

ผ่ากลยุทธ์'บินไทย' สู้ศึกเปิดน่านฟ้า...คืนชีพธุรกิจ



ด จากหลายผลสำรวจความเชื่อมั่นดูเหมือนเริ่มดีขึ้น
บ หลังรัฐบาลประกาศนำเข้าวัคซีนและเริ่มทยอยฉีดแล้ว
จึงทำให้ธุรกิจขยับตัวตาม หนึ่งในความคาดหวังว่าจากนี้
จะดีขึ้นคือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคท่องเที่ยว รวมถึง
สายการบิน ที่ออกอาการเซมาตั้งแต่เกิดโควิด-19 ระบาด เริ่ม
เคลื่อนไหวแล้ว อย่าง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
หลายฝ่ายต่างลุ้นและไม่มีใครคาดเดาได้ว่าจะจบสวยได้ตาม
แผนฟื้นฟู หรือหักมุม แต่ไม่ว่าอย่างไรธุรกิจต้องเดินต่อ...

●เตรียมเปิดเวทีคุยเจ้าหน้าที่

แนวทางในการฟื้นฟูกิจการ การบินไทยได้ยื่นแผนฟื้นฟู
ต่อกรมบังคับคดีแล้วเมื่อวันที่ 2 มีนาคมที่ผ่านมา ขั้นตอน
หลังจากนี้เจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์ได้กำหนดนัดประชุมเจ้าหน้าที่
เพื่อพิจารณาแผนฟื้นฟูในวันที่ 12 พฤษภาคม 2564 ที่ศูนย์
ประชุมธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
ซึ่งเจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์จะส่งประกาศประชุมพร้อม
แนบแผนฟื้นฟูกิจการในรูปแบบคิวอาร์โค้ดให้แก่เจ้าหน้าที่ใน
ไทยทางไปรษณีย์ตอบรับ และเจ้าหน้าที่ต่างประเทศทางอีเมล
ซึ่งการบินไทยได้ระบุว่ามียุทธศาสตร์ 4.1 แสนล้านบาท แต่เป็น
มูลหนี้ที่แท้จริงตามแผนฟื้นฟู 1.8-1.9 แสนล้านบาท จึงต้องรอ
ให้เจ้าหน้าที่พิทักษ์ทรัพย์ตรวจสอบมูลหนี้ที่แท้จริงก่อน

พร้อมเสนอแผนการชำระหนี้เดิม มีการกำหนดให้ลดทุน
และแอ็คตหนี้ 70% เพื่อให้ชำระหนี้ได้หมดตามแผนฟื้นฟู
กิจการใน 5-7 ปี แต่ถูกคัดค้านจากเจ้าหน้าที่ จึงทำให้แผนฟื้นฟู
กิจการที่ยื่นต่อกรมบังคับคดีได้ตัดประเด็นการลดทุนและการ
แอ็คตหนี้ตามลักษณะเจ้าหน้าที่เฉลี่ย 30-50% ซึ่งทำให้การบินไทย
อาจใช้เวลาในการชำระหนี้ 10 ปี ขณะที่การดำเนินการตาม
แผนฟื้นฟูกิจการที่ได้รับการอนุมัติแล้วสามารถขอแก้ไขแผน
ฟื้นฟูได้ แต่ต้องยื่นต่อเจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์เพื่อจัดประชุม
เจ้าหน้าที่ให้ความเห็นชอบ

●จัด4กลยุทธ์ฟื้นฟูกิจการ

ด้าน ชาญศิลป์ ตรีนุชกร รักษาการกรรมการผู้อำนวยการ
ใหญ่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่เปรียบเสมือนกับต้น
ในการบังคับทิศทางของธุรกิจการบินไทย เล่าว่า หลังจากยื่น
แผนฟื้นฟูกิจการแล้วการบินไทยจะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และ
พัฒนาแบบองค์รวมภายใต้วิสัยทัศน์ใหม่ คือ สายการบินเอกชน
คุณภาพสูง ที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้วยความแข็งแกร่งของ
อัตลักษณ์ความเป็นไทย เชื่อมโยงประเทศไทยสู่ทั่วโลก และสร้าง
ผลกำไรที่ได้อย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วยกลยุทธ์ 4 ด้าน ได้แก่
1.เป็นสายการบินที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับแรก 2.เพิ่มศักยภาพด้าน