



การศึกษาความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติ ของท่าอากาศยานดอนเมือง
ระหว่างเดือนเมษายน พ.ศ.2556

**A study of foreign passenger requirement,
Donmuang International Airport during April 2013**

จัดทำโดย

นางสาวปิยนุช เชาวทัต

รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น
พ.ศ.2555

การศึกษาความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติ ของท่าอากาศยานดอนเมือง
ระหว่างเดือนเมษายน พ.ศ.2556

A study of foreign passenger requirement,
Donmuang International Airport during April 2013

จัดทำโดย

นางสาวปิยนุช เชาวทัต

รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ.2555

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการสอบ

(อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

..... กรรมการสอบและอาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์เอกสิทธิ์ เข้มงวด)

..... กรรมการ

(อาจารย์พุทธิพงษ์ อนันต์โสภณ)

หัวข้อ	การศึกษาความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติ ของท่าอากาศยานดอนเมือง ระหว่างเดือนเมษายน พ.ศ.2556
	A study of foreign passenger requirement, Donmuang International Airport during April 2013
ผู้เขียน	นางสาวปิยนุช เชาวัต
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์เอกสิทธิ์ เข้มงวด
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจญี่ปุ่น
คณะ	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2555

บทคัดย่อ

ในรายงานการศึกษานี้ ศึกษาความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างถูกต้องและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสารต่างชาติ โดยได้ทำการเก็บข้อมูลความต้องการของผู้โดยสารจากการเก็บจดบันทึก

จากผลการศึกษา พบว่าผู้โดยสารมีความต้องการ แผนที่ สัญญาณอินเตอร์เน็ต ชิมโทรศัพท์ และอื่นๆ ตามลำดับ โดยแผนที่นั้นทางสนามบินได้จัดบริการให้ฟรีแก่ผู้โดยสารเรียบร้อยแล้ว แต่สิ่งที่เป็นปัญหาคือสัญญาณอินเตอร์เน็ตและชิมโทรศัพท์ ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารให้เกิดความพึงใจคิดว่าการทำงานกลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด โดยการทำให้บริษัทฯ จัดตั้งสัญญาณอินเตอร์เน็ตให้แก่สนามบิน และทางสนามบินให้สิทธิในการตั้งเปิดบูธจำหน่ายชิมโทรศัพท์แก่ผู้โดยสาร ซึ่งกลยุทธ์นี้สามารถตอบ ไขข้อความต้องการของผู้โดยสารได้ทั้งสองอย่าง อีกทั้งยังช่วยประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่ายภายในสนามบินอีกด้วย

คำสำคัญ: ความต้องการของผู้โดยสาร / สัญญาณอินเตอร์เน็ต / กลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจ

TITLE A STUDY OF FOREIGN PASSENGER REQUIREMENT,
DONMUANG INTERNATIONAL AIRPORT DURING
APRIL 2013

CANDIDATE MS. PIYANUCH CHAOWATAT

ADVISOR MR. EKKASIT KHEMNGUAD

PROGRAM BACHELOR OF BUSINESS ADMINISTRATION

FIELD OF STUDY JAPANESE BUSINESS ADMINISTRATION FACULTY
BUSINESS ADMINISTRATION

B.E. 2555

Abstract

This study report is study of foreign passenger needs using Donmuang International Airport. For respond needs and build up satisfaction of passenger from taking notes.

As a result, the study found passenger needs is map, wifi, simcard, etc. In the airport have a free map for passengers but wifi and simcard not have yet. Therefore, for respond needs of passenger the researcher recommends that doing strategic alliance is the best way. That is to say AOT and TRUE Company are cooperate which AOT give area in the airport for sell simcard to TRUE and TRUE give free wifi for AOT. So this strategy can solve two problem and save cost for AOT too.

KEYWORDS: Passenger needs / Wifi / Strategic Alliance

ชื่อรายงาน	การศึกษาความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติ ของท่าอากาศยานดอนเมือง ระหว่างเดือนเมษายน พ.ศ.2556
	A study of foreign passenger requirement, Donmuang International Airport during April 2013
ผู้เขียน	นางสาวปิยนุช เชาวัต
คณะวิชา	บริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์เอกสิทธิ์ เข้มงวด
พนักงานที่ปรึกษา	นางสาวมัทนี รัตนวรารักษ์
ชื่อบริษัท	การทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจท่าอากาศยาน

งานที่ปฏิบัติ

ศึกษาความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างถูกต้องและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสารต่างชาติ โดยได้ทำการเก็บข้อมูลความต้องการของผู้โดยสารจากการจดบันทึก จากผลการศึกษา พบว่าผู้โดยสารมีความต้องการ แผนที่ สัญญาณอินเตอร์เน็ต ชิมโทรศัพท์และอื่นๆ ตามลำดับ โดยแผนที่นั้นทางสนามบินได้จัดบริการให้ฟรีแก่ผู้โดยสารเรียบร้อยแล้ว แต่สิ่งที่เป็นปัญหาคือสัญญาณอินเตอร์เน็ตและชิมโทรศัพท์ ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารให้เกิดความพึงพอใจ จึงคิดว่าการทำกลยุทธ์พันธมิตธุรกิจเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด โดยการที่ให้บริการติดตั้งสัญญาณอินเตอร์เน็ตให้แก่สนามบิน และทางสนามบินให้สิทธิในการตั้งเปิดบูธจำหน่ายชิมโทรศัพท์แก่ผู้โดยสาร

ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานและประโยชน์ที่ได้รับ

จากผลการดำเนินงานทำให้ทราบว่าความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติเป็นอย่างไรและมีอะไรบ้าง ซึ่งจะช่วยให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างถูกต้องและยังสร้างความพึงพอใจแก่ผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองอีกด้วย ถึงแม้ว่าอาจจะเสียโอกาสกับรายได้ที่จะได้รับจากบริษัทในการเช่าพื้นที่สนามบิน เดือนละ 80,600 บาท แต่ที่จะช่วยประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายที่จะต้องเสียให้กับการติดตั้งสัญญาณอินเตอร์เน็ตในแต่ละเดือน เดือนละ 150,000 บาท ซึ่งการดำเนินงานนี้จะช่วยให้ภาพลักษณ์ของการทำอากาศยานดีขึ้นและยังตอบใจห้ความต้องการของผู้โดยสารได้ทั้งสองเรื่อง อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายภายในสนามบินอีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการฝึกงานเล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากบุคคลหลายๆท่านซึ่งไม่อาจจะนำมากล่าวได้ทั้งหมด ซึ่งผู้มีพระคุณท่านแรกที่ข้าพเจ้าใคร่ขอกราบขอบพระคุณคือ อาจารย์เอกสิทธิ์ เข้มงวด อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความรู้ คำแนะนำตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ทุกขั้นตอน ท่านที่สองคือ ขอขอบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ ที่ให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆและกำลังใจที่ดีเสมอมา ท่านที่สามคือ นางสาวมัทนิ รัตนวรารักษ์ ตำแหน่ง จนท.บกท.3 สทอ.ทคม พนักงานที่ปรึกษาและพี่พนักงานประชาสัมพันธ์ทุกคน ที่ช่วยให้ความรู้และคำแนะนำต่างๆในการฝึกงาน จนถึงการทำรายงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายขอขอบคุณ คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ที่ให้การสนับสนุน และเปิดหลักสูตรการฝึกงานในครั้งนี้

นางสาวปิยนุช เชาวทัต

คณะบริหารธุรกิจสาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2556

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ (ภาษาไทย)	ข
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ)	ค
บทสรุป	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
รายการตาราง	ซ
รายการรูปประกอบ	ฅ
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	1
1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ	3
1.3 รูปแบบการจัดองค์กร	6
1.4 ตำแหน่งและหน้าที่	6
1.5 พนักงานที่ปรึกษา	7
1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	7
1.7 วัตถุประสงค์	7
1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	7
2. ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	
2.1 ความหมายของความต้องการ	8
2.2 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์	9
2.3 พันธมิตรทางธุรกิจ	12

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3. แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนงานการฝึกงาน 14

3.2 รายละเอียดงาน 14

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน 15

4. ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ

4.1 ผลการดำเนินงาน 20

5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน 23

5.2 แนวทางการแก้ปัญหาและข้อเสนอแนะ 24

เอกสารอ้างอิง 25

ภาคผนวก

ก. แบบฟอร์มรายงานประจำสัปดาห์ 26

ประวัติผู้วิจัย 34

รายการตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	แสดงขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	14
4.1	สรุปความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติ	20



รายการรูปประกอบ

รูป	หน้า
1.1 ภาพแสดงแผนที่สนามบินดอนเมือง	1
1.2 แผนภาพแสดงรูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร	6
2.1 แผนภาพแสดงความต้องการ 5 ชั้นของมาสโลว์	9
2.1 แผนภาพแสดงความต้องการ 7 ชั้นของมาสโลว์	11
3.1 แสดงขั้นตอนในการปฏิบัติงาน	15
4.1 กราฟแสดงความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติ	21
4.2 แสดงความร่วมมือระหว่างบริษัทการทำอากาศยานและบริษัททอ	21
4.3 แสดงค่าใช้จ่ายในการติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตและการเช่าพื้นที่	22



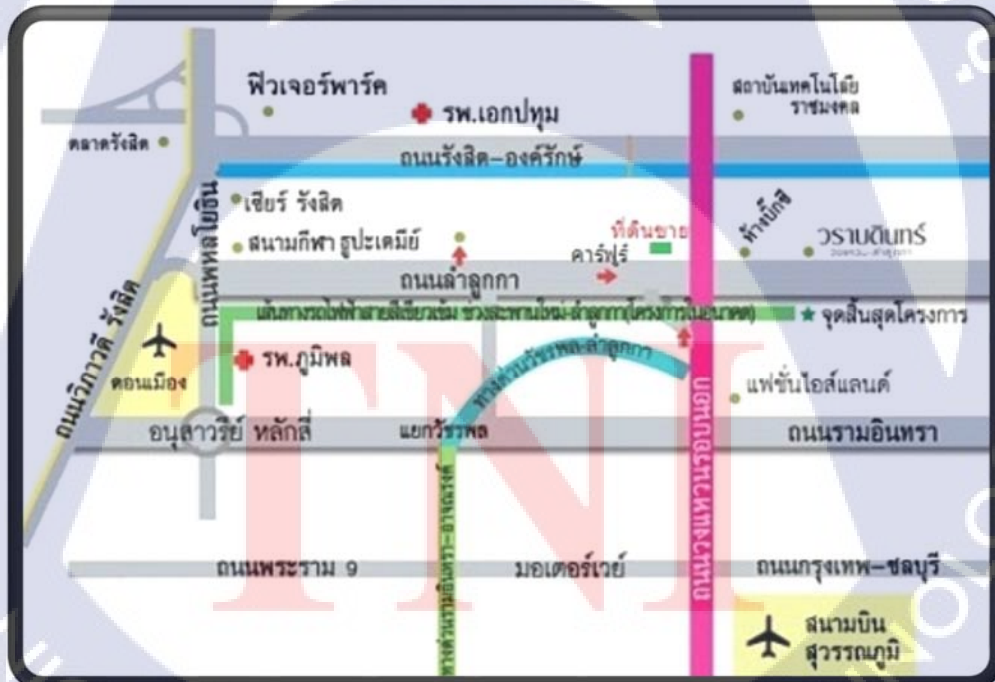
บทที่ 1 บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ



ชื่อสถานประกอบการ: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ท่าอากาศยานดอนเมือง)

ที่ตั้งสถานประกอบการ: ท่าอากาศยานดอนเมืองตั้งอยู่เลขที่ 222 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวง
สนามบิน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10210



ภาพที่ 1.1 ภาพแสดงแผนที่สนามบินดอนเมือง

ประวัติความเป็นมา

เดิมใช้ชื่อว่า สนามบินดอนเมือง ครั้นในปีพ.ศ. 2498 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น ท่าอากาศยานกรุงเทพ และเมื่อบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) ได้เปิดใช้งานท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2549 โดยใช้ IATA Code เป็น BKK ท่าอากาศยานกรุงเทพจึงเปลี่ยนชื่ออีกครั้งเป็น ท่าอากาศยานดอนเมือง เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2550 ใช้ IATA Code เป็น DMK ปัจจุบัน ท่าอากาศยานดอนเมืองให้บริการ General Aviation, State Aircraft, Military Aircraft, Government Aircraft, Pure Technical Landing, Pure Chartered Flight และเพิ่มการให้บริการเที่ยวบินพาณิชย์ ภายในประเทศแบบ point to point ตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม 2550 เป็นต้นมา นอกจากนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2554 บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้ย้ายการให้บริการเที่ยวบินและผู้โดยสารภายในประเทศที่ท่าอากาศยานดอนเมือง จากอาคารผู้โดยสารภายในประเทศไปยังอาคาร 1 เพื่อเป็นการเตรียมพื้นที่สำหรับการดำเนินงานตามแผนการใช้ประโยชน์ท่าอากาศยานดอนเมือง จากการมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีสถานที่ที่กว้างขวาง รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ได้มาตรฐานสากล ท่าอากาศยานดอนเมืองสามารถรองรับเที่ยวบินได้ 60 เที่ยวบิน/ชั่วโมง รองรับผู้โดยสารเฉพาะภายในประเทศได้ 16 ล้านคน/ปี และรองรับการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศได้มากกว่า 12,490 ตัน/ปี

สภาพโดยทั่วไป : ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นท่าอากาศยานที่มีการให้บริการด้านการบินที่หลากหลาย ทั้งเที่ยวบินประจำและเที่ยวบินไม่ประจำภายในประเทศ รวมทั้งเที่ยวบินไม่ประจำระหว่างประเทศ ด้วยทำเลที่ดี สถานที่กว้างขวาง อีกทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ ทำให้ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นท่าอากาศยานที่ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจเป็นอย่างมาก

ตำแหน่งที่ตั้ง : ตั้งอยู่ที่ลองจิจูดที่ $100^{\circ} 36' 20''$ และละติจูดที่ $13^{\circ} 54' 52''$ อยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 9 ฟุต ท่าอากาศยานดอนเมืองตั้งอยู่ห่างจากใจกลางกรุงเทพไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ 21.6 กิโลเมตร

จำนวนรันเวย์ : 2 ทางวิ่ง

- รันเวย์ 21R/03L - ยาว 3,700 เมตร, กว้าง 60 เมตร (12,139 ฟุต/197 ฟุต)
- รันเวย์ 21L/03R - ยาว 3,500 เมตร, กว้าง 45 เมตร (11,461 ฟุต/147 ฟุต)

ความสามารถในการรองรับ : 60 เที่ยวบิน ต่อชั่วโมง

ลักษณะของพื้นที่ท่าอากาศยาน : พื้นคอนกรีตลาดยาง

ความทนทาน : รันเวย์ 21R/03L = PCN.126/F/D/W/T และ รันเวย์ 21L/03R = PCN.126/F/D/W/T

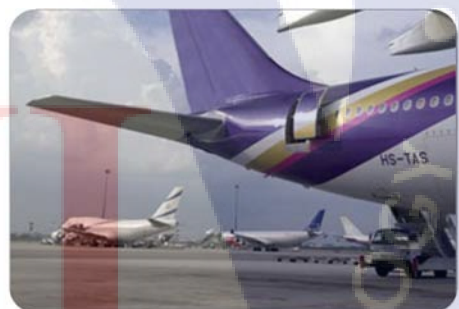
จำนวนแท็กซี่เวย์ : 23

จุดจอดอากาศยาน : 101 หลุมจอด โดยแบ่งเป็นหลุมจอดที่เชื่อมต่อกับประตูทางออกอาคารผู้โดยสาร(Contact Gate) อาคาร 1 จำนวน 35 หลุมจอด (ใช้จริง 14 หลุมจอด) และเป็นหลุมจอดที่ไม่เชื่อมต่อกับประตูทางออก(Remote Parking) จำนวน 66 หลุมจอด

จำนวนเคาน์เตอร์เช็คอิน : 167 เคาน์เตอร์อาคารผู้โดยสาร อาคาร 1 มีเคาน์เตอร์เช็คอิน 124 เคาน์เตอร์ (ใช้จริง 32 เคาน์เตอร์)

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ

ทอท. มีรายได้มาจาก (ก) รายได้จากกิจการการบิน (Aeronautical Revenue) ซึ่งประกอบด้วยค่าธรรมเนียมในการขึ้น-ลงของอากาศยาน (Landing Charge) ค่าธรรมเนียมที่เก็บอากาศยาน(Parking Charge) ค่าธรรมเนียมการใช้สนามบิน (Passenger Service Charge) และค่าเครื่องอำนวยความสะดวก (Aircraft Service Charge) (ข) รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับกิจการการบิน(Non Aeronautical Revenue) ซึ่งประกอบด้วยรายได้ส่วนแบ่งผลประโยชน์ (Concession Revenue) ค่าเช่าสำนักงานและค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ (Office and Real Property Rents) และรายได้จากการให้บริการ (Service Revenue) ทั้งนี้ ในการดำเนินงาน ท่าอากาศยาน ทอท. ยังมีผู้ประกอบการภายนอกเป็นผู้ดำเนินการเกี่ยวกับการให้บริการที่เป็นบางส่วน เช่น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยแอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการภาคพื้นดิน รวมทั้งการให้บริการผู้โดยสารตามสัญญาอนุญาตให้ดำเนินการภายในท่าอากาศยานซึ่งทำกับบริษัทดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการรายอื่นที่ให้บริการร้านค้าปลีก สิ่งอำนวยความสะดวกในการเก็บสินค้า รถลีมูซีน บริการที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทต่าง ๆ โดยผู้ประกอบการต่าง ๆ เหล่านี้ จะต้องชำระค่าตอบแทนส่วนแบ่งผลประโยชน์ (Concession Fees) ค่าเช่าพื้นที่ (Rent)



และค่าบริการ(Service Charges) ส่วนผู้เช่าพื้นที่บางรายที่ไม่ได้เข้าทำสัญญาอนุญาตให้ดำเนินการนั้นจะชำระเพียงค่าเช่าพื้นที่และค่าบริการให้ ทอท. เท่านั้น

ทอท. มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการท่าอากาศยาน คณะผู้บริหารของ ทอท. มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ด้านบริหารจัดการท่าอากาศยานเป็นอย่างดีรวมถึงมีการวางแผนพัฒนาท่าอากาศยาน และปรับปรุงท่าอากาศยาน ให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากล และมีศักยภาพสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้นเพื่อให้การบริหารงานของ ทอท. สามารถแข่งขันในระดับสากล และเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทอท. จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย

การพัฒนาท่าอากาศยานเพื่อการแข่งขัน

การเปิดให้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นยุทธศาสตร์สำคัญของชาติในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศโดยเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2549 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิฯได้เปิดให้บริการในเชิงพาณิชย์อย่างเต็มรูปแบบ เป็นท่าอากาศยานหลักที่เป็นศูนย์กลางการบิน(Hub) ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองรับเส้นทางการบินจากทุกมุมโลก เป็นประตูสู่ประเทศในแถบเอเชียใต้และเอเชียภูมิภาค โดยท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นท่าอากาศยานนานาชาติแห่งใหม่ที่มีความทันสมัย เทียบพร้อม



ไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง การรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานระดับสากล และสามารถให้บริการสายการบิน และผู้โดยสารอย่างมีคุณภาพในระดับสากล โดยในเบื้องต้นจะมีศักยภาพในการรองรับผู้โดยสารได้ 45 ล้านคนต่อปี และเมื่อพัฒนาเต็มพื้นที่แล้วจะสามารถรองรับผู้โดยสารได้สูงถึง 100 ล้านคนต่อปี พร้อมทั้งยกระดับคุณภาพและการบริการของท่าอากาศยานที่มีผู้โดยสารสูงสุดอันดับ 1 ใน

10 ของโลกโดยจัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่การจัดอันดับท่าอากาศยานและคุณภาพการให้บริการในระดับสากล ปีงบประมาณ 2549 – 2551 เพื่อให้ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิสามารถแข่งขันกับท่าอากาศยานอื่น ๆ ในระดับสากลได้

บทบาทของท่าอากาศยานในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ

การเปิดให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จะเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนระบบโลจิสติกส์ที่สำคัญของประเทศ โดยท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้มีการบริหารจัดการด้านการขนส่งสินค้าเป็นแบบเขตปลอดอากร (Free zone) เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งและการบริหารจัดการสินค้า มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า ซึ่งจะช่วยเพิ่มปริมาณของสินค้าที่ขนส่งผ่านท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมากยิ่งขึ้น และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทยในอุตสาหกรรมขนส่งทางอากาศ ในส่วนบทบาทของท่าอากาศยานภูมิภาค ทอท. จะเร่งพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนระบบโลจิสติกส์และการท่องเที่ยว ขยายเครือข่ายเส้นทางบินให้ครอบคลุมทั่วโลก เป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของสินค้าในกลุ่มของประเทศจีเอ็มเอสและเอเชียใต้ รวมทั้งพัฒนาท่าอากาศยานเชียงใหม่และภูเก็ตเป็นประตูภูมิภาค

วิสัยทัศน์

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)(ทอท.) คือ ผู้นำธุรกิจท่าอากาศยานในภูมิภาคเอเชีย

พันธกิจ

ดำเนิน ธุรกิจท่าอากาศยานด้วยมาตรฐานเหนือระดับ ให้บริการด้วยใจรัก พร้อมเทคโนโลยีที่ทันสมัย และสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน

ค่านิยม

“ ปลอดภัยคือมาตรฐาน บริการคือหัวใจ ”

- จิตสำนึกในการให้บริการ ให้บริการด้วยความเข้าใจความหมายของการให้บริการ
- การร่วมกันทำงานความสามัคคี ทำงานเป็นทีม ให้ความสำคัญกับเป้าหมายขององค์กรมากกว่าเป้าหมายส่วนตัว
- การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ศึกษาเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของ ทอท. และคู่แข่ง เพื่อให้สามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งได้ และมีความตั้งใจที่จะศึกษาพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถในการ ปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้นไป
- ความโปร่งใสและสำนึกในความรับผิดชอบต่อปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใสตรวจสอบ ได้ และสำนึกในความรับผิดชอบต่อลูกค้า ต่อผู้ถือหุ้น ต่อคู่ค้า ต่อสังคมและประเทศชาติ

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร

ภาพที่ 1.2 แผนภาพแสดงรูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ตำแหน่งที่ได้รับมอบหมายคือ ประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่งานดังต่อไปนี้

- แนะนำข้อมูลข่าวสารแก่ผู้โดยสารขาเข้า-ขาออก ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
- ประกาศไฟนภายในสนามบิน อาทิเช่น ผู้โดยสารหลงทาง, ทะเบียนรถ เป็นต้น
- รับโทรศัพท์จากผู้โดยสาร
- จัดบันทึกตารางเวลาที่ขบวนของแต่ละวัน

1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

นางสาว มัทนี รัตนวรารักษ์ ตำแหน่ง จนท.บกท.3 สทอ.ทคม

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ตั้งแต่วันจันทร์ที่ 25 มีนาคม 2556 ถึงวันศุกร์ที่ 17 พฤษภาคม 2556 รวมระยะเวลา 8 สัปดาห์
ปฏิบัติงานวันจันทร์ ถึงวันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 8.00 น. ถึง 17.00 น.

1.7 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน

1. เพื่อศึกษากระบวนการการทำงานในสถานที่จริงและสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม
ภายนอกสถาบันฯ

2. เพื่อศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพปัญหาของท่าอากาศยานดอนเมือง

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับการปฏิบัติงาน

1. เข้าใจวิธีการทำงานและการปรับตัวเข้ากับสมาชิกร่วมงาน

2. เข้าใจสภาพปัญหาภายในสนามบินดอนเมือง เพื่อนำไปทำแผนการบริหารการจัดการและแก้ไข
ได้เหมาะสม

บทที่ 2

ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

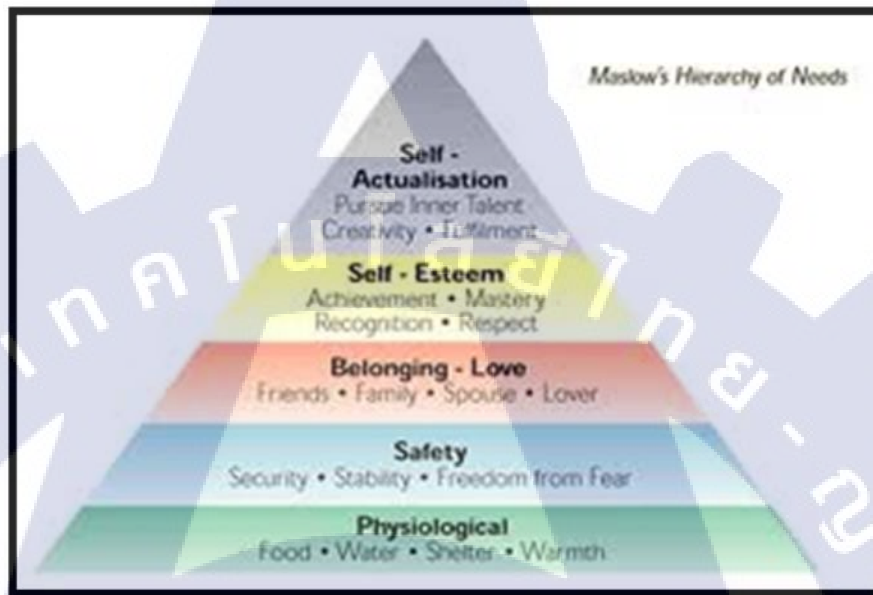
2.1.1 ความต้องการ (Needs) นักจิตวิทยาถือว่าความต้องการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างแรงขับและแรงจูงใจขึ้นภายในตัวบุคคล กล่าวคือเมื่อใดบุคคลมีความต้องการเกิดขึ้นก็เนื่องมาจากร่างกายอยู่ในสถานะของการแสวงหาบางสิ่งบางอย่างที่ขาดหายหรือสูญเสียไปจนทำให้เกิดแรงกระตุ้นร่างกายให้เกิดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมาเพื่อตอบสนองสถานะของร่างกายที่ขาดความสมดุลนั้นให้กลับสู่สภาวะปกติเช่น เมื่อร่างกายอยู่ในภาวะของการขาดน้ำจะเกิดแรงกระตุ้นทำให้ร่างกายเกิดความต้องการอาหาร เป็นต้น โดยทั่วไปแล้วความต้องการของมนุษย์แบ่งได้เป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

1.ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ได้แก่ ความต้องการน้ำ อาหาร อากาศ การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ความต้องการเหล่านี้จะต้องอยู่ในสภาวะสมดุล มิฉะนั้นจะเกิดการแสวงหาเมื่อขาด หรือจัดส่วนที่เกินไปออกจากร่างกาย



2.ความต้องการทางจิตใจ (Psychological Needs) เป็นความต้องการที่บุคคลจะได้มาต้องอาศัยการตอบสนองจากคนอื่น ๆ ในสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ เช่น ต้องการความรัก ความอบอุ่น ความมั่นคง ความเคารพนับถือ เป็นต้น

2.1.2 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (ซีวีวรรณ เสรีรัตน์, 2546) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ตามลำดับขั้น โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้น คือ



ภาพที่ 2.1 แผนภาพแสดงความต้องการ 5 ขั้นของมาสโลว์

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Need) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ (Survival Need) ได้แก่ ความต้องการในเรื่องของอากาศ อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ เป็นต้น
2. ความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัยในชีวิต (Safety and Security Need) ได้แก่ ความต้องการอยู่อย่างมั่นคงและปลอดภัยจากการถูกทำร้ายหรือถูกขโมยทรัพย์สิน หรือความมั่นคงในการทำงานและการมีชีวิตอยู่อย่างมั่นคงในสังคม

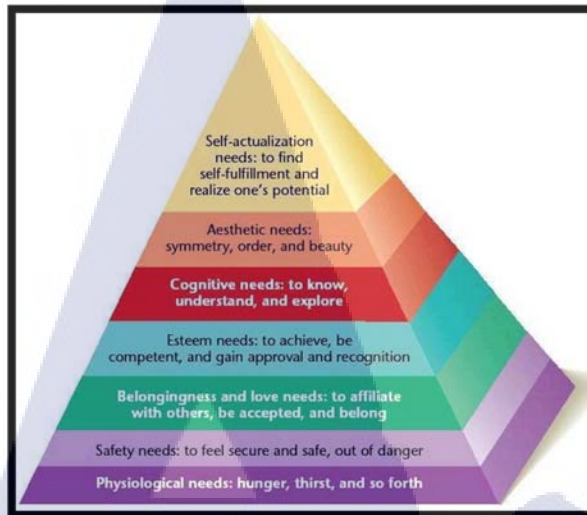
3. ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะให้สังคมยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมเหล่านั้นด้วย ความต้องการขั้นนี้เกิดจากธรรมชาติของความเป็นสัตว์สังคม ไม่ต้องการที่จะอยู่โดดเดี่ยวตามลำพังจึงเกิดการแสวงหาเพื่อให้ได้รับการตอบสนองด้านจิตใจโดยพยายามจะสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลทั้งหลาย เช่น การเอาใจใส่ ช่วยเหลือ ให้ความร่วมมือ ตอบแทน การแสดงความห่วงใย

4. ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) ความต้องการดีเด่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ที่จะได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่น ความต้องการด้านนี้เป็นความต้องการระดับสูงที่เกี่ยวกับความมั่นใจในตัวเองในเรื่องของความรู้ ความสามารถ ความสำเร็จของบุคคล

5. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization Needs) ความต้องการในขั้นนี้มีมาสโลว์ถือว่าเป็นความต้องการขั้นสูงสุดที่ทุกคนปรารถนาและมีความต้องการที่จะไปให้ถึงเป็นขั้นอุดมคติของบุคคลที่ทุกคนใฝ่ฝัน ความต้องการในขั้นนี้ไม่ใช่เพื่อประโยชน์ของตนเอง แต่จะคำนึงถึงประโยชน์ที่สังคมจะได้รับตามอุดมคติของตนที่ตั้งไว้ เพราะฉะนั้น บุคคลที่จะสามารถพัฒนาตนเองมาถึงขั้นนี้ได้จึงจะได้ชื่อว่าเป็นมนุษย์สมบูรณ์แล้ว



มาสโลว์ ได้ศึกษาความต้องการของมนุษย์โดยแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ขั้น ต่อมาได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมแล้วแบ่งขั้นสูงสุดของความต้องการให้รายละเอียดออกไปอีก 1 ขั้น รวมเป็น 6 ขั้น และในการศึกษาช่วงสุดท้ายเขาได้แบ่งตามลำดับขั้นสูงสุดต่อไปอีก 1 ขั้น รวมทั้งหมดเป็น 7 ลำดับขั้น



ภาพที่ 2.2 แผนภาพแสดงความต้องการ 7 ชั้นของมาสโลว์

ลำดับขั้นที่ 1 ความต้องการทางกาย (physiological needs) คือ ความต้องการที่จะตอบสนองความหิวกระหาย ความต้องการทางเพศ ความต้องการขับถ่าย ความต้องการหายใจ

ลำดับขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) คือ ความต้องการการคุ้มครองปกป้องรักษา ความอบอุ่น ความรู้สึกที่ปราศจากอันตราย

ลำดับขั้นที่ 3 ความต้องการความเป็นเจ้าของและความรัก (belongingness and love needs) คือ ความอยากมีเพื่อน พวกพ้อง มีกลุ่ม มีครอบครัว มีคนรัก มีคนสัมพันธ์ใกล้ชิด

ลำดับขั้นที่ 4 ความต้องการเป็นที่ยอมรับยกย่องและเกียรติยศชื่อเสียง (esteem needs) คือ ความอยากมีชื่อเสียง มีหน้าตา มีคนยกย่องเลื่อมใส ต้องการให้คนอื่นมีความรู้สึกที่ดีเกี่ยวกับตน

ลำดับขั้นที่ 5 ความต้องการใฝ่รู้ใฝ่เรียน (need to know and understand) เป็นความอยากรู้ อยากมีประสบการณ์ซึ่งนำไปสู่การประจักษ์รู้คิดค้น วิเคราะห์วิจัยเพื่อให้ได้คำตอบในเรื่องราวต่างๆ

ลำดับขั้นที่ 6 ความต้องการทางสุนทรียะ (aesthetic needs) เป็นความต้องการเพื่อความดี ความงาม ความละเอียดอ่อนทางจิตใจและคุณธรรม

ลำดับขั้นที่ 7 ความต้องการตระหนักในคุณค่าแห่งตน (Self-actualization needs) เป็นความต้องการความสำเร็จในชีวิต บุคคลที่บรรลุถึงขั้นนี้มักเข้าถึงปรัชญาชีวิตได้รับประสบการณ์สูงสุด

2.1.3 พันธมิตรทางธุรกิจ : (Strategic Alliance) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541)

การจัดทำพันธมิตรทางธุรกิจถือเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการขยายขอบเขตการดำเนินงานของธุรกิจ มักจะใช้ในกรณีที่ธุรกิจมีทรัพยากรไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน หรือขยายขอบเขตการทำงาน ซึ่งในกรณีที่ธุรกิจจะขยายตัวไปในตลาดใหม่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสายการผลิตและดำเนินงานเพื่อรุกไปในอุตสาหกรรมใหม่ๆ นั้น องค์กรจะต้องมีการลงทุนเพิ่มเติมมากขึ้นในการกระทำดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีการใช้เวลาในการดำเนินงานดังกล่าวอย่างมากอีกด้วย (Time-Consuming) หากจะต้องมีการพัฒนาและขยายขอบข่ายการดำเนินงานเองทั้งหมด ดังนั้นการเข้าร่วมมือของหลายๆหน่วยธุรกิจจึงเป็นทางออกที่ดีในแง่นี้ช่วยให้แต่ละองค์กรเข้าร่วมมือกันและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อพันธมิตรมิตรทุกราย

ลักษณะของพันธมิตรธุรกิจจะมีการจำแนกลักษณะของพันธมิตรธุรกิจโดยใช้กิจกรรมหลักของความร่วมมือนั้นเป็นเกณฑ์ในการจำแนก ดังต่อไปนี้

- การร่วมมือด้านการตลาด (Marketing Co-operation) เป็นการร่วมมือที่มุ่งเน้นที่กิจกรรมทางด้านการตลาดต่างๆโดยทั่วไปจะเป็นความร่วมมือทางด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการตลาด การแลกเปลี่ยนฐานลูกค้าระหว่างกัน การใช้ช่องทางการตลาดร่วมกัน การพัฒนาแคมเปญทางการโฆษณาและส่งเสริมการขายรวมกัน รวมถึงการทำ Brand Alliance ซึ่งจะมุ่งเน้นการใช้ชื่อเสียงทางด้านตราสินค้าและเครื่องหมายการค้าของพันธมิตรเพื่อสร้างความสำเร็จทางการตลาดให้เกิดขึ้น ในกรณีนี้ธุรกิจจะได้รับความประหยัดจากขอบเขต (Economies of Scope) และได้ผลประโยชน์จากผลพนักจากการรวมธุรกิจ (Synergy) ในแง่ของการตลาดที่สูงขึ้น การร่วมมือด้านการผลิตและดำเนินงาน (Production and Operation Co-operation) การร่วมมือดังกล่าวมุ่งเน้นที่เทคโนโลยีและวิธีการในการผลิต โดยจะมีการร่วมมือกันถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิต (Technology Transfer) รวมถึงความรู้ต่างๆ ในการดำเนินงานให้กับพันธมิตรแต่ละฝ่าย ซึ่งวัตถุประสงค์ก็คือการได้รับเทคนิคใหม่ๆและการช่วยเหลือจากพันธมิตร ทำให้สามารถเพื่อประสิทธิภาพในการผลิตและลดต้นทุนในการดำเนินงานได้อีกทั้งยังรวมถึงการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิตต่างๆ (Production

Facilities) และกำลังการผลิต □ วนเกินของธุรกิจร่วมกันเพื่อให้ □ เกิดการใช้ □ ประโยชน์อย่างสูงสุดระหว่างพันธมิตร

- ความร่วมมือทางด้านวิจัยและพัฒนา (Research and Development Co-operation) เป็นการร่วมมือระหว่างพันธมิตรในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ □ รูปแบบใหม่ □ รวมถึงเทคโนโลยีในการดำเนินการใหม่ๆ ขึ้นมาและนำรูปแบบหรือเทคโนโลยีดังกล่าวเข้ามาประยุกต์ใช้ □ ในการดำเนินงานเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ □ บริโภคได้ □ ตรงจุดและสินค้าและบริการของธุรกิจมีคุณค่า (Value-Added) สูงในสายตาของผู้ □ บริโภค ซึ่งการร่วมมือกันเช่นนี้ นอกจากจะช่วยลดความเสี่ยงในการคิดค้นเทคนิคใหม่ๆ จากต้นทุนที่ต่ำลงเนื่องจากการนำมาแลกเปลี่ยนกันระหว่างพันธมิตรแล้ว ยังจะสามารถได้ประโยชน์ □ จากการนำเอาเทคโนโลยีและความสามารถเฉพาะของพันธมิตรแต่ละฝ่ายเข้ามาผนวกกัน

- การร่วมมือทางด้านการจัดหา (Procurement Co-operation) เป็นการร่วมมือกันในการกิจกรรมทางด้านการจัดซื้อ/จัดหาวัตถุดิบ เพื่อเป็นการเพิ่มปริมาณการสั่งซื้อแต่ละครั้ง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดอำนาจการต่อรองต่อซัพพลายเออร์ □ ที่สูงขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ต้นทุนในการสั่งซื้อที่ลดลงราควัตถุดิบที่ถูกลงระยะเวลาสินเชื่อที่ดีขึ้น ระยะเวลาในการขนส่งที่ลดลงด้วย

- การร่วมมือทางด้านทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ □ (Strategic Resources Co-operation) ทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ □ ในที่นี้หมายถึงเงินทุน ทักษะทางด้านการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ □ รวมถึงความสามารถหลักขององค์กรต่างๆ โดยการร่วมมือทางด้านดังกล่าว จะประกอบไปด้วยการร่วมมือกันในการจัดหาเงินทุน (Joint fund-raising programme) หรือการถ่ายโอนความช่วยเหลือทางการเงิน เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองในการจัดหาเงินทุนดังกล่าว นอกจากนี้การแลกเปลี่ยนถ่ายโอนทรัพยากรมนุษย์ □ และการจัดโครงการฝึกอบรมร่วมกัน โดยเฉพาะองค์ □ การที่เป็นลักษณะวิชาชีพขั้นสูงซึ่งต้องอาศัยบุคลากรที่มีคุณภาพสูงการเรียนรู้ทักษะระหว่างพันธมิตรจึงมีความสำคัญมากในปัจจุบัน อีกทั้งการร่วมมือกันเพื่อได้รับผลผลิตทางธุรกิจจากการใช้สายสัมพันธ์ □ ทางธุรกิจของพันธมิตรร่วมกัน

บทที่ 3

แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนงานการฝึกงาน

การดำเนินการปฏิบัติงานใน บริษัท การท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่สนามบินดอนเมือง ตำแหน่งประชาสัมพันธ์ กำหนดการฝึกงาน ตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม – 17 พฤษภาคม 2556 รวมระยะเวลา 2 เดือน โดยมีแผนการปฏิบัติงาน ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

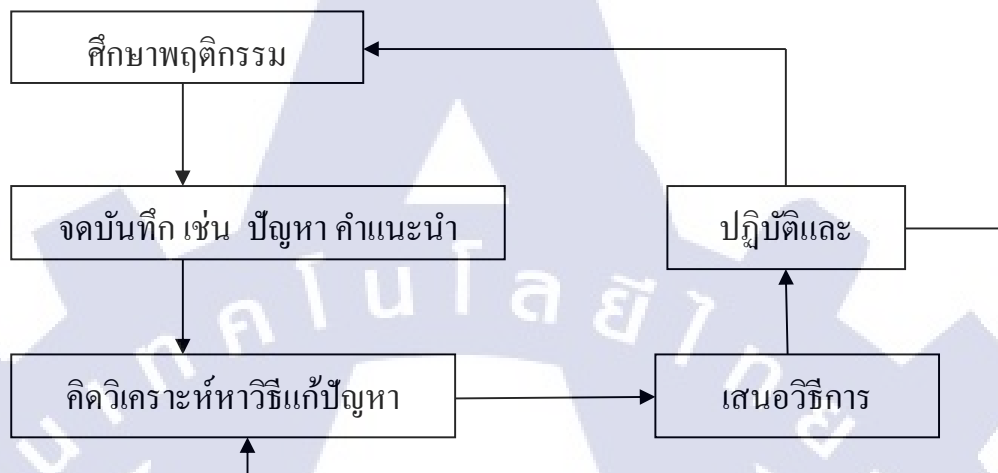
หัวข้องาน	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2			
เรียนรู้วิธีการทำงานและข้อมูลในภาพรวมของสนามบิน								
ศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและทฤษฎีอื่นๆ								
ศึกษาความต้องการของผู้โดยสารชาวต่างชาติ								
วิเคราะห์ความต้องการของผู้โดยสารโดยการเชื่อมโยงกับทฤษฎี								
สรุปผลการวิเคราะห์								
นำผลสรุปมาคิดวิธีการแก้ไขปัญหา								
เสนอวิธีแก้ไขปัญหาแก่องค์กร								

3.2 รายละเอียดงานที่นักศึกษาปฏิบัติในการฝึกงาน

ตำแหน่งที่ปฏิบัติงาน คือ แผนกประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติงานในสนามบินดอนเมือง โดยหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายมีดังต่อไปนี้

- แนะนำข้อมูลข่าวสารและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้โดยสารขาเข้า-ขาออก ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
- ประกาศโฟนภายในสนามบิน อาทิเช่น ผู้โดยสารหลงทาง, ทะเบียนรถ เป็นต้น
- รับโทรศัพท์จากผู้โดยสาร
- จัดบันทึกตารางเวลาที่ขบวนบินของแต่ละวัน

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน



ภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนในการปฏิบัติงาน

ตามแผนภาพข้างต้น ในการดำเนินงานนั้นขั้นตอนแรก คือ การศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสาร และข้อมูลในภาพรวมของทางสนามบิน โดยการเรียนรู้จะกระทำโดยการจดบันทึก อาทิเช่น เมื่อผู้โดยสารมาขอความช่วยเหลือแต่ทางสนามบินยังไม่มีบริการดังกล่าว หรืออีกในกรณีหนึ่งผู้โดยสารให้คำแนะนำแก่ทางสนามบิน เป็นต้น หลังจากขั้นตอนดังกล่าวแล้วจะนำปัญหาที่ได้รับในแต่ละวันมาประมวลผลโดยการคิดวิเคราะห์หาวิธีการแก้ปัญหานั้นๆ หลังจากนั้นเสนอวิธีแก้ปัญหาดังกล่าวแก่บริษัทซึ่งขั้นตอนต่อไปกระทำโดยบริษัทกล่าวคือ เมื่อบริษัทได้วิธีการแก้ปัญหานั้นก็นำไปปฏิบัติและวัดผล ซึ่งในกรณีที่วัดผลแล้วยังมีปัญหานั้นๆอยู่ก็จะนำวิธีการแก้ปัญหามาใหม่ไปเสนอ หลังจากนั้นปฏิบัติและวัดผลใหม่ ซึ่งถ้าการวัดผลเป็นไปได้ด้วยดีสามารถแก้ไขปัญหาก็จะวนกลับไปขั้นตอนแรกคือ ศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารอีกครั้งเพื่อค้นหาปัญหาต่อไป

3.3.1 เรียนรู้วิธีการทำงานและข้อมูลในภาพรวมของสนามบิน

ปัจจุบันภายในท่าอากาศยานดอนเมืองนั้นมีอาคารผู้โดยสารที่เปิดใช้เพียงอาคาร 1 เพียงอาคารเดียว ซึ่งภายในอาคารมีเคาเตอร์ประชาสัมพันธ์ทั้งหมด 5 จุด ได้แก่ จุดผู้โดยสารขาเข้าภายในประเทศ, จุดผู้โดยสารขาเข้าระหว่างประเทศ, จุดผู้โดยสารขาออกภายในประเทศ, จุดผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศ และจุดอาคารผู้โดยสารส่วนบุคคล ซึ่งเป็นจุดสำหรับผู้โดยสาร VIP เชื้อพระวงศ์หรือผู้โดยสารที่บินเองโดยเครื่องบินส่วนตัว นอกจากนี้ภายในสนามบิน ยังมีบริการรับฝากกระเป๋าทั้งหมด 2 จุด โดยจุดแรกจะอยู่ที่ชั้น 1 และจุดที่สองจะอยู่ที่ชั้น 3 บริการฝากตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ ยังมีบริการรถรับส่งของทางสนามบินแก่ผู้โดยสาร โดยแบ่งเป็น 3 สาย ดังนี้

- รถ Shutter Bus ไปกลับสนามบินสุวรรณภูมิโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
- รถ A1 ไปสถานีรถไฟฟ้าหมอชิต และรถไฟฟ้าใต้ดินจตุจักร ท่านละ 30 บาท
- รถ A2 ไปอนุสาวรีย์ ท่านละ 30 บาท

อีกทั้งยังมีบริการรถแท็กซี่และบริการรถเช่า ภายในสนามบินอีกด้วย นอกจากนี้ ผู้โดยสารที่ต้องการเดินทาง สามารถนำรถมาจอดได้ที่ชั้นใต้ดินอาคาร 1 ของสนามบิน โดยค่าใช้จ่ายคิดวันละ 150 บาท

ภายในสนามบินเปิดใช้อาคาร 1 เพียงอาคารเดียวในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร ทั้งผู้ที่ต้องการจะเดินทางไป หรือเดินทางกลับจากต่างประเทศ โดยอาคาร 1 นั้น จะแบ่งเป็นทั้งหมด 4 ชั้น ดังนี้

- ชั้นที่ 1 หรือชั้น G เป็นชั้นรับผู้โดยสารขาเข้า โดย ขาเข้าระหว่างประเทศจะอยู่ ประตูที่ 2 และขาเข้าภายในประเทศจะอยู่ประตูที่ 6 นอกจากรับผู้โดยสารแล้วชั้น 1 ยังมีบริการธนาคารหลายสาขาสำหรับผู้โดยสารที่ต้องการแลกเงินอีกด้วย
- ชั้นที่ 2 เป็นชั้นลอย จะเป็นในส่วนของห้องน้ำ ไม่มีเคาเตอร์ใดๆทั้งสิ้น
- ชั้นที่ 3 เป็นชั้นสำหรับผู้โดยสารขาออก ผู้ที่ต้องการเดินทางไปต่างประเทศจะต้องซื้อตั๋วและเช็คอินได้ที่ชั้นนี้ โดยจะมีเคาเตอร์จำหน่ายตั๋วเครื่องบิน
- ชั้นที่ 4 เป็นร้านอาหาร และเครื่องดื่ม

3.3.2 ศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและทฤษฎีอื่นๆ

ศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคว่ามีหลักความต้องการอย่างไร เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นมีปัจจัยมาจาก

3.3.2.1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม โดยแบ่งได้เป็นสองรูปแบบคือ วัฒนธรรมหลัก ซึ่งหมายถึง พฤติกรรมที่เป็นโดยธรรมชาติของแต่ละสัญชาตินั้นๆ เช่น ประเทศไทยมีวัฒนธรรมในการไหว้ ยิ้ม ใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร เป็นต้น อีกอย่างหนึ่งคือ วัฒนธรรมย่อย เป็นพฤติกรรมที่พิจารณาเข้าไปลึกซึ้ง พิจารณาจนถึงชนชาติ ศาสนา ภูมิภาค เช่น ชาวไทยในภาคอีสานนอกจากจะพูดภาษาไทยแล้ว ยังพูดภาษาไทยที่เป็นสำเนียงในแถบทางภาคอีสานอีกด้วย

3.3.2.2. ชั้นทางสังคม เป็นการแบ่งสมาชิกในสังคมออกเป็นลำดับขั้นที่แตกต่างกัน โดยอาศัยตัวแปรต่างๆ อาทิ รายได้ฐานะ อาชีพ การศึกษา ความมั่งคั่ง แหล่งที่พักอาศัย เป็นต้น ซึ่งโดยทั่วไปสามารถแบ่งชั้นทางสังคมออกเป็น 6 ระดับชั้นด้วยกัน ได้แก่

ขั้นที่ 1 Upper-Upper Class ประกอบด้วยผู้ที่มีชื่อเสียงเก่าแก่เกิดมาบนกองเงินกองทอง

ขั้นที่ 2 Lower –Upper Class เป็นชั้นของคนรวยหน้าใหม่ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ยิ่งใหญ่ในวงการบริหารเป็นผู้ที่มีรายได้สูงสุดในจำนวนชั้นทั้งหมด จัดอยู่ในระดับมหาเศรษฐี

ขั้นที่ 3 Upper-Middle Class ประกอบด้วยชายหญิงที่ประสบความสำเร็จในวิชาอื่น ๆ สมาชิกชั้นนี้ส่วนมากจบปริญญาจากมหาวิทยาลัย กลุ่มนี้เรียกกันว่าเป็นดาเป็นสมองของสังคม

ขั้นที่ 4 Lower-Middle Class เป็นพวกที่เรียกว่าคนโดยเฉลี่ย ประกอบด้วยพวกที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหารเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พวกทำงานนั่งโต๊ะระดับต่ำ

ขั้นที่ 5 Upper-Lower Class เป็นพวก จนแต่ซื่อสัตย์ ได้เกษั้นชั้นทำงานเป็นชั้นที่ใหญ่ที่สุดในชั้นทางสังคม

ขั้นที่ 6 Lower-Lower Class ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มีความชำนาญกลุ่มชนวนาที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองชนกลุ่มน้อย

3.3.3 ศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

เนื่องด้วยปัจจุบันทางท่าอากาศยานดอนเมืองได้มีสายการบินที่นอกจากจะเดินทางภายในประเทศแล้ว ยังเดินทางไปยังต่างประเทศอีกด้วย แต่ทว่าสายการบินนั้นยังมีจำนวนไม่มาก ซึ่งไม่สามารถเดินทางได้หลายประเทศ ซึ่งประเทศส่วนใหญ่ก็จะเป็นทางเอเชียและประเทศใกล้เคียง จึงทำให้เราสามารถทราบได้ถึงกลุ่มผู้โดยสารที่จะเข้ามาในสนามบิน และตามทฤษฎีที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นนั้น ผู้โดยสารแต่ละคนมาจากสถานที่ที่แตกต่างกัน คนละประเทศ และต่างวัฒนธรรมกันซึ่งผลกับพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป

การศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารนั้นเราจะต้องใช้เวลาในการศึกษาว่าในแต่ละวันมีผู้โดยสารมาจากประเทศใดบ้างเป็นส่วนใหญ่ ผู้โดยสารแต่ละคนนั้นมีความต้องการอะไร เพื่อที่เราจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารนั้นๆ ได้อย่างตรงประเด็น ซึ่งตามทฤษฎีกล่าวไว้ว่า ความต้องการของผู้บริโภคนั้นมีปัจจัยมาจากหลายอย่าง อาทิเช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรม ซึ่งแต่ละประเทศนั้นมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลในประเทศนั้นๆ ตัวอย่างเช่น ชาวจีนมีวัฒนธรรมที่ค่อนข้างคล่องแคล่ว กระตือรือร้น พุดจาเสียงดัง ในทางกลับกันชาวญี่ปุ่นจะใช้คำพูดที่อ่อนโยน ใช้โทนเสียงที่ค่อนข้างสุภาพ ไม่เสียงดัง เป็นต้น ซึ่งในภายในท่าอากาศยานนั้น มีชาวต่างชาติมากมาย ดังตัวอย่างที่ได้กล่าวมานั้น เราจะสามารถแยกได้อย่างชัดเจนว่า ผู้โดยสารคนใดเป็นชาวจีน และผู้โดยสารคนใดเป็นชาวญี่ปุ่น อีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนั้น คือ ปัจจัยทางสังคม กล่าวคือ พฤติกรรมที่เกิดจากความแตกต่างระหว่างครอบครัว เพื่อน หรืออาชีพการงาน ตัวอย่างเช่น ผู้ใดที่มีหน้าที่การงานอยู่ในระดับล่างถึงปานกลาง ก็ไม่ต้องการความดูแลอะไรมาก แต่สำหรับผู้ที่มีหน้าที่การงานอยู่ในระดับสูง จนถึงผู้ที่มีหน้าที่ทางสังคม ผู้โดยสารคนนั้น จะต้องการความดูแลและความสะดวกสบายเป็นพิเศษอีกด้วย โดยพฤติกรรมดังกล่าวนี้ จะศึกษาได้จากการจดบันทึกในแต่ละวัน โดยใช้การสังเกต และสอบถามที่เลี้ยงที่ดำเนินการอยู่ภายในท่าอากาศยาน โดยจากวิธีศึกษาพฤติกรรมดังกล่าว ทำให้ได้ข้อมูลว่า ภายในสนามบินนี้นั้น ผู้โดยสารส่วนใหญ่จะเป็นชาวจีน มาเป็นทัวร์บ้าง หรือเผด็จกระเป๋าสั้นตัวบ้าง นอกจากนั้น จะเป็นชาวอินเดีย และชาวยุโรป นอกจากนั้นจะเป็นส่วนน้อย อาทิเช่น ชาวญี่ปุ่น เป็นต้น

การทำงานในตำแหน่งประชาสัมพันธ์นั้น จะพบเจอกับผู้โดยสารมากมายซึ่งในแต่ละวันนั้นจะมีผู้โดยสารเข้ามาสอบถามประชาสัมพันธ์จำนวนมากไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติ โดยส่วนมากคำถามในแต่ละวันที่ถามส่วนใหญ่ ดังนี้

- รอรับผู้โดยสารจากต่างประเทศหรือภายในประเทศที่ไหน
- เช็คอินได้ที่ไหน
- ห้องน้ำอยู่ที่ไหน
- มีร้านอาหารที่ไหนบ้างภายในสนามบิน
- เส้นทางภายในกรุงเทพฯ
- เบ็ดเตล็ด

โดยเรื่องเส้นทางภายในกรุงเทพฯ นั้น เป็นเรื่องที่ผู้โดยสารส่วนใหญ่ต้องการทราบมากที่สุด ดังนั้นทางสนามบินจึงได้อำนวยความสะดวก โดยการจัดรถโดยสารหรือ Airport Bus บริการให้โดยเสียค่าใช้จ่ายท่านละ 30 บาท โดยแบ่งเป็นรถโดยสารเป็น 3 สาย คือ

- รถ Shutter Bus ไปกลับสนามบินสุวรรณภูมิโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
- รถ A1 ไปสถานีรถไฟฟ้าหมอชิต และรถไฟฟ้าใต้ดินจตุจักร
- รถ A2 ไปอนุสาวรีย์

นอกจากรถโดยสารของสนามบินที่กล่าวมานั้น ยังมีบริการรถแท็กซี่ และรถเช่าภายในสนามบินอีกด้วย แต่ก็ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้เพียงพอ เนื่องจากปัจจุบันมีผู้โดยสารทยอยกันมาใช้สนามบินดอนเมืองมากขึ้น ทำให้ปริมาณความต้องการของผู้โดยสารมากขึ้นไปด้วย ดังนั้น นอกจากรถโดยสารดังกล่าวที่จัดไว้ ทำให้ไม่เพียงพอต่อผู้โดยสาร โดยมีสถานที่ที่ผู้โดยสารส่วนมากต้องการที่จะไปมากขึ้น อาทิเช่น ถนนข้าวสาร วัดพระแก้ว พัทยา เป็นต้น

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ

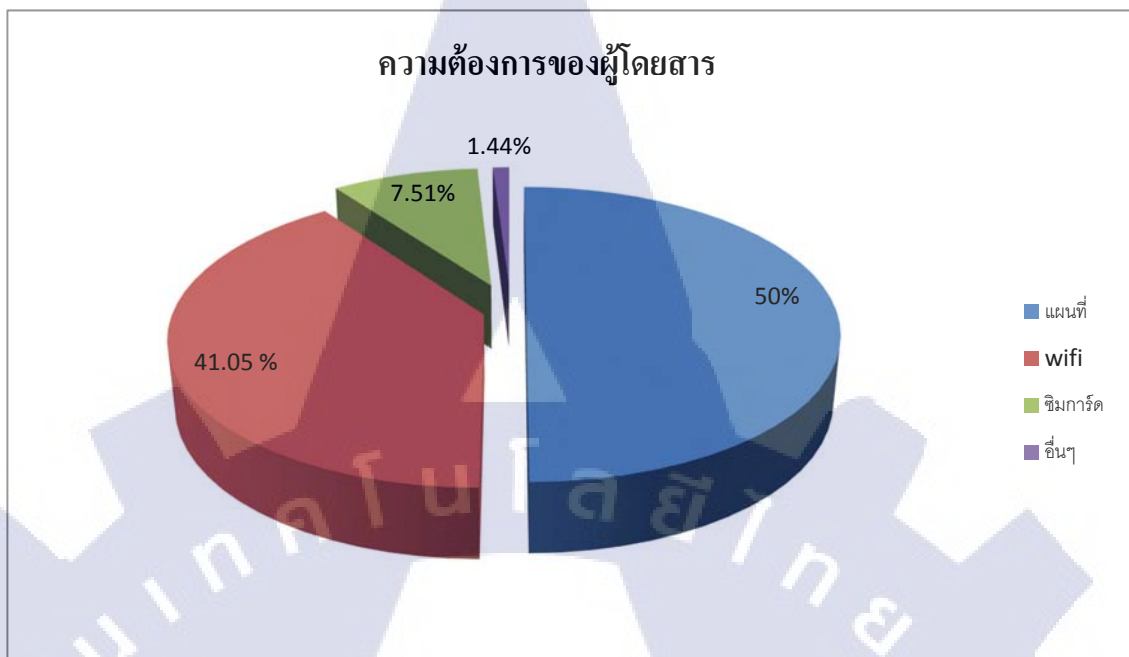
4.1 ผลการดำเนินงาน

ผู้โดยสารภายในท่าอากาศยานดอนเมืองมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งมีหลายสัญชาติแตกต่างกันไป โดยจากการที่ได้ดำเนินงานแล้วนั้น ผู้โดยสารส่วนใหญ่จะเป็นชาวจีน ชาวอินเดียและชาวยุโรป ตามลำดับ โดยผู้โดยสารจินคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ร้อยละ 55 เปอร์เซ็นต์ของผู้โดยสารทั้งหมด โดยจากการจัดบันทึกในระยะเวลาห่าง 1 เม.ย. – 3 พ.ค. 2556 นั้นสามารถแบ่งความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางความถี่สรุปความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติระหว่างวันที่ 1 เม.ย. – 3 พ.ค. 2556

ความต้องการ	จำนวนผู้โดยสาร (คน)
แผนที่	1,867
สัญญาณอินเทอร์เน็ต	1,533
ชมโทรศัพท์	280
อื่นๆ อาทิ เครื่องถ่ายเอกสาร, รถโดยสาร ฯลฯ	54
รวม	3,734

จากตารางที่ 4.1 แสดงความต้องการของผู้โดยสารตามลำดับ ดังนั้นทางสนามบินจึงได้จัดทำแผนที่กรุงเทพฯ ที่มีทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีน ให้กับผู้โดยสารโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น นอกจากนั้นยังมีบริการขายชมโทรศัพท์ภายในร้านหนังสือแก่ผู้โดยสารอีกด้วย นอกจากนั้นสิ่งที่เป็นความต้องการของผู้โดยสารรองลงมาคือ สัญญาณ 와이파이 สิ่งนี้เป็นปัญหาสำคัญในตอนนี้ เนื่องจากว่าภายในสนามบินตอนนี้ยังไม่มีสัญญาณ 와이파이 จึงส่งผลให้ไม่เป็นที่พอใจของผู้โดยสาร เนื่องจากผู้โดยสารบางคนไม่ทราบที่อยู่ของโรงแรม บางคนต้องการที่จะติดต่อกับเพื่อน ฯลฯ ตามปัญหาที่ได้กล่าวมา ส่งผลต่อความไม่พอใจของผู้โดยสารแล้วยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสนามบินในแง่ลบอีกด้วย โดยแสดงความต้องการเป็นกราฟได้ ดังนี้



ภาพที่ 4.1 กราฟแสดงความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติระหว่างวันที่ 1 เม.ย. – 3 พ.ค. 2556

โดยจากภาพที่ 4.1 โดย 50% เปอร์เซนต์ เป็นความต้องการแผนที่ ซึ่งทางท่าอากาศยานได้จัดการบริการไว้สำหรับผู้โดยสารตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว แต่ความต้องการอีกครั้งหนึ่งยังไม่ได้รับการตอบสนอง กล่าวคือ ความต้องการสัญญาณอินเทอร์เน็ต, ความต้องการชมโทรศัพท์และอื่นๆ

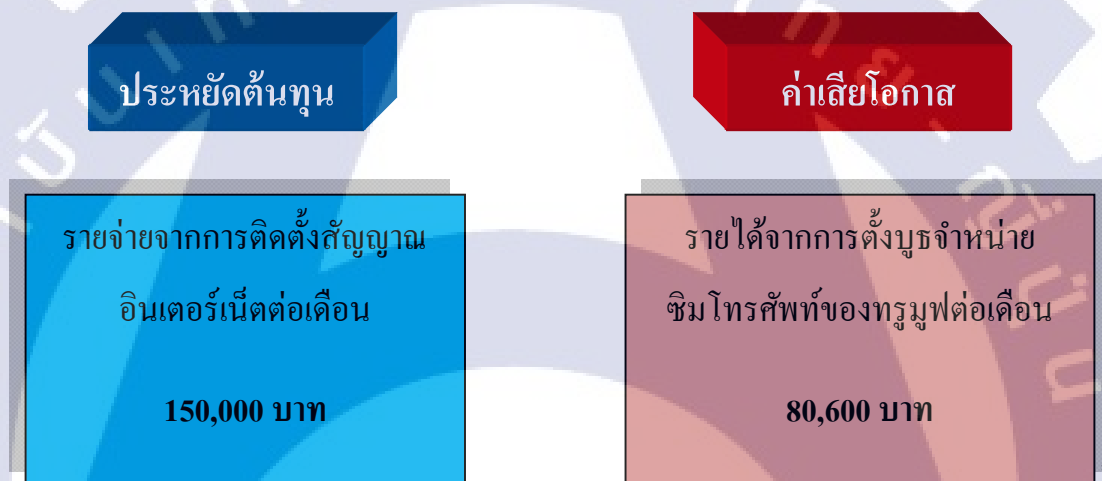
แนวทางการแก้ปัญหา

ตามกลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจจะเห็นได้ว่ามีความร่วมมือทางด้านการตลาด ซึ่งจะช่วยให้ทั้งสองบริษัทประสบความสำเร็จกล่าวคือ การให้บริษัทการทำอากาศยาน เป็นพันธมิตรกับบริษัททรู



ภาพที่ 4.2 แสดงความร่วมมือระหว่างบริษัทการทำอากาศยานและบริษัททรู

โดยทางท่าอากาศยานให้บริษัททรูนำสัญญาณอินเทอร์เน็ตมาติดตั้งโดยไม่คิดค่าบริการ และทางท่าอากาศยานให้สิทธิพิเศษแก่บริษัท ในการเปิดบุรุษจำหน่ายซิมโทรศัพท์ให้แก่ผู้โดยสารต่างชาติ ภายในสนามบินดอนเมือง โดยการติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตจากบริษัททรูนั้น การท่าอากาศยานต้องเสียค่าใช้จ่ายรายเดือนโดยประมาณเดือนละ 150,000 บาท และทางบริษัททรู หากต้องการตั้งบุรุษจำหน่ายซิมโทรศัพท์ ต้องเสียค่าเช่าพื้นที่ภายในสนามบินต่อวันโดยวันละ 800 บาท ต่อหนึ่งตารางเมตร ซึ่งส่วนใหญ่มักใช้ 2-3 ตารางเมตร โดยคิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อเดือนได้ ประมาณเดือนละ 74,000 บาท และค่าไฟต่อเดือนเดือนละ 6,200 บาท



ภาพที่ 4.3 แสดงค่าใช้จ่ายในการติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตและการเช่าพื้นที่ภายในสนามบินดอนเมือง

ตามแผนภาพดังกล่าวจะเห็นได้ว่า บริษัทท่าอากาศยานจะมีค่าเสียโอกาสในการตั้งบุรุษของบริษัท เดือนละ 80,600 บาท ในทางกลับกันทางท่าอากาศยานจะประหยัดต้นทุนต่อเดือน เดือนละ 150,000 บาท สรุปได้ว่าประหยัดต้นทุนมากกว่า ค่าเสียโอกาส จึงให้ผลลัพธ์ไปในทางที่ดีและบริษัท ท่าอากาศยานก็ได้เปรียบ ซึ่งจะช่วยให้ทางท่าอากาศยานสามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร ได้ทั้งในเรื่องสัญญาณอินเทอร์เน็ตและซิมโทรศัพท์ โดยคิดได้เป็นเปอร์เซ็นต์จากแผนภาพที่ 4.1 คือ 48.56 เปอร์เซ็นต์ และยังสามารถช่วยประหยัดต้นทุนต่อเดือน 150,000 บาท อีกด้วย

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

จากการศึกษาการดำเนินงานที่บริษัทการทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) แผนกประชาสัมพันธ์ ระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม – 17 พฤษภาคม 2556 รวมระยะเวลา 2 เดือนนั้น ได้เรียนรู้กระบวนการทำงานและวิธีการดำเนินงาน โดยในทุกวันนี้จะต้องพบเจอกับผู้โดยสารเป็นจำนวนมากไม่ว่าจะเป็นทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานในแต่ละวันพบเจอกับอุปสรรคมากมาย โดยจากการจดบันทึกความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติในระหว่างวันที่ 1 เม.ย. – 3 พ.ค. 2556 พบว่าความต้องการของผู้โดยสารต่างชาติที่มีมากที่สุดคือ แผนที่ ซึ่งความต้องการนี้ทางทำอากาศยานได้จัดแผนที่บริการให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแล้ว ความต้องการรองลงมาและเป็นมากที่สุดคือ สัญญาณอินเทอร์เน็ต และอีกความต้องการหนึ่งคือ ชิมโทรศัพท์ ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารให้เกิดความพึงพอใจ จึงคิดว่าการทำกลยุทธ์พันธกิจเป็นทางเลือกหนึ่ง โดยการที่บริษัทฯ จัดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้แก่สนามบิน และทางสนามบินให้สิทธิในการตั้งเปิดบูธขายชิมโทรศัพท์แก่ผู้โดยสาร โดยทั้งสองไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น ซึ่งกลยุทธ์นี้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้โดยสารได้ทั้งสองอย่าง และยังช่วยประหยัดต้นทุนภายในสนามบินอีกด้วย

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

5.2 แนวทางการแก้ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตามปัญหาที่ได้กล่าวมาโดยใช้ทฤษฎีพันธมิตรทางธุรกิจ บริษัทการทำอากาศยานควรให้การบริการทางด้านอินเทอร์เน็ตโดยให้บริษัทบริหารจัดการติดอินเทอร์เน็ตให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและทางทำอากาศยานให้บริษัท ทธ ได้จัดบุทจำหน่ายชมการ์ดโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเช่นกัน หรือได้ส่วนลดในการจำหน่ายชมการ์ดที่มากกว่าปกติ ข้อเสนอแนะอื่นๆ มีดังนี้

- จัดรถบริการเพิ่มอีกหนึ่งเส้นทางคือจัดไปยังเขตพระนคร วัดพระแก้ว วัดพระศรีเป็นต้น และรถบริการไปพัทยา
- ทำป้ายรถไฟสถานีเพิ่มเติม
- จัดบริการเครื่องถ่ายเอกสารเพิ่มเติม
- บริการเขียนป้ายรับผู้โดยสาร

ภาคผนวก

TNI

เอกสารอ้างอิง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546, พฤติกรรมผู้บริโภค, บริษัท วิไลท์ พัฒนา จำกัด, กรุงเทพฯ, หน้า 86

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541, การบริหารตลาดยุคใหม่, ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์, กรุงเทพฯ,
หน้า 102



ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ – สกุล

นางสาวปิยนุช เชาวัต

วัน เดือน ปีเกิด

23 ตุลาคม 2534

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา

ประถมศึกษาตอนปลาย พ.ศ.2546

โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย

ระดับมัธยมศึกษา

มัธยมศึกษาตอนปลาย พ.ศ.2552

โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย

ระดับอุดมศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น พ.ศ.2556

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ทุนการศึกษา

-ไม่มี-

ประวัติการฝึกอบรม

1.ภาวะความเป็นผู้นำ ณ โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย

2.การเขียนโครงการ ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์

-ไม่มี-

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY