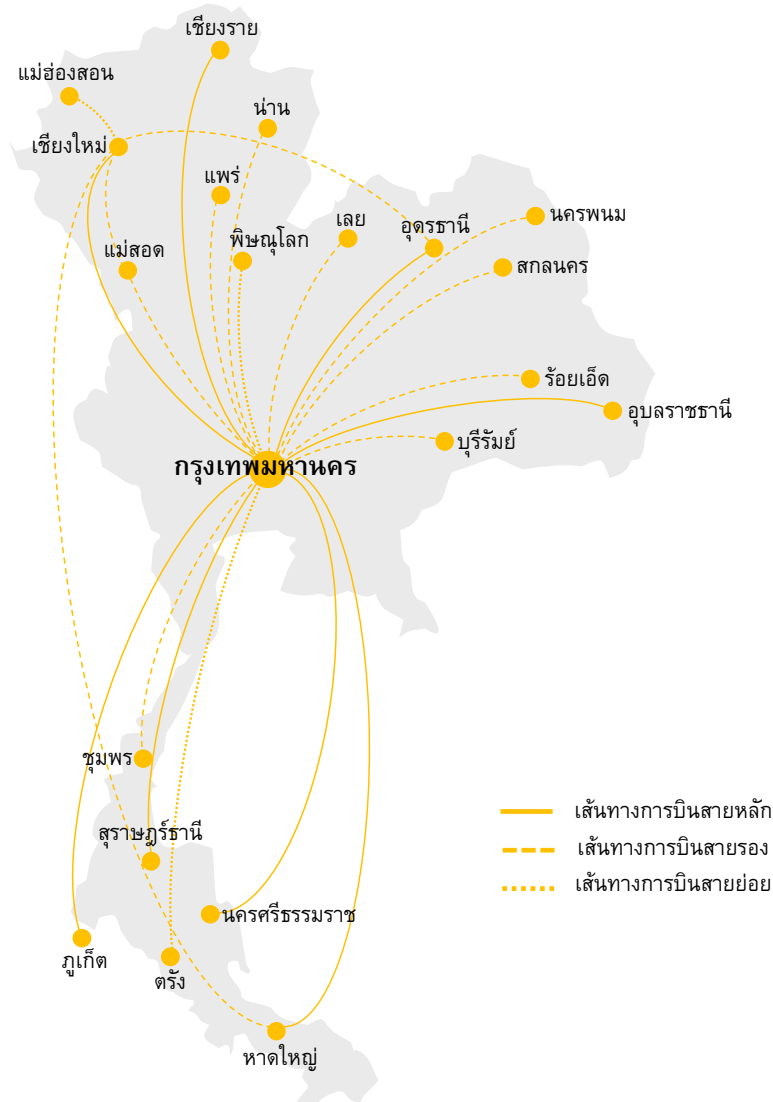


3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

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

3.1 เครือข่ายเส้นทางการบิน

บริษัทเป็นผู้ให้บริการเที่ยวบินที่ครอบคลุมทุกภูมิภาคในประเทศไทย และปัจจุบันเป็นผู้ให้บริการเส้นทางการบินมากที่สุดในประเทศ โดย ณ วันที่ **28-กุมภาพันธ์ 31 มีนาคม 2556** นกแอร์ให้บริการเที่ยวบินทั้งหมด 23 เส้นทางการบิน ซึ่งครอบคลุมทั้งหมด 21 จุดหมายปลายทางและมีเที่ยวบินทั้งสิ้น **483497** เที่ยวบินต่อสัปดาห์





บริษัทให้บริการเที่ยวบินทั้งจากฐานปฏิบัติการหลักที่ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และฐานการปฏิบัติการย่อยที่ทำอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ไปยังท่าอากาศยานในภูมิภาคอื่นๆ โดยมุ่งเน้นให้บริการเที่ยวบินทั้งในเส้นทางที่มีความต้องการทางการบินหนาแน่นอย่างเส้นทางการบินสายหลัก¹ และเส้นทางการบินที่มีความต้องการทางการบินไม่มากนักในปัจจุบันแต่คาดว่าจะมีความต้องการทางการบินสูงขึ้นในอนาคต อย่างเส้นทางการบินสายรอง² และเส้นทางการบินสายย่อย³ เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการแข่งขันของบริษัทฯ ด้วยการให้บริการเส้นทางการบินที่ครอบคลุมมากที่สุดในประเทศไทย

โดยในการให้บริการ บริษัทได้มุ่งเน้นให้บริการในเส้นทางสายหลักเนื่องจากเส้นทางดังกล่าวมีจำนวนความต้องการทางการบินที่มากและมีการเติบโตที่สูง ถึงแม้ว่าจะมีการแข่งขันที่สูงเนื่องจากกรมการบินพลเรือนมีได้จำกัดจำนวนผู้ให้บริการ แต่ด้วยกลยุทธ์การให้บริการที่ดีเยี่ยม ทำให้บริษัทฯ คาดว่าจะสามารถรักษาและเพิ่มสัดส่วนทางการตลาดของบริษัทได้

สำหรับเส้นทางการบินสายรองและสายย่อยนั้น จัดเป็นเส้นทางที่มีคู่แข่งน้อยกว่า เนื่องจากกรมการบินพลเรือนมีการจำกัดจำนวนผู้ให้บริการ บริษัทจึงอาศัยกลยุทธ์การเป็นผู้นำหรือ First-Mover Advantage เพื่อให้บริษัทสามารถครอบครองฐานลูกค้าได้เป็นรายแรกและสามารถกำหนดราคาได้ค่อนข้างอิสระโดยไม่ต้องคำนึงถึงคู่แข่งมากนัก นอกจากนี้ การมีชื่อเสียงในฐานะผู้นำตลาด จะทำให้ตราสินค้านกแอร์เป็นที่จดจำ และได้รับความไว้วางใจจากผู้โดยสารเป็นรายแรก หากในอนาคตมีผู้ให้บริการรายอื่นเข้ามาให้บริการเพิ่มเติมจากการเติบโตของเส้นทางการบินจากเส้นทางการบินสายย่อยเป็นเส้นทางการบินสายรอง หรือจากเส้นทางการบินสายรองเป็นเส้นทางการบินสายหลัก

เส้นทางการบิน	ปีที่เริ่มดำเนินงาน	ดำเนินการโดย	จำนวนเที่ยวบินไปกลับต่อสัปดาห์			
			2553	2554	2555	28-ก.พ.-31 มี.ค. 2556
<u>เส้นทางการบินสายหลัก</u>						
ดอนเมือง – เชียงใหม่	2547	นกแอร์	28	67	63	63 49
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	280 266
<u>เส้นทางการบินสายรอง*</u>						
ดอนเมือง – พิษณุโลก	2547	นกแอร์	14	21	21	35
เชียงใหม่ – แม่ฮ่องสอน	2549	นกมินิ	14	14	28	28

ประกาศกระทรวงคมนาคม เรื่อง หลักเกณฑ์สำหรับการให้บริการเส้นทางการบินภายในประเทศ ณ วันที่ 27 กันยายน 2549 ได้ประกาศหลักเกณฑ์การกำหนดเส้นทางการบินไว้ดังนี้

- เส้นทางการบินสายหลัก คือ เส้นทางที่มีจำนวนผู้โดยสารรวมเกินกว่า 300,000 คนต่อปี และกรมการบินพลเรือนอนุญาตให้สายการบินของประเทศไทยทุกสายการบินสามารถบินเพื่อการพาณิชย์ได้โดยไม่จำกัดจำนวนสายการบิน
- เส้นทางการบินสายรอง คือ เส้นทางที่มีจำนวนผู้โดยสารรวม 50,000 - 300,000 คนต่อปี และกรมการบินพลเรือนจำกัดจำนวนสายการบินเพียงสามสายการบิน
- เส้นทางการบินสายย่อย คือ เส้นทางที่มีจำนวนผู้โดยสารรวมต่ำกว่า 50,000 คนต่อปี และกรมการบินพลเรือนจำกัดจำนวนสายการบินเพียงสองสายการบิน



เส้นทางการบิน	ปีที่เริ่มดำเนินงาน	ดำเนินการโดย	จำนวนเที่ยวบินไปกลับต่อสัปดาห์			
			2553	2554	2555	28-ก.พ.-31 มี.ค. 2556
ดอนเมือง – ตรัง	2549	นกแอร์	11	14	14	14
รวมเส้นทางการบินสายรอง			39	49	63	77
<u>เส้นทางการบินสายย่อย*</u>						
เชียงใหม่ – อุดรธานี	2548	นกมินิ	-	14	21	21
ดอนเมือง – เลย์	2549	นกแอร์	-	3	7	14 7
ดอนเมือง – สกลนคร	2551	นกแอร์	5	7	14	14
ดอนเมือง – บุรีรัมย์	2551	นกมินิ	2	-	3	3
ดอนเมือง – น่าน	2551	นกแอร์/นกมินิ	-	11	21	21 14
ดอนเมือง – ร้อยเอ็ด	2551	นกมินิ	-	7	14	14
ดอนเมือง – นครพนม	2552	นกแอร์	5	7	14	14 7
ดอนเมือง – แม่สอด	2554	นกมินิ	-	4	14	14 28
ดอนเมือง – แพร่	2554	นกมินิ	-	3	4	4
เชียงใหม่ – แม่สอด	2555	นกมินิ	-	-	7	7
ดอนเมือง – ชุมพร	2555	นกมินิ	-	-	7	7 14
เชียงใหม่ – หาดใหญ่	2556	นกแอร์	-	-	-	7
รวมเส้นทางการบินสายย่อย			12	56	126	140
รวมทุกเส้นทางการบิน			198	331	448	497 483

หมายเหตุ: * นับรวมเที่ยวบินที่ให้บริการโดยเอสจีเอ ภายใต้แบรนด์ “นกมินิ”

นอกจากนั้น บริษัทยังมุ่งเน้นให้บริการเที่ยวบินที่มีท่าอากาศยานต้นทางหรือจุดหมายปลายทางในภาคเหนือหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือเนื่องจากยุทธศาสตร์ทำเลที่ตั้งของทั้งสองภูมิภาคดังกล่าวไม่ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมเช่นเดียวกันกับภาคใต้ ทำให้สามารถให้บริการผู้โดยสารอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี อีกทั้ง ภูมิภาคของภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือยังเป็นประตูสู่ประเทศในอินโดจีนเช่น ประเทศพม่า ประเทศลาว และประเทศกัมพูชา ซึ่งคาดว่าจะในอนาคตจะมีปริมาณความต้องการในการบินมาก โดยบริษัทอาจให้บริการขนส่งในขนาดด้วยเที่ยวบินแบบประจำของบริษัท หรือให้บริการเดินทางเชื่อมต่อ (Transfer Service) จากท่าอากาศยานภูมิภาค ณ วันที่ ~~31 ธันวาคม 2555~~ 31 มีนาคม 2556 บริษัทให้บริการเที่ยวบินที่มีท่าอากาศยานต้นทางหรือจุดหมายปลายทางในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ ~~70-365.9~~ ของเที่ยวบินต่อสัปดาห์ของบริษัท และ ให้บริการเที่ยวบินที่มีท่าอากาศยานต้นทางหรือจุดหมายปลายทางในภาคใต้คิดเป็นร้อยละ ~~29-734.1~~ ของเที่ยวบินต่อสัปดาห์ของบริษัท

นโยบายการกำหนดเส้นทางการบินและจำนวนเที่ยวบิน

ในการเปิดเส้นทางการบินเส้นทางใหม่ บริษัทจะพิจารณาถึงขนาดเศรษฐกิจของจังหวัดและพื้นที่ใกล้เคียง จำนวนประชากร สภาพการแข่งขัน ศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ศักยภาพของการประกอบธุรกิจในเมืองดังกล่าวหรือพื้นที่ใกล้เคียง ข้อมูลทางด้านภูมิศาสตร์หรือการเข้าถึงของการขนส่งผู้โดยสารในรูปแบบอื่นๆ ความพร้อมของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และทรัพยากรบุคคล โดยในการตัดสินใจการเปิดเส้นทางการบินใหม่จะเป็นการพิจารณาโดยคณะกรรมการสายการบินพาณิชย์ (Commercial Management Meeting : CMM) ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารของบริษัท คณะกรรมการชุดดังกล่าวมีความเป็นอิสระ และไม่ขึ้นตรงต่อคณะกรรมการบริษัท หรือผู้ถือหุ้นของบริษัท อย่างไรก็ตาม ในบางเส้นทางถึงแม้จะเป็นเส้นทางการบินสายหลัก บริษัทอาจไม่พิจารณาให้บริการเที่ยวบิน เนื่องจาก 1) เส้นทางมีความผันผวนของปริมาณผู้โดยสารที่มาก (Seasonality) กล่าวคือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเส้นทางดังกล่าวคือกลุ่มนักท่องเที่ยว หรือ 2) เส้นทางมีสถานะการแข่งขันที่สูง หรือ 3) เส้นทางไม่มีความพร้อมของท่าอากาศยาน หรือ 4) เส้นทางมีระยะทางบินสั้นและไม่คุ้มค่าต่อการ



ดำเนินธุรกิจ สำหรับการเพิ่มเที่ยวบินในเส้นทางปัจจุบัน คณะกรรมการ CMM จะเป็นผู้พิจารณาเช่นกัน โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆที่กล่าวมาในข้างต้น รวมถึงข้อมูลอัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (Load Factor) ของบริษัทและคู่แข่งในปัจจุบัน รวมไปถึงศักยภาพในการทำกำไรของเส้นทางการบิน

หลังจากที่บริษัททำการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดเส้นทางการบินใหม่เรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นฝ่ายบริหารจะนำแผนการเปิดเส้นทางการบินให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารอนุมัติสำหรับเส้นทางบินในประเทศ (ประธานเจ้าหน้าที่บริหารมิใช่ตัวแทนของผู้ถือหุ้นรายใหญ่และมีความเป็นอิสระจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ “9. การจัดการ 9.3.3 ผู้บริหาร”) และนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัท อนุมัติสำหรับเส้นทางบินต่างประเทศในเชิงงบประมาณเท่านั้น เนื่องจากการเปิดเส้นทางต่างประเทศต้องใช้ งบประมาณที่สูง หลังจากนั้น บริษัทจะนำเสนอเพื่อขออนุมัติจากกรรมการบินพลเรือน ซึ่งกระบวนการพิจารณาดังกล่าว จะใช้เวลาประมาณ 1 - 3 เดือน นอกจากนี้ บริษัทจะติดตามปริมาณการขนส่งผู้โดยสารในแต่ละเส้นทางและแต่ละช่วงเวลาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาประเมินผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไร และนำไปปรับเปลี่ยนตารางการบิน เพิ่มหรือลดจำนวนเที่ยวบิน และขนาดของเครื่องบินที่ใช้

3.2 ผลการดำเนินงานของการให้บริการขนส่งผู้โดยสารสถิติการให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ

ข้อมูลรายได้และการประกอบธุรกิจสายการบินราคาประหยัดในประเทศไทย โดยเที่ยวบินแบบประจำ (Scheduled Flight) สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

	หน่วย	2553	2554	2555	ไตรมาส 1 ปี 2556
รายได้จากการให้บริการขนส่งผู้โดยสาร	ล้านบาท	3,970.8	5,726.9	7,634.3	<u>2,565.1</u>
- เส้นทางการบินสายหลัก		3,348.2	4,521.4	6,004.3	<u>1,994.5</u>
- เส้นทางการบินสายรอง		469.1	795.1	792.9	<u>219.5</u>
- เส้นทางการบินสายย่อย		153.5	410.4	837.1	<u>351.2</u>
จำนวนผู้โดยสาร	ล้านคน	2.21	3.14	4.12	<u>1.41</u>
- เส้นทางการบินสายหลัก		1.86	2.52	3.28	<u>1.12</u>
- เส้นทางการบินสายรอง		0.28	0.45	0.45	<u>0.12</u>
- เส้นทางการบินสายย่อย		0.06	0.17	0.40	<u>0.17</u>
ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (ASK)	ล้านที่นั่ง-กม.	1,508.2	2,245.1	2,915.7	<u>1,014.3</u>
ปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสาร (RPK)	ล้านที่นั่ง-กม.	1,245.8	1,802.5	2,455.8	<u>888.6</u>
อัตราส่วนการบรรทุกผู้โดยสาร (Cabin Factor)	ร้อยละ	82.6	80.3	84.2	<u>87.6</u>
รายได้จากการให้บริการขนส่งผู้โดยสารต่อ กิโลเมตร (Passenger Yield)	บาท/คน/กม.	3.48 <u>3.19</u>	3.19	3.44 <u>3.18</u>	<u>3.00</u>
(Passenger Yield)	-	-	-	-	-
จำนวนเส้นทางการบิน	เส้นทาง	13	19	22	<u>23</u>
จำนวนเที่ยวบิน	เที่ยว	18,169	28,746	36,813	<u>11,920</u>
ระยะทางบินโดยเฉลี่ย	กม.	570	576	591	<u>621</u>

เส้นทางการบินสายหลัก

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์-31 มีนาคม 2556 บริษัทให้บริการเที่ยวบินในเส้นทางการบินสายหลักทั้งหมด 280266 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ซึ่งครอบคลุม 8 เส้นทาง จากฐานปฏิบัติการบินหลักที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองไปยัง ท่าอากาศยานภูมิภาค ครอบคลุมทั้งภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ โดยในการดำเนินงานในเส้นทางการบินหลัก บริษัทจะให้บริการโดยใช้เครื่องบินโบอิง 737-400 หรือ 737-800 ซึ่ง



สามารถผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก เหมาะสมกับขนาดของอุปสงค์ของเส้นทางการบินสายหลัก ทั้งนี้ ระหว่างปี 2553 – 2555 และไตรมาส 1 ปี 2556 บริษัทให้บริการขนส่งผู้โดยสารในเส้นทางสายหลักทั้งหมด 1.86 – 3.28 ล้านคน และ 1.12 ล้านคน และ มีคิดเป็นรายได้จำนวน 3,348.2 – 6,004.3 ล้านบาท และ 1,994.5 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ -78.677.8 – 84.3 ของรายได้จากการให้บริการเที่ยวบินแบบประจำ

เส้นทางการบินสายรอง

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์-31 มีนาคม 2556 บริษัทให้บริการเส้นทางการบินสายรองทั้งหมด 3 เส้นทาง จากท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองไปยังจังหวัดตรัง และจังหวัดพิษณุโลก โดยใช้เครื่องบินโบอิง 737-400 หรือ 737-800 และจากฐานการบินย่อย (ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่) ไปยังจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ เชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน ไปและกลับ โดยใช้เครื่องบิน SAAB 340 ของนกมินิ ทั้งนี้ระหว่างปี 2553 – 2555 และไตรมาส 1 ปี 2556 บริษัทให้บริการขนส่งผู้โดยสารทั้งหมด 0.28 – 0.45 ล้านคน และ 0.12 ล้านคน และ มีรายได้ 469.1 – 795.1 ล้านบาท และ 219.5 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 8.640.4 – 13.9 ของรายได้จากการให้บริการเที่ยวบินแบบประจำ

เส้นทางการบินสายย่อย

ในปี 2553 – 2555 และไตรมาส 1 ปี 2556 บริษัทมีรายได้จากเส้นทางการบินสายย่อย 153.5 – 837.1 ล้านบาท และ 351.2 ล้านบาท ตามลำดับ หรือ คิดเป็นร้อยละ 3.9 -44.0-13.7 ของรายได้จากการให้บริการเที่ยวบินแบบประจำ การให้บริการเส้นทางการบินสายย่อยนี้ ปัจจุบันบริษัทใช้เครื่องบินทั้งแบบโบอิงและเอทีอาร์ รวมถึงเครื่องบินเช่าเหมาลำจากสายการบินเอสจีเอ หรือ “นกมินิ” ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติการบินเพียงอย่างเดียว โดยนกแอร์ทำหน้าที่ด้านการตลาด เส้นทางการบินสายย่อยมีอัตราการเติบโตอย่างมากตั้งแต่ปี 2553 เนื่องจากบริษัทมีการเปิดเส้นทางบินไปยังเมืองใหม่ และเพิ่มจำนวนเที่ยวบินในเส้นทางต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์-31 มีนาคม 2556 บริษัทและพันธมิตรให้บริการเที่ยวบินในเส้นทางการบินสายย่อยทั้งหมด 12 เส้นทาง มีเที่ยวบินไปกลับทั้งหมด 140 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ โดยเพิ่มขึ้นจาก 3 เส้นทาง และ 12 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ในปี 2553 อย่างมากจากปี 2553 ที่บริษัทให้บริการเที่ยวบินจำนวนเพียง 123 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

3.3 ตัวโดยสาร

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

นกประหยัด (Nok Eco)

ตัวโดยสารนกประหยัด (Nok Eco) จัดเป็นตัวโดยสารประเภทที่มีราคาต่ำที่สุดของบริษัท ซึ่งผู้โดยสารจะสามารถนำสัมภาระขึ้นเครื่องได้ 15 กิโลกรัม โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม อีกทั้งระหว่างเที่ยวบิน บริษัทจะให้บริการอาหารว่าง อย่างไรก็ดี ตัวโดยสารดังกล่าวมีเงื่อนไขคือ ผู้โดยสารจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนแปลงในกรณีเปลี่ยนเที่ยวบิน เปลี่ยนเวลาเดินทาง เปลี่ยนวันเดินทาง และเปลี่ยนชื่อผู้โดยสาร รวมถึงค่าส่วนต่างที่เพิ่มขึ้นจากราคาบัตรโดยสารเดิม และค่าบริการที่เกิดขึ้นจากการทำรายการ นกประหยัดเป็นตัวโดยสารที่บริษัทมีการจำหน่ายสูงสุด โดยระหว่าง ปี 2553 – 2555 และ ไตรมาส 1 ปี 2556 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากตัวประเภทดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 86.2 – 90.689.2 ของรายได้จากจำหน่ายตัวโดยสาร



นกเปลี่ยนได้ (Nok Flexi)

นกเปลี่ยนได้ (Nok Flexi) เป็นตั๋วโดยสารที่บริษัทออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารที่ต้องการความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการเดินทาง เช่น นักธุรกิจ และข้าราชการ โดยตั๋วโดยสารจะมีลักษณะที่นิ่งเช่นเดียวกันกับนกประหยัด (Nok Eco) ซึ่งผู้โดยสารจะสามารถนำสัมภาระขึ้นเครื่องบินได้ 20 กิโลกรัม แต่ผู้โดยสารสามารถเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน เวลาเดินทาง และวันเดินทาง โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม โดยระหว่าง ปี 2553 – 2555 และ ไตรมาส 1 ปี 2556 2555 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากตั๋วประเภท Nok Flexi คิดเป็นร้อยละ 7.8 – 9.3 ของรายได้จากจำหน่ายตั๋วโดยสาร

นกพลัส (Nok Plus)

นกพลัส (Nok Plus) เป็นตั๋วโดยสารชั้นพรีเมียมและมีราคาสูงสุดของบริษัท โดยบริการส่วนใหญ่ของนกพลัส (Nok Plus) จะมีลักษณะเช่นเดียวกันกับนกเปลี่ยนได้ (Nok Flexi) แต่ที่นั่งของนกพลัส (Nok Plus) จะมีขนาดใหญ่กว่า และตำแหน่งที่นั่งที่สะดวกสบายในการขึ้นลงเครื่องบินมากกว่า คืออยู่บริเวณด้านหน้าของเครื่องบิน ใกล้กับห้องควบคุมการบิน (Cockpit) อีกทั้งผู้โดยสารจะสามารถขนสัมภาระได้มากกว่าตั๋วโดยสารประเภทอื่นที่ 30 กิโลกรัม นอกจากนี้ นกแอร์ยังให้บริการหนังสือพิมพ์และอาหารว่างโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม บริษัทจำหน่ายตั๋วโดยสารประเภทนกพลัส (Nok Plus) เฉพาะเที่ยวบินที่ใช้เครื่องบินประเภท โบอิง 737-400 ที่เข้ามาจากการบินไทยเท่านั้น เนื่องจากเก้าอี้ประเภทดังกล่าวมีขนาดใหญ่กว่าปกติและถูกติดตั้งมาพร้อมกับเครื่องบิน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 31 มีนาคม 2556 บริษัทคงเหลือการเช่าเครื่องบินประเภท โบอิง 737-400 จากการบินไทยจำนวน 1 ลำ ซึ่งสัญญาเช่าจะหมดอายุลงในเดือนมิถุนายน 2556 ทำให้ภายหลังการครบกำหนดสัญญาดังกล่าวบริษัทจะยุติการจำหน่ายตั๋วโดยสารประเภทนกพลัส (Nok Plus) ระหว่างปี 2553 – 2555 และ ไตรมาส 1 ปี 2556 2555 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากตั๋วประเภท Nok Plus คิดเป็นร้อยละ 0.34-6 – 4.8 ของรายได้จากจำหน่ายตั๋วโดยสาร

นโยบายการกำหนดราคาและบริหารจัดการรายได้

บริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาเพื่อทำให้เกิดรายได้สูงสุดในแต่ละเที่ยวบิน และกำหนดราคาให้เหมาะสมกับแต่ละเที่ยวบิน โดยแต่ละเที่ยวบินประกอบไปด้วยอัตราค่าโดยสารหลายระดับ (Dynamic Pricing) ตั้งแต่ระดับต่ำสุดไปถึงระดับสูงสุดเป็นขั้นบันได ผู้โดยสารที่ทำการจองล่วงหน้าก่อนจะได้รับราคาในระดับต่ำกว่าผู้โดยสารที่จองในลำดับถัดไป ทั้งนี้ ราคาตั๋วโดยสารอาจมีการปรับลดลงได้หากบริษัทจัดการส่งเสริมการขาย โดยการกำหนดอัตราค่าโดยสารหลายระดับ (Dynamic Pricing) มีข้อดี คือให้บริษัทสามารถจัดสรรหรือขายตั๋วโดยสารให้กับผู้โดยสารได้ทุกประเภท ในราคาสูงที่สุดซึ่งส่งผลให้บริษัทมีอัตราส่วนการบรรทุกผู้โดยสาร (Cabin Factor) ที่สูง และมีรายได้สูงสุดในแต่ละเที่ยวบิน นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถกำหนดอัตราค่าโดยสารหลายระดับ ทั้งนี้ ในการกำหนดราคา บริษัทพิจารณาจากหลากหลายปัจจัยดังต่อไปนี้

■ **การแบ่งกลุ่มตลาด (Market Segmentation)**

บริษัทกำหนดราคาตั๋วโดยสารตามความอ่อนไหวของราคา (Price Sensitivity) ของผู้โดยสาร โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มที่อ่อนไหวต่อราคามากที่สุด ในขณะที่กลุ่มผู้โดยสารเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจหรือราชการจะมีความอ่อนไหวต่อราคาน้อยที่สุดเนื่องจากมีความจำเป็นในการเดินทางที่มากกว่า และสามารถนำค่าใช้จ่ายไปเบิกกับหน่วยงานที่สังกัดได้

■ **การกำหนดราคาตามความต้องการในแต่ละช่วงเวลา (Peak or Off-Peak Pricing)**

บริษัทกำหนดราคาตั๋วโดยสารตามแต่ละช่วงเวลาของวันและตามแต่ละช่วงเวลาของปี เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้โดยสารได้มากที่สุด โดยบริษัทพิจารณาตั้งราคาตั๋วในช่วงเวลาที่มีความต้องการบินใน



แต่ละวันในลักษณะที่ต่างกัน เช่น บริษัทพิจารณาตั้งค่าตัวในช่วงเวลาเช้า และช่วงเวลาค่ำ สูงกว่าช่วงเวลาอื่นของวัน อีกทั้งบริษัทจะพิจารณากำหนดราคาค่าตัวในช่วงวันหยุดยาวสูงกว่าวันธรรมดา

■ ราคาของสายการบินคู่แข่ง

บริษัทมีการติดตามความเคลื่อนไหวของสายการบินคู่แข่ง โดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำอื่นๆ ซึ่งมีการกำหนดราคาแบบ Dynamic Pricing เช่นเดียวกัน เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ในการตั้งราคา ซึ่งจะทำให้บริษัทปรับตัว และตอบสนองได้ทันต่อการแข่งขันในตลาด

■ การพยากรณ์อุปสงค์ของตลาด

บริษัทจะคาดการณ์ปริมาณความต้องการของผู้โดยสารที่อาจเกิดขึ้นตามหลักสถิติ โดยใช้ข้อมูลของจำนวนผู้โดยสารในอดีตนำมาวิเคราะห์ในแต่ละเวลาที่ผู้โดยสารจะทำการจองเข้ามา ตลอดจนคาดการณ์ปริมาณผู้โดยสารของเที่ยวบินนั้นๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับฤดูกาล เทศกาล ราคาของสายการบินคู่แข่ง ช่วงเวลาที่ลูกค้าจะทำการจองตัว และภาวะทางเศรษฐกิจในขณะนั้นๆ

■ การจัดสรรที่นั่งให้เหมาะสม (Optimization)

บริษัทจะจัดสรรจำนวนที่นั่งของแต่ละระดับราคาให้เหมาะสมกับแต่ละเที่ยวบินเพื่อทำให้เกิดรายได้สูงสุด โดยใช้ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางในอดีต ราคาของสายการบินคู่แข่ง ประมาณการจำนวนผู้โดยสารในแต่ละช่วงเวลา ฤดูกาลและเทศกาลต่างๆ โดยจะกำหนดจำนวนที่นั่งในแต่ละช่วงราคา ("Class") ให้เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลูกค้าจะทำการจองตัวโดยสาร

อย่างไรก็ตาม การกำหนดอัตราค่าโดยสารของบริษัทสำหรับเที่ยวบินภายในประเทศนั้นถูกควบคุมโดยกรมการบินพลเรือน ซึ่งปัจจุบันได้กำหนดอัตราขึ้นสูงสุดสำหรับเส้นทางการบินที่มีระยะไม่เกิน 300 กิโลเมตร ไร่ไม่เกิน 22 บาทต่อกิโลเมตร และเส้นทางการบินที่มีระยะเกินกว่า 300 กิโลเมตรไร่ไม่เกิน 13 บาทต่อกิโลเมตร

3.4 บริการเสริม

บริการเสริมเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการหารายได้ของบริษัท บริษัทมีรายได้จากบริการเสริมในปี 2553 - 2555 เท่ากับ 208.4 – 396.2 ล้านบาท และไตรมาส 1 ปี 2556 เท่ากับ 156.5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.8–5.0–5.64 ของรายได้หลัก ทั้งนี้ สัดส่วนรายได้เสริมเมื่อเทียบกับรายได้รวมจัดว่าต่ำกว่าสายการบินราคาประหยัดอื่น เนื่องจากบริษัทจำหน่ายตั๋วโดยสารในลักษณะเหมารวม หรือ All-In Price ซึ่งผู้โดยสารของบริษัททุกคนจะได้รับบริการพื้นฐานโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เช่น การให้บริการน้ำหนักระหว่างขึ้นต่ำ 15 กิโลกรัม การเลือกที่นั่งล่วงหน้า บริการอาหารว่าง บริการ Free Wifi ที่ห้องพัสดุโดยสาร เป็นต้น ซึ่งเป็นไปตามปรัชญาในการทำธุรกิจของบริษัทที่ต้องการอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางให้แก่ผู้โดยสาร ซึ่งไม่ต้องการความยุ่งยากในเงื่อนไขการเดินทาง และต้องการบริการที่คุ้มค่ากับค่าตัวโดยสารที่จ่ายไปนี้

ประเภท	2553		2554		2555		ไตรมาส 1 ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากบริการเสริม	208.4	5.0	289.9	4.8	396.2	4.8	156.5	5.6
รวมรายได้หลัก	4,179.8	100.0	6,039.2	100.0	8,217.6	100.0	2,811.0	100.0



ทั้งนี้รายได้เสริมของบริษัทมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่สูงที่ร้อยละ 37.9 ต่อปี จากปี 2553 ถึง ปี 2555 เนื่องจากบริษัทได้สรรหาบริการต่าง ๆ มาอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่ผู้โดยสาร โดยมีรายได้ค่าธรรมเนียมที่อยู่ในอัตราตลาด ทำให้บริการต่าง ๆ ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว โดยบริการเสริมส่วนใหญ่ เป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของผู้โดยสาร ลูกค้าสามารถเลือกซื้อหรือชำระเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและความมั่นใจในการเดินทาง เช่น การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการเดินทาง บริการขนส่งสัมภาระน้ำหนักส่วนเกิน (Excess Baggage) บริการการสำรองที่นั่งผ่าน Call Center ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินค่าโดยสารสำหรับบางช่องทาง บริการขนส่งสินค้า การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม ประกันภัยการเดินทางนกชัวร์ (Nok Sure) บริการการเดินทางเชื่อมต่อ (เครื่องบิน-รถ-เรือ) ค่าธรรมเนียมรายปีสมาชิกนกแพลนคลับ และรายได้อื่นๆ ซึ่งเป็นค่าเช่าพื้นที่ในท่าอากาศยานที่เรียกเก็บจากบริษัทอื่นๆ ที่บริษัทได้ว่าจ้างในการดำเนินงาน เช่น จัดหาอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ทั้งนี้ ค่าเช่าพื้นที่ดังกล่าวบริษัทเป็นผู้นำส่งให้แก่เจ้าของพื้นที่ซึ่งบริษัทเป็นคู่สัญญาเช่า

ตารางแสดงสัดส่วนรายได้จากบริการเสริม

ประเภท	2553		2554		2555		ไตรมาส 1 ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าเปลี่ยนแปลงการเดินทาง	41.6	20.0	64.3	22.2	87.9	22.2	30.8	19.7
ค่าธรรมเนียมน้ำหนักสัมภาระส่วนเกิน	14.2	6.8	28.6	9.9	46.8	11.8	25.8	16.5
ค่าธรรมเนียมการจองตั๋วและชำระเงิน	48.8	23.4	57.2	19.7	93.0	23.5	39.0	24.9
ค่าระวางขนส่ง	20.7	9.9	16.2	5.6	17.7	4.5	6.4	4.1
รายได้จากการจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่ม-และสินค้าที่ระลึก	14.9	7.1	18.6	6.4	17.6	4.4	5.7	3.6
รายได้จากค่าประกันภัยการเดินทาง	27.1	13.0	36.0	12.4	47.2	11.9	18.8	12.0
รายได้จากกิจกรรมอื่นๆ*	41.2	19.8	69.0	23.8	85.9	21.7	30.1	19.2
รายได้จากบริการเสริม	208.4	100.0	289.9	100.0	396.2	100.0	156.5	100.0

หมายเหตุ: *รายได้จากกิจกรรมอื่นๆ หมายถึง รายได้จากบริการเดินทางเชื่อมต่อ ค่าธรรมเนียมสมาชิกนกแพลนคลับ รายได้จากบริการให้พื้นที่เช่าสื่อโฆษณาบนเครื่องบิน รายได้ค่าโฆษณาจากนิตยสารนกจีบจีบ และการบริการภาคพื้นดิน (Ground Handling) ให้แก่สายการบินอื่น เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงการเดินทาง

ผู้โดยสารที่สำรองที่นั่งไปแล้วสามารถเปลี่ยนแปลงการเดินทางได้ โดยสามารถเปลี่ยนแปลงได้ทั้งเที่ยวบิน และเปลี่ยนแปลงชื่อผู้เดินทาง ซึ่งมีค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนแปลง 535 บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) รวมถึงส่วนต่างค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นจากราคาบัตรโดยสารเดิม (หากมี) ผู้โดยสารต้องแจ้งดำเนินการเปลี่ยนแปลงอย่างช้าที่สุดก่อนกำหนดเดินทางเดิมล่วงหน้า 1 วัน หากเป็นตั๋วโดยสารประเภทนกเปลี่ยนได้ และนกพลัสผู้โดยสารสามารถเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายภายในระยะเวลาที่กำหนด

บริการขนส่งสัมภาระน้ำหนักส่วนเกิน (Nok Baggage and Excess Baggage)

สายการบินนกแอร์ได้มอบความสะดวกด้านน้ำหนักกระเป๋าสัมภาระให้แก่ผู้โดยสารทุกราย ผู้โดยสารนกประหยัดจะได้รับน้ำหนักกระเป๋า 15 กิโลกรัม ตัวโดยสารนกเปลี่ยนได้ 20 กิโลกรัม และนกพลัส 30 กิโลกรัม



สำหรับสมาชิกนกแฟมคลับจะได้รับน้ำหนักกระเป๋าเพิ่มอีก 5-10 กิโลกรัม เพิ่มเติมจากเงื่อนไขตัวโดยสารที่ซื้อขึ้นอยู่กับประเภทของบัตรสมาชิก

“Nok Baggage” คือ บริการขนส่งน้ำหนักสัมภาระส่วนเกินจากน้ำหนักที่บริษัทมอบให้แก่ผู้โดยสารตามประเภทของตัวโดยสาร ผู้โดยสารที่คาดว่าจะมีน้ำหนักกระเป๋าส่วนเกินสามารถเลือกซื้อน้ำหนักสัมภาระเพิ่มเติมล่วงหน้าได้ตามความเหมาะสม ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์ www.nokair.com ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ 1318 และที่เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน โดยปัจจุบันบริษัทเรียกเก็บค่าธรรมเนียม “Nok Baggage” ดังนี้

น้ำหนัก (กิโลกรัม)	ราคาซื้อพร้อมตัวโดยสาร (บาท)	ราคาซื้อหลังจองตัวโดยสาร (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 ค่าธรรมเนียมบริการขนส่งสัมภาระในกรณีที่น้ำหนักกระเป๋าสัมภาระเกินกว่าที่ระบุในตัวโดยสารแต่ละประเภท และเกินกว่าน้ำหนักที่ผู้โดยสารซื้อจาก Nok Baggage โดยเดิมบริษัทเรียกเก็บในอัตรา กิโลกรัมละ 50 บาท แต่เมื่อ เดือนมกราคม 2556 บริษัทได้ปรับเปลี่ยนอัตราดังกล่าวเป็น กิโลกรัมละ 200 บาท เพื่อให้สอดคล้องกับราคาตลาดและต้นทุนการขนส่งที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนน้ำมันเชื้อเพลิง นอกจากนี้ บริษัทยังให้บริการดูแลสัมภาระที่ต้องการการดูแลพิเศษ เช่น อุปกรณ์ดำน้ำ กระดานโต้คลื่น อุปกรณ์ยิงธนู จักรยาน อุปกรณ์ตกปลา ซึ่งปัจจุบันบริษัทคิดค่าธรรมเนียมในอัตราขั้นต่ำ 200 บาท

การจองตัวโดยสารและการชำระเงิน

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาช่องทางการสำรองที่นั่งและการชำระเงินอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปัจจุบันบริษัทมีช่องทางการสำรองที่นั่งและการชำระเงินที่หลากหลายมากที่สุดสายการบินหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ช่องทางดังกล่าวบางช่องทาง บริษัทมีต้นทุนในการดำเนินการ ดังนั้น บริษัทจึงเรียกเก็บค่าธรรมเนียมสำหรับผู้โดยสารที่ต้องการความสะดวกในการจองและชำระเงินค่าตัวโดยสาร อาทิ ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต การชำระเงินผ่านตู้เอทีเอ็มหรือระบบเดบิตของธนาคาร และการชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส เป็นต้น

บริการขนส่งสินค้า

บริษัทให้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์บนเที่ยวบินแบบประจำทุกเที่ยวบินที่ปฏิบัติการบินโดยเครื่องบินประเภทโบอิงเป็นประจำทุกวัน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทให้บริการขนส่งผู้โดยสารเป็นหลัก จึงจะให้บริการรับขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์เมื่อมีพื้นที่ว่างสำหรับบรรทุกสินค้าเท่านั้น

การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม

นอกเหนือจากอาหารว่างและน้ำเปล่าที่ให้บริการฟรี ในระหว่างเที่ยวบินผู้โดยสารสามารถเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่มีให้เลือกหลากหลายประเภท ในราคาที่ใกล้เคียงกับราคาตลาด นอกจากนี้บนเครื่องบินยังมีสินค้าที่ระลึกนกแอร์จำหน่าย เช่น เสื้อยืดโปโล หมวก ผ้าห่ม นาฬิกา กระเป๋า ร่ม ของเล่น และของใช้อื่นๆ ซึ่งผู้โดยสารอาจซื้อได้จากเว็บไซต์นกสไมล์ช็อป หรือจากร้านค่านกสไมล์ช็อปที่ท่าอากาศยานต่างๆ ทั่วประเทศ



การประกันภัยการเดินทางนกชัวร์ (Nok Sure)

Nok Sure คือ แผนประกันภัยสำหรับการเดินทาง ซึ่งเป็นบริการเสริมอย่างหนึ่งที่สายการบินนกแอร์เสนอเป็นทางเลือกให้แก่ผู้โดยสาร เพื่อสร้างความอุ่นใจ และลดภาระค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทางจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด อาทิเช่น กระเป๋าเดินทางสูญหาย เที่ยวบินล่าช้า การถูกยกเลิกการเดินทาง หรือแม้กระทั่งเกิดอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง เป็นต้น Nok Sure จะคุ้มครองผู้โดยสารของสายการบินนกแอร์ ให้เกิดความอุ่นใจตลอดการเดินทาง แผนประกันภัย Nok Sure รับประกันภัยโดย บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) และดำเนินการโดยบริษัท สุปรีย์ โบรกเกอร์ จำกัด ซึ่งเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย

ผู้โดยสารสามารถเลือกซื้อ Nok Sure ได้ตามรูปแบบการเดินทางต่างๆ ที่เหมาะสม และจะได้รับความคุ้มครองตามรูปแบบการเดินทางที่เลือก โดยมีรูปแบบของแผนการเดินทางจะมีราคาที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

- แบบความคุ้มครองการเดินทางภายในประเทศแบบเที่ยวเดียว (One-way) ราคา 65 บาท โดยจะได้รับความคุ้มครองตั้งแต่ผู้โดยสารทำการเช็คอินและดำเนินต่อเนื่องไปจนกระทั่งครบกำหนด 2 ชั่วโมงภายหลังผู้โดยสารเดินทางถึงจุดหมายปลายทางที่ระบุไว้ในหนังสือรับรองการรับประกันภัย
- แบบความคุ้มครองการเดินทางเส้นทางภายในประเทศโดยบริการ Fly 'n' Ferry service (คือ บริการเชื่อมต่อการเดินทางด้วยเรือเร็ว/เรือเฟอร์รี่) และ บริการ Fly 'n' Ride service (คือ บริการเชื่อมต่อการเดินทางด้วยรถโดยสาร) ราคา 88 บาท โดยจะได้รับความคุ้มครองตั้งแต่ผู้โดยสารทำการเช็คอินและดำเนินต่อเนื่องไปจนกระทั่งครบกำหนด 2 ชั่วโมงภายหลังผู้โดยสารเดินทางถึงจุดหมายปลายทางที่ระบุไว้ในหนังสือรับรองการรับประกันภัย
- แบบความคุ้มครองการเดินทางภายในประเทศแบบไป – กลับ (Round-trip) ซึ่งรวมถึงการเดินทางแบบไป – กลับ ด้วยบริการ Fly 'n' Ferry และ Fly 'n' Ride ราคา 150 บาท โดยจะได้รับความคุ้มครองตั้งแต่ผู้โดยสารทำการเช็คอิน และจะได้รับความคุ้มครองตลอดระยะเวลาการเดินทางสูงสุด 30 วัน ซึ่งนอกจากท่านจะได้รับเงินชดเชยในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันแล้ว 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



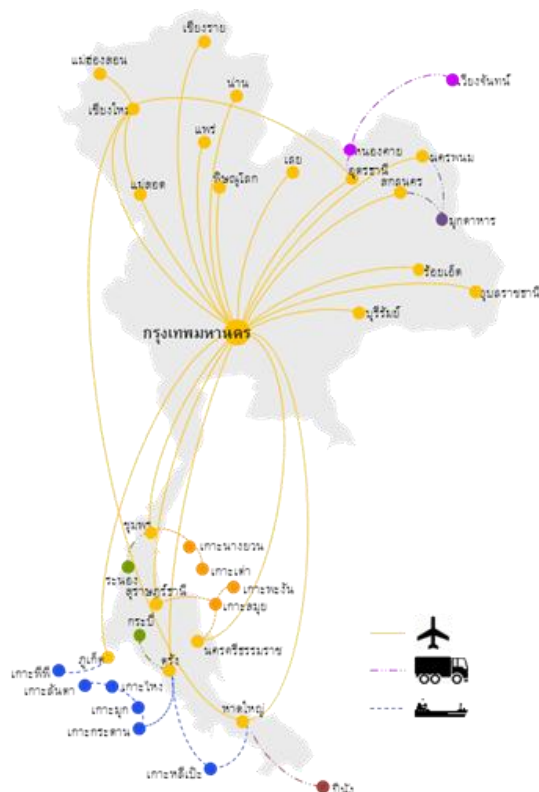
รถโดยสาร

ตารางแสดงการให้บริการเดินทางเชื่อมต่อ

เส้นทางการบิน	จุดหมายปลายทาง	บริษัทผู้ให้บริการเชื่อมต่อ
<u>Fly'n'Ferry service</u>		
ดอนเมือง – ชุมพร	เกาะเต่า เกาะนางยวน	บริษัท เรือเร็วลมพระยา จำกัด
ดอนเมือง – สุราษฎร์ธานี	เกาะสมุย เกาะพะงัน	บริษัท เรือเร็วลมพระยา จำกัด
ดอนเมือง – นครศรีธรรมราช	เกาะสมุย เกาะพะงัน	บริษัท เรือเร็วลมพระยา จำกัด
ดอนเมือง – ภูเก็ต	เกาะพีพี	บริษัท ไทยเกอร์ไลน์ เทรเวล จำกัด
ดอนเมือง – ตรัง	เกาะลันตา เกาะไห	บริษัท ไทยเกอร์ไลน์ เทรเวล จำกัด
	เกาะมุก เกาะกระดาน เกาะหลีเป๊ะ	
<u>Fly'n'Ride service</u>		
ดอนเมือง – หาดใหญ่ และ	ป็นัง ประเทศมาเลเซีย	บริษัท ซีพอร์ท ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
เชียงใหม่ – หาดใหญ่		
ดอนเมือง – อุดรธานี	เวียงจันทน์ สปป.ลาว	ห้างหุ้นส่วนจำกัดอุดรแก้วทัวร์ และ
		บริษัท ทรานแอ็กซ์เพรส จำกัด (สปป.ลาว)
ดอนเมือง – สกลนคร/นครพนม	มุกดาหาร	บริษัท มุกพิชา จำกัด
ดอนเมือง – ตรัง	กระบี่(อ่าวนาง)*	บริษัท ไทยเกอร์ไลน์ เทรเวล จำกัด

หมายเหตุ: * เปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2556

แผนที่แสดงการให้บริการเดินทางเชื่อมต่อ





สมาชิกกนกแฟนคลับ (Nok Fan Club Membership)

โครงการสมาชิกกนกแฟนคลับหรือโครงการ Customer Royalty Program เป็นโครงการสมาชิกที่จัดทำขึ้นเพื่อตอบแทนกลุ่มผู้โดยสารที่เดินทางกับสายการบินนกแอร์อย่างต่อเนื่อง โดยมีความมุ่งหวังที่จะต้องการให้บริการกลุ่มผู้โดยสารที่มีคุณค่าต่อสายการบินนี้ให้เกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการกับสายการบินอีกครั้ง ด้วยการมอบสิทธิประโยชน์ต่างๆ ข่าวสาร และโปรโมชั่นจากนกแอร์และกลุ่มพันธมิตรสายการบินนกแอร์แก่สมาชิก ปัจจุบัน บัตรสมาชิกกนกแฟนคลับมี 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

บัตรสมาชิกกนกแฟนคลับมีอายุ 2 ปี พร้อมรับสิทธิประโยชน์มากมายตลอดอายุสมาชิก ได้แก่

1. ได้รับสิทธิ์แลกตั๋วเครื่องบินฟรี 1 เที่ยวบิน เมื่อสะสม Nok Point ครบ 7,500 คะแนน สำหรับสมาชิกประเภท Nok Smile และ 5,500 คะแนน สำหรับสมาชิกประเภท Nok Smile Plus ภายในระยะเวลาที่กำหนด
2. ได้เพิ่มน้ำหนักกระเป๋าลuggage อีก 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

นอกเหนือจากบริการเสริมต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นแล้ว บริษัทยังมีรายได้จากการให้บริการเสริมปลีกย่อยอื่นๆ เช่น บริการให้พื้นที่เช่าสื่อโฆษณาบนเครื่องบิน รายได้ค่าโฆษณาจากนิตยสารนกจิบจิบ และการบริการภาคพื้นดิน (Ground Handling) ให้แก่สายการบินอื่น ในกรณีที่สายการบินดังกล่าวไม่มีความพร้อมในการให้บริการภาคพื้นดินที่ท่าอากาศยาน เป็นต้น

3.5 ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

บริษัทได้เล็งเห็นโอกาสในการให้บริการการบินแก่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการเดินทางเป็นหมู่คณะจำนวนมากและต้องการเดินทางในเวลาอื่นนอกเหนือจากกำหนดการเดินทางแบบประจำของบริษัท หรือเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางอื่นที่บริษัทไม่ได้ให้บริการเดินทางแบบประจำทั้งในประเทศและต่างประเทศนอกเหนือจากการให้บริการโดยสารทางอากาศแบบประจำ บริษัทจึงได้เปิดให้บริการผู้โดยสารในลักษณะเช่าเหมาลำในปี 2554 โดยในปี 2554 – 2555 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายตั๋วโดยสารแบบเช่าเหมาลำ (Charter Flight) จำนวน 0.6 – 187.1 ล้านบาท และไตรมาส 1 ปี 2556 จำนวน 89.4 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 3.22-3 ของรายได้รวม

3.6 อุตสาหกรรม

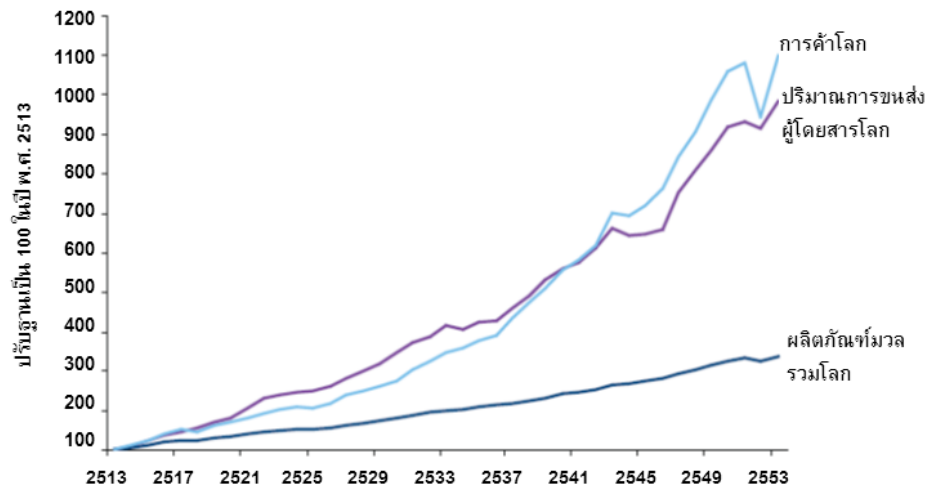
3.6.1 อุตสาหกรรมการบินในทวีปเอเชียแปซิฟิก

อุตสาหกรรมการบินจัดเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตมากอุตสาหกรรมหนึ่งของโลก โดยจากสถิติของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ในช่วงระหว่าง 40 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2513 – 2553 ตามแผนภาพ



ด้านล่าง) ปริมาณขนส่งผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศเติบโต 14 เท่า มากกว่าการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมโลก (World GDP) ซึ่งเติบโตประมาณ 3 – 4 เท่า

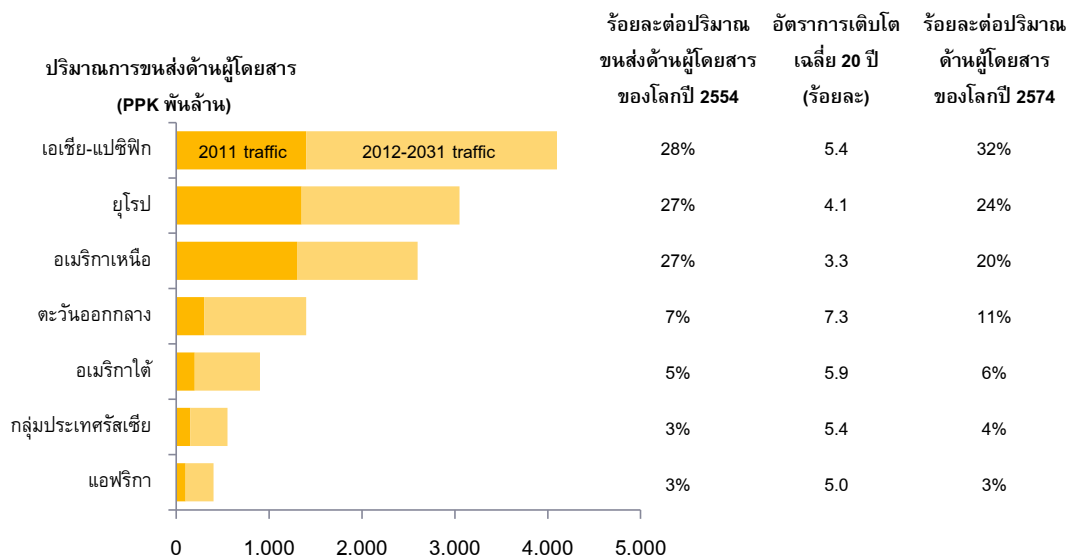
กราฟแสดงความสัมพันธ์อุตสาหกรรมการบินกับปัจจัยที่สำคัญ



ที่มา: สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA)

การเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมการบินโลกที่ผ่านมาส่วนใหญ่ถูกขับเคลื่อนจากประเทศกำลังพัฒนา (Emerging Countries) โดยมีปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลมาจากปัจจัยทางมหภาคโดยรวมได้แก่ การลดความเข้มงวดทางกฎเกณฑ์และข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบิน การเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลาง การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น และการพัฒนาของเมืองใหม่ซึ่งเห็นได้ชัดในภูมิภาคที่กำลังพัฒนา โดยเฉพาะเอเชียแปซิฟิก แอฟริกา และอเมริกาใต้

สำหรับการกระจายตัวของอุตสาหกรรมการบินในแต่ละภูมิภาคจะขึ้นกับปัจจัยที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ปัจจุบัน อุตสาหกรรมการบินกระจุกตัวอยู่ใน 3 ภูมิภาคหลัก ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกาเหนือ ซึ่งหากนับรวมสัดส่วนการบิน 3 ภูมิภาคตามปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสาร (RPKs) จะพบว่ามีส่วนมากถึงร้อยละ 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 และแอฟริกา ยังคงมีสัดส่วนปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารที่ค่อนข้างต่ำ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในด้านอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในแต่ละภูมิภาค พบว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีอัตราการเติบโตปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารสูงที่สุดในช่วง 20 ปีข้างหน้า ทำให้ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะยังคงเป็นภูมิภาคที่สำคัญที่สุดสำหรับอุตสาหกรรมการบิน โดยในปี 2575 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะยังคงเป็นภูมิภาคที่มีสัดส่วนปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารสูงที่สุด

สาเหตุสำคัญที่ทำให้ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีสัดส่วนปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารสูงที่สุดในปัจจุบันและอนาคต เนื่องจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในโลก โดยปัจจุบันภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีขนาดเศรษฐกิจมากกว่าหนึ่งในสี่ของขนาดเศรษฐกิจโลก และมีอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจที่มีอัตราสูงกว่าภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรปถึง 2.5 เท่า ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีขนาดเพิ่มขึ้นหนึ่งในสามของเศรษฐกิจโลกในอนาคต นอกจากนั้น จำนวนประชากรก็เป็นปัจจัยหลักอีกปัจจัยหนึ่ง ในการผลักดันให้ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินสูง โดยคาดว่าปี พ.ศ. 2574 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีประชากรรวมทั้งสิ้นประมาณร้อยละ 60 ของโลก

ในส่วนของปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของเมืองใหม่ ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ และความได้เปรียบทางการขนส่ง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- **การเพิ่มขึ้นของเมืองใหม่:** ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา ทำให้มีการขยายตัวของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสูง และมีการเพิ่มขึ้นของเมืองใหม่ที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินเติบโตอย่างมากในภูมิภาคนี้ ประกอบกับการมีศูนย์กลางเมืองใหม่เพิ่มขึ้นและการสร้างท่าอากาศยานแห่งใหม่หรือแห่งที่สองเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่เร่งที่สนับสนุนให้มีการขยายตัวของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคนี้อย่างมาก
- **ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์:** ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ถูกแบ่งแยกด้วยน้ำซึ่งแตกต่างจากภูมิศาสตร์ของภูมิภาคยุโรป ดังนั้น การเดินทางที่สะดวกและรวดเร็วที่สุดสำหรับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จึงเป็นการเดินทางทางอากาศมากกว่าที่จะเป็นการเดินทางทางน้ำหรือทางบก ประกอบด้วยการลดลงอย่างต่อเนื่องของราคาตั๋วโดยสารของอุตสาหกรรมการบิน ส่งผลให้การเดินทางทางอากาศเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น
- **ความได้เปรียบทางการขนส่ง:** เนื่องจากทศวรรษที่ผ่านมา การขนส่งทางบกในหลายๆ ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกยังอยู่ในช่วงกำลังพัฒนา ส่งผลให้การเดินทางและการขนส่งทางบกในประเทศดังกล่าวไม่มีความสะดวกสบายเท่าที่ควร ดังนั้น การเดินทางและการขนส่งทางอากาศจึงมีข้อได้เปรียบในเชิงของความสะดวกสบาย ประกอบกับราคาตั๋วโดยสารที่ลดลงอย่างต่อเนื่องส่งผลให้การเดินทางทางอากาศกลายเป็นตัวเลือกที่ได้รับความนิยมอย่างยิ่งในระยะเวลาที่ผ่านมา

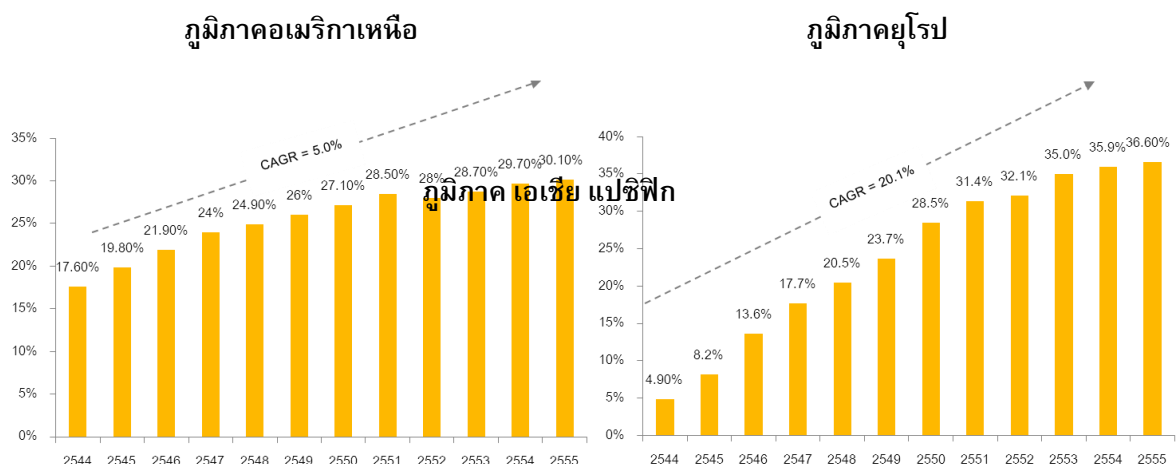
สถานะอุตสาหกรรมการบินและการแข่งขัน

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

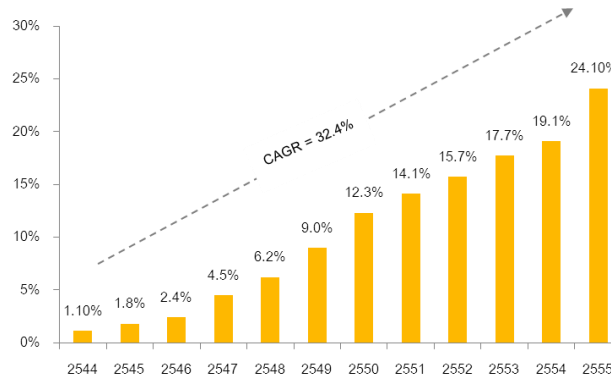
ภายหลังเมื่อสายการบินแอร์เอเชียก่อตั้งในปี 2544 และเริ่มให้บริการในรูปแบบสายการบินราคาประหยัด (“Low Cost Airline”) เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเดินทางในระยะใกล้ให้กับผู้โดยสารที่คำนึงถึงปัจจัยทางด้านราคาเป็นหลัก สายการบินราคาประหยัดรายอื่นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จึงได้เริ่มก่อตั้งขึ้นด้วยความคาดหวังที่จะได้รับความนิยมจากผู้โดยสารอย่างสายการบินเซาท์เวสต์ (South West Airline) และสายการบินไรอันแอร์ (Ryan Air) ในภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรป ตามลำดับ นอกจากนี้ ด้วยระบบขนส่งมวลชนที่ไม่ได้มาตรฐาน และภูมิศาสตร์ที่ถูกแบ่งแยกด้วยทะเลหรือมหาสมุทร ส่งผลให้สายการบินราคาประหยัดกลายเป็นที่นิยมอย่างรวดเร็วในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และเติบโตขึ้นด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 32.4 ต่อปี (อ้างอิงแผนภาพด้านล่าง) ซึ่งทำให้ในปี 2555 สายการบินราคาประหยัดมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มเป็นร้อยละ 24.1 ในขณะที่สายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ รวมถึงทางเลือกการเดินทางในรูปแบบอื่นๆ มีสัดส่วนการตลาดที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสายการบินราคาประหยัดกลายเป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับผู้เดินทางส่วนใหญ่ทั้งในด้านการันราคาตัวโดยสารและการบริการ

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนการตลาดของสายการบินราคาประหยัดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก กับภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรป ซึ่งเป็นผู้นำร่องในการดำเนินธุรกิจสายการบินราคาประหยัดจะเห็นได้ว่า ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก นั้น ถึงแม้อุตสาหกรรมสายการบินราคาประหยัดในภูมิภาคนี้จะเติบโตในอัตราที่แข็งแกร่งในระยะเวลา 12 ปีที่ผ่านมา (2544 – 2555) แต่สายการบินราคาประหยัดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกยังคงมีโอกาสในการเติบโตในอนาคตอีกมาก เนื่องจากสัดส่วนการตลาดของสายการบินราคาประหยัดยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ โดยในปี 2555 สัดส่วนการตลาดของสายการบินราคาประหยัดอยู่ที่ร้อยละ 24.1 ซึ่งยังต่ำกว่าสัดส่วนการตลาดของสายการบินราคาประหยัดที่ประกอบธุรกิจในภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรป ซึ่งมีสัดส่วนการตลาดของสายการบินราคาประหยัดอยู่ที่ 30.1 และ 36.6 ตามลำดับ

แผนภาพแสดงอัตราการเติบโตของสายการบินราคาประหยัดและสัดส่วนของสายการบินราคาประหยัดต่อตลาดโดยรวม



ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก



ที่มา: CAPA (Centre for aviation)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าอัตราการเติบโตของสายการบินราคาประหยัดจะเป็นไปอย่างแข็งแกร่งในอดีตที่ผ่านมา สถานะของสายการบินราคาประหยัดในบางประเทศของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ยังคงอยู่ในช่วงรอยต่อการพัฒนา ดังนั้น สายการบินราคาประหยัดยังเป็นการเดินทางที่ยังไม่ได้รับความนิยมในบางประเทศของภูมิภาค รวมถึงบางประเทศยังอยู่ในช่วงรอยต่อการเปลี่ยนแปลงระหว่างรูปแบบสายการบินราคาประหยัดมาประยุกต์ใช้ ทำให้สภาวะอุตสาหกรรมการบินของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาจพิจารณาแบ่งเป็น 3 ประเภทตามความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของสายการบินราคาประหยัดได้ ดังต่อไปนี้

1. **สภาวะอุตสาหกรรมการบินที่ขับเคลื่อนโดยสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ (Premium Airline Dominated Structure):** สำหรับประเทศที่มีสภาวะอุตสาหกรรมในลักษณะนี้เป็นกลุ่มประเทศที่สายการบินราคาประหยัดยังไม่สามารถเข้ามามีส่วนสำคัญในตลาด โดยส่วนแบ่งการตลาดส่วนใหญ่เป็นของสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ ตัวอย่างประเทศที่มีโครงสร้างในลักษณะนี้ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งปัจจุบันมีสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบจำนวน 2 สายการบินหลัก ได้แก่ สายการบินเจแปน แอร์ไลน์ และสายการบินฮอลิแอร์เวย์ เป็นผู้เล่นที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป็นหลัก โดยสาเหตุที่ส่วนแบ่งการตลาดส่วนใหญ่ยังเป็นของสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบนั้น เพราะประเทศญี่ปุ่นมีระบบการขนส่งทางเลือกอื่นที่ให้บริการได้รวดเร็วในราคาที่ประหยัดเมื่อเทียบกับราคาตัวโดยสารเครื่องบิน เช่น รถไฟความเร็วสูง ซึ่งเป็นทางเลือกที่อาจจะให้ความสะดวกสบายมากกว่าสายการบินราคาประหยัดในราคาที่ใกล้เคียงกัน
2. **สภาวะอุตสาหกรรมการบินที่ขับเคลื่อนโดยทั้งสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบและสายการบินราคาประหยัด (Mixed Structure):** สำหรับประเทศที่มีสภาวะอุตสาหกรรมการบินแบบนี้ จะเป็นกลุ่มประเทศที่ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินราคาประหยัดเข้ามามีบทบาทในระดับที่สูงระดับหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการที่มีช่องว่างการตลาดที่สายการบินเต็มรูปแบบและการขนส่งประเภทอื่นๆ ไม่สามารถที่ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้ แต่ภายหลังการเข้ามาดำเนินธุรกิจของสายการบินราคาประหยัด ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินเต็มรูปแบบก็ได้ปรับตัวและปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อคงสภาพการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้านบริการและราคา การลงทุนหรือร่วมทุนเพื่อเปิดสายการบินราคาประหยัดเข้ามาแข่งขัน หรือการเปิดสายการบินที่มีตำแหน่งการตลาดใหม่เพื่อสร้าง competitive edge ใหม่ ทำให้โครงสร้างการแข่งขันเป็นไปในรูปแบบที่เริ่มมีการแบ่งแยกทางการตลาดและการบริการระหว่างสายการบินเต็มรูปแบบและสายการบินราคาประหยัดอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น และส่วนแบ่งการตลาดของทั้งสองกลุ่มธุรกิจมีระดับใกล้เคียงกัน ตัวอย่างประเทศที่มีโครงสร้างในลักษณะนี้ได้แก่ ประเทศไทย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

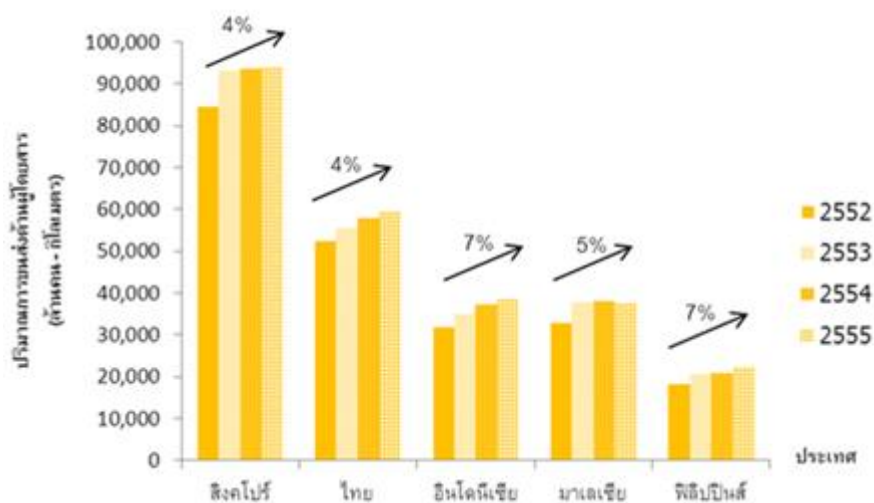
3. สภาวะอุตสาหกรรมการบินที่ขับเคลื่อนโดยสายการบินราคาประหยัด (Low Cost Airline Dominated): สภาวะอุตสาหกรรมลักษณะนี้เป็นสภาวะของประเทศที่กลุ่มสายการบินราคาประหยัดมีบทบาทในอุตสาหกรรมการบินสูงมากและครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูง ซึ่งโครงสร้างลักษณะนี้เกิดจากการที่ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินราคาประหยัดเข้ามาดำเนินธุรกิจและประสบความสำเร็จอย่างสูง ประกอบกับสายการบินเต็มรูปแบบไม่สามารถปรับกลยุทธ์ได้รวดเร็วเพียงพอ เนื่องจากข้อจำกัดเฉพาะตัวอย่างประเทศที่มีโครงสร้างในลักษณะนี้ได้แก่ประเทศมาเลเซีย

3.6.2 อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อุตสาหกรรมการบินภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีการกระจุกตัวอยู่ในกลุ่ม 5 ประเทศหลักได้แก่สิงคโปร์ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ เนื่องจากศักยภาพของสภาวะเศรษฐกิจ ลักษณะภูมิศาสตร์ และจำนวนประชากร เป็นปัจจัยหลักที่ผลักดันกลุ่มประเทศนี้มีสัดส่วนปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารสูงกว่ากลุ่มประเทศอื่นมาก

โดยประเทศสิงคโปร์มีปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารสูงที่สุดอยู่ที่ประมาณ 94,000 ล้านคน – กิโลเมตร ในปี 2555 เนื่องจากมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางการเงินและธุรกิจของภูมิภาค จึงทำให้การเดินทางเข้าออกประเทศสิงคโปร์โดยทางอากาศเป็นช่องทางที่สะดวกสบายและรวดเร็วที่สุด รองลงมาได้แก่ ประเทศไทยซึ่งมีปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารอยู่ที่ประมาณ 60,000 ล้านคน – กิโลเมตร ในปี 2555 เนื่องจากมีภูมิศาสตร์ที่เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคและเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ทำให้ปริมาณการขนส่งทางอากาศสูง ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ มีปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารในปี 2555 ใกล้เคียงกันซึ่งอยู่ระหว่าง 22,000 – 39,000 ล้านคน – กิโลเมตร และมีโครงสร้างทางภูมิศาสตร์คล้ายกันคือ เป็นหมู่เกาะ หรือมีสภาพที่แต่ละส่วนของประเทศที่ขึ้นกลางด้วยทะเล ทำให้การเดินทางทางอากาศเป็นการเดินทางที่จำเป็น

แผนภาพแสดงปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารและอัตราการเติบโตสะสม (CAGR) ปี 2552-2555 ในประเทศสิงคโปร์ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์



ที่มา: Euromonitor International



ประเทศสิงคโปร์และไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารในช่วงระยะเวลาเดียวกันที่ใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 4 แต่แนวโน้มการเติบโตในอนาคตมีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันมาก เนื่องจากโครงสร้างภูมิประเทศและสถานะเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน โดยประเทศสิงคโปร์จะมีฐานปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารที่สูงมากและประชากรนิยมเดินทางทางอากาศมาก แต่จำนวนประชากรมีน้อยและปริมาณการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวไม่สามารถเพิ่มสูงมากจากข้อจำกัดของขนาดพื้นที่ประเทศ ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปริมาณที่จำกัด ทำให้คาดว่าอัตราการเติบโตของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารในประเทศสิงคโปร์อาจมีแนวโน้มชะลอตัวในอนาคต

สำหรับประเทศไทย ถึงแม้ว่าปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารจะอยู่ระดับที่สูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเช่นเดียวกับประเทศสิงคโปร์ และยังมีอัตราการเติบโตของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารใกล้เคียงกันกับประเทศสิงคโปร์ที่ร้อยละ 4 แต่สาเหตุของการมีอัตราการเติบโตที่ต่ำมาจากปัจจัยระยะสั้นในประเทศ ซึ่งเกิดจากปัญหาความไม่สงบทางการเมืองและภัยธรรมชาติในช่วงปี 2553 – 2555 ทำให้คาดว่าภายหลังเหตุการณ์ดังกล่าวผ่านพ้นไป การเติบโตของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารทางอากาศในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น จากความได้เปรียบทางที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค อีกทั้งการเติบโตและการเปิดประเทศของประเทศไทยเพื่อนบ้านที่ต้องพึ่งพาระบบขนส่งของประเทศไทย เช่น ประเทศพม่า กัมพูชา และ สปป.ลาว ประกอบกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น

สำหรับปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารของประเทศอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์นั้น ในระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา (2552 – 2555) มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยในระดับสูงที่ร้อยละ 7 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชาชนชั้นกลาง และลักษณะภูมิประเทศที่เป็นหมู่เกาะ จึงทำให้การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศได้เปรียบและมีคู่แข่งน้อยกว่ากลุ่มประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค ประกอบกับสถานะเศรษฐกิจของสองประเทศดังกล่าวเริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างมาก ทำให้คาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารจะยังเติบโตสูงต่อไป

จำนวนประชากร ขนาดและการเติบโตของภาวะเศรษฐกิจ และการเติบโตของการท่องเที่ยวถือเป็น 3 ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบินและปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารอย่างมาก

ตารางแสดงสัดส่วนจำนวนประชากร ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศและปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสาร

ประเทศ	ประชากร (ล้านคน)	ผลิตภัณฑ์มวล รวมในประเทศ (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ผลิตภัณฑ์มวล รวมในประเทศ ต่อคน (เหรียญสหรัฐ)	ปริมาณการขนส่ง ด้านผู้โดยสาร (ล้านคน – กิโลเมตร)	ปริมาณการขนส่ง ด้านผู้โดยสารต่อ คน (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
ฟิลิปปินส์	97.5	249,226	2,556	22,526	231

ที่มา: Euromonitor International, ข้อมูลปี 2555

ดังนั้น หากพิจารณาจากจำนวนประชากรและขนาดของระบบเศรษฐกิจ ประเทศสิงคโปร์ถือเป็นประเทศที่มีปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารและปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารต่อคนมากที่สุด ถึงแม้ว่าจะเป็นประเทศที่มีขนาดพื้นที่เล็กและมีประชากรน้อยกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค สอดคล้องกับคาดการณ์ที่คาดว่าอัตราการ



เติบโตของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารจะลดลงในช่วงนี้ ในขณะที่กลุ่มประเทศไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ จะเป็นกลุ่มประเทศที่มีแนวโน้มการเติบโตของปริมาณการขนส่งด้านผู้โดยสารสูง เนื่องจากปริมาณการขนส่งผู้โดยสารต่อคนในกลุ่มประเทศนี้ยังอยู่ในระดับต่ำ ขณะที่กลุ่มประเทศนี้มีจำนวนประชากรที่มากและแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูง

โครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เช่นเดียวกับภูมิภาคอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจในการบินในรูปแบบหลักคือกลุ่มสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบและกลุ่มสายการบินราคาประหยัด

สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (“Legacy Airline” หรือ “Full Service Airline” หรือ “Premium Airline”)

การดำเนินธุรกิจสายการบินเต็มรูปแบบส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เงินทุนที่สูง เนื่องจากจำเป็นต้องมีเครื่องบินหลากหลายขนาดเพื่อให้บริการได้ครอบคลุมในหลากหลายพื้นที่ ประกอบกับในอดีตยังไม่มีเส้นทางการบิน และอุตสาหกรรมการบินในอดีตยังถูกนำไปเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงของประเทศ ทำให้สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบส่วนใหญ่มีรัฐบาลเจ้าของประเทศเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการเป็นรัฐวิสาหกิจหรือบริษัทร่วมทุน ตัวอย่างของสายการบินเหล่านี้ ได้แก่ การบินไทย สายการบินสิงคโปร์ แอร์ไลน์ สายการบินมาเลเซีย แอร์ไลน์ สายการบินฟิลิปปินส์ แอร์ไลน์ และสายการบินการูด้า แอร์ไลน์ ซึ่งการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันในอดีตจะเป็นระบบกึ่งผูกขาดในแต่ละประเทศ ทำให้มีสถานะการแข่งขันต่ำและเกิดภาวะการขาดประสิทธิภาพ ทำให้เกิดช่องว่างทางการตลาดที่ทำให้สายการบินราคาประหยัดสามารถแทรกเข้ามาดำเนินธุรกิจภายหลังที่แต่ละประเทศในภูมิภาคทยอยเปิดเสรีทางการบินขึ้น

นอกจากนี้ กลุ่มสายการบินเต็มรูปแบบอาจมีปรับตำแหน่งการตลาดที่แตกต่างกันเล็กน้อย เพื่อสร้างจุดแข็งทางธุรกิจ เช่น สายการบินไทยสมายล์และสายการบินซิลค์ แอร์ วางตำแหน่งการตลาดเป็นสายการบินคุณภาพสูง ราคาพรีเมียม (Light Premium Airline) และสายการบินบางกอกแอร์เวย์วางตำแหน่งการตลาดเป็น Asia Boutique Airline

ตารางแสดงจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินแบบเต็มรูปแบบในภูมิภาค

สายการบิน			ฐานปฏิบัติการทางการบิน
	สายการบินไทย	Thai Airways	ประเทศไทย (สุวรรณภูมิ)
	สายการบินไทยสมายล์	Thai Smile	ประเทศไทย (สุวรรณภูมิ)
	สายการบินบางกอกแอร์เวย์	Bangkok Airways	ประเทศไทย (สุวรรณภูมิ)
	สายการบินสิงคโปร์ แอร์ไลน์	Singapore Airlines	สิงคโปร์
	สายการบินซิลค์ แอร์	Silk Air	สิงคโปร์
	สายการบินมาเลเซีย แอร์ไลน์	Malaysia Airlines	มาเลเซีย
	สายการบินฟิลิปปินส์ แอร์ไลน์	Philippine Airlines	ฟิลิปปินส์
	สายการบินการูด้า แอร์ไลน์	Garuda Airlines	อินโดนีเซีย
	สายการบินเวียดนาม แอร์ไลน์	Vietnam Airlines	เวียดนาม

สายการบินราคาประหยัด (“Low Cost Airline”)

สายการบินราคาประหยัดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้เริ่มมีบทบาทในอุตสาหกรรมการบินภายหลังการประสบความสำเร็จของสายการบินราคาประหยัดในอเมริกาและยุโรป โดยกลุ่มสายการบินราคาประหยัดกลุ่มแรกที่เข้ามาดำเนินธุรกิจจะเป็นสายการบินราคาประหยัดที่เป็นเอกเทศไม่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินเต็มรูปแบบที่เป็นผู้ครอบครองตลาดส่วนใหญ่เดิม ตัวอย่างของผู้เล่นในกลุ่มนี้ได้แก่ สายการบินแอร์เอเชีย สายการบินเซาท์อีสเอเชีย และสายการบินไลออนแอร์

ภายหลังการเข้ามาในตลาดของสายการบินราคาประหยัดในกลุ่มแรก ทำให้กลุ่มสายการบินเต็มรูปแบบเริ่มมีการปรับตัว โดยการจัดตั้งบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วม หรือร่วมทุนกับกลุ่มผู้ลงทุนอื่นๆ เพื่อเข้ามาดำเนินธุรกิจสายการบินราคาประหยัดแข่งขันกับผู้ประกอบการธุรกิจกลุ่มแรก ตัวอย่างสายการบินที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ได้แก่ สายการบินนกแอร์ซึ่งมีผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นการบินไทย สายการบินไทเกอร์แอร์เวย์และสายการบินสคูตซึ่งมีผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นสายการบินสิงคโปร์ แอร์ไลน์ และสายการบินไฟร์ฟลายและสายการบินแมสวินซึ่งมีผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นสายการบินสายการบินมาเลเซียแอร์ไลน์ เป็นต้น

ตารางแสดงจำนวนผู้เล่นหลักในธุรกิจสายการบินราคาประหยัดในภูมิภาค

สายการบิน			ฐานปฏิบัติการทางการบิน
	สายการบินนกแอร์	Nok Air	ประเทศไทย(ดอนเมือง)
	สายการบินโอเรียนท์ไทย	Orient Thai Airline	ประเทศไทย(ดอนเมือง)
	สายการบินไทเกอร์แอร์เวย์	Tigar Airways	สิงคโปร์
	สายการบินสคูต	Scoot Air	สิงคโปร์
	สายการบินเจ็ทสตาร์ เอเชีย	Jetstar Asia	สิงคโปร์
	สายการบินแอร์เอเชีย*	AirAsia	มาเลเซีย ไทย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น
	สายการบินแอร์เอเชีย เอ็กซ์	AirAsia X	มาเลเซีย
	สายการบินไฟร์ฟลาย	FireFly	มาเลเซีย
	สายการบินแมสวิน	Maswings	มาเลเซีย
	สายการบินเซบูแปซิฟิกแอร์	Cebu Pacific Air	ฟิลิปปินส์
	สายการบินเซาท์อีสเอเชีย แอร์	South East Asia Air	ฟิลิปปินส์
	สายการบินไลออนแอร์	Lion Air	อินโดนีเซีย
	สายการบินปัตตาเวียร์	Batavia Air	อินโดนีเซีย
	สายการบินซิตีลิงค์	Citilink Airline	อินโดนีเซีย
	สายการบินแมนดาลา	Mandala Airlines	อินโดนีเซีย

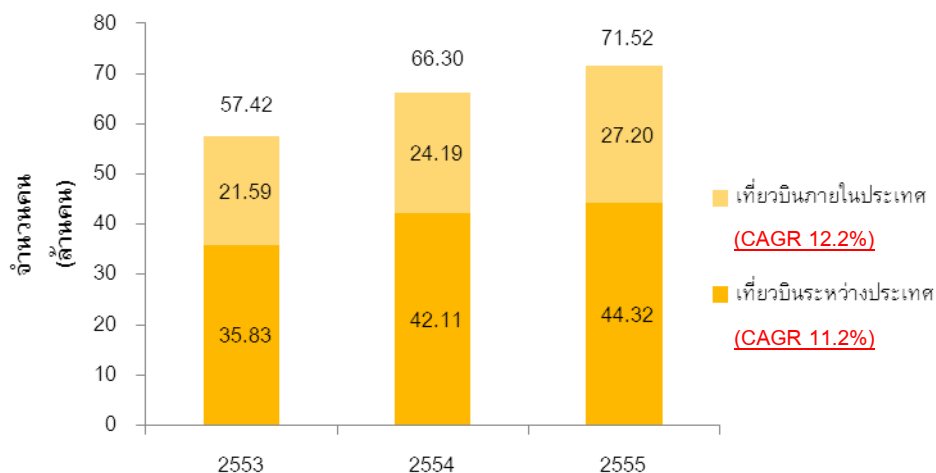
หมายเหตุ: สายการบินแอร์เอเชีย ประกอบด้วยบริษัทย่อยและร่วมได้แก่ สายการบินไทยแอร์เอเชีย (ประเทศไทย) สายการบินแอร์เอเชีย อินโดนีเซีย (ประเทศอินโดนีเซีย) สายการบินแอร์เอเชีย ฟิลิปปินส์ (ประเทศฟิลิปปินส์) และสายการบินแอร์เอเชีย เจแปน (ประเทศญี่ปุ่น)

3.6.3 อุตสาหกรรมการบินภายในประเทศไทย

ภาพรวมการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทย

ภาพรวมของอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยนั้นยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินมาจากเที่ยวบินระหว่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งถูกขับเคลื่อนจากการเริ่มเปิดเสรีการค้า AEC โดยประเทศไทยมีที่ตั้งเป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อระหว่างประเทศสมาชิก และยังส่งผลมาสู่การพัฒนาธุรกิจในประเทศ ซึ่งส่งผลให้การเดินทางภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ การริเริ่มดำเนินธุรกิจสายการบินราคาประหยัดยังส่งผลทำให้ผู้เดินทางสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกรวดเร็วในราคาที่แข่งขันได้โดยเป็นอีกปัจจัยในการขับเคลื่อนการเติบโตของเที่ยวบินในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการผ่านท่าอากาศยาน ในส่วนทั้งเที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องใน 3 ปีที่ผ่านมา (2552 – 2555) ซึ่งจำนวนผู้โดยสารเที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 12.2 และ 11.2 ตามลำดับ

การเคลื่อนไหวของผู้โดยสารที่เดินทางผ่านท่าอากาศยาน



ที่มา: บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

อย่างไรก็ดี ปริมาณผู้โดยสารที่มากขึ้นมาโดยตลอด ทำให้ในปี 2555 จำนวนผู้โดยสารที่เข้ามาใช้ท่าอากาศยานเพิ่มเป็น 71.52 ล้านคนจากสถานะการณ์ดังกล่าว ทำให้เกิดความแออัดในท่าอากาศยานซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในประเทศ หรืออาจก่อให้เกิดความได้เปรียบหรือเสียเปรียบที่แตกต่างกัน ระหว่างกลุ่มที่ให้บริการการบินประเภทต่างๆ

ความแออัดของท่าอากาศยานนานาชาติ

ประเทศไทยกำหนดให้เที่ยวบินระหว่างประเทศสามารถกระทำได้เฉพาะท่าอากาศยานนานาชาติ ซึ่งปัจจุบัน ประเทศไทยมีท่าอากาศยานนานาชาติจำนวน 7 แห่งซึ่งส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (“ทอท.”) ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงราย ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต และท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ สำหรับท่าอากาศยานนานาชาติสมุยเป็นเพียงท่าอากาศยานนานาชาติแห่งเดียว



ที่อยู่ภายใต้การดูแลของกองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ทำอากาศยานสมุย ซึ่งมีผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

ทำอากาศยานนานาชาติ	ความจุ (ล้านคน)	จำนวนผู้โดยสารปี 2554 (ล้านคน)			อัตราการเติบโตเฉลี่ย 2552 - 2554 (ร้อยละ)			อัตราการใช้ ทำอากาศยาน (ร้อยละ)
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	รวม	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
เชียงใหม่	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 ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และรายงานประจำปี บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด

ทำอากาศยานนานาชาติส่วนใหญ่โดยเฉพาะสุวรรณภูมิ พบว่าในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้โดยสารระหว่างประเทศด้วยอัตราเติบโตอย่างรวดเร็ว จนส่งผลให้อัตราการใช้ทำอากาศยานของทำอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ทำอากาศยานนานาชาติภูเก็ตและทำอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่นั้น มีอัตราการใช้ทำอากาศยานที่ค่อนข้างแออัดที่ร้อยละ 116.4 140.9 และ 105.8 ตามลำดับ โดยเป็นอัตราที่เกินขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสาร ดังนั้น อัตราการเติบโตทางเที่ยวบินที่เข้า – ออก ผ่านทำอากาศยานนานาชาติดังกล่าวอาจจะชะลอตัวลงในระยะเวลา 3 – 4 ปีข้างหน้า จนกว่าจะมีการขยายทำอากาศยานในโครงการ (เฟส) ต่อไป รัฐบาลจึงมีมาตรการในการแก้ไขเบื้องต้นโดยมีนโยบายให้เปิดทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองกลับมาเป็นทำอากาศยานนานาชาติอีกครั้งเพื่อลดปัญหาความแออัดของทำอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

สำหรับทำอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ในปัจจุบัน (ณ สิ้นปี 2555) เป็นทำอากาศยานที่มีอัตราการใช้งานไม่สูงนักเนื่องจากเพิ่งเปิดให้บริการขึ้นอีกครั้งในปี 2550 และในช่วงเริ่มแรก ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองได้เปิดให้บริการเฉพาะเส้นทางการบินในประเทศเท่านั้น จึงมีเพียงสายการบินนกแอร์และสายการบินโอเรียนท์ไทยใช้งานเป็นหลัก ภายหลังที่รัฐบาลมีนโยบายลดความแออัดของทำอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ จึงอนุญาตให้มีเส้นทางการบินระหว่างประเทศผ่านทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองได้ สายการบินแอร์เอเชียจึงได้ย้ายฐานปฏิบัติการการบินมาที่ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ทำให้ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองกลายเป็นศูนย์กลางการบินของสายการบินราคาประหยัด

จากสถานการณ์ดังกล่าวจะส่งผลให้สายการบินราคาประหยัดซึ่งมีฐานปฏิบัติการอยู่ที่ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองมีโอกาสในการขยายเส้นทางการบินทั้งในและต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองยังสามารถรองรับจำนวนผู้โดยสารได้อีกมาก ในขณะที่กลุ่มสายการบินเต็มรูปแบบอาจมีข้อจำกัดในการขยายเที่ยวบิน เนื่องจากความแออัดของทำอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

นอกจากนี้ สำหรับสายการบินที่เน้นเส้นทางการบินภายในประเทศเป็นเส้นทางการบินหลัก อาจประสบปัญหาไม่สามารถขยายเที่ยวบินในบางเส้นทางที่มีความแออัดของทำอากาศยาน เช่น เส้นทางการบินที่ใช้ทำอากาศยานนานาชาติภูเก็ตและหาดใหญ่จนกว่าจะมีการขยายทำอากาศยานดังกล่าว

**ความสามารถในการรองรับเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้นของท่าอากาศยานในประเทศ**

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

ท่าอากาศยาน	ความจุ (คน)	จำนวนผู้โดยสาร ปี 2555 (คน)	อัตราการ เติบโตเฉลี่ย 2552 - 2554 (ร้อยละ)	อัตราการใช้ท่าอากาศยาน (ร้อยละ)
ท่าอากาศยานขอนแก่น	2,920,000	377,243	-1.8	12.9
ท่าอากาศยานกระบี่	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
ท่าอากาศยานแม่ฮ่องสอน	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
ท่าอากาศยานปาย	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: กรมการบินพลเรือน และบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ท่าอากาศยานในประเทศทั้งหมดในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้โดยสารภายในประเทศ ด้วยอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 7.1 ในขณะที่อัตราการใช้ท่าอากาศยานดังกล่าวยังอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำโดยมีอัตราการใช้ท่าอากาศยานเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 14.3 เนื่องจากมีท่าอากาศยานจำนวนหลายท่าอากาศยานที่เพิ่งก่อตั้งขึ้นเพื่อรองรับความต้องการในการเดินทางภายในประเทศที่แปรผันตาม

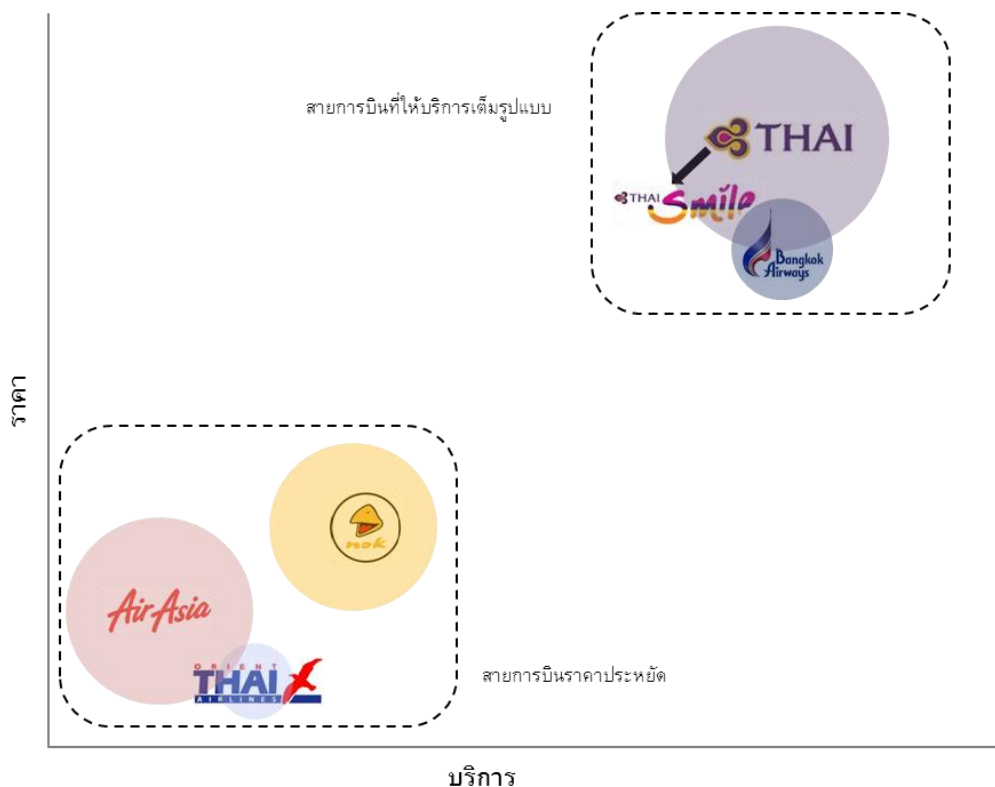
การเติบโตของเศรษฐกิจและชนชั้นกลาง ทำอากาศยานภายในประเทศเหล่านี้จึงสามารถรองรับผู้โดยสารเพิ่มเติมอย่างมีนัยสำคัญซึ่งส่งผลดีต่อสายการบินที่มีเส้นทางการบินไปยังจังหวัดดังกล่าว ซึ่งส่วนใหญ่ดำเนินการโดยสายการบินราคาประหยัด

สถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยสำหรับเส้นทางการบินภายในประเทศ

ภาพรวมการแข่งขันส่วนเส้นทางการบินภายในประเทศ (Domestic Flight)

ณ สิ้นปี 2555 วันที่ 31 มีนาคม 2556 มีสายการบินทั้งสิ้น 5 สายการบินหลักที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศภายในประเทศไทย (Domestic Flight) โดยอาจแบ่งสายการบินได้เป็น 2 ประเภท คือ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ และสายการบินราคาประหยัด ถึงแม้ว่าสายการบินทั้งสองประเภทมีแนวทางการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันและมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน แต่เนื่องจากเส้นทางการบินที่จำกัดและการให้บริการที่สามารถทดแทนกันได้ ทำให้อาจมีการแข่งขันกันระหว่างกลุ่มสายการบินทั้งสองกลุ่มถึงแม้ว่าการแข่งขันจะไม่สูงเท่ากับการแข่งขันกันภายในกลุ่มผู้ประกอบการสายการบินประเภทเดียวกันเอง

สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบมีผู้ประกอบการหลักอยู่ 2 สายการบิน ได้แก่ การบินไทย (รวมไทยสมายล์) และบางกอกแอร์เวย์ โดยเน้นการให้บริการแบบครบวงจร สำหรับสายการบินราคาประหยัดประกอบด้วย ผู้ให้บริการหลัก 3 สายการบิน ได้แก่ นกแอร์ แอร์เอเชีย และโอเรียนท์ไทย โดยแต่ละสายการบินมีตำแหน่งทางการตลาดและส่วนแบ่งตลาดที่ต่างกัน



หมายเหตุ: ขนาดวงกลมหมายถึงส่วนแบ่งตลาดสำหรับเส้นทางการบินภายในประเทศ ณ สิ้นปี 2555 โดยส่วนแบ่งตลาดของสายการบินไทยสมายล์นั้นรวมกับส่วนแบ่งตลาดของการบินไทย

ที่มา: แผนกลยุทธ์ บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน)



ในส่วนของสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ การบินไทยถือเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่ให้บริการทางการบินในประเทศมานาน จึงเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในด้านการให้บริการที่ดีมาอย่างยาวนาน ทำให้สามารถกำหนดราคาได้สูงกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ สอดคล้องกับลักษณะการให้บริการตามรูปแบบ Premium Airline แต่จากภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นและความนิยมที่เพิ่มสูงขึ้นของผู้โดยสารต่อสายการบินราคาประหยัด ทำให้การบินไทยได้มีการปรับกลยุทธ์โดยเปิดสายการบินไทยสมายล์เพื่อให้บริการในรูปแบบ Light Premium ซึ่งเป็นการให้บริการในรูปแบบสายการบินเต็มรูปแบบในราคาย่อมเยาและให้บริการที่ลดลง และเน้นการให้บริการกับผู้โดยสารระหว่างประเทศที่ต้องการเดินทางเชื่อมต่อภายในประเทศเป็นหลัก

สำหรับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ซึ่งจัดเป็นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ แต่มีตำแหน่งทางการตลาดแตกต่างจากการบินไทยโดยวางตำแหน่งการตลาดเป็นสายการบินบูติก (Boutique Airline) ซึ่งให้บริการเฉพาะบางเส้นทางการบินที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ อีกทั้งมีกลยุทธ์ในการแข่งขันด้วยการเป็นเจ้าของท่าอากาศยานทำให้สามารถรักษาความได้เปรียบในเส้นทางการบินบางเส้นทางได้

ในส่วนของสายการบินราคาประหยัด สายการบินแอร์เอเชียเป็นผู้ประกอบการรายแรกที่ดำเนินธุรกิจสายการบินราคาประหยัดในประเทศ ที่เน้นกลยุทธ์ในการขายตั๋วโดยสารด้วยราคาต่ำที่สุด โดยราคาหน้าตั๋วโดยสารไม่รวมการให้บริการเสริมอื่นที่เกี่ยวข้องกับการบิน เช่น น้ำหนักกระเป๋าสัมภาระ ทั้งนี้ หากผู้โดยสารต้องการซื้อบริการเสริมจะต้องชำระในส่วนต่างจากราคาตั๋วโดยสาร

สำหรับสายการบินนกแอร์นั้นต้องการจัดวางตำแหน่งทางการตลาดเป็นสายการบินราคาประหยัดคุณภาพสูง โดยตั้งราคาตั๋วโดยสารในอัตราที่สูงกว่าสายการบินราคาประหยัดอื่นๆ แต่เป็นราคาที่รวมบริการทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง เช่น บริการอาหารว่างและน้ำหนักกระเป๋าสัมภาระไว้เรียบร้อยแล้ว โดยผู้โดยสารไม่ต้องชำระเงินส่วนเพิ่มสำหรับบริการดังกล่าว

สายการบินโอเรียนท์ไทยเป็นอีกผู้เล่นในกลุ่มสายการบินราคาประหยัด โดยมีกลยุทธ์ในการจำหน่ายตั๋วโดยสารแบบราคาเดียว (One Price) และมุ่งเน้นรับบริการเช่าเหมาลำในสัดส่วนที่มากกว่าสายการบินราคาประหยัดอื่นๆ

ตารางแสดงจำนวนผู้โดยสารเข้า – ออก และอัตราการเติบโตเฉลี่ยของสายการบินที่ให้บริการในประเทศ

สายการบิน	สัญลักษณ์	จำนวนผู้โดยสารเข้า – ออก (คน)*			อัตราการเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)
		2553	2554	2555	
การบินไทย		<u>5,255,934</u>	<u>5,475,428</u>	<u>5,992,179</u>	<u>6.8</u>
แอร์เอเชีย		<u>3,084,423</u>	<u>3,620,878</u>	<u>4,528,975</u>	<u>21.2</u>
นกแอร์		<u>2,149,990</u>	<u>3,024,205</u>	<u>3,969,918</u>	<u>35.9</u>
บางกอกแอร์เวย์		<u>1,968,685</u>	<u>2,252,810</u>	<u>2,632,374</u>	<u>15.6</u>
โอเรียนท์ไทย		<u>844,135</u>	<u>1,010,616</u>	<u>653,049</u>	<u>(12.0)</u>
รวม		<u>13,303,167</u>	<u>15,383,937</u>	<u>17,776,495</u>	<u>15.6</u>

หมายเหตุ: *จำนวนผู้โดยสารเข้าออกเป็นจำนวนผู้โดยสารที่ไม่นับรวมผู้โดยสารที่ซื้อตั๋วโดยสารแล้วไม่มาขึ้นเครื่อง

ที่มา: กรมการบินพลเรือน ([ปรับปรุงสัดส่วนทางการตลาดตามกรมการบินพลเรือน](#))

หากพิจารณาในด้านการเติบโตของจำนวนผู้โดยสาร กลุ่มสายการบินราคาประหยัดถือเป็นกลุ่มที่มีการเติบโตสูงมากกว่ากลุ่มสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยสายการบินนกแอร์ถือเป็นสายการบินที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย



ของผู้โดยสารภายในประเทศสูงสุด กล่าวคือ ร้อยละ 35.9 ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (2553 – 2555) เนื่องจากเป็นสายการบินที่เน้นการให้บริการในประเทศเป็นหลัก อีกทั้ง ยังมีการเปิดบริการในเส้นทางใหม่และเพิ่มจำนวนเที่ยวบินต่อสัปดาห์มากที่สุด

ในขณะที่สายการบินแอร์เอเชียมีอัตราการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารเฉลี่ยในช่วงระยะเวลาเดียวกันอยู่ที่ร้อยละ 21.224.4 ซึ่งยังคงมากกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยโดยรวมของอุตสาหกรรมการบินภายในประเทศที่ร้อยละ 46.4 15.6 โดยสายการบินแอร์เอเชียมีจุดแข็งในการแข่งขันที่ราคาตั๋วโดยสารที่ถูกลงกว่า จากความสามารถในการบริหารต้นทุนที่ได้เปรียบคู่แข่งรายอื่นๆ

สำหรับในกลุ่มสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ สายการบินบางกอกแอร์เวย์ถือเป็นสายการบินที่มีอัตราการเติบโตสูงกว่าคู่แข่งในกลุ่มเดียวกัน โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารเฉลี่ยในช่วงระยะเวลาเดียวกันอยู่ที่ร้อยละ 47.815.6 ซึ่งยังคงมากกว่าใกล้เคียงกับอัตราการเติบโตเฉลี่ยโดยรวมของอุตสาหกรรมการบินภายในประเทศ สืบเนื่องจากความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของท่าอากาศยานในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างชาตินิยม

ในส่วนของการบินไทยนั้น มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของผู้โดยสารอยู่ที่ร้อยละ 6.8 ซึ่งน้อยกว่าอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินภายในประเทศโดยรวม ซึ่งคาดว่าเกิดจากการสูญเสียผู้โดยสารให้กับสายการบินราคาประหยัดในช่วงระยะเวลาดังกล่าว

สำหรับส่วนแบ่งการตลาดของสายการบินหลักจำนวน 5 สายการบินโดยประมาณ ซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินดังกล่าว โดยไม่รวมผู้โดยสารที่มีตั๋วโดยสารยืนยันการเดินทางแล้ว แต่ไม่มาแสดงตัว โดยประมาณของสายการบินหลักจำนวน 5 สายการบิน ที่ให้บริการเส้นทางการบินภายในประเทศและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง มีดังต่อไปนี้

ส่วนแบ่งตลาดและอัตราการเติบโตเฉลี่ยของสายการบินหลักสำหรับเส้นทางการบินในประเทศ

สายการบิน	สัญลักษณ์	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)			อัตราการเติบโตเฉลี่ย* (ร้อยละ)
		2553	2554	2555	
การบินไทย		39.5	35.6	33.7	(7.6)
แอร์เอเชีย		23.2	23.5	25.5	4.8
นกแอร์		16.2	19.7	22.3	17.6
บางกอกแอร์เวย์		14.8	14.6	14.8	0.0
โอเรียนท์ ไทย		6.3	6.6	3.7	(23.9)

ที่มา: กรมการบินพลเรือน (ปรับปรุงสัดส่วนทางการตลาดตามกรมการบินพลเรือน)

หมายเหตุ : อัตราการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดของแต่ละสายการบิน

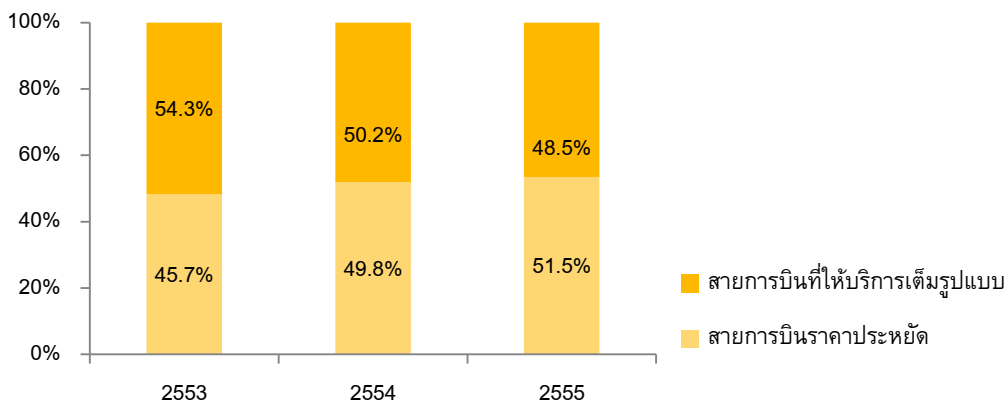
ในปี 2555 สายการบินไทย (รวมถึงไทยสมายล์) จัดเป็นสายการบินที่มีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับการบินในประเทศมากที่สุด ที่ประมาณร้อยละ 33.735 เนื่องจากเป็นสายการบินเก่าแก่ของประเทศที่ก่อตั้งมานานและมีเส้นทางการบินที่ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ อย่างไรก็ตาม ส่วนแบ่งการตลาดของการบินไทยลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (2553 – 2555) ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับผู้ดำเนินธุรกิจในส่วนของการบินราคาประหยัด และการมุ่งเน้นการบริการระหว่างประเทศมากกว่าในประเทศ



สายการบินที่มีส่วนแบ่งตลาดรองลงมา คือ สายการบินแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 25.527 และ 24.22.3 ตามลำดับ โดยหากพิจารณาจากอัตราการเติบโตจะพบว่า นกแอร์จัดเป็นสายการบินที่มีการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด โดยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มจากร้อยละ 47.2-16.2 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 23.722.3s ในปี 2555

การแข่งขันระหว่างสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบและสายการบินราคาประหยัดในเส้นทางการบินในประเทศ

ผู้ดำเนินธุรกิจสายการบินในประเทศไทยประกอบด้วย 2 ประเภทหลัก ได้แก่ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ และสายการบินราคาประหยัด แต่มีสภาวะการแข่งขันที่ไม่มีกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นผู้ขับเคลื่อนตลาดอย่างเบ็ดเสร็จ



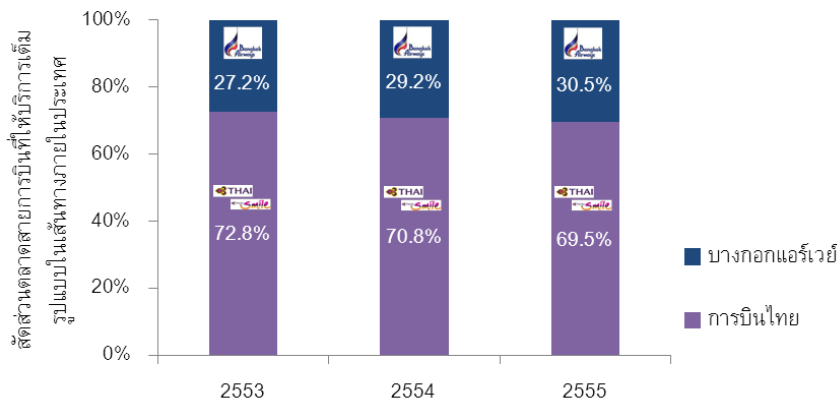
ที่มา: กรมการบินพลเรือน ([ปรับปรุงสัดส่วนทางการตลาดตามกรมการบินพลเรือน](#))

หมายเหตุ : สัดส่วนการตลาดคำนวณจากจำนวนผู้โดยสารในประเทศของแต่ละประเภทสายการบิน

โดยในปี 2553 สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบมีส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศที่ร้อยละ 54.354.7 สูงกว่ากลุ่มสายการบินราคาประหยัด อย่างไรก็ตาม การขยายฝูงบินและเส้นทางการบินของสายการบินราคาประหยัดซึ่งสามารถทำได้ง่ายกว่า โดยผ่านการใช้เครื่องบินที่มีขนาดเล็กกว่าและเหมาะสมกับเส้นทางที่มีระยะทางสั้นมากกว่า ทำให้ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (2553 – 2555) สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบค่อยๆ สูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับสายการบินราคาประหยัด เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ โดยในปี 2555 สายการบินราคาประหยัดมีส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศที่ร้อยละ 51.553.5 ซึ่งถือเป็นส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดนับตั้งแต่มีสายการบินราคาประหยัดเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย

การแข่งขันภายในกลุ่มสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบสำหรับเส้นทางการบินภายในประเทศ

สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศประกอบด้วย การบินไทย สายการบินไทยสมายล์ และสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ซึ่งการแข่งขันภายในกลุ่มมีไม่มากนัก เนื่องจากการบินไทยและบางกอกแอร์เวย์มีเป้าหมายลูกค้าที่ค่อนข้างแตกต่างกัน โดยการบินไทยมุ่งเน้นการให้บริการในเส้นทางเมืองหลักต่างๆ ในขณะที่บางกอกแอร์เวย์มุ่งเน้นเส้นทางเฉพาะทาง โดยเป็นเส้นทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและมีความได้เปรียบในการแข่งขันเฉพาะเส้นทางการบินที่ตนเป็นเจ้าของท่าอากาศยาน



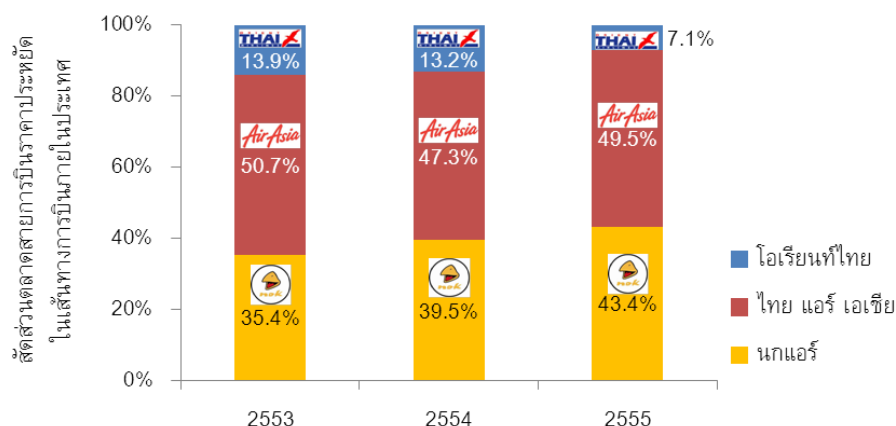
ที่มา: กรมการบินพลเรือน

หมายเหตุ : สัดส่วนการตลาดคำนวณจากจำนวนผู้โดยสารในประเทศของแต่ละสายการบิน

ส่วนแบ่งการตลาดสำหรับสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบระหว่างการบินไทยและบางกอกแอร์เวย์ ตามจำนวนผู้โดยสารนั้นอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างคงที่ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (2553 – 2555) โดยการบินไทยสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดเล็กน้อยให้กับบางกอกแอร์เวย์ ในปี 2555 การบินไทยยังคงเป็นผู้นำตลาดในสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบและมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ **69.576.6** โดยบางกอกแอร์เวย์มีส่วนแบ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ **23.4-30.5**

การแข่งขันภายในกลุ่มสายการบินราคาประหยัดสำหรับเส้นทางการบินในประเทศ

สายการบินราคาประหยัดซึ่งเป็นสายการบินที่เน้นการให้บริการระหว่างศูนย์การบิน (Point to point) ที่ให้บริการการบินภายในประเทศมีผู้ให้บริการหลักประกอบด้วย สายการบินแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และสายการบินโอเรียนท์ไทย โดยสายการบินราคาประหยัดกำลังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเส้นทางการบินในประเทศมีระยะเวลาการเดินทางค่อนข้างสั้น ส่งผลทำให้ปัจจัยราคาเข้ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากขึ้น ทำให้การแข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินราคาประหยัดสูงกว่ากลุ่มสายการบินเต็มรูปแบบ



ที่มา: กรมการบินพลเรือน

หมายเหตุ : สัดส่วนการตลาดคำนวณจากจำนวนผู้โดยสารในประเทศของแต่ละสายการบิน



สายการบินนกแอร์เป็นสายการบินที่มีส่วนแบ่งตลาดในตลาดสายการบินราคาประหยัดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา โดยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มจากร้อยละ 34.935.4 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 41.043.4 ในปี 2555 เนื่องจากการเปิดเส้นทางการบินในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และปัจจุบันเป็นสายการบินราคาประหยัดที่ให้บริการครอบคลุมจำนวนเส้นทางมากที่สุดภายในประเทศ

ส่วนสายการบินแอร์เอเชียยังคงสถานะผู้นำตลาดในสายการบินราคาประหยัด ด้วยกลยุทธ์การขายตั๋วโดยสารราคาถูก โดยมีส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างคงที่ ในขณะที่สายการบินโอเรียนท์ไทยได้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดในเส้นทางการบินภายในประเทศในส่วนของสายการบินราคาประหยัดจากร้อยละ 14.013.9 ในปี 2553 เหลือร้อยละ 7.97.1 ในปี 2555

เส้นทางการบินภายในประเทศ

เส้นทางการบินภายในประเทศแบ่งเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ เส้นทางการบินที่มีผู้โดยสารมากกว่า 300,000 คนต่อปี หรือเส้นทางการบินหลัก เส้นทางการบินที่มีผู้โดยสารระหว่าง 50,000 – 300,000 คนต่อปี หรือเส้นทางการบินรอง และเส้นทางการบินที่มีผู้โดยสารน้อยกว่า 50,000 คนต่อปี หรือเส้นทางการบินย่อย โดยรายละเอียดของเที่ยวบินและผู้ให้บริการสายการบินในประเทศ 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 – กระบี่	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 ไทยสมายล์ และบางกอกแอร์เวย์ ให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ขณะที่ นกแอร์ แอร์เอเชีย และโอเรียนท์ไทย ให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

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

อย่างไรก็ตาม เส้นทางการบินหลักบางเส้นทาง เช่น กรุงเทพฯ – ขอนแก่น มีผู้ให้บริการเพียงรายเดียวได้แก่ การบินไทย เนื่องจากเป็นเส้นทางที่มีระยะทางค่อนข้างใกล้จึงอาจไม่คุ้มค่าสำหรับสายการบินราคาประหยัดใน



การใช้เครื่องบินเจ็ท อีกทั้งสายการบินราคาประหยัดยังมีบริการในเส้นทางอันไกลเคียงคือ อุดรธานี ซึ่งเป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่กว่าเมื่อเทียบกับจังหวัดใกล้เคียงคือจังหวัดขอนแก่น

ในส่วนของเส้นทางการบิน กรุงเทพฯ – สมุย ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ มีเพียงการบินไทยและสายการบินบางกอกแอร์เวย์ที่ให้บริการในเส้นทางนี้ ทั้งนี้ สายการบินบางกอกแอร์เวย์เป็นผู้ที่ให้บริการเที่ยวบินมากที่สุด เนื่องจาก บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของสายการบินบางกอกแอร์เวย์และท่าอากาศยานนานาชาติสมุย จึงมีความเปรียบเทียบในการแข่งขันด้วยราคาตั๋วโดยสารที่ดีกว่าสายการบินอื่นๆ

เส้นทางการบินสายรอง*	จำนวนเที่ยวบินต่อ 1 สัปดาห์				
	สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ		สายการบินราคาประหยัด		
					
เชียงใหม่ – แม่ฮ่องสอน	-	-	28	-	-
กรุงเทพฯ – ตรัง	-	-	14	21	-
กรุงเทพฯ – พิษณุโลก	-	-	28	-	-
กรุงเทพฯ – นราธิวาส	-	-	-	7	-
สมุย – ภูเก็ต	-	28	-	-	-

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

สำหรับเส้นทางการบินสายรองจะเห็นได้ว่าเป็นเส้นทางที่สายการบินราคาประหยัดเป็นผู้ขับเคลื่อนเป็นหลัก เนื่องจากเส้นทางการบินสายรองส่วนใหญ่เป็นเส้นทางที่มีระยะทางสั้นกว่าเส้นทางการบินสายหลัก การใช้เครื่องบินใหญ่มาให้บริการอาจไม่คุ้มต้นทุน ดังนั้น สายการบินราคาประหยัดซึ่งมีลักษณะฝูงบินที่เอื้อต่อการให้บริการในเส้นทางที่มีระยะทางสั้นกว่าจึงมีข้อได้เปรียบสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในการจับจองตลาดส่วนนี้ ทำให้สายการบินนกแอร์และสายการบินแอร์เอเชีย จึงเป็นผู้นำในตลาดเส้นทางการบินรอง

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



เส้นทางการบินสายย่อย*	จำนวนเที่ยวบินต่อ 1 สัปดาห์				
	สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ		สายการบินราคาประหยัด		
					
กรุงเทพฯ – ร้อยเอ็ด	-	-	14	-	-
เชียงใหม่ – แม่สอด	-	-	7	-	-
เชียงใหม่ – หาดใหญ่	-	-	7	7	-
<u>กรุงเทพฯ – ตรัง</u>	<u>-</u>	<u>14</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
<u>กรุงเทพฯ – สุโขทัย</u>	<u>-</u>	<u>14</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
<u>กระบี่ – สมุย</u>	<u>-</u>	<u>7</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>

ที่มา: *Website บริษัท ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2556 โดยการบินไทย ไทยสมายล์ และบางกอกแอร์เวย์ให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ขณะที่ นกแอร์ แอร์เอเชีย และโอเรียนท์ไทย ให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง [\(เพิ่มเติมข้อมูลตามกรมการขนส่งทางบก\)](#)

สายการบินที่ให้บริการในเส้นทางการบินย่อยส่วนใหญ่เป็นสายการบินราคาประหยัด ด้วยเหตุผลที่คล้ายคลึงกับการให้บริการในเส้นทางการบินสายรอง ทั้งนี้ สายการบินนกแอร์เป็นสายการบินที่เปิดให้มีเส้นทางการบินและเที่ยวบินมากที่สุด เนื่องจากมีเครื่องบินเล็กที่เหมาะสมกับความต้องการเดินทางในเส้นทางสายย่อย

3.6.4 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในอนาคต

การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินมีการขยายตัวและเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงศตวรรษที่ผ่านมา นั้น ยังคงมีแนวโน้มที่สดใสในอนาคต อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการบินเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ทางมหภาคค่อนข้างมาก ดังนั้น ปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ จึงเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบินในอนาคต ทั้งด้านบวกและลบ

เศรษฐกิจโลก

อุตสาหกรรมการบินเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์และแปรผันตามเศรษฐกิจโลก ดังนั้น ทิศทางและแนวโน้มการเติบโตหรือถดถอยของเศรษฐกิจโลก จึงส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบินอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังจะเห็นได้จากการเติบโตและฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (2553 - 2555) ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินมีการขยายตัวต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว อุตสาหกรรมการบินและการขนส่งทางอากาศอาจเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และรายได้เฉลี่ยต่อคน

ระดับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศนับเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างเด่นชัดกับการเดินทางทางอากาศต่อคน กล่าวคือ หากประเทศใดมีระดับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อคนสูง ก็จะส่งผลให้การเดินทางทางอากาศต่อคนของประเทศนั้น ๆ สูงตามไปด้วย แต่หากประเทศใดมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อคนต่ำ การเดินทางทางอากาศต่อคนของประเทศก็จะอยู่ในอัตราที่ต่ำตามไปด้วย จากการสำรวจ ประเทศไทยมีแนวโน้มในการเดินทางทางอากาศที่มีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่สูงกว่าประเทศอื่นที่มีระดับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศใกล้เคียงกัน เหตุผลส่วนหนึ่งมาจากการที่ประเทศไทยมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง อีกทั้ง มีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่อยู่ใจกลางประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคส่งผลให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศ นอกจากนี้ การขนส่งทางบกของประเทศไทยยังมีช่องว่างในการพัฒนาในอนาคตอีกมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ประเทศอื่น เช่น เกาหลีใต้และญี่ปุ่น จึงส่งผลให้การคมนาคมทางอากาศเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับประชาชนมากยิ่งขึ้น

การเติบโตของการเดินทางเพื่อธุรกิจ

สืบเนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ความต้องการในการเดินทางเพื่อเหตุผลทางธุรกิจจึงมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความร่วมมือทางอาเซียนจะเข้ามามีบทบาทในความร่วมมือทางธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญมากขึ้น การเดินทางทางอากาศซึ่งเป็นทางเลือกในการเดินทางที่มีความรวดเร็วและสะดวกสบายที่สุดจึงเป็นช่องทางที่น่าจับตามอง ด้วยเหตุผลนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมธุรกิจการบินต่าง ๆ จึงมีแนวโน้มในการเพิ่มปริมาณฝูงบินเพื่อตอบสนองความต้องการในการเดินทางเพื่อธุรกิจ

การขยายตัวของประชากรและเมืองใหม่

รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่งจัดทำโดย Daniel Stewart & Company ร่วมกับ Clarkson Capital Market กล่าวว่าแนวโน้มปัจจัยการขยายตัวของเมืองใหม่ยังคงเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากยังคงมีการประมาณการณ์ถึงการเพิ่มขึ้นของเมืองใหม่และท่าอากาศยานรองว่าจะยังมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ประชากรที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการมีรายได้หลังค่าจ้างที่เพิ่มขึ้นยังเป็นอีกเหตุผลหลักที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีอนาคตอันสดใสอีกด้วย

ลักษณะที่ตั้งทางภูมิศาสตร์

ความได้เปรียบเชิงที่ตั้งภูมิศาสตร์ยังคงเป็นปัจจัยที่จะขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก อย่างต่อเนื่องเนื่องจากการที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ถูกกำหนดโดยทะเลและมหาสมุทรซึ่งแตกต่างจากภูมิศาสตร์ในภูมิภาคยุโรปส่งผลทำให้การเดินทางทางบกและทางน้ำเป็นทางเลือกที่ไม่สะดวกสบายเท่ากับการเดินทางทางอากาศ นอกจากนี้ การลดลงอย่างต่อเนื่องของราคาค่าโดยสารเนื่องจากประสิทธิภาพเครื่องบินที่ดีขึ้นและต้นทุนการบินที่ต่ำลงยังส่งเสริมให้การเดินทางทางอากาศเป็นทางเลือกที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับทางเลือกการเดินทางอื่น

การเปิดน่านฟ้าเสรี

ความร่วมมือทางอาเซียน (ASEAN) ส่งผลให้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคต่าง ๆ ร่วมมือกันพัฒนาประสิทธิภาพในการรองรับผู้โดยสารมากขึ้นโดยการทำสัญญาการขนส่งทางอากาศ รวมถึงการพัฒนาขยายท่าอากาศยาน ขณะนี้ประเทศที่ประกาศใช้มาตรการการเปิดน่านฟ้าเสรีในภูมิภาคได้แก่ ประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศจีน โดยมีการอนุญาตให้สายการบินต่าง ๆ สามารถดำเนินธุรกิจอย่างเสรี ส่งผลกระตุ้นให้ประชากรเดินทางในอัตราที่เพิ่มมากขึ้น การเปิดเสรีภาพทางอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคอาเซียน (The ASEAN Single Market Aviation – SAM) มีเป้าหมายในการเปิดเสรีอย่างเต็มรูปแบบสำหรับประเทศสมาชิกในกลุ่มเพื่อให้ภูมิภาคสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมการค้าและการบริการระหว่างประเทศสมาชิกโดยเป้าหมายการเปิดเสรีแบบเต็มรูปแบบคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2558

การพัฒนาของสายการบินราคาประหยัด

ความสำเร็จในการก่อตั้งและดำเนินธุรกิจสายการบินราคาประหยัดในทวีปอเมริกาและยุโรปส่งผลไปสู่การเริ่มต้นของสายการบินราคาประหยัดในประเทศต่าง ๆ ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาการพัฒนาของสายการบินราคาประหยัดเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในเอเชียแปซิฟิก ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ของ CAPA ในส่วนของข้อมูลของสายการบินต่าง ๆ พบว่าส่วนแบ่ง



ตลาดของสายการบินราคาประหยัดเมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.1 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 19.1 ในปี 2554 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของสายการบินราคาประหยัดจึงมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในอนาคต

ราคาน้ำมัน

ความผันผวนของราคาน้ำมันและความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อตรงต่อธุรกิจการบิน เนื่องจากน้ำมันถือเป็นวัตถุดิบหลักในการดำเนินธุรกิจการบิน การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันจะส่งผลให้ราคาค่าตัวโดยสารเพิ่มขึ้นตามอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ส่งผลให้ทางเลือกในการเดินทางทางอากาศอาจมีความน่าสนใจลดลงซึ่งนำไปสู่การชะลอตัวของการเติบโตในอุตสาหกรรมการบิน

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

ภัยธรรมชาติและภัยที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ต่าง ๆ เช่นเหตุการณ์พายุที่รุนแรง ภูเขาไฟระเบิด อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นใจทางด้านความปลอดภัยของนักเดินทาง ทำให้ความต้องการในการเดินทางทางอากาศลดลงซึ่งอาจส่งผลให้การเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในอนาคตเกิดการชะลอตัวได้

ความสามารถในการรองรับผู้โดยสารของท่าอากาศยานต่าง ๆ

ขีดจำกัดทางด้านความสามารถในการรองรับผู้โดยสารของท่าอากาศยานเป็นปัจจัยหนึ่งที่อาจส่งผลกระทบต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินชะลอตัวได้ โดยในปัจจุบันมีท่าอากาศยานหลายแห่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้นให้บริการเกินจำนวนขีดความสามารถที่สามารถรองรับได้อยู่แล้วเช่นท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่มีอัตราการให้บริการอยู่ที่ร้อยละ 116.4 และเนื่องจากการขยายและต่อเติมท่าอากาศยานหลักหรือการสร้างท่าอากาศยานรองรับเพิ่มเติมนั้นไม่สามารถทำได้ทันที ช่วงระยะเวลาในการต่อเติมอาจส่งผลกระทบให้การเติบโตของธุรกิจการบินชะลอตัวได้ถึงแม้จะเป็นการชะลอตัวอย่างชั่วคราวก็ตาม

การพัฒนาของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร

การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเป็นการเพิ่มทางเลือกในการติดต่อสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางธุรกิจซึ่งถือได้ว่าเป็นคู่แข่งทางอ้อมของการเดินทางทางธุรกิจ ดังนั้นการพัฒนาของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเช่นวิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์อาจส่งผลให้ความต้องการทางการเดินทางเพื่อธุรกิจโดยสายการบินลดน้อยลง

3.7 นโยบายการตลาด

3.7.1 การสร้างมูลค่าในตราผลิตภัณฑ์ (Brand)

การดำเนินแผนการตลาดของบริษัทตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้ให้ความสำคัญที่ความมีเสน่ห์แบบไทย ภายใต้ตราผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ "นกแอร์" ซึ่งเป็นชื่อสั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ สื่อถึงความเป็นมิตร และเป็นสัญลักษณ์แห่งมิตรภาพแห่งการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นชื่อที่ตอกย้ำความเป็นไทยอย่างแท้จริง บริษัทมีเป้าหมายที่จะสร้างชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่แพร่หลายในด้านการให้บริการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพในราคาที่เหมาะสมพร้อมกับสร้างรอยยิ้มให้กับผู้โดยสารตลอดเส้นทางเดินทาง บริษัทได้โฆษณาดำเนินกิจกรรมทางการตลาดภายใต้สโลแกน "ทุกเที่ยวบินมีรอยยิ้ม" หรือ "We Fly Smiles" ในสื่อโฆษณาหลายรูปแบบทั้งในสื่อทางโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ นอกจากนี้ เพื่อเป็นการเน้นย้ำในตราผลิตภัณฑ์ให้เด่นชัด บริษัทได้ใช้แนวความคิดเรื่องชื่อของ "นก" ในการตั้งชื่อของเครื่องบิน รวมทั้งสร้างลายบนลำตัวเครื่องบินให้

สอดคล้องกับชื่อเหล่านั้น อาทิเช่น นกยัมหวาน นกยักษ์ นกอมยิ้ม นกนางฟ้า นกฟลามิงโก นกสไล นกการ์ตูน นกไบเตย นกเขียวหวาน เป็นต้น

บริษัทยังมุ่งเน้นภาพลักษณ์ในฐานะเป็นสายการบินที่เป็นผู้นำในการเสนอนวัตกรรมต่างๆ ที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร อาทิ การพัฒนาระบบการสำรองที่นั่งและการชำระเงินให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก ผู้โดยสารสามารถทำการจองด้วยตนเองผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน เคาน์เตอร์เซอร์วิส และผ่านทางแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application) สำหรับช่องทางการชำระเงิน บริษัทมีช่องทางที่มีความหลากหลาย ด้วยแนวความคิดที่ทำให้ลูกค้าสามารถชำระเงินที่ไหนก็ได้ เช่น การชำระเงินผ่านตู้เอทีเอ็ม การชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสที่อยู่ภายในร้านเซเว่น-อีเลเว่นหรือตั้งเฉพาะจุด (Stand Alone) ซึ่งมีจุดบริการทั่วประเทศได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ นกแอร์ยังอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางที่ไม่มีท่าอากาศยานบริการหรือไม่มีเที่ยวบินของนกแอร์ โดยนกแอร์เป็นสายการบินแรกของโลกที่ให้บริการการเดินทางเชื่อมต่อแก่ผู้โดยสาร โดยเพิ่มบริการในส่วนของการโดยสาร (Fly 'n' Ride) หรือเรือเฟอร์รี่ (Fly 'n' Ferry) โดยการจองตั๋วเพียงครั้งเดียวสู่จุดหมาย เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะมุก เกาะไหวงษ์ เวียงจันทร์ ปันัง 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 การออกบูธขายตั๋วโดยสารราคาพิเศษในงานบริการท่องเที่ยวต่างๆ ปีละ 8-10 ครั้ง บริษัทยังเน้นกิจกรรมทางการตลาดที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าตระหนักถึงตราผลิตภัณฑ์ (Brand Awareness) โดยเข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรมทั้งในระดับท้องถิ่น (Local Marketing) และระดับประเทศ ซึ่งเป็นการทำให้แบรนด์ของบริษัทเป็นที่รู้จักต่อสาธารณชนได้อย่างรวดเร็ว สำหรับกิจกรรมทางการตลาดในระดับท้องถิ่น บริษัทเน้นให้การสนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรมประจำท้องถิ่นหรือชุมชนต่างๆ ที่บริษัทเปิดเส้นทางการบิน เพื่อสร้างความกลมกลืนกับคนในท้องถิ่น และเพื่อให้ตราผลิตภัณฑ์ของนกแอร์เข้าถึงการรับรู้ของกลุ่มลูกค้าในระดับท้องถิ่น เช่น งานวันเด็ก งานลอยกระทง งานบุญเดือนสิบ งานผีตาโขน เป็นต้น ส่วนงานระดับประเทศ บริษัทได้มีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมที่มีต่อสาธารณชนในวงกว้าง เช่น การเป็นสปอนเซอร์งานคอนเสิร์ต งานแฟชั่นโชว์ เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทได้จัดสรรงบประมาณในอัตราประมาณร้อยละ 2 ของรายได้ สำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด

บริษัทยังมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการ ได้แก่ การช่วยเหลือด้านการขนส่งผู้ประสบภัยสึนามิในจังหวัดแถบอันดามันเมื่อปี 2547 โครงการ “Nok Give Life” ซึ่งนกแอร์จำหน่ายพวงกุญแจที่ระลึกเพื่อนำรายได้ไปสนับสนุน “มูลนิธิเด็กโรคหัวใจ” ในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนการขนส่งสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยทั่วประเทศในช่วงปี 2553-2554 เป็นต้น



การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

เพื่อเป็นการสร้างชื่อทางการค้าของนกแอร์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างภายในประเทศและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย บริษัทได้เลือกใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ เป็นต้น ผสมผสานไปกับกิจกรรมการตลาดอื่น ๆ เพื่อให้การส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ เพราะสามารถกระตุ้นรายได้ในช่วงเวลาที่อุปสงค์การเดินทางอยู่ในระดับต่ำ บริษัทได้มีการวางแผนการส่งเสริมการขายในระยะยาว โดยใช้ข้อมูลสถิติผู้โดยสารในอดีต รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่าง ๆ เพื่อมาประมาณการความต้องการของผู้โดยสาร และจัดสรรที่นั่งราคาพิเศษสำหรับเที่ยวบินที่มีความต้องการต่ำออกมาทำโปรโมชั่น โดยบริษัทจะออกโปรโมชั่นใหญ่ค่าโดยสารราคาพิเศษประมาณปีละ 10 ครั้ง ซึ่งมีเงื่อนไขการสำรองที่นั่งล่วงหน้าตั้งแต่ประมาณ 2 สัปดาห์ หรือ 1 เดือนขึ้นไป โปรโมชั่นดังกล่าวจะช่วยดึงดูดลูกค้าที่มีความอ่อนไหวต่อราคาที่สูงให้มาใช้บริการของนกแอร์ และเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับเที่ยวบินที่คาดว่าจะมีอัตราการขนส่งผู้โดยสารต่ำ นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนการส่งเสริมการขายในระยะสั้น ซึ่งจะดำเนินการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้นเพื่อเป็นโอกาสในการกระตุ้นยอดขายของเที่ยวบินที่มียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น แผนการส่งเสริมการขาย “Midnight sale” ที่มีการเสนอราคาพิเศษโดยผู้โดยสารในอัตราพิเศษสำหรับการจองในช่วงเวลา 18:00 น. ถึง 08:00 น. ของวันถัดไป ภายในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อกระตุ้นระดับอุปสงค์ในเส้นทางการบินหรือช่วงเวลาบินที่ได้รับความนิยมน้อยกว่าปกติ

3.7.3 การรักษาลูกค้าประจำโครงการนกแฟนคลับ (Nok Fan Club)

บริษัทมีกลยุทธ์ในการสร้างและการรักษาลูกค้าประจำให้กลับมาใช้บริการนกแอร์อย่างต่อเนื่องในระยะยาว บริษัทจึงได้ก่อตั้งโครงการสมาชิกนกแฟนคลับขึ้นในปี 2551 เพื่อตอบแทนกลุ่มสมาชิกที่มีการเดินทางกับนกแอร์เป็นประจำให้ได้รับบริการและสิทธิประโยชน์พิเศษที่แตกต่างจากผู้โดยสารทั่วไป สิทธิประโยชน์หลักของโครงการ คือการสะสมคะแนนจากค่าบัตรโดยสารเพื่อแลกเที่ยวบินฟรี และของรางวัลอื่นๆ สมาชิกนกแฟนคลับยังได้รับข่าวสารต่างๆ ของนกแอร์เป็นประจำ ข่าวสารเกี่ยวกับโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษในการซื้อบัตรโดยสารลดราคาก่อนลูกค้าทั่วไป

สมาชิกนกแฟนคลับแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) นกสไมล์ เป็นสมาชิกระดับแรก ซึ่งลูกค้าทุกคนสามารถสมัครได้โดยเสียค่าสมาชิกแรกเข้า 200 บาท มีอายุสมาชิก 2 ปี โดยจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อาทิ ได้รับน้ำหนักสัมภาระลงทะเบียนเพิ่มอีก 5 กิโลกรัม จากเงื่อนไขตัวโดยสารที่ซื้อ บริการเช็คอินทางโทรศัพท์ (Nok Call Home) และ (2) นกสไมล์พลัส เป็นสมาชิกที่ได้รับการเชิญจากบริษัท โดยการคัดเลือกจากกลุ่มลูกค้าที่มีการเดินทางกับนกแอร์ไม่ต่ำกว่า 35 เที่ยวบินต่อปี สิทธิประโยชน์ของนกสไมล์พลัส ได้แก่ เลื่อนชั้นบัตรโดยสารเป็นชั้นนกพลัสทันทีที่มีที่นั่งชั้นนกพลัสว่างในเที่ยวบินที่โดยสาร ได้รับน้ำหนักสัมภาระลงทะเบียนเพิ่มอีก 10 กิโลกรัม จากเงื่อนไขตัวโดยสารที่ซื้อ ส่วนสิทธิประโยชน์อื่นๆ ได้รับเช่นเดียวกับสมาชิกรุ่นนกสไมล์

3.8 ลักษณะลูกค้า

ระหว่างปี 2553 – 2555 บริษัทให้บริการผู้โดยสารจำนวน 2.21 – 4.12 ล้านคน สำหรับไตรมาส 1 ปี 2556 บริษัทให้บริการขนส่งผู้โดยสารทั้งสิ้น 1.413 คน ซึ่งระหว่างปี 2553 – 2555 และไตรมาส 1 ปี 2556 ังคิเป็นบริษัทที่มีอัตราการขนส่งผู้โดยสาร (Cabin Factor) ที่ร้อยละ 80.3 – 87.64-2 โดยผู้โดยสารของบริษัทอาจพิจารณาแบ่งออกได้เป็น 3ประเภทหลักตามจุดประสงค์การเดินทางได้ดังต่อไปนี้



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

ที่มา: บริษัท

การติดต่อธุรกิจและราชการ

บริษัทมีผู้โดยสารเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจหรือราชการประมาณร้อยละ 38.0 – 39.0 ผู้โดยสารประเภทดังกล่าวมีลักษณะการเดินทางอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี อีกทั้งยังต้องการความยืดหยุ่นและความสะดวกสบายในการเดินทางที่สูง (Travel Convenience) โดยผู้โดยสารกลุ่มดังกล่าวส่วนมากจะมีความอ่อนไหวของราคาต่ำสุด (Price Insensitive) หรือพร้อมที่จะจ่ายค่าโดยสารในอัตราที่สูงขึ้นเล็กน้อย เพื่อแลกกับความสะดวกสบายในการเดินทาง เนื่องจากกลุ่มผู้โดยสารดังกล่าวส่วนใหญ่สามารถเบิกค่าโดยสารกับบริษัทหรือหน่วยงานต้นสังกัดได้

การท่องเที่ยว

บริษัทมีผู้โดยสารเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 31.0 – 34.0 ผู้โดยสารประเภทดังกล่าวส่วนมากจะเลือกเดินทางช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ และมีการสำรองที่นั่งล่วงหน้าเป็นเวลานานเพื่อให้ได้ราคาต่ำที่สุด ผู้โดยสารกลุ่มดังกล่าวจะมีลักษณะตรงกันข้ามกับกลุ่มนักธุรกิจหรือราชการ โดยให้ความสำคัญกับราคาค่าโดยสารเป็นหลัก และให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางไม่มากนัก

การเยี่ยมญาติ

บริษัทมีผู้โดยสารเดินทางเพื่อการเยี่ยมญาติพี่น้องจำนวน ประมาณร้อยละ 21.0 – 24.0 ผู้โดยสารประเภทดังกล่าวจะเดินทางตลอดทั้งปี แต่จะไม่ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางที่สูงเช่นเดียวกับผู้โดยสารที่เดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือราชการ อีกทั้งผู้โดยสารกลุ่มดังกล่าวมีความอ่อนไหวของราคาต่ำสูงกว่าผู้โดยสารที่ต้องเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือราชการ

3.9 ช่องทางการจัดจำหน่ายและชำระเงิน

เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้าในการสำรองที่นั่งและชำระเงินค่าบัตรโดยสาร บริษัทได้มุ่งมั่นในการพัฒนาช่องทางการสำรองที่นั่งและชำระเงินผ่านช่องทางต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อครอบคลุมทุกความต้องการของกลุ่มลูกค้าของบริษัท สายการบินบินนกแอร์จัดเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมการบินในการเสนอช่องทางจำหน่ายและชำระเงินรูปแบบใหม่เสมอมา 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 (รวมถึง แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่) ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน ตัวแทนจำหน่าย และเคาน์เตอร์เซอร์วิส โดยเว็บไซต์และช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการสำรองที่นั่งที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากมีความสะดวก ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา และไม่มีค่าบริการในการสำรองที่นั่ง นอกจากนี้บริษัท ยังมีช่องทางการสำรองที่นั่งเฉพาะสำหรับลูกค้าที่เดินทางเป็นหมู่คณะ ลูกค้าองค์กร และลูกค้าสมาชิกรัฐสภา

ตารางแสดงสัดส่วนการสำรองที่นั่งผ่านช่องทางต่างๆ

หน่วย: ล้านบาท

	2553	2554	2555	ไตรมาส 1 ปี 2556
เว็บไซต์และอิเล็กทรอนิกส์	44.5	48.1	52.5	<u>61.2</u>
ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์	18.8	15.2	14.2	<u>11.3</u>
เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน	17.8	16.2	11.9	<u>11.3</u>
ตัวแทนจำหน่าย	16.2	15.0	16.6	<u>11.1</u>
อื่นๆ*	2.7	5.5	4.8	<u>5.1</u>
รวม	100.0	100.0	100.0	<u>100.0</u>

หมายเหตุ: *ช่องทางการสำรองที่นั่งอื่นๆ รวมถึงการจองผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส การจองผ่านลูกค้าองค์กร และการจัดจำหน่ายตามการจัดแสดงงานต่างๆ

การจองผ่านทางเว็บไซต์ และช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

บริษัทจำหน่ายบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 44.5 – ~~52.5~~ 61.2 ระหว่างปี 2553 - 2555 และ ไตรมาส 1 ปี 2556 โดยผู้โดยสารสามารถสำรองตั๋วโดยสารผ่านทาง www.nokair.com และ www.nokfanclub.com หรือเว็บไซต์บนมือถือ m.nokair.com โดยการสำรองที่นั่งผ่านทางเว็บไซต์เป็นช่องทางที่ครบวงจรและสะดวกต่อการใช้งานมากที่สุด โดยมีการให้บริการตั้งแต่การตรวจสอบเส้นทางการบินและตารางการบิน การสำรองที่นั่ง การเช็คอิน การเลือกซื้อบริการเสริม รวมถึงการสำรองบริการเชื่อมต่อ นอกจากนี้ อีกช่องทางที่สำคัญในการสำรองที่นั่งและเช็คอิน คือ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (Application on Smart phone) ซึ่งบริษัทเป็นผู้ให้บริการสายการบินเพียงไม่กี่รายที่พัฒนาระบบนี้ขึ้นมา เพื่อรองรับการใช้งานที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วของโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า

ทั้งนี้การสำรองที่นั่งผ่านอินเทอร์เน็ตจัดเป็นช่องทางที่มีต้นทุนการให้บริการต่ำที่สุด เนื่องจากไม่มีค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานเพื่อทำการสำรองที่นั่ง การเช็คอินทางเว็บไซต์หรือโทรศัพท์มือถือ จะช่วยลดเวลาและปริมาณผู้โดยสารที่ต่อแถวเช็คอินที่ท่าอากาศยานลง ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงเรื่องความล่าช้าของเที่ยวบิน บริษัทคาดว่า ช่องทางการขายผ่านอินเทอร์เน็ตจะยังคงเป็นช่องทางการจำหน่ายหลัก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การจองผ่านศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์

สำหรับลูกค้าทั่วไป สามารถสำรองที่นั่งผ่านศูนย์บริการลูกค้าของบริษัทหมายเลข 1318 ได้ทุกวันตั้งแต่เวลา 8:00 น. ถึง 21:00 น. ส่วนหมายเลขสำหรับนกแฟนคลับ ให้บริการ 24 ชั่วโมง จัดเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว ระหว่างปี 2553 – ไตรมาส 1 ปี 2556 ~~2555~~ บริษัทมีรายได้จากการจองซื้อผ่าน Call Center คิดเป็นร้อยละ 11.3 ~~14.2~~ - 18.8 ถึงแม้ว่า การขายผ่านทางศูนย์บริการลูกค้าจะยังมีสัดส่วนที่น้อย แต่ก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางให้ลูกค้าได้โดยสอบถามข้อมูล และส่งผ่านข้อร้องเรียนมายังบริษัท ซึ่งถือเป็นช่องทางสำคัญในการติดต่อกับลูกค้า



การจำหน่ายผ่านเคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน

บริษัทให้บริการสำรองที่นั่งที่ท่าอากาศยานทุกแห่งที่ทำการบิน และมีเคาน์เตอร์นอกท่าอากาศยาน รวม ณ ~~สิ้นปี 2555~~วันที่ 31 มีนาคม 2556 บริษัทมีสำนักงานขายทั้งสิ้น 21 แห่ง ได้แก่ เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน 20 แห่ง และอื่นๆ 1 แห่ง ระหว่างปี 2553 – ~~2555~~ไตรมาส 1 ปี 2556 บริษัท~~ฯ~~มีรายได้จำหน่ายผ่านทางเคาน์เตอร์ท่าอากาศยานคิดเป็นร้อยละ~~11.9-3~~ - 17.8

ในปี 2555 บริษัทได้เริ่มบริการ “Nok Dude & Nok Babe” ขึ้น เป็นการเพิ่มช่องทางการสำรองที่นั่งที่ท่าอากาศยาน ซึ่งจะช่วยลดเวลาในการต่อแถวที่เคาน์เตอร์ท่าอากาศยาน และเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า โดยพนักงานภายใต้ชื่อ “Nok Dude” และ “Nok Babe” ปัจจุบันพร้อมให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง โดยพนักงานจะคอยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้โดยสารที่กำลังจะเดินทาง โดยสามารถเช็คอินผ่าน Tablet ได้ทันที ผู้โดยสารจึงไม่ต้องไปต่อแถวที่หน้าเคาน์เตอร์ นอกจากนี้ยังสามารถทำการสำรองที่นั่งโดยชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และระบุที่นั่งล่วงหน้า ทำให้การสำรองที่นั่งและเช็คอินเป็นไปด้วยความรวดเร็ว

การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย

ผู้โดยสารสามารถจองซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางตัวแทนจำหน่ายที่จดทะเบียนกับบริษัทได้ทั่วประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง ณ วันที่ 31 ~~ธันวาคม 2555~~มีนาคม 2556 มีทั้งสิ้น 1,256 ราย โดยการจองซื้อผ่านทางตัวแทนจำหน่ายจะเหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ไม่สะดวกที่จะเข้าถึงการใช้งานทางอินเทอร์เน็ต และศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ อัตราค่าโดยสารสำหรับลูกค้าที่จองซื้อตั๋วโดยสารผ่านตัวแทนจำหน่าย จะเป็นอัตราเดียวกันกับการจองซื้อผ่านช่องทางอื่นๆ โดยบริษัทมีนโยบายให้ส่วนแบ่งการขาย (Commission Fee) แก่ตัวแทนจำหน่าย สำหรับการจำหน่ายตั๋วประเภทนกเปลี่ยนได้ (Nok Flexi) และนกพลัส (Nok Plus) ระหว่างปี 2553 – 2555 ~~และ~~ไตรมาส 1 ปี 2556 บริษัทมีรายได้จำหน่ายผ่านช่องทางตัวแทนจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ~~11.1-16.6~~

การจำหน่ายผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส

บริษัทได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส รวมถึงร้านสะดวกซื้อเพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการจองซื้อและชำระเงินให้กับผู้โดยสาร ผู้โดยสารสามารถจองซื้อผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทั้งหมดในประเทศไทย และเคาน์เตอร์เซอร์วิสที่เป็นแบบ Stand Alone โดย ณ วันที่ 31 ~~ธันวาคม 2555~~มีนาคม 2556 มีเคาน์เตอร์เซอร์วิสที่ให้บริการจำหน่ายตั๋วทั่วประเทศไทยทั้งสิ้นกว่า 8,000 สาขา การเปิดช่องทางการจำหน่ายดังกล่าว ทำให้บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายบัตรโดยสารที่มากขึ้นและครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า

การจำหน่ายผ่านช่องทางอื่นๆ

บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายตั๋วโดยสารผ่านช่องทางอื่นๆ ซึ่งมีใช้ช่องทางประจำ ได้แก่ การขายผ่านการออกบูธตามการจัดแสดงงานต่างๆ อาทิ งานไทยเที่ยวไทย การจัดงานโปรโมชั่นในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น โดยช่องทางดังกล่าว อาจไม่ใช่ช่องทางการขายโดยตรง แต่เป็นการสนับสนุนกิจกรรมการตลาดของบริษัท เพื่อประชาสัมพันธ์บริษัท ตลอดจนการแนะนำผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆของบริษัท



ตารางแสดงช่องทางการจัดจำหน่ายและช่องทางการชำระเงิน

ช่องทางการจัดจำหน่าย/ ช่องทางการชำระเงิน	เว็บไซต์	ศูนย์บริการ ลูกค้าทาง โทรศัพท์	เคาน์เตอร์ ท่าอากาศยาน	ตัวแทน จำหน่าย	เคาน์เตอร์ เซอร์วิส
1. เงินสด	✗	✗	✓	✓	✓
2. บัตรเครดิต	✓	✓	✓	✓	✗
3. ตู้เอทีเอ็ม	✓	✓	✗	✗	✗
4. เคาน์เตอร์เซอร์วิส	✓	✓	✗	✗	✓
5. โดเร็กเดบิต (เฉพาะ ธ.ไทยพาณิชย์)	✓	✗	✗	✗	✗

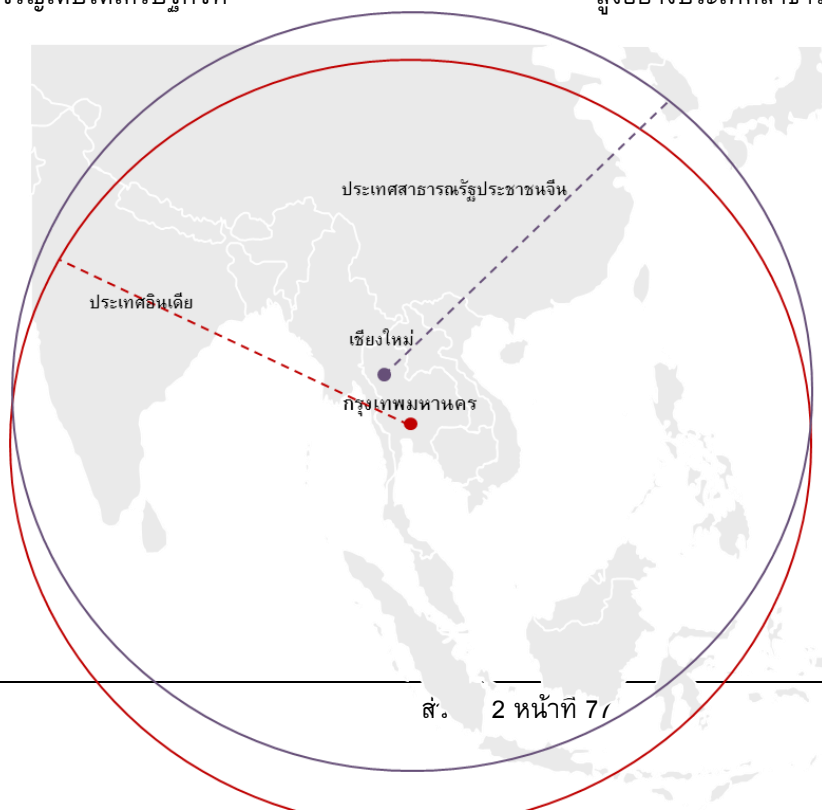
ส่วนช่องทางการชำระเงิน ผู้โดยสารทั่วไปสามารถชำระด้วยบัตรเครดิต ซึ่งลูกค้านิยมมากที่สุดเนื่องจากมีความสะดวก รองลงมาเป็น การชำระด้วยเงินสด ชำระที่ตู้เอทีเอ็ม (ปัจจุบันได้แก่ ธ.ไทยพาณิชย์ ธ.กรุงไทย ธ.กรุงเทพ ธ.ทหารไทย ธ.กรุงศรีอยุธยา) ชำระที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส นอกจากนี้กลุ่มลูกค้าที่เดินทางเป็นหมู่คณะ ลูกค้าองค์กร และลูกค้าสมาชิกรัฐสภา จะมีเงื่อนไขการชำระเงินที่แตกต่างออกไปตามที่ตกลงกันไว้

3.10 การดำเนินงานของบริษัท

ปัจจุบัน บริษัทให้บริการขนส่งผู้โดยสารโดยมีฐานปฏิบัติการบินหลักที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และศูนย์ปฏิบัติการบินย่อยที่ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ เพื่อบินเส้นทางภายในภาคเหนือ และระหว่างภูมิภาค ที่ฐานการบินหลักดอนเมืองประกอบด้วยหน่วยงานหลักได้แก่ ศูนย์นักบินและลูกเรือ ฝ่ายปฏิบัติการบิน ฝ่ายซ่อมบำรุงเครื่องบิน ฝ่ายบริการลูกค้า ส่วนการเติมน้ำมันเชื้อเพลิง ส่วนมากจะกระทำที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง เนื่องจากมีต้นทุนน้ำมันต่ำที่สุด ส่วนที่ท่าอากาศยานภูมิภาคจะเป็นการเติมเพิ่มเติมเป็นบางครั้งตามมาตรฐานความปลอดภัยเท่านั้น

โดยหากทำการบินจากศูนย์การปฏิบัติการบินทั้งสองของบริษัทโดยใช้เครื่องบินรุ่นโบอิง 737 ของบริษัทซึ่งสามารถบินได้ไกลสูงสุดถึง 3,500 กิโลเมตร หรือติดต่อกันนานสุด 4 ชั่วโมงบิน บริษัทจะสามารถให้บริการการบินครอบคลุมพื้นที่การบินได้ทั้งทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และ รวมถึงประเทศที่มีประชากรมากและมีการเจริญเติบโตเศรษฐกิจที่

สูงอย่างประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน



3.10.1 การดำเนินงานปกติ



การเตรียมตัวของนักบินและลูกเรือ

นักบินและลูกเรือรายงานตัวที่ทำอากาศยานต้นทางก่อนทำการบินตามเวลาที่กำหนดเพื่อรับทราบข้อมูลการบิน รวมถึงสภาพอากาศในวันนั้นๆ ก่อนขึ้นปฏิบัติการบินนักบินและลูกเรือต้องเตรียมความพร้อมความปลอดภัยและการให้บริการบนเที่ยวบิน หลังจากนั้น ลูกเรือจึงขึ้นเครื่องบินเพื่อเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์การให้บริการต่างๆ บนเครื่องบิน



การเตรียมเครื่องบินและอุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องบินของบริษัท ได้รับการตรวจสอบบำรุงตามแผนโดยบริษัทภายนอกที่ให้บริการซ่อมบำรุง ได้แก่ การบินไทย (สำหรับฝูงบินโบอิง 737-400 และเอทีอาร์ 72 ที่เช่าจากการบินไทย) Air France Industries (สำหรับฝูงบินโบอิง 737-400) และ Lufthansa Technik (สำหรับฝูงบินโบอิง 737-800) ซึ่งผู้ให้บริการซ่อมบำรุงเครื่องบินทุกรายมีมาตรฐานการซ่อมบำรุงระดับโลก ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมการบินพลเรือน องค์การบริหารการบินแห่งสหรัฐอเมริกา (US Federal Aviation Administration :FAA) หรือองค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป (European Aviation Safety Agency :EASA) ก่อนการปฏิบัติการบินในแต่ละวันเครื่องบินจะต้องผ่านการตรวจสอบจากวิศวกรที่ผ่านการรับรองจากกรมการบินพลเรือน นอกจากนี้ ในทุกๆ ครั้งก่อนทำการบินนักบินจะต้องตรวจสอบสภาพเครื่องบินอีกครั้งเพื่อความมั่นใจได้ว่าเครื่องบินอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมทำการบินด้วยความปลอดภัยสูงสุด





การให้บริการผู้โดยสารก่อนขึ้นเครื่องบิน

ผู้โดยสารสามารถสำรองที่นั่ง เลือกที่นั่ง และลงทะเบียนขึ้นเครื่องบิน ได้อย่างสะดวกผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ เคา์เตอร์ที่ทำอากาศยาน เว็บไซต์ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ นอกจากนี้บริษัทยังมีบริการพิเศษต่างๆ อาทิ “Nok Shuttle Car” บริการรถกอล์ฟเพื่อให้บริการผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย “ลานลูกนก” พื้นที่สันทนาการสำหรับเด็กในบริเวณรอขึ้นเครื่องบิน “Nok Wifi” บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายฟรีในบริเวณรอขึ้นเครื่องบิน “Nok Dude and Nok Babe” พนักงานต้อนรับผู้โดยสารก่อนขึ้นเครื่องบิน ตลอดจนให้บริการรับรองตัวโดยสาร และเช็คอิน เป็นต้น

การให้บริการผู้โดยสารระหว่างเที่ยวบิน

บริษัทคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้โดยสารเป็นสำคัญ ดังนั้น ก่อนออกเดินทางทุกเที่ยวบินพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินจะสาธิตและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ต่างๆ เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน หลังจากนั้น เมื่อสัญญาณรัดเข็มขัดดับลง ลูกเรือจะให้บริการอาหารว่างและน้ำดื่ม ซึ่งเป็นการบริการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ผู้โดยสารยังสามารถเลือกซื้ออาหารว่างและเครื่องดื่มเพิ่มเติม รวมทั้งสินค้าที่ระลึกของนกแอร์ได้จากบริการ “Nok Smile Shop” บนเที่ยวบินของนกแอร์ผู้โดยสารทุกท่านจะได้รับประสบการณ์ที่เปี่ยมด้วยความสุขและรอยยิ้มดังสโลแกน “We Fly Smiles” จากการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ด้วยบุคลิกที่เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง และมีเอกลักษณ์ในการกล่าวต้อนรับด้วยภาษาถิ่นแต่ละภาคของเที่ยวบิน เพื่อสร้างความประทับใจ และอบอุ่นเสมือนคนในครอบครัว ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดการให้บริการแบบ “Professional and Friendly”



การให้บริการผู้โดยสารภายหลังเที่ยวบิน

นกแอร์มีบริการติดตามสัมภาระซึ่งมีเคาน์เตอร์อยู่ที่บริเวณสายพานรับกระเป๋า เพื่อให้บริการติดตามสัมภาระที่ฝากไว้เป็นกรณีพิเศษ เช่น อาวุธปืน หรือสัมภาระที่ล่าช้าหรือสูญหาย ผู้โดยสารที่เป็นสมาชิก Nok Fan Club จะได้รับข้อความขอบคุณที่มาใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเพื่อสื่อสารกรณีผู้โดยสารมีคำแนะนำหรือความเห็นต่อการบริการ นอกจากนั้นบริษัทมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์บริการ “Nok Care” มีเจ้าหน้าที่คอยรับคำแนะนำ คำติชมต่อการบริการของลูกค้า นกแอร์ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อเสียงสะท้อนจากมุมมองของลูกค้า โดยขอคำแนะนำหรือคำติชมที่ได้มีการรวบรวม และนำเสนอเป็นรายงานส่งไปยังผู้บริหารเพื่อปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของบริษัท

3.10.2 การดำเนินงานในกรณีเครื่องบินเกิดอุบัติเหตุ

บริษัทตระหนักดีว่าถึงแม้บริษัทจะได้ปฏิบัติงานในทุกขั้นตอนด้วยมาตรฐานความปลอดภัยสูงสุด แต่อุบัติเหตุก็อาจเกิดขึ้นกับอากาศยานได้ ดังนั้นเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน บริษัทได้เตรียมแผนรองรับในกรณีเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉิน (Emergency and Accident Procedures : EAP) โดยมีจุดประสงค์เพื่อลดผลกระทบและผลที่ตามมาที่อาจเกิดขึ้นกับผู้โดยสาร ลูกเรือ ทรัพย์สิน และชื่อเสียงของบริษัท อีกทั้งยังให้ความร่วมมือและกระจายข้อมูลที่ถูกต้องแก่บุคคลสื่อมวลชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกันบริษัทจะยังสามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในแต่ละหน่วยงานจะต้องจัดทำแผนงานและขั้นตอนการปฏิบัติโดยมีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบให้ชัดเจนและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ อีกทั้งยังต้องให้สอดคล้องกับแผนรองรับในกรณีเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉิน ส่งผลให้สามารถรับมือได้ทันทุกที่

แผนรองรับในกรณีเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉิน จะแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบของบริษัท ออกเป็น 2 ฝ่ายใหญ่ๆ 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) ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารต่อสาธารณชนทั้งในประเทศและระดับท้องถิ่น ทีมสัมภาระและพัสดุภัณฑ์ (Baggage & Cargo Team) ทำหน้าที่ในการดูแลสัมภาระและพัสดุภัณฑ์ของผู้ประสบเหตุ ทีมประกันภัย (Insurance Team) ทำหน้าที่จัดการเรื่องค่าชดเชยความเสียหาย ทีมจัดการเดินทางและที่พัก (Travel Arrangement Team) ทำหน้าที่จัดการเรื่องการเดินทางของญาติผู้ประสบเหตุ ทีมจัดการพนักงาน (Personnel Team) ทำหน้าที่จัดการเรื่องการเดินทางสมาชิก FAST และรวบรวมเอกสารการเดินทางเพื่อจัดทำวีซ่าในกรณีที่ต้องเดินทางไปต่างประเทศ ทีมบันทึกประวัติผู้โดยสารและญาติ (Passenger and Family Records Team) ทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของบัญชีรายชื่อผู้โดยสารและลูกเรือ และจัดทำข้อมูลส่วนกลางให้ผู้อำนวยความสะดวก 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) ทำหน้าที่สนับสนุนและอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสถานที่ อาหาร ความปลอดภัย และอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานต่างๆ ที่จำเป็น

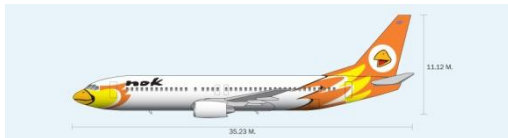
สำหรับ Local Organization จะมีแผนรองรับในกรณีเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉินในระดับหน่วยงานย่อยหรือในระดับสถานี (Local Emergency and Accident Procedures : LEAP) ซึ่งขั้นตอนการปฏิบัติงานจะคล้ายคลึงและสอดคล้องกันกับ แผนรองรับในกรณีเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉินหลัก (EAP) โดยในกรณีเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุฉุกเฉินขึ้น ผู้ประสานงานของสถานี (Accident Station) ที่ใกล้จุดเกิดเหตุ จะแจ้งไปยังสถานีต้นทาง สถานีปลายทาง และสถานีที่อยู่ระหว่างเส้นทางการบิน รวมทั้งผู้จัดการสถานีในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (Local Crisis Manager) และผู้จัดการประจำภาคพื้น (Area Manager) เพื่อให้ประสานงานกับหน่วยงานภายนอก และตัวแทนจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของทางราชการ หลังจากนั้นทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะดำเนินการปฏิบัติงานตามแผน LEAP ที่ได้วางเอาไว้ โดยการติดต่อประสานงานระหว่าง Head Office Organization และ Local Organization จะมีหน่วยงานกลาง คือ ฝ่ายปฏิบัติการบินคอยให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอด 24 ชั่วโมง

3.11 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

3.11.1 เครื่องบิน

เครื่องบินของสายการบินนกแอร์

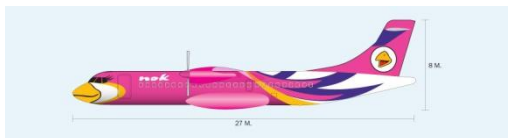
บริษัทมีนโยบายจัดสรรเครื่องบินให้เหมาะสมกับปริมาณความต้องการบินในแต่ละเส้นทางบินทั้ง เส้นทาง การบินสายหลัก สายรอง และสายย่อย โดย ณ วันที่ ~~31 ธันวาคม 2555~~ 31 มีนาคม 2556 บริษัทมีเครื่องบิน ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทั้งสิ้น 4 รุ่น ได้แก่ โบอิง 737-400 โบอิง 737-800 เอทีอาร์ 72-200 และเอทีอาร์ 72-500 รวมทั้งสิ้น ~~417~~ ลำ ทั้งนี้ บริษัทจัดหาเครื่องบินทุกลำด้วยวิธีการเช่าในลักษณะ Dry Lease หรือ เช่า เฉพาะเครื่องบินไม่รวมนักบินและลูกเรือ โดยบริษัททำสัญญาเช่าดำเนินงาน (Operating Lease) ซึ่งโดยปกติ จะมีระยะเวลาเช่า 3 - 128 ปี โดยเครื่องบินทั้งหมดมีระยะเวลาเช่าที่เหลืออยู่ประมาณ ~~0.25 - 6.50~~ 0.2 - 11.8 ปี (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ “5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ 5.1.1 สัญญาเช่าดำเนินงาน เครื่องบิน”)



โบอิง 737 – 400 (Boeing 737-400)



โบอิง 737 – 800 (Boeing 737-800)



เอทีอาร์ 72-200 (ATR 72-200)

ตารางต่อไปนี้แสดงข้อมูลเกี่ยวกับฝูงบินของสายการบินนกแอร์ ณ วันที่ ~~31 ธันวาคม 2555~~ 31 มีนาคม 2556

ประเภทเครื่องบิน	จำนวนเครื่องบิน (ลำ)	ความจุโดยสารต่อลำ (ที่นั่ง)	อายุโดยเฉลี่ย (ปี)
โบอิง 737-400	3	150/168	<u>21.04</u>
โบอิง 737-800	<u>108</u>	189	<u>8.0</u>
เอทีอาร์ 72-200	<u>42</u>	66/ <u>70</u>	<u>14.623.2</u>
เอทีอาร์ 72-500	<u>21</u>	<u>70</u>	<u>6.1</u>
รวม	<u>174</u>		<u>11.87</u>

เครื่องบินรุ่นโบอิง 737-400 และ 737-800 เป็นเครื่องบินโดยสารที่มีพิสัยบินระยะปานกลาง ลำตัวแคบ ใช้ เครื่องยนต์ไอพ่น ซึ่งเครื่องบินทั้งสองรุ่นสามารถนำมาใช้หมุนเวียนและทดแทนกันได้สำหรับเส้นทางสายหลัก และเส้นทางสายรองโดยเครื่องบินทั้งสองรุ่นสามารถบินติดต่อกันไกลที่สุด 4 ชั่วโมง สำหรับเครื่องบินเอทีอาร์ 72-200/500 เป็นเครื่องบินโดยสารขนาดเล็ก ใช้เครื่องยนต์ใบพัด (Turbo prop) 2 เครื่อง มีพิสัยบินระยะใกล้ ซึ่งบริษัทจะนำมาใช้บินในเส้นทางสายรองและสายย่อย เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการบินที่มีไม่มากนัก โดย เครื่องบินรุ่นดังกล่าวสามารถบินติดต่อกันไกลที่สุดประมาณ 3 ชั่วโมง

อัตราการใช้เครื่องบินต่อลำ

บริษัทมุ่งเน้นการใช้เครื่องบินให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและมุ่งเน้นความปลอดภัยของผู้โดยสารเป็นสำคัญ อีกทั้งยังมุ่งเน้นให้เที่ยวบินของบริษัทไม่เกิดความล่าช้า ซึ่งจะกระทบต่อการบริการบินของบริษัทโดยระหว่างปี 2553 - 2555 และไตรมาส 1 ปี 2556 สายการบินนกแอร์มีเครื่องบิน 8 - 1745 ลำ ในปี 2555 ระหว่างช่วงเวลาดังกล่าว บริษัทมีอัตราการใช้เครื่องบินประเภทโบอิงเจ็ตที่ 8.7-9.3 ชั่วโมงต่อวันต่อลำ ซึ่งจัดว่าสูงกว่าอัตราการใช้เครื่องบินโดยเฉลี่ยที่ 8.0 ชั่วโมงต่อวันต่อลำ อย่างไรก็ตามถึงมีอัตราการใช้เครื่องบินที่สูง ในปี 2555 สายการบินนกแอร์กลับมีอัตราการล่าช้าของเที่ยวบินที่ต่ำคิดเป็นร้อยละ 16.4 บริษัทก็มีประสิทธิภาพในการบินโดยสามารถรักษาอัตราการล่าช้าของเที่ยวบินให้ไม่เกินร้อยละ 15 ซึ่งจัดว่าต่ำ

แผนการจัดหาและปลดระวางเครื่องบิน

ในปี 2556 - 2558 บริษัทมีแผนการจัดการจัดหาเครื่องบินเพิ่มเติม เพื่อทดแทนเครื่องบินที่กำลังจะหมดสัญญาเช่า และเพื่อรองรับการขยายเส้นทางการบินในอนาคต โดยบริษัทจะมุ่งเน้นการจัดหาเครื่องบินที่มีอายุการใช้งานที่น้อยหรือลำใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของฝูงบินและยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบำรุงรักษาเครื่องบิน และลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงเครื่องบิน บริษัทคาดว่าอายุเฉลี่ยของฝูงบินของบริษัทจะมีแนวโน้มลดลงเหลือเพียง 8.7.2 6.6 และ- 5.7.94 ปี ในปี 2556 2557 และ- 2558 ตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทได้รับการอนุมัติจากกรมการบินพลเรือนให้จัดหาเครื่องบิน และมีกำหนดการส่งคืนเครื่องบินตามตารางดังต่อไปนี้

ประเภทเครื่องบิน	หน่วย	ปีที่คาดว่าจะได้รับมอบ		
		2556	2557	2558
โบอิง 737-800	ลำ	65*4	44	45
เอทีอาร์ 72-500	ลำ	12**4	30	34
รวม	ลำ	78	74	76

หมายเหตุ: *ในไตรมาส 1 ปี 2556 บริษัทได้รับมอบเครื่องบินโบอิง 737-800 แล้วจำนวน 2 ลำ

**ในไตรมาส 1 ปี 2556 บริษัทได้รับมอบเครื่องบินเอทีอาร์ 72-500 แล้วจำนวน 1 ลำ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ "5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ 5.1.1 สัญญาเช่าดำเนินงานเครื่องบิน")

ประเภทเครื่องบิน	หน่วย	ปีที่คาดว่าจะส่งคืน		
		2556	2557	2558
โบอิง 737-400	ลำ	3	-	-
โบอิง 737-800	ลำ	-	-	-
เอทีอาร์ 72-200	ลำ	2*-	-2	-
เอทีอาร์ 72-500	ลำ	-	-	-
รวม	ลำ	53	02	0

หมายเหตุ: *เครื่องบินจะส่งคืนก่อนกำหนดการคืนเครื่องบินตามสัญญาเช่าที่ระบุวันครบกำหนดในปี 2557 อย่างไรก็ตามบริษัทไม่จำเป็นต้องเสียค่าปรับตามสัญญาเช่าเนื่องจากสามารถเจรจาตกลงกับผู้ให้เช่าได้

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ "5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ 5.1.1 สัญญาเช่าดำเนินงานเครื่องบิน")

นอกจากนั้น บริษัทมีนโยบายที่จะจำกัดให้มีจำนวนประเภทของเครื่องบินน้อยที่สุดซึ่งสามารถให้บริการอย่างเหมาะสมในเส้นทางสายหลัก สายรองและสายย่อย ทั้งนี้ ในการมีจำนวนประเภทเครื่องบินที่ไม่มากจะทำให้เกิดการประหยัดต้นทุนในการซ่อมบำรุงเครื่องบิน และเกิดความยืดหยุ่นในการใช้นักบิน เนื่องจากกรมการบินพล



เรือน กำหนดให้นักบินจะได้รับอนุญาตให้ทำการบินเฉพาะเครื่องบินประเภทเดียวเท่านั้น อีกทั้ง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่เพื่อการซ่อมบำรุง การฝึกอบรมนักบิน ลูกเรือ วิศวกร และพนักงานช่าง จะแปรผันตามจำนวนแบบของเครื่องบิน และชนิดของเครื่องยนต์ที่ใช้ในฝูงบิน

การซ่อมบำรุงเครื่องบิน

บริษัทมีนโยบายมุ่งเน้นในเรื่องความปลอดภัยของผู้โดยสารเป็นสำคัญ โดยเน้นย้ำให้เครื่องบินอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์พร้อมทำการบินทุกครั้งภายใต้มาตรการการตรวจสอบและการซ่อมบำรุงเป็นไปตามมาตรฐานของกรมการบินพลเรือน องค์การบริหารการบินแห่งสหรัฐอเมริกา (FAA) หรือองค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป (EASA) โดยการซ่อมบำรุงตามแผน (Scheduled Maintenance/Maintenance Program) อาจแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทดังต่อไปนี้

- 1) การซ่อมบำรุงทั่วไป (General) คือ การซ่อมบำรุงตามการดำเนินงานทั่วไปของเครื่องบิน ซึ่งประกอบด้วย การซ่อมบำรุงก่อนการบิน (Transit Check) การซ่อมบำรุงประจำวัน (Daily Check) และการซ่อมบำรุงทุกกระยะ 200 ชั่วโมงบิน (A Check) โดยการซ่อมบำรุงดังกล่าวจัดเป็นการซ่อมบำรุงเพื่อเตรียมการพร้อมก่อนการบินและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายเกิดขึ้น (Preventative Maintenance)
- 2) การซ่อมบำรุงตามระยะการบิน (C-Check) คือ การซ่อมบำรุงตามที่สัญญาเช่าเครื่องบินกำหนด โดยผู้เช่าจำเป็นต้องซ่อมบำรุงเพื่อให้เครื่องบินกลับมาอยู่ในสภาพสมบูรณ์ โดยการซ่อมบำรุงจะต้องกระทำเมื่อครบกำหนดชั่วโมงการบินตามที่คู่มือ (Manual) ของผู้ผลิตเครื่องบินกำหนด โดยปกติจะกระทำทุก 4,000 ชั่วโมงบิน
- 3) การซ่อมบำรุงแบบ Heavy Check (Shop Visit) คือ การซ่อมบำรุงตามแผนการซ่อมบำรุงชิ้นส่วนสำคัญของเครื่องบิน ซึ่งโดยทั่วไปการซ่อมบำรุง Heavy Check ของเครื่องบิน จะกระทำนานๆครั้ง ตามระยะเวลาที่บริษัทผู้ผลิตกำหนด เช่น ทุกๆ 8 ปี โดยชิ้นส่วนที่สำคัญของเครื่องบินที่ต้องทำการซ่อมบำรุงลักษณะ Heavy Check มีดังต่อไปนี้ (1) Engine refurbishment (2) Engine life limited part (3) Landing gear (4) APU (5) Airframe

ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงในด้านค่าใช้จ่ายที่อาจไม่เพียงพอให้ผู้เช่าจึงกำหนดให้ ผู้เช่าต้องจ่ายเงินสำรอง (Supplemental Rent หรือ Maintenance Reserve) เพื่อให้มีเงินเพียงพอต่อการซ่อมบำรุงแบบ Heavy Check โดยการจ่ายชำระเงินดังกล่าวจะกระทำทุกเดือนพร้อมกับค่าเช่า (โปรดพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมในส่วน 5.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ 5.1.1 สัญญาเช่าดำเนินงานเครื่องบิน)

— การซ่อมบำรุงเครื่องบินตามแผนการคืนเครื่องบิน (Redelivery Check) คือ การซ่อมบำรุงตามแผนการคืนเครื่องบิน โดย

- 4) ก่อนกำหนดการคืนเครื่องบินประมาณ 12-18 เดือน บริษัทจะแจ้งให้บริษัทผู้ให้บริการภายนอกซึ่งมีความเชี่ยวชาญวางแผนการซ่อมบำรุงเพื่อคืนเครื่องบิน

การดูแลรักษาและซ่อมบำรุงเครื่องบินแบบครบวงจรนั้น ต้องใช้เงินลงทุนสูงและต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555-31 มีนาคม 2556 บริษัทมีใบอนุญาตและสามารถซ่อมบำรุงในเบื้องต้นทั่วไป (Transit Check และ Daily Check) และ ระดับกลาง-ระดับย่อย (A-Check หรือ Light Maintenance) แต่ไม่มีโรงซ่อมบำรุงของตนเอง เพื่อซ่อมบำรุงเครื่องบินในระดับ Heavy Maintenance C-Check และ Heavy Check แต่บริษัทได้จ้างบริษัทผู้ให้บริการภายนอกซึ่งมีความชำนาญและความพร้อมในการซ่อมบำรุงเครื่องบิน โดยจะต้องได้รับการรับรองจาก FAA หรือ EASA เพื่อวางแผนการซ่อมบำรุงและดำเนินการซ่อมบำรุงเครื่องบินให้แก่กนกแอร์



การบินไทย



Malaysian Airline System



Garuda Maintenance Facility



Boeing Shanghai Aviation Services



Air France Industries



Lufthansa Technik AG



ตารางแสดงผู้ให้บริการซ่อมบำรุงเครื่องบิน สำหรับการซ่อมบำรุงแต่ละประเภท

ผู้ให้บริการ	ผู้ให้บริการ				
	งานวิศวกรรมและวางแผนการซ่อมบำรุงเครื่องบิน	<u>การซ่อมบำรุงทั่วไป (General) การซ่อมบำรุงเครื่องบินระดับย่อย</u>	<u>การซ่อมบำรุงตามระยะการบิน (C-Check) การซ่อมบำรุงเครื่องบินระดับใหญ่</u>	<u>งานการซ่อมบำรุงเครื่องยนต์ของเครื่องบิน (Heavy Check)</u>	<u>การซ่อมบำรุงเครื่องยนต์ของเครื่องบินเพื่อส่งมอบคืนเครื่องบิน (Heavy Redelivery-Check) งานซ่อมบำรุงอุปกรณ์ของเครื่องบิน</u>
โบอิง 737-400 (การบินไทย)	การบินไทย	นกแอร์	การบินไทย	การบินไทย	การบินไทย
โบอิง 737-400 (ต่างประเทศ)	Aviation Engineering and Planning Services (AEPS)	นกแอร์	ว่าจ้างเป็นครั้งๆไป ที่ผ่านมามีได้แก่ Garuda Maintenance Facility (GMF), Malaysian Airline System (MAS), Boeing Shanghai Aviation Services (BSAS)	Société Air France	Société Air France
โบอิง 737-800 (ต่างประเทศ)	Lufthansa Technik AG	นกแอร์	ว่าจ้างเป็นครั้งๆไป ที่ผ่านมามีได้แก่ 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 ที่ผ่านมามีได้แก่ 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 ลูฟแทนซ่า แอร์ไลน์ และ Garuda Maintenance Facility (GMF) เป็นบริษัทย่อย บริษัทการูด้า แอร์ไลน์

การจัดหาชิ้นส่วนและอะไหล่

สำหรับเครื่องบินที่เช่าจากการบินไทย ทั้งรุ่นโบอิง 737-400 และ เอทีอาร์ 72-200 การบินไทยจะเป็นผู้ดำเนินการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่ทั้งหมด ตามที่ระบุไว้ในสัญญาเช่าเครื่องบิน สำหรับเครื่องบินที่เช่าจากผู้ให้เช่าต่างประเทศ บริษัทดำเนินการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่จากผู้ให้บริการหลักสองรายคือ Lufthansa Technik AG และ Societe Air France ซึ่งนอกจากการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องบิน ผู้ให้บริการทั้งสองยังเป็นผู้วางแผนการซ่อมบำรุงเครื่องบินตามที่ระบุไว้ในสัญญาว่าจ้าง (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ “5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ 5.1.3 สัญญาซ่อมบำรุงเครื่องบิน”) ทั้งนี้กระบวนการพิจารณาคัดเลือกผู้ให้บริการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่ บริษัทจะพิจารณาจากความสามารถในการวางแผนการซ่อมบำรุง ความสามารถในการจัดหาอะไหล่ ค่าใช้จ่าย เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังดำเนินการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่เองสำหรับชิ้นส่วนอื่น เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายของบริษัท โดยจัดเก็บชิ้นส่วนอะไหล่ไว้ที่อาคารจัดเก็บคลังสินค้าท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

เครื่องบินของสายการบินนกมินิ

เพื่อให้สามารถให้บริการเที่ยวบินแก่ผู้โดยสารในเส้นทางการบินย่อยได้อย่างเหมาะสมความต้องการทางการบินในต้นทุนที่เหมาะสม บริษัทได้ทำสัญญาเช่าเหมาลำเครื่องบินรุ่น SAAB 340 ซึ่งมีขนาดเล็กกว่าเครื่องบินของบริษัท และสามารถบรรทุกผู้โดยสารได้ 34 คน จากพันธมิตรทางธุรกิจ (เอสจีเอ) โดยในสัญญาเช่าเหมาลำดังกล่าว บริษัทกำหนดให้เครื่องบินของเอสจีเอต้องทาสี และตกแต่งภายนอกตามที่บริษัทกำหนดภายใต้แบรนด์ “นกมินิ” อีกทั้งนักบินและลูกเรือ ต้องแต่งกายตามเครื่องแบบของนกแอร์ ตามที่บริษัทกำหนด



นอกจากนั้น บริษัทได้ทำสัญญาในลักษณะเที่ยวบินร่วม (Code Sharing) กับเอสจีเอ ในเส้นทางการบินที่เอสจีเอได้รับอนุญาตจากกรมการขนส่งทางอากาศ เพื่อให้บริการเที่ยวบินเพิ่มเติมกับผู้โดยสารของบริษัท โดยบริษัทจะเป็นผู้จำหน่ายตั๋วโดยสารในฐานะพันธมิตรทางการตลาด และเอสจีเอทำหน้าที่ปฏิบัติการบิน ซึ่งเอสจีเอต้องให้บริการการบินแก่ผู้โดยสารของบริษัทในลักษณะและบริการเช่นเดียวกันกับเที่ยวบินอื่นๆ ของบริษัท เช่น การให้น้ำหนักสัมภาระ การให้บริการอาหารว่าง เป็นต้น

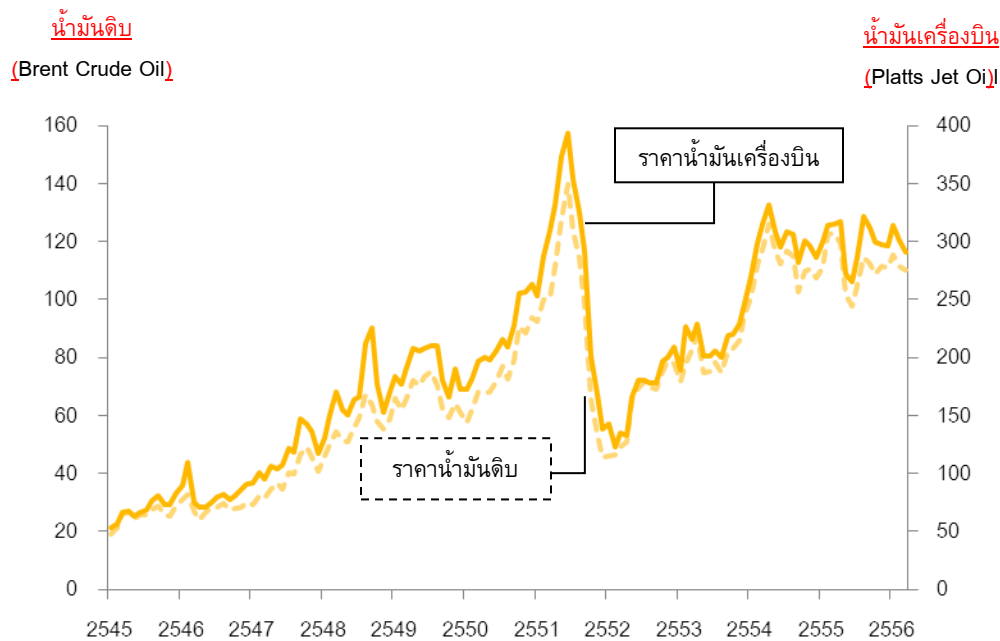
3.11.2 น้ำมันเชื้อเพลิง

น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นต้นทุนหลักของค่าใช้จ่ายของบริษัทโดยในปี 2553 - 2555 และ ไตรมาส 1 ปี 2556 บริษัทมีค่าใช้จ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงคิดเป็นร้อยละ 32.34 - 38.89 ของต้นทุนค่าบริการของบริษัท ตามลำดับ โดยในอดีตบริษัทซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งหมดผ่านการบินไทย ต่อมาในปี 2554 บริษัทได้เริ่มการจัดซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากผู้ค้าน้ำมันโดยตรง ได้แก่ บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด และ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยในปี 2555 บริษัท



มีการสั่งซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากผู้จำหน่ายรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของต้นทุนน้ำมันเชื้อเพลิง เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวให้ราคาและข้อเสนอทางธุรกิจที่ดีกับบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทมิได้พึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายน้ำมันรายดังกล่าวเป็นพิเศษ และบริษัทมิได้มีนโยบายซื้อน้ำมันจากบุคคลใดบุคคลหนึ่งอย่างต่อเนื่อง หากเงื่อนไขและราคามีได้ดีกว่าบุคคลอื่น เนื่องจากบริษัทสามารถจัดซื้อน้ำมันจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นๆ ได้ อย่างไรก็ตาม การจัดซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่ระดับโลก จะทำให้บริษัทสามารถจัดหาน้ำมันได้อย่างเพียงพอในราคาที่เหมาะสม

ข้อมูลแสดงราคาน้ำมันดิบและราคาน้ำมันเครื่องบิน ปี 2545 – มีนาคม 2556 (หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล)



ที่มา: Bloomberg

เนื่องจากราคาน้ำมันมีความผันผวนสูง บริษัทจึงมีนโยบายการป้องกันความเสี่ยงจากราคาน้ำมัน โดยการซื้อน้ำมันในราคาที่กำหนดล่วงหน้ากับผู้ค้าน้ำมัน หรือเข้าทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงจากราคาน้ำมันกับสถาบันการเงิน ซึ่งตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงจากราคาน้ำมันของบริษัท กำหนดให้มีสัดส่วนการป้องกันความเสี่ยงระหว่างร้อยละ 20-50 ของปริมาณการใช้น้ำมันต่อเดือนหรือประกันความเสี่ยงไว้เพียงบางส่วน (Partial Hedge) เนื่องจากบริษัทใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ Dynamic Pricing หรือ การกำหนดค่าตัวโดยสารหลายระดับราคา ซึ่งเพิ่มความยืดหยุ่นให้กับบริษัทในการบริหารรายได้และต้นทุน และทำให้บริษัทสามารถปรับราคาจำหน่ายตัวโดยสารได้บางส่วน (เฉพาะส่วนที่ยังไม่ได้มีการจำหน่าย) ซึ่งสามารถชดเชยผลกระทบจากราคาน้ำมันได้บางส่วน-บริษัทจะเข้าทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน ซึ่งจะสอดคล้องกับระยะเวลาการเปิดจำหน่ายตัวโดยสารล่วงหน้าของบริษัท อนึ่ง บริษัทไม่มีวัตถุประสงค์ในการค้ากำไรในสัญญาดังกล่าว ตามมติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2554

โดยทั่วไปบริษัทจะทำการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงที่ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองเป็นหลัก เนื่องจากมีผู้จำหน่ายมากราย ทำให้บริษัทสามารถจัดหาราคาน้ำมันได้ในราคาถูกกว่าการจัดหาและส่งมอบน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่มีผู้จำหน่ายเพียงรายเดียว โดยผู้ค้าน้ำมันที่สามารถส่งมอบได้ที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองจะใช้บริการจับเก็บ จัดส่ง และเติมน้ำมัน ของบริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (“BAFS”) ซึ่งเป็นบริษัทเพียงรายเดียวที่ได้รับอนุญาตให้บริการเติมน้ำมัน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

3.11.3 การดำเนินงานบริเวณท่าอากาศยาน

บริษัทให้บริการภาคพื้นดินและบริการสนับสนุนภาคพื้นดินต่อผู้โดยสารของบริษัทด้วยตนเอง โดยทำการเช่าอุปกรณ์ที่สำคัญจากท่าอากาศยานต่างๆ ในประเทศ เช่น เคาน์เตอร์เช็คอิน และทางเชื่อมต่อ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ว่าจ้างบุคคลภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินงาน ในทำการขนส่งสัมภาระลงทะเลเบียนของผู้โดยสาร ไปกลับระหว่างท่าอากาศยานและเครื่องบิน การจัดการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประตูทางขึ้นเครื่องบิน (Gate) กับเครื่องบิน และบันไดขึ้นลงเครื่องบิน และการจัดการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (Cargo)

3.11.4 อาหารว่างและเครื่องดื่ม (Catering)

บริษัทยังไม่มีนโยบายผลิตอาหารเพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสารสายการบินเองหรือจัดตั้งครัวการบิน เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหาร เนื่องจากบริษัทมุ่งเน้นการให้บริการสายการบินแบบราคาประหยัด ดังนั้น การให้บริการอาหารแก่ผู้โดยสารสายการบินจึงมีจำนวนจำกัดและปริมาณไม่มาก และเน้นอาหารว่างเป็นหลัก บริษัทจึงได้ว่าจ้าง บริษัท เซ็นทรัลเรสโตรองส์กรุ๊ป จำกัด ให้เป็นผู้ผลิตและจัดส่งอาหารเพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสาร โดยบริษัทเป็นผู้กำหนดประเภทและรสชาติของอาหาร ทั้งนี้ ผู้ให้บริการดังกล่าวเป็นผู้ผลิตอาหารว่างในรูปแบบเฉพาะสำหรับบริการแก่ผู้โดยสารสายการบินนกแอร์และนกมินิเท่านั้น ไม่สามารถนำไปแจกหรือจำหน่ายได้ให้แก่บุคคลอื่นได้

บริษัท เซ็นทรัลเรสโตรองส์กรุ๊ป จำกัด เป็นผู้ผลิตอาหารประเภทซอว์เพรทเซล ภายใต้ชื่อแอนดี้ แอนส์ (Auntie's Anne's) โดยมีครัวกลางผลิตอาหารอยู่ในพื้นที่ของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกในการจัดส่งอาหารว่างมายังเครื่องบินของนกแอร์และนกมินิ โดยผู้ให้บริการดังกล่าวไม่สามารถนำครัวกลางดังกล่าวไปประกอบธุรกิจผลิตอาหารเพื่อจำหน่ายให้บุคคลอื่นได้





3.12 การประกันภัย

บริษัทได้ทำประกันภัยสำหรับการบินตามแนวทางปฏิบัติของอุตสาหกรรมการบินนานาชาติ โดยทำประกันภัยอากาศยานทุกลำของนกแอร์กับบริษัทประกันภัยในประเทศไทย ซึ่งผู้รับประกันภัยจะทำประกันภัยต่อ (Reinsurance) ไปยังตลาดรับประกันภัยต่อต่างประเทศตามมาตรฐานสากลของตลาดการประกันภัยเครื่องบิน เบี้ยประกันภัยของบริษัท และวงเงินคุ้มครองอยู่ในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ การประกันภัยสำหรับการบินของบริษัทประกอบด้วยกรมธรรม์ต่าง ๆ ดังนี้

1. กรมธรรม์ประกันภัยการเสี่ยงภัยทุกชนิดของลำตัวอากาศยาน รวมทั้งอะไหล่เครื่องยนต์ชิ้นส่วนประกอบอุปกรณ์และอุปกรณ์สนับสนุนภาคพื้นดิน รวมทั้งอุปกรณ์เคลื่อนที่และยานพาหนะที่ไม่มีใบอนุญาตและความรับผิดชอบต่อบุคคลที่สาม (Hull and Liabilities Insurance) ในส่วนบุคคลที่สาม กรมธรรม์จะให้ความคุ้มครองความเสียหายต่อทรัพย์สินและ/หรือความบาดเจ็บต่อร่างกายของบุคคลและทรัพย์สินที่อยู่ในอากาศยาน ได้แก่ ผู้โดยสาร กระเป๋าสัมภาระ สินค้า พัสดุภัณฑ์ และไปรษณีย์ภัณฑ์ และบุคคลและทรัพย์สินที่อยู่นอกอากาศยาน วงเงินรับผิดชอบใช้รวมสูงสุด 600 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อเหตุการณ์ จำนวนเงินความรับผิดชอบส่วนแรกของบริษัทกรณีอากาศยานเกิดอุบัติเหตุสูงสุดไม่เกิน 750,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อสินไหมแต่ละครั้ง กรมธรรม์ประเภทนี้ยังครอบคลุมความรับผิดชอบต่อบุคคลที่สามจากภัยสงครามและภัยที่เกี่ยวข้องเนื่องในวงเงินจำกัดความรับผิดชอบสูงสุดเท่ากับ 150 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อเหตุการณ์
2. กรมธรรม์ประกันภัยสงครามและความเสี่ยงอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภัยสงครามต่อลำตัวอากาศยานรวมทั้งอะไหล่ (Hull War Insurance) วงเงินประกันภัยสงครามต่อลำตัวอากาศยานสูงสุดไม่เกิน 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อลำ (Maximum agreed Value)
3. กรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดชอบส่วนแรก (Hull Deductible) เพิ่มเติมจากกรมธรรม์ประกันภัยการเสี่ยงภัยทุกชนิดของลำตัวอากาศยาน จำนวนความรับผิดชอบของกรมธรรม์ต่อสินไหมลำตัวอากาศยานและอะไหล่เครื่องยนต์แต่ละครั้งเท่ากับ 650,000 ดอลลาร์สหรัฐ สำหรับจำนวนความรับผิดชอบส่วนแรกของบริษัทคงเหลือเท่ากับ 100,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อสินไหมแต่ละครั้ง เพื่อลดความเสี่ยงด้านค่าใช้จ่ายของบริษัทสำหรับมูลค่าความเสียหายส่วนแรกของกรมธรรม์หลัก
4. กรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดชอบต่อบุคคลที่สามส่วนเกินจากกรมธรรม์ประเภทที่ 1 ที่เกิดจากภัยสงครามและภัยที่เกี่ยวข้อง วงเงินจำกัดความรับผิดชอบสูงสุดของกรมธรรม์เท่ากับ 450 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อเหตุการณ์ต่อปี

3.13 กฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางอากาศ

3.13.1 กฎและระเบียบระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมการบิน

กรมการบินพลเรือน (Department of Civil Aviation หรือ DCA) เป็นหน่วยงานภายในสังกัดของกระทรวงคมนาคม โดยมีหน้าที่พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการบินพลเรือนของประเทศ พัฒนาเครือข่ายระบบการขนส่งทางอากาศ อุตสาหกรรมการบินและการบินพลเรือน และกำหนดมาตรฐาน กำกับดูแลและตรวจสอบการดำเนินงานด้านการบิน ร่วมมือและประสานงานกับองค์กรหรือหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน้าที่ในการจดทะเบียนรับรองอากาศยาน



การออกใบอนุญาตจัดตั้งท่าอากาศยาน การออกใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศ การควบคุมการจราจรทางอากาศ และการรับรองคุณภาพบริษัทหรือชิ้นส่วนอากาศยาน

ประเทศไทยในฐานะสมาชิกขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization หรือ ICAO) ซึ่งเป็นองค์การที่ดำเนินการพัฒนามาตรฐานและแนะนำการปฏิบัติการสำหรับกิจกรรมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ ประเทศไทยจึงได้นำเอามาตรฐานและแนวทางปฏิบัติงานส่วนใหญ่ที่ได้กำหนดโดย ICAO มาใช้ในกิจการการบิน

ท่าอากาศยานภายในประเทศที่บริษัทให้บริการการบินส่วนใหญ่อยู่ในการกำกับดูแลและบริหารโดยกรมการบินพลเรือน 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-ทางขับ หลุมจอดอากาศยาน อาคารผู้โดยสาร อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงบุคลากรของหน่วยงานภายในท่าอากาศยาน

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 ตรัง ชุมพร แพร่ แม่สอด บุรีรัมย์ ขอนแก่น
- 2) ท่าอากาศยานระดับที่ 2 (Schedules Facilitated Airport) คือท่าอากาศยานที่สามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้ได้ในช่วงเวลาหรือในบางวันของสัปดาห์เท่านั้น จึงมีการกำหนดตารางเวลาบินหรือกำหนดเวลาการบินเพื่อหลีกเลี่ยงความคับคั่งของช่วงเวลานั้นๆ ตัวอย่างของท่าอากาศยานระดับที่ 2 ในประเทศไทย ได้แก่ กระบี่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ดอนเมือง เชียงใหม่ หาดใหญ่ อุตะเภ
- 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”) และใบรับรองผู้ดำเนินการทางอากาศ (“Air Operator Certificate” หรือ “AOC”) จากกระทรวงคมนาคม โดยใบอนุญาตทั้งสองมีอายุ 5 ปี และสามารถได้รับการต่ออายุได้แต่ละครั้งไม่เกินกว่าครั้งละ 5 ปี โดยใบอนุญาตทั้งสองจะแสดงว่าบริษัทปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อกำหนดเกี่ยวกับการบินและความปลอดภัยของกรมการบินพลเรือน โดยใบอนุญาตทั้งสองฉบับปัจจุบันบริษัทจะหมดอายุลงในวันที่ 17 มิถุนายน 2557

เครื่องบิน หรือ อากาศยาน

นอกจากนั้น บริษัทยังต้องขึ้นทะเบียนเครื่องบิน หรืออากาศยานของบริษัทกับกรมการบินพลเรือน และเครื่องบินของบริษัทจะสามารถให้บริการกับผู้โดยสารได้เมื่อได้รับใบสำคัญสมรรถนะเดินอากาศ (“Certificate Airworthiness”) จากกรมการบินพลเรือน ซึ่งมีอายุคราวละ 3 ปี และสามารถขอต่ออายุได้หากเครื่องบินของบริษัทอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ปลอดภัยต่อการใช้งาน โดยผู้ขออนุญาตต้องมีสัญชาติไทย กรมการส่วนใหญ่ต้องมีสัญชาติไทย ที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ในประเทศไทย และมีผู้ถือหุ้นเป็นบุคคลสัญชาติไทยมากกว่าร้อยละ 51

เส้นทางการบิน

สำหรับเส้นทางการบินภายในประเทศ บริษัทจำเป็นต้องขอจัดสรรสิทธิเส้นทางการบินจากกรมการบินพลเรือนทุก 6 เดือน หรือ ทุกฤดูร้อนและฤดูหนาว โดยตารางการบินฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนมีนาคม จนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนตุลาคม และตารางการบินฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่วันที่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนตุลาคม จนถึงวันเสาร์สุดท้ายของเดือนมีนาคม นอกจากนี้ กรมการบินพลเรือนยังได้ออกข้อจำกัดจำนวนสายการบินที่ให้บริการในเส้นทางบินเพื่อลดสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในเส้นทางการบินต่างๆ ดังต่อไปนี้

เส้นทางการบินสายหลัก : ไม่มีการจำกัดจำนวนสายการบิน

เส้นทางการบินสายรอง : จำกัดสายการบินทั้งหมดให้ไม่เกิน 3 สายการบิน

เส้นทางการบินสายย่อย : จำกัดสายการบินทั้งหมดให้ไม่เกิน 2 สายการบิน

โดย ณ ~~31 ธันวาคม 2555~~ วันที่ 31 มีนาคม 2556 บริษัทได้รับอนุมัติในการให้บริการเส้นทางการบินในประเทศทั้งสิ้น 2322 เส้นทางการบิน ซึ่งครอบคลุม 21 จังหวัด ทั่วประเทศ



สำหรับเส้นทางการบินต่างประเทศ บริษัทจำเป็นต้องขอจัดสรรสิทธิเส้นทางการบินจากกรมการบินพลเรือนทุก 6 เดือน เช่นเดียวกับเส้นทางการบินในประเทศ ซึ่งเส้นทางการบินระหว่างประเทศดังกล่าวยังขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างประเทศ และ การเจรจาระหว่างรัฐบาลทั้งสองประเทศ