

ดีดีเป่า 'มนต์' ทีจีเล็กเจ้งรอดๆ

เมื่อวันที่ 16 พ.ค. ที่สำนักงานใหญ่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) นายสุเมธ ดำรงชัยธรรม กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัทฯ แถลงผลดำเนินงานไตรมาสที่ 1 ปี 62 ว่า มีกำไรสุทธิ 456 ล้านบาท มีรายได้รวม 47,791 ล้านบาท ต่ำกว่าช่วงเดียวกันปีก่อน 6.9% สาเหตุจากการแข็งค่าของเงินบาท การแข่งขันที่รุนแรง การขนส่งผู้โดยสารลดลง เนื่องจากมีเครื่องบินให้บริการได้จริง 90 ลำ จาก 103 ลำ ต่ำกว่าปีก่อนที่ใช้งาน 94 ลำ ที่เหลือจอดซ่อมบำรุงตามตารางซ่อมปกติ สำหรับจำนวนผู้โดยสารอยู่ที่ 6.29 ล้านคน เพิ่มขึ้น 0.6% อัตราส่วนการบรรทุกผู้โดยสาร (เคบินแฟกเตอร์) 80.3%

นายสุเมธ กล่าวต่อว่า การจะทำให้การบินไทยอยู่รอดได้ คือ เพิ่มรายได้ลดรายจ่าย ซึ่งทำมาเป็น 10 ปีแล้ว แต่ส่วนด้มองว่าวิธีที่ถูกต้องที่สุดในโลกยุคใหม่นี้คือ ต้องเปลี่ยนกระบวนการค่าใช้จ่ายที่จะลดลง ในปี 62 บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นสร้างรายได้เสริมภายใต้โครงการ “มนตรา” เพื่อฟื้นฟูการบินไทยแบบเร่งด่วน มีเป้าหมายให้หลุดพ้นจากวงจรของกับดักปัญหา และมีผลประกอบการที่มั่นคง แต่การเพิ่มรายได้แค่จากบัตรโดยสารอย่างเดียวไม่พอ ต้องเพิ่มจากธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกัน เช่น ครีวการบินไทย ซึ่งไตรมาส 1 รายได้เพิ่ม 15% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีกำไรเพิ่มขึ้น 70 ล้านบาท

นายสุเมธ กล่าวอีกว่า นอกจากนี้จะเน้นทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) โดยจะจัดทำเป็นคลังสินค้าบนโลกออนไลน์ จำหน่ายสินค้าทุกประเภท เช่น เครื่องโหนด กระเป๋า เตาบาร์บีคิว นาฬิกา เสื้อผ้า และสินค้า Thai Shop ผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันการบินไทย เริ่มเดือน ก.ย.นี้ คาดว่าจะสร้างรายได้ 500 ล้านบาทต่อปี แต่จะทำหน้าที่ช่องทางจัดจำหน่ายเท่านั้น (Marketplace) ส่วนการจัดหาสินค้า บริหารระบบ และโลจิสติกส์ เป็นหน้าที่ของผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่มีความเชี่ยวชาญ (Vendor) การบินไทยจะรับส่วนแบ่งจากรายได้จากผู้จัดจำหน่ายสินค้า ลูกค้านักท่องเที่ยวจะเป็นบุคคลทั่วไป

และผู้โดยสารของการบินไทยทั่วโลก ไม่ได้จำกัดแค่ในไทย โมเดลคล้ายอะเมซอน (Amazon) เว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา สำหรับแผนในไตรมาสที่ 2 และ 3 ตั้งเป้ารักษาเคบินแฟกเตอร์ให้อยู่ที่ 80% ซึ่งไม่ง่ายเพราะเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (โลว์ซีซั่น) จะใช้วิธีจัดโปรโมชั่นบัตรโดยสารราคาถูกระตุ้นการขาย

ด้านนายวิวัฒน์ ปิยะวิโรจน์ รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่สายการพาณิชย์ บริษัทฯ กล่าวว่า อยู่ระหว่างหารือผู้จัดจำหน่ายสินค้าอเมริกามีความเชี่ยวชาญ 2 ราย ให้สายการบินขนาดใหญ่ เช่น ลูฟท์ฮันซ่า แลนดิส เพื่อคัดเหลือ 1 ราย ปลายเดือน พ.ค.นี้ จะทราบผลโดยเฟส 1 จะจำหน่ายผ่านแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ เฟส 2 ปี 63 จำหน่ายสินค้าผ่านหน้าจอสัมผัสบนเครื่องบินด้วย สำหรับการจัดโปรโมชั่นบัตรโดยสารที่จะมากระตุ้นการขาย มี 4 แคมเปญ ได้แก่ 1.Youth Fare ค่าโดยสารราคาพิเศษสำหรับกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน 2.Carnival of Travel ใช้เงินและไมล์สะสมแลกตั๋วเครื่องบิน 3.ตลาดท่องเที่ยวเมืองรอง และ 4. Asean Connect ค่าโดยสารราคาพิเศษสำหรับเดินทางในประเทศอาเซียน.