

กรุงเทพธุรกิจ Krungthep Turakij Circulation: 160,000 Ad Rate: 1,600	Section: First Section/- วันที่: พุธที่ 21 เมษายน 2565 ปีที่: 35 ฉบับที่: 12102 หน้า: 1(บนซ้าย), 5 Col.Inch: 80 Ad Value: 128,000 PRValue (x3): 384,000 คลิป: สีสี่ หัวข้อข่าว: 'บินไทย' เร่งเกมรุกธุรกิจ ลุยรุกเอเชียพื้นท้องเที่ยว
--	--



'บินไทย' เร่งเกมรุกธุรกิจ
ลุยรุกเอเชียพื้นท้องเที่ยว
> 5



พื้นเชื่อมั่น : บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จัดการประชุม “THAI Networking : Discover Brand New Sky” เพื่อนำเสนอความคืบหน้าของกลยุทธ์ด้านการพาณิชย์ที่สำคัญ ภายใต้แผนฟื้นฟูกิจการบริษัท ณ รร.เพนนินซูลา กรุงเทพฯ

‘บินไทย’เร่งเกมรุกธุรกิจ ลุยรุกเอเชียพื้นท้องเที่ยว

**เขย่าเส้นทางบิน
ดันยอดจองพุ่ง 80-90%**

กรุงเทพธุรกิจ • “การบินไทย” ไขว้คืบหน้า
 กลยุทธ์ด้านการพาณิชย์ภายใต้แผนฟื้นฟู
 กิจการ หลังเขย่าเส้นทางบิน-ลุยตลาด
 ออนไลน์ ดันยอดจองพุ่งสูง 80-90%
 เร่งสร้างความเชื่อมั่นเอเยนต์ตลาดญี่ปุ่น

เกาหลี และออสเตรเลีย เตรียมพร้อมรับ
 นักท่องเที่ยว
 นายนนท์ กลินทะ ประธานเจ้าหน้าที่
 สายการพาณิชย์ บริษัท การบินไทย จำกัด
 (มหาชน) เป็นประธานการประชุม “THAI
 Networking : Discover Brand
 New Sky” ร่วมกับตัวแทนจำหน่ายบัตร
 โดยสารที่มีบทบาทสำคัญในตลาดญี่ปุ่น
 เกาหลี และออสเตรเลีย

พร้อมระบุว่าระหว่างการประชุมในครั้ง
 นี้การบินไทยได้นำเสนอความคืบหน้าของ
 กลยุทธ์ด้านการพาณิชย์ที่สำคัญภายใต้แผน
 ฟื้นฟูกิจการ อาทิ ด้านการขาย การตลาด และ
 การหารายได้รวมทั้งผลิตภัณฑ์และบริการ
 ใหม่ของการบินไทยเพื่อสร้างความเชื่อมั่น
 กับตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสาร
 อย่างไรก็ตาม การประชุมครั้งนี้จัดขึ้น
 เพื่อสร้างความมั่นใจและประชาสัมพันธ์

ความพร้อมของการบินไทยและประเทศไทย ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ถือเป็นโอกาสในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว ตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และออสเตรเลีย ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญของการบินไทย โดยการบินไทยได้นำเสนอความพร้อมทางธุรกิจที่สามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่าย และสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการกลับมาบริการนักท่องเที่ยว

สำหรับความคืบหน้าของกลยุทธ์ด้านการพาณิชย์ที่สำคัญภายใต้แผนฟื้นฟูกิจการขณะนี้สำเร็จเป็นไปตามแผน อาทิ Feasible Products and Improved Services หรือการปรับแบบเครื่องบิน และเส้นทางบินที่เหมาะสมสำหรับขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศให้สามารถสร้างรายได้และทำกำไรอย่างยั่งยืน

รวมทั้งพัฒนาเส้นทางบินผ่านความร่วมมือกับสายการบินไทยสมายล์และสายการบินพันธมิตร Star Alliance ส่งผลให้การบินไทยมีปริมาณการจองเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเดือน เม.ย. 2565 มีปริมาณการจองถึง 80-90% ในเส้นทางยุโรป

ขณะเดียวกัน ยังดำเนินงานในด้าน Revenue & inventory management การพัฒนาช่องทางการขาย ทั้งช่องทางผ่านตัวแทนจำหน่ายและช่องทางออนไลน์ (Online Travel Agent) เพื่อความสะดวกและสอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าแต่ละกลุ่ม โดยกำหนดราคาที่เหมาะสมและยังสามารถแข่งขันได้ สามารถสร้างโอกาสทางการขายใหม่ๆ อีกทั้งยังกำหนดเงื่อนไขบัตรโดยสารต่างๆ ให้เรียบง่ายและมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น

นอกจากนี้ยังเพิ่มสัดส่วนรายได้นอกเหนือธุรกิจการบิน Cargo Revenue Lead ด้วยการขนส่งสินค้าทางอากาศและพัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตร ซึ่งการที่การบินไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในเดือน มี.ค.2565 สามารถสร้างรายได้สูงกว่าช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา

ขณะที่ Cost Efficiency Distribution Channels การเพิ่มประสิทธิภาพการขายและการหารายได้ มุ่งเน้นเส้นทางบินที่มีศักยภาพเพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างผลกำไรสูงสุด และวางกลยุทธ์ในการขาย นอกเหนือจากเส้นทางบินตรงสู่กรุงเทพฯ แล้ว ยังเน้นการขายกลุ่มผู้โดยสารเดินทางข้ามภูมิภาค

โดยใช้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นศูนย์กลางในการต่อเครื่อง เชื่อมโยงระหว่างภูมิภาค อาทิ จากออสเตรเลีย เอเชียตะวันออกและตอนใต้ รวมทั้งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (สายการบินไทยสมายล์) สู่ทวีปยุโรปและเอเชียตะวันตก โดยในตารางการบินฤดูร้อน 2565 การบินไทยทำการบินสู่เส้นทางต่างๆ ถึง 34 เส้นทางบิน

ส่วนความคืบหน้าแผนการตลาดการบินไทยได้ปรับปรุงการให้บริการ โดยมุ่งเน้นแนวทางยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มุ่งเน้นการตลาดดิจิทัล เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของลูกค้าและพัฒนาบริการใหม่ อาทิ เพิ่มสิทธิประโยชน์สมาชิกบัตร Royal Orchid Plus โปรแกรมท่องเที่ยว Royal Orchid Holidays การจองอาหารล่วงหน้า พร้อมระบบสารบบันเทิงบนเครื่องบิน เป็นต้น

“การบินไทยเรามีแผนตารางบินฤดูร้อนปีนี้ เปิดบิน 34 เส้นทาง และเชื่อว่าการทยอยเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวหลายประเทศในเอเชียนั้น จะเป็นโอกาสของการกลับมาทำธุรกิจการบิน โดยเชื่อว่าในช่วงไตรมาส 4 ปีนี้ จะมีการฟื้นตัวของผู้โดยสารอย่างมีนัยสำคัญ” นายนนท์กล่าวทิ้งท้าย