



ตัวแปรที่ส่งผลต่ออัตราส่วนการขนส่งของสายการบินต้นทุนต่ำไทยแอร์เอเชีย

Variables Affecting the Load Factor of Low Cost Airlines: In Case Thai AirAsia

สุภาวดี ขุนทองจันทร์^{*1} ทักษิณี ขุนทองจันทร์²

Supawadee Khunthongjan^{*1} Thaksathip Khunthongjan²

¹วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

¹Puey Ungphakorn School of Development Studies, Thammasat University

²คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

²Maharakham Business School, Maharakham University

Email: supaw@tu.ac.th

Received : 1 สิงหาคม 2563

Revised : 1 กุมภาพันธ์ 2564

Accepted : 7 เมษายน 2564

บทคัดย่อ

ธุรกิจการบินเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนสินทรัพย์มาก ทำให้ต้องใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าถึงระดับหนึ่ง เพื่อให้การการบินในแต่ละเที่ยวบินคุ้มทุน บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรที่ส่งผลต่ออัตราส่วนการขนส่งของสายการบินต้นทุนต่ำไทยแอร์เอเชีย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ แล้วนำมาวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด ด้วยโปรแกรม Eviews7 ผลการศึกษาพบว่า จำนวนผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีผลต่ออัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่จำนวนผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชียเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นส่งผลให้อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน จำนวนผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชียเปลี่ยนแปลง 1 เปอร์เซ็นต์ ทำให้อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารในทิศทางเดียวกัน 2.06 เปอร์เซ็นต์

คำสำคัญ: อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร, สายการบินต้นทุนต่ำ

Abstract

Well-known as high asset costs of business, the aviation business needs well-management and worth use of resource to meet a break-even point. This academic article aims to analyze effective variables on air transportation ratio of the low-cost airline AirAsia. Data collection of quantitative type was taken from secondary source and analyzed its result by the use of ordinary least square method via Eviews7. The



findings were that numbers of passengers of AirAsia brought about passenger transportation ratio with statistical significance. A 1% change in the number of passengers leads to a change of 2.06% of the passenger transportation ratio.

Keywords: Load Factor, Low Cost Airlines

บทนำ

การเกิดขึ้นของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost) เป็นทางเลือกของการเดินทาง ทางอากาศในอีกหนึ่งรูปแบบที่สะดวกและประหยัดเวลาในการเดินทาง ซึ่งต้องอาศัยรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดที่เน้นราคาประหยัดหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นสายการบินราคาประหยัด เป็นกลยุทธ์ของธุรกิจการบิน ด้วยการลดต้นทุนด้านต่างๆ ของสายการบินแต่ยังคงรักษาคุณภาพด้านมาตรฐานการบินโดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัยและการบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยทั่วไปสายการบินจะให้บริการแบบ Single Economy Class มีบริการที่นั่งเฉพาะชั้นประหยัด ไม่มีบริการแจกอาหาร เครื่องดื่ม นอกจากการจำหน่ายปกติทั่วไป ซึ่งเป็นการลดต้นทุนของสายการบินที่เป็นพื้นฐานในการบริหารจัดการของสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งนี้สายการบินต้นทุนต่ำได้จัดบริการเสริมพิเศษซึ่งผู้โดยสารสามารถจ่ายเพิ่มเพื่อซื้อบริการต่างๆ อาทิ หากผู้โดยสารต้องการอาหารหรือเครื่องดื่ม สามารถเลือกซื้อได้ในกระบวนการจองตั๋วเครื่องบิน หรือแก้ไขข้อมูลตัวเดินทางเพื่อเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มเพิ่ม หรือซื้อได้โดยตรงจากพนักงานที่ให้บริการบนเครื่องบิน

ประสิทธิภาพของการบริหารจัดการของสายการบินต้นทุนต่ำ คือการบริหารจัดการที่ทำให้อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (Load Factor) มีค่าสูงโดยทำให้ทรัพยากรที่นั่งถูกใช้อย่างคุ้มค่า อัตราส่วนขนส่งผู้โดยสารจึงเป็นหัวใจสำคัญที่สุดในธุรกิจการบิน เพราะธุรกิจการบินเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนสินทรัพย์มาก ทำให้ต้องใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าถึงระดับหนึ่ง เพื่อให้การบินในแต่ละเที่ยวบินคุ้มทุน การบริหารจัดการที่ทำหายคือการทำให้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยที่ให้บริการ การบินมีอัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารเพิ่มขึ้น โดยการจัดการให้ผู้โดยสารเกิดความประทับใจเมื่อได้ใช้บริการและเกิดความจงรักภักดีต่อสายการบิน ทำให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการซ้ำๆ สายการบินต้นทุนต่ำที่เป็นสายการบินที่ให้บริการการบินในประเทศไทยเป็นที่รู้จักคือสายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai AirAsia) ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 19 กันยายน 2547 สายการบินไทยแอร์เอเชียนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ของการเดินทางภายใต้แนวคิด **“ใครใคร...ก็บินได้”** ซึ่งท้าทายความเชื่อดั้งเดิมๆ ที่มองว่าการโดยสารเครื่องบินเป็นการเดินทางเฉพาะกลุ่ม ราคาแพง โดยอาศัยต้นแบบแนวคิดของสายการบินราคาประหยัดที่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศ ที่นำเสนออัตราค่าโดยสารที่ประหยัดที่สุดคู่กับบริการที่จำเป็นในการเดินทาง และจ่ายเพิ่มสำหรับบริการเสริมพิเศษที่ต้องการ แนวคิดนี้ทำให้สายการบินไทยแอร์เอเชียเปลี่ยนประสบการณ์การบินให้มีความง่าย สะดวกสบาย ในราคาประหยัดสำหรับผู้โดยสารทุกคน จากการพิจารณาพบว่ากลยุทธ์ที่สำคัญที่สายการบินต้นทุนต่ำใช้ในการบริหารจัดการคือ การทำให้ค่าเดินทางประหยัดลงโดยอาศัยการแยกค่าบริการที่เคยรวมอยู่แล้วทำให้เกิดต้นทุนสูงขึ้น ซึ่งผู้โดยสารอาจต้องการหรือไม่ต้องการซื้อก็ตาม ก็ปรับเป็นค่าบริการที่สามารถให้ผู้โดยสารเลือกบริการและจ่ายเท่าที่พอใจจ่าย จุดนี้ทำให้ค่าโดยสารปรับต่ำลงได้



การบริหารจัดการในลักษณะดังกล่าวนี้ เป็นเรื่องที่นำศึกษาในเชิงเศรษฐศาสตร์ โดยเฉพาะการกำหนดราคาค่าโดยสารที่รวมเอาค่าบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน อาจทำให้ผู้โดยสารคิดว่าได้บริการฟรี ในความเป็นจริงในทางเศรษฐศาสตร์ย่อมมีต้นทุนค่าเสียโอกาสอยู่ด้วยเสมอ ดังนั้นแนวทางการบริหารจัดการของสายการบินต้นทุนต่ำจึง ผลักภาระให้ผู้โดยสาร เป็นผู้เลือกการบริการเอง เช่น ไม่นำอนุญาตให้เปลี่ยนตัวเดินทางหรือหากต้องเปลี่ยนตัวเดินทางผู้โดยสารต้องรับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นเองเหล่านี้ เป็นหลักการบริหารจัดการในเชิงเศรษฐศาสตร์ของสายการบินต้นทุนต่ำ อีกทั้งกระบวนการทำงานของเจ้าหน้าที่ของสายการบินต้องมีทักษะสูง ช่วยให้อัดต้นทุนได้เช่นเดียวกันดังที่ สันติ ชัยศรีสวัสดิ์สุข (2556) ที่กล่าวว่า ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ตั้งขึ้นอย่างเคร่งครัด เป็นการลดต้นทุนและทำให้สินค้าลดลงได้มากเช่น การทำงานของเจ้าหน้าที่สายการบินต้นทุนต่ำที่แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นหลักการแบ่งงานกันทำในเชิงเศรษฐศาสตร์ (Division of Labor)

นอกจากการบริหารจัดการที่กล่าวข้างต้นแล้ว ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอัตราการแข่งขันของผู้โดยสารที่ก่อให้เกิดการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำขึ้นอยู่กับสาเหตุหลายประการ อาทิ จำนวนเที่ยวบิน จำนวนผู้โดยสาร ระยะทางการเดินทาง ราคาของค่าโดยสารเครื่องบินที่ต่ำลง ทำให้จำนวนผู้โดยสารเครื่องบินเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยข้อมูลจากกรมท่าอากาศยาน (2552) พบว่า จำนวนผู้โดยสารเส้นทางบินภายในประเทศในปี พ.ศ. 2546 ก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำเข้ามา มีจำนวน 7,384,924 คนและสิ้นปี พ.ศ. 2547 หลังจากมีสายการบินต้นทุนต่ำเข้ามา จำนวนผู้โดยสารเพิ่มขึ้นจำนวน 10,396,944 คนหรือเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 40 เนื่องจากการแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำเน้นเรื่องราคาค่าโดยสารที่ประหยัด ก็อาจจะทำให้เกิดการบริหารจัดการด้านราคาตามมา โดยสายการบินต้นทุนต่ำ หรือ สายการบินราคาประหยัดต่างๆ จะแข่งขันกันลดราคากันเพื่อดึงลูกค้าให้มาใช้บริการ ผู้ที่ได้ประโยชน์คือผู้โดยสารที่ได้เดินทางได้ในราคาที่ต่ำลง รวมถึงสายการบินที่ไม่ใช่สายการบินต้นทุนต่ำบางรายได้ปรับลดราคาลง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในทางธุรกิจเช่นกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น แม้ว่าราคาค่าโดยสารของสายการบินเป็นปัจจัยดึงดูดลำดับต้นๆ ให้ผู้โดยสารมาใช้บริการของสายการบินแต่ปัจจัยอื่นๆ ก็เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่ออัตราการแข่งขันของผู้โดยสาร นำมาสู่การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้ศึกษาจึงได้เลือกที่จะศึกษาเกี่ยวกับ ตัวแปรต่างๆ ที่ส่งผลต่ออัตราการแข่งขันที่เป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ก่อให้เกิดการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำในไทยอย่างสายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai AirAsia) เนื่องจากสายการบินไทยแอร์เอเชียเกิดขึ้นมานานและเป็นสายการบินแรกที่ได้เปิดให้บริการในประเทศไทย และมีผลประกอบการเติบโตต่อเนื่อง ย่อมต้องมีองค์ประกอบสำคัญที่นำศึกษา จากความสำคัญดังกล่าวจึงเป็นที่มาของการศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่ออัตราส่วนการแข่งขันของผู้โดยสารของสายการบิน เมื่อทราบปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญแล้วสายการบินไทยแอร์เอเชียรวมทั้งสายการบินอื่นๆ ที่กำลังจะเข้าสู่ธุรกิจการบินต้นทุนต่ำ ได้นำข้อมูลไปเป็นแนวทางการจัดการให้อัตราส่วนการแข่งขันของผู้โดยสารมีค่าสูง ซึ่งหมายถึงทรัพยากรที่มุ่งถูกใช้อย่างคุ้มค่า ส่งผลต่อการเติบโตและผลตอบแทน ตลอดจนยกระดับขีดความสามารถทางด้านการบินของสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรที่ส่งผลต่ออัตราส่วนการแข่งขันของผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำไทยแอร์เอเชีย



การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. นวัตกรรมสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นทางเลือกของการเดินทางของผู้บริโภคที่มีจำนวนมากขึ้นทุกวัน รองรับจำนวนประชากรของประเทศและของโลกตามโครงสร้างของประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังที่ รุจิราภรณ์ เอ็นดู (2558) ได้กล่าวถึงทางเลือกในการเดินทางว่า การเดินทางด้วยเครื่องบินในปัจจุบันนี้ ถือเป็นอีกหนึ่งวิธีในการเดินทางที่ประชากรในประเทศไทยนิยมเลือกใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางระยะไกลไม่ว่าจะเป็นการเดินทางไปต่างประเทศหรือการเดินทางภายในประเทศก็ตาม ซึ่งช่วยให้ประหยัดเวลาในการเดินทางค่อนข้างมากและได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมากขึ้นในแง่ของความเร็ว โดยในปัจจุบันนี้มีสายบินต่างๆ ที่นำเสนอบริการการเดินทางด้วยเครื่องบินโดยสาร จะมีทั้งสายการบินแบบเต็มรูปแบบ (Full Service Airlines) และสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airlines) และมีการแข่งขันกันสูงในการเสนอเส้นทางการบินและราคาบินที่ถูกที่สุด เพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ทั้งนี้เมื่อกล่าวถึงสายการบินต้นทุนต่ำที่มีการให้บริการในประเทศไทยและมีชื่อเสียงจะพบว่า สายการบินไทยแอร์เอเชียมีสัดส่วนผู้ใช้บริการสูง เมื่อเทียบกับสายการบินต้นทุนต่ำรายอื่น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสายการบินไทยแอร์เอเชียจะมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงแต่ก็ควรมีการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจอยู่เสมอเพื่อให้สามารถแข่งขันกับสายการบินคู่แข่งรายอื่นๆ ได้และช่วยสร้างฐานลูกค้ารายใหม่ให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันจะส่งผลดีต่อผลกำไรในการประกอบการ

2. การตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำคือผู้บริโภค ดังนั้นการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญดังที่ ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ (2555) ได้ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคสายการบินต้นทุนต่ำพบว่า ผู้บริโภค ให้ความสำคัญด้านสินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก โดยชื่อเสียงดี ด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาบัตรโดยสารเหมาะสมกับเส้นทางเป็นปัจจัยที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยการมีความสะดวกในการซื้อบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการลดราคาบัตรโดยสารเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด ด้านการส่งมอบบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากปัจจัยความตรงต่อเวลาในการออกเดินทางและถึงที่หมายตรงเวลาเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านพนักงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยอภัยชัยไมตรีและประสิทธิภาพของพนักงานที่ให้บริการบนเครื่องบินเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยสำนักงานของสายการบินทันสมัย สวยงาม ได้รับความสำคัญมากที่สุด

3. พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภค อีกทั้งมีงานศึกษาที่เกี่ยวข้องโดยกมลวรรณ เก่งสารกิจ (2559) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ประโยชน์ ความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการ และการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการศึกษาพบว่าทั้งการรับรู้ประโยชน์ ความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการ ก่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมากทุกรายการ และการรับรู้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ของการให้บริการ ไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ แต่ความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ นอกจากนี้พระยุพธ คุ้มศักดิ์ (2555) ได้ศึกษาถึงความพึง



พอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าผู้โดยสารที่มีเพศ รายได้ต่อเดือนและอาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน แต่ผู้โดยสารที่อายุ และสถานภาพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน เหตุผลที่เลือกใช้บริการ เพราะราคาถูก การหาข้อมูลและจองตั๋วจากอินเทอร์เน็ตมีความสะดวก และต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากที่กล่าวมาข้างต้นเป็นงานศึกษาในประเทศที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ที่ทำให้อัตราส่วนการขนส่งของสายการบินมีประสิทธิภาพในเชิงบวก แต่อีกมุมหนึ่งของการบริหารจัดการที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการก็ย่อมนำไปสู่อัตราส่วนการขนส่งของสายการบินที่อาจไม่มีประสิทธิภาพส่งผลในเชิงลบได้เช่นเดียวกันดังเช่น ปัญหาในการบริหารจัดการของสายการบินต้นทุนต่ำ มีทั้งปัญหาและอุปสรรคที่แตกต่าง แต่ทั้งนี้ปัญหาที่พบเห็นในแง่มุมของการจัดการที่ทำให้ผู้บริโภคไม่พึงพอใจ อาทิ ปัญหาเที่ยวบินล่าช้าไม่ตรงตามกำหนดเวลา (Delay) บ่อยๆ รองลงมาคือราคาตั๋วโดยสารที่ไม่คงที่ ดังงานศึกษาของสมปรารถนา สมินทรปัญญา (2551) ได้ศึกษาไว้

4. แนวทางการบริหารจัดการของสายการบินต้นทุนต่ำในระดับนานาชาติ จากการทบทวนวรรณกรรมที่มีแนวทางคล้ายคลึงหรือแตกต่างจากการบริหารจัดการของสายการบินในประเทศไทย หากพิจารณาบริบทที่คล้ายคลึงกันด้านแนวคิดหรือการบริหารจัดการ อาทิงานศึกษาของ Pels (2009) ได้อภิปรายถึงกลยุทธ์การดำเนินงานของสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินทั่วไปในต่างประเทศ สายการบินแต่ละสายต่างมีกลยุทธ์และประเภทเครือข่ายหรือพันธมิตรการดำเนินงานที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการกำหนดความสามารถในการแข่งขันกับสายการบินอื่น ๆ ในตลาดเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำ จึงเป็นแหล่งแข่งขันหลักในตลาดดังกล่าว สายการบินธรรมชาติมีความแข็งแกร่งโดยมุ่งในตลาดระยะไกล ที่ใช้เครือข่ายสำหรับจัดการให้ต้นทุนต่อนั่งต่ำลง กฎบัตรสายการบินแสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์ระยะยาวที่มีต้นทุนต่ำมีความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการเช่นเดียวกันสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำที่กำหนดอาจเป็นเรื่องยากมากขึ้น แต่สิ่งนี้ไม่ได้หมายความว่าสายการบินต้นทุนต่ำไม่สามารถเข้าสู่ตลาดระยะไกลได้

อีกทั้งงานศึกษาของ Francis, Humphreys, and Ison (2004) ได้นำเสนอบทความเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้ในการสร้างโอกาสสำหรับการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ การให้ความสำคัญและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ การทบทวนแนวทางรองรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นผู้โดยสาร การวางรูปแบบการบริหารจัดการสายการบินต้นทุนต่ำ การทำสัญญาเช่าเครื่องบินเช่าอากาศยาน ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายระหว่างสนามบินอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลต่อการลดต้นทุน สร้างรายได้ในเชิงพาณิชย์จากจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้คุณภาพการบริการของสายการบินต่อผู้โดยสารและความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการสนามบิน และผู้ประกอบการสายการบินที่มีอยู่ ส่งผลต่อการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้สายการบินต้นทุนต่ำมีจำนวนเพิ่มปริมาณขึ้น อย่างไรก็ตามผลการศึกษาของ Francis, Humphreys, and Ison พบว่าสายการบินต้นทุนต่ำไม่เต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสนามบินสูง ปัจจัยดังกล่าวนี้อาจส่งผลกระทบต่อค่าบริการของสายการบินในอนาคต ซึ่งบทความนี้ได้มุ่งศึกษาแนวทางการบริหารจัดการของสนามบินหลายแห่งในยุโรปในประเด็นการเจรจาระหว่างสนามบินกับสายการบินต้นทุนต่ำต่อไป

ทั้งนี้ยังพบว่ามีงานศึกษาของ Alderighi, Cento, Nijkamp and Rietveld (2012) ได้นำเสนอกลยุทธ์การตั้งราคาของสายการบินบริการเต็มรูปแบบในตลาดการบินผู้โดยสารในยุโรป การพัฒนารูปแบบการแข่งขันของสายการบินซึ่งรองรับโครงสร้างตลาดที่หลากหลายซึ่งบางส่วนรวมถึงผู้ให้บริการสายการบินที่มีต้นทุนต่ำ การใช้กลยุทธ์ราคาตัว



เครื่องบินของลุฟท์ฮันซ่าบริติชแอร์เวย์อิตาลีและ KLM สำหรับการจับคู่เมืองหลัก จากอิตาลีไปยังเมืองอื่นๆ ในยุโรป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการเต็มรูปแบบ ส่งผลกระทบต่อระดับราคาของการเดินทางเพื่อธุรกิจและการเดินทางเพื่อการพักผ่อนที่ไม่สมดุลกัน โดยพบว่าการเดินทางเพื่อธุรกิจมีการลดลงเล็กน้อย ส่วนการเดินทางเพื่อการพักผ่อนมีการลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นสายการบินบริการเต็มรูปแบบต้องการแข่งขันกับผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำจะต้องปรับอัตราค่าโดยสารในการเดินทางทางเพื่อธุรกิจและและค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนของผู้ให้บริการอย่างเต็มรูปแบบในระดับสม่ำเสมอโดยเน้นไปที่ค่าโดยสารระดับกลาง

นอกจากนี้งานศึกษาของ Warnock-Smith and Potter (2005) ได้กล่าวถึงสายการบินต้นทุนต่ำว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมการบินในยุโรป การเลือกสนามบินเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการประกอบการ บทความนี้ กล่าวถึงการสำรวจเชิงลึกของสายการบินต้นทุนต่ำในยุโรป จำนวน 8 สายการบิน ผลการศึกษาเชิงลึก พบว่าความต้องการใช้บริการต้นทุนต่ำเป็นปัจจัยทางเลือกที่สำคัญที่สุดโดยมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการบินอยู่ในอันดับที่สี่ การวิเคราะห์เพิ่มเติมแสดงให้เห็นว่าความต้องการที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของสายการบิน ซึ่งหมายความว่า การบริหารจัดการด้านการบินจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการบริการที่เสนอให้กับสายการบินต้นทุนต่ำให้สอดคล้องกับผู้โดยสารเป็นรายบุคคล

งานศึกษาชิ้นสุดท้ายที่ได้นำมา เน้นย้ำความนิยมของสายการบินต้นทุนต่ำ ในบทความของ Mason (2001) ได้ระบุว่าสายการบินต้นทุนต่ำของสหภาพยุโรปหลายแห่งรายงานถึงการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในเส้นทางการบินบางเส้นทาง การวิจัยแสดงให้เห็นว่านักธุรกิจที่ทำงานให้กับ บริษัท ขนาดเล็กยินดีที่จะใช้บริการบนเครื่องบินความถี่มากขึ้น สำหรับค่าโดยสารที่ต่ำกว่านักธุรกิจที่ทำงานให้กับบริษัทขนาดใหญ่ การสำรวจนักธุรกิจที่เดินทางโดยสายการบินในระยะสั้นที่เป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ที่สนามบินฮีทโธรว์ เปรียบเทียบกับผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่สนามบินรองในกรุงลอนดอน โดยการศึกษาได้ตั้งสมมติฐานไว้ว่า นักธุรกิจที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จะแยกส่วนครองตลาดต่างหาก จากนักธุรกิจที่ใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบ ผู้โดยสารที่เดินทางในระยะทางสั้นเพื่อทางธุรกิจนั้น จะให้ความสำคัญด้านราคามากขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ทำให้สายการบินต้นทุนต่ำมีความเติบโตมากขึ้นและในทางกลับกัน อิทธิพลของขนาดบริษัท ในการตัดสินใจซื้อบริการการเดินทางเห็นได้ชัดมากขึ้นในกลุ่มนักเดินทาง ดังนั้นการตลาดสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเน้นการบริการที่ดีเต็มรูปแบบจะเป็นที่นิยมมากขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้องทั้งบทความในประเทศและต่างประเทศ เน้นถึงปัจจัยทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลต่ออัตราส่วนการขนส่งในแต่ละเที่ยวบิน ที่ทรัพยากรที่มุ่งถูกใช้อย่างสูงสุด ส่งผลต่อการประกอบการของสายการบินต้นทุนต่ำต่างดำเนินงานในเชิงเศรษฐศาสตร์ด้านการบริหารจัดการเป็นหลัก โดยเน้นการใช้ทรัพยากรที่ประหยัดแต่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จะช่วยให้ลดรายจ่ายหรือรายการที่ไม่ก่อให้เกิดเป็นรายได้ ซึ่งเป็นหลักการสำคัญ แต่ในหลักการสำคัญ นั้นยังมีกระบวนการในเชิงเทคนิคของการจัดการแทรกในกระบวนการทำงานของสายการบินที่เปิดให้บริการ โดยช่วงชิงกระบวนการบริการและการสร้างทางเลือกให้กับลูกค้าในการเลือกที่จะจ่ายหรือไม่จ่ายในรายการต่างๆ ที่เป็นส่วนของการบริการที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้สายการบินต้นทุนต่ำแต่ละสายการบินมีการเติบโตที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามกระบวนการบริหารจัดการในแต่ละสถานการณ์ของการดำเนินงานของสายการบินต้นทุนต่ำ ย่อมต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารจัดการไปตามพฤติกรรมและสภาพของผู้บริโภค เป็นที่มาของ



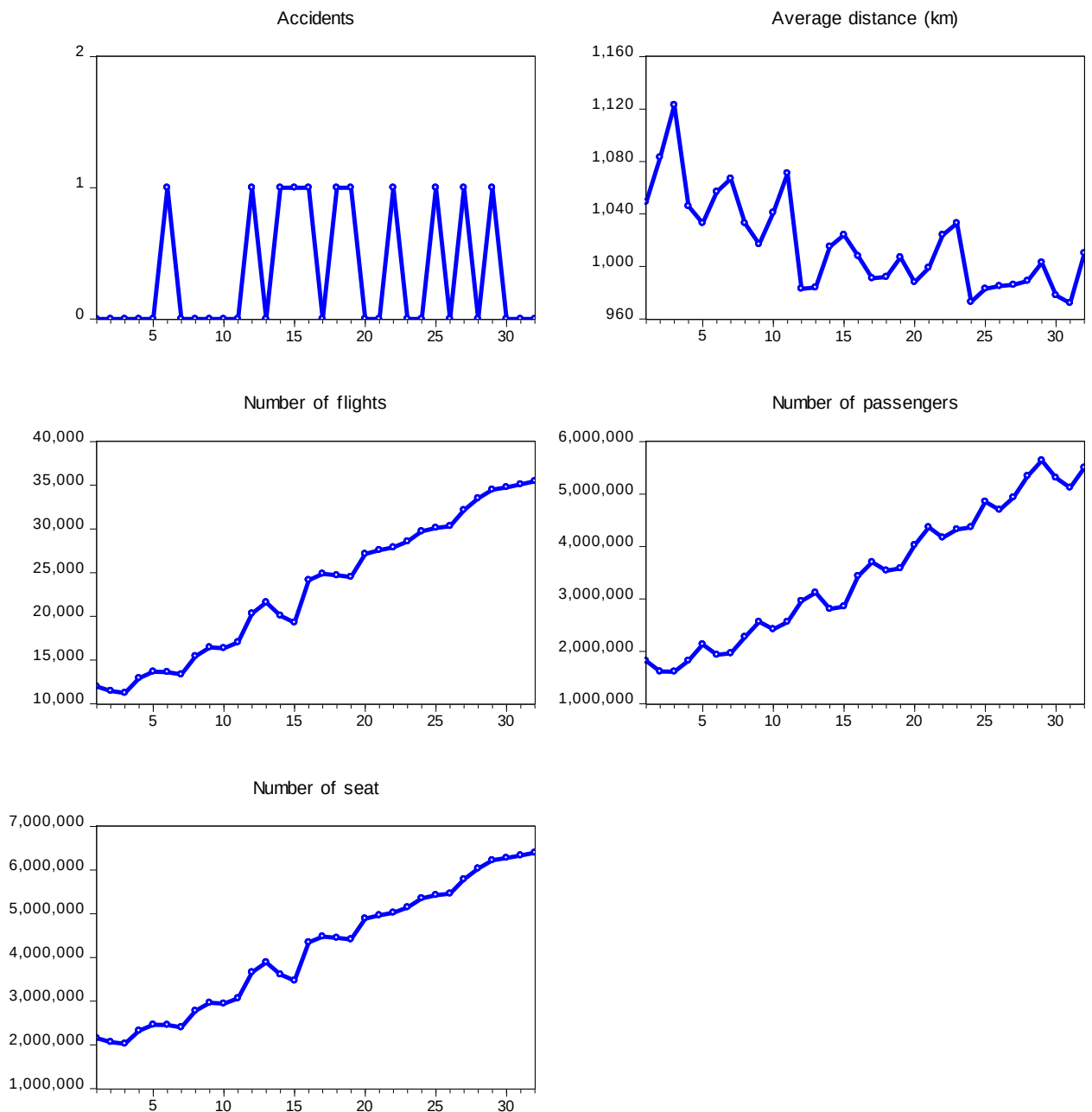
การศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่ออัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารที่แสดงถึงทรัพยากรที่มุ่งถูกใช้อย่างคุ้มค่า ของสายการบินต้นทุนต่ำไทยแอร์เอเชีย เพราะทรัพยากรที่มุ่งถูกใช้อย่างคุ้มค่าก็นำมาสู่ความสำเร็จของสายการบิน

การเติบโตและการขยายตัวของธุรกิจการบินไทยแอร์เอเชีย

ไทยแอร์เอเชีย เป็นผู้นำในธุรกิจสายการบินราคาประหยัดของประเทศไทยเริ่มดำเนินการเข้าซื้อหุ้นจากแอร์เอเชียตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ไทยแอร์เอเชียมีวิสัยทัศน์ มุ่งมั่นเป็นสายการบินราคาประหยัดชั้นนำในภูมิภาค เพื่อให้บริการผู้โดยสารในราคาคุ้มค่ามากที่สุด ผ่านการบริการที่มีคุณภาพมีความน่าเชื่อถือและคำนึงถึงความปลอดภัยสูงสุด อีกทั้งการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการให้บริการที่หลากหลายเส้นทางบิน และเพิ่มความถี่ของเที่ยวบินและจำนวนเที่ยวบินเมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินแบบเต็มรูปแบบและสายการบินต้นทุนต่ำอื่นๆ ด้วยจำนวนเครื่องบิน 62 ลำ ไทยแอร์เอเชียมีเครือข่ายเส้นทางบินครอบคลุม 66 เมือง ใน 14 ประเทศ ของทวีปเอเชีย โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทไทยแอร์เอเชีย มีเครือข่ายเส้นทางบินไปยังจุดหมายปลายทางระหว่างประเทศจำนวน 43 แห่ง และจุดหมายปลายทางภายในประเทศจำนวน 23 แห่ง พร้อมด้วยเส้นทางบินระหว่างประเทศ 62 เส้นทางและ เส้นทางบินภายในประเทศ 35 เส้นทาง (บริษัทไทยแอร์เอเชีย, 2561)

สายการบิน ไทยแอร์เอเชีย เน้นให้บริการเส้นทางบินระยะใกล้ไปยังท่าอากาศยานที่อยู่ในและใกล้เคียงกับบริเวณที่มีประชากรหนาแน่นและจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว ซึ่งโดยปกติอยู่ในรัศมีไม่เกิน 3,500 กิโลเมตร และระยะเวลาของเที่ยวบินไม่เกิน 4 ชั่วโมงจากศูนย์ปฏิบัติการการบินของ ไทยแอร์เอเชีย ซึ่งแต่ละแห่งจะทำให้สายการบินไทยแอร์เอเชีย สามารถเข้าถึงประชากรในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อินเดีย และจีนได้มากขึ้น ทั้งนี้ ไทยแอร์เอเชีย ให้บริการเที่ยวบินแบบไม่มีการเชื่อมต่อ (Point-to-Point) โดยไม่มีเที่ยวบินที่จอดเครื่องบินค้างคืนที่ท่าอากาศยาน (ยกเว้นการจอดเครื่องบินค้างคืนในท่าอากาศยานที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการการบินของ ไทยแอร์เอเชีย) ซึ่งเป็นหนึ่งในนวัตกรรมการบริหารจัดการที่จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายจากการส่งวิศวกรไปประจำการ หรือจากการที่ต้องเก็บอะไหล่เครื่องบินไว้นอกท่าอากาศยานที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการการบินของ ไทยแอร์เอเชีย รวมถึงจากการที่ต้องจ่ายเบี้ยเลี้ยงหรือค่าที่พักสำหรับนักบินและลูกเรือที่พักค้างคืนในจุดหมายปลายทางที่ไม่ใช่ศูนย์ปฏิบัติการการบินของ ไทยแอร์เอเชีย

ภาพรวมของการบริหารจัดการรวมทั้งสถิติที่เกี่ยวข้องที่สำคัญที่ถือเป็นองค์ประกอบหลักของการบริหารจัดการของไทยแอร์เอเชีย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือแก่สายการบินที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้จะเผชิญกับคู่แข่งที่เป็นสายการบินอื่นที่เปิดดำเนินการในประเทศไทยและสายการบินที่มาจากต่างประเทศ ทั้งนี้ องค์ประกอบหลักที่สำคัญคือจำนวนผู้โดยสารที่สามารถวัดได้ในเชิงปริมาณที่สำคัญประกอบด้วย จำนวนครั้งของอุบัติเหตุหรือปัญหาอุปสรรคการในระหว่างการเดินทางเฉลี่ย 1 ครั้งในแต่ละรอบ 5 ปี ระยะทางการบินโดยเฉลี่ยลดลงเนื่องจากการเปิดเส้นทางบินที่เพิ่มขึ้น ส่วนจำนวนเที่ยวบิน จำนวนผู้โดยสารที่ และจำนวนที่นั่งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ดังภาพที่ 1



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 1 แสดงข้อมูลและสถิติที่สำคัญของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

จากภาพที่ 1 เป็นข้อมูลรายไตรมาสตั้งแต่ ไตรมาสที่ 1 ของปี 2554 จนถึงไตรมาสที่ 4 ของปี 2561 รวมทั้งสิ้น 32 ไตรมาส จะพบว่า ไทยแอร์เอเชียมีจำนวนเที่ยวบินตลอดในปี 2554 จะอยู่ที่ 47,579 เที่ยวบิน ส่วนในปี 2561 มีจำนวนเที่ยวบินอยู่ที่ 139,848 เที่ยวบิน โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 193 เมื่อมีเที่ยวบินที่มากขึ้นส่งผลให้มีจำนวนที่นั่งและจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มมากขึ้น โดยจำนวนที่นั่งในปี 2554 อยู่ที่ 8,564,220 ที่ ส่วนปี 2561 เพิ่มขึ้นเป็น 22,703,958 ที่ เพิ่มขึ้นร้อยละ 194 และจำนวนผู้โดยสารของปี 2554 อยู่ที่ 6,863,467 คน มีการเปลี่ยนแปลงโดยเพิ่มขึ้นในปี 2561



เป็นจำนวน 21,568,733 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 214 มีเพียงแค่ระยะการบินเฉลี่ยต่อเที่ยวบินที่ลดลง โดยในปี 2554 มีระยะทางการบินเฉลี่ยอยู่ที่ 1,074 กิโลเมตรส่วนปี 2561 ระยะทางการบินเหลือเพียง 991 กิโลเมตร ลดลงร้อยละ 8 ในส่วนการเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุขัดข้อง เกิดในปี 2555 ไตรมาสที่ 2 เนื่องจากระบบฟ้าขัดข้อง ในไตรมาสที่ 4 ของปี 2556 เกิดบินชนนก ชากนกเข้าไปในเครื่องยนต์ไตรมาสที่ 2 ปี 2557 ปีกเครื่องบินได้รับความเสียหายขณะลดระดับ ไตรมาสที่ 3 ของปี 2557 ก่อนเครื่องออกบินพบไฟสัญญาณเตือนติดในห้องนักบิน 1 จุด ไตรมาสที่ 4 ของปี 2557 ใบพัดปีกด้านซ้ายได้ชนกับนกกระยางตัวใหญ่ ไตรมาสที่ 2 ปี 2558 นักบินพบปัญหาทางเทคนิคบางอย่างไตรมาสที่ 3 ปี 2558 นักบินพบปัญหาทางเทคนิคบางอย่างไตรมาสที่ 2 ปี 2559 เครื่องบินขัดข้อง จึงเปลี่ยนเป็นเครื่องบินอีกลำหนึ่งแทนไตรมาสที่ 1 ปี 2560 ขณะลงจอด ส่วนปลายท้ายเครื่องบินกระแทกกับรันเวย์ไตรมาสที่ 3 ปี 2560 ล้อแตะพื้นแล้วเกิดยางล้อหลังซ้ายระเบิดขึ้น นักบินสามารถควบคุมเครื่องบินให้หยุดได้อย่างปลอดภัยบนรันเวย์ไตรมาสที่ 1 ปี 2561 ระหว่างบินเกิดมีสัญญาณแจ้งเตือนที่ห้องนักบินว่ามีความผิดปกติเกิดขึ้นที่เครื่องยนต์และปีกเครื่องบิน (บริษัทไทยแอร์เอเชีย, 2561; หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์, 2562)

จากภาพรวมของการดำเนินงานที่น่าเสนอข้างต้น มีปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่องแม้ว่าสายการบินอาจมีเหตุขัดข้องในการดำเนินงานโดยเฉพาะการเกิดอุบัติเหตุ เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความไว้วางใจในการใช้บริการของผู้โดยสารในปัจจุบันที่มีทางเลือกในการเดินทางมากกว่าอดีต ตลอดจนทางเลือกในการเปลี่ยนไปใช้บริการของสายการบินอื่นได้อย่างง่ายดาย แต่เหตุใดสายการบินต้นทุนต่ำไทยแอร์เอเชียยังคงมีภาพลักษณ์เป็นที่น่าเชื่อถือต่อผู้โดยสาร ที่สะท้อนผลการดำเนินงาน ด้วยจำนวนที่นั่ง จำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นทุกไตรมาส นำมาซึ่งประเด็นที่น่าศึกษาว่าตัวแปรใดบ้างที่ส่งผลต่ออัตราการขนส่งที่สะท้อนความสามารถด้านการจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่าของสายการบินต้นทุนต่ำนำมาสู่การเติบโตของสายการบิน

ข้อมูลและวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องนี้เป็นกรนำข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิทั้งข้อมูลที่เป็นเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่ถูกจัดเก็บไว้แล้วในรูปแบบ เอกสารและรายงานที่เกี่ยวข้องกับสายการบินไทยแอร์เอเชียที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ของบริษัทการบิน ท่าอากาศยาน เพื่อนำข้อมูลตัวเลขเชิงปริมาณ มาวิเคราะห์ผลใหม่ในรูปแบบที่แตกต่างจากแหล่งข้อมูลเดิมที่เคยแสดงไว้ เพื่อให้เห็นภาพในอีกหนึ่งบริบทด้านการจัดการของบริษัทไทยแอร์เอเชีย ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้เป็นข้อมูลอนุกรมเวลา ของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำไทยแอร์เอเชีย เป็นข้อมูลรายไตรมาสโดยเริ่มที่ไตรมาสที่ 1 ของปี 2554 จนถึงไตรมาสที่ 4 ของปี 2561 รวมทั้งสิ้น 32 ไตรมาส

ตัวแปรที่ศึกษา 6 ตัวแปร ประกอบด้วย (1) อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (2) จำนวนผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (3) จำนวนที่นั่งของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (4) จำนวนเที่ยวบินของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (5) ระยะทางการบินเฉลี่ยต่อเที่ยวบินและอุบัติเหตุ เหตุฉุกเฉิน และ (6) เหตุขัดข้องของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ซึ่งตัวแปรที่กล่าวมานี้มีสมมติฐานหรือการคาดการณ์ว่าเป็นปัจจัยที่เป็นบวกที่ส่งผลต่ออัตราการขนส่งของบริษัทไทยแอร์เอเชีย แสดงดังตารางที่ 1 โดยที่ อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (Load Factor) หมายถึง อัตราส่วนระหว่างปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร (RPKs) ต่อปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (ASKs) (บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน), 2562) หากอัตราส่วนนี้มีค่าสูงหมายความว่าทรัพยากรที่นั่งถูกใช้อย่างคุ้มค่า Load Factor เป็น



อัตราส่วนที่สำคัญที่สุดในธุรกิจการบิน เพราะเนื่องจากธุรกิจการบินเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนสินทรัพย์ค่อนข้างมาก ทำให้ต้องใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าถึงระดับหนึ่งเพื่อให้การบินในแต่ละเที่ยวบินคุ้มต้นทุน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป EvIEWS7 ซึ่งเป็นโปรแกรมสำหรับการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญให้กับนักเศรษฐศาสตร์ในการนำมาใช้วิเคราะห์ความเป็นจริงและปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ (อัศวพงศ์ อ้นทอง, 2550) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการจัดกลุ่มเนื้อหาที่ได้รวบรวมจากรายงาน บทความที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์ในมุมมองของผู้เขียนเป็นหลัก โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการที่สร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคนำมาสู่ผลประกอบการ โดยใช้การประมาณค่าแบบกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square Method) ดังสมการที่ 1

$$\text{Load Factor} = \text{constant} + a_1 \cdot \text{NOP} + a_2 \cdot \text{NOS} + a_3 \cdot \text{NOF} + a_4 \cdot \text{ACD} + a_5 \cdot \text{AVD} + \epsilon$$

ตารางที่ 1 นิยามของตัวแปรและเครื่องหมายที่คาดการณ์

ตัวแปร	นิยาม	ที่มาของข้อมูล	เครื่องหมายที่คาดการณ์
Load Factor	อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชีย	จากการคำนวณ	ตัวแปรตาม
NOP	จำนวนผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชีย	บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) https://airportthai.co.th/ , บริษัท แอร์เอเชีย https://www.airasia.com/ http://www.aavplc.com/	+
NOS	จำนวนที่นั่งของสายการบินไทยแอร์เอเชีย	บริษัท แอร์เอเชีย https://www.airasia.com/ http://www.aavplc.com/	+
NOF	จำนวนเที่ยวบินของสายการบินไทยแอร์เอเชีย	บริษัท แอร์เอเชีย https://www.airasia.com/ http://www.aavplc.com/	+
AVD	ระยะทางการบินเฉลี่ยต่อเที่ยวบิน	บริษัทแอร์เอเชีย https://www.airasia.com/ http://www.aavplc.com/	-
ACD	อุบัติเหตุเหตุฉุกเฉิน และเหตุขัดข้อง	หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ https://mgronline.com/	+



ผลการศึกษา

ปัญหา Multicollinearity เป็นปัญหาในกรณีที่ตัวแปรอิสระที่อยู่ในสมการถดถอยมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูง ผลจากการตรวจสอบด้วยวิธี Simple Correlation Coefficients พบว่า สมการถดถอยที่ใช้ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในครั้งนี้มีปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรจำนวนผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (NOP) จำนวนที่นั่งของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (NOS) และจำนวนเที่ยวบินของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (NOF) มีค่าสูงกว่า 0.80 ดังนั้นจึงแก้ปัญหาด้วยการตัดตัวแปรที่มีปัญหาออกจากสมการถดถอย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

ตัวแปร	Load Factor	NOP	NOS	NOF	AVD	ACD
Load Factor	1					
NOP	0.583	1				
NOS	0.498	0.994	1			
NOF	0.498	0.994	0.999	1		
AVD	-0.322	-0.750	-0.772	-0.7737	1	
ACD	-0.097	0.126	0.141	0.141	-0.196	1

จากปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้เขียนได้สร้างสมการใหม่ โดยตัดตัวแปรที่เกิดปัญหาออก คือ ตัวแปร NOS และ NOF ดังสมการที่ 2

$$\text{Load Factor} = \text{constant} + a1*\text{NOP} + a2*\text{ACD} + a3*\text{AVD} + \epsilon$$

จากนั้นทำการวิเคราะห์ผล Heteroscedasticity ซึ่งเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและค่าความคาดหวังของค่าความคาดเคลื่อนยกกำลังสอง โดยมีสมมติฐานของการทดสอบปัญหา Heteroscedasticity กำหนดให้ H_0 : Homoscedasticity กำหนดให้ H_1 : Heteroskedasticity ด้วย วิธีการ White's Heteroscedasticity test พบว่า ค่าสถิติ Obs*R-squared ที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่าค่าวิกฤต ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99 [Prob. > α] จึงยอมรับสมมติฐานหลัก หรือกล่าวได้ว่า สมการถดถอยนี้ไม่มีปัญหา Heteroscedasticity

การตรวจสอบ ปัญหา Autocorrelation โดยมีสมมติฐานของการทดสอบปัญหา H_0 : Non – Autocorrelation H_1 : Autocorrelation ด้วยวิธีการ Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test พบว่า ค่าสถิติ Obs*R-squared ที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่าค่าวิกฤต ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99 [Prob. > α] จึงยอมรับสมมติฐานหลัก หมายความว่า สมการถดถอยนี้ไม่มีปัญหา Autocorrelation



การตรวจสอบปัญหาทั้ง Heteroscedasticity และ Autocorrelation ไม่พบปัญหาหมายความว่าแบบจำลองนี้สามารถนำไปพยากรณ์ได้ ผู้เขียนจึงได้วิเคราะห์ผลตัวแปร ตามสมการพยากรณ์ที่ 2 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Method) ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-value
Constant	0.541	0.233	2.315	0.028
NOP	2.060	5.930	3.472	0.001***
ACD	-0.010	0.010	-1.003	0.324
AVD	0.000	0.000	1.013	0.319
R-squared	0.392	F-statistic	6.036	
Adjusted R-squared	0.327	Prob (F-statistic)	0.002	

จากตารางที่ 3 ผลจากการประมาณค่าสมการถดถอยพบว่า ค่า Adjusted R-squared เท่ากับ 3.33 และจำนวนผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีผลต่ออัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 นั่นคือ จำนวนผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชียเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (ลดลง) ส่งผลให้อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (ลดลง) ในทิศทางเดียวกัน โดยที่ จำนวนผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชียเปลี่ยนแปลง 1 เปอร์เซนต์ ทำให้อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสารในทิศทางเดียวกัน 2.06 เปอร์เซนต์ ซึ่งส่งผลต่อตัวแปรตามในลักษณะการเพิ่มขึ้นเป็นไปตามการคาดการณ์ไว้ในตารางที่ 1 ส่วนตัวแปร ระยะทางการบินเฉลี่ยต่อเที่ยวบิน อุบัติเหตุเหตุฉุกเฉิน และเหตุขัดข้อง ไม่ส่งผลโดยตรงกับอัตราส่วนขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งตัวแปรทั้งสองไม่เป็นไปตามที่ได้คาดการณ์ไว้ในตารางที่ 1

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ตัวแปรที่ส่งผลต่ออัตราส่วนการขนส่งของสายการบินต้นทุนต่ำไทยแอร์เอเชียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือตัวแปรจำนวนผู้โดยสาร ส่วนตัวแปร ระยะทางการบินเฉลี่ยต่อเที่ยวบิน อุบัติเหตุ เหตุฉุกเฉินหรือเหตุขัดข้องไม่ส่งผลต่ออัตราส่วนการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การที่ตัวแปรจำนวนผู้โดยสารส่งผลโดยตรงต่ออัตราส่วนการขนส่งของสายการบิน อาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการสายการบินโดยที่มีความมั่นใจในคุณภาพการบริการ ดังผลวิจัยของกมลวรรณ เก่งสารกิจ (2559) ได้นำเสนอไว้ อีกทั้งเชื่อมั่นในความปลอดภัยดังที่ผลวิจัยของศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ (2555) ทำให้เลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียอย่างต่อเนื่องด้วยจำนวนที่นั่งที่ถูกซื้อในแต่ละเที่ยวบินมากขึ้นต่อเนื่อง ส่งผลให้ทรัพยากรที่นั่งถูกใช้อย่างคุ้มค่า Load Factor การทำให้ตัวแปรจำนวนผู้โดยสารที่มากขึ้นมีแนวทางสำคัญอาทิการตลาดสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำโดยเน้นการบริการที่ดี อย่างที่ Mason



(2001) ได้กล่าวไว้ การบริหารจัดการด้วยการปรับเปลี่ยนการบริการที่สอดคล้องกับผู้ใช้โดยสารเป็นรายบุคคล Warnock-Smith, Potter (2005) แนวทางดังกล่าวนี้ จะทำให้เพิ่มอัตราส่วนการขนส่งที่มากขึ้น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราส่วนการขนส่ง การดำเนินงานของสายการบินที่ช่วยให้เกิดจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นทั้งในแง่ของการบริการ ทุนมนุษย์ที่สำคัญของสายการบิน ภาพลักษณ์การดำเนินงาน มาตรฐานความปลอดภัย ปัจจัยเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการของสายการบินที่ส่งผลต่อจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นและจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่ออัตราส่วนการขนส่งที่เป็นหัวใจสำคัญ จากการศึกษาวิเคราะห์ในบทความนี้ อัตราส่วนการขนส่งที่เพิ่มขึ้นเน้นย้ำความมีประสิทธิภาพทางการจัดการที่สำคัญที่สุดในธุรกิจการบิน เพราะธุรกิจการบินเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนสินทรัพย์มาก ทำให้ต้องใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าถึงระดับหนึ่งเพื่อทำให้การบินในแต่ละเที่ยวบินคุ้มทุน ซึ่งเป็นความท้าทายของสายการบินต้นทุนต่ำที่นำมาซึ่งการเติบโตของธุรกิจการบิน

รายการอ้างอิง

- กมลวรรณ เก่งสารกิจ. (2559). การรับรู้ประโยชน์ความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.
- กรมท่าอากาศยาน. (2552). จำนวนผู้โดยสารเส้นทางบินภายในประเทศในปี พ.ศ. 2546. สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2562. จาก <https://www.airports.go.th/th/profile/172.html>
- บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). (2562). อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร. สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2562. จาก http://capital.sec.or.th/webapp/corp_fin/datafile/69/024500018901022010-08-17T16.PDF?ts=1282333938 และ <https://investdiary.co/2018/12/15/166/>
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2562). จำนวนผู้โดยสารของสายการบินไทยแอร์เอเชีย. สืบค้นเมื่อ 17 เมษายน 2562. จาก <https://airportthai.co.th>
- บริษัทไทยแอร์เอเชีย. (2561). แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1). สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2562 จาก <http://www.aavplc.com/>
- พีระยุทธ คุ่มศักดิ์. (2555). ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครปฐม.
- รุจิราภรณ์ เอ็นดู. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ. (2555). ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย. วารสารวิจัย มข. ฉบับสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ฉบับธุรกิจและเศรษฐกิจ), 11(2), 154-167.



- สันติ ชัยศรีสวัสดิ์สุข. (2556). หลักการแบ่งงานกันทำในเชิงเศรษฐศาสตร์ (Division of Labor). สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2562 จาก <https://posttoday.com/search/result>
- สมปรารถนา สมนิทรปัญญา. (2551). ความคิดเห็นต่อการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป
- หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์. (2562). สถิติการเกิดเหตุขัดข้องของสายการบินแอร์เอเชีย. สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2562. จาก <https://mgronline.com>
- อัศวพงศ์ อ้นทอง. (2550). คู่มือการใช้โปรแกรม EViews เบื้องต้น: สำหรับการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Alderighi, M., Cento, A., Nijkamp, P., & Rietveld, P. (2012). Competition in the European aviation market: the entry of low-cost airlines. *Journal of Transport Geography*, 24(September), 223-233.
- Francis, G., Humphreys, I., & Ison, S. (2004). Airports' perspectives on the growth of low-cost airlines and the remodeling of the airport-airline relationship. *Tourism Management*, 25(4), 507-514.
- Mason, K. J. (2001). Marketing low-cost airline services to business travellers. *Journal of Air Transport Management*, 7(2), 103-109.
- Pels, E. (2008). Airline network competition: Full-service airlines, low-cost airlines and long-haul markets. *Research in transportation economics*, 24(1), 68-74.
- Warnock-Smith, D., & Potter, A. (2005). An exploratory study into airport choice factors for European low-cost airlines. *Journal of Air Transport Management*, 11(6), 388-392.