

โลว์คอสต์แอร์ดู หันราคาหุ้นไม่สนขาดทุน



ปีนี้เป็นปีทองของนักเดินทางไทยที่จะได้ขึ้นเครื่องบินในราคาถูกลงกว่าเดิม เพราะหลังสายการบินต้นทุนต่ำ (โลว์คอสต์แอร์ไลน์) น้องใหม่ อย่างไทยไลอ้อน แอร์ เข้ามาแย่งเค้กตลาดไทยตั้งแต่ 4 ธ.ค.ปีที่ผ่านมา การแข่งขันตัดราคาตัวเครื่องบินในไทย ถือว่าดุเดือดถึงขั้นสูงสุดในวงการ

ไม่เฉพาะแค่โลว์คอสต์แอร์ไลน์ที่ทำโปรโมชันแข่งกันเอง แม้แต่สายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ ก็ต้องปรับตัวยอมหันราคาทำโปรโมชันชิงลูกค้าเช่นกัน ยังมีโลว์คอสต์แอร์ไลน์บินระยะไกลอย่างไทยแอร์เอเชีย เอ็กซ์ ก็ยังเติมเชื้อไฟให้สงครามราคาทวีความรุนแรงขึ้นจากการแข่งดัมพ์ราคาบินในประเทศ ขยายไปบินระหว่างประเทศ

ผลการแข่งขันดังกล่าว กับปัจจัยสถานการณ์บ้านเมืองครึ่งปีแรก การเมืองวุ่นวาย เศรษฐกิจชะลอตัว จึงทำให้บรรดาสายการบินโลว์คอสต์หน้าเก่าขาดทุนไปตามๆ กัน

เริ่มกันที่สายการบินไทยแอร์เอเชียได้รายงานผลประกอบการไตรมาส 2 กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ว่า ไตรมาส 2 ขาดทุนสุทธิไป 321.4 ล้านบาท จากช่วงเดียวกันของปีก่อนเคยกำไรสุทธิ 485.8 ล้านบาท ขณะที่รวมครึ่งปีแรกขาดทุนสุทธิ 74.4 ล้านบาท จากครึ่งปีแรก 2556 กำไรสุทธิ 1,211.8 ล้านบาท

สำหรับยอดผู้โดยสารไตรมาส 2 รวม 2.81 ล้านคน เพิ่มขึ้นอยู่ที่ 16% เมื่อรวมครึ่งปีแรกมีผู้โดยสาร 5.92 ล้านคนเพิ่มขึ้น 19% อัตราบรรทุกผู้โดยสาร

(โหลดแฟกเตอร์) ไตรมาส 2 อยู่ที่ 78% จากเดิม 82% ค่าโดยสารเฉลี่ยลดจาก 1,877 บาท เหลือ 1,612 บาท

ถัดมาที่สายการบินนกแอร์ แจงผลประกอบการไตรมาส 2 ขาดทุนสุทธิ 159.7 ล้านบาท จากไตรมาสเดียวกันปีก่อน กำไรสุทธิ 260.1 ล้านบาท โหลดแฟกเตอร์ไตรมาส 2 อยู่ที่ 77.7% จากเดิม 86.5% จำนวนผู้โดยสารไตรมาส 2 อยู่ที่ 3.49 ล้านคน เพิ่ม 23%

จากผลประกอบการดังกล่าว สะท้อนว่าแม้จำนวนผู้โดยสารยังขยายตัว แต่การแข่งขันที่รุนแรงทั้งสองสายการบินจึงขาดทุน

นำพล รุ่งสว่าง กรรมการบริหาร ไทยไลอ้อน เมนทารี และผู้จัดการแผนกการขายและการตลาด สายการบินไทย

โลว์คอสต์แอร์ เปิดเผยว่า ตามหลักการตลาด การตัดราคาต่ำเพื่อแข่งขันอาจไม่ใช่สิ่งที่ถูกต้อง แต่สำหรับสายการบินที่ใหม่อย่างไทย โลว์คอสต์แอร์ เมื่อต้องมาแข่งกับโลว์คอสต์แอร์ไลน์ที่อยู่ในตลาดมานานแล้ว ก็จำเป็นต้องใช้วิธีนี้

ทั้งนี้ พบว่าผู้โดยสารที่มาใช้บริการไทย โลว์คอสต์แอร์ 90% เป็นกลุ่มเดิมที่บินกับสายการบินอื่นอยู่แล้วเปลี่ยนมาบินกับโลว์คอสต์แอร์ เพราะราคาที่ถูกลงกว่า ในจำนวนนี้ 70% พร้อมเปลี่ยนสายการบินไปมาตามโปรโมชั่นที่ออก ส่วนอีก 10% เป็นกลุ่มที่ไม่เคยขึ้นเครื่องบินมาก่อน ขณะที่สายการบินอื่นก็ต้องยอมทำโปรโมชั่นดีเพื่อรักษาตลาดของตัวเองไว้ แม้แต่สายการบินให้บริการเต็มรูปแบบก็ใช้โปรโมชั่นเพื่อหวังสู้โลว์คอสต์แอร์ไลน์

“โลว์คอสต์แอร์ไลน์ที่ไปทำเส้นทางระหว่างประเทศต่างเจอปัญหาขาดทุน เพราะครึ่งปีแรกสถานการณ์การเมืองไม่เอื้ออำนวย จึงหันกลับมาบุกตลาดในประเทศทั้งหมด เพราะเส้นทางในประเทศยังมีความต้องการดีอยู่ โดยในส่วนของไทย โลว์คอสต์แอร์ เส้นทางที่เปิดบินไปแล้วมีโหลดแพคเกจเฉลี่ย 85% ส่วนแบ่งตลาดเส้นทางในประเทศ ทั้งหาดใหญ่และเชียงใหม่อยู่ที่ 40% ยอดผู้โดยสารเฉลี่ยเดือนละ 2 แสนคน รวม 8 เดือน 1.6 ล้าน

คน 90-95% เป็นคนไทย” นำพล กล่าว

นอกจากนี้ คาดว่าการแข่งขันด้านราคาน่าจะรุนแรงขึ้นอีกในปีหน้า เนื่องจากไทย โลว์คอสต์แอร์ ขยายเส้นทางในประเทศให้ครอบคลุมขึ้นอีก โดยภายใน 1 ต.ค.นี้ จะรับเครื่องบินเข้ามาอีก 2 ลำ ทำให้มีเครื่องบิน 6 ลำ เพื่อเปิดบินเพิ่มอีก 5 เส้นทาง ได้แก่ ดอนเมือง-อุดรธานี ดอนเมือง-กระบี่ ดอนเมือง-ภูเก็ต ดอนเมือง-สุราษฎร์ธานี และหาดใหญ่-อุดรธานี เปิดจองเดินทางกลางเดือนนี้ ราคาเริ่มต้น 300 บาท ตามแนวคิดเดิมของสายการบิน คือทำราคาถูกให้มีในทุกเที่ยวบิน และเล่นระดับราคาขึ้นที่ละขั้น แต่ราคาสูงสุดต้องต่ำกว่าสายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ 30%

ปลายปีนี้หรือต้นปีหน้าจะเปิดเส้นทางบินเพิ่มจากดอนเมืองไปจีน 2 เส้นทาง รวมทั้งสายการบินในเครือโลว์คอสต์แอร์ เช่น วิง แอร์ และมาลินโด แอร์ ก็เตรียมเข้ามาให้บริการเส้นทางระหว่างประเทศมาไทยเพิ่มเติม

ส่วนกรณีไทยสมายล์มาใช้ดอนเมืองเป็นฐานบิน สำหรับไทย โลว์คอสต์แอร์ ไม่ห่วง เพราะมองว่าฐานลูกค้าคนละกลุ่มกัน

วรเนติ หล้าพระบาง รักษาการหัวหน้าฝ่ายบริหาร สายการบินไทยสมายล์ กล่าวว่า เตรียมหารือ นพ.

ปราเสริฐ ปราสาททองโอสถ ประธานคณะผู้บริหาร สายการบินบางกอกแอร์เวย์ส ขอเปิดเที่ยวบินดอนเมือง-สมุยรองรับแผนขยายเส้นทางบินในประเทศให้ครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่วนล่าสุดได้ย้ายการบริการมายังท่าอากาศยานดอนเมือง โดยจะย้ายครบทุกเส้นทาง 26 ต.ค.นี้ และกำลังปรับแผนการบินทั้งในและระหว่างประเทศใหม่ทั้งหมด โดยภายในสิ้นปีนี้จะเปิดบินดอนเมือง-หาดใหญ่ เพิ่มเดิม พร้อมขยายเส้นทางแถบอาเซียน เช่น ดานัง สุราบายา เมดาน พร้อม 5 มณฑลในจีน เช่น อุ๋ฮั่น หางโจว เซินเจิ้น โดยไทยสมายล์จัดโปรโมชั่นเปิดตัวย้ายกลับมาดอนเมือง 990 บาท/ที่นั่ง

ด้านนกแอร์ นอกจากจะจัดโปรโมชั่นเรียกกระแสยังร่วมกับพันธมิตรเพิ่มลูกค้า เช่น เชื่อมเส้นทางบินกับนกสกาย

รวมทั้งปลายปีจะมีสายการบินหน้าใหม่ 4 ราย คือ 1.ไทเกอร์แอร์ของไต้หวัน 2.โกลเด้นเมียนมาร์ของพม่า 3.นกสกายของนกแอร์ร่วมทุนกับสกาย และ 4.ไทยเวียดเจ็ทแอร์ ของกานต์แอร์ร่วมกับเวียดเจ็ท เข้ามาแข่งขัน

ดังนั้น แม้สงครามราคาจะไม่ใช่วางยังยืนของการแข่งขันธุรกิจการบิน แต่เชื่อว่าศึกตัดราคาปีหน้าสายการบินระเบิดแน่ ■