

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

สถานการณ์โลกในยุคปัจจุบันปัญหาด้านเศรษฐกิจถือเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบไปทั่วโลกอันมีผลมาจาก ระบบการบริหารการเงินที่ล้มเหลวในสหรัฐอเมริกา ไม่ว่าจะเป็นมาจากการปล่อยสินเชื่อที่ด้อยคุณภาพ (Subprime Loan) หรือที่รู้จักกันในชื่อวิกฤติซ์ไฟพรอม (Subprime) ความหมายของซัพไฟพรอมในที่นี้ คือ สถานภาพลูกหนี้เงินกู้ที่มีคุณสมบัติต่ำกว่ามาตรฐาน (นภาพรณ์ พิพัฒน์, 2552, น. 40) การปล่อยเงินกู้ซัพไฟพรอมเป็นการจงใจปล่อยสินเชื่อให้ผู้กู้ ในการกู้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัยที่มีคุณสมบัติต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนด ทำให้เกิดปัญหาในการชำระหนี้ นอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดวิกฤตทั้งในวงการของซัพไฟพรอมและขยายไปสู่ตลาดตราสารหนี้ทางการเงินอื่น ปรากฏการณ์นี้กลายเป็นภาวะรุนแรงทางการเงินที่ลุกลามไปยังตลาดการเงินทั่วโลก จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดผลกระทบด้านเศรษฐกิจไปทั่วโลก

ธุรกิจการบิน ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้เกิดการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ เพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจสายการบินด้วยกันเอง รวมไปถึงปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจที่ถดถอย คนเดินทางน้อยลงและราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2551 บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สายการบินแห่งชาติก็ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนี้เช่นกัน

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งมาเป็นระยะเวลากว่า 50 ปี เป็นสายการบินที่คนไทยเรียกติดปากกันว่าเจ้าจำปี (“เจ้าจำปี” เกี่ยว ตัวอย่างการบริหารผิดพลาด การเมืองแทรกแซง!!”, 2552, น. 28) ผ่านวิกฤตมาแล้วหลายครั้งและสามารถผ่านวิกฤตต่าง ๆ มาได้ การบินไทยเป็นองค์กรที่มีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในนามประชาชน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าประชาชนก็มีสิทธิเป็นเจ้าของสายการบินแห่งชาตินี้ด้วย หรือมีส่วนรับรู้และรับทราบข้อมูลข่าวสารทั่วไปที่เกิดขึ้นกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) หลังจากเกิดวิกฤตที่รุนแรงในปี 2540 บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้ทำการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการใหม่โดยการระดมสมองจากคนมีฝีมือทางการเงินการคลังเข้ามาช่วยดูแลเพื่อปูทางไปสู่การนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในการนำหุ้นเข้าไปซื้อขายในตลาดเพื่อทำการระดมทุนและเพื่อให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกำกับดูแลตลาดคอยช่วยสอดส่องดูแลในด้านการบริหาร

การบินไทย ก่อตั้งในปี 2500 เป็นยุคที่ประเทศไทยกำลังบุกเบิกในเรื่องการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ และถือได้ว่าเป็นธุรกิจใหม่ที่คนไทยยังไม่มี ความชำนาญในด้านธุรกิจการบิน ทำให้ การก่อตั้งในช่วงแรกต้องร่วมดำเนินการร่วมกับบริษัท SAS สายการบินของกลุ่มประเทศ สแกนดิเนเวียและให้ชาวต่างชาติเข้ามาเป็นผู้บริหาร (“เจ้าจำปี’ เหี่ยว ตัวอย่างการบริหารผิดพลาด การเมืองแทรกแซง!!”, 2552, น. 29) การที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติในการเริ่มดำเนินการใน ช่วงแรกอาจเป็นเพราะประเทศไทยยังไม่มี ความชำนาญในธุรกิจนี้และต้องการให้ผู้บริหาร ชาวต่างชาติถ่ายทอดวิชาความรู้ในด้านธุรกิจการบินให้กับการบินไทย ซึ่งถือได้ว่าเป็นธุรกิจใหม่ ที่ต้องการหาความรู้เพิ่มเติม ธุรกิจการบินเป็นธุรกิจที่เต็มไปด้วยผลประโยชน์ และผลตอบแทนสูง การที่ให้ผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติเท่ากับเป็นการบอกให้ทราบว่าการที่มีเสถียรภาพความมั่นคง และความปลอดภัยสูง ต้องมีผู้บริหารที่มีประสบการณ์และมีคุณภาพอีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ลงทุนสูง มีความเสี่ยงต้องได้รับความไว้วางใจจากผู้โดยสารในด้านความน่าเชื่อถือและมั่นใจในการ ให้บริการเพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรต่อไป

ในยุคแรกนั้น ธุรกิจการบินในประเทศไทยได้แยกธุรกิจการบินออกจากกันเป็นการบิน ภายในประเทศและต่างประเทศ มีที่มคณะผู้บริหารดูแลคนละทีม ได้แก่ สายการบินแอร์สยาม และเจ้าจำปี ทำให้มีการแข่งขันทางธุรกิจการบินเกิดขึ้นในช่วงเริ่มต้นยุคประชาธิปไตยของประเทศไทย แต่หลังจากมีเหตุการณ์รัฐประหารเกิดขึ้น วันที่ 14 ตุลาคม 2516 สายการบินแอร์สยามก็ได้ ถูกปิดกิจการไป หลังจากนั้นเจ้าจำปีก็ได้รวมกิจการกับบริษัทเดินอากาศไทย ในยุคเริ่มต้น เส้นทาง บินในยุคแรก ๆ คือ กรุงเทพฯ-ฮ่องกง กรุงเทพฯ-สิงคโปร์ กรุงเทพฯ-บาห์ลี (อินโดนีเซีย) กรุงเทพฯ-โตเกียว (ญี่ปุ่น) และกรุงเทพฯ-อินเดีย ซึ่งถือได้ว่าประสบความสำเร็จเพราะคนไทยและชาวต่างชาติ ในประเทศปลายทางให้ความนิยมในการเดินทาง (“เจ้าจำปี’ เหี่ยว ตัวอย่างการบริหารผิดพลาด การเมืองแทรกแซง!!”, 2552, น. 30) อีกทั้งชื่อเสียงด้านการให้บริการของพนักงานที่อ่อนหวานและ หน้าที่ดีกว่าสายการบินอื่นในขณะนั้นทำให้การบินไทยมีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในการ เปิดเส้นทางบินต่างประเทศในยุคนั้น การวางรากฐานด้านการจัดการที่ดีจาก SAS ทำให้การบินไทย สามารถเปิดเส้นทางบินในทวีปยุโรป กรุงเทพฯ-ลอนดอน-ปารีส-แฟรงค์เฟิร์ต และอเมริกาในเวลา ต่อมา และเมื่อการบินไทยตัดสินใจร่วมมือกับสายการบิน สตาร์อัลไลอันซ์ ทำให้เกิดความเข้มแข็ง ในการขยายธุรกิจด้านการตลาดของการบินไทยและมีชื่อเสียงในระดับโลก

จากการดำเนินงานที่ผ่านมาของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สิ่งที่ยืนยันดี ชื่อเสียงขององค์กรที่เข้มแข็ง ได้แก่ การได้รับรางวัลมากมายขององค์กร ซึ่งเป็นรางวัลที่ได้รับ การยอมรับจากทั่วโลก เช่น รางวัลสายการบินระหว่างประเทศที่ดีที่สุด (Best Intercontinental Airline) ติดต่อกันเป็นปีที่ 4 รางวัลสายการบินยอดเยี่ยมของโลกอันดับ 3 จากผู้อ่านนิตยสาร

Travel and Leisure รางวัลสายการบินยอดเยี่ยมแห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จาก นิตยสาร Global Traveler ของประเทศสหรัฐอเมริกาและล่าสุด การบินไทยได้รับรางวัลพลท ดิฉัน แบรดด์ที่เชื่อมั่นได้ ประจำปี 2552 จาก Reader's Digest (รายงานประจำปี การบินไทย, 2551, น. 6) จากรางวัลที่การันตีความมีชื่อเสียงทำให้ การบินไทย มีชื่อเสียงที่แข็งแกร่งและอยู่ในใจคนไทยอย่างเนิ่นนานมาเป็นระยะเวลายาวนาน สิ่งที่เกิดขึ้นกับองค์กรในช่วงเวลาที่ผ่านมา มีทั้งสิ่งที่เป็นปัญหา และสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร แต่ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ก็สามารถพาองค์กรผ่านสิ่งต่าง ๆ มาได้

ในปัจจุบันจากข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) จากสื่อ อาจมีบางข้อมูลที่ก่อให้เกิดผลกระทบกับชื่อเสียง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ทำให้องค์กรต้องทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และรักษาชื่อเสียงขององค์กรให้คงอยู่ต่อไป ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่สื่อนำเสนอมีสาเหตุเนื่องมาจาก การวางแผนซื้อเครื่องบินที่มีราคาแพงกว่าราคาที่แท้จริงในตลาด การประกันราคาน้ำมันในช่วงที่ราคาน้ำมันเพิ่มสูงขึ้น และปัญหาความไม่สงบในประเทศ สิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนี้ ที่บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ประสบปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นดังที่ได้กล่าวมาอีกทั้งยังต้องประสบกับวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก

จุดยืนในการบริหาร ที่เริ่มต้นของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เพียงเพื่อขนส่งผู้โดยสารเข้ามาในประเทศเพื่อท่องเที่ยวในประเทศไทยและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทยและร่วมมือกับสายการบินเจ้าถิ่นในการขนส่งผู้โดยสาร ด้วยเหตุผลการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงขึ้นเพื่อครอบครองส่วนแบ่งตลาด อีกทั้งเป้าหมายทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปจากจุดเริ่มต้นเปลี่ยนเป็นมุ่งให้บริการในระยะทางไกล ๆ ส่งผลให้การบินไทยต้องซื้อเครื่องบินที่ใหญ่ขึ้นบินได้ระยะทางไกลขึ้นและบรรทุกน้ำมันได้มากขึ้น ส่งผลให้ประสบปัญหาเงินทุนหมุนเวียนและการชำระหนี้ที่ครบกำหนด อีกทั้งราคาน้ำมันที่ผันผวนในท้องตลาดและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นต่อมา สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนี้ถือเป็นภาวะที่เป็นค่าใช้จ่ายมหาศาล ซึ่งการดำเนินการเช่นนี้ถือว่าสวนทางกับกระแสเศรษฐกิจโลกที่กำลังเข้าสู่ภาวะถดถอยจากปัญหา Subprime วิกฤตตราสารหนี้สินเชื่อในตลาดอสังหาริมทรัพย์ของสหรัฐอเมริกาที่ถูกลามไปยังสถาบันการเงินและถูกลามไปยังตลาดหุ้นทั่วโลกก่อให้เกิดปัญหาไปทุกประเทศทั่วโลกในปัจจุบัน ทำให้องค์กรได้รับผลกระทบเช่นกัน

ผลกระทบที่เกิดจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลกไม่ว่าจะเรื่องราคาน้ำมัน ปัญหาความไม่สงบในประเทศที่ก่อตัวขึ้นตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2551 โดยความไม่สงบในครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อล้มล้างระบอบทักษิณ การชุมนุมปิดทางเข้าออกรัฐสภาจนถึงการยึดและปิดสนามบินดอนเมืองและสุวรรณภูมิซึ่งส่งผลกระทบอย่างรุนแรงในระยะสั้นและระยะยาวต่อธุรกิจการบินและ

การท่องเที่ยวของประเทศไทย จากสิ่งที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบกับการบินไทยเนื่องจากเป็นช่วง High Season ซึ่งเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางในปริมาณมากในช่วงนี้ในฐานะสายการบินแห่งชาติ การบินไทยได้นำชื่อเสียงมาสู่ประเทศไทย ทั้งในด้านชื่อเสียง ความสำเร็จขององค์กร ที่ได้รับการยอมรับจากผู้ให้บริการจากทั่วทุกมุมโลก และรางวัลที่ได้รับรางวัลจากสถาบันสำคัญ ๆ ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอทำให้การบินไทยเป็นองค์กรที่แข็งแกร่งมีชื่อเสียงและเป็นที่ภูมิใจในสายตาคนไทยมาโดยตลอด

จากสายการบินที่มีรางวัลการันตี ถึงความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาทั่วโลก ในปัจจุบันถือได้ว่าการมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีนั้นถือเป็นจุดแข็งขององค์กรที่จะทำให้เกิด ความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) และสร้างรายได้ให้กับองค์กรจากการเข้ามาใช้บริการ อีกทั้งที่ผ่านมาการบินไทยยังมีผลประกอบการที่ทำกำไรมาตลอด ในช่วงระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการมา ทำให้ประชาชนทั่วไปชื่นชมเชื่อมั่น รวมทั้งอยากเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ของการบินไทยในทัศนะของผู้โดยสารชาวไทยนั้น มีการรับรู้ภาพลักษณ์ว่าบริษัทการบินไทยเป็นสายการบินที่ได้รับความไว้วางใจมากที่สุด (ฐิตตาพร ปานสกุล, 2549, น. 2) ในด้านการให้บริการที่ไม่แพ้สายการบินใดในโลก ทำให้ประชาชนทั่วไปมีความไว้วางใจในการใช้บริการและเชื่อมั่นในสายการบินแห่งชาติของไทย

การบินไทย ตั้งแต่ช่วงปลายปี 2550 จนถึงต้นปี 2551 ต้องประสบปัญหาต่อเนื่องมาโดยตลอด ในเรื่องผลประกอบการ แต่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ทราบว่าทำกำไรให้องค์กรมาโดยตลอดและในช่วงตั้งแต่ปี 2549 บริษัทยังทำกำไรสุทธิให้องค์กรรวมกว่า 8,992 ล้านบาท ต่อมาในปี 2550 ผลการดำเนินงานใน 3 ไตรมาส บริษัทมีผลประกอบการที่ทำกำไรสุทธิที่ 6,342 ล้านบาทและในไตรมาสสุดท้าย ก็ยังคงทำกำไรเพิ่มขึ้นอีก 1,839 ล้านบาท แต่มาในปี 2551 ทางบริษัทการบินไทยได้ รายงานผลประกอบการประจำปีบัญชี 2551 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2551 ว่ามีผลขาดทุนสุทธิทั้งสิ้น 21,379 ล้านบาท (รายงานประจำปี การบินไทย, 2551, น. 14)

จากข้อมูลข่าวสารที่สื่อนำเสนอเกี่ยวกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านต่าง ๆ ทำให้องค์กรต้องทำการชี้แจงต่อสาธารณชนและผู้ถือหุ้น เมื่อมีข้อมูลข่าวสารในด้านที่จะส่งผลกระทบกับชื่อเสียงขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ปรับตัวสูงสุดเป็นประวัติการณ์ สภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวทั่วโลก และสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศ ล้วนมีผลกระทบให้ปีบัญชี 2551 ของการบินไทย มีผลประกอบการ ขาดทุน เมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินอื่น

ตารางที่ 1.1
แสดงผลประกอบการสายการบิน

สายการบิน	รายได้รวม งวด 6 เดือนแรก ปี 2551 (เหรียญสหรัฐ)	% การ เปลี่ยนแปลง เมื่อเทียบกับ 6 เดือนแรก ปี 2550	ค่าใช้จ่ายรวม งวด 6 เดือนแรก ปี 2551 (เหรียญสหรัฐ)	% การ เปลี่ยนแปลง เมื่อเทียบกับ 6 เดือนแรก ปี 2550	กำไรสุทธิ งวด 6 เดือน แรก ปี 2551 (เหรียญสหรัฐ)	กำไรสุทธิ งวด 6 เดือน แรก ปี 2551 (เหรียญสหรัฐ)
การบินไทย	3,023,466,607	11.55	3,147,220,159	25.90	-198,185,362	99,972,625
SIA Group	4,379,300,000	10.39	4,147,600,000	20.27	323,800,000	507,800,000
Emirates Group	6,133,810,065	30.61	6,069,273,143	50.46	85,038,031	649,471,579
Qantas Group	7,919,000,000	1.72	7,645,000,000	10.24	216,000,000	618,000,000
Malaysia Airlines	2,059,673,708	7.11	2,006,421,124	8.00	43,919,592	67,293,227

ที่มา: “การบินไทยยังหลงทาง,” (มกราคม 2552), นิตยสาร WEALTH MANAGEMENT, น. 37.

จาก วิฤตราคาน้ำมันที่มีราคาสูงขึ้นทำให้การบินไทย ประสบปัญหาผลกำไรลดลง เมื่อเทียบกับสายการบินอื่น ในช่วงไตรมาสแรก ในปี 2551 และไตรมาสที่ 2 เป็นช่วงที่วิฤตราคาน้ำมันรุนแรงและรวดเร็วเป็นประวัติการณ์จนไม่สามารถปรับค่าธรรมเนียมน้ำมันเพื่อลดภาระค่าน้ำมันที่เพิ่มขึ้นได้อีกทั้งยังเป็นช่วง Low Season ของการเดินทาง ทำให้องค์กรประสบปัญหาขาดทุนในครึ่งปีแรก และการบินไทยได้มีมาตรการรองรับวิฤตการณ์ราคาน้ำมัน โดยการจัดทำประกันความเสี่ยงราคาน้ำมัน (Fuel Price Hedging) ตามมติของคณะกรรมการบริษัท เมื่อเดือนมกราคม 2546 โดยได้มีมติอนุมัติให้บริษัท จัดทำประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันได้ ซึ่งกรณีดังกล่าว ทำให้สื่อมวลชนนำเสนอข่าวถึงการทำงานของ การบินไทยว่าทำการบริหารงานผิดพลาด ทำให้องค์กรขาดทุนจากการประกันราคาน้ำมันจนทำให้เกิดผลการขาดทุนจำนวนมากกว่า 6,000 ล้านบาท (บินไทยโว! ขาดทุนน้ำมันไม่ถึง 6 พัน ล., 2552, น. 8)

จากประเด็นดังกล่าวที่เกิดขึ้นบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้ทำการชี้แจงเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นว่า การที่องค์กรต้องทำการประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันเพื่อ

ป้องกันการผันผวนของราคามีใช่เพื่อแสวงหากำไร แต่เป็นการบริหารโดยการใช้เครื่องมือให้เหมาะสมกับสภาพตลาด และในแต่ละช่วงสถานการณ์ โดยการสื่อสารผ่านสื่อ ทางบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้ให้ผู้บริหารที่รับผิดชอบในเรื่องนี้คือ คุณชาย เอี่ยมศิริ ผู้อำนวยการฝ่ายการปิโตรเลียมและเชื้อเพลิง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งรับผิดชอบและดูแลโดยตรงต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ให้ทำการชี้แจงในส่วนข้อมูลที่ถูกต้องการดำเนินการได้เกิดขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี 2551 บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันประมาณร้อยละ 41 ของปริมาณการใช้ โดยวิธีการกำหนดราคาขั้นต่ำและสูงไว้ คิดเป็นราคาน้ำมันดิบประมาณ 86-125 เหรียญต่อบาร์เรล หากราคาน้ำมันสูงเกินกว่าราคาขั้นสูงที่ตกลง บริษัทฯ จะได้รับเงินชดเชยจากสถาบันการเงินคู่ค้า ในทางตรงกันข้าม หากราคาน้ำมันต่ำกว่าราคาขั้นต่ำ บริษัทฯ จะต้องจ่ายชดเชยให้แก่สถาบันการเงินคู่ค้าเช่นกัน ส่วนปริมาณอีกร้อยละ 59 จะเป็นไปตามราคาน้ำมันตลาดโลก การดำเนินการดังกล่าวนี้ เป็นการทยอยทำครั้งละประมาณร้อยละ 3-5 ตามความเหมาะสมของสภาพตลาด อีกทั้งสายการบินอื่น ๆ ที่จัดทำประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันก็ได้ใช้แนวทางการปฏิบัติเช่นเดียวกัน แต่จะมีความแตกต่างในเรื่องของราคาและระยะเวลา ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบแล้ว บริษัทฯ จัดทำประกันความเสี่ยงฯ ในระยะเวลาที่สั้น คือ 3-6 เดือน โดยจะสิ้นสุดในเดือนมีนาคม 2552 และในปริมาณเพียงร้อยละ 17 ของปริมาณการใช้เท่านั้น และการบินไทยก็ขาดทุนจากการประกันความเสี่ยงประมาณ 500-600 ล้านบาท ซึ่งในการออกมาชี้แจงข้อเท็จจริงของผู้บริหารในครั้งนี้เพื่อเป็นการกลบกระแสวิกฤตการบริหารที่ผิดพลาดจนส่งผลกระทบไปถึงการขาดทุนในการบริหารความเสี่ยง (TG update)

จากข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นกับองค์กรอาจส่งผลกระทบทั้งในด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่สร้างสมมาเป็นเวลานานและแข็งแกร่งของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จากการที่สื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารในด้านต่าง ๆ นี้ แต่บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้ทำการจัดแถลงข่าวเพื่อสร้างความเข้าใจในการประกันความเสี่ยงเรื่องราคาน้ำมันเพื่อนสร้างความเข้าใจให้ตรงกันระหว่างสื่อมวลชนและองค์กร

ข่าวสารที่เกิดขึ้นกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สืบเนื่องมาจากการที่เกิดวิกฤตทางการเงิน กับสถาบันการเงินของประเทศสหรัฐอเมริกาทำให้ส่งผลกระทบไปทั่วโลก ในเรื่อง การจ้างงาน การปลดพนักงาน ทำให้การเดินทาง ของชาวต่างชาติ ซึ่งถือเป็นรายได้หลักขององค์กรลดลง นอกจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลอย่างรุนแรงในระดับโลกแล้ววิกฤตปัญหาการเมืองภายในประเทศและมีความรุนแรงเพิ่มขึ้นทำให้คนเดินทางน้อยลงและทำให้การบินไทยขาดรายได้ในส่วนที่เป็นแผนรองรับไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ถึงแม้ว่ามาตรการที่เตรียมไว้จะสามารถลดค่าใช้จ่ายลงไปได้ แต่ผลขาดทุนก็ยังคงอยู่ ความหวังในช่วง High Season ซึ่งถือว่าเป็นช่วงที่

บริษัทฯ จะสามารถทำกำไรได้มากที่สุด ที่มาจากผู้โดยสารชาวต่างชาติ แต่ด้วยวิกฤตการณ์เมืองภายในประเทศที่ทวีความรุนแรงขึ้น ถึงกับมีเหตุการณ์ปิดสนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมืองในวันที่ 25 พ.ย.-3 ธ.ค. 2551 ของกลุ่มพันธมิตรประกอบกับวิกฤตเศรษฐกิจการเงินของสหรัฐอเมริกาและส่งผลกระทบไปทั่วโลกจากวิกฤตเศรษฐกิจดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ ต้องประสบปัญหาต่อเนื่อง เนื่องจากผู้โดยสารลดลงทำให้ส่งผลกระทบถึงปีต่อไปและกระทบถึงเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ ลดลงในช่วงไตรมาสสุดท้ายอย่างรวดเร็ว ซึ่งถือว่าเป็นช่วงที่ทำรายได้ให้กับบริษัทเป็นจำนวนมากในแต่ละปี

ชื่อเสียงและการให้บริการที่สมราคาในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว มีผลกับรายได้ที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร ถ้าลูกค้าที่เคยมีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) หันไปใช้สายการบินคู่แข่ง หรือสายการบินต้นทุนต่ำที่มีให้บริการในปัจจุบันเป็นจำนวนมาก และให้บริการที่ดีกว่าการบินไทย ราคาถูกกว่า การบินไทยสายการบินแห่งชาติ จะมีแนวทางเป็นอย่างไรต่อไป

จากข้อมูลข่าวสารและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องขอกู้เงินจากสถาบันการเงินของรัฐ หลังจากประสบปัญหาขึ้นรุนแรง และทำให้ทริสเรตติ้งสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือปรับลดอันดับเครดิตองค์กรและหุ้นกู้ไม่มีประกันของการบินไทยเป็น “A” จากเดิมที่ระดับ “A+” เพื่อสะท้อนถึงฐานะทางการเงินที่อ่อนแอลงกว่าที่ประมาณการไว้จากวิกฤตการณ์ทางการเมืองที่ทวีความรุนแรงตั้งแต่ช่วงครึ่งปีหลังที่ผ่านมา ตลอดจนราคาน้ำมันที่ผันผวนอย่างมากและสภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จะมีการจัดการสื่อสารอย่างไรเกี่ยวกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับชื่อเสียงขององค์กรได้

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีนโยบายหลักขององค์กร เพื่อดำเนินงานในฐานะที่เป็นสายการบินแห่งชาติ เป็นตัวแทนของประเทศไทย ในการดำรงรักษาและเพิ่มพูนสิทธิด้านการบิน ร่วมส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แสวงหาและเพิ่มพูนรายได้ ทั้งในรูปแบบเงินบาท และเงินตราต่างประเทศ นอกจากนั้น ยังดำเนินการส่งเสริมพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ให้มีทักษะ และวิชาชีพที่เป็นมาตรฐานสากล รวมถึงส่งเสริมพัฒนาเทคโนโลยีทุกสาขาที่เกี่ยวข้อง ในการบินพาณิชย์ของโลก ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเผยแพร่วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และเอกลักษณ์ของประเทศไทย สู่นานาชาติอย่างต่อเนื่อง

ในฐานะที่เป็นสายการบินแห่งชาติ ของคนไทยที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก เมื่อประสบปัญหาขาดสภาพคล่อง วิกฤตเศรษฐกิจและการเมือง และสิ่งที่สื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารมากมายเกี่ยวกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จากการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ที่เกิดขึ้นกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ประชาชนทั่วไปมีความคิดเห็นเป็นอย่างไรและจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง ของบริษัทการบินไทย หรือไม่

ปัญหานำวิจัย

1. ข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นมีผลต่อการรับรู้ของประชาชนทั่วไปอย่างไร
2. ประชาชนที่มีลักษณะแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างไร
3. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) อย่างไร

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนทั่วไปของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับรู้ชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับการรับรู้ชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

สมมติฐาน

1. ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
 - 1.1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
 - 1.2 อายุ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
 - 1.3 การศึกษา ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
 - 1.4 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน รวมทั้ง ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กับ การรับรู้ชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 21-60 ปีขึ้นไป โดยการสำรวจความคิดเห็น จากการตอบแบบสอบถามระหว่างวันที่ 1-30 มิถุนายน

นิยามศัพท์

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง พฤติกรรมการบริโภคข่าวสารทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จากสื่อต่าง ๆ ที่เนื้อหาข่าวเกี่ยวข้องกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ความถี่ และเนื้อหา ที่ได้รับจากสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และสื่ออื่น ๆ

ชื่อเสียงขององค์กร หมายถึง ความรู้สึกในจิตใจของประชาชนทั่วไปที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ที่ประทับใจต่อองค์กร รวมถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับการสื่อสารองค์กร รวมทั้ง ประสิทธิภาพที่มีต่อองค์กร ในเรื่องชื่อเสียงด้านองค์กร ชื่อเสียงด้านผู้บริหาร ชื่อเสียงด้านพนักงาน และชื่อเสียงด้านการบริการ

การรับรู้ชื่อเสียง หมายถึง การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของประชาชน ผ่านสื่อต่าง ๆ ด้านองค์กร ด้านผู้บริหาร ด้านพนักงานและด้านบริการ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง องค์ประกอบด้าน เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลกระทบ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นอันมีผลมาจากการสื่อสาร ในการรับรู้ที่นี้ผลกระทบ มาจากข้อมูลข่าวสาร และการรับรู้ชื่อเสียงขององค์กร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างแนวทางในการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีชื่อเสียงที่แข็งแกร่ง และเกิดความภักดีต่อแบรนด์ ขององค์กรตลอดไป
2. เพื่อทราบถึงช่องทางการสื่อสารของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ เกี่ยวกับชื่อเสียงของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)
3. สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับปรุงการจัดการ การสื่อสารองค์กรของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

