

บทคัดย่อ

169138

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ : การวิเคราะห์พฤติกรรมตลาดอุตสาหกรรมครัวการบิน

ณ. สนามบินสุวรรณภูมิ

ชื่อผู้เขียน : นายประวิณ หงษ์เทียมทอง

ชื่อปริญญา : เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา : 2547

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :

1. รองศาสตราจารย์ วสันต์ ภูวภัทรพร ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์ เอกสิทธิ์ เตชะ ไกศิยวณิช
3. รองศาสตราจารย์ ดร. ไกร โพธิ์งาม

ตามที่รัฐบาลมีนโยบายที่จะย้ายสนามบินจากท่าอากาศยานดอนเมืองกรุงเทพฯ ไปยังสนามบินแห่งใหม่ คือ สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi International Airport) โดยจะเริ่มการปฏิบัติการในปี 2548 ทำให้กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการให้บริการด้านการบิน จำเป็นต้องย้ายตามกันไปด้วย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีกิจกรรมที่ให้บริการผู้โดยสาร ณ สนามบินอยู่หลายกิจกรรม กิจกรรมครัวการบินเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องลงทุน ณ สนามบินแห่งใหม่ และเป็นกิจกรรมที่มีการแข่งขัน โดยมีผู้ประกอบการอีกสองราย

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพการตลาด พฤติกรรมการตลาด แนวโน้มตลาด และการลงทุนของอุตสาหกรรมครัวการบิน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ รวมถึงการประมาณการความต้องการและกำลังการผลิตของอาหารที่ใช้บริการบนเครื่องบิน โดยนำผลที่ได้มาใช้ในการตัดสินใจทางการบริหารต่อไป

วิธีการศึกษา จะแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 กรณี คือ กรณีที่หนึ่ง การวิเคราะห์สภาพการตลาดของอุตสาหกรรมครัวการบิน พฤติกรรมและแนวโน้มทางการตลาด สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมครัวการบิน วิเคราะห์เทียบกับทฤษฎีตลาดผู้ขายน้อยราย รวมถึง

169138

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โดยใช้วิธีการ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือ กรณีที่สอง
วิเคราะห์การลงทุนอุตสาหกรรมครีวการบิน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ โดยใช้เครื่องมือใน
การประเมินการลงทุนต่างๆ โดยจะวิเคราะห์ในช่วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 – 2557

ผลการวิจัย กรณีวิเคราะห์การลงทุนครีวการบินไทย ณ สนามบินสุวรรณภูมิ ได้
อัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) 15.07% และได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 1,294.62
ล้านบาท และมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 5 ปี 1 เดือน เมื่อพิจารณาจากค่าต่างๆ
ที่คำนวณได้ พบว่าโครงการลงทุนก่อสร้างครีวการบินไทย ณ สนามบินสุวรรณภูมิ มี
ความเป็นไปได้ โครงการให้ผลตอบแทนสูงและมีระยะเวลาคืนทุนไม่ยาวนานเกินไป
รวมถึงการได้รับการพิจารณาจากรัฐบาล โดยเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ทำรายได้ให้กับ
บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการวิจัย กรณีวิเคราะห์สภาพพฤติกรรมทางตลาด โดยเปรียบเทียบกับทฤษฎี
ตลาดผู้ขายน้อยราย พบว่าอุตสาหกรรมครีวการบินที่มีผู้ขายอยู่ 3 ราย มีลักษณะเฉพาะ
ทฤษฎีตลาดผู้ขายน้อยรายไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมตลาดของอุตสาหกรรมครีวการ
บินได้อย่างชัดเจน จากการวิเคราะห์พฤติกรรมตลาดครีวการบินไทยจะมีลักษณะตลาดที่
ขัดแย้งกับสมมติฐานบางประการของทฤษฎีตลาดผู้ขายน้อยราย ได้เกิดแนวความคิดใหม่
ที่มีลักษณะของความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมขึ้น ซึ่งเป็นแนวความคิดของ
ลักษณะตลาดยุคใหม่ แนวคิดลักษณะนี้จะมีความสำคัญต่อการพัฒนาความก้าวหน้าทาง
เศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศต่อไป

ABSTRACT

169138

According to the Government Policy, The Second Bangkok International Airport or Suvarnabhumi International Airport plan to inaugurate in the year 2005. All of the activities related to the airline business are also move along with. Catering Service Department of Thai Airways International Public Company is one of those activities. At the new airport, very significant changed in form of investment, competition, service and technology, not only Thai Airways doing this kind of business but another two caterers are in this business sector.

The objective of this thesis is to study about the present status of catering market, marketing behaviors, trends and investment. In order to assist the management to make decision, this thesis is also focusing on catering requirement and production capacity.

Method of studying, Analysis was prepared in two cases as follows.

1. To analysis the present status of catering business, marketing behaviors and trends of the market, competition, comparing with the Oligopoly Theory and SWOT Analysis.

2. To analysis the investment of catering business by the year 2005 – 2014

According to this research, there is very high possibility to operate Thai Catering Service Department at the new airport with the following supportive information.

2.1 IRR 15.07%

2.2 NPV 1,294.62 Million THB

2.3 Payback Period 5 years and 1 month

169138

This project was subsidized and encouraged by Royal Thai Government.

Comparing with the Oligopoly Theory, we have found that those three caterers have their own identity, which Oligopoly Theory can not clearly explained because its against to some assumption. Competitive Advantage was raised through this thesis, this new concept is applicable to international trade development and stabilization of national economic.