครอบคลุม 21 จังหวัด ทั่วประเทศ

สำหรับเส้นทางการบินต่างประเทศ บริษัทจำต้องขอจดสรรสิทธิเส้นทางการบินจากกรมการบินพลเรือนทุก 6 เดือน เช่นเดียวกับเส้นทางการบินในประเทศ ซึ่งเส้นทางการบินระหว่างประเทศดังกล่าวขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างประเทศ และ การเจรจาระหว่างรัฐบาลทั้งสองประเทศ