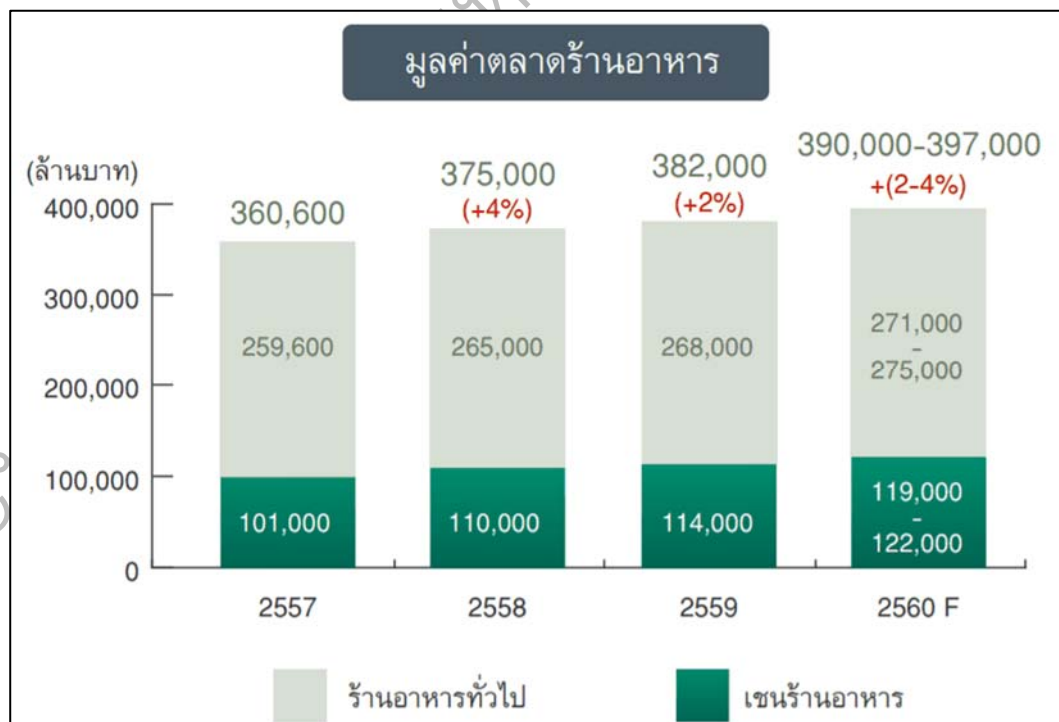


บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

มูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยปี 2560 - 2561 มีมูลค่าสูงกว่า 4 แสนล้านบาทและมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผนวกกับความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจที่เพิ่มขึ้นทุกปี ธุรกิจร้านอาหารเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักของประเทศในปี 2561 ทำรายได้ถึง 2,007,503 ล้านบาท และพบว่ามูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ใช้จ่ายในด้านค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นลำดับที่ 3 รองจากที่พักและการคมนาคมขนส่ง สอดคล้องกับการสนับสนุนในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองของภาครัฐและเอกชน ล้วนเป็นปัจจัยผลักดันให้ธุรกิจร้านอาหารเติบโตมาอย่างต่อเนื่อง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562: เว็บไซต์) นอกจากนี้มูลค่าตลาดรวมของร้านอาหารในประเทศไทยเมื่อทำการแบ่งตามขนาดของร้านอาหาร โดยที่ร้านขนาดกลางและขนาดเล็กมูลค่าตลาดอยู่ที่ 271,000-275,000 ล้านบาท และร้านอาหารเครือข่ายหรือ chain restaurant (ธุรกิจบริการร้านอาหารที่มี 10 สาขาขึ้นไป) มูลค่าตลาดรวมอยู่ที่ 119,000-122,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560) สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 มูลค่าตลาดร้านอาหารในประเทศไทย ปี 2560
ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560)

แนวโน้มตลาดร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย จากการสำรวจพบว่า จำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยมีอยู่มากและเป็นรองเพียงร้านอาหารไทยเท่านั้น ส่วนลำดับที่ 3 เป็นร้านอาหารอิตาลีและอันดับ 4 เป็นร้านอาหารอเมริกันและผู้บริโภคคนไทยเห็นว่า ร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นทางเลือกของอาหารในชีวิตประจำวันมากกว่าจะเป็นอาหารในโอกาสพิเศษทำให้อุตสาหกรรมร้านอาหารญี่ปุ่นได้พัฒนาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมอย่างต่อเนื่อง (Miyamoto, 2017) จากผลสำรวจในปี 2562 พบว่า มีร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย จำนวน 3,637 ร้าน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 21 มีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.3 และเมื่อแบ่งจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด จะพบว่า ในเขตกรุงเทพฯ มีจำนวน 1,993 ร้าน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มี 1,718 ร้าน และจำนวนร้านในต่างจังหวัด มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมาก จากเดิม 1,286 ร้าน เป็น 1,644 ร้าน และประเภทของร้านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น (ร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีเมนูหลากหลาย) เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 19 เป็น 893 ร้าน (The Standard, 2020: Website) และจากการสำรวจอายุเฉลี่ยของประชากร พบว่า อายุเฉลี่ยของคนญี่ปุ่นมีอายุยืนยาวเป็นอันดับที่ 2 ของโลก มีค่าเฉลี่ยประชากรอายุยืนอยู่ที่ 83.1 ปี ปัจจัยที่ทำให้คนญี่ปุ่นยังคงมีค่าเฉลี่ยประชากรอายุยืน เป็นเพราะอาหารที่มีคุณภาพสูง ชอบทานปลาและชาเขียว (The World Economic Forum, 2021: Website) โดยปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือ อาหารญี่ปุ่น ทำให้เกิดกระแสนิยมอาหารญี่ปุ่นในไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน (สำนักข่าวสารญี่ปุ่น, 2559)

ข้อมูลทั่วไปภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปี 2563 มีจำนวนประชากรทั้งหมด 21,848,228 ล้านคน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2561: เว็บไซต์) ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีจำนวนประชากรสูงที่สุดของประเทศไทย และมีมูลค่าผลิตภัณฑ์ภาค (GRP) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2560 โดยขยายตัวร้อยละ 3.4 และมีมูลค่าผลิตภัณฑ์ภาคเฉลี่ยต่อหัว (GRP per capita) เท่ากับ 86,171 บาทต่อปี นอกจากนี้ที่ตั้งของภาคอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (GMS) ซึ่งมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว และสามารถเชื่อมโยงต่อไปเวียดนามและจีนตอนใต้ได้อย่างสะดวก ทำให้เกิดโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยในปี 2563 มีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,866,697 คน ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับที่ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเมื่อพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดอุบลราชธานี (Gross Provincial Product: GPP) ปี 2559 พบว่ามีมูลค่าเพิ่ม เท่ากับ 186,314 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8,522 ล้านบาท จากปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อประชากร (Gross Provincial Products Per Capita) เท่ากับ 96,736 บาทต่อคน เพิ่มขึ้น 3,943 บาท หรือร้อยละ 4.2 และอัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ขยายตัวร้อยละ 10.9 ต่อเนื่องจากการขยายตัว ร้อยละ 3.0 (สำนักงานคลังจังหวัดอุบลราชธานี, 2560) และจากข้อมูลร้านอาหารในจังหวัดอุบลราชธานีที่ทำการจดทะเบียนพาณิชย์ประเภทนิติบุคคลทั้งหมด จำนวน 36 ราย และแบ่งเป็นประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นโดยตรงทั้งหมด 4 ราย โดยแบ่งเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นแบบอาหารพื้นบ้าน 3 ราย และร้านอาหารญี่ปุ่นแบบปิ้งย่าง 1 ราย (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี, 2561) และเนื่องจากกระแสการตื่นตัวทางด้านสุขภาพได้รับความสนใจในประเทศไทย ยืนยันได้จากจำนวนคนออกกำลังกาย หรือเล่นกีฬาของคนไทย พบว่า

มีประมาณ 12.9 ล้านคน เทียบกับ 12.7 ล้านคน ในการสำรวจครั้งก่อน อันเป็นผล จากรายได้ ประชากรที่สูงขึ้น ประชากรมีอายุยืนขึ้น รวมถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพทำได้ง่าย ผ่านสื่อออนไลน์รูปแบบใหม่ โดยลูกค้าเป้าหมายกลุ่มรักสุขภาพที่มีความสำคัญ อาทิ คนรุ่นใหม่ในช่วง อายุ 15-40 ปี (กลุ่ม GEN Y และ GEN Z) ซึ่งให้ความสนใจต่อสุขภาพค่อนข้างสูง ซึ่งมีความต้องการ สินค้าและบริการเฉพาะด้านที่ช่วยรักษาอาการเจ็บป่วย หรือช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560) ซึ่งสอดคล้องการให้บริการและสินค้าของร้านอาหารญี่ปุ่นที่เน้นอาหารที่มี ไขมันต่ำและวัตถุดิบหลักจะเป็นเนื้อปลาและผักทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคใน ยุคปัจจุบันได้ดี นอกจากนี้ตลาดร้านอาหารญี่ปุ่นในต่างจังหวัดยังคงเป็นตลาดที่มีโอกาสในการเติบโต โดยเฉพาะตลาดหัวเมืองหลักและหัวเมืองรอง ซึ่งเป็นตลาดที่ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหาร นอกบ้าน และยังเป็นตลาดที่ยังไม่มีแบรนด์ร้านอาหารญี่ปุ่นเข้าไปเปิดสาขาหรือยังมีไม่มากนัก นอกจากแบรนด์หลัก ๆ เพียงไม่กี่แบรนด์เท่านั้น ซึ่งเป็นตลาดที่เปิดรับแบรนด์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ และ พร้อมที่จะจ่ายเงินกับการรับประทานอาหารนอกบ้านเพื่อแลกกับรสชาติที่อร่อย และบรรยากาศ ตกแต่งสวยงาม สะท้อนรสนิยมของผู้รับประทาน (Marketeeronline, 2020: Website)

ดังนั้นจะพบว่าธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจในการลงทุน ประกอบกับจังหวัด อุบลราชธานีเป็นจังหวัดใหญ่และเป็นหัวเมืองหลักทางด้านเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง และด้วยร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตพื้นที่ตัวเมืองยังมีจำนวนค่อนข้างจำกัด และทำให้ผู้บริโภคมี ตัวเลือกที่น้อยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นโอกาสทางธุรกิจร้านอาหาร ญี่ปุ่น จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดกิจการ ร้านอาหารญี่ปุ่นใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
- 1.2.3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการจัดการในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
- 1.2.4 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงินในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 กลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.3.1.1 กลุ่มเป้าหมายที่ 1 คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นทางด้านการจัดการ ด้านเทคนิคและ ด้านการเงิน

1.3.1.2 กลุ่มเป้าหมายที่ 2 คือ ประชาชนทั่วไป เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการลงทุน ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นทางด้านการตลาด

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

สำหรับขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาธุรกิจบริการร้านอาหารญี่ปุ่นครั้งนี้ จะทำศึกษา ความเป็นไปได้ทางด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.3.2.1 ทางด้านการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย และการประมาณความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

1.3.2.2 ทางด้านเทคนิค ซึ่งประกอบไปด้วย การเลือกทำเลที่ตั้ง การออกแบบและก่อสร้างโครงการ การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงแผนการดำเนินงานของโครงการ

1.3.2.3 ทางด้านการจัดการ ซึ่งประกอบไปด้วย การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างองค์กร การจัดการบุคลากร และการจัดการวัตถุดิบ

1.3.2.4 ทางด้านการเงิน ซึ่งประกอบไปด้วย ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากโครงการ และอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

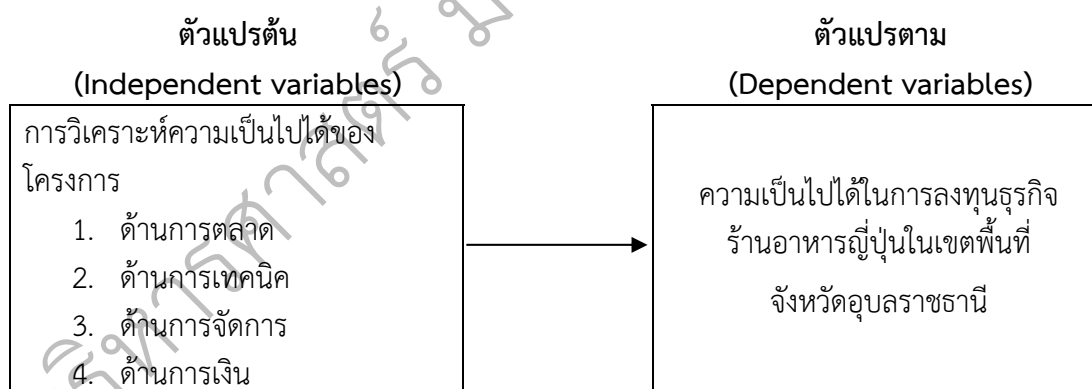
การศึกษาครั้งนี้ครอบคลุมพื้นที่การศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาในช่วง เดือน มีนาคม 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2564

1.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้สนใจลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี และสามารถนำไปประกอบการตัดสินใจลงทุนได้

1.5.2 เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้สถาบันการเงิน สามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการอนุมัติขอสินเชื่อได้

1.5.3 เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาหรือผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ให้นิยามศัพท์เฉพาะเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ดังนี้

1.6.1 ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น หมายถึง ธุรกิจร้านอาหารที่บริการและจำหน่ายอาหารที่เป็นอาหารประจำชาติของประเทศญี่ปุ่น

1.6.2 ความเป็นไปได้ในการลงทุน หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ เพื่อทำการประเมินความคุ้มค่าของโครงการ ว่าสมควรจะดำเนินการประกอบธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นหรือไม่ เพื่อเป็นข้อมูลช่วยในการตัดสินใจของนักลงทุน

1.6.3 ความเป็นไปได้ในการลงทุนด้านการตลาด หมายถึง การศึกษาหาข้อมูล เพื่อประเมินภาวะทางการตลาดที่โครงการจะเสนอสินค้าหรือบริการ รวมทั้งเป็นการเตรียมการด้านข้อมูลพื้นฐาน และส่งผลถึงการกำหนดขอบเขตตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดเมื่อเริ่มดำเนินงานตามโครงการ

1.6.4 ความเป็นไปได้ในการลงทุนด้านเทคนิค หมายถึง การศึกษาหาข้อมูล เพื่อจัดหาพื้นที่ทำเลที่เหมาะสม และรูปแบบการตกแต่งร้านอาหารญี่ปุ่น การดำเนินการก่อสร้างและระบบสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารญี่ปุ่นรวมถึงการวางแผนและควบคุมการดำเนินการก่อนทำการเปิดให้บริการ

1.6.5 ความเป็นไปได้ในการลงทุนด้านการจัดการ หมายถึง การศึกษาหาข้อมูล เพื่อทำการจัดรูปแบบโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมกับโครงการ และทำการพิจารณาถึงความเหมาะสมและพอเพียงของผู้บริหารโครงการและบุคลากร รวมถึงการกำหนดวิธีการดำเนินการและกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินโครงการที่เหมาะสม

1.6.6 ความเป็นไปได้ในการลงทุนด้านการเงิน หมายถึง การศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลรายละเอียดทางด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาจัดท่วงประมาณการเงินได้แก่ เงินลงทุน ประมาณการรายรับ-รายจ่าย เพื่อพิจารณารายละเอียดเกี่ยวกับเงินลงทุนเริ่มแรก กระแสเงินสดรับ-จ่าย แล้วทำการประเมินค่าโครงการ จากการพิจารณา ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนภายใน และการคิดมูลค่าสุทธิของโครงการ