



‘ไทยสมายล์’ รุกหนัก
เจาะ ‘จีน-อาเซียน’
> 7



ไทยสมายล์รุกรหนัก เจาะ ‘จีน-อาเซียน’

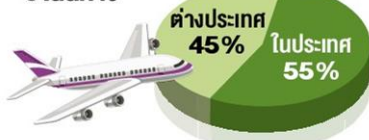
คาดสัดส่วนเส้นทาง
ต่างประเทศขยับเป็น 45%

ไทยสมายล์ วางแผนหลังกลับสุวรรณภูมิ รุกหนักเส้นทางต่างประเทศ เปิด 3 เส้นทางใหม่ เจาะตลาด “จีน-อินเดีย-อาเซียน” พร้อมเพิ่มเที่ยวบิน คาดสัดส่วนเส้นทางต่างประเทศขยับเป็น 45% ตั้งเป้าผู้โดยสาร ปีนี้ 4.5 ล้านคน รายได้ 1.1 หมื่นล้าน

นายวรเนติ หล้าพระบาง รักษาการประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายการบินไทยสมายล์ กล่าวว่า แผนดำเนินธุรกิจในปี 2560 จะยังคงเน้นหลักเป็นสายการบินในเครือที่คอยสนับสนุนธุรกิจให้กับสายการบินไทย นำมาสู่การบริหารจัดการเส้นทางบินอย่างมีประสิทธิภาพ

แผน-เป้าหมาย ไทยสมายล์แอร์เวย์ ปี 2560

- เพิ่มเส้นทางใหม่ 3 เส้นทาง
- สัดส่วนเส้นทาง



ในปีนี ภายหลังจากปรับเปลี่ยนฐานปฏิบัติการบินจากดอนเมืองไปใช้สนามบินสุวรรณภูมิ ตั้งแต่วันที่ 15 ม.ค.ที่ผ่านมา แต่ยังได้รับนโยบายให้เป็นสายการบินที่คอยขยายจุดบินในเส้นทางบินระยะใกล้ 4-4.5 ชั่วโมง อาทิ จีน อินเดีย รวมไปถึงอาเซียน ซึ่งการบินไทยจะใช้เป็นตัวแปรสำคัญในการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มเชื่อมต่อจุดบินมากขึ้น

ในปี 2560 ไทยสมายล์จะเปิดเส้นทางบินใหม่ในต่างประเทศ 3 เส้นทางได้แก่ กรุงเทพฯ-เจิ้งโจว (จีน) มีกำหนดเปิด 27 ม.ค.นี้ เส้นทางกรุงเทพฯ-โกตาคินาบาลู (มาเลเซีย) กำหนดเปิด 1 มี.ค.2560 และ ภูเก็ต-เซบู (ฟิลิปปินส์)

ขณะนี้อยู่ระหว่างการศึกษาคาดว่าอีก 2 สัปดาห์จะแล้วเสร็จ อีกทั้งยังมีแผนจะเข้าไปขยายจุดบินเดิมเพิ่มความถี่ให้กับการบินไทย อาทิ ย่างกุ้ง เวียงจันทน์ และพนมเปญ ด้วยความถี่ 1 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ รวมถึงเข้าไปบริหารเส้นทางบินแทนการบินไทยในเส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ จำนวน 7 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ กรุงเทพฯ-คุนหมิง 5 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และเชียงใหม่-คุนหมิง 2 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

นายวรเนติ กล่าวอีกว่า จากแผนงานที่วางไว้ถึงการขยายเส้นทางในต่างประเทศมากขึ้น ไทยสมายล์จึงตั้งเป้าปรับสัดส่วน

ปริมาณการผลิตที่นั่ง (โปรดักซ์ชั่น) จากปัจจุบันมีสัดส่วนเส้นทางในประเทศ 80% และต่างประเทศ 20% โดยจะปรับขึ้นเป็นเส้นทางในประเทศ 55% และต่างประเทศ 45% อีกทั้งยังคาดหวังเพิ่มประสิทธิภาพใช้งานฝูงบินจากปัจจุบันทำการบินเฉลี่ยอยู่ที่ 7-8 ชั่วโมงต่อลำต่อวัน จะเพิ่มขึ้นเป็น 10.5 ชั่วโมงต่อลำต่อวัน

สาเหตุของการให้ความสำคัญในขยายจุดบินในจีน อินเดีย และอาเซียน ด้วยการกระจายเข้าเมืองรอง เนื่องจากเล็งเห็นโอกาสการเดินทางของตลาดดังกล่าวยังมีสูงอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งนักท่องเที่ยวจากจีนและอินเดีย ยังเป็นฐานตลาดสำคัญของการบินไทยที่นิยมเดินทางระยะไกลไปยังยุโรปและอเมริกา

“ไทยสมายล์เรมิดี้นทุนการบินถูกกว่าการบินไทย 20% ดังนั้นการที่เราเข้าไปทำการบินทดแทนในหลายเส้นทางก็ทำให้คุ้มค่ากว่า อีกทั้งเมื่อไทยสมายล์ไปกระจายจุดบินเพิ่มเติมเข้าเมืองรองทั้งจีนและอินเดีย ซึ่งเป็นฐานตลาดสำคัญของการบินไทยก็เป็นการหนุนผู้โดยสารในจำนวนเพิ่มมากขึ้นเพื่อมาต่อเครื่องให้การบินไทย ส่วนแผนขยายจุดบินในอาเซียนที่เกิดขึ้นในปีนี้นั้นส่วนใหญ่นำไปเมืองรองเพราะต้องการเปิดตลาดใหม่เพิ่มเส้นทางเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่มากับการบินไทยและนิยมเที่ยวแบบแอดเวนเจอร์ ทั้งนี้ไทยสมายล์ตั้งเป้าดึงดูดผู้โดยสารที่คอนเนคไฟลัดจากการบินไทยมาใช้บริการในสัดส่วนประมาณ 30%”

นอกจากการวางยุทธศาสตร์เรื่องจุดบินที่ไทยสมายล์จะใช้เป็นแผนสำคัญเพื่อรับแข่งขันของสายการบินในขณะนี้แล้ว ในปี 2560 ไทยสมายล์ยังลงทุนราว 200 ล้านบาท แบ่งออกเป็นปรับปรุงงานบริการบนเครื่องพัฒนาระบบ Inflight Entertainment System ด้วยงบประมาณ 130 ล้านบาท ให้ผู้โดยสารได้รับความบันเทิงตลอดการเดินทางผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนตัว



“คาดว่าจะการลงทุนครั้งนี้จะช่วยสร้างรายได้ในปี 2560 เพิ่มขึ้นประมาณ 2.5%”

อีกทั้งภายใต้แผนการลงทุนในปีนี้ ไทยสมายล์ยังให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์สายการบินพรีเมียม พลูเซอร์วิสผ่านการพัฒนาห้องรับรองผู้โดยสารในท่าอากาศยาน(เลานจ์) ด้วยงบประมาณรวมราว 65 ล้านบาท ซึ่งในปีที่ผ่านมาได้ดำเนินการพัฒนาไปแล้ว 2 แห่งได้แก่ท่าอากาศยานขอนแก่นและอุบลราชธานี

ขณะที่แผนงานปีนี้จะดำเนินการพัฒนาต่อเนื่องอีก 4 แห่งคือสุราษฎร์ธานี หาดใหญ่ เชียงราย และอุดรธานี รวมทั้งยังอยู่ระหว่างจัดหาพื้นที่เพื่อพัฒนาเพิ่มเติมอีก 4 แห่งคือกระบี่ สุวรรณภูมิ ภูเก็ต และเชียงใหม่

ทั้งนี้ สำหรับเป้าหมายการดำเนินธุรกิจในปี 2560 จากการวางแผนขยายเส้นทางบินประกอบกับลงทุนพัฒนางานบริการเพื่อดึงดูดผู้โดยสารนั้น คาดว่า จะสามารถเพิ่มปริมาณผู้โดยสารเข้ามาใช้บริการสายการบินได้ถึง 4.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีปริมาณ 3.2 ล้านคน

ขณะที่รายได้ตั้งเป้าเพิ่มขึ้นเป็น 1.1หมื่นล้านบาท เพิ่มจากปีก่อนที่มีรายได้ประมาณ 7 พันล้านบาท ส่วนอัตราบรรทุกผู้โดยสาร(โหลดแฟกเตอร์) คาดการณ์ว่าภายใต้สภาวะการแข่งขันของสายการบินในประเทศ แต่การสร้างจุดแข็งด้านบริการจะเพิ่มปริมาณบรรทุกผู้โดยสารให้เพิ่มสูงขึ้นเป็น 78% จากปีก่อนที่มีสัดส่วนอยู่ราว 73.5%