

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่กระแสโลกาภิวัตน์ ก่อให้เกิดการเพิ่มอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก รวมถึงการพัฒนาทางสังคม และการพัฒนาทางวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลให้เกิดกิจกรรมมากมาย ทั้งด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว จะเห็นได้จากประชากรในภูมิภาคอาเซียนนั้นมีอำนาจซื้อที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งประเทศต่างๆ ได้มีการแข่งขันอย่างรุนแรงในเชิงธุรกิจ ทั้งนี้องค์การทั้งภาครัฐและเอกชนในแต่ละประเทศจึงจำเป็นต้องเร่งปรับตัว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เพิ่มขีดความสามารถ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมทั้งเพื่อเป็นการรักษาตำแหน่งของผู้นำทางธุรกิจให้ยั่งยืน

ธุรกิจการบินนั้น ถือเป็น โครงสร้างการคมนาคมของประเทศขั้นพื้นฐานที่สำคัญในการประกอบธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจหลักในการทำรายได้เข้าสู่ประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก

ในปี พ.ศ. 2531 รัฐบาลไทยได้มีการกำหนดนโยบาย “การเปิดน่านฟ้าเสรี (Open Sky Policy)” ทั้งภายในประเทศไทยและต่างประเทศแต่ยังคงมีข้อจำกัดในการทำการบิน ได้แก่ การกำหนดให้มีเพียงสายการบินแห่งชาติ (สายการบินไทย) เท่านั้น ที่สามารถทำการบินในเส้นทางหลักๆ ด้วยการบินตรงแบบไม่จอดแวะพักที่ไหน อีกทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบินก็ยังไม่เอื้ออำนวย และไม่ให้การสนับสนุนให้เอกชนมีการใช้อากาศยานได้โดยสะดวก

จนกระทั่งในปี พ.ศ.2543 รัฐบาลไทยได้มีการผ่อนปรนและลดความเข้มงวดของกฎระเบียบการบิน อีกทั้งมีนโยบายในการสนับสนุนผู้ประกอบการการบิน จึงได้กำหนดให้ทุกสายการบินเอกชนที่จดทะเบียนในประเทศไทย ได้รับอนุญาตให้สามารถประกอบกิจการได้ในทุกเส้นทางการบิน เพื่อเป็นการผลักดันให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทย และขยายตัวออกไปจนเป็นศูนย์กลางการบิน ทั้งยังเป็นการเพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยีทางการบินของไทยอีกด้วย

ในปี พ.ศ.2559 จากการที่ประเทศไทยได้เข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community: AEC) ส่งผลให้มีการเพิ่มกิจกรรมการเดินทางเพื่อธุรกิจมากขึ้น ทั้งในกลุ่มธุรกิจส่วนภูมิภาค (Regional Companies) และในกลุ่มธุรกิจท้องถิ่น (Local Companies) ที่มีการเริ่มขยายการลงทุนไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนมากขึ้น ในรูปแบบต่างๆ ทั้ง การขยายสาขา, การร่วม

ทุน (Joint Venture), การควบรวมกิจการ (Mergers & Acquisitions) รวมไปถึงการเกิดตลาด MICE (Meeting, Incentives, Conventions, Exhibition)

นอกจากนี้ การเปิดตลาดการค้าเสรีของอาเซียน ยังมีการส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวภายในกลุ่มอาเซียน เช่น One-VISA-ASEAN/Single VISA ของนักท่องเที่ยวภายในกลุ่มอาเซียน ซึ่งทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านและทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มขึ้นมาก

อีกทั้งประเทศไทย นั้นมีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งมีพรมแดนติดกับประเทศอาเซียนถึง 4 ประเทศ (สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า ราชอาณาจักรกัมพูชา และ มาเลเซีย) ประเทศไทยจึงถือเป็นศูนย์กลางการบินที่สำคัญในภูมิภาคอาเซียน เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์และเขตแดนของประเทศไทย สามารถเชื่อมต่อกับเมืองหลัก และเมืองใหญ่อื่นๆ ได้โดยสะดวกจึงสามารถวางตำแหน่ง “ประตูสู่ประเทศเพื่อนบ้าน” ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) และสถาบันทางการเงิน (K-Econ Analysis) ได้สรุปผลการประเมินสถานการณ์ปริมาณผู้โดยสาร โดยสายการบินนานาชาติ หาระหว่างปี พ.ศ.2555 ถึง พ.ศ.2559 ว่า ภายในปี พ.ศ. 2568 จะมีจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางโดยเครื่องบินภายในภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สูงถึง 2.35 พันล้านคน (อัตราการเจริญเติบโตสูงถึงร้อยละ 6 ต่อปี)

โดยภายในปี พ.ศ. 2565 ปริมาณผู้โดยสารที่เดินทางผ่านสนามบินหลักของประเทศไทยทั้ง 6 แห่ง เพื่อเชื่อมต่อไปยังเมืองต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน จะมีปริมาณมากถึง 238.4 ล้านคน (อัตราการเจริญเติบโตสูงขึ้น ร้อยละ 9.5 ต่อปี)

นอกจากนี้ยังมีตัวเลขจากการพยากรณ์ทางการ ตลาดโลก หรือ Global Market Forecast (GMF) ของบริษัทผลิตอากาศยานแอร์บัส (Airbus) ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องบินรายใหญ่ของโลกฝั่งยุโรป ระบุว่า ระหว่าง พ.ศ. 2556-2575 อัตราการเดินทางทางอากาศจะเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 4.7 ต่อปี โดยอากาศยานที่มีในปัจจุบันประมาณ 17,740 ลำ ทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นเป็นเกือบ 36,560 ลำ ภายในปี 2575 ซึ่งภายในปีดังกล่าวภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกจะมีอัตราการเดินทางทางอากาศเพิ่มสูงขึ้น แชนหน้าภูมิภาคยุโรปและอเมริกาเหนือ โดยที่ปัจจุบันการเดินทาง ทางอากาศเฉลี่ยทั่วโลกที่เพิ่มสูงขึ้น ร้อยละ 5.5 ภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกมีความต้องการอากาศยานโดยสารใหม่สูงถึงร้อยละ 36 ส่วนในภูมิภาคยุโรปมีความต้องการอากาศยานโดยสารใหม่ ร้อยละ 20 และภูมิภาคอเมริกาเหนือ ร้อยละ 19 ตามลำดับ

ส่วนด้านจากการประเมินการเติบโตของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินทั่วโลก จัดทำโดย บริษัทผลิตอากาศยานโบอิง (Boeing) ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องบินรายใหญ่ของโลกฝั่งอเมริกา

พบว่า เอเชียใต้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และ จีน มีการเติบโตที่สูงโดดเด่น เมื่อเทียบกับการเจริญเติบโตในภูมิภาคอื่นๆ ดังนี้

| | CAAGR | | | | | | |
|------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Historical | | | | | | Forecast |
| | 1985-1990 | 1990-1995 | 1995-2000 | 2000-2005 | 2005-2010 | 1985-2010 | 2010-2030 |
| Global | 6.80% | 3.30% | 5.70% | 4.10% | 2.90% | 4.60% | 5.10% |
| Within regions | | | | | | | |
| within China | 16.70% | 25.40% | 5.40% | 13.50% | 13.50% | 14.70% | 7.50% |
| within Europe | 8.70% | 3.50% | 7.50% | 4.60% | 2.70% | 5.40% | 4.00% |
| within Middle East | 1.90% | 1.30% | 5.70% | 4.60% | 9.60% | 4.60% | 5.00% |
| within North America | 4.60% | 2.60% | 5.30% | 3.60% | -2.00% | 2.80% | 2.30% |
| within North East Asia | 9.20% | 6.10% | 3.20% | 0.90% | 1.20% | 4.10% | 3.30% |
| within Oceania | 7.10% | 10.20% | 2.90% | 4.40% | 4.50% | 5.80% | 4.70% |
| within South America | 2.80% | 3.20% | 6.20% | 3.70% | 10.80% | 5.30% | 7.00% |
| within South Asia | 2.10% | 5.60% | 1.00% | 8.50% | 14.50% | 6.20% | 9.40% |
| within Southeast Asia | 11.10% | 12.50% | -0.10% | 7.60% | 3.70% | 6.90% | 7.40% |

Source: The Boeing Company Current Market Outlook 2003, 2009 and 2011

ภาพที่ 1.1 การเติบโตของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินทั่วโลก

ที่มา: The Boeing Company Current Market Outlook 2003, 2009 and 2011

ด้วยปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ธุรกิจการบินในภูมิภาคอาเซียน จึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการรองรับการคมนาคมระหว่างประเทศ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจการบินของสายการบินต้นทุนต่ำ ถือเป็นทางเลือกที่ตอบ โจทย์ความต้องการของประชากรในปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำนั้น สอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ทั้งในด้านความสามารถในการขยายเส้นทาง การท่องเที่ยวให้ครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยว และการกำหนดราคาโดยใช้กลยุทธ์ราคา ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือก รูปแบบการเดินทาง โดยใช้การคมนาคมทางอากาศมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวระดับกลางและระดับล่างที่มีงบประมาณในการเดินทางที่จำกัด

การดำเนินธุรกิจของสายการบินของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ถึง พ.ศ. 2556 นั้น จะเห็นได้ว่าสายการบินต่างๆ ของประเทศไทย มีผลการดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกับธุรกิจสายการบินทั่วโลก ตามข้อมูลของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) เมื่อพิจารณาจากรายรับพบว่ารายรับรวมของทุกสายการบินของไทยมีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 9 โดยการเติบโตส่วนใหญ่มาจากสายการบินต้นทุนต่ำที่เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 31.5 ในขณะที่สายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ

เติบโตเฉลี่ย เพียงร้อยละ 6.9 จึงทำให้สายการบินต้นทุนต่ำมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น แม้สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบจะมีอัตราส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงกว่า แต่การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำกลับเพิ่มขึ้นมาก

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาสัดส่วนของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเมื่อเทียบกับจำนวนผู้โดยสารทั้งหมดในประเทศไทย พบว่า จำนวนผู้โดยสารทั้งที่เดินทางภายในประเทศ และระหว่างประเทศ มีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 ดังนี้

| Year | International LCC | Domestic LCC | Total LCC |
|------|-----------------------------------|------------------------------|---------------------|
| | Total International Passenger (%) | Total Domestic Passenger (%) | Total Passenger (%) |
| 2004 | 1.41 | 14.23 | 6.15 |
| 2005 | 5.56 | 31.41 | 15.47 |
| 2006 | 6.97 | 37.12 | 18.29 |
| 2007 | 8.79 | 43.77 | 22.20 |
| 2008 | 9.71 | 42.02 | 21.94 |
| 2009 | 11.61 | 34.53 | 20.78 |
| 2010 | 13.97 | 42.63 | 25.04 |
| 2011 | 14.35 | 48.98 | 27.30 |
| 2012 | 21.04 | 66.43 | 38.42 |

Source: AOT

ภาพที่ 1.2 สัดส่วนผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ที่มา: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (2555)

ทั้งนี้ นอกจากสายการบินต้นทุนต่ำจะประสบความสำเร็จ และสามารถทำรายได้จำนวนมากแล้ว ยังถือเป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลดีซึ่งเป็นประโยชน์ต่อประเทศไทย ในด้านต่างๆ ได้แก่

1) ส่งผลให้มีการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศในภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวระดับกลางและระดับล่างที่มีงบจำกัดในการเดินทาง ซึ่งถือเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่สุด

2) ส่งผลทางบวกต่อธุรกิจการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร เป็นต้น เมื่อนักท่องเที่ยวสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ก็จะมีเงินในการใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ ทั้งที่พัก อาหาร ของที่ระลึก ได้มากขึ้น

3) ส่งผลให้มีการกระจายปริมาณนักท่องเที่ยว ไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศ ด้วยการกำหนดราคาบัตรโดยสารที่มีราคาถูกลง จึงเป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางโดยเครื่องบินมากขึ้น และขยายเส้นทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น

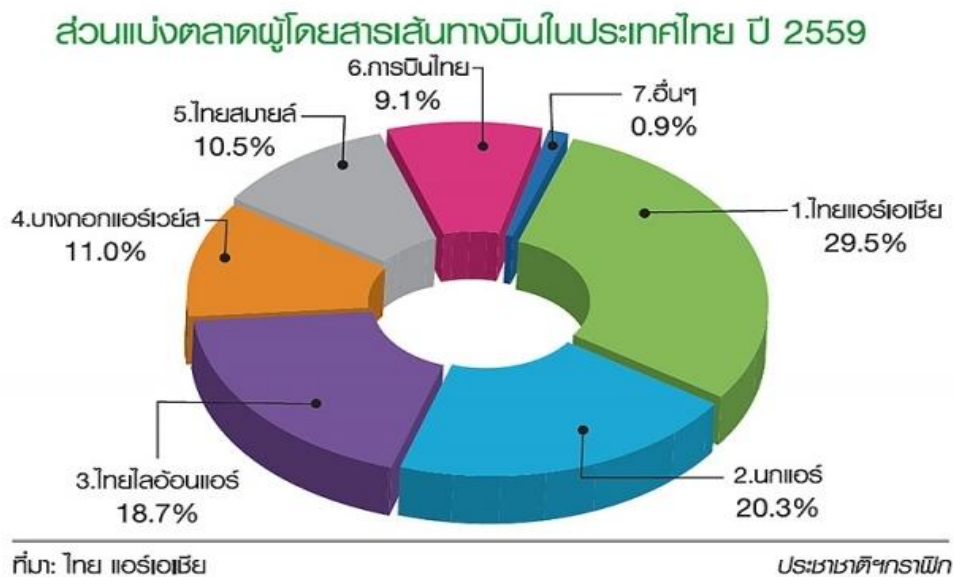
4) ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา คุณภาพ และการบริการในภาคธุรกิจการบินและภาคการขนส่งอื่นๆ เช่น รถไฟ รถประจำทาง รถรับจ้าง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกได้มากขึ้น

5) ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มความถี่ในการเดินทางมากขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวมีโอกาสในการเดินทางได้บ่อยขึ้น ย่อมทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่างๆ มีรายได้โดยรวมมากขึ้น

รายชื่อสายการบินของประเทศไทยในปัจจุบัน (เดือนมกราคม 2561)

- 1) การบินไทย (Thai Airways International)
- 2) ไทยสมายล์ (Thai Smile)
- 3) ไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia)
- 4) ไทยแอร์เอเชียเอ็กซ์ (Thai Air Asia X)
- 5) ไทยไลออนแอร์ (Thai Lion Air)
- 6) ไทยเวียดเจ็ท (Thai Viet Jet)
- 7) นกสก็๊ต (Nok Scoot)
- 8) นกแอร์ (Nok Air)
- 9) นิวเจนแอร์เวย์ (New Gen Airways)
- 10) บางกอกแอร์เวย์ (Bangkok Airways)
- 11) โอเรียนไทยแอร์ไลน์ (Orient Thai Airlines)

จากข้อมูลของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และกรมการบินพลเรือน พบว่าสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีส่วนแบ่งตลาดมาเป็นอันดับ 1 ของสายการบินในประเทศไทย ด้วยสัดส่วน 28.5% โดยวัดจากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมดในปี พ.ศ. 2558 (ที่มา: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด) และมีส่วนแบ่งตลาด 29.5% ในปี พ.ศ. 2559 (ที่มา: บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด)



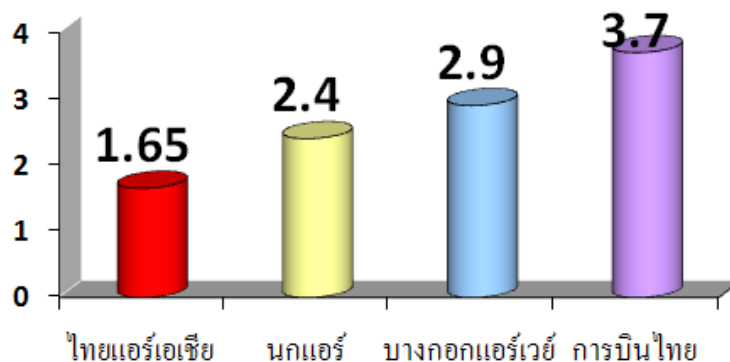
ภาพที่ 1.3 ส่วนแบ่งตลาดผู้โดยสารเส้นทางบินในประเทศไทย ปี 2559
ที่มา: บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด (2559)

ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มธุรกิจการบินที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2558 สายการบินไทยแอร์เอเชียมีรายได้ 2.9 หมื่นล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้น 16% จากปี พ.ศ. 2557 และกำไรเป็น 6 เท่าตัว จาก กำไร 335 ล้านบาทในปี พ.ศ.2557 เป็นกำไร 1,991 ล้านบาทในปี พ.ศ.2558 (ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)

นอกจากนี้ ผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีจำนวน 14.8 ล้านคนในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งเพิ่มขึ้นถึง 22% จากปี พ.ศ. 2556 แต่การใช้จำนวนผู้โดยสารเพียงอย่างเดียวไม่สามารถสะท้อนภาพรวมธุรกิจทั้งหมด จึงต้องใช้ดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพของธุรกิจการบิน ได้แก่

Available Seat Kilometers (ASK) คือ การนำ “จำนวนที่นั่งบนเครื่องบิน” ไปคูณกับ “ระยะทางของแต่ละเที่ยวบิน” แล้วนำมารวมกันตลอดทั้งปี ซึ่งสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีตัวเลข ASK เพิ่มขึ้น 17%

ตัวอย่าง ต้นทุน (บาท) ต่อ 1 ที่นั่งที่มี ต่อ 1 กิโลเมตร ในปี พ.ศ. 2557 ของสายการบิน 4 แห่ง



ภาพที่ 1.4 ต้นทุน (บาท) ต่อ 1 ที่นั่งที่มี ต่อ 1 กิโลเมตร ในปี พ.ศ. 2557 ของสายการบิน 4 แห่ง

ที่มา: Banyong Pongpanich (2557)

Load Factor คือ ตัวชี้วัดว่าแต่ละเที่ยวบินที่ให้บริการแต่ละลำ มีจำนวนผู้โดยสารกี่คน ต่อจำนวนที่นั่งบนเครื่องบิน ซึ่งสายการบินไทยแอร์เอเชีย สามารถทำได้ถึง 81%

Average Fare คือ อัตราค่าโดยสารโดยเฉลี่ยต่อคนต่อเที่ยวบิน ซึ่งในปี พ.ศ. 2558 สายการบินไทยแอร์เอเชียมีค่าโดยสารโดยเฉลี่ยลดลง เนื่องจากราคาน้ำมันโลกลดลง จึงไม่มีค่าธรรมเนียมเชื้อเพลิง

ในส่วน of ต้นทุนการจัดการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ปี พ.ศ. 2558 นั้น ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คือ 36% ค่าเช่าเครื่องบิน 15% ค่าธรรมเนียมสนามบิน 12% และที่น่าสนใจคือ ต้นทุนส่วนของพนักงาน มีเพียง 12% เท่านั้น ในขณะที่การบินไทย มีต้นทุนส่วนของพนักงาน 25% ของต้นทุนรวมทั้งหมด (ปีเดียวกัน)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการตอบปัญหาการวิจัยว่า สายการบินไทยแอร์เอเชีย มีวิธีการอย่างไรในการบริหารจัดการความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยข้อค้นพบที่ได้รับจะช่วยสร้างองค์ความรู้ให้เพิ่มขึ้น ทางทฤษฎีด้านการจัดการ ตลอดจนช่วยเสริมสร้างกรอบทฤษฎีในการพัฒนาศักยภาพในการจัดการความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจการบินต้นทุนต่ำอย่างยั่งยืน อีกทั้งเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจและการคมนาคมของประเทศ รวมถึงการเป็นแบบอย่างการวางกลยุทธ์ด้านการจัดการองค์กรที่ดี และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจต่างๆ รวมทั้งให้ความรู้ด้านการจัดการแก่ประชาชนทั่วไป

1.2 วัตถุประสงค์

สายการบินไทยแอร์เอเชีย มีวิธีการอย่างไรในการบริหารจัดการความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของการบริหารจัดการความได้เปรียบในการแข่งขันของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

2. เพื่อระบุและวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การรักษาดำเนินงานผู้นำทางธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้สามารถระบุคุณลักษณะการบริหารจัดการความได้เปรียบในการแข่งขัน และลักษณะร่วมของการบริหารจัดการความได้เปรียบในการแข่งขันของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในการเป็นผู้นำของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาการบริหารจัดการความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย

3. เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาในประเด็น กลยุทธ์การจัดการความได้เปรียบในการแข่งขัน ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ใน 5 มิติ ดังนี้

- (1) มิติด้านวัตรกรรมการจัดการและการจัดการนวัตกรรม
- (2) มิติด้านการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร
- (3) มิติด้านภาวะผู้นำ
- (4) มิติด้านวัฒนธรรมองค์กร
- (5) มิติด้านความผูกพันของพนักงาน

2. ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะศึกษาเฉพาะ สำนักงานใหญ่ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด (มหาชน)

3. ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะศึกษาเฉพาะ ผู้บริหาร และพนักงาน ระดับปฏิบัติการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย และบุคคลภายนอกสายการบินไทยแอร์เอเชียที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ผู้อำนวยการบริษัทวิทยุการบิน ผู้อำนวยการบริษัทท่าอากาศยานไทย ผู้อำนวยการ ผู้จัดการ และพนักงานของสายการบินอื่นๆ ในประเทศไทย รวมทั้ง ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ผู้บริหารธนาคารที่เกี่ยวข้องกับสายการบินไทยแอร์เอเชีย อาจารย์ภาควิชาธุรกิจการบิน อาจารย์ด้านการประชาสัมพันธ์ และข้าราชการผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ทำการศึกษาตั้งแต่เดือน มกราคม ถึง เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1.6 นิยามศัพท์ทั่วไป

การจัดการ หมายถึง กระบวนการทำงาน หรือกิจกรรมที่บุคคลในองค์กร ร่วมกันทำงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนดไว้

ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง สิ่งที่เป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่มีความแตกต่าง โดดเด่น มีลักษณะเฉพาะ ที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวเองมาก ก่อนที่จะลอกเลียนแบบความสามารถพิเศษนั้นได้

สายการบินต้นทุนต่ำหรือสายการบินราคาประหยัด หมายถึง สายการบินที่ใช้กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจด้านการบินที่มุ่งเน้นการควบคุมต้นทุนให้ต่ำที่สุด ซึ่งวัดด้วยการทำให้ต้นทุนในการให้บริการต่อผู้โดยสาร 1 คน ต่ำที่สุด แต่จะต้องไม่กระทบต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร มุ่งเน้นเรื่องการใช้ประสิทธิภาพของคน และเครื่องบินให้สูงที่สุด

สายการบินไทยแอร์เอเชีย หมายถึง บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย ภายใต้ชื่อ “สายการบินไทยแอร์เอเชีย”

การจัดการความได้เปรียบในการแข่งขันของสายการบินไทยแอร์เอเชีย หมายถึง การรักษาต้นทุนการบริการให้อยู่ในระดับต่ำที่สุด โดยยังคงรักษามาตรฐานสินค้าและบริการ ให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ทั้งยังคงสรรหาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อลดต้นทุนและยกระดับการบริการ โดยให้ความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ