

บทบาทใหม่ “พาทิ สารสิน” ดัน “นกสกูต” รวมวงโลว์คอสต์ **u.22**



บทบาทใหม่ ‘พาทิ สารสิน’ ดัน ‘นกสกูต’ รวมวงโลว์คอสต์

6 ปีที่แน่นอนแล้วว่า “นกสกูต” ที่สายการบินนกแอร์นั้นกับสายการบินราคาประหยัด “สกูต” ในเครือสิงคโปร์แอร์ไลน์สไปเมื่อต้นปีที่ผ่านมา นั้น ได้เตรียมแจ้งเกิดสายการบินราคาประหยัดน้องใหม่ในประเทศไทยอีก 1 สายการบินในช่วงปลายไตรมาส 3 ปีนี้แน่นอน

พร้อมทั้งแผนขยายตลาดในซีกเมนต์บินระยะกลาง-ไกล หลังจากที่ “นกแอร์” ได้เปิดให้บริการมาได้ 10 ปีภายใต้กลยุทธ์หลักการเจาะบินเมืองเล็กเมืองรองเสริมทัพเมืองหลัก กระทั่งมียอดผู้โดยสารปัจจุบันถึง 7-8 ล้านคนแล้ว

“พาทิ สารสิน” ซีอีโองนกแอร์เล่าว่า เหตุผลที่จับมือกับสกูตนั้น เพราะเป็นสายการบินที่มี “ดีเอ็นเอ” ของแบรนด์คล้าย ๆ กัน เรียกได้ว่า “เคมี” ตรงกันอย่างมาก

และมองว่าทั้ง 2 ฝ่ายจะเข้ามาเติมเต็มสิ่งที่ขาดหายของอีกฝ่าย พร้อมลดความเสี่ยงในการลงทุนฝ่ายละครึ่ง

โดยนกแอร์ไม่มีโน้ส้าวในการทำตลาด

การบินระยะกลาง-ไกล ดันทุนการศึกษาตลาดนี้ก็แพง ขณะที่สกูตเป็นแบรนด์ที่มีคนรู้จักและเชี่ยวชาญในตลาดนี้เป็นอย่างดี และมีความพร้อมเรื่องเครื่องบินและพร้อมจะให้ “นกสกูต” เข้าบิน รวมถึงการซ่อมบำรุงเครื่องบิน ซึ่งปัจจุบันสกูตมีฝูงบิน โบอิง 777-200s จำนวน 6 ลำบิน 13 เส้นทางใน 7 ประเทศ ได้แก่ ไทย ออสเตรเลีย จีน ฮองกง ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลีใต้

ส่วนจุดที่นกแอร์สามารถเติมเต็มสกูตได้ก็คือ ฐานปฏิบัติการบินของสกูตปัจจุบันตั้งอยู่ในสิงคโปร์ซึ่งเป็นเมืองที่เล็กมาก จุดเด่นคือการแวะเปลี่ยนเครื่องเท่านั้น ซึ่งมีคู่แข่งสายการบินพรีเมียมให้บริการมากแล้ว แต่ถ้าสกูตเพิ่มจุดยุทธศาสตร์ทางการบินอีกแห่งที่ “กรุงเทพฯ” จะมีโอกาสได้ตลาดนักท่องเที่ยวอย่างมาก

การผนึกกับ “สกูต” ครั้งนี้ นกแอร์จึงตั้งเป้าหมายอย่างสูงว่าจะประสบความสำเร็จสำหรับโครงสร้างการลงทุนนั้น บริษัท

ร่วมทุนของสายการบิน “นกสกูต” จะใช้ทุนจัดตั้ง 2,000 ล้านบาท แบ่งสัดส่วนการ

ถือหุ้นเป็นบริษัท “Scoot Pte.” ฝั่งสิงคโปร์ 49% ส่วนการถือหุ้นอีก 51% เป็นฝั่งไทย ตามกฎหมายการลงทุนในไทย

โดยตามแผน 5 ปี นกสกูตจะมีเครื่องบินทั้งหมด 7 ลำ เริ่มต้นปี 1 ลำแรกในปีนี้ และเพิ่มเป็น 2 ลำในปี 2558

ซึ่งในช่วง 3 ปีแรกที่เริ่มให้บริการอาจจะยังไม่มีกำไร แต่หลังจากนั้นเชื่อว่ามีกำไรแน่ เนื่องจากบริษัทไม่ได้ลงทุนหนัก เพราะเน้นเช่าเครื่องบินเป็นหลัก

“พาทิ” ระบุว่า “คีย์ซักเซส” ของการทำตลาดเที่ยวบินระยะกลาง-ไกล คือ 2 เมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางของเส้นทางบินนั้น ๆ จะต้องเป็นผู้โดยสารของตัวเอง ไม่ใช่พึ่งพึ่งผู้โดยสารจากเมืองใดเมืองหนึ่ง นกแอร์เรียนรู้ข้อนี้จากเส้นทางกรุงเทพฯ-บังคาลอร์ (อินเดีย) ที่ต้องยกเลิกบินไปเมื่อปี 2550 เพราะมีดีมานด์บินเฉพาะฝั่งบังคาลอร์เท่านั้น

ทั้งนี้ เคสดีเนชั่นที่นกสกูตสนใจบินไปในช่วงเริ่มแรกคือ ตลาดแถบเอเชียเหนือคือ ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, ฮองกง และจีน และสกูตเองก็รู้จักตลาดเหล่านี้เป็นอย่างดี ทำให้ “นกสกูต” ไม่ต้องเริ่มจากศูนย์

ทั้งยังเป็นโอกาสสำคัญของนกแอร์ในการไปสร้างแบรนด์ที่เอเชียเหนือด้วย

สำหรับในส่วนของ “นกแอร์” เองนั้น ปีที่แล้วมีกำไร 1,066 ล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่า 100% จากปีก่อนหน้า สำหรับปีนี้การเติบโตด้านรายได้ อาจโตไม่ถึงเป้า 20% ที่วางไว้ เพราะได้รับผลกระทบจากปัญหาการเมืองในช่วงไตรมาสแรก

ปัจจุบันมีฝูงบิน 16 ลำ เป็นโบอิง 737-800 ความจุ 186-189 ที่นั่ง 14 ลำ และเอทีอาร์ 72-500 ความจุ 66-72 ที่นั่ง 2 ลำ และเตรียมรับมอบเครื่องบินเพิ่มอีก 6 ลำเพิ่มเป็น 22 ลำในปีนี้

เพื่อเป็นการเตรียมรองรับเส้นทางบินใหม่และการเพิ่มความถี่เที่ยวบินในอีก 2-3

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachart Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,300

Section: การตลาด/ท่องเที่ยว

วันที่: พุธที่ 17 - อาทิตย์ 20 เมษายน 2557

ปีที่: 36

ฉบับที่: 4619

หน้า: 1 (กลาง), 22

Col.Inch: 54.12

Ad Value: 70,356

PRValue (x3): 211,068

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: บทบาทใหม่ 'พาที สารสิน' ดัน 'นกสกูต' รวมวงโลว์คอสต์

ปีข้างหน้า และเร็ว ๆ นี้ยังมีแผนเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตไวไฟบนเครื่องบิน ซึ่งจะ
ทำให้ "นกแอร์" เป็นสายการบินโลว์คอสต์
รายแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เทียบ
ชั้นสายการบินระดับพรีเมียม...