

คำตอบกระทู้ถามที่ ๒๕๓/ร.

ของ นางวรศุติ สุวรรณปริสุทธิ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
เรื่อง การยกเลิกเที่ยวบินภายในประเทศ

ข้าพเจ้า นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ขอตอบกระทู้ถาม เรื่อง การยกเลิกเที่ยวบินภายในประเทศ ของท่านสมาชิกผู้มีความสนใจ ดังนี้

คำตอบข้อที่ ๑

ขอเรียนว่า การยกเลิกเที่ยวบินในประเทศเป็นการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สืบเนื่องจากการปรับตัวของราคาน้ำมันที่ปรับสูงขึ้น การเดินทางของผู้โดยสารลดลงจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก และกรณีการต้องเผชิญกับการแข่งขันจากสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินใหม่ ๆ ที่มีโครงสร้างต้นทุนแบบใหม่และมีอัตราการบินที่รวดเร็วและต่อเนื่อง อันเกิดจากการเปิดเสรีการบิน ประกอบกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีปัจจัยที่เสียเปรียบคู่แข่ง เช่น เครื่องบินเก่า หลายแบบ หลายขนาด ในขณะที่คู่แข่งมีแผนการใช้เครื่องบินที่มีเทคโนโลยีทันสมัย ทำให้บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถูกช่วงชิงผู้โดยสารและสูญเสียส่วนแบ่งการตลาด และปัญหาการเมืองภายในประเทศซึ่งส่งผลให้ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ประสบปัญหาการขาดสภาพคล่อง และมีผลประกอบการขาดทุนถึง ๒๑,๔๕๐ ล้านบาท ในปี ๒๕๕๑ ดังนั้น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องเร่งแก้ปัญหาการขาดสภาพคล่องตามแผนฟื้นฟูระยะเร่งด่วนปี ๒๕๕๒ และดำเนินการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ปี ๒๕๕๓ - ๒๕๕๖ เพื่อการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน ตามลำดับ

ตามแผนยุทธศาสตร์ปี ๒๕๕๓ - ๒๕๕๖ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ๕ กลยุทธ์หลัก โดยกลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งยุทธศาสตร์ (Strategic positioning) เป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักซึ่งได้กำหนดตำแหน่งของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ให้เป็น "Premium Service Network Airline" คือ สายการบินเครือข่าย มีผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเลิศ เพื่อให้ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นให้บริการแบบ Premium และเป็นสายการบินที่เชื่อมต่อไปทั่วโลก ในขณะที่พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดแบบ "Two Brand Strategy" โดยสร้างความร่วมมือกับ บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (นกแอร์) ซึ่งเป็นบริษัทที่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นอยู่ ๓๕ % เพื่อต่อสู้กับสายการบินต้นทุนต่ำ โดยนกแอร์เน้นบริการแบบ Point to point ซึ่ง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และนกแอร์ ได้มีการร่วมทำงานกันอย่างใกล้ชิดเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้โดยสาร

จากการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การลดแบบของเครื่องบินเพื่อให้มีต้นทุนต่ำลง มีผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถแข่งขันได้ จัดบริการและผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อที่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จะได้รับการปรับอันดับของสายการบินดีขึ้น รวมทั้งเน้นสร้างให้กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางการบิน สนองลูกค้าที่เดินทางมายังประเทศไทย และเดินทางไปยังปลายทางอื่น

โดยในชั้นนี้ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ร่วมมือกับนกแอร์ ทำการบินไป - กลับ ใน ๓ เส้นทาง คือ คอนเมือง - พิษณุโลก คอนเมือง - อุบลราชธานี และเชียงใหม่ - แม่ฮ่องสอน ตั้งแต่วันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๕๓ เป็นต้นไป เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และทำให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวกในการเดินทางด้วยราคาประหยัด และจะมีการติดตามประเมินผลก่อนจะดำเนินการกลยุทธ์เส้นทางอื่นต่อไป ทั้งนี้ ประโยชน์จากความร่วมมือดังกล่าวย่อมส่งผลดีต่อประเทศ โดยภาครัฐมีรายได้เพิ่มจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และนกแอร์ ซึ่งมีองค์กรของรัฐเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ทำให้เกิดการขยายเครือข่ายการบินในประเทศมากขึ้น มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สามารถแข่งขันกับสายการบินต่างชาติ และนกแอร์สามารถแข่งขันกับสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีประสิทธิภาพ

คำตอบข้อที่ ๒

ขอเรียนว่า ในการพิจารณายกเลิกเส้นทางบินนั้น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีหลักเกณฑ์การพิจารณาในเบื้องต้น คือ พิจารณาจากจำนวนผู้โดยสารต่อเครื่องของเที่ยวบินระหว่างประเทศมีจำนวนน้อย เส้นทางบินมีความเหมาะสมกับแบบของเครื่องบิน และจำนวนเครื่องบินระยะทางบิน และโอกาสในการทำกำไรต่ำ

ในเส้นทางบินที่พิจารณายกเลิกการบินนั้น นอกจากจะมีเหตุผลของการมีต้นทุนการดำเนินการสูง และผลประกอบการขาดทุนในแต่ละเส้นทางแล้ว บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีเหตุผลสนับสนุนในแต่ละเส้นทาง ดังนี้

จังหวัดแม่ฮ่องสอน

- ระยะทางบินสั้น ประมาณ ๑๒๖ กิโลเมตร (เชียงใหม่ - แม่ฮ่องสอน)
- สภาพท่าอากาศยานเหมาะสมกับเครื่องบินใบพัดขนาดเล็ก
- เครื่องบินขนาดเล็กไม่อยู่ในแผนพัฒนาฝูงบินของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

- บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่มีนักบิน และไม่มีแผนพัฒนานักบินเครื่องบินขนาดเล็ก

จังหวัดพิษณุโลก

- การคมนาคมทางบกจากกรุงเทพฯ ฯ ไปพิษณุโลกค่อนข้างสะดวก
- มีจำนวนผู้โดยสารน้อย (อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร ๖๓% - ๖๘%)
- การเดินทางของผู้โดยสารเป็นลักษณะ Point to point

จังหวัดอุบลราชธานี

- สายการบินต้นทุนต่ำเริ่มแข็งแกร่ง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จึงปรับแผนโดยใช้นกแอร์เพื่อต่อสู้

- ควรมี ๒ brands เพื่อให้ผู้โดยสารมีทางเลือก
- การเดินทางของผู้โดยสารเป็นลักษณะ Point to point

ทั้งนี้ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เชื่อมั่นว่าการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ โดยการพัฒนากลยุทธ์ด้านตำแหน่งทางการตลาดแบบความร่วมมือ ๒ สายการบิน (Two Brand Strategy) จะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับสายการบินภายในประเทศ เป็นการเสริมศักยภาพแก่กัน ซึ่งในที่สุดประโยชน์ที่ได้รับจะกลับคืนสู่ประชาชนและประเทศโดยรวม