

‘บินไทย’ หวั่นพิษค่าบาท แรงโปรโมชันลดผลกระทบ

กรุงเทพธุรกิจ ● “บินไทย” รับ
ค่าเงินบาทแข็งกระทบตลาดยุโรป
ชะลอตัวเร่งออกโปรโมชันราคาพิเศษ
กระตุ้นผู้โดยสารบุกถึงเดินทางทันที
หวังรักษาเคบินแฟกเตอร์โลว์ซีซั่น
ให้คงอยู่ในระดับ 80%

นายสุเมธ ดำรงชัยธรรม กรรมการ
ผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท การบินไทย
จำกัด(มหาชน) กล่าวถึงสถานการณ์
ตลาดในปัจจุบันว่าการบินไทยได้รับ
ผลกระทบจากอุตสาหกรรมการบินที่
ได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก
ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม
ขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนที่ค่าเงิน
บาทปรับตัวแข็งค่าในรอบ 6 ปี โดย
ค่าเงินบาทที่แข็งตัวมากส่งผลให้
การบินไทยต้องวางกลยุทธ์ในเชิง
การตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ
การจัดโปรโมชันราคาดึงดูดการเดินทาง
โดยเฉพาะโปรโมชันที่สามารถทำให้
ผู้โดยสารสามารถตัดสินใจวางแผน
การเดินทางได้ทันที

“เราประเมินสถานการณ์ตลอด
เราจะเน้นออกโปรโมชันสั้นๆ และถี่ๆ
เป็นแบบสแนปช็อตทำราคาโปรโมชัน
ที่ดีมากๆ เพื่อให้ผู้โดยสาร
เห็นราคาแล้วตัดสินใจได้ทันที
ว่าจะไปเลย เดินทางภายในเวลา
2-4 เดือน ไม่ต้องซื้อตัวโปรโมชัน
นานๆ แบบสมัยก่อน โดยเรายังคง
ตั้งเป้ารักษาระดับเคบินแฟกเตอร์
ในช่วงโลว์ซีซั่นของการบินไทยไว้
ที่ 80%”

สำหรับภาพรวมรายตลาดของ
การบินไทยในปัจจุบัน มีทั้งตลาด
ที่บวกและลบ ขึ้นอยู่กับปัจจัยและ
การปรับตัวของแต่ละตลาด ไม่ได้
เป็นผลกระทบในภาพรวมทั้งหมด

ซึ่งในส่วนของตลาดยุโรปได้รับ
ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน
เพราะเงินบาทแข็งค่าส่งผลให้ราคา
ตัวการบินไทยในยุโรปแพงขึ้น
และผู้โดยสารจะประเมินราคาตัว
ของการบินไทยเทียบกับสายการ
บินอื่นๆ ประกอบกับเป็นช่วงโลว์
ซีซั่นทางการท่องเที่ยว ส่งผลให้
บางตลาดติดลบ เช่น เยอรมัน แต่
บางตลาด เช่น ลอนดอน ประเทศ
อังกฤษก็ปรับตัวได้ดีทำให้ราคาตัว
และเคบินแฟกเตอร์อยู่ในเกณฑ์ดี
ตามไปด้วย

ขณะที่ตลาดจีนมีอัตราการ
จองลดลง เพราะปัจจุบันรัฐบาล
จีนมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว
ในประเทศทำให้หลายสายการบิน
ของจีนจัดโปรโมชันราคาพิเศษ
เพื่อกระตุ้นการเดินทาง ขณะที่
ตลาดปากีสถานและอินเดีย ได้รับ
ผลกระทบจากเหตุการณ์ความ
ไม่สงบ ปิดน่านฟ้าปากีสถาน

ส่วนตลาดญี่ปุ่น ภาพรวมยัง
อยู่ในเกณฑ์ดี ปัจจุบันมีการแข่งขัน
ของสายการบินสูง ผู้เล่นในตลาด
ค่อนข้างมาก ทำให้มีการแข่งขัน
ด้านราคาสูง แต่การแข่งขันดังกล่าว
ทำให้เกิดแรงจูงใจให้ผู้โดยสารยัง
คงนิยมจองการเดินทางเพิ่มขึ้น
อย่างต่อเนื่อง ภาพรวมตอนนี้ถือว่า
ซัพพลายกระตุ้นดีมานด์ แต่มีการ
แข่งขันด้านราคารุนแรง โดย สภาวะ
ตลาดที่เกิดขึ้นในขณะนี้เชื่อว่าเมื่อ
พ้นช่วงโลว์ซีซั่น ประมาณ 2 เดือน
ข้างหน้า สถานการณ์ในภาพรวม
จะกลับมามีขึ้นตามลำดับ และเข้าสู่
ช่วงไฮซีซั่นทางการท่องเที่ยวใน
ช่วงปลายปี