



การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

สกุลรัตน์ สีดาว

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



PROJECT FEASIBILITY OF JAPANESE RESTAURANT INVESTMENT
IN MUEANG DISTRICT, UBON RATCHATHANI PROVINCE

SAKOOLRAT SEEDAOW

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE
UBON RATCHATHANI UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2021
COPYRIGHT OF UBON RATCHATHANI UNIVERSITY

กิตติกรรมประกาศ

งานศึกษา “การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี” ฉบับนี้ ผู้ศึกษาจัดทำขึ้นด้วยความมานะพยายามและสำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก ดร.ธวัชสิทธิ์ เครือโสม อาจารย์ที่ปรึกษาคณาจารย์ที่ได้อบรมให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำงานคณาจารย์ที่ปรึกษาตั้งแต่ต้นตลอดจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณท่านอาจารย์คณะบริหารศาสตร์ทุกท่านที่ให้ความรู้ และคำแนะนำในการศึกษา งานคณาจารย์ในครั้งนี้อย่างดี รวมถึงเจ้าหน้าที่ของคณะบริหารศาสตร์ทุกท่านที่คอยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานด้านเอกสาร พร้อมประสานงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และขอบคุณสำหรับมิตรภาพ และคำแนะนำของพี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ ที่ร่วมศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน รวมไปถึงครอบครัวที่ได้ให้การส่งเสริมสนับสนุนและให้กำลังใจเป็นอย่างดี ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ท้ายที่สุดนี้ คุณประโยชน์ที่ได้จากงานศึกษานี้ฉบับนี้ผู้ศึกษาขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน และขอขอบพระคุณผู้ที่เป็นเจ้าของแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ของวิทยานิพนธ์ งานวิจัย วารสาร บทความ และหนังสือ ที่ผู้ศึกษาได้นำมาอ้างอิงในงานศึกษานี้ไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

สกุลรัตน์ สีดาว

ผู้วิจัย

บทคัดย่อ

เรื่อง : การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัย : สกฤตน์ สีดาว

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ธวัชสิทธิ์ เครือโสม

คำสำคัญ : การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน, ร้านอาหารญี่ปุ่น, ธุรกิจร้านอาหาร

จากแนวโน้มตลาดร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเติบโตในตลาดต่างจังหวัดและเกิดกระแสนิยมอาหารญี่ปุ่นในไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจในการลงทุน ประกอบกับจังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดใหญ่และเป็นหัวเมืองหลักทางด้านเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่จำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตพื้นที่ตัวเมืองยังมีจำนวนค่อนข้างจำกัดจึงทำให้เกิดการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี โดยทำการศึกษาทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็น ประชาชนทั่วไป และแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี จากผลการศึกษาที่ได้พบว่า ด้านการตลาด เมื่อทำการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค พบว่า คะแนนการวิเคราะห์ความแข็งแกร่งของธุรกิจอยู่ที่ 6.70 ซึ่งถือว่าอยู่ในกลุ่มที่มีความแข็งแกร่งทางธุรกิจในระดับกลาง ๆ ค่อนข้างสูง และมีความน่าสนใจในการลงทุนของอุตสาหกรรมอยู่ที่คะแนน 5.07 เป็นตำแหน่งที่มีความน่าสนใจในระดับปานกลาง ดังนั้นกลยุทธ์ที่จะใช้ในการดำเนินธุรกิจคือ กลยุทธ์ขยายตัวในแนวราบและเกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิม ด้านเทคนิคพื้นที่ทำเลที่เหมาะสมกับธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ได้แก่ อาคารพาณิชย์ 2 ชั้น 2 คูหา ตำบลขามใหญ่ ถนนเลี่ยงเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากมีการเดินทางสะดวกและมีพื้นที่จอดรถสำหรับลูกค้าได้อย่างเพียงพอและเป็นพื้นที่ของบ้านพัก สำหรับการออกแบบตกแต่งร้านจะต้องให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีพื้นที่ให้ลูกค้าได้นั่งอย่างสะดวกสบายและดูกว้างขวางไม่แน่นหนา รวมถึงการใช้โทนสีที่ดูสะอาดและสบายตา ด้านการจัดการ ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นควรมีรูปแบบของโครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจเป็นรูปแบบบริษัทจำกัดเพื่อให้มีความน่าเชื่อถือและสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนแปลงธุรกิจ สำหรับการจัดการภายในร้านจะต้องมีการกำหนดตำแหน่งงานต่าง ๆ ที่ชัดเจนและมีจำนวนพนักงานที่เพียงพอเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้ทั่วถึงและรวดเร็ว นอกจากนี้ จะต้องมีการจัดฝึกอบรมให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอและมีการติดตั้งระบบที่จะช่วยในการตรวจสอบการทำงานของพนักงานและทำการเก็บข้อมูลจากการใช้บริการของลูกค้าเพื่อที่จะช่วยลดข้อผิดพลาดและการทุจริตของพนักงานได้ ด้านการเงิน จากผลการศึกษาด้านการวิเคราะห์โครงการจาก มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ระยะเวลาในการคืนทุน (PP) ผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ความไวของโครงการ ผลการศึกษาที่ได้คือ ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานีมีการใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 10,938,456 บาท โดยเป็นส่วนของผู้เจ้าของ ร้อยละ 70 เงินกู้

ธนาคาร ร้อยละ 30 โดยกำหนดเงินทุนหมุนเวียนเป็นเงิน 3,678,456 บาท มีค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ 260,000 บาท ร้านอาหารญี่ปุ่นจะมีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 11,135,885.42 บาท โดยมีค่าเป็นบวก มีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 30.81 และมีระยะเวลาในการคืนทุน (PP) 2 ปี 10 เดือน 28 วัน

ABSTRACT

TITLE : PROJECT FEASIBILITY OF JAPANESE RESTAURANT INVESTMENT
 IN MUEANG DISTRICT, UBON RATCHATHANI PROVINCE
 AUTHOR : SAKOOLRAT SEEDAOW
 DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
 ADVISOR : TAWAMIN KRUASOM, Ph.D.
 KEYWORDS : PROJECT FEASIBILITY, JAPANESE RESTAURANT, RESTAURANT BUSINESS

Japanese restaurants continue their upward growth trend and with the increasing demand for Japanese food in Thailand, especially in urban areas, Japanese restaurants have emerged as increasingly interesting investment targets. Ubon Ratchathani is a large province in the Northeast (Isan) region and also the main city. In the economy of the lower Northeastern (Isan) region, the number of Japanese restaurants in the downtown area is still quite limited. This led to research on the possibility of investing in the Japanese restaurant business in Ubon Ratchathani's downtown area through a study of 4 areas, namely marketing, technical aspects, management, and finance. The data for this study was collected by a survey of the general populace and through interviews of Japanese restaurant entrepreneurs in Ubon Ratchathani. Based on the marketing research regarding strengths, weaknesses, opportunities and challenges, it was shown that the business strength analysis score is 6.70, considered medium to high-level business strength. The interest of the industry in investment is 5.07 making it a moderately attractive opportunity. Therefore, a horizontal expansion strategy is used in relation to existing businesses. Strategically, the location chosen for running the business was a two-story duplex at Liang Mueang Road, Kam Yai sub-district, in the downtown area of Ubon Ratchathani. This location offers convenient parking and a nearby community. With regard to the design, the restaurants have to be decorated uniquely. The shops have to provide spaces for customers to sit comfortably and the place should be spacious. Neutral colors should be used to create a clean and calming ambiance. For the management, it is suggested that Japanese restaurants should employ a corporate platform for their business in order to provide credibility and convenient access to funds in case of any alterations in the business plan. For in-store management, there must be clearly defined job positions and a sufficient number of employees to provide services to customers thoroughly and quickly. In addition, there must be regular training for personnel and the installation of a system that will help monitor employees' work and collect data from customers using the services in order to reduce employee errors and corruption. Financially, the result of the project analysis

regarding net present value (NPV), payback period (PP), internal project returns (IRR), and project sensitivity reveals that Ubon Ratchathani Japanese restaurant businesses invested a total of 10,938,456 THB of which 70 percent was owner equity and 30 percent involved bank loans. The cash flow was set to 3,678,456 THB and the pre-operating expense was 260,000 THB. Accordingly, the net present value (NPV) of the Japanese restaurant business is 11,135,885.42 THB, a positive value. The internal return (IRR) is equal to 30.81 percent and the payback period (PP) is 2 years, 10 months, and 28 days.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์และประเมินโครงการ	6
2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางการตลาด	7
2.3 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการเทคนิค	13
2.4 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการจัดการ	16
2.5 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางการเงิน	21
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง	32
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	33
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.4 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	35
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	36
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ผลการศึกษาด้านการตลาด	38
4.2 ผลการศึกษาด้านเทคนิค	66
4.3 ผลการศึกษาด้านการจัดการ	71

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา	
5.1 สรุปผลการศึกษา	92
5.2 การอภิปรายผลการศึกษา	96
5.3 ข้อเสนอแนะ	98
เอกสารอ้างอิง	100
ภาคผนวก	
ก ผลการประเมิน IOC จากผู้เชี่ยวชาญ	104
ข แบบสอบถาม เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี	113
ค แบบสัมภาษณ์ (ผู้ประกอบการ) เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุน ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี	116
ประวัติผู้วิจัย	119

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 30
4.1	รูปแบบการให้คะแนนสำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไปและ การวิเคราะห์การแข่งขันของอุตสาหกรรม 37
4.2	การวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis: 5 Force Model) 44
4.3	จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพ 42
4.4	การเปรียบเทียบการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของร้านอาหารญี่ปุ่นจังหวัดอุบลราชธานี 49
4.5	รูปแบบการให้คะแนนสำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน จุดแข็ง จุดอ่อนของธุรกิจ ร้านอาหารญี่ปุ่น 49
4.6	การบริหารงานด้านต่าง ๆ ขององค์กร โดยใช้เครื่องมือ 7S McKinsey 50
4.7	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ 55
4.8	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ 55
4.9	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา 56
4.10	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ 56
4.11	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ 56
4.12	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการ 57
4.13	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน 57
4.14	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์ 58
4.15	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่มาใช้บริการ 58
4.16	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ 59
4.17	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ 59
4.18	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอาหาร 59
4.19	ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการ 60
4.20	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนคนที่มาใช้บริการ 60
4.21	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 61
4.22	ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านผลิตภัณฑ์ 61
4.23	ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านราคา 62
4.24	ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านการจัดจำหน่าย 62
4.25	ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านการส่งเสริมการตลาด 63
4.26	ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านบุคลากร 63
4.27	ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านกระบวนการให้บริการ 64
4.28	ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านหลักฐานทางกายภาพ 64
4.29	รายการวัสดุอุปกรณ์ที่สำคัญสำหรับร้านอาหารญี่ปุ่น 69
4.30	แผนการทำงานก่อสร้างโครงการร้านอาหารญี่ปุ่น 70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.31	แผนการดำเนินงานและระยะเวลาดำเนินงาน	71
4.32	อัตราเงินเดือนพนักงานต่อเดือนต่อปี	73
4.33	การเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคารพาณิชย์	76
4.34	ผลเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	77
4.35	ต้นทุนอาคารก่อสร้างร้านอาหารญี่ปุ่น	77
4.36	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	77
4.37	การประมาณเงินทุนหมุนเวียนต่อปี	77
4.38	ประมาณการจำนวนและต้นทุนอุปกรณ์	78
4.39	เงินลงทุนของโครงการเริ่มแรก และวิธีการตัดค่าเสื่อมราคา	78
4.40	การคิดค่าเสื่อมราคา และค่าเสื่อมราคาสะสม	79
4.41	อัตราการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล	79
4.42	ประมาณการรายได้รายต่อเดือน	80
4.43	ประมาณการรายได้ต่อปี	80
4.44	ต้นทุนในการผลิตอาหาร	81
4.45	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในปีที่ 1-5	82
4.46	งบกำไรขาดทุน	82
4.47	งบกระแสเงินสด	83
4.48	งบแสดงฐานะการเงิน	84
4.49	การคำนวณกระแสเงินสดสุทธิ	86
4.50	การคำนวณระยะเวลาในการคืนทุน	88
4.51	การวิเคราะห์ความไวของโครงการกรณีรายได้ต่อปีลดลง	89
4.52	การวิเคราะห์ความไวของโครงการกรณีค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้น	90
4.53	การวิเคราะห์ความไวของโครงการกรณีรายได้ต่อปีลดลงและค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้น	90
4.54	สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน	91

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	มูลค่าตลาดร้านอาหารในประเทศไทย ปี 2560	1
1.2	กรอบแนวคิดงานวิจัย	4
4.1	การวิเคราะห์กลยุทธ์ระดับองค์กรจากการใช้เครื่องมือ GE Matrix	54
4.2	ทำเลที่ตั้งโครงการ	67
4.3	รูปแบบของอาคารสำหรับก่อสร้างร้านอาหารญี่ปุ่น	68
4.4	การจัดโครงสร้างองค์กรของร้านอาหารญี่ปุ่น	72
4.5	รายการเมนูราคา 499 บาทต่อท่าน (หน้าแรก)	74
4.6	รายการเมนูราคา 499 บาทต่อท่าน (หน้าหลัง)	74
4.7	รายการเมนูราคา 599 บาทต่อท่าน	75
4.8	รายการเมนูราคา 899 บาทต่อท่าน	75
4.9	รายการเมนูราคา 1,099 บาทต่อท่าน	76
4.10	วิธีการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	87
4.11	วิธีการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)	88

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 และเมื่อแบ่งจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพฯและต่างจังหวัดจะพบว่า 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 นอกจากนี้ที่ตั้งของภาคอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง (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 ประชากรมีอายุขึ้น 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

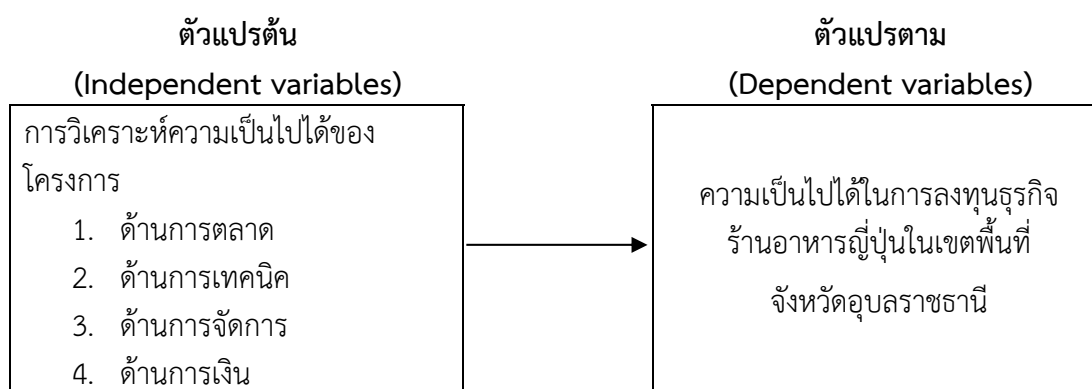
การศึกษาครั้งนี้ครอบคลุมพื้นที่การศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

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 เพื่อนำมาจัดทำงบประมาณการเงินได้แก่ เงินลงทุน งบประมาณการรายรับ-รายจ่าย เพื่อพิจารณารายละเอียดเกี่ยวกับเงินลงทุนเริ่มแรก กระแสเงินสดรับ-จ่าย แล้วทำการประเมินค่าโครงการ จากการพิจารณา ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนภายใน และการคิดมูลค่าสุทธิของโครงการ

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการและนำไปทำการวิเคราะห์เพื่อเป็นเกณฑ์ในการประเมินโครงการดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์และประเมินโครงการ
- 2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการตลาด
- 2.3 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านเทคนิค
- 2.4 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการจัดการ
- 2.5 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการเงิน
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์และประเมินโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นการประเมินความคุ้มค่าและไม่คุ้มค่าของโครงการ โดยได้อาศัยการพิจารณาถึงต้นทุนและผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยนำมาเปรียบเทียบกับว่าในอนาคตโครงการที่สนใจลงทุนมีความเหมาะสมที่จะลงทุนหรือไม่ โดยนำผลกระทบในอดีตที่เหมาะสมมาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ (หฤทัย มีนะพันธ์, 2550: 260-261)

ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการคือ การศึกษาและจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่าง ๆ ที่แสดงถึงเหตุผลต่าง ๆ ที่สนับสนุน ความถูกต้องสมบูรณ์ของโครงการ และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับการลงทุนในกรณีโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะมุ่งเน้นไปที่การประเมินความคุ้มค่าของโครงการ โดยจะมีความคุ้มค่าก็ต่อเมื่อได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าต้นทุน (ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ, 2550)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านต่าง ๆ เป็นการศึกษาเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าโครงการที่ทำการเลือกมาลงทุนนั้นมีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติเพื่อที่จะให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุนและสามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจึงมีหลายด้านให้ทำการวิเคราะห์โครงการ ได้แก่ ทางด้านอุปสงค์หรือการตลาด ทางด้านเทคนิค ทางด้านการเงิน ทางด้านการบริหารจัดการ ทางด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม

2.1.1 ความเป็นไปได้ทางด้านอุปสงค์หรือการตลาด (Market or Demand Feasibility)

สำหรับวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านอุปสงค์หรือการตลาด คือ เพื่อทำการวิเคราะห์หาอุปสงค์หรือความต้องการสินค้าและบริการของตลาด เพื่อทำการประมาณการหรือคาดคะเน

อุปสงค์ของสินค้าและแนวโน้มในอนาคตและเพื่อทำการพิจารณาถึงขีดความสามารถในการแข่งขัน และส่วนแบ่งทางการตลาดของโครงการที่สนใจลงทุน

2.1.2 ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค (Technical Feasibility) เป็นการศึกษาการเลือกรูปแบบเทคนิคการผลิตที่เหมาะสมกับโครงการต่าง ๆ และนำข้อมูลเพื่อไปใช้ในการประมาณการต้นทุนการผลิตของโครงการด้วยและประมาณการกรอบการลงทุนของโครงการนอกจากนั้นยังสามารถศึกษาถึงการพิจารณาความเหมาะสมทางเทคนิคและระบบการบำรุงรักษาทางด้านเทคนิคของโครงการในอนาคตได้ด้วย

2.1.3 ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน (Financial Feasibility) เป็นการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนของโครงการ วิเคราะห์สถานะทางการเงินของโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน พิจารณาการจัดการทางการเงินของโครงการ ประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนของโครงการในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อทำการวิเคราะห์ผลกระทบของโครงการว่ามีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสวัสดิการของสังคม

2.1.4 ทางด้านการบริหารจัดการ (Management Feasibility) เป็นการศึกษาแนวทางของการสร้างโครงสร้างขององค์กร พิจารณาแนวทางการบริหารจัดการและการวางแผนของผู้ดำเนินโครงการ พิจารณาความเหมาะสมและพอเพียงของผู้บริหารโครงการและบุคลากร

2.1.5 ทางด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม (Environmental Feasibility) สำหรับการศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบของโครงการทางด้านสังคมจะทำการศึกษาว่าคุ้มค่าต่อการลงทุนและมีผลต่อสวัสดิการทางสังคม โดยเน้นที่ความเสมอภาคและเท่าเทียมกันหรือการกระจายรายได้ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของโครงการเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคม ความเป็นอยู่ของชุมชน วัฒนธรรมและความต้องการของคนในชุมชนและจูงใจให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการ เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทางสังคมของโครงการและลดผลกระทบทางลบของโครงการให้เหลือน้อยที่สุดหรือหมดไปและในขณะเดียวกันสามารถเพิ่มผลกระทบทางบวกให้เพิ่มขึ้น

สำหรับการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านอุปสงค์หรือการตลาด ด้านเทคนิคด้านการจัดการ และทางด้านการเงินเท่านั้น เพื่อประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจลงทุนในโครงการให้ทราบถึงข้อมูลของความเป็นไปได้ในการลงทุนว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุนหรือไม่ ส่วนการศึกษาด้านอื่น ๆ ผู้ศึกษาได้ใช้ข้อมูลจากงานวิจัยหรือบทความ อื่น ๆ เพื่อนำมาใช้ในการอ้างอิงในงาน

2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด (Marketing Analysis) เป็นการศึกษาการเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Selecting target market) และการศึกษาการตลาดตามเป้าหมาย (Target Marketing) การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix)

2.2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคและการเลือกตลาดเป้าหมาย

Kotler and Armstrong (1990: 143) กล่าวว่า แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค จะแสดงให้เห็นถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มต้นจากการทำให้เกิดสิ่งกระตุ้นเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค โดยทำการเปรียบเทียบกับกลองค้ำที่ไม่สามารถคาดคะเนได้เมื่อ

ผู้บริโภครับรู้ต่อสิ่งกระตุ้นและเกิดความต้องการแล้วจึงจะเกิดการซื้อหรือตอบสนองขึ้น โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.2.1.1 สิ่งกระตุ้นภายนอกของผู้ซื้อ (Stimuli) คือ สิ่งทีกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเกิดจากแรงกระตุ้นภายในร่างกายของผู้บริโภคเอง เช่น ความหิว ความกระหาย หรืออาจเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกซึ่งได้แก่สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ โดยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้ามากขึ้น

1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด โดยสิ่งกระตุ้นเหล่านี้หากนักการตลาดสามารถเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และสามารถจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าแล้วย่อมจะเป็นเครื่องมือที่สามารถจะกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการได้ ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมซื้อ

2) สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimuli) สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ จะเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกองค์กรและนักการตลาดไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม โดยสิ่งกระตุ้นเหล่านี้ก็สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ และนำไปสู่พฤติกรรมซื้อต่อไป

2.2.1.2 ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) เป็นส่วนที่ได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristic) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจาก ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา (ซึ่งจะได้กล่าวถึงรายละเอียดต่อไป) และยังได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ที่ประกอบได้ด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

2.2.1.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Responses) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ที่จะมาตอบสนองความต้องการ เช่น เลือกข้าวต้มกุ้งเป็นอาหารเช้าหรือเลือกนมสดเป็นอาหารเช้า การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) เช่น หากต้องการดื่มนมเป็นอาหารเช้าแล้วจะดื่มนมสดตราอะไร การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Time) การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase Amount) เป็นต้น

สำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคและการเลือกตลาดเป้าหมาย โดยจะทำการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นภายนอกของผู้ซื้อจากการใช้เครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และการใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ความรู้สึกนึกคิดและการตอบสนองของผู้ซื้อ

2.2.2 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

Kotler, Kartajaya and Setiawan (2017: 61) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่ในโลกที่เชื่อมโยงถึงกันแนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดได้วิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง

เพื่อรองรับผู้บริโภคที่ต้องการมีส่วนร่วมมากขึ้น ส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่จึงควรปรับจาก 4P's ไปเป็น 4C's ซึ่งประกอบด้วย การร่วมมือสร้าง (Co-creation) การตั้งราคาให้มีความยืดหยุ่น คล้ายเงินตรา (Currency) การกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วม (Communal activation) และการพูดคุย (Conversation)

Kotler, Kartajaya and Setiawan (2017: 72-79) จากทฤษฎีเส้นทางผู้บริโภคสายใหม่ (The Customer Part) โดยกรอบที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมาเป็นเวลานานเพื่ออธิบายเส้นทางผู้บริโภค ประกอบด้วย ความตั้งใจ (attention) ความสนใจ (interest) ความปรารถนา (desire) และการลงมือทำ (action) หรือที่เรียกรวม ๆ ย่อ ๆ ว่า AIDA จากนั้นมีการปรับปรุงและเสนอโมเดลใหม่ เรียกว่า 4A's ซึ่งประกอบไปด้วย ช่วงต่าง ๆ ได้แก่ รับรู้ (aware) ทศนคติ (attitude) ลงมือทำ (act) และทำซ้ำ (act again) โดยทำให้สามารถแสดงให้เห็นถึงความจงรักภักดีของลูกค้า และสำหรับเส้นทางผู้บริโภคสายใหม่ในสมัยปัจจุบันที่ผู้บริโภคสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้รวดเร็วขึ้นทำให้มีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบใหม่เป็น 5A's ประกอบด้วย รับรู้ (aware) ดึงดูดใจ (appeal) สอบถาม (ask) ลงมือทำ (act) และสนับสนุน (advocate) โมเดล 5A's เป็นเครื่องมือที่มีความยืดหยุ่น สามารถนำไปใช้กับธุรกิจทุกประเภท ถ้านำมาใช้เพื่ออธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค ก็จะทำให้เห็นภาพที่ใกล้เคียงกับเส้นทางผู้บริโภคที่แท้จริง (วรรณ บุญศาสตร์, 2558) พบว่า การทำการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภค เจเนอเรชั่น ซี (คือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ๆ มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตอยู่ตลอดเวลา) จะต้องทำการตลาดโดยการสร้างความรู้สึกที่ดีและความผูกพันอย่างลึกซึ้งให้กับผู้บริโภค และมีช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมและเข้าใจได้ง่าย โดยอาศัยสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เป็นเครื่องมือช่องทางในการสื่อสารการตลาด เช่น การสร้างตราสินค้าบน Facebook และยังมีรูปแบบการตลาดแบบอื่น ๆ อย่างเช่น การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) และการตลาดแบบเรียลไทม์ (Real-Time Marketing) เป็นต้น

สำหรับการตลาดสมัยใหม่ได้มีการนำทฤษฎี 5W1H มาใช้ได้เหมือนเดิมเพียงแต่ทำการปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งประกอบไปด้วย 1) Who: Whom: ใครคือลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย ใครเป็นผู้ใช้ ใครมีอำนาจในการตัดสินใจ 2) What: ต้องการนำเสนออะไร 3) Where: เผยแพร่ที่ไหน 4) Why: เป้าหมายในการเผยแพร่ (สร้างความรู้ กระตุ้น) 5) When: เผยแพร่เมื่อไร เทศกาลใด ความถี่เท่าไร 6) How: รูปแบบการนำเสนอ

สรุปในการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดจะทำการศึกษาในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในราคาที่เหมาะสมมีการจัดตั้งสถานที่จัดจำหน่ายที่ชัดเจนหลากหลายช่องทาง ทำการส่งเสริมการขายด้วยการจัดทำโปรโมชั่นที่ชัดเจนทั้งในเรื่องของวัน เวลา เทศกาลต่าง ๆ และความถี่ในการจัดกิจกรรม จัดทำรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ทั้งเรื่องของลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ เพื่อสร้างการรับรู้ การดึงดูดใจ การสอบถาม การลงมือทำ และการสนับสนุน

2.2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค

สำหรับขั้นตอนการวิเคราะห์กระบวนการเพื่อให้ทราบสถานะปัจจุบันของธุรกิจ รวมทั้งปัจจัยภายนอกและภายในที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจคือ การวิเคราะห์ในรูปแบบของ SWOT

Humphrey (1970) การวิเคราะห์ SWOT คือ การวิเคราะห์ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม และศักยภาพขององค์กรหรือธุรกิจที่มีผลต่อการดำเนินการทั้งปัจจัยที่ผลกระทบต่อการดำเนินการมีทั้งปัจจัยภายใน (Internal Factor) และปัจจัยภายนอก (External Factor) โดยที่ปัจจัยภายนอกถือว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี ประชากรศาสตร์ ภัยธรรมชาติ เป็นต้น ส่วนปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้เช่น บุคลากร งบประมาณ เป็นต้น

องค์ประกอบของ SWOT

S คือ Strengths หมายถึง จุดแข็งหรือจุดเด่นที่เป็นปัจจัยภายในที่จะช่วยส่งเสริมให้การดำเนินการขององค์กรประสบผลสำเร็จ

W คือ Weaknesses หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อด้อยที่เป็นปัจจัยภายในซึ่งจะทำการดำเนินงานเกิดปัญหา ผู้นำขององค์กรหรือนักบริหารที่ดีจะต้องวิเคราะห์ข้อด้อยขององค์กรและทำการลบข้อด้อยเหล่านั้นก่อนที่จะทำให้เกิดปัญหากับการดำเนินการ

O คือ Opportunities หมายถึง โอกาสที่เป็นปัจจัยภายนอก ซึ่งเป็นประโยชน์และช่วยส่งเสริมให้การดำเนินการมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น ผู้นำขององค์กรหรือนักบริหารที่ดีจะต้องเห็นถึงโอกาสเหล่านั้นและใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการดำเนินการ

T คือ Threats หมายถึง อุปสรรคที่เป็นปัจจัยภายนอกที่อาจจะเป็นตัวขัดขวางไม่ให้การดำเนินการประสบผลสำเร็จ ผู้นำขององค์กรหรือนักบริหารที่ดีจะต้องวิเคราะห์ถึงอุปสรรคที่จะเป็นตัวขัดขวางการดำเนินการ และทำทุกวิถีทางในการป้องกันหรือลดผลกระทบจากอุปสรรคเหล่านั้นไม่ให้เกิดขึ้น

สำหรับการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค ของโครงการผู้ศึกษาจะทำการใช้เครื่องมือ คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTLE Analysis) และการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis: 5 Forces Model) และสำหรับการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของโครงการ จะทำการศึกษาจากเครื่องมือ (7S McKinsey Analysis) เมื่อทำการวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค จะทำการวิเคราะห์กลยุทธ์ของโครงการโดยใช้เครื่องมือ GE Matrix เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการของโครงการต่อไป

2.2.4 ขั้นตอนการวิเคราะห์ตลาด

การวิเคราะห์ตลาดในทางปฏิบัติผู้วิเคราะห์แต่ละคนอาจมีรายละเอียดและขั้นตอนแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของสินค้าและความชำนาญของแต่ละบุคคล แต่โดยทั่วไปแล้วมีขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้ (ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร, 2560: 26-28)

2.2.4.1 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของตัวเอง เพื่อหาจุดเด่นหรือจุดด้อยทางการตลาด ขั้นตอนการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์นับว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เนื่องจากเป็นข้อมูลจากภายในและเป็นรูปธรรมเด่นชัด แต่ต้องระวังการลำเอียงและเข้าข้างตนเอง โดยเชื่อว่าผู้บริโภคนิยมชมชอบรูปแบบการให้บริการตามแนวทางของตน สิ่งสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จได้แก่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นในตลาดหรือไม่ และถ้าไม่มีความแตกต่างสามารถจำหน่ายได้ในราคาต่ำกว่าหรือไม่ การวิเคราะห์ตลาดในทางปฏิบัติจะต้องพิจารณาศักยภาพในการผลิตของตนเองด้วย

เช่น หากลูกค้าสั่งสินค้าจำนวนมาก แต่ศักยภาพของกิจการไม่สามารถผลิตได้ กิจการย่อมจำหน่ายสินค้าได้เท่าที่จะสามารถผลิตหรือจัดสินค้าให้ลูกค้าได้เท่านั้น

2.2.4.2 วิเคราะห์คู่แข่ง การวิเคราะห์คู่แข่งหรือผู้เสนอขายสินค้า และบริการประเภทเดียวกับโครงการ เป็นขั้นตอนที่ผู้วิเคราะห์ตลาดเข้าไปศึกษาสภาพตลาดจากของจริงข้อมูลที่ได้ไม่ว่าจะเป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของคู่แข่ง มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการชี้ให้เห็นความเป็นไปได้ทางการตลาด รวมทั้งการศึกษาส่วนแบ่งตลาดคู่แข่งก็อยู่ในขั้นตอนนี้ด้วย และยังต้องพิจารณาคู่แข่งรายใหม่ ที่ปัจจุบันยังไม่ปรากฏในตลาด แต่จะเข้ามาดำเนินงานทางการตลาดในอนาคต ซึ่งเป็นช่วงที่โครงการได้ดำเนินงานแล้ว และยอมเข้ามาแบ่งส่วนของตลาดไปจากกิจการด้วย

2.2.4.3 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาผู้บริโภคที่ต้องใช้สินค้าหรือบริการที่โครงการจะนำออกจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็น เพศ การศึกษารายได้ ความต้องการ ในทางปฏิบัติแล้วถ้าเป็นโครงการขนาดใหญ่ มักต้องทำการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อพิจารณาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น ๆ นอกจากนี้ผู้บริโภคยังอาจมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าด้วย หรือการเกิดผู้บริโภคกลุ่มใหม่เข้ามาในตลาด

2.2.4.4 การแบ่งส่วนตลาดและกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย เป็นการนำรายละเอียดของข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และกำหนดขอบเขตให้แคบลงสู่ตลาดเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่เราต้องการให้ใช้สินค้าของโครงการ ตัวอย่างเช่น กิจการที่มีโครงการจะผลิตน้ำหอมออกจำหน่าย กลุ่มเป้าหมายของน้ำหอมชนิดหนึ่ง อาจเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 35-55 ปี เป็นต้น กลุ่มตลาดเป้าหมายนอกจากจะชี้ให้เห็นถึงปริมาณผู้บริโภคแล้ว ยังแสดงแนวทางดำเนินงานทางการตลาดไม่ว่าจะเป็น ราคา การสื่อสารทางการตลาดและอื่น ๆ

ชนงกรณ์ กุณทลบุตร (2560: 28-30) การผลิตสินค้าและบริการของทุกองค์การมิใช่คำนึงเพียงว่าสินค้าหรือบริการของตนมีคุณสมบัติอย่างไร มีความทนทานแค่ไหน แต่ต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญที่สุด ได้แก่ ใครเป็นผู้ใช้สินค้าหรือบริการที่องค์การผลิตขึ้น ดังนั้นการวิเคราะห์ทางการตลาดจึงต้องมีการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) เพื่อเป็นการจัดกลุ่มผู้ซื้อที่มีความต้องการต่าง ๆ ออกเป็นกลุ่มๆ เพื่อได้เป็นแนวทางไปสู่ตลาดเป้าหมาย (target market) ของโครงการลงทุน ตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ผู้บริโภคที่โครงการต้องการเสนอขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตน ดังนั้นการแบ่งส่วนตลาดจึงเป็นขั้นตอนสำคัญขั้นตอนหนึ่งของการวิเคราะห์ตลาด การแบ่งส่วนตลาดควรคำนึงถึงปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1) มีความแตกต่างชัดเจนในกลุ่มต่าง ๆ ที่ได้แบ่งออก หมายถึง เมื่อแบ่งแล้วแต่ละกลุ่มจะมีผลต่อความต้องการสินค้าและบริการแตกต่างกันตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน ได้แก่ กลุ่มเพศ รายได้ อายุ รสนิยม ถิ่นที่อยู่ เป็นต้น ในกรณีของอุตสาหกรรมยานยนต์ รายได้จะเป็นปัจจัยที่เห็นได้ชัด เนื่องจากราคารถยนต์สูง ทำให้การตัดสินใจต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล ในขณะที่บางพื้นที่ผู้บริโภคต้องการรถกระบะที่มีกำลังสามารถขึ้นเขาได้ บางพื้นที่เป็นที่ราบผู้ซื้อรถกระบะต้องการรถที่ประหยัดมากกว่า เป็นต้น อย่างไรก็ตามก็มีความแตกต่างกันอยู่กับลักษณะของสินค้าด้วย

2) สามารถรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนและความต้องการของผู้บริโภคได้ง่าย หมายถึง กลุ่มที่เราแบ่งเป็นส่วนๆแต่ละส่วนสามารถติดตามเก็บข้อมูลได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าความสะดวกในการเก็บข้อมูลของแต่ละส่วนไม่ต่างกันนักก็จะมีผลดีต่อความเชื่อถือได้ของข้อมูลด้วย

3) ส่วนแบ่งควรมีจำนวนผู้บริโภคมกเพียงพอที่จะใช้พิจารณาการเลือกลงทุน ปัจจุบันจึงไม่ควรแบ่งตลาดออกเป็นส่วนย่อยเกินความจำเป็น เพราะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการวิเคราะห์การลงทุนในภาพรวม และอาจทำให้สับสนในการวิเคราะห์ด้วย

4) หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดสามารถพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ได้ ดังนี้

4.1) พิจารณาจากสภาพภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) เป็นการแบ่งโดยใช้พื้นที่เป็นเกณฑ์การแบ่ง เช่น ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ การแบ่งนี้เป็นการแบ่งอย่างกว้างๆ ซึ่งเมื่อจำหน่ายสู่ผู้บริโภคจริง ๆ ผู้บริหารงานขายต้องใช้วิธีอื่นเข้ามาพิจารณาประกอบการแบ่งแบบนี้เป็นการแบ่งมุมกว้างของโครงการที่มีขนาดใหญ่ เสนอขายสินค้าและบริการกว้างขวางหรือเป็นการแบ่งโครงการที่มีแผนการขยายตลาดของโครงการในอนาคต รวมทั้งยังใช้เป็นการแบ่งเพื่อศึกษาภาวะตลาดของท้องถิ่นต่าง ๆ ก่อนลงทุน เช่นโครงการที่มีแผนการขยายตลาดของท้องถิ่นต่าง ๆ ก่อนลงทุน เช่นโครงการผลิตเครื่องมือการเกษตร เมื่อพิจารณาสภาพทางภูมิศาสตร์แล้ว สินค้าอาจต้องแตกต่างกันไปตามลักษณะผลผลิตทางการเกษตรในแต่ละภูมิภาค

4.2) พิจารณาจากสภาพประชากร (Demographic Segmentation) เป็นการแบ่งโดยพิจารณาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประชากร โดยปัจจัยเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นโดยแจ่มชัด และคาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าและบริการ เช่น เพศ การศึกษา รายได้ อายุ ชนชั้นทางสังคม เป็นวิธีการแบ่งที่นิยมทำในกรณีที่ต้องพิจารณารายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่ผลิต การนำเสนอ การกำหนดราคา และอื่น ๆ เช่นหากจะจำหน่ายเครื่องสำอางในย่านที่ประชากรเป็นแรงงานมีการศึกษาและรายได้ไม่สูง ก็จะต้องเป็นเครื่องสำอางระดับกลางหรือระดับล่าง ราคาไม่สูงนัก เป็นต้น

4.3) พิจารณาจากสภาพจิตใจ (Psychographic Segmentation) เป็นการแบ่งโดยพิจารณาจากลักษณะทางจิตวิทยา เช่น บุคลิกลักษณะนิสัย ความละเอียดลออในการเลือกสินค้า เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าของโครงการ บุคลิกลักษณะและนิสัยแม้จะเป็นเรื่องเฉพาะรายแต่ในทางปฏิบัติแล้วเราก็สามารถจัดกลุ่มขึ้นมาได้ เช่น ถ้าผลิตภัณฑ์เป็นอาหารเสริมหรือวิตามิน ผู้ซื้อมักเป็นกลุ่มเฉพาะ สนใจสุขภาพ อาจมีลักษณะชอบค้นคว้าหาความรู้ และมีสภาพจิตใจที่ห่วงใยสุขภาพตนเอง เป็นต้น

2.2.4.5 การประมาณยอดขาย เป็นขั้นตอนที่ต้องรวบรวมปริมาณความต้องการซื้อและการเสนอขาย (Demand-Supply) ของสินค้าชนิดดังกล่าวในท้องตลาดรวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์คู่แข่ง สินค้าทดแทน คู่แข่งขันรายใหม่ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อและผู้ขายวัตถุดิบ ร่วมกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายในของตนเอง จากการวิเคราะห์คุณค่าสัมพันธ์ (Value Chain) เพื่อทำการประมาณช่องว่างที่โครงการสามารถเสนอขายผลิตภัณฑ์ของตน ซึ่งจะเป็นการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลัก ได้แก่ ความต้องการของผู้บริโภครวม ปริมาณการเสนอขายรวม และศักยภาพของโครงการในการเสนอขายสินค้าและบริการของตนเอง

2.2.4.6 การจัดทำรายละเอียดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตลาด เป็นการสรุปข้อมูลและตัวเลขเพื่อสรุปความเป็นไปได้ทางการตลาด และข้อมูลเหล่านี้ต้องนำไปใช้ศึกษาความเป็นไปได้ทางอื่นต่อไป เช่น ทางด้านเงินทุน การบริหารการผลิต ต้นทุนการผลิตและต้นทุนขาย เป็นต้น

สำหรับขั้นตอนการวิเคราะห์ตลาดจะมีความเชื่อมโยงเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในส่วนของขั้นตอนการวิเคราะห์จะเริ่มจากการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของ

ตัวเองเพื่อหาจุดแข็งและสร้างความแตกต่างให้กับลูกค้า จากนั้นทำการวิเคราะห์คู่แข่งที่ขายผลิตภัณฑ์หรือบริการในแบบเดียวกันเพื่อหาจุดอ่อน จุดแข็งของคู่แข่ง จากนั้นทำการศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภคและส่วนแบ่งตลาดจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาประมาณการยอดขายและนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในลำดับถัดไป

สรุปการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางการตลาดเป็นการวิเคราะห์ที่สำคัญเนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นของทุกโครงการในการที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยอื่น ๆ ต่อเนื่องไป ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์ การบริหารจัดการ การเงิน และอื่น ๆ นอกจากนี้ ความสำคัญอีกหนึ่งประการ คือ สถานการณ์ทางการตลาด เป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ เนื่องจากเป็นปัจจัยภายนอกโครงการและในปัจจุบันยังมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อสถานการณ์ตลาดของแต่ละอุตสาหกรรมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องทำการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่ที่ทำการศึกษา การแบ่งส่วนตลาด การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค รวมทั้งการประมาณความต้องการของตลาดในปัจจุบัน เพื่อทำการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับดำเนินโครงการในอนาคต

2.3 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค (Technical Feasibility) เป็นการวิเคราะห์โครงการที่กำลังจะพิจารณาว่ามีความเหมาะสมทางด้านเทคนิคหรือการออกแบบทางวิศวกรรมมีความเหมาะสมมากเพียงใด และนำข้อมูลเพื่อไปใช้ในการประมาณการต้นทุนการผลิตของโครงการและประมาณการรอบการลงทุนของโครงการนอกจากนั้นยังสามารถศึกษาในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

2.3.1 สถานที่จัดตั้งโครงการ

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2560: 49-51) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อต้นทุนการผลิตหรือต้นทุนในการจัดตั้งโครงการ ในทางปฏิบัติแล้วต้องมีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน ควบคู่ไปกับปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งผู้วิเคราะห์ต้องพิจารณาเพื่อให้ได้สถานที่ที่เหมาะสมที่สุด โดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

2.3.1.1 สาธารณูปโภคและบริการทางสังคม เมื่อทำการหาทำเลที่ตั้งโครงการแล้ว สาธารณูปโภคพื้นฐานได้แก่ ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และถนนที่สะดวกเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน นอกจากนี้โครงการยังต้องการบริการจากสังคม เพื่อบริการพนักงานและครอบครัวด้วย เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล วัด สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น ธุรกิจส่วนใหญ่จะต้องพึ่งบริการจากสังคม

2.3.1.2 การขนส่งวัตถุดิบและสินค้า นับเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดให้โครงการในแต่ละพื้นที่ที่จะต้องอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบหรือมาเส้นทางการขนส่งวัตถุดิบที่สะดวกที่สุด ตัวอย่างในประเทศไทย โรงงานอุตสาหกรรมมักอยู่บริเวณจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งในอดีตเป็นจุดที่สามารถสร้างโรงงานได้และใกล้ท่าเรือมากที่สุด ในปัจจุบันอาจมีการขยายไปยังปทุมธานีและอยุธยา ซึ่งมีทางด่วนเชื่อมต่อและอยู่ไม่ไกลจากแหล่งของผู้บริโภค เป็นต้น

2.3.1.3 ค่าใช้จ่ายในการจัดหาสถานที่ โครงการส่วนใหญ่ต้องการพื้นที่กว้าง ค่าใช้จ่ายในการจัดหาพื้นที่ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง หากพื้นที่ใกล้เขตเมืองและมีระบบสาธารณูปโภค ใช้จ่ายในการลงทุนจัดหาพื้นที่อาจจะสูง ปัจจุบันหลายโครงการนิยมเช่าพื้นที่เนื่องจากไม่ต้องหาเงินมาลงทุนใน

ระยะแรก หรือบางโครงการอาจจะอยู่ห่างบริเวณย่านชุมชน เนื่องจากที่ตั้งกล่าวราคาไม่แพงแล้วจัดหาระบบสาธารณูปโภคเอง เช่น ขุดบ่อบาดาล เป็นต้น

2.3.2 การออกแบบและการก่อสร้างโครงการ

การออกแบบและการวางแผนผังโครงการ จะทำโดยการนำกระบวนการผลิตและบริการที่ได้มาทำการวิเคราะห์แล้วมาพิจารณาร่วมกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องไม่ว่าเรื่องของการสต็อกวัตถุดิบ การกำหนดรูปแบบการให้บริการ รวมทั้งส่วนพื้นที่ที่เตรียมไว้สำหรับขยายงาน นอกจากนี้ การวิเคราะห์การผลิตเป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องจากการวิเคราะห์การตลาด โดยนำข้อมูลประมาณการยอดขายมาใช้ในการประมาณยอดขายผลิต เกี่ยวเนื่องไปยังขนาดของเครื่องจักร จำนวนคนงานและรายจ่ายอื่น ๆ ซึ่งสามารถประมาณได้จากข้อมูลภายในองค์กร และเป็นการประมาณที่ส่งผลต่อไปยังการประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อสนับสนุนงานด้านการผลิต และเป็นข้อมูลไปใช้ในการบริหารการผลิตในอนาคตหากตัดสินใจลงทุนด้วย (ชนงกรณ์ กุณทลบุตร, 2560: 55)

มุกด์ตรา ทองเวส และเอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา (2560) พบว่า ร้านอาหารที่กลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชันวาย คือ ไทยประยุกต์ ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อยที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจมากที่สุดคือ ร้านอาหารไทยประยุกต์-อิตาเลียน ร้านอาหารไทยประยุกต์-ญี่ปุ่น และร้านอาหารไทยประยุกต์-จีน ซึ่งการออกแบบร้านอาหารไทยประยุกต์-ญี่ปุ่นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายสนใจและเห็นตรงกันว่าเป็นสัญลักษณ์ของประเทศ คือ เมืองหลวง สถานที่สำคัญ เช่น ชิบูย่า ฮาราจุกุ โตเกียวทาวเวอร์ ตัวอักษรญี่ปุ่น และการพับกระดาษ Origami บุคลิกภาพของสารที่ต้องการสื่อ เพื่อฝัน รักใคร่ (Romantic) ธรรมชาติ (Natural)

วรากุล ดันทนะเทวินทร์ และวรภัทร์ อิงค์โรจน์ฤทธิ์ (2560) พบว่า คุณลักษณะของสีส่งผลต่ออารมณ์โดย กลุ่มสีวรรณะร้อนที่มีความสดต่ำสร้างอารมณ์เชิงบวกในร้านอาหารได้สูงกว่ากลุ่มสีอื่น อีกทั้งรูปแบบการตกแต่งร้านยังส่งผลต่ออารมณ์ และมีปฏิสัมพันธ์ต่อการรับรู้สี สีวรรณะร้อนที่มีความสดสูงสร้างอารมณ์เชิงบวกในภาพร้านอาหารไทย ส่วนสีที่มีความสดต่ำสร้างอารมณ์เชิงบวกในร้านอาหารญี่ปุ่น สามารถสรุปได้ว่าวรรณะของสีและความสดของสีเป็นปัจจัยสำคัญในการออกแบบ ที่สร้างอารมณ์เชิงบวกต่อสภาพแวดล้อมของร้านและการเข้าร้าน ผู้ออกแบบจึงควรเลือกใช้สีที่ให้ความรู้สึกชื่นชอบ น่าสบายและดูหรูหรา มีราคา เพื่อให้เข้าใจอิทธิพลของสีต่อการตอบสนอง ด้านอารมณ์ของลูกค้าและการตัดสินใจเข้าร้านมากยิ่งขึ้น

2.3.3 กำหนดการดำเนินงานของโครงการ

2.3.3.1 การวางแผนโครงการ สำหรับการบริหารโครงการจะต้องเข้าใจเป้าหมายของโครงการในภาพรวมและวัตถุประสงค์ของโครงการในแต่ละขั้นตอน เพื่อกำหนดแผนการดำเนินงาน การวางแผนโครงการจึงเป็นการนำ ผลสรุปจากการศึกษาความเป็นไปได้มาวางแผนการดำเนินงานในด้านการใช้ทรัพยากรทุกชนิดเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามผลที่คาดว่าจะได้จากการศึกษาความเป็นไปได้ แผนของโครงการที่ดีประกอบด้วย

- 1) บอกเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในภาพรวมของโครงการ
- 2) มีแผนการดำเนินงานเฉพาะของแต่ละหน่วยงาน
- 3) มีโอกาสที่จะปรับเปลี่ยนได้
- 4) มีขั้นตอนการประเมินความสำเร็จอย่างต่อเนื่องและคล่องตัว

2.3.3.2 กระบวนการวางแผนโครงการ

หลังจากที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้และรู้ทางในการลงทุนแล้ว ถ้าตัดสินใจลงทุน ผู้ลงทุนจะต้องวางแผนการปฏิบัติ ได้แก่

- 1) การกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติ และขอบเขตของงานต่าง ๆ ล่วงหน้า
- 2) เตรียมระบบบริหารโครงการ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการจัดองค์กร ระบบบริหารภายในทุกระดับ ระบบการประสานงานกับเจ้าหน้าที่รัฐ และบุคคลภายนอก ระบบการตลาด ระบบการผลิต ระบบคลังสินค้า ระบบการเงินและลูกหนี้ รวมทั้งระบบอื่น ๆ ที่จำเป็นและเกี่ยวข้องตามแต่ละชนิดโครงการ
- 3) เตรียมบุคลากร ที่จะเข้าปฏิบัติงานในหน้าที่ต่าง ๆ ในทุกระดับ
- 4) เครื่องมือในการติดตามผลการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถทราบความก้าวหน้าในการดำเนินงานตามโครงการอย่างทัน่วงที
- 5) กลไกในการปรับแผนหรือพัฒนา เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

2.3.3.3 การดำเนินงานโครงการ

ระบบบริหารเป็นวิถีปฏิบัติในการดำเนินงานประจำวันของบุคลากร ทันทีที่โครงการเริ่มต้น การจ่ายเงินต้องเกิดขึ้นในอันดับแรก ๆ จึงควรมีการวางแผนด้วยทั้งแผนการจ่ายและรับเงิน ปริมาณเงิน แหล่งเงิน ระยะเวลาที่ต้องใช้เงินสอดคล้องกันเพื่อให้เกิดต้นทุนทางการเงินต่ำที่สุด และมีเงินเพียงพอต่อรายจ่ายต่าง ๆ การวางแผนทางการเงินและระบบการใช้จ่ายเงินนับเป็นสิ่งสำคัญมาก ในทางปฏิบัติแล้วแทบจะเรียกได้ว่าเป็นปัจจัยที่ได้รับความสนใจที่สุดในระยะเริ่มต้นโครงการ จนกว่าโครงการดำเนินไประยะหนึ่งจึงเริ่มอยู่ตัว เพราะกระแสเงินเป็นองค์ประกอบที่เข้าไปผลักดันให้การดำเนินงานทุกชนิดเกิดขึ้นได้ กำหนดขั้นตอนในการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงการ หรือจนกระทั่งเข้าสู่ระบบการทำงานประจำ ตัวอย่างเช่น

- 1) ประชุม
- 2) ติดต่อภาคราชการเพื่อขออนุญาตดำเนินงานในเรื่องต่าง ๆ
- 3) ก่อสร้าง
- 4) จัดหาบุคลากร
- 5) ติดตั้งเครื่องจักรและเข้าสู่กระบวนการผลิต
- 6) เข้าสู่กระบวนการตลาด
- 7) กระบวนการขายและให้บริการ
- 8) กระบวนการเก็บเงิน
- 9) กำหนดผู้รับผิดชอบแต่ละหน้าที่ รวมทั้งกำหนดระบบการตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน ได้แก่ การสรรหาบุคลากรระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย ผู้บริหารระดับกลางและระดับล่างที่นำนโยบายมาปฏิบัติ ตลอดจนผู้รับผิดชอบงานในตำแหน่งต่าง ๆ (ชนงกรณ์ กุณทลบุตร, 2560: 192-198)

2.4 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการจัดการ

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ (Management Analysis) เป็นการวิเคราะห์ว่าการจัดรูปแบบองค์กร และการบริหารงานของโครงการควรจะเป็นอย่างไรจึงจะมีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพที่ดีที่สุด การดำเนินงานตามโครงการให้ประสบผลสำเร็จจะต้องมีการศึกษาถึงหลักการบริหารจัดการ การบริหารงานบุคคล การกำหนดโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสม และการกำหนดกลยุทธ์ของโครงการ

2.4.1 หลักการบริหารจัดการ

สุวัฒน์ ศิริสินธร และภาวนา สายชู (2551) ได้กล่าวว่า การจัดการหมายถึงกระบวนการที่ผู้จัดการใช้กลยุทธ์และศิลปะดำเนินกิจการตามขั้นตอนโดยอาศัยความร่วมมือของสมาชิกในองค์กร โดยทำการพิจารณาถึงความสามารถ ทักษะ ความถนัด และความมุ่งมั่นด้านความเจริญก้าวหน้าของสมาชิกในองค์กรควบคู่กันไป จึงจะทำให้องค์กรสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

การบริหารองค์กรเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การวางแผน การจัดองค์กร การจัดบุคคลเข้าทำงาน การสั่งการและการควบคุม

2.4.2 การบริหารงานบุคคล

พิชิต เทพวรรณ (2555: 29-30) กล่าวว่า คุณลักษณะของสมรรถนะที่จำเป็นในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่จะประกอบไปด้วย 5 สิ่งดังนี้

(1) แรงจูงใจ (Motive) เป็นสิ่งที่คุณต้องการหรือคิดตรงกันในการกระทำ ซึ่งจะเป็นแรงขับหรือพฤติกรรมแสดงออกถึงเป้าหมาย เช่น แรงจูงใจต่อความสำเร็จในเป้าหมายที่ท้าทาย จะทำให้บุคคลเกิดความรับผิดชอบเพื่อความสำเร็จ

(2) อุปนิสัย (Trait) เป็นลักษณะนิสัยทั่วไปที่จะตอบสนองต่อข้อมูลหรือสถานการณ์ที่เผชิญ โดยสามารถพิจารณาได้จากความสามารถในการเรียนรู้ ความกระตือรือร้น และความร่วมมือ

(3) มโนทัศน์ส่วนตัว (Self-Concept) เป็นทัศนคติและความคิดฝันของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้ของบุคคลจะทำให้เกิดปฏิกิริยาต่อแรงจูงใจ และทำนายถึงพฤติกรรมของสถานการณ์ต่างๆ ได้

(4) ความรู้ (Knowledge) เป็นข้อมูลขอบเขตเนื้อหาเฉพาะด้านบุคคล เช่น ความรู้ของพนักงานขายจะเกี่ยวกับอรรถประโยชน์ในตัวสินค้าหรือบริการและยอดขาย เป็นต้น

(5) ทักษะ (Skill) เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานทั้งทางร่างกาย ความคิด และจิตใจของบุคคลในระดับที่คิดวิเคราะห์ ใช้ความรู้กำหนดเหตุและผล หรือการวางแผนในการจัดการและในขณะเดียวกัน ก็ตระหนักในความซับซ้อนของข้อมูลได้

พิชิต เทพวรรณ (2555: 32-33) สำหรับสมรรถนะที่จำเป็นของบุคคลที่องค์กรได้จัดทำหรือหาได้นั้น สามารถนำมาใช้กับงานด้านทรัพยากรมนุษย์ในหลาย ๆ ด้านดังนี้ (1) การวางแผนความก้าวหน้าของบุคลากร (Succession Planning) (2) การฝึกอบรม (Training) (3) การเจรจาต่อรองพนักงาน (Employee Bargaining) (4) การรับสมัคร (Recruitment) (5) การบริหารค่าตอบแทน (Compensation Management) (6) ระบบข้อมูลด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Information System: HRIS) (7) การออกแบบลักษณะงาน (Job Design) (8) การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management)

ศรัณย์ วิสเพ็ญ (2553) พบว่าพนักงานร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ระหว่าง มัธยมศึกษาปีที่ 1-6 เป็นแรงงานประเภทรายวัน ประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 1 ปี มีคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง และพบว่ารายได้ได้ขึ้นอยู่กับสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ และการศึกษา กรณีเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตการทำงาน จำแนกตามเพศ พบว่า คุณภาพชีวิตขึ้นอยู่กับ ค่าตอบแทนเพียงพอและยุติธรรม ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน และการพัฒนาความสามารถของบุคคล นอกจากนั้นการพัฒนาตนเองด้านความรู้ความสามารถ จัดอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านบุคลิกภาพ จัดอยู่ในระดับมาก และด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตอยู่ในระดับมาก และยังพบว่าระดับการพัฒนาตนเองยังขึ้นอยู่กับ เพศ อายุ ตำแหน่งงาน สถานภาพสมรส อัตราเงินเดือน การศึกษา และภูมิสำเนา

2.4.3 การกำหนดโครงสร้างองค์กรและการบริหารทรัพยากรมนุษย์

2.4.3.1 โครงสร้างองค์กร คือ แบบแผนที่กำหนดขอบเขตของงานและความสัมพันธ์ของอำนาจหน้าที่ ถือเป็นความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการระหว่างกลุ่มและบุคคลแต่ละคนภายในองค์กร

2.4.3.2 แผนภูมิองค์กร คือ เส้นแสดงแผนผังบรรยายรูปร่างของโครงสร้างองค์กร

2.4.3.3 การจัดคนเข้าทำงาน คือการพิจารณาเรื่องความต้องการในหน้าที่ต่าง ๆ ซึ่งจะมีจำนวนมากหรือน้อยหรือมีคุณสมบัติอย่างไรจะขึ้นอยู่กับโครงสร้างองค์กร ประเภท และขนาดขององค์กรธุรกิจของผู้ประกอบการ

2.4.3.4 การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีหน้าที่ใน 2 ส่วน คือ ส่วนที่เกี่ยวกับองค์กร และส่วนที่เกี่ยวกับคน

1) หน้าที่เกี่ยวกับองค์กร โดยจะต้องรับผิดชอบตั้งแต่การริเริ่มและกำหนดนโยบายทางด้านงานทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเสนอต่อผู้บริหารสูงสุด ให้คำแนะนำแก่ผู้จัดการในแผนกต่าง ๆ และให้บริการเกี่ยวกับเรื่องของพนักงานรวมทั้งทำการควบคุมและประเมินผลถึงความแตกต่างกับมาตรฐานที่กำหนดไว้

2) หน้าที่เกี่ยวกับบุคคล จะต้องทำการดูแลเรื่องเกี่ยวกับพนักงานทั้งหมด ตั้งแต่เริ่มเข้ามาทำงานจนกระทั่งออกจากองค์กรไป หน้าที่เหล่านั้นคือ

- 2.1) การวางแผนทางด้านกำลังคน
- 2.2) การวางแผนให้เหมาะสมกับงาน
- 2.3) การโยกย้ายตำแหน่งและการให้ออกจากงาน
- 2.4) การฝึกอบรมพัฒนาทักษะพนักงาน
- 2.5) การควบคุมและบริการต้นทุนแรงงาน
- 2.6) การทดสอบและประเมินผลการทำงาน
- 2.7) การดูแลสุขภาพแวดล้อมภายในที่ทำงาน
- 2.8) การรักษากฎระเบียบของพนักงาน
- 2.9) แรงงานสัมพันธ์ เป็นการจัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดความร่วมมือกันในการทำงาน
- 2.10) การวางแผนจัดการองค์กร
- 2.11) การวิจัยงานบุคคล

2.4.4 ความพร้อมด้านการบริหาร

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2560: 61-71) กล่าวว่า การวิเคราะห์ความพร้อมในด้านของการบริหาร มุ่งเน้นถึงบุคลากรที่มีความสามารถในเชิงบริหารที่เข้ามารับผิดชอบ ตลอดจนรูปแบบการบริหารซึ่งขึ้นอยู่กับชนิดกิจการ ระดับของการบริหาร การวิเคราะห์ความพร้อมทางการบริหารเป็นส่วนที่จำเป็นในทางปฏิบัติ เนื่องจากความสามารถทางการบริหารเป็นกลไกสำคัญที่ผลักดันให้โครงการประสบผลสำเร็จ ผู้วิเคราะห์โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหนี้หรือผู้ให้กู้ยืมมักให้ความสำคัญเป็นพิเศษ อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ทางการบริหารสามารถพิจารณาได้หลายลักษณะดังนี้

2.4.4.1 พิจารณาโดยยึดหลักความเป็นเจ้าของกิจการ แบ่งออกเป็น

1) เจ้าของคนเดียว กิจการที่มีเจ้าของคนเดียวมักมีความคล่องตัวในการตัดสินใจสูงมาก ถ้าเจ้าของเป็นคนที่ความสามารถและประสบการณ์สูงจะมีผลดีมาก แต่ในขณะเดียวกันปัญหาของกิจการประเภทเจ้าของคนเดียวมีหลายประการ เช่น ปัญหาการหาเงินทุนทั้งจากตนเองและกู้เงินได้ไม่มากและยังมีปัญหาทางด้านการจัดหาบุคลากรอีกด้วย เนื่องจากบุคลากรที่มีความสามารถสูงไม่นิยมทำงานกับกิจการประเภทครอบครัว โดยเฉพาะกิจการขนาดเล็ก กิจการเจ้าของคนเดียวจึงมีน้อย และไม่ใช้ธุรกิจขนาดใหญ่

2) ห้างหุ้นส่วน แม้ว่าจะหาเงินทุนได้มากกว่าเจ้าของคนเดียว แต่มักมีความคล่องตัวในการตัดสินใจน้อยกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเกิดความขัดแย้งระหว่างผู้เป็นหุ้นส่วนจะประสบปัญหาทางบริหาร เช่นเดียวกับเจ้าของคนเดียว ปัจจุบันเริ่มน้อยลงเพราะผู้ลงทุนหันไปสู่บริษัทจำกัด

3) บริษัทจำกัด โครงการขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ล้วนใช้รูปแบบบริษัทจำกัด เนื่องจากเจ้าหนี้ยอมรับบริษัทจำกัดมากกว่าเจ้าของคนเดียวหรือหุ้นส่วน จึงสามารถระดมเงินทุนได้สูง เนื่องจากบริษัทจำกัดแยกเจ้าของและกิจการออกจากกันเด็ดขาด ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องไม่มีปัญหาในตัวผู้เป็นหุ้นส่วน การพิจารณาการบริหารของบริษัทมักจะดูที่ตัวผู้บริหารระดับต่าง ๆ ว่ามีความสามารถและประสบการณ์อย่างไร การแบ่งงานออกเป็นแผนกต่าง ๆ เหมาะสมหรือไม่ การประสานงานจำนวนพนักงานและเงินทุนเป็นอย่างไร เพราะปัจจัยดังกล่าวส่งผลถึงการบริหาร

2.4.4.2 วัตถุประสงค์ของโครงการจะเป็นตัวกำหนดความซับซ้อนทางการบริหารของโครงการด้วย เพราะส่งผลถึงการแข่งขัน ปริมาณเงินลงทุน ความยากง่ายในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ความเกี่ยวข้องกับประชากรและหน่วยงานต่าง ๆ ประมาณงานที่จะต้องทำ เป็นต้น

1) ตัวผู้ลงทุนเองมีความพร้อมด้านการบริหาร และมีความรู้ในด้านที่จะลงทุนหรือไม่ เพียงใดผู้ลงทุนในที่นี้อาจหมายถึง เจ้าของที่เป็นบุคลากรในกรณีของกิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทครอบครัว หรืออาจหมายถึงบริษัทมหาชนก็ได้ เพราะถ้าผู้ลงทุนมีความชำนาญงานจะรู้ว่าควรเริ่มงานที่ไหนและลำดับขั้นตอนของงานมีอะไรบ้าง เป็นต้น

2) มีบุคลากรที่มีความสามารถและความจงรักภักดีอยู่หรือไม่ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะระดับผู้บริหาร ในปัจจุบันบุคลากรจะเชื่อมั่นต่อองค์กรมากกว่าตัวบุคคลทำให้กิจการขนาดใหญ่ ๆ ที่มีชื่อเสียงจะได้เปรียบกิจการเล็ก ๆ ที่ไม่ค่อยมีชื่อ เราจึงมักพบว่าบริษัทครอบครัวจะประสบ

ปัญหาทางการบริหารมากขึ้นเรื่อย ๆ ผู้วิเคราะห์โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ที่จะพิจารณาทางด้านบริหารจึงสามารถพิจารณาถึงตัวเจ้าหน้าที่บริหารทั้งตัวบุคคล ประสบการณ์การเข้าออกของกลุ่มคนเหล่านั้น

3) มีศักยภาพที่จัดหาและจ้างบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด ได้แก่ ความพร้อมทางการบริการบุคคล ความสามารถในการให้ผลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เงินเดือน โบนัส สวัสดิการ และอื่น ๆ ซึ่งต้องพิจารณาถึงการขาดแคลนคนงาน และบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านในท้องถิ่นด้วย การวิเคราะห์ในขั้นนี้จะต้องรวบรวมข้อมูลด้านอัตราค่าจ้างมาใช้เป็นข้อมูลประกอบ

4) รูปแบบของโครงการและการจัดหน่วยงานของโครงการ เป็นลักษณะของการมองภาพรวมทางการบริหาร ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนองค์การ จัดแผนงานย่อย สายบังคับบัญชา

5) รูปแบบการวางแผนการปฏิบัติงานและการควบคุม พิจารณาได้จากปรัชญาองค์การวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ และมองในมุมที่แคบลงมา ได้แก่ การวางแผนงานสอดคล้องกับเป้าหมายรวมทั้งการกำหนดระยะเวลาได้สัมพันธ์กันตลอดจนกำหนดบุคลากรที่จะรับผิดชอบและควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน ในขั้นนี้ถ้าเป็นโครงการที่ยังไม่เกิดขึ้นอีกด้วย

6) ระบบการตรวจสอบและรายงาน ถึงแม้จะเป็นการวิเคราะห์การบริหารแต่ระบบการตรวจสอบภายในด้วย มิใช่เฉพาะรายงานการปฏิบัติงานแต่เพียงอย่างเดียว

7) การเตรียมการสำหรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีแผนการดังกล่าวเพียงพอหรือไม่ และมีการปฏิบัติเพื่อไปถึงวัตถุประสงค์ดังกล่าวเพียงใด

2.4.4.3 การวิเคราะห์ทางการบริหารทางการบริหารเพื่อทำการลงทุนในฐานะผู้บริหาร โครงการต้องมีการจัดทำรายละเอียดเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานด้วย โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาปรัชญา เป้าหมาย และนโยบายหลักขององค์การ
- 2) พิจารณาการแบ่งงานและจัดสายการบังคับบัญชาขององค์การ
- 3) กำหนดโครงการสื่อสารและการประสานงานตลอดจนวิธีการติดตามผลงาน
- 4) กำหนดนโยบายบริหารบุคคลและอัตราค่าจ้าง
- 5) รวบรวมข้อมูลแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกำลังคนในระดับต่าง ๆ ทั้งปริมาณ

และคุณสมบัติ

- 6) ประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับคนในระดับต่าง ๆ ทั้งปริมาณและคุณสมบัติ

- 7) เขียนแผนกำลังคน และสรุปงานในตำแหน่งหน้าที่ (Job Description)

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์ทางการบริหารมุ่งเน้นที่ประสานงานของหน่วยงานต่าง ๆ การสั่งการและการติดตามผลปฏิบัติการ ตลอดจนวิถีทางเกี่ยวกับการบริหารบุคคล เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงานตามแผนการหรือนโยบายขององค์กร โดยข้อมูลบางส่วนของโครงการแสดงได้ดังนี้

(1) นโยบายองค์กร

- (1.1) ผลผลิตคุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม
- (1.2) มุ่งขยายการผลิตและจำหน่ายบนพื้นฐานที่มั่นคง
- (1.3) มีการพัฒนาและนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในทุกด้าน
- (1.4) ให้ผลตอบแทนในอัตราที่สูงกว่าอัตราเฉลี่ย

การศึกษานโยบายองค์การของโครงการ เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของทุกแผนกและทุกงานที่เกิดขึ้นในโครงการ

(2) วางแผนการปฏิบัติงานและจัดทำผังองค์การ

(2.1) พิจารณาหลักๆของโครงการ

(2.2) แบ่งงานออกเป็นกลุ่มงาน ซึ่งจะมีผลต่อการจัดตั้งฝ่ายหรือแผนกต่าง ๆ

(2.3) จัดทำผังองค์การเพื่อเห็นงานของฝ่ายและแผนกต่าง ๆ รวมทั้งความเชื่อมโยงระหว่างงานต่าง ๆ

(2.4) จัดทำรายละเอียดงานของแต่ละแผนก (job description)

(2.5) พิจารณาอัตรากำลังของแต่ละแผนก และคุณสมบัติของผู้ที่จะปฏิบัติงาน (job specification)

(2.6) จัดทำใบอธิบายลักษณะงานของทุกตำแหน่ง

(3) กำหนดรูปแบบการบังคับบัญชา

(3.1) นำรายละเอียดจากขั้นวางแผนมากำหนดรูปแบบการบังคับบัญชาและการประสานงานระหว่างแผนกต่าง ๆ โดยยึดจากเอกสารเป็นหลัก

(3.2) จัดทำรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการประเมินผลและรายงาน

(4) กำหนดนโยบายบริหารบุคคลให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์การ

(4.1) วางแผนด้านกำลังพลให้สอดคล้องกับเป้าหมายการขยายตัวของโครงการ

(4.2) ศึกษาสภาพแวดล้อมทางการจ้างงานและอัตราผลตอบแทนของท้องตลาด รวมทั้งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงค่าจ้างในอนาคต

(4.3) กำหนดโครงสร้างของผลตอบแทนให้สอดคล้องกับปัจจัยต่าง ๆ

(5) รวบรวมข้อมูลด้านกำลังคนจากแผนกต่าง ๆ

ให้แผนกต่าง ๆ ทำรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนคน ตำแหน่งงาน คุณสมบัติที่ต้องการในระยะเริ่มต้น เนื่องจากการวางแผนด้านกำลังคนนั้นอาจพิจารณาในภาพรวม แต่เมื่อเริ่มต้นยอดขายและยอดผลิตยังไม่สูงก็อาจยังไม่ได้รับคนเข้ามาเต็มจำนวน

(6) คำนวณอัตราจ้างตามแผนการดำเนินงานของกิจการ

(6.1) พิจารณาการขยายตัวของโครงการ

(6.2) พิจารณามูลค่าตามตำแหน่งต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเพิ่ม

(6.3) คำนวณค่าจ้าง

(6.4) นำผลที่ได้ไปจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า

สรุปการวิเคราะห์ในทางด้านการจัดการจะนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาเพื่อทำการวางรูปแบบโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับโครงการ และทำการประมาณค่าใช้จ่าย ในขั้นของการวิเคราะห์และทำประมาณทางการเงินล่วงหน้า ในส่วนของค่าใช้จ่ายในการบริหารเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ในโครงการ เช่น ค่าใช้จ่ายในการจัดหาบุคลากร ค่าใช้จ่ายในการจัดทำบัญชีและการเงิน ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้ออุปกรณ์และวัตถุดิบต่าง ๆ ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องทำการวิเคราะห์ทางด้านการจัดการเพื่อจะทำให้การกำหนดต้นทุนด้านการจัดการให้ได้ประสิทธิภาพมากที่สุดในการดำเนินโครงการ

2.5 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน จะทำการวิเคราะห์ตามทฤษฎีที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินโครงการได้แก่ แหล่งเงินทุน ประมาณการด้านการเงิน ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (สุพาดา สิริกุดตา, 2545)

2.5.1 แหล่งเงินทุน

แหล่งเงินทุนแบ่งออกเป็น 2 แหล่งใหญ่ๆ คือ แหล่งเงินทุนภายใน และแหล่งเงินทุนภายนอก สำหรับแหล่งเงินทุนภายในคือ เงินทุนที่มาจากกำไรสะสมของกิจการ ส่วนแหล่งเงินทุนภายนอกคือ เงินทุนที่ไม่ได้มาจากการดำเนินการ เช่น เจ้าหนี้การค้า ออกหุ้นสามัญหรือหุ้นกู้ เป็นต้น

2.5.1.1 โครงสร้างของเงินทุน (Capital Structure) คำว่า “เงินทุน” ในความหมายของการวิเคราะห์โครงการ มิใช่หมายถึงส่วนเฉพาะของเจ้าของหรือบัญชีทุนที่ปรากฏในงบดุลเท่านั้น แต่ยังรวมถึงส่วนของหนี้สินที่กู้ยืมมา เพื่อใช้ในการดำเนินงานอีกด้วย แต่ให้ความสำคัญในส่วนของหนี้สินระยะยาว ส่วนโครงสร้างของเงินทุน (Capital Structure) หมายถึงสัดส่วนระหว่างเงินทุนชนิดต่าง ๆ เช่น เงินทุนจากเจ้าหนี้และเงินทุนจากเจ้าของ สัดส่วนของเงินทุนมีความหมายต่อการวิเคราะห์ทางการเงิน เนื่องจากมีผลต่อทุนของเงินลงทุน และต้นทุนของเงินทุนแต่ละชนิดมีอัตราแตกต่างกัน และความต้องการของผู้ลงทุนและเจ้าหนี้มีความแตกต่างกัน เช่น ผู้เป็นเจ้าหนี้ก็ยอมให้เจ้าของเอาเงินมาลงทุนมาก ๆ เพื่อฐานะในโครงการของเจ้าหนี้จะได้มั่นคง ส่วนเจ้าของก็อยากลงทุนน้อย ๆ และกู้เงินจากเจ้าหนี้แทน ทำให้ผู้บริหารโครงการจำเป็นต้องประสานความต้องการต่าง ๆ บนเงื่อนไขที่ทำให้ต้นทุนของเงินทุนต่ำที่สุดเท่าที่เป็นไปได้โดยต้องพิจารณาความเสี่ยงด้วย และสิ่งสำคัญคือการจัดโครงสร้างเงินทุนให้สามารถรองรับความเสี่ยงได้ โดยแหล่งเงินทุนมีทั้งส่วนของเจ้าของและการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ จึงสามารถแบ่งประเภทแหล่งเงินทุนได้ดังนี้

1) หนี้สินระยะยาว (Long Term Debt) เป็นหนี้สินที่อายุมากกว่า 1 ปีขึ้นไป ได้แก่ เงินกู้ยืมระยะยาวได้จากสถาบันการเงินที่สำคัญ เช่น ธนาคารพาณิชย์และบริษัทเงินทุนต่าง ๆ รวมทั้งบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยจึงสามารถออกหุ้นกู้ขายแก่ประชาชนได้และแหล่งอื่น ๆ

2) ส่วนเจ้าของ (Equity) เป็นเงินทุนที่ได้มาจากผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการในกรณีที่เป็นเจ้าของคนเดียวหรือห้างหุ้นส่วน ได้แก่ เงินที่แต่ละคนนำมาลงทุน ส่วนในกรณีที่เป็นบริษัทจำกัด ได้แก่

2.1) หุ้นสามัญ เป็นหุ้นพื้นฐานของกิจการ ผู้ถือหุ้นสามารถมีความเป็นเจ้าของกิจการมีสิทธิออกเสียงในการประชุมผู้ถือหุ้น ได้รับผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผล

2.2) หุ้นบุริมสิทธิ เป็นหุ้นที่มีลักษณะเป็นเจ้าของคล้ายหุ้นสามัญแต่อาจมีสิทธิในการออกเสียงน้อยกว่า หรือไม่มีสิทธิ แต่มีสิทธิจะได้รับเงินปันผลต่าง ๆ ก่อนและมีมูลค่าที่จะได้รับคืนเมื่อเลิกกิจการ

2.5.1.2 การจัดโครงสร้างเงินทุน การจัดโครงสร้างเงินทุน หมายถึง การจัดหาเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ มาเพื่อใช้ในการดำเนินงานโครงการ โดยวัตถุประสงค์ให้มีส่วนที่จะก่อให้เกิดต้นทุน ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของหรือเจ้าหนี้ โดยมีหลักที่ใช้ยึดปฏิบัติโดยทั่วไปดังนี้

1) การศึกษาข้อจำกัดต่าง ๆ ของเงินทุน ผู้บริหารโครงการหรือผู้ตัดสินใจลงทุน ไม่อาจทำในสิ่งที่ดีที่สุดในได้เสมอไป เนื่องจากอุปสรรคหรือข้อจำกัดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นฐานะของผู้ลงทุน

เงื่อนไขของเจ้าหนี้ ข้อจำกัดทางกฎหมายหรือข้อจำกัดอื่น ๆ เช่น ฐานะของผู้ลงทุนเป็นตัวกำหนดปริมาณเงินทุนส่วนของเจ้าของ ถ้าเป็นเจ้าของคนเดียวหรือห้างหุ้นส่วน ปริมาณเงินทุนได้แก่ การตกลงใจของเจ้าของทุนแต่ละคน ถ้าอยู่ในรูปของบริษัทอยู่ที่ทุนจดทะเบียน รวมทั้งราคาขายหุ้นทุน ได้แก่ ราคาตามมูลค่าหุ้นรวมกับส่วนเกินมูลค่าหุ้นส่วนข้อจำกัดทางด้านเจ้าหนี้ ได้แก่ ปริมาณที่เจ้าหนี้ยินยอมให้กู้ ปัจจัยที่เจ้าหนี้พิจารณา ได้แก่ สัดส่วนเงินทุนของเจ้าของ และจำนวนเงินกู้จากเจ้าหนี้

2) พิจารณาด้านทุนที่แท้จริงของเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ ว่ามีเท่าใดต้นทุนของเงินทุน ได้แก่ เงินผลตอบแทนที่โครงการต้องให้แก่แหล่งเงินทุน เช่น ดอกเบี้ยหรือเงินปันผล ส่วนต้นทุนที่แท้จริง ได้แก่ การนำปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาใช้คิดเพื่อให้ได้ต้นทุนที่แท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีที่เป็นโครงการลงทุนขนาดใหญ่ใช้ปริมาณเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ มาก

3) พยายามจัดสัดส่วนให้มีต้นทุนเงินลงทุนต่ำที่สุด จัดเป็นหลักสำคัญของโครงการลงทุนต้นทุนต่ำที่สุดขึ้นอยู่กับเงื่อนไขข้อจำกัดต่าง ๆ ด้วย เช่น ในสภาพเศรษฐกิจที่ดี ความต้องการของสินค้าของโครงการมีสูง เจ้าหนี้ก็อาจให้กู้ยืมในสัดส่วนสูง แต่ถ้าเศรษฐกิจไม่ดีเจ้าหนี้ก็อาจพยายามลดวงเงินกู้ลง ซึ่งจะมีผลให้สัดส่วนหนี้สินของกิจการลดลง กิจการต้องหาเงินทุนจากการลงทุนเพิ่มโดยเจ้าของและโดยทั่วไปแล้วในโครงการขนาดใหญ่ มีทุนจดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์นั้น ต้นทุนของเงินลงทุนต่ำจะทำให้อัตราส่วนกำไรต่อส่วนเจ้าของสูงซึ่งมีผลต่อราคาขายหุ้นทุนด้วย

4) คำนวณสัดส่วนเงินทุนที่เหมาะสม เมื่อได้สัดส่วนของเงินทุนแล้วผู้วิเคราะห์ก็สามารถคำนวณต้นทุนเงินลงทุนรวมทั้งโครงการได้ (ชนงกรณ์ กุณพลบุตร, 2560: 75-77)

2.5.2 ประมวลการด้านการเงิน

ประมวลการด้านการเงิน คือ การจัดท่างบการเงินล่วงหน้า การประมาณการงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด เป็นต้น (อาณัติ สิมัคเดช, 2561)

งบการเงิน (Financial Statement) คือ สิ่ง que แสดงให้เห็นถึงฐานะทางการเงินของโครงการ และความเป็นไปของโครงการในรอบระยะเวลาหนึ่ง การวิเคราะห์งบการเงินอย่างถูกต้องจะทำให้สามารถพยากรณ์รายได้และกระแสเงินสดที่จะเกิดขึ้นกับโครงการในอนาคตได้

งบกำไรขาดทุน (Income Statement) คือ งบที่แสดงให้เห็นถึงผลการดำเนินงานของโครงการในรอบระยะเวลาหนึ่ง โดยปกติคือ 1 ปี

งบแสดงฐานะทางการเงิน (Balance Sheet) คือ งบที่แสดงถึงสินทรัพย์ของโครงการ และที่มาของสินทรัพย์นั้นในเวลาเดียวกันประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ สินทรัพย์ (Asset) หนี้สิน (Liability) และทุนหรือส่วนของเจ้าของ (Stockholder's Equity) โดยความสัมพันธ์ของรายการทั้งสามนี้สามารถอธิบายได้จากสมการ

$$\text{สินทรัพย์} = \text{หนี้สิน} + \text{ทุน} \quad (2.1)$$

งบกระแสเงินสด (Statement of Cash Flow) คือ งบที่สามารถทำให้เห็นการไหลเวียนของเงินสดในโครงการในรอบปีของแต่ละปี ทำให้สามารถประมาณสภาพคล่องทางการเงินของโครงการได้ โดยสามารถแบ่งได้ 4 ประเภท ดังนี้

(1) กระแสเงินสดในช่วงเริ่มจะมีกระแสเงินสดในระยะแรกมีเฉพาะเงินสดค่าที่ใช้ในการลงทุนเท่านั้น ซึ่งกระแสเงินสดที่เกิดขึ้นในช่วงเริ่มแรกมักจะติดลบ

(2) กระแสเงินสดในช่วงดำเนินงาน โดยกระแสเงินสดในช่วงนี้จะมีทั้งเงินสดรับ และเงินสดจ่าย กระแสเงินสดรับได้แก่ รายได้ และรายรับอื่น ๆ ในส่วนของกระแสเงินสดจ่าย ได้แก่ รายการใช้จ่ายในการดำเนินงานของโครงการ และเป็นรายจ่ายที่เกิดขึ้นตลอดอายุโครงการ

(3) กระแสเงินสดเมื่อสิ้นสุดโครงการ คือกระแสเงินสดที่จะเกิดขึ้นในปีสุดท้ายของโครงการ ซึ่งประกอบด้วย มูลค่าซากของสินทรัพย์ และรายรับที่เกิดจากการดำเนินการขายที่ดิน

(4) กระแสเงินสดสุทธิ และกระแสผลตอบแทนสุทธิ เป็นความแตกต่างของกระแสรายรับทั้งหมด ซึ่งหมายถึงผลตอบแทน และกระแสรายจ่าย ซึ่งหมายถึงต้นทุน ที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละปีของโครงการ

2.5.3 การจัดทำประมาณการทางการเงินเพื่อการตัดสินใจ

ชนงกรณ์ กุณทลบุตร (2560: 161-178) กล่าวว่า การจัดทำประมาณทางการเงินเพื่อการตัดสินใจลงทุนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดก่อนการตัดสินใจ เนื่องจากโครงการลงทุนในปัจจุบันมีขนาดใหญ่ใช้ทุนสูง รวมทั้งสภาวะแวดล้อมด้านต่าง ๆ ที่ผันแปรไม่แน่นอน ทำให้การลงทุนไม่สามารถตัดสินใจโดยใช้วิจารณ์ญาณและความรู้สึกส่วนตัวเข้ากำหนด จำเป็นต้องมีปัจจัยที่แสดงให้เห็นสิ่งดังกล่าวในขณะเดียวกันการทำประมาณทางการเงินเป็นสิ่งที่จัดทำขึ้นล่วงหน้า ผู้จัดทำจึงต้องระวังที่จะให้สิ่งที่ได้ประมาณขึ้นใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด นั่นคือพิจารณาควบคู่ไปกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่จะมีผลต่อโครงการ ไม่ว่าในด้านรายรับหรือต้นทุนของโครงการโดยทั่วไปแล้วการจัดทำประมาณการทางการเงินมีขั้นตอนที่สำคัญ ๆ ได้แก่ (1) การประมาณการทางด้านเงินลงทุนเริ่มต้น (2) การประมาณการทางการเงินในขณะดำเนินโครงการ และ (3) การประเมินค่าโครงการลงทุนในแต่ละขั้นตอนสามารถแสดงรายละเอียดได้ ดังต่อไปนี้

2.5.3.1 ประมาณการทางด้านเงินลงทุนเริ่มต้น หมายถึง ค่าใช้จ่ายลงทุนในตอนเริ่มต้นโครงการก่อนที่จะโครงการจะสามารถดำเนินการผลิตและเข้าสู่รอบระยะเวลาดำเนินงานตามปกติ มีรายจ่ายหลัก 2 ส่วน ได้แก่

1) ส่วนที่เป็นต้นทุนสินทรัพย์ถาวร เป็นรายจ่ายลงทุนเริ่มแรกที่ต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการจัดหาที่ดิน ก่อสร้างอาคาร ค่าเครื่องจักรและค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง ค่าเครื่องมือเครื่องใช้ในโรงงาน อุปกรณ์สำนักงาน ยานพาหนะและถาวรวัสดุต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน ส่วนที่เป็นต้นทุนสินทรัพย์ถาวรมีราคาที่แน่นอน บางรายการต้องได้รับความร่วมมือจากวิศวกรหรือสถาปนิกด้วย เช่น ค่าก่อสร้างอาคาร ค่าเครื่องจักรและติดตั้งเป็นต้น นอกจากนี้การประมาณต้นทุนสินทรัพย์ถาวรในบางกรณีต้องพิจารณามูลค่าเปลี่ยนแทนสินทรัพย์เดิม เช่น การพิจารณามูลค่าสินทรัพย์เดิมที่อาจขายได้ เมื่อนำมาหักลบจากมูลค่าเครื่องจักรใหม่หรือกระบวนการผลิตใหม่ก็จะเป็นมูลค่าเปลี่ยนแทนสินทรัพย์เดิม ถ้าคิดอย่างละเอียดก็นำมูลค่าตามบัญชีมาคิดร่วมกับภาษีเงินได้นิติบุคคลที่อาจประหยัดได้ในกรณีที่ขายสินทรัพย์เดิม

2) ส่วนที่เป็นค่าใช้จ่าย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายของเจ้าหน้าที่ ค่าใช้จ่ายของสำนักงาน และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ค่าใช้จ่ายเหล่านี้เกิดขึ้นก่อนที่กิจการจะเริ่มดำเนินงานตามปกติก็จะกลายเป็นค่าใช้จ่ายประจำ

3) วิธีการประมาณเงินลงทุนเริ่มต้น ผู้วิเคราะห์จะต้องทำการรวบรวมข้อมูลรายละเอียดของส่วนที่จะต้องจัดหาทั้งในส่วนของ ชนิด ปริมาณ และราคา โดยการประมาณมักจะเริ่มต้นด้วยการจำแนกรายการออกเป็นกลุ่ม หลังจากนั้นจะมีการกำหนดปริมาณและตามด้วยราคา แล้วทำการคำนวณตัวเลขออกมา

2.5.3.2 การประมาณการด้านการเงินในขณะดำเนินโครงการ หมายถึง การประมาณรายรับและรายจ่ายที่จะเกิดขึ้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญหลายประการ เช่น เงินทุนเริ่มแรกที่จัดหามาได้ ค่าใช้จ่ายเริ่มแรกที่ย้ายไปแล้ว ยอดขายเหลือรายได้ที่จะได้ ยอดค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น การประมาณในลักษณะนี้ไม่ได้หมายถึงการทางการเงินล่วงหน้าในรูปแบบของงบกำไรขาดทุนแต่เป็นการกระทำในลักษณะของกระแสเงินไหลเข้า-ไหลออก (Cash inflow – Cash Outflow) เพราะกระแสเงินสดมีความสำคัญต่อโครงการหลายประการ เช่น โครงการต้องมีเงินสดมากเพียงพอที่จะจ่ายรายจ่าย และจ่ายชำระหนี้ได้ตลอดเวลาที่ได้รับการทวงถาม ในขณะเดียวกันเงินทุนของกิจการส่วนหนึ่งเกิดจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ดังนั้น เงินทุนเหล่านั้นจึงมีต้นทุนในรูปของดอกเบี้ย กิจการจึงไม่สามารถถือเงินไว้ในมือมาก ๆ ได้เพราะต้องจ่ายดอกเบี้ย ดังนั้น โครงการทุกโครงการจึงต้องวางแผนกระแสเงินสดรับ (Cash Inflow) และกระแสเงินสดจ่าย (Cash outflow) ให้เหมาะสม เพื่อมิให้เงินขาดมือในขณะเดียวกันก็จ่ายดอกเบี้ยในจำนวนที่น้อยที่สุดด้วย การประมาณกระแสเงินสดรับจ่ายของโครงการจะนำยอดขายจากที่ได้ประมาณไว้ในขั้นตอนการวิเคราะห์ตลาดมาสรุปผลเทียบกับราคาขายและรายได้อื่น ๆ และทำการประมาณการเกี่ยวกับรายจ่ายโดยละเอียด ดังนั้นจึงควรทำหลังจากที่ได้ประมาณงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า

ปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์ทางการเงิน ได้แก่ การจัดทางการเงินที่เกี่ยวข้องล่วงหน้า งบการเงินเป็นสิ่งที่ธุรกิจใช้แสดงฐานะของธุรกิจและผลการดำเนินงานในรอบระยะเวลาดำเนินงานตามปกติ โดยปกติแล้วงบการเงินล่วงหน้า โดยพยายามทำให้ได้ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด เพื่อดูแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตการทำงานของงบการเงินล่วงหน้าไม่ว่าจะเป็นงบกำไรขาดทุน งบดุลหรือประมาณการเกี่ยวกับเงินสดรับจ่าย มักเริ่มต้นจากการนำประมาณการเกี่ยวกับปริมาณขายมาเป็นปัจจัยกำหนดรายจ่ายในขั้นตอนอื่นเพราะปริมาณขายเป็นตัวกำหนดรายรับ ต้นทุนผลิต ต้นทุนขาย รวมทั้งรายจ่ายเกี่ยวเนื่องอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารและค่าใช้จ่ายในการซึ่งผันแปรโดยขึ้นอยู่กับระดับของกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีงบการเงินหลักได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบดุล งบกระแสเงินสด และมีรายละเอียดประกอบ ซึ่งเป็นรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างของงบการเงินล่วงหน้ามีดังต่อไปนี้

การประมาณงบกำไรขาดทุน การประมาณงบกำไรขาดทุนในการจัดทำงบการเงินล่วงหน้าเพื่อวิเคราะห์การลงทุนนี้จะต้องคำนวณรายละเอียดจากรายการที่สำคัญได้แก่

1) มูลค่าขาย คำนวณได้จากการนำปริมาณขายมาคำนวณคู่กับราคาขายของสินค้าดังกล่าวโดยพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งปริมาณและราคาต่อหน่วยของแต่ละปี

$$\text{มูลค่าขาย} = \text{ปริมาณขาย} \times \text{ราคาขาย} \quad (3.2)$$

ยอดของปริมาณขายและราคาขายของแต่ละปีได้จากการรวบรวมในขั้นตอนของการวิเคราะห์ตลาด ซึ่งตัวเลขที่ได้จากการประมาณในขั้นตอนของการวิเคราะห์ตลาดจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการจัดทำงบการเงินในขั้นต่อไป

2) ต้นทุนขาย การคำนวณต้นทุนขายทางบัญชี ต้องคำนวณจากสูตรต่อไปนี้

$$\text{ต้นทุนขาย} = \text{สินค้าต้นงวด} + \text{สินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตเสร็จในงวด} - \text{สินค้าปลายงวด} \quad (3.3)$$

โดยสินค้าต้นงวดและสินค้าปลายงวดจะเป็นมูลค่าที่ถูกกำหนดโดยนโยบายทางด้านสินค้าคงเหลือโครงการ ส่วนต้นทุนสินค้าสำเร็จรูปจะต้องคำนวณโดยการนำปริมาณคาดว่าจะผลิตไปคำนวณกับต้นทุนการผลิต เช่น วัตถุดิบค่าแรงค่าใช้จ่ายการผลิตซึ่งควรคำนวณอย่างละเอียดโดยคำนึงถึงระดับราคาที่เราคาดว่าจะเปลี่ยนแปลงไป

3) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจะต้องคำนวณโดยพิจารณาถึงกิจกรรมต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะแปรเปลี่ยนไปตามยอดขายที่เราคาดว่าจะเปลี่ยนแปลง เช่น ปริมาณที่เพิ่มจะส่งผลกระทบต่อเงินเดือนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของแผนกขาย แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่ได้หมายความว่าค่าจ้างจะแปรผันโดยตรง การจัดทำจึงต้องพยายามให้ใกล้เคียงความจริงที่สุด

4) รายจ่ายอื่น ๆ เช่น ดอกเบี้ยจ่ายจะต้องคำนวณโดยพิจารณาจากประมาณการทางด้านเงินกู้และอัตราดอกเบี้ย

จากขั้นตอนแต่ละขั้นดังกล่าวเห็นได้อย่างชัดเจนว่า มีจุดเริ่มต้นมาจากการประมาณยอดขายในขั้นของการวิเคราะห์การตลาด ดังนั้น ถ้าในขั้นตอนนี้สามารถประมาณได้อย่างแม่นยำ จะส่งผลกระทบต่อความถูกต้องของการประมาณงบกำไรขาดทุนด้วย แต่ถ้าประมาณปริมาณขายคลาดเคลื่อนจะส่งผลกระทบต่อปัจจัยอื่น ๆ ต่อเนื่องกันไปเช่นกัน

2.5.3.3 การประเมินค่าโครงการลงทุน การประเมินค่าโครงการทางการเงินในภาวะการณ์ปกติหมายถึงภาวะการณ์ที่ไม่มีเหตุการณ์ที่อาจแปรเปลี่ยนไปจากปกติ โดยจะทำการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนโดยวิธีการดังนี้

1) ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period: PB)

ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาที่ผู้ลงทุนจะได้รับเงินจากการลงทุนคืน การทราบระยะเวลาคืนทุนเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในการวิเคราะห์ความเสี่ยง นอกจากนี้การวัดระยะเวลาคืนทุนของโครงการจึงเป็นเครื่องมืออย่างง่ายในการประเมินว่าควรลงทุนในโครงการนั้นหรือไม่ โดยเป็นการพิจารณามุมมองในเชิงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในตลาดการลงทุนที่มีระยะเวลาคืนทุนที่สั้นกว่าจึงเป็นโครงการที่ดีกว่า (อาณัติ ลิ้มคเดช, 2561: 5-17)

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินลงทุนเมื่อเริ่มโครงการ}}{\text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี}} \quad (3.4)$$

ข้อดี คือ เป็นวิธีที่ตรงไปตรงมา เข้าใจได้ง่าย

ข้อเสีย คือ ขาดการคิดเรื่องมูลค่าของเงินกับช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกัน

หลักเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาคือโครงการที่จะพิจารณาลงทุนควรจะมีระยะเวลาคืนทุนที่สั้นที่สุด

2) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ หมายถึง ยอดรวมของกระแสเงินทั้งหมดที่ได้รับจากการลงทุนนี้ หลังจากปรับให้เป็นมูลค่าปัจจุบันแล้ว และจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงจำนวนผลประโยชน์สุทธิที่จะได้รับจากโครงการตลอดระยะเวลาของโครงการ ซึ่งอาจจะมีค่าลบ เป็นศูนย์ หรือ เป็นบวกก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่ามูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ (PVB) หักด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุน (PVC) ของโครงการนั้นสามารถหาค่าได้จากสมการดังนี้

$$NPV = PVB - PVC \quad (3.5)$$

$$NPV = \sum_{t=0}^n [B_t - C_t / (1 + r)^t] \quad (3.6)$$

เมื่อ NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

B_t = ผลตอบแทนของโครงการในปีที่ t

C_t = ค่าใช้จ่ายของโครงการในปีที่ t

r = อัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของทุน

t = ปีของโครงการ คือปีที่ 0, 1, 2, ..., n

n = อายุของโครงการ (ปี)

ข้อดี คือ ทำให้ทราบมูลค่าของเงินที่แท้จริงในช่วงเวลานั้น ๆ

ข้อเสีย คือ ขนาดของโครงการที่แตกต่างกันไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้โดยตรงอาจทำให้การตัดสินใจผิดพลาดได้

หลักเกณฑ์การพิจารณาคือ จะพิจารณาโครงการที่มี NPV มากกว่าศูนย์ (มีค่าเป็นบวก) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโครงการนั้นมีความเหมาะสมที่จะลงทุนได้ กล่าวคือมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม แต่ถ้าหากมูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าติดลบ แสดงว่าโครงการดังกล่าวไม่เหมาะสมที่จะลงทุน

3) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ หมายถึง อัตราผลตอบแทนที่คำนวณได้จากการหาอัตราคิดลดของกระแสเงินในโครงการ ณ จุด มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับศูนย์ สามารถหาค่าได้จากสมการดังนี้

$$NPV = \sum_{t=0}^n [B_t - C_t / (1 + r)^t] = 0 \quad (3.7)$$

เมื่อ NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

B_t = ผลตอบแทนของโครงการในปีที่ t

C_t = ค่าใช้จ่ายของโครงการในปีที่ t

r = อัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของทุน

t = ปีของโครงการ คือปีที่ 0,1,2,...,n

n = อายุของโครงการ (ปี)

ข้อดี คือ ทำให้ทราบมูลค่าของเงินที่แท้จริงในช่วงเวลานั้น ๆ

ข้อเสีย คือ ไม่สามารถนำอัตราผลตอบแทนนี้ไปเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนอื่น อาจทำให้เกิดการบิดเบือนได้ เนื่องจาก IRR เกิดจากกระแสเงินที่โครงการต้องการในช่วงเวลาที่กำหนดไว้เท่านั้น

ผลลัพธ์ที่ได้มีหลายค่าอาจจะทำให้เกิดการตัดสินใจผิดพลาดในการจัดอันดับโครงการ

หลักเกณฑ์ในการพิจารณา คือ โครงการลงทุนที่คุ้มค่าน่าลงทุนจะให้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าค่าเสียโอกาสหรือดอกเบี้ยของเงินที่นำมาลงทุน

4) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C Ratio)

อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนคือ อัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนทั้งหมดหารด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนทั้งหมด โดยคำนวณได้จากสูตร สามารถหาค่าได้จากสมการดังนี้

$$B/C \text{ Ratio} = PV \text{ of Benefit} / PV \text{ of Cost} \quad (3.8)$$

$$B/C \text{ Ratio} = \frac{[\sum_{t=0}^n B_t / (1+r)^t]}{[\sum_{t=0}^n C_t / (1+r)^t]} \quad (3.9)$$

เมื่อ B_t = ผลตอบแทนของโครงการในปีที่ t

C_t = ค่าใช้จ่ายของโครงการในปีที่ t

r = อัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของทุน

t = ปีของโครงการ คือปีที่ 0,1,2,...,n

ข้อดี คือ มีการคำนึงถึงค่าของเงินตามระยะเวลาและเข้าใจง่ายสามารถบอกผลกำไรเป็นกี่เท่าของเงินลงทุน

ข้อเสีย คือ มีความยุ่งยากซับซ้อน

หลักเกณฑ์การพิจารณาคือ ขนาดของ B/C Ratio อาจจะมีค่าเท่ากับ 1 มากกว่า 1 หรือ น้อยกว่า 1 ก็ได้แต่หลักในการพิจารณาการลงทุนในโครงการ จะพิจารณาโครงการที่มี BCR เท่ากับ 1 หรือ มากกว่า 1

สรุปการวิเคราะห์ทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์ที่สำคัญซึ่งจะเป็นตัวกำหนดความคุ้มค่าของโครงการ ว่ามีความคุ้มค่าของการลงทุนหรือไม่ โดยการศึกษาได้ศึกษาและวิเคราะห์ทางการเงิน โดยเริ่มจากการจัดหาแหล่งเงินทุนให้มีความเหมาะสมกับโครงการ การประมาณการทางการเงิน โดยนำข้อมูลตัวเลขจากการวิเคราะห์ทางการเงินตลาดและการจัดการเพื่อนำมาจัดทำประมาณการทางการเงิน จากนั้น ได้วิเคราะห์ในส่วนของอัตราส่วนหรือการคำนวณจากตัวเลขที่ได้มาโดยใช้กรอบแนวทางของ ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน

โครงการ และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุน สาเหตุที่ผู้ศึกษาได้เลือกเครื่องมือในการวิเคราะห์นี้ เพื่อจะได้ครอบคลุมในส่วนผลการศึกษาที่ได้ โดยแต่ละเครื่องมือมีจุดอ่อนหรือจุดด้อยซึ่งทำให้ไม่สามารถใช้เครื่องมือใดเครื่องมือหนึ่งในการประเมินได้ โดยระยะเวลาคืนทุนสามารถบอกตัวเลขให้กับผู้ที่สนใจได้เข้าใจได้ง่าย แต่ยังคงขาดการนำมูลค่าของเงินในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกันมาคิดคำนวณด้วย โดยข้อบกพร่องดังกล่าวสามารถแก้ไขได้โดยการใช้วิธีการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และเมื่อผู้ที่สนใจลงทุนต้องการทราบตัวเลขอัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของทุน สามารถพิจารณาได้จากการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการในแต่ละช่วงเวลาของผู้สนใจลงทุนต้องการ และวิธีการที่ผู้ศึกษาเลือกมาใช้งานคือ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุน เพื่อให้ทราบถึงผลกำไรที่เกิดขึ้นจากการลงทุนเป็นจำนวนกี่เท่าของต้นทุนที่ได้ลงทุนไป โดยตัวเลขที่ได้จากการวิเคราะห์ทั้งหมดสามารถที่จะนำไปประมาณการลงทุนให้กับผู้ที่สนใจลงทุนในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นได้ต่อไป

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อกนิษฐ์ เกตุทิม (2550) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบกิจการร้านอาหารประเภท แพนนไซน์ “ร้านเย็นตาโฟเครื่องทรง โดย อาจารย์มัลลิการ์” ในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า มีความคุ้มค่าในการลงทุน เนื่องจากมีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 20 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิหลังสิ้นสุดโครงการ 371,460 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการคือร้อยละ 10.38 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารพาณิชย์

ปณณนุช สมพัทธ์ (2551) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารชีวจิตในอำเภอเมือง เชียงใหม่ พบว่า โครงการนี้มีการใช้เงินลงทุน 674,550 บาท มีระยะเวลาของโครงการ 5 ปี มีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด เท่ากับ 2 ปี 8 เดือน 5 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 901,992 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ ร้อยละ 50.41 สรุปแล้วโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

สุวรรณรักษ์ จอมราช (2551) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ธุรกิจร้านอาหารในเขตการศึกษา ถนนแก้ววรัฐ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสำเร็จของร้านอาหาร คือ รสชาติของอาหาร การตั้งราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร และมีสถานที่ตั้งที่หาง่าย และพบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนโดยมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 5 ปี 10 เดือน 2 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 1.1388 ล้านบาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการคือร้อยละ 23.9502 และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการ เท่ากับ 1.1374 เท่า

รุ่งทิพา ดุษฎีเชษฐากุล (2552) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมืองเชียงราย จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกทานปลาดิบ (ซาซิมิ) ข้าวปั้นหน้าปลาดิบ และเส้นร้อน เช่น ราเม็ง ชอบการปรุงอาหารแบบย่างหรือปิ้ง ทอด ตุ่น รสชาติที่ชอบคือ รสเค็ม เผ็ด และจัด เครื่องดื่มที่ชอบคือ ชาเขียวเย็น ชาเขียวร้อน เหตุผลที่เลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นเพราะ รสชาติอร่อย สะอาด สวยงาม และการบริการที่ดี ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการคือ วันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) ช่วงเวลา 16:00 – 21:00 น. ความถี่ที่ใช้บริการ

จำรัส พุ่มจันทร์ (2553) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเนื้อย่างเกาหลีในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี และได้ผลสรุปว่า

ผู้บริโภคที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ ตั้งแต่ 5,001-10,000 บาท และจากการเปรียบเทียบเชิงกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการพบว่า เพศที่ต่างกัน ระดับการศึกษาที่ต่างกัน อาชีพที่ต่างกัน และรายได้ที่ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการร้านเนื้อย่างเกาหลีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ศรุติกานต์ มณีวรรณ (2553) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ในเขตเทศบาลตำบลแม่ใจ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การลงทุนร้านอาหารญี่ปุ่นนั้นไม่มีความเป็นไปได้ หรือให้ผลไม่คุ้มค่าในการลงทุน เนื่องจากทำการพิจารณาความอ่อนไหวของโครงการ พบว่ากรณีที่ 1 ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โดยผลตอบแทนจากการผลิตคงที่และกรณีต้นทุนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 และกรณีที่ 2 รายได้ลดลงร้อยละ 5 มีค่า NPV > 0 BCR > 1 และ IRR > ร้อยละ 3 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงต้นทุนและรายได้ทั้ง 2 กรณี ยังมีความเป็นไปได้ในการลงทุนแต่หากเปลี่ยนแปลงตามกรณีที่ 3 คือ ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และรายได้ลดลงร้อยละ 5 มีค่า NPV < 0 BCR < 1 และ IRR < ร้อยละ 3

วรัญญา ชุมดินพิทักษ์ (2554) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี จากการศึกษาดังกล่าวพบว่า ปัจจัยทางด้านการตลาดที่ ผู้บริโภคให้ความสำคัญ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารญี่ปุ่น ลำดับที่หนึ่งคือ ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากรและสุดท้ายปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่ และ ผลการศึกษาผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป เหตุผล สำคัญที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น เพราะชื่นชอบในรสชาติอาหาร

ฐิติพร ตอกรรัมย์ (2556) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารและเครื่องดื่ม วันวาน ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้ทำการศึกษาทางด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และทางด้านการเงิน โดยได้ผลสรุปว่า การลงทุนอยู่ที่ 14,224,480 บาท ระยะเวลาการ คืนทุนที่ 2 ปี 3 เดือน 4 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 29,250,426.11 บาท โดยมีค่าเป็นบวก และ มีผลตอบแทนภายในโครงการ เท่ากับ ร้อยละ 34.50 มากกว่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการและ สรุปว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนและมีความคุ้มค่าในการลงทุน

สุมาพร ชาญประเสริฐ (2556) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ชาบูย่าในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ได้ผลการศึกษาครั้งนี้ โครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 4 เดือน 9 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 1,224,096.15 บาท และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน เท่ากับร้อยละ 46.72 ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่เจ้าของโครงการต้องการ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการลงทุนร้านอาหารญี่ปุ่นชาบูย่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุน

วิลาสินี พิพัฒน์พลลภ (2558) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหาร บุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์ญี่ปุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการอันดับแรก ในแต่ละด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ด้านราคา คือ ราคา อาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่าย คือ เดินทางไปร้านได้สะดวก ด้านการ ส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณา ด้านบุคลากร คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพด้าน

กระบวนการให้บริการ คือ กระบวนการในการจูงใจเพื่อรับบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว และ
สุดท้ายด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้แต่ง (ปี)	ลักษณะงานวิจัย		ด้านการตลาด	ด้านการจัดการ	ด้านเทคนิค	ด้านการเงิน			
	ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค				เงินลงทุน (ล้านบาท)	อัตราผลตอบแทน (IRR)	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) (ล้านบาท)	ระยะเวลาคืนทุน (PB)
ฐิติพร ตอรัมย์ (2556)	✓		✓	✓	✓	14.22	ร้อยละ 34.50	29.25	2 ปี 3 เดือน
สุมาพร ชาญประเสริฐ (2556)	✓		✓	✓	✓	0.70	ร้อยละ 46.72	1.22	2 ปี 4 เดือน
ศรุติกานต์ มณีวรรณ (2553)	✓		✓	-	-	0.47	ร้อยละ 34.00	0.56	2 ปี 1 เดือน
สุวรรณรักษ์ จอมราช (2551)	✓		✓	-	✓	0.78	ร้อยละ 23.95	1.14	5 ปี 10 เดือน
ปยุณนุช สมพัตร (2551)	✓		✓	✓	✓	0.67	ร้อยละ 50.41	0.90	2 ปี 8 เดือน
อกนิษฐ์ เกตุทิม (2550)	✓		✓	✓	-	5.00	ร้อยละ 10.38	0.37	4 ปี 20 วัน
วิลาสินี พิพัฒน์พลก (2558)		✓	✓	-	-	-	-	-	-
วรัญญา ชุมดินพิทักษ์ (2554)		✓	✓	-	-	-	-	-	-
จำรัส พุ่มจันทร์ (2553)		✓	✓	-	-	-	-	-	-
รุ่งทิวา ดุษฎีเชษฐากุล (2552)		✓	✓	-	-	-	-	-	-

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะเน้นวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการในด้านการเงิน โดยส่วนใหญ่โครงการจะมีระยะเวลาคืนทุนประมาณ 2 ถึง 3 ปี โดยใช้เงินลงทุนตั้งแต่ระดับ 5 แสนบาท ไปจนถึง 14 ล้านบาท พบว่าส่วนใหญ่โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการเงิน และมีบางโครงการที่มีความไม่น่าสนใจในการลงทุนเนื่องจากปัจจัยทางด้านความเสี่ยงต่าง ๆ ทางด้านการเงิน และการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะเน้นวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เพื่อทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในพื้นที่ซึ่งผลที่ได้

จะแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่และลักษณะของโครงการที่ต่างกัน และการวิเคราะห์โครงการที่จำเป็นอีกหนึ่งด้านก็คือการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ เพื่อให้ทราบถึง ระบบการจัดการ ภายในต่างๆ โดยผลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการวิเคราะห์ด้านการจัดการ พบว่า จะขึ้นอยู่กับขนาดของโครงการว่ามีขนาดใหญ่ ขนาดกลาง หรือขนาดเล็ก และรูปแบบการบริหารจัดการก็จะขึ้นตามขนาดโครงการที่ผู้ศึกษาได้สนใจที่จะศึกษา สำหรับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ ทางด้านเทคนิคผู้ศึกษาได้ศึกษาจากบทความ หรืองานวิจัยต่าง ๆ ที่ผ่านมาเพื่อนำข้อมูลมาเติมเต็มใน ส่วนของข้อมูลทางด้านเทคนิคเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการทางการเงินต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในครั้งนี้ เป็นการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เพื่อการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) การลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้มีจำนวน 2 กลุ่ม คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานีและผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่น ขนาด 120 ที่นั่งขึ้นไป ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายประชากรช่วงอายุ 18-60 ปี จำนวนทั้งหมด 61,008 คน (กรมการปกครอง, 2561: เว็บไซต์)

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 2 ราย

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

โดยการใช้แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับข้อความพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่น จำนวน 382 ราย โดยใช้วิธีการเปิดตารางของ Krejcie and Morgan (1970) จะได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 382 คน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเลือกเก็บข้อมูลจำนวน 382 คน

3.1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างมีอยู่ 2 กลุ่ม โดยทำการออกแบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี และการออกแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษา คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ซึ่งผู้ศึกษาได้มีการสร้างเครื่องมือโดยมีขั้นตอนดังนี้

3.2.1 การสร้างแบบสอบถาม จากการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แบบสอบถามสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด มีลักษณะคำตอบแบบหลายคำตอบให้เลือก โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค เช่น ท่านมาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน โดยปกติท่านใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในวันใด และในการมาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นท่านมาใช้บริการจำนวนกี่คน เป็นต้น ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด มีลักษณะคำตอบแบบหลายคำตอบให้เลือก โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวหรือหลายคำตอบก็ได้

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นของท่าน ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรูปแบบของแบบสอบถามจะการใช้การวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

3.2.2 การสร้างแบบสัมภาษณ์ จากการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยทำการแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 5 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป เช่น ชื่อสถานประกอบการ ชื่อเจ้าของกิจการ ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการตลาด เช่น ประเภทของร้านอาหารญี่ปุ่นที่ลูกค้านิยมทานมีอะไรบ้าง ลูกค้าหลักที่เข้ามาใช้บริการเป็นกลุ่มใด ตรงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ เพราะเหตุใด เป็นต้น

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานด้านเทคนิคและการจัดการ เช่น รูปแบบการดำเนินงานของกิจการเป็นแบบใด โครงสร้างองค์กรเป็นแบบใด มีพนักงานทั้งหมดกี่คน มีหน้าที่อะไรบ้าง และอัตราค่าจ้างเป็นเท่าใด ปัจจัยในการคัดเลือกวัตถุดิบมีอะไรบ้าง วิธีการเลือกทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ เป็นต้น

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการเงิน เช่น ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการจำนวนเท่าไร แหล่งที่มาของเงินทุนและสัดส่วนการลงทุน ระยะเวลาคืนทุน เงินสดสำรองหมุนเวียนในกิจการเป็นเท่าใด เป็นต้น

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน เช่น ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นยังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจหรือไม่ เพราะเหตุใด ปัจจัยที่ทำให้กิจการประสบความสำเร็จคืออะไร ปัญหาที่พบในการดำเนินกิจการส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านใด เป็นต้น

ลักษณะคำถามทั้ง 5 ส่วนเป็นคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเท็จจริงได้อย่างเต็มที่

3.2.3 การนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของการใช้ภาษาและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3.2.4 การทำการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่า IOC (Index of Item – Objective Concurrence) โดยวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ จากการนำผลที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อมูลมาหาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ โดยค่าเฉลี่ยจากคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ได้เรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์

3.2.5 การทดสอบเครื่องมือ ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบแล้วไปทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา โดยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามาจาก 2 ส่วน ได้แก่

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

ซึ่งแบ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

กลุ่มเป้าหมายที่ 1 คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นขนาด 120 ที่นั่งขึ้นไปในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นทางด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

กลุ่มเป้าหมายที่ 2 คือ ผู้บริโภคที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี โดยการแจกแบบสอบถาม จำนวน 382 ชุด ให้กลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 382 คน ในช่วงระยะเวลาที่ทำการเก็บข้อมูล

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปและข้อค้นพบต่าง ๆ ซึ่งได้จากการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารแหล่งต่าง ๆ เช่น เอกสารงานวิจัย และบทความวิชาการ ของผู้ที่เคยศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น เพื่อให้ได้ข้อสรุป หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่กำลังศึกษา สำหรับการศึกษาความเป็นไปได้ในครั้งนี้ แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ และความเป็นไปได้ด้านการเงิน

3.4 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การจัดทำข้อมูล ในการศึกษาผู้ศึกษาได้ดำเนินการนำแบบสอบถามที่ได้รับคำตอบแล้วมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.4.1.1 การตรวจสอบข้อมูล ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบของแบบสอบถาม

3.4.1.2 นำแบบสอบถามที่ถูกต้องแล้วมาระบุหมายเลขเอกสาร

3.4.1.3 การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ทำกรระบุหมายเลขแล้วบันทึกลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS

3.4.1.4 การประมวลผลข้อมูลทางการเงินจะทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้ทั้งจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์จากนั้นจะนำมาทำการประมวลผลโดยโปรแกรม Microsoft Excel version 2013

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาจากแบบสอบถาม สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค จะใช้การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติความถี่และร้อยละ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นของท่าน จะทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการรวมทั้งใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารแหล่งต่าง ๆ เพื่อทำการวิเคราะห์หาทำเลที่ตั้งโครงการที่เหมาะสม การออกแบบและการก่อสร้างโครงการรวมถึงวัสดุที่ใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวกำหนดงบประมาณในการลงทุนให้เป็นไปตามขอบเขตที่กำหนดรวมถึงการกำหนดระยะเวลาการดำเนินโครงการ

3.4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ด้านการจัดการ จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการรวมทั้งใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารแหล่งต่าง ๆ เพื่อทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมพิจารณาถึงรูปแบบของหน่วยธุรกิจที่เหมาะสม เช่น กิจการเจ้าของคนเดียว (Single proprietorship) ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Partnership) บริษัทจำกัด (Corporation) รูปแบบของการบริหารภายใน เช่น การ จัดโครงสร้างองค์กร จำนวนบุคลากรและคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องการ แหล่งที่มาของบุคลากร และการจ่ายค่าตอบแทนของการดำเนินโครงการ

3.4.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ด้านการเงิน จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการรวมทั้งใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารแหล่งต่าง ๆ เพื่อการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน เป็นการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า ได้แก่ งบกระแสเงินสด งบดุล งบกำไรขาดทุน และวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินต่าง ๆ ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน ระยะเวลาคืนทุน โดยทำการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาด้านการจัดการและด้านการตลาด มาใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการเงิน

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการอธิบายถึงคุณลักษณะของข้อมูลโดยค่าสถิติความถี่ ค่าร้อยละ และค่าถามในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจะใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารญี่ปุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารญี่ปุ่นในด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงินซึ่งผลการศึกษาที่ได้เป็นดังนี้

4.1 ผลการศึกษาด้านการตลาด

สำหรับผลการศึกษาทางด้านการตลาดจะทำการวิเคราะห์ในส่วนของการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป วิเคราะห์การแข่งขัน และการวิเคราะห์การบริหารงานด้านต่าง ๆ ของโครงการ โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการสรุปกลยุทธ์ระดับองค์กรของโครงการ จากนั้นจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำข้อมูลทั้ง 2 ชุด มาทำการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด โดยกำหนดเป็นกลยุทธ์ของโครงการโดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการในการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาดของโครงการ

4.1.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ SWOT คือ การวิเคราะห์ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมและศักยภาพขององค์กร หรือธุรกิจที่มีผลต่อการดำเนินการ ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกโดยที่ปัจจัยภายนอกถือว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี ประชากรศาสตร์ ภัยธรรมชาติ เป็นต้น ส่วนปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้ เช่น บุคลากร งบประมาณ เป็นต้น

สามารถวิเคราะห์ SWOT โดยใช้วิธีการ / เครื่องมือ ได้ดังนี้

- (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTLE Analysis)
- (2) การวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis: 5 Forces Model)
- (3) การบริหารงานด้านต่าง ๆ ขององค์กรโดยใช้ (7S McKinsey Analysis)

เกณฑ์การให้คะแนนสำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไปและการวิเคราะห์การแข่งขันของอุตสาหกรรม มีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 รูปแบบการให้คะแนนสำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไปและการวิเคราะห์การแข่งขันของอุตสาหกรรม

น้อย	ระดับคะแนน								มาก
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
อุปสรรคในการแข่งขัน					โอกาสในการแข่งขัน				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด

ที่มา: Michael E. Dobbs (2014)

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTLE Analysis)

ปัจจัย	น้ำหนัก		คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
การเมือง (Political)	0.10				
- นโยบายของรัฐบาล (Government policy)		0.05	7	0.35	นโยบายการส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายยิ่งขึ้น เช่น การช่วยค้ำประกันจากภาครัฐ การจัดหาแหล่งทุนดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) เป็นต้น สำหรับร้านอาหารจัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจด้านอาหาร การเกษตรและอุตสาหกรรมชีวภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มที่จะได้รับการส่งเสริมการทำธุรกิจให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564), 2560)
- นโยบายภาษีและการควบคุมการค้า (Tax policy, and trade controls)		0.03	6	0.18	การเสียภาษีของนิติบุคคล ธุรกิจต้องเสียภาษีตามผลกำไรที่เกิดขึ้นจริงตามบัญชี ถ้าปีไหนธุรกิจ "ขาดทุน" ธุรกิจไม่ต้องเสียภาษี ซึ่งต่างจากการเสียภาษีแบบบุคคลธรรมดา จะถูกหักค่าใช้จ่ายตามอัตราเหมาจ่ายทำให้จะต้องทำการชำระภาษี แม้กระทั่งธุรกิจขาดทุน ภาษีที่ต้องจ่ายภายใต้กฎหมายไทยมีอัตราสูงสุดร้อยละ 20 ซึ่งต่างจากอัตราภาษีแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่อัตราสูงสุดถึง ร้อยละ 35 ซึ่งมากกว่าการเสียภาษีแบบนิติบุคคลซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดรูปแบบการบริหารของโครงการได้แก่ บริษัท จำกัด (Krungthai SME, 2563)
- ข้อเรียกร้องทางการเมือง (Terrorism)		0.02	3	0.06	ในสถานการณ์ปัจจุบันได้มีการจัดการชุมนุมต่อต้านรัฐบาลอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ช่วงกลางปี 2563 และได้เกิดการปะทะกันระหว่างผู้ชุมนุมและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ทำให้มีผู้ได้รับบาดเจ็บเกิดขึ้น เหตุการณ์ดังกล่าวอาจจะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐบาลและการดำเนินการตามนโยบายต่าง ๆ อาจจะทำให้ช้าลง ทำให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTLE Analysis) (ต่อ)

ปัจจัย	น้ำหนัก		คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
เศรษฐกิจ (Economic)	0.20				
- การว่างงานและการ จัดหาแรงงาน (Unemployment and labor supply)		0.05	8	0.40	ในปี 2563 พบว่า อัตราการว่างงาน สูงขึ้น เพราะมีการหดตัวของ อุตสาหกรรมที่พักรวมและร้านอาหาร ถึงร้อยละ 24.01 (The Standard, 2563) และผู้ที่ว่างงานส่วนมากจะมี ประสบการณ์ในการทำงานในภาคการ บริการและการค้าด้วยเหตุนี้ทำให้การ เข้าถึงและคัดเลือกแรงงานที่มี ประสิทธิภาพได้ง่ายและทำให้ประหยัด ต้นทุนในกระบวนการคัดเลือกบุคลากร เข้ามาทำงาน
- การกระจายรายได้ (income distribution)		0.10	7	0.70	ปัจจุบันรายได้ประชากรต่อครัวเรือน ของจังหวัดอุบลราชธานี อยู่ที่ 20,000- 25,000 บาทต่อเดือน ซึ่งจัดอยู่ใน จังหวัดที่มีรายได้ต่อครัวเรือนใน ระดับกลาง ๆ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) จากการสำรวจการใช้จ่ายของ ประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี ร้อย ละ 41.8 เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหาร เครื่องดื่มและยาสูบ (สำนักงานสถิติ จังหวัดอุบลราชธานี, 2562) จากข้อมูล ดังกล่าวทำให้สามารถทราบได้ว่ากำลัง ในการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารและ เครื่องดื่มของประชากรในจังหวัด อุบลราชธานีอยู่ในระดับที่สามารถใช้ จ่ายได้อย่างปกติ
- อัตราดอกเบี้ย (Interest rates)		0.05	9	0.45	รัฐบาลให้มีการคงอัตราดอกเบี้ย นโยบายไว้ที่ร้อยละ 0.50 ต่อปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) เพื่อ สนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและ ดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์มีแนวโน้ม ลดลงและมีการปล่อยสินเชื่อได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ใช้เงินลงทุนในโครงการน้อยลง
สังคม (Sociality)	0.20				

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTLE Analysis) (ต่อ)

ปัจจัย	น้ำหนัก		คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
- สุขภาพ การศึกษาและการเปลี่ยนแปลง สถานภาพทางสังคม (Health, education and social mobility of the population)		0.05	8	0.40	กระแสหลักของการบริโภคอาหารยังคงให้น้ำหนักในเรื่องของประโยชน์ต่อสุขภาพเป็นหลักซึ่งกระแสดังกล่าวส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนรูปแบบการกิน การเลือกซื้อสินค้า เช่น กระแสการรับประทานอาหารแบบ Clean Keto คือกระแสที่ผู้บริโภคหันมาบริโภค ผัก ผลไม้มากขึ้น และมองหาทางเลือกสารความหวานทดแทนน้ำตาลจากธรรมชาติ เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ, 2563) จากกระแสดังกล่าวทำให้ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ในกระแสห่วงใยสุขภาพเนื่องจากเป็นอาหารที่มีวัตถุดิบหลักเป็นปลาหลากหลายชนิดและผู้บริโภคให้ความสนใจในการเลือกใช้ร้านอาหารญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ
- ประชาคมและวัฒนธรรม ที่เปลี่ยนไป (Socio- cultural changes)		0.10	8	0.80	ปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมรับประทานอาหารแบบจัดส่งถึงบ้านเพิ่มขึ้น ประกอบกับการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่รุนแรงเนื่องจากธุรกิจบริการจัดส่งอาหารมีการขยายตัวต่อเนื่องเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 10 ซึ่งเติบโตสูงกว่าธุรกิจร้านอาหารเองที่เติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 3-4 ต่อปี จากการเติบโตของทั้งสองธุรกิจสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นความสะดวกสบายและประหยัดเวลามากขึ้นเนื่องจากโครงสร้างประชากรที่มีขนาดครัวเรือนที่เล็กลง (Posttoday, 2021: Website) ส่งผลกระทบให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจะต้องทำการวางแผนในการกำหนดจำนวนที่นั่งภายในร้านให้มีขนาดที่เล็กลงและเหมาะสมกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการและทำการปรับเมนูเพื่อให้สะดวกต่อการเข้าร่วมในธุรกิจบริการจัดส่งอาหารเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTLE Analysis) (ต่อ)

ปัจจัย	น้ำหนัก		คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	ความคิดเห็น
- การเติบโตของประชากร (Population growth)		0.05	7	0.35	การเพิ่มขึ้นของประชากรของจังหวัดอุบลราชธานีมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2561-2563 ได้แก่ 1.869 1.874 และ 1.878 ล้านคน ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) ส่งผลให้มีจำนวนของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพิ่มมากขึ้นซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจร้านอาหารโดยตรง
เทคโนโลยี (Technological)	0.20				
- การสื่อสารและระบบขนส่ง (The internet and logistics system)		0.10	9	0.90	ปัจจุบันการสื่อสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญและมีความสะดวกเป็นอย่างมากทั้งในรูปแบบการสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ หรือการใช้งานในรูปแบบการจัดเก็บฐานข้อมูลขนาดใหญ่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้เทียบเท่ากับบริษัทขนาดใหญ่ ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดเล็กเพิ่มสูงขึ้นนอกจากนี้ ปัจจุบันระบบการขนส่งและคุณภาพของการขนส่งสินค้าประเภทอาหารสดมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยอาศัยเทคโนโลยี e-Logistics ในการบริหารการขนส่งแบบ Real-Time เพื่อลดต้นทุน และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน
- สิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรม (Inventions and innovations)		0.10	6	0.60	ในปัจจุบันมีสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมเกี่ยวกับอาหารออกมามากมาย เช่น วิธีการยืดอายุของอาหาร การประดิษฐ์อาหารสำเร็จรูป นวัตกรรมเนื้อสัตว์เทียม เป็นต้น ซึ่งนวัตกรรมต่าง ๆ ที่มีการคิดค้นขึ้นมาในระยะสั้นอาจยังไม่มีผลต่อการบริโภคอาหารของผู้บริโภคมากนักแต่ในระยะยาวสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมเกี่ยวกับ

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTLE Analysis) (ต่อ)

ปัจจัย	น้ำหนัก		คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
					อาหารต่าง ๆ จะส่งผลต่อการเลือกทานอาหารของผู้บริโภคที่เน้นในเรื่องของคุณค่าทางโภชนาการและความสะดวกสบายรวมถึงราคาประหยัดส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต่าง ๆ ต้องทำการปรับตัวและกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจในระยะเวลาต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน
กฎหมาย (Legal)	0.10				
- การคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer protection)		0.05	7	0.35	สำหรับผู้บริโภคจะถูกคุ้มครองด้วยกฎหมาย คุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้บริโภคที่ได้รับเกี่ยวกับความไม่เป็นธรรมเรื่องราคา การปลอมปนสินค้า การผูกขาดตลาด การโกงมาตราชั่ง ตวง วัด ตลอดจนการโฆษณาชวนเชื่อเกินความเป็นจริง เนื่องด้วยการถูกคุ้มครองของผู้บริโภคทำให้ผู้ประกอบการต้องตระหนักถึงคุณภาพของสินค้าและบริการที่จะส่งผลถึงความปลอดภัยและความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้แก่ผู้บริโภคโดยการกำหนด จำนวน ขนาด ราคา ภาพประกอบ วันหมดอายุ ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อให้ไม่ให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนต่อสินค้าและบริการที่ได้รับ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการก็จะถูกคุ้มครองจากการสั่งซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์ต่าง ๆ ได้ในราคาที่เป็นธรรมและได้ตรงตามคุณลักษณะที่ระบุด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTLE Analysis) (ต่อ)

ปัจจัย	น้ำหนัก		คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
กฎหมายแรงงาน (Labour legislation)		0.05	4	0.20	รัฐบาลได้มีการปรับค่าแรงขั้นต่ำของจังหวัดอุบลราชธานีเป็นวันละ 325 บาท และปรับเงินเดือนข้าราชการวุฒิสภาปริญญาตรีเป็นเดือนละ 15,000 บาท ตามประกาศคณะกรรมการค่าจ้าง เรื่อง อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ฉบับที่ 10 (กระทรวงแรงงาน, 2563) ส่งผลให้ต้นทุนด้านแรงงานของร้านอาหารมีต้นทุนที่สูงขึ้นเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้พนักงานจำนวนมากในการให้บริการ
ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)	0.20				
- โรคระบาด โควิด 19 (Covid-19)		0.20	3	0.60	ธุรกิจร้านอาหารในปี 2563 มีความเสี่ยงมากขึ้นที่จะทรงตัวหรืออาจหดตัว จากในปี 2562 เทียบกับที่เคยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 2.6 ในปี 2562 โดยจะมี มูลค่าการตลาดราว 4 แสนล้าน ซึ่งผลกระทบเกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค โควิด-19 เพราะคาดว่าจะยอดขายของธุรกิจร้านอาหาร และการเข้า-ออกของผู้ประกอบการในตลาดน่าจะได้รับแรงกดดันอย่างมีนัยสำคัญแน่นอน จากเดิมที่เคยมีการผลิตเปลี่ยนผู้ประกอบการหน้าเก่า หน้าใหม่อยู่เรื่อย ๆ ก็อาจจะเข้าสู่ภาวะชะงักงันได้หากสถานการณ์ ดังกล่าวยืดเยื้อ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563)จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารที่จะลงทุนหรือขยายกิจการในการทำธุรกิจได้มีการชะลอการลงทุนและทำการรอกการฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคและการดำเนินการทางเศรษฐกิจจะได้กลับมาอีกครั้งและธุรกิจร้านอาหารจะเป็นธุรกิจที่จะกลับมาฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว
รวม	1			6.34	

จากตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTLE Analysis) ได้คะแนนถ่วงน้ำหนัก เท่ากับ 6.34 แสดงว่าสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นโอกาสที่จะทำให้กิจการเติบโตต่อไปได้ถึงแม้ว่าจะเป็นระดับกลาง ๆ และจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้ทำการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมทางด้านโอกาสของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นคือ การเติบโตของประชากรและเศรษฐกิจภายในจังหวัดอุบลราชธานี ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่สามารถทำให้ลดต้นทุนทางการผลิตและวัตถุดิบ รวมถึงการส่งเสริมการตลาดมีต้นทุนที่ลดลงอย่างมากและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นให้เกิดอุปสรรคได้แก่ สถานการณ์โรคระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศรวมถึงธุรกิจร้านอาหาร แต่ถ้าสถานการณ์คลี่คลายขึ้น ธุรกิจร้านอาหารจะมีโอกาสที่จะฟื้นตัวได้เร็วกว่าและเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis: 5 Force Model)

ปัจจัย	น้ำหนัก		คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	ความคิดเห็น
ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants)	0.20				
- ต้นทุนในการลงทุน (Capital Requirements)		0.10	2	0.20	ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงเนื่องจากภาพลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความละเอียดและพิถีพิถันในการประกอบอาหารในสไตล์คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ต้นทุนจะถูกใช้ไปกับค่าก่อสร้างและตกแต่งร้านเพื่อให้ได้บรรยากาศแบบสไตล์ร้านอาหารญี่ปุ่นรวมถึงอุปกรณ์เครื่องครัวต่าง ๆ จำเป็นต้องใช้แบบที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละการใช้งานทำให้ต้นทุนสำหรับอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ค่อนข้างสูงกว่าร้านอาหารแบบปกติทั่วไป
- การประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale)		0.05	3	0.15	สำหรับธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นวัตถุดิบหลักจะเป็นอาหารสด เช่น ปลาดิบชนิดต่าง ๆ ผัก เป็นต้น ดังนั้นการสั่งวัตถุดิบต้องคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ จำนวนลูกค้าที่มาทานต่อวัน กระบวนการเก็บวัตถุดิบรอบการส่งสินค้าของซัพพลายเออร์ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะส่งผลให้คุณภาพของอาหารที่ส่งไปถึงผู้บริโภคอยู่ในคุณภาพที่สดใหม่และมีรสชาติที่ดี ซึ่งจะทำให้ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นที่ไม่สามารถสั่งวัตถุดิบใน

ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis: 5 Force Model) (ต่อ)

ปัจจัย	น้ำหนัก		คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	ความคิดเห็น
					ปริมาณที่มากเพื่อจะได้ราคาที่ถูกลงได้ เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ต้นทุนทางด้านวัตถุดิบมีต้นทุนที่สูงกว่าร้านอาหารทั่วไป
ประสบการณ์/ความชำนาญ (Experience)		0.05	4	0.20	ในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นจำเป็นต้องอาศัยเชฟอาหารญี่ปุ่นที่มีความชำนาญในการทำอาหารญี่ปุ่นโดยเฉพาะเนื่องจากอาหารญี่ปุ่นจะเน้นรสชาติของวัตถุดิบเป็นหลักและการสร้างสรรค์เมนูต่าง ๆ จากวัตถุดิบให้คุ้มค่ามากที่สุด เพื่อที่จะทำให้ของเสียที่เกิดขึ้นจากการทำเมนูอาหารให้มีปริมาณที่น้อยที่สุด ดังนั้นทักษะ ความชำนาญของเชฟอาหารญี่ปุ่น จะส่งผลต่อคุณภาพของวัตถุดิบ ความสม่ำเสมอของรสชาติอาหารและภาพลักษณ์ของเมนูอาหาร
การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)	0.30				
- การเติบโตในอุตสาหกรรม (Industry Growth)		0.10	8	0.80	ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 3,637 ร้าน เติบโตมากถึง 21% (องค์กรส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น, 2564: เว็บไซต์) ทำให้ผู้ประกอบการและนักลงทุนมุ่งสู่ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นและทำให้เกิดการแข่งขันที่ดุเดือดในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น
- จำนวนคู่แข่ง (Existing Competitors)		0.15	4	0.60	คู่แข่งของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานีมีอยู่มากมายทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยที่ธุรกิจจะมีอำนาจและศักยภาพแตกต่างกันตั้งแต่มีอำนาจมากกว่า เท่าเทียมกันหรือน้อยกว่า ทำให้การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นค่อนข้างจะดุเดือดแต่ในขณะเดียวกันจำนวนคู่แข่งที่เกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่องก็มีการปิดกิจการลงอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis: 5 Force Model) (ต่อ)

ปัจจัย	น้ำหนัก		คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
ต้นทุนคงที่และการเก็บรักษา (Fixed and Storage Costs)		0.05	2	0.10	ค่าใช้จ่ายในส่วน of ต้นทุนคงที่มีค่อนข้างสูง ได้แก่ ค่าเช่าที่ เนื่องจากต้องการทำเลที่มีพื้นที่จอดรถให้เพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการและอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนหรือสถานที่พักอาศัยเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเดินทางและการเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในการเก็บวัตถุดิบจะมีต้นทุนที่สูงกว่าปกติ เนื่องจากวัตถุดิบต้องมีคุณภาพที่ดีอยู่เสมอทำให้ต้องใช้บริการซัพพลายเออร์เฉพาะด้านการจัดเก็บวัตถุดิบ ทำให้มีต้นทุนคงที่ที่สูงกว่าธุรกิจร้านอาหารทั่วไป
อำนาจต่อรองของลูกค้า (The bargaining power of buyers)	0.10				
ศักยภาพของผู้ซื้อในการขยายธุรกิจ (Buyer Backward Integration)		0.05	7	0.35	เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นต้องมีปัจจัยหลายอย่างที่จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จทั้งด้านเงินทุนที่สูง ความชำนาญของเชฟในการประกอบอาหาร และจำนวนผู้แข่งขันในธุรกิจร้านอาหารทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้ผู้ซื้อเข้ามามีส่วนในการทำธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นได้ค่อนข้างยาก
ต้นทุนในการสับเปลี่ยนสินค้า (Buyer Switching Costs)		0.05	2	0.10	เนื่องจากคู่แข่งหรือร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่อำเภอเมืองอุบลราชธานีมีทำเลที่ตั้งที่ใกล้เคียงกันรวมถึงราคาที่ไม่แตกต่างกันมากนักทำให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคสามารถที่จะเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นได้ตามสะดวกและรสชาติที่ชื่นชอบโดยที่ไม่มีต้นทุนในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในแต่ละร้าน

ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis: 5 Force Model) (ต่อ)

ปัจจัย	น้ำหนัก		คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
ผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกัน ได้ (Threat of Substitutes)	0.20				
- ระดับราคาของสินค้า ทดแทนกัน (Buyer Price Sensitivity)		0.10	2	0.20	เนื่องจากอาหารญี่ปุ่นเป็นที่นิยมอย่าง แพร่หลายทำให้มีการทำให้มีจำนวน ผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารญี่ปุ่น เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะอาหารญี่ปุ่น ที่มีคุณภาพวัตถุดิบที่ต่ำเนื่องจากราคาถูก และผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย แต่เนื่องด้วย คุณภาพและราคาวัตถุดิบที่แตกต่างกันทำ ให้รสชาติของอาหารมีความแตกต่างกัน อย่างชัดเจน อีกหนึ่งสินค้าที่กำลังเป็น กระแสมาแรงในปัจจุบันคืออาหารเกาหลี ที่ราคาใกล้เคียงกับอาหารญี่ปุ่นแต่ เมนูอาหารและรสชาติค่อนข้างแตกต่าง กัน ดังนั้น ในกลุ่มธุรกิจร้านอาหารจะทำ ให้มีสินค้าทดแทนกันได้อย่างมากมายทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคว่าต้องการเลือกใช้ บริการร้านอาหารประเภทไหนในแต่ละวัน
ความสมบูรณ์ในการ ทดแทน (Performance)		0.10	7	0.70	อาหารญี่ปุ่นจัดว่าเป็นประเภทอาหารที่มี เอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นอาหารที่เน้นใน เรื่องของการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี การพิถีพิถันใน การทำเมนู โดยเน้นรสชาติ ที่มีอยู่ในตัววัตถุดิบเป็นหลัก รวมถึงทักษะ ความชำนาญของเชฟ ทำให้อาหารญี่ปุ่นมี เอกลักษณ์ที่โดดเด่นและเป็นที่นิยมกัน อย่างแพร่หลาย โดยที่ไม่อาหารของชาติ ไหนที่จะมีลักษณะใกล้เคียงหรือ ลอกเลียนแบบอาหารญี่ปุ่นได้อย่าง สมบูรณ์แบบ
อำนาจต่อรองผู้ขาย ปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers)	0.20				

ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis: 5 Force Model) (ต่อ)

ปัจจัย	น้ำหนัก		คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
ปริมาณการสั่งซื้อจากซัพพลายเออร์ (Supplier Volume)		0.10	2	0.20	สำหรับธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นที่เปิดใหม่ การสั่งวัตถุดิบจะมีการสั่งในปริมาณที่น้อย เพื่อให้คุณภาพของวัตถุดิบยังคงสดใหม่อยู่เสมอและเพื่อให้เงินลงทุนเริ่มต้นไม่ไปอยู่ในสต็อกสินค้ามากเกินไปเนื่องจากธุรกิจร้านอาหารต้องอาศัยกระแสเงินสดในการดำเนินธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ไม่มีอำนาจในการต่อรองราคากับซัพพลายเออร์และไม่สามารถจ่ายเป็นเครดิตได้ ดังนั้นต้นทุนของวัตถุดิบที่ได้จะมีราคาที่สูงกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นรายเก่า
ผู้ขายมีศักยภาพในการขยายธุรกิจ (Supplier Forward Integration)		0.10	2	0.20	สำหรับตลาดการขายวัตถุดิบอาหารญี่ปุ่น มีซัพพลายเออร์มากมายตามแต่ประเภท วัตถุดิบส่วนใหญ่จะถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศและมีผู้นำเข้าจำนวนที่ไม่มากนักทำให้ซัพพลายเออร์ที่มีวัตถุดิบที่ราคาถูกมีโอกาสที่จะทำตลาดเพิ่มเติมในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นได้ง่ายด้วยเงินลงทุนและศักยภาพของซัพพลายเออร์ที่มีความพร้อมมากกว่าผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น
รวม	1			3.80	

จากการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis: 5 Force Model) พบว่าคะแนนถ่วงน้ำหนักที่ได้เท่ากับ 3.80 ทำให้เห็นได้ว่าสภาพการแข่งขันเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในการเติบโตต่อไป

ตารางที่ 4.4 การเปรียบเทียบการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของร้านอาหารญี่ปุ่นจังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัย	น้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTLE Analysis)	0.5	6.34	3.17
2. การวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis: 5 Force Model)	0.5	3.80	1.90
รวม	1		5.07

สรุปการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคได้ผลตัวเลขคะแนนถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 5.07 จากตัวเลขดังกล่าวจะพบว่า การประกอบกิจการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานีมีอุปสรรคจากปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น ผู้ที่สนใจในการทำธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นควรมีควรตระหนักและศึกษาข้อมูลให้รอบด้านก่อนตัดสินใจในการลงทุน

เนื่องจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ยังมีโอกาสในการเติบโตของธุรกิจและยังเป็นธุรกิจที่อยู่ในกระแสหลักและได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าการวิเคราะห์การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นเนื่องจากการเข้าสู่ธุรกิจได้ยากเพราะเงินลงทุนที่สูงและต้องอาศัยความชำนาญของเชฟในการทำเมนูอาหารญี่ปุ่นต่าง ๆ รวมถึงการจัดหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการ

เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นธุรกิจที่เน้นการวัดประสิทธิภาพขององค์กร เพื่อให้สามารถบริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนที่สูงและรายละเอียดในการจัดการค่อนข้างมาก ดังนั้นการบริหารทุกส่วนงานจะต้องทำให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดและมีของเสียน้อยที่สุด ดังนั้น ทางผู้ศึกษาจึงเลือกใช้เครื่องมือ 7S McKinsey ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน จุดอ่อนและจุดแข็ง ของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.5 รูปแบบการให้คะแนนสำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน จุดแข็ง จุดอ่อนของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น

น้อย	ระดับคะแนน								มาก
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
จุดอ่อน					จุดแข็ง				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด

ตารางที่ 4.6 การบริหารงานด้านต่าง ๆ ขององค์กร โดยใช้เครื่องมือ 7S McKinsey

ปัจจัย	น้ำหนัก	คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
1. การจัดการกลยุทธ์ (Management Strategy)	0.15	6	0.90	สำหรับการวางแผนกลยุทธ์สำหรับร้านอาหาร ญี่ปุ่นจะต้องมีแนวทางที่แตกต่างจากคู่แข่ง มี ความชัดเจนว่ากลุ่มลูกค้าคือใคร และ ร้านอาหารญี่ปุ่นจะตอบสนองความต้องการ แก้ปัญหา ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการรายใหม่ จะต้องวางแผนกลยุทธ์ในเรื่องต่าง ๆ เช่น การ ทำให้พนักงานมีส่วนที่เหมาะสมและเลือก ลงทุนกับเทคโนโลยีเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ให้กับการทำงานของพนักงาน ทำการประหยัด เงินลงทุนเริ่มแรกให้ได้มากที่สุดเพื่อทำการเก็บ กระแสเงินสดไว้ประกอบธุรกิจในช่วงที่ สถานะการณ์ไม่แน่นอนในช่วงเริ่มเปิดกิจการ ใหม่ เน้นการจ่ายเงินที่มีจำนวนไม่มากแต่ใช้ วิธีการจ่ายบ่อยครั้งขึ้น การฝึกอบรมการให้มี ทักษะการทำงานที่หลากหลายสามารถทดแทน ตำแหน่งงานกันได้ เป็นต้น การกำหนดกลยุทธ์ ร้านอาหารญี่ปุ่นควรที่จะกำหนดระยะสั้นและ พร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
2. โครงสร้างองค์กร (Organization Structure)	0.15	8	1.20	การจัดโครงสร้างองค์กรในรูปแบบแนวนอน มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ เป็นการจัดการองค์กร โดยยึดเกณฑ์กระบวนการทำงานในการแบ่ง งานและการสั่งงานที่รวดเร็วพร้อมที่จะ เปลี่ยนแปลงรูปแบบในการทำงานอยู่ ตลอดเวลาและมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า เป็นสำคัญ สำหรับการจัดโครงสร้างองค์กร ร้านอาหารญี่ปุ่นควรคำนึงถึงความยืดหยุ่นใน การทำงานและความรวดเร็วในการปรับตัวเพื่อ ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว และคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ประกอบกับการทำงานที่สามารถนำเสนอการ ทำงานในรูปแบบใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา

ตารางที่ 4.6 การบริหารงานด้านต่าง ๆ ขององค์กร โดยใช้เครื่องมือ 7S McKinsey (ต่อ)

ปัจจัย	น้ำหนัก	คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
3. ระบบ (Systems)	0.20	6	1.20	การวางระบบการทำงานของร้านอาหาร ญี่ปุ่นจะต้องวางแผนให้สอดคล้องกับกล ยุทธ์และโครงสร้างองค์กรให้ไปในทิศทาง เดียวกันเพื่อให้ระบบการทำงานมี ประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ กระบวนการ ขั้นตอน ระบบข้อมูลที่ สนับสนุนธุรกิจ และระบบเทคนิคจะต้อง ได้รับการจัดการและมีการบำรุงรักษาอยู่ เสมอ เพื่ออำนวยความสะดวกในการ ทำงานของบุคลากร การจัดทำระบบของ ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นจำเป็นที่จะต้อง มีการตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ได้รับเงินสดในทุก ๆ วันเพื่อป้องกันการทุจริตภายในองค์กร และสามารถนำข้อมูลการสั่งอาหารของ ลูกค้ามาใช้ในการวางแผนในการจัดการ วัตถุดิบและจำนวนบุคลากรต่อไป
4. บุคลากร (Staff)	0.15	4	0.60	การคัดเลือกบุคลากรที่จะนำมาทำงานใน แต่ละตำแหน่งจะต้องมีทักษะและ ความสามารถที่เหมาะสม เนื่องจาก ร้านอาหารญี่ปุ่นมีจำนวนพนักงานที่จำนวน มากทำให้จำเป็นต้องมี กฎ ระเบียบ ที่ชัดเจน มีบทลงโทษ รวมไปถึงการพัฒนา บุคลากรอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะเพิ่มทักษะ ความชำนาญให้พนักงานสามารถทำงาน ทดแทนตำแหน่งกันได้ในช่วงเวลาเร่งด่วน เนื่องจากการประกอบธุรกิจใหม่ทำให้ความ น่าสนใจที่จะดึงดูดเซฟที่มีประสบการณ์ และความชำนาญได้ยากและอาจจะมี ค่าใช้จ่ายที่สูง ทำให้ผู้ประกอบการจะต้อง คำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากอัตราค่าแรง ปกติ

ตารางที่ 4.6 การบริหารงานด้านต่าง ๆ ขององค์กร โดยใช้เครื่องมือ 7S McKinsey (ต่อ)

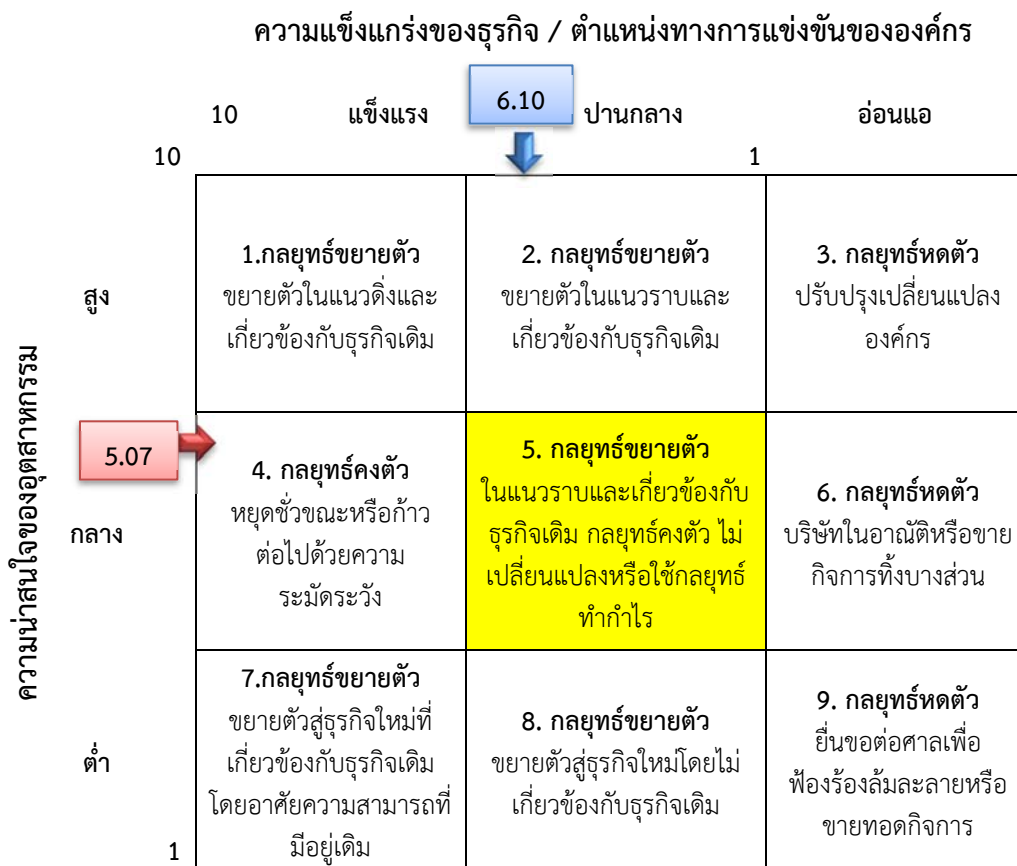
ปัจจัย	น้ำหนัก	คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
5. ทักษะ (Skills)	0.15	6	0.90	สำหรับทักษะที่บุคลากรในร้านอาหาร ญี่ปุ่นจะต้องมีได้แก่ ความเชี่ยวชาญ ความโดดเด่น ทักษะในการวิเคราะห์ ทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การ ทำงานเป็นทีม การบริการด้วยใจ ฯลฯ ร้านอาหารญี่ปุ่นจำเป็นจะต้องมีพนักงาน ที่มีทักษะเพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมภายนอก และจากการ ที่ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นต้องการความ ยืดหยุ่นในการปฏิบัติงานสูง บุคลากรควร มีทักษะรอบด้านสามารถทำงานได้ หลากหลายหน้าที่
6. รูปแบบการบริหาร จัดการ (Styles of Management)	0.10	6	0.60	รูปแบบการบริหารจัดการของผู้บริหาร ผู้นำองค์กรหรือผู้จัดการร้าน มีบทบาท สำคัญ ต่อความสำเร็จของธุรกิจ ร้านอาหารญี่ปุ่น โดยเฉพาะผู้บริหาร ระดับสูงหรือเจ้าของกิจการ จะมีอิทธิพล ต่อความรู้สึกนึกคิดของพนักงานภายใน องค์กร ซึ่งถ้าหากผู้บริหารธุรกิจมีความ มุ่งมั่นในการทำงาน มีความสามารถในการ จูงใจ เป็นแบบอย่างในการทำงานที่ดี จะส่งผลในการสร้างขวัญและกำลังใจใน การทำงาน ของพนักงาน ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น จะต้องทำหน้าที่ได้ทุกตำแหน่งในช่วงที่ ต้องเปิดบริการใหม่ ๆ เพื่อจะได้รู้ทุก ปัญหาที่เกิดขึ้นและสามารถปรับแก้ไขได้ ทันเวลา และเพื่อสร้างความมั่นใจและ ความเชื่อมั่นให้กับพนักงานว่าผู้บริหารจะ นำพาไปสู่ความสำเร็จได้

ตารางที่ 4.6 การบริหารงานด้านต่าง ๆ ขององค์กร โดยใช้เครื่องมือ 7S McKinsey (ต่อ)

ปัจจัย	น้ำหนัก	คะแนน	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
7. ค่านิยมร่วม (Shared Value)	0.10	7	0.70	ค่านิยมร่วมเป็นสิ่งที่คนทั้งองค์กรยึดถือร่วมกันเป็นวัฒนธรรมองค์กร วิธีปฏิบัติ ปรัชญาการทำงานที่ทุกคนยอมรับและทำตาม ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นธุรกิจที่มีจำนวนพนักงานค่อนข้างมาก ดังนั้นจะต้องมีการกำหนดค่านิยมร่วมที่ทุกคนในองค์กรเห็นพ้องต้องกันจะทำให้ธุรกิจมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน แนวทางในการปฏิบัติงานจะไม่ไขว่ไขว และช่วยลดความขัดแย้งในองค์กร สำหรับธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นที่ทำการเปิดร้านใหม่ จะต้องมีการกำหนดค่านิยมร่วมกันสำหรับพนักงานทุกคน เช่น จะต้องเสิร์ฟอาหารที่มีคุณภาพให้กับลูกค้าเท่านั้น มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองก่อนจะช่วยเหลืองานของคนอื่น ให้ความร่วมมือกับทีมงานเพื่อแก้ไขปัญหาให้เร็วที่สุด บริการด้วยหัวใจ เป็นต้น

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน จุดแข็งและจุดอ่อน โดยใช้เครื่องมือ 7S McKinsey โดยคะแนนถ่วงน้ำหนักที่ได้คือ 6.70 โดยตัวเลขที่ได้แสดงให้เห็นถึงการบริหารภายในองค์กรเป็นจุดแข็งของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่มีความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายเก่า ถึงแม้ว่าบางปัจจัยจะยังเป็นจุดอ่อนอยู่ ได้แก่ การคัดเลือกบุคลากรหรือเซฟที่มีความชำนาญในการทำเมนูอาหารญี่ปุ่น อาจจะมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าปกติหรือข้อเสนอในรูปแบบของหุ้นส่วนเพื่อเพิ่มความสนใจในการอยากมาร่วมงาน

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกจากการใช้เครื่องมือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTLE Analysis) และการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Analysis: 5 Forces Model) ได้ระดับคะแนนอยู่ที่ 5.07 และจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากการใช้เครื่องมือ 7S McKinsey ได้ระดับคะแนนอยู่ที่ 6.10 และทำการนำคะแนนทั้งสองปัจจัยมาวิเคราะห์กลยุทธ์ระดับองค์กรโดยใช้เครื่องมือ GE Matrix ในการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร



ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์กลยุทธ์ระดับองค์กรจากการใช้เครื่องมือ GE Matrix

จากการใช้ตาราง GE Matrix (McKinsey, 1970) ในการวิเคราะห์กลยุทธ์ในระดับองค์กรของร้านอาหารญี่ปุ่น มีผลรวมทางคะแนนการวิเคราะห์ความแข็งแกร่งของธุรกิจอยู่ที่ 6.70 ซึ่งถือว่าอยู่ในกลุ่มที่มีความแข็งแกร่งทางธุรกิจในระดับกลาง ๆ ค่อนข้างสูง และมีความน่าสนใจในการลงทุนของอุตสาหกรรมอยู่ที่คะแนน 5.07 เป็นตำแหน่งที่มี 222 ความน่าสนใจในระดับปานกลาง ดังนั้น กลยุทธ์ที่จะใช้ในการดำเนินธุรกิจ คือ กลยุทธ์ขยายตัวในแนวนอนและเกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิม

การขยายตัวในแนวนอนและเกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิมหมายถึง การคงผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิมโดยใช้การขยายสาขาการให้บริการหรือเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นเพื่อทำการเพิ่มยอดขายและทำกำไรเพิ่มมากขึ้น ทำการเพิ่มประสิทธิภาพจากกระบวนการผลิต เพื่อให้สามารถลดต้นทุนและบริการสินค้าคงคลังได้มีประสิทธิภาพสูงสุด

สำหรับการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น จากผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ที่ได้คือ การขยายตัวในแนวนอนหรือกลยุทธ์คงตัว ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ทำให้ธุรกิจปรับตัวได้ตามสถานการณ์ปัจจุบันตามปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ ผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยภายนอกด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากโรคระบาด ทำให้จะต้องใช้กลยุทธ์คงตัวในการชะลอการลงทุนหรือขยายกิจการในช่วงเวลาดังกล่าว การปรับปรุงการทำงานภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจสามารถทำกำไรได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะได้ขยายสาขาและเติบโตของธุรกิจ การฝึกอบรมพนักงานให้มีใจรักในงานบริการ

มีความชำนาญ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีและทักษะที่หลากหลายเพื่อที่จะสามารถทำงานทดแทนตำแหน่งกันได้ในเวลาเร่งด่วน และเพื่อให้พนักงานมีความก้าวหน้าและเติบโตขึ้นในการทำงาน

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.1.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาร้อยละ สามารถสรุปผลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	149	39.00
หญิง	233	61.00
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.7 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และเป็นเพศหญิงจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	76	19.90
22-30 ปี	168	44.00
31-39 ปี	60	15.70
40-46 ปี	31	8.10
47-54 ปี	35	9.20
สูงกว่า 55 ปี	12	3.10
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.8 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศอายุ พบว่า อายุ 22-30 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 เป็นจำนวนที่มากที่สุด และอายุมากกว่า 55 ปี ขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 เป็นจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.9 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	102	26.60
ปริญญาตรี	189	49.50
สูงกว่าปริญญาตรี	77	20.20
อื่น ๆ (ไม่สำเร็จการศึกษา)	14	3.70
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.9 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 และอื่น ๆ (ไม่สำเร็จการศึกษา) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	126	33.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	86	22.50
ธุรกิจส่วนตัว	70	18.30
พนักงานเอกชน	85	22.30
เกษียณอายุการทำงาน	15	3.90
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.10 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และจำนวนอาชีพที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ อาชีพเกษียณอายุการทำงาน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้ (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000	181	47.40
15,001-25,000	106	27.70
25,001-35,000	58	15.20
35,001-50,000	24	6.30
มากกว่า 50,000	13	3.40
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.11 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ประจำ พบว่า รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 รองลงมา รายได้ 15,001-25,000 บาท จำนวน 106 คน และรายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 เป็นจำนวนที่น้อยที่สุด

2) พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหาร

ตารางที่ 4.12 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการ

สิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รสชาติอาหารและเครื่องดื่ม	328	85.90
ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก	132	34.60
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	236	61.80
มีอาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย	140	36.60
บริการดี	153	40.10
ส่วนลดโปรโมชั่นต่าง ๆ	73	19.10
ความแปลกใหม่ของอาหาร	42	11.00
สถานที่ตกแต่งสวยงาม	21	5.50
การประชาสัมพันธ์	14	3.70
อื่น ๆ โปรตรระบุ (ใกล้บ้าน ตามเพื่อน)	5	1.30

จากตารางที่ 4.12 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า สิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น 3 อันดับแรกคือ รสชาติของอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 85.90 รองลงมา ราคาเหมาะสมกับคุณภาพจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 และบริการดี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 40.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	237	62.00
3-4 ครั้ง	111	29.10
5-6 ครั้ง	16	4.20
7-8 ครั้ง	5	1.30
9-10 ครั้ง	7	1.80
มากกว่า 10 ครั้ง	6	1.60
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 1.13 ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 ใช้บริการ 5-6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์ (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 500	138	36.10
501-800	166	43.50
801-1,000	39	10.20
1,001-1,200	16	4.20
1,201-1,500	15	3.90
มากกว่า 1,500	8	2.10
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.14 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ร้านอาหารญี่ปุ่น เป็นเงิน 500-800 บาท จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 และมากกว่า 1,500 บาทขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 เป็นจำนวนที่น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.15 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่มาใช้บริการ

วันที่มาใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	71	18.60
เสาร์-อาทิตย์	202	52.90
วันหยุดนักขัตฤกษ์	23	6.00
วันพิเศษ/วันสำคัญ	74	19.40
อื่น ๆ	12	3.10
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.15 วันที่มาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด ได้แก่ วันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 52.90 รองลงมา วันพิเศษ/วันสำคัญ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 และวันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60

ตารางที่ 4.16 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ

ช่วงเวลาในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
09.00-12.00 น.	16	4.20
12.01-14.00 น.	113	29.60
14.01-16.00 น.	33	8.60
16.01-18.00 น.	62	16.20
18.01-20.00 น.	143	37.40
หลังเวลา 20.00 น.	15	3.90
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.16 ช่วงเวลาในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ได้แก่ เวลา 18.01-20.00 น. จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 รองลงมา เวลา 12.00-14.00 น. จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60 และลำดับสุดท้ายคือ หลังเวลา 20.00 น. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90

ตารางที่ 4.17 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

ระยะเวลาในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	54	14.10
1-2 ชั่วโมง	251	65.70
2-3 ชั่วโมง	66	17.30
3-4 ชั่วโมง	11	2.90
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.17 ระยะเวลาในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด ได้แก่ ระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 65.70 รองลงมา ระยะเวลา 2-3 ชั่วโมง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 ระยะเวลา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.10 และระยะเวลา 3-4 ชั่วโมง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอาหาร

ประเภทอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แบบบุฟเฟต์	300	78.50
แบบเมนูพิเศษ	73	19.10
อื่น ๆ	9	2.40
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.18 ประเภทอาหารญี่ปุ่นที่นิยมบริโภคมากที่สุด ได้แก่ แบบบุฟเฟต์ จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 78.50 รองลงมา แบบเมนูพิเศษ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10

ตารางที่ 4.19 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการ

กลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	33	8.60
เพื่อน	192	50.30
กลุ่มธุรกิจ	134	35.10
คนรักครอบครัว	15	3.90
อื่น ๆ	8	2.10
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.19 กลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ได้แก่ เพื่อน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 กลุ่มธุรกิจ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 35.10 คนเดียว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนคนที่มาใช้บริการ

จำนวนคนที่มาใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	25	6.50
2-3 คน	208	54.50
4-5 คน	105	27.50
6-8 คน	23	6.00
9-10 คน	20	5.20
10 คนขึ้นไป	1	0.30
รวม	382	100.0

จากตารางที่ 4.20 จำนวนคนที่มาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้งจำนวนสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ จำนวน 2-3 คน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา จำนวน 4-5 คน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 คนเดียว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน	151	39.50
สื่อโฆษณาต่าง ๆ (ใบปลิว, ป้ายโฆษณา)	50	13.10
ครอบครัว	93	24.30
Social Network	57	14.90
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ	29	7.60
อื่น ๆ (แฟน, Net Idol)	2	0.50
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4.21 บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร 3 ลำดับแรก ได้แก่ เพื่อน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมา ครอบครัว จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 และ Social Network จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 ตามลำดับ

3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหาร

ตารางที่ 4.22 ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการตัดสินใจใช้บริการ			อันดับ
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล	
คุณภาพอาหาร	4.45	0.67	มากที่สุด	1
รสชาติอาหาร	4.39	0.71	มาก	2
รายการอาหารหลากหลาย	4.34	0.75	มาก	3
มีการตกแต่งสวยงาม	4.22	0.80	มาก	4
มีอาหารจานพิเศษ	4.16	0.80	มาก	5

จากตารางที่ 4.22 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดได้แก่ คุณภาพอาหาร ค่า $\bar{X} = 4.45$, SD= 0.67 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหาร ค่า $\bar{X} = 4.39$, SD= 0.71 และมีอาหารจานพิเศษมีลำดับที่น้อยที่สุดโดยมีค่า $\bar{X} = 4.16$, SD= 0.80

ตารางที่ 4.23 ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านราคา

ด้านราคา	ระดับการตัดสินใจใช้บริการ			อันดับ
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล	
รายการอาหารมีการแสดงป้ายราคาชัดเจน	4.38	0.68	มากที่สุด	1
รายการอาหารตรงตามป้ายราคา	4.36	0.67	มาก	2
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	4.30	0.76	มาก	3
มีช่องทางการชำระที่หลากหลาย	4.22	0.80	มาก	4
ราคาอาหารถูกกว่าร้านอื่น	4.03	0.85	มาก	5

จากตารางที่ 4.23 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้านราคาในระดับมากที่สุด ได้แก่ รายการอาหารมีการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน ค่า $\bar{X} = 4.38$, SD= 0.68 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นน้อยที่สุด ได้แก่ ราคาอาหารถูกกว่าร้านอื่น ค่า $\bar{X} = 4.03$, SD= 0.76

ตารางที่ 4.24 ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการตัดสินใจใช้บริการ			อันดับ
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล	
สะดวกในการเดินทาง	4.29	0.74	มากที่สุด	1
ระยะเวลาในการเปิด-ปิด	4.22	0.76	มาก	2
มีที่จอดรถเพียงพอ	4.18	0.90	มาก	3
สามารถติดต่อได้สะดวก	4.17	0.77	มาก	4
มีป้าย ชื่อร้าน	4.07	0.73	มาก	5

จากตารางที่ 4.24 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สะดวกในการเดินทาง ค่า $\bar{X} = 4.29$, SD= 0.74 ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดได้แก่ มีป้าย ชื่อร้าน ค่า $\bar{X} = 4.17$, SD= 0.77

ตารางที่ 4.25 ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการตัดสินใจใช้บริการ			อันดับ
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล	
จัดทำโปรโมชั่นลดราคา	4.21	0.83	มากที่สุด	1
จัดทำรีวิวอาหารตามสื่อต่าง ๆ	4.09	0.84	มาก	2
มีของรางวัล	3.95	0.99	มาก	3
มีการสมัครสมาชิก	3.89	1.03	มาก	4
มีการออกบูธแนะนำอาหาร	3.78	0.99	มาก	5

จากตารางที่ 4.25 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดทำโปรโมชั่นลดราคา ค่า $\bar{X} = 4.21$, $SD = 0.83$ ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดได้แก่ การออกบูธแนะนำอาหาร ค่า $\bar{X} = 3.87$, $SD = 0.99$

ตารางที่ 4.26 ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับการตัดสินใจใช้บริการ			อันดับ
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล	
พนักงานมีกริยา มารยาท สุภาพเรียบร้อย	4.43	0.72	มากที่สุด	1
พนักงานมีความกระตือรือร้น	4.36	0.77	มาก	2
พนักงานบริการเป็นกันเอง	4.35	0.74	มาก	3
พนักงานมีความรู้ในรายการอาหาร	4.33	0.76	มาก	4
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	4.31	0.78	มาก	5

จากตารางที่ 4.26 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้านบุคลากร ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีกริยา มารยาท สุภาพเรียบร้อย ค่า $\bar{X} = 4.43$, $SD = 0.72$ ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดพนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ค่า $\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.78$

ตารางที่ 4.27 ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการตัดสินใจใช้บริการ			อันดับ
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล	
บิลเก็บเงินมีการแสดงรายละเอียดรายการอาหารเครื่องดื่มชัดเจน	4.32	0.78	มากที่สุด	1
บริการเสิร์ฟอาหารรวดเร็วและถูกต้อง	4.28	0.78	มาก	2
มีระบบความปลอดภัย	4.13	0.94	มาก	3
มีบริการจองโต๊ะล่วงหน้า	4.12	0.82	มาก	4
มีแอปพลิเคชันสั่งอาหารล่วงหน้า	3.93	1.00	มาก	5

จากตารางที่ 4.27 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ บิลเก็บเงินมีการแสดงรายละเอียดรายการอาหารเครื่องดื่มชัดเจน ค่า $\bar{X} = 4.32$, $SD = 0.78$ ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดคือ มีแอปพลิเคชันสั่งอาหารล่วงหน้า ค่า $\bar{X} = 3.93$, $SD = 1.00$

ตารางที่ 4.28 ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารด้านหลักฐานทางกายภาพ

ด้านหลักฐานทางกายภาพ	ระดับการตัดสินใจใช้บริการ			อันดับ
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล	
สถานที่มีความสะอาด	4.35	0.71	มากที่สุด	1
ภายในร้านกว้างขวาง	4.29	0.76	มาก	2
ตกแต่งร้านโดดเด่น สวยงาม	4.25	0.72	มาก	3
ร้านมีภาพลักษณ์ที่ดี	4.22	0.75	มาก	4
มีดนตรีฟังสบาย	4.17	0.80	มาก	5
การแต่งกายเป็นเอกลักษณ์	4.13	0.80	มาก	6

จากตารางที่ 4.28 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้านหลักฐานทางกายภาพ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่มีความสะอาด ค่า $\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.71$ ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดคือการแต่งกายเป็นเอกลักษณ์ ค่า $\bar{X} = 4.13$, $SD = 0.80$

4.1.3 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้เครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด โดยมีหัวข้อในการกำหนดกลยุทธ์ทั้งหมด 7 เรื่องได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในหัวข้อต่าง ๆ ได้ดังนี้

4.1.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการรวบรวมข้อมูลจะพบว่าสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในการประกอบธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด สะอาด มีรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ และมีความหลากหลายให้กับผู้บริโภคได้เลือกทาน เพราะว่าการกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเลือกทานอาหารญี่ปุ่นในลักษณะบุฟเฟต์ที่มีเมนูหลากหลายและพบว่าผู้บริโภคมาใช้บริการในลักษณะที่เป็นกลุ่มเพื่อนและกลุ่มธุรกิจเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากการทานแบบบุฟเฟต์ทำให้ควบคุมค่าใช้จ่ายได้แม่นยำและสามารถเลือกเมนูอาหารได้ตามความต้องการของแต่ละบุคคล

4.1.3.2 ด้านราคา

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคเกี่ยวกับด้านราคาของการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหารและมีการจัดราคาหลากหลายรูปแบบตามช่วงเวลา อาทิ ราคาคงที่จะอยู่ประมาณ 600 บาทและราคาตามการส่งเสริมการตลาด อาทิ โปรโมชันเล็ก กลาง ใหญ่ ทั้งนี้ลูกค้าสามารถเลือกกระดึบราคาในแต่ละครั้งตามปริมาณความต้องการของตนเองได้ ทั้งนี้รายการอาหารจะต้องมีการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจนและรายการอาหารตรงตามป้ายราคา

4.1.3.3 ด้านการจัดจำหน่าย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของร้านอาหารญี่ปุ่นพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง มีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอกับความต้องการ และมีระยะเวลาในการเปิด-ปิดที่ชัดเจน ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะทำการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในเส้นทางที่สามารถเดินทางได้สะดวกและการจราจรไม่หนาแน่นมาก และมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอตามสัดส่วนที่นั่งของร้านที่สามารถรองรับลูกค้าได้ต่อวัน ดังนั้นทางร้านอาหารญี่ปุ่นจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายให้แก่ลูกค้า 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการที่ร้านและรูปแบบการขายออนไลน์ เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องตามมาตรการทางด้านสาธารณสุข

4.1.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ควรมีการจัดทำโปรโมชันเป็นครั้งคราวตามโอกาสพิเศษต่าง ๆ โดยเน้นการส่งเสริมการตลาดที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าหรือได้เปรียบร้านค้า อาทิ การลด แลก แจก แถม หรือจัดชุดโปรโมชันต่าง ๆ นอกจากนี้จะต้องทำการจัดทำวีวอาหารตามสื่อต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความน่าสนใจและเกิดความอยากใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ดังนั้นจะต้องทำการวางกลยุทธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

4.1.3.5 ด้านบุคลากร

สำหรับข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านบุคลากร พบว่า ลูกค้ามีการจดจำเรื่องของภาพลักษณ์ของร้านร้านอาหารญี่ปุ่นที่ให้บริการด้วยพนักงานที่สุภาพ สะอาด เรียบร้อย และกระตือรือร้น ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ในการฝึกอบรมพนักงานให้มีใจรักในการบริการ และมีทักษะ ความชำนาญ ในการทำหน้าที่ในตำแหน่งงานที่แตกต่าง การ รวมถึงการทดแทนตำแหน่งในการทำงานในช่วงเวลาที่เร่งด่วนได้ เพื่อส่งมอบความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

4.1.3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการจะทำการแบ่งเป็นกระบวนการให้บริการเป็น 2 ทาง ได้แก่ ทางตรงและทางอ้อม กระบวนการให้บริการทางตรง ลูกคามีความประสงค์ที่จะทราบรายละเอียดของรายการอาหารในวันที่มาใช้บริการอย่างครบถ้วน เริ่มต้นตั้งแต่ การแจ้งราคาต่อหัว หรือราคารวมต่อกลุ่มที่มาใช้บริการทั้งหมด รายการอาหารหลักและเพิ่มเติมพิเศษ วิธีการเรียกพนักงานให้มาแนะนำบริการ รวมถึงการแจ้งวิธีการชำระเงินหลังจากใช้บริการเสร็จสิ้นพร้อมทั้งขอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากการใช้บริการจากลูกค้า เป็นต้น และกระบวนการให้บริการทางอ้อม อาทิ การให้บริการเสริมอื่น ๆ เช่น การบอกทิศทางการบริการร่วมกันแด่กันฝน การบริการเก้าอี้และภาชนะสำหรับเด็กเล็ก การบริการแนะนำที่จอดรถ เป็นต้น

4.1.3.7 ด้านหลักฐานทางกายภาพ

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านหลักฐานทางกายภาพของร้านอาหารญี่ปุ่นพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความสะดวก ความกว้างขวางไม่แออัดจนเกินไป และเรื่องของการตกแต่งร้านที่มีความโดดเด่นและสวยงาม ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องทำการออกแบบและตกแต่งร้านให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่จะต้องเน้นในเรื่องของความสะดวกสบายในการเข้ามาใช้บริการของผู้บริโภคเป็นหลักและมีมุมการตกแต่งร้านที่สวยงามเหมาะแก่การถ่ายภาพเพื่อให้ผู้บริโภคช่วยสื่อสารและประชาสัมพันธ์ร้านอาหารญี่ปุ่นช่วยผู้ประกอบการได้อีกหนึ่งช่องทาง

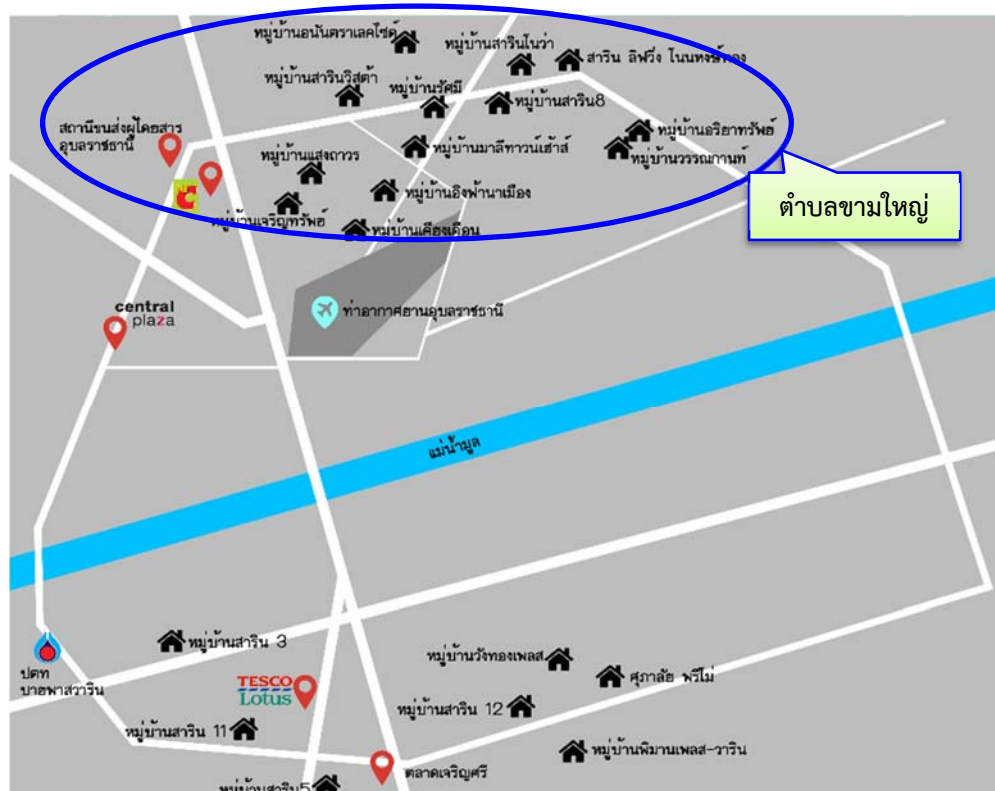
จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในเรื่องการตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่นที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันทั้งในเรื่องวัตถุดิบ การคมนาคมขนส่งที่สะดวก สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ทำให้มีความพร้อมในการแข่งขัน นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทำให้เห็นแนวโน้มด้านการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นที่ชัดเจน อีกทั้งการศึกษาจากแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีการบริการตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการเปิดร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

4.2 ผลการศึกษาด้านเทคนิค

จากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิคพบข้อมูลเกี่ยวข้อง 3 ด้าน ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน การก่อสร้างและออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในร้าน และการเลือกใช้วัสดุก่อสร้างหรือวัสดุตกแต่งสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การใช้งานซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาทางด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

4.2.1 สถานที่จัดตั้งโครงการ

พื้นที่จัดตั้งโครงการร้านอาหารญี่ปุ่นจะจัดตั้งขึ้นที่ อาคารพาณิชย์ 2 ชั้น 2 คูหา ตำบลขามใหญ่ ถนนเลี่ยงเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่บนทำเลที่ดี การเดินทางสะดวกและมีพื้นที่จอดรถสำหรับลูกค้าได้อย่างเพียงพอ โดยเป็นพื้นที่บริเวณถนนเส้นรอบเมือง เนื่องจากเป็นพื้นที่ของบ้านพักอาศัยและมีจำนวนประชากรอยู่อย่างหนาแน่น ในตำบลขามใหญ่มีจำนวนบ้านทั้งหมด 19,392 หลังคาเรือน (การเคหะแห่งชาติ, 2562) รวมถึงค่าเช่าที่ยังไม่สูงมากอยู่ที่ประมาณ 20,000-30,000 บาทต่อเดือน ทำให้เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การลงทุนโครงการร้านอาหารญี่ปุ่น ดังแสดงในภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 ทำเลที่ตั้งโครงการ

4.2.2 การออกแบบและการก่อสร้างโครงการ

สำหรับการออกแบบและการก่อสร้างร้านอาหารญี่ปุ่นโดยสถานที่จะเป็นอาคารพาณิชย์ 2 คูหา 2 ชั้น หน้ากว้าง 8 เมตร พื้นที่ใช้สอยทั้งหมด 192 ตารางเมตร จากข้อมูลการสัมภาษณ์การแบ่งพื้นที่ใช้สอยของร้านอาหารญี่ปุ่นจากผู้ประกอบการ จะทำให้แบ่งพื้นที่เป็นส่วนต่าง ๆ ได้ดังนี้ พื้นที่รองรับลูกค้า 120 ตารางเมตร พื้นที่ประกอบอาหารและจัดเก็บวัตถุดิบ 58 ตารางเมตร และพื้นที่ซีกล่าง 14 ตารางเมตร ข้อมูลผลการสำรวจจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคจะเน้นไปที่ความสะดวกสบายของร้าน พื้นที่ใช้สอยของร้านมีความกว้างขวางและเหมาะแก่การนั่งรับประทานอาหาร และมีการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ สวยงาม นอกจากนี้ แล้วการออกแบบยังต้องคำนึงถึงพื้นที่ใช้สอยในส่วนของบริเวณครัว หรือการเก็บสต็อกวัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุดและอยู่ในงบประมาณที่กำหนด เพื่อจะทำให้พื้นที่ใช้สอยบริเวณรับรองลูกค้ามีพื้นที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค แต่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

4.2.2.1 บริเวณรับของ จะเป็นบริเวณด้านหลังหรือด้านข้างของร้าน เพื่อบังสายตาของผู้บริโภค การรับสินค้าจะต้องมีจุดสำหรับการตรวจสอบปริมาณและคุณภาพของสินค้า และควรมีการจัดเก็บให้เหมาะสม การรับสินค้าควรหลีกเลี่ยงเวลาไม่ให้ใกล้เคียงกับเวลาเปิดร้าน บริเวณที่รับของควรจะเป็นบริเวณที่ทำความสะอาดได้ง่าย

4.2.2.2 บริเวณเตรียมของ บริเวณนี้จะใช้งานในกรณีที่วัตถุดิบที่นำส่งมาแต่ไม่สามารถใช้งานได้ทันที ดังนั้นจะต้องมีระบบการแช่แข็งสิ่งสกปรกออกจากวัตถุดิบที่ดี มีระบบการกำจัดของเสีย

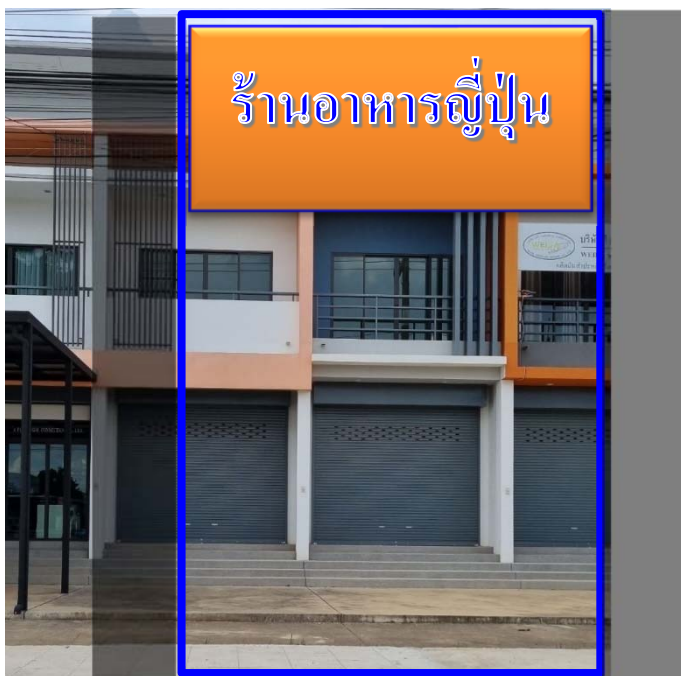
ที่เกิดจากสิ่งสกปรกในการชะล้างที่เป็นไปตามมาตรฐานที่สาธารณสุขกำหนด และควรจัดให้อยู่ใกล้กับบริเวณรับสินค้าและการจัดเก็บวัตถุดิบ เพื่อสะดวกต่อการใช้งานและการนำวัตถุดิบไปใช้งานต่อไป

4.2.2.3 บริเวณจัดเก็บวัตถุดิบ จะทำการแบ่งออกเป็นสองบริเวณ คือบริเวณที่ใช้จัดเก็บวัตถุดิบแห้งหรือวัตถุดิบที่เก็บไว้ได้นาน โดยที่ไม่ต้องนำไปแช่ตู้เย็นและบริเวณที่ใช้จัดเก็บวัตถุดิบเปียก ได้แก่ การจัดเก็บของในตู้เย็น ตู้แช่แข็ง ถังน้ำแข็ง และควรมีการแบ่งประเภทวัตถุดิบ โดยการกำหนดจากวันหมดอายุของวัตถุดิบและลักษณะทางกายภาพของวัตถุดิบสำหรับการจัดเก็บวัตถุดิบในที่ต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้งานจริงในแต่ละวัน

4.2.2.4 บริเวณประกอบอาหาร บริเวณนี้จะต้องคำนึงถึงความสะดวกเป็นหลักและระบบการจัดการสิ่งแปลกปลอมที่เกิดจากการประกอบอาหาร เช่น ที่ดูดควัน อุปกรณ์กำจัดกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ เป็นต้น และบริเวณนี้จะต้องอยู่ใกล้กับจุดรับอาหาร เพื่อสะดวกต่อการนำอาหารออกไปเสิร์ฟให้กับลูกค้า

4.2.2.5 บริเวณรับอาหาร เป็นบริเวณที่พนักงานเสิร์ฟจะมารับอาหารไปเสิร์ฟแก่ลูกค้า ดังนั้นจะต้องมีพื้นที่ที่เหมาะสมกับจำนวนอาหารที่ทำเสร็จ และรอบการเดินเสิร์ฟของพนักงาน

4.2.2.6 บริเวณล้างจานและอุปกรณ์ บริเวณนี้ควรแยกออกมาจากบริเวณอื่น ๆ ข้างต้นทั้งหมด และควรเป็นบริเวณที่ใกล้กับบริเวณรับเตรียมของ เนื่องจากจะต้องทำการชะล้างสิ่งสกปรกเพื่อให้ลงสู่ระบบสุขาภิบาลของทางร้าน และจะทำให้ประหยัดต้นทุนในการก่อสร้างระบบสุขาภิบาลของทางร้านด้วย



ภาพที่ 4.3 รูปแบบของอาคารสำหรับก่อสร้างร้านอาหารญี่ปุ่น

4.2.3 วัสดุที่ใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

สำหรับการเลือกใช้วัสดุในการก่อสร้างจะต้องคำนึงถึงคุณภาพและการใช้งานในระยะยาว และเลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์เฉพาะของการใช้งานแต่ละประเภท เช่น เครื่องครัวเฉพาะสำหรับการประกอบอาหารญี่ปุ่น การเลือกใช้วัสดุที่สามารถทำความสะอาดได้ง่าย การทำผนังสำหรับ support การสะท้อนของเสียง เป็นต้น ทั้งนี้การเลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ ก็จะเป็นการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความสบายใจและความปลอดภัยตลอดระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารที่ร้าน

ตารางที่ 4.29 รายการวัสดุอุปกรณ์ที่สำคัญสำหรับร้านอาหารญี่ปุ่น

ลำดับ	รายการ	จำนวน	หน่วย
1	ชุดโต๊ะ เก้าอี้สำหรับบริการลูกค้า	80	ชุด
2	ภาชนะสำหรับบริการลูกค้า	100	ชุด
3	เครื่องปรับอากาศขนาด 24,000 BTU	4	เครื่อง
4	เครื่องทำไอศกรีม	1	เครื่อง
5	อุปกรณ์สำหรับระบบการคิดเงิน	1	ชุด
6	รถเข็นสำหรับบริการเครื่องดื่ม	4	คัน
7	รถเข็นสำหรับทำความสะอาด	4	คัน
8	ตู้แช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบพิเศษ	1	เครื่อง
9	ตู้แช่แข็งวัตถุดิบ -18 ถึง 0 องศา	1	เครื่อง
10	ตู้แช่เย็นชนิดพิเศษสำหรับเนื้อสัตว์สด	1	เครื่อง
11	ตู้แช่เย็นวัตถุดิบอุณหภูมิ 1 ถึง 10 องศา	1	เครื่อง
12	เคาเตอร์สำหรับจัดเตรียมเมนูปลาดิบ	1	ชุด
13	เขียงชนิดพิเศษสำหรับหั่นปลาดิบ	2	อัน
14	มีดชนิดพิเศษสำหรับแล่ปลาดิบ	4	อัน
15	อุปกรณ์และภาชนะสำหรับงานครัว	2	ชุด
16	ชุดเตาแก๊ส	3	ชุด
17	ไมโครเวฟ	2	เครื่อง
18	นาฬิกาจับเวลา เครื่องชั่งดิจิตอล	3	ชุด
19	เครื่องสไลด์เนื้อ	1	เครื่อง
20	หม้อหุงข้าว 5 ลิตร	2	อัน
21	เครื่องล้างจาน	1	ชุด
22	ระบบดูดควันไฟ	1	ชุด
23	อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ชุดโต๊ะ เก้าอี้ สำนักงาน	4	ชุด
24	ชุดโต๊ะสำหรับจัดเตรียมอาหาร	3	ชุด
25	ถังน้ำแข็งสำหรับเก็บวัตถุดิบ	2	ถัง

ตารางที่ 4.29 รายการวัสดุอุปกรณ์ที่สำคัญสำหรับร้านอาหารญี่ปุ่น (ต่อ)

ลำดับ	รายการ	จำนวน	หน่วย
26	เครื่องทำน้ำแข็งสำหรับบริการลูกค้า	1	เครื่อง
27	ชุดเครื่องเสียงเพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับลูกค้า	1	ชุด
28	อุปกรณ์ดับเพลิง	3	ชุด
29	กล้องวงจรปิด	16	ตัว
30	ระบบบำบัดน้ำเสีย	1	ชุด

4.2.4 แผนดำเนินการก่อสร้างโครงการ

ตารางที่ 4.30 แผนการทำงานก่อสร้างโครงการร้านอาหารญี่ปุ่น

ลำดับ	กิจกรรม	เดือนที่							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	เตรียมวางแผนการปฏิบัติงาน								
2	ออกแบบและขออนุญาตก่อสร้าง								
3	ดำเนินการจัดหาผู้รับเหมา								
4	งานปรับพื้นที่ดิน								
5	งานระบบรากฐาน								
6	วางระบบสุขาภิบาล								
7	งานก่อสร้างอาคาร								
8	งานขยายเขตสาธารณูปโภค								
9	งานจัดสวน								

การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการที่เหมาะสมทั้งในเรื่องของแหล่งที่อยู่อาศัยที่หนาแน่น การเดินทางที่สะดวกสบายและมีที่จอดรถเพียงพอต่อการบริการลูกค้า นอกจากนี้ การออกแบบและตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นสวยงาม การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีความแข็งแรงทนทานและเหมาะสมกับการใช้งานของแต่ละประเภทของงานจะทำให้สามารถควบคุมงบประมาณในการก่อสร้างให้อยู่ในกรอบที่โครงการกำหนดได้ โดยปัจจัยการศึกษาทางด้านเทคนิคต่าง ๆ ที่ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านเทคนิค จึงสามารถสรุปได้ว่า โครงการก่อสร้างร้านอาหารญี่ปุ่น โดยเป็นพื้นที่อาคารพาณิชย์จำนวน 2 ชั้น 2 คูหา ถนนเลียบเมือง ตำบลขามใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

4.3 ผลการศึกษาด้านการจัดการ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการพบข้อมูลเกี่ยวข้อง 3 ด้าน ได้แก่ แผนการดำเนินงานของโครงการ รูปแบบการบริหารและโครงสร้างองค์กร การจัดการวัตถุดิบและโครงสร้างรายการอาหาร โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

4.3.1 แผนการดำเนินงานของโครงการ

กิจกรรมก่อนการดำเนินงานเปิดร้านอาหารญี่ปุ่นนั้นจะต้องมีกิจกรรมที่จะต้องเตรียม คือ การดำเนินงานก่อนเริ่มประกอบธุรกิจผู้ประกอบการต้องบันทึกขั้นตอนของกิจกรรมที่เกิดขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในอันที่จะประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ซึ่งกิจกรรมก่อนการดำเนินงานแต่ละอย่างจะมีกำหนดว่าจะดำเนินงานเมื่อไร และเป็นระยะเวลานานเท่าใด ดังแสดงในตารางที่ 4.31

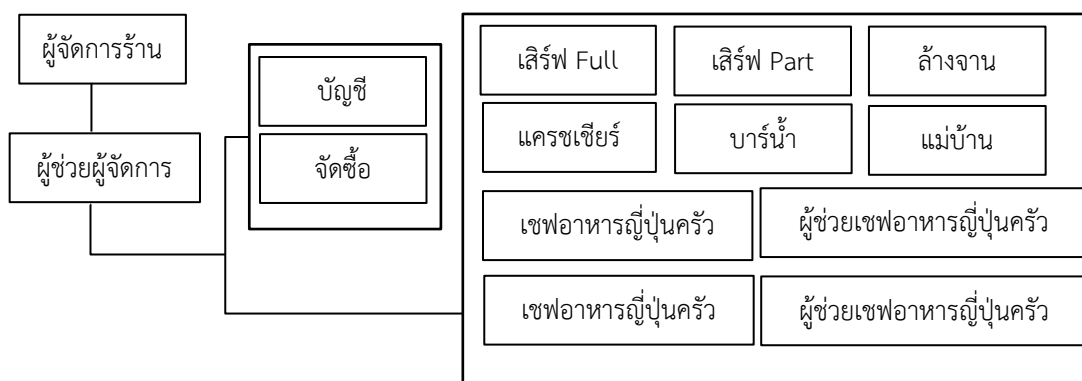
ตารางที่ 4.31 แผนการดำเนินงานและระยะเวลาดำเนินงาน

ลำดับ	กิจกรรม	เดือนที่					
		1	2	3	4	5	6
1	เตรียมวางแผนการปฏิบัติงาน						
2	ขออนุญาตประกอบกิจการ และดำเนินการจดทะเบียน						
3	ทำสัญญาเช่าสถานประกอบการ						
4	สอบถามราคาผู้รับเหมาก่อสร้าง						
5	ตกแต่งร้าน						
6	จัดทำอุปกรณ์การผลิต วัตถุดิบ และอุปกรณ์สำนักงาน						
7	สรรหาบุคลากรและฝึกอบรม						
8	โฆษณา และส่งเสริมการขาย						

4.3.2 รูปแบบการบริหารและโครงสร้างองค์กร

การจัดการภายในและการให้บริการอย่างเป็นระบบ ถือว่าเป็นจุดสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของการบริการ เช่น การบันทึกข้อมูลของลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการปรับปรุงการให้บริการในอนาคต และจะต้องมีกลไกในการบริหาร และพัฒนาคุณภาพการให้บริการโดยสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากบุคคลภายในร้านและลูกค้า ดังนั้นการจัดตั้งโครงการในรูปแบบบริษัทจำกัด จะเหมาะสมกับโครงการร้านอาหารญี่ปุ่นเนื่องจากเจ้านี้จะให้การยอมรับทำให้สามารถระดมเงินทุนได้สูง นอกจากนี้บริษัทจำกัด แยกเจ้าของและกิจการออกจากกันเด็ดขาด ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องไม่มีปัญหา

การจัดโครงสร้างองค์กรของร้านอาหารญี่ปุ่น



ภาพที่ 4.4 การจัดโครงสร้างองค์กรของร้านอาหารญี่ปุ่น

จำนวนพนักงานและตำแหน่งงานของร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องมีพนักงานในตำแหน่งต่าง ๆ ดังนี้

- | | |
|-------------------------------------|-----------|
| (1) ผู้จัดการร้าน | 1 ตำแหน่ง |
| (2) ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน | 1 ตำแหน่ง |
| (3) แคชเชียร์ | 1 ตำแหน่ง |
| (4) บัญชี | 1 ตำแหน่ง |
| (5) จัดซื้อ | 1 ตำแหน่ง |
| (6) บาร์น้ำ | 1 ตำแหน่ง |
| (7) เสิร์ฟ Full time | 4 ตำแหน่ง |
| (8) เสิร์ฟ Part time | 5 ตำแหน่ง |
| (9) แม่บ้าน | 1 ตำแหน่ง |
| (10) ล้างจาน | 2 ตำแหน่ง |
| (11) เซฟอาหารญี่ปุ่นครัวเย็น | 1 ตำแหน่ง |
| (12) ผู้ช่วยเซฟอาหารญี่ปุ่นครัวเย็น | 2 ตำแหน่ง |
| (13) เซฟอาหารญี่ปุ่นครัวร้อน | 1 ตำแหน่ง |
| (14) ผู้ช่วยเซฟอาหารญี่ปุ่นครัวร้อน | 2 ตำแหน่ง |

จากการกำหนดตำแหน่งต่าง ๆ ของพนักงานแล้ว สามารถนำมากำหนดอัตราเงินเดือนของพนักงาน โดยอ้างอิงตามอัตราจ้างงานตามวุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน รายละเอียดดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 อัตราเงินเดือนพนักงานต่อเดือนต่อปี

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	จำนวน (คน)	เงินเดือนต่อคน (บาท)	รวมเงินเดือน (บาท)
ผู้จัดการร้าน	ปริญญาตรี	1	18,000	18,000
ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน	ปวส. ขึ้นไป	1	15,000	15,000
แคชเชียร์	ปวส. ขึ้นไป	1	12,000	12,000
บัญชี	ปวส. ขึ้นไป	1	12,000	12,000
จัดซื้อ	ปวส. ขึ้นไป	1	12,000	12,000
บาร์น้ำ	ม.6 ขึ้นไป	1	9,000	9,000
เสิร์ฟ Full time	ม.6 ขึ้นไป	4	9,000	36,000
เสิร์ฟ Part time	ม.6 ขึ้นไป	5	8,450	42,250
แม่บ้าน	ม.3 ขึ้นไป	1	9,000	9,000
ล้างจาน	ม.6 ขึ้นไป	2	9,000	18,000
เชฟอาหารญี่ปุ่นครัวเย็น	ปวส. ขึ้นไป	1	15,000	15,000
ผู้ช่วยเชฟอาหารญี่ปุ่นครัวเย็น	ปวส. ขึ้นไป	2	12,000	24,000
เชฟอาหารญี่ปุ่นครัวร้อน	ปวส. ขึ้นไป	1	15,000	15,000
ผู้ช่วยเชฟอาหารญี่ปุ่นครัวร้อน	ปวส. ขึ้นไป	2	12,000	24,000
รวม				261,250

จากตารางที่ 4.32 จะเห็นรายจ่ายของพนักงานในแต่ละเดือนเป็นเงิน 261,250 บาท เมื่อคิดเป็นรายปีจะ ต้องจ่ายเงินเดือนพนักงานเป็นเงิน 3,135,000 บาท

4.3.3 การจัดการวัตถุดิบและโครงสร้างรายการอาหาร

จากการศึกษาพบว่า วัตถุดิบหลักที่ใช้สำหรับร้านอาหารญี่ปุ่น จะเป็นปลาดิบและที่ใช้ในปริมาณมากที่สุด จะเป็นปลาแซลมอนสายพันธุ์แอตแลนติก ชนิดนอร์วีเจียนแซลมอน จากประเทศนอร์เวย์ โดยลักษณะของปลาชนิดนี้คือ เนื้อจะแน่น มีสีส้มนวล มีก้างน้อย ซึ่งเหมาะจะนำมาเป็นวัตถุดิบหลักของร้านอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด สำหรับวัตถุดิบที่ใช้มากรองลงมาก็คือ เนื้อปลาดิบชนิดต่าง ๆ เช่น ปลาทูน่า ปลาหมึกยักษ์ ปลาฮาเมจิ และปูอัด เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีวัตถุดิบที่เป็นเนื้อสัตว์ชนิดอื่นรวมอยู่ด้วย ได้แก่ เนื้อวัว เนื้อหมู และเนื้อไก่ และมีผักอีกหลายหลายชนิดที่เหมาะสมกับการรับประทานในเมนูร้านอาหารญี่ปุ่น ได้แก่ สลัด หัวไชเท้า แครอท กระหล่ำ เห็ดหอม เห็นอนริจิ และอื่น ๆ อีกมากมาย

จากวัตถุดิบจำนวนมากสามารถนำมาทำเป็นเมนูของร้านอาหารญี่ปุ่นในรูปแบบของการทานแบบบุฟเฟต์ ในหลายราคาที่สามารถให้ผู้บริโภคเลือกตามความชอบและความต้องการได้ในราคาต่าง ๆ ดังนี้ เริ่มตั้งแต่ราคา 499, 599, 899 และ 1099 บาท โดยกรณีที่ลูกค้าเลือกทานในราคาที่สูงกว่าจะสามารถทานเมนูที่อยู่ในราคาที่ต่ำกว่าได้ทุกเมนู โดยมีรายละเอียดเมนูตามรูปภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.5 รายการเมนูราคา 499 บาทต่อท่าน (หน้าแรก)



ภาพที่ 4.6 รายการเมนูราคา 499 บาทต่อท่าน (หน้าหลัง)



ภาพที่ 4.7 รายการเมนูราคา 599 บาทต่อท่าน



ภาพที่ 4.8 รายการเมนูราคา 899 บาทต่อท่าน



ภาพที่ 4.9 รายการเมนูราคา 1,099 บาทต่อท่าน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการพบข้อมูลเกี่ยวข้อง 3 ด้าน ได้แก่ แผนการดำเนินงานของโครงการ รูปแบบการบริหารและโครงสร้างองค์กร การจัดการวัตถุดิบและโครงสร้างรายการอาหาร นอกจากนี้จะต้องมีการพัฒนาและการเสริมทักษะการบริการให้แก่พนักงาน และการพัฒนาทีมงานด้านการตลาดเป็นการเฉพาะเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายและสร้างแรงจูงใจในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

4.4 ผลการศึกษาด้านการเงิน

4.4.1 เงินลงทุนในโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน

การลงทุนเปิดร้านอาหารญี่ปุ่น มีเงินลงทุนในโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุนในการศึกษาคั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดเงื่อนไขของแหล่งที่มาของเงินลงทุนดังนี้ ใช้เงินส่วนของเจ้าของร้อยละ 70 และเงินกู้ธนาคารร้อยละ 30 อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 8.05 ต่อปี (ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ, 2563) ระยะเวลาผ่อนชำระ 5 ปี ชำระคืนเงินต้นทุกต้นปีเท่ากันทุกงวด

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคารพาณิชย์

ธนาคาร	อัตราดอกเบี้ย	วันที่ประกาศเริ่มใช้
ธนาคารกรุงไทย	10.22	28 สิงหาคม 2563
ธนาคารไทยพาณิชย์	13.995	22 พฤษภาคม 2563
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ	8.05	1 มิถุนายน 2563
ธนาคารออมสิน	9.65	6 กุมภาพันธ์ 2563
ธนาคารกสิกรไทย	11.97	2 ตุลาคม 2563

เงินทุนในโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน ดังตารางที่ 4.34 – ตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.34 เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)	ร้อยละ
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	5,000,000	71.43
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	2,000,000	28.57
รวม	7,000,000	100.00

ตารางที่ 4.35 ต้นทุนอาคารก่อสร้างร้านอาหารญี่ปุ่น

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าก่อสร้าง - งานออกแบบอาคาร/งานก่อสร้างอาคาร - ค่าควบคุมงานก่อสร้าง/งานระบบสาธารณูปโภค	4,000,000
งานตกแต่งสถานที่	500,000
ลานจอดรถ	500,000
รวมค่าก่อสร้าง	5,000,000

ตารางที่ 4.36 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ - ค่าดำเนินการติดต่อขอมิเตอร์ไฟฟ้าและประปา - ค่าธรรมเนียมภาษีป้ายโฆษณา - ค่าดำเนินการเกี่ยวกับภาษี - ค่าธรรมเนียมการขออนุญาต	40,000
ค่าใช้จ่ายฝึกอบรมพนักงาน	120,000
ค่าโฆษณา	100,000
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	260,000

ตารางที่ 4.37 การประมาณเงินทุนหมุนเวียนต่อปี

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
เงินเดือนพนักงาน	3,153,000
เบี้ยประกันสังคม (งวดเดือน ธ.ค. 63, สำนักงานประกันสังคม, 2563)	154,956
ค่าวัสดุสำนักงาน	20,000
ค่าน้ำ	60,000
ค่าไฟฟ้า	180,000

ตารางที่ 4.37 การประมาณเงินทุนหมุนเวียนต่อปี (ต่อ)

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าเก็บขยะ	500
ค่าประกันภัย	30,000
ค่าตรวจสอบบัญชี	30,000
ค่าระบบการจัดการ POS	36,000
ค่าโทรศัพท์/WIFI	14,000
รวมเงินทุนหมุนเวียนที่ลงทุนโดยเจ้าของ	3,678,456

ตารางที่ 4.38 ประมาณการจำนวนและต้นทุนอุปกรณ์

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าเครื่องครัว	800,000
ค่าโต๊ะ เก้าอี้ เบาะรองนั่งสำหรับลูกค้า	400,000
ค่าโปรแกรมคอมพิวเตอร์	100,000
ค่ากล้องวงจรปิด	50,000
ค่าตกแต่งภายใน	570,000
ค่าอุปกรณ์สุขภัณฑ์	80,000
รวมเงินทั้งสิ้น	2,000,000

ตารางที่ 4.39 เงินลงทุนของโครงการเริ่มแรก และวิธีการตัดค่าเสื่อมราคา

รายการ	เจ้าของ	หนี้สิน	รวม	การคิดค่าเสื่อมราคา
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	4,900,000	100,000	5,000,000	ตัดค่าเสื่อมราคา ร้อยละ 20 ต่อปี (ปีละ 1,000,000 บาท)
อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก	-	2,000,000	2,000,000	ตัดค่าเสื่อมราคา ร้อยละ 5 ต่อปี (ปีละ 100,000 บาท)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	260,000	-	260,000	
เงินทุนหมุนเวียน	3,678,456	-	3,678,456	คืนเมื่อสิ้นสุดโครงการ
รวมเงินลงทุนทั้งหมด			10,938,456	

ตารางที่ 4.40 การคิดค่าเสื่อมราคา และค่าเสื่อมราคาสะสม

ปีที่	ค่าเสื่อมราคา			
	อาคารและ สิ่งปลูกสร้าง	อุปกรณ์และ สิ่งอำนวยความสะดวก	รวมค่าเสื่อมราคา	ค่าเสื่อมราคา สะสม
1	1,000,000	100,000	1,100,000	1,100,000
2	1,000,000	100,000	1,100,000	2,200,000
3	1,000,000	100,000	1,100,000	3,300,000
4	1,000,000	100,000	1,100,000	4,400,000
5	1,000,000	100,000	1,100,000	5,500,000
6		100,000	100,000	5,600,000
7		100,000	100,000	5,700,000
8		100,000	100,000	5,800,000
9		100,000	100,000	5,900,000
10		100,000	100,000	6,000,000
11		100,000	100,000	6,100,000
12		100,000	100,000	6,200,000
13		100,000	100,000	6,300,000
14		100,000	100,000	6,400,000
15		100,000	100,000	6,500,000
16		100,000	100,000	6,600,000
17		100,000	100,000	6,700,000
18		100,000	100,000	6,800,000
19		100,000	100,000	6,900,000
20		100,000	100,000	7,000,000

ตารางที่ 4.41 อัตราการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล

ช่วงกำไรสุทธิ	SME	Non-SME
ไม่เกิน 300,000 บาท	ร้อยละ 0	ร้อยละ 20
300,001-3,000,000 บาท	ร้อยละ 15	ร้อยละ 20
ตั้งแต่ 3,000,001 บาทขึ้นไป	ร้อยละ 20	ร้อยละ 20

4.4.2 การประมาณการรายได้

การคำนวณรายได้ โดยใช้ข้อมูลจากผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม หากเปิดร้านใหม่
ลูกค้าต้องการไปรับประทานอาหาร จำนวน 382 คน ซึ่งในการศึกษาร้านนี้ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนด

ส่วนแบ่งของตลาดร้านอาหารญี่ปุ่นที่ผู้ศึกษาต้องการอยู่ที่ร้อยละ 30 ที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือมีอายุระหว่าง 18-60 ปี และอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จึงสามารถนำมาคำนวณจำนวนคนที่มาใช้บริการได้ดังนี้

จำนวนผู้ที่ใช้บริการต่อปี คิดที่ร้อยละ 30 จาก 61,008 คน จะได้เท่ากับ 18,302 คน/ปี

จำนวนผู้ที่ใช้บริการต่อวัน คิดจาก 18,302หารด้วยจำนวนวันทำการใน 1 ปี คือ 313 วัน จะได้เท่ากับ 59 คน/วัน หรือ 1,770 คน/เดือน

และยอดค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าต่อครั้งต่อคนเป็นเงิน 650 บาท ซึ่งคิดจากอัตราเฉลี่ยต่อการใช้บริการต่อครั้งในการคำนวณยอดขายในเดือนแรก และคาดว่าจะมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ในทุก ๆ 3 เดือน ดังนั้น ในเดือนที่แรกคาดว่าจะมียอดขายดังนี้

จำนวนลูกค้า 1,770 คน X 650 บาท = 1,150,500 บาท

สามารถสรุปรายได้ต่อเดือนของยอดขายปีที่ 1 ได้ดังตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 ประมาณการรายได้รายต่อเดือน

ลำดับ	เดือน	ประมาณการรายได้ต่อเดือน (บาท)
1	มกราคม	1,150,500
2	กุมภาพันธ์	1,150,500
3	มีนาคม	1,150,500
4	เมษายน	1,208,025
5	พฤษภาคม	1,208,025
6	มิถุนายน	1,208,025
7	กรกฎาคม	1,268,426
8	สิงหาคม	1,268,426
9	กันยายน	1,268,426
10	ตุลาคม	1,331,848
11	พฤศจิกายน	1,331,848
12	ธันวาคม	1,331,848
	รวมรายได้ต่อปี	14,876,396

เมื่อนำประมาณการรายเดือนมาจัดทำประมาณการรายได้รายปี โดยกำหนดให้มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 ในปีถัดไป สามารถสรุปรายได้ต่อเดือนและต่อปี ดังตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 ประมาณการรายได้ต่อปี

ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
14,876,396 บาท	16,364,036 บาท	18,000,440 บาท	19,800,484 บาท	21,780,532 บาท

4.4.3 การประมาณการรายจ่าย

เพื่อเป็นการศึกษาข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริง จึงได้พิจารณาถึงการประมาณการรายจ่ายที่ใกล้เคียงความเป็นจริง ค่าใช้จ่ายทั้งหมดเป็นเงินสด ไม่มีการชำระเป็นงวด โดยทำการประมาณการเป็นระยะเวลา 5 ปี

4.4.3.1 ต้นทุนในการผลิตอาหาร

ค่าวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต การปรุงอาหาร ขึ้นอยู่กับราคาวัตถุดิบต่าง ๆ ตามสภาวะตลาด โดยราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการคำนวณจะคิดร้อยละ 50 ของยอดขาย โดยเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการสอบถามผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่น โดยกำหนดให้ต้นทุนในการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ของทุก ๆ ปี และสามารถคำนวณต้นทุนในการผลิตอาหารได้ดังตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 ต้นทุนในการผลิตอาหาร

เดือน	ประมาณการรายได้ต่อเดือน (บาท)	ประมาณการต้นทุนในการผลิต อาหาร (บาท)
มกราคม	1,150,500	575,250
กุมภาพันธ์	1,150,500	575,250
มีนาคม	1,150,500	575,250
เมษายน	1,208,025	604,013
พฤษภาคม	1,208,025	604,013
มิถุนายน	1,208,025	604,013
กรกฎาคม	1,268,426	634,213
สิงหาคม	1,268,426	634,213
กันยายน	1,268,426	634,213
ตุลาคม	1,331,848	665,924
พฤศจิกายน	1,331,848	665,924
ธันวาคม	1,331,848	665,924
รวม		7,438,199

4.4.3.2 ประมาณการรายจ่าย

การประมาณการรายจ่ายทั้งหมดของกิจการ จากต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของกิจการ และกำหนดให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี สามารถประมาณการรายจ่ายในการดำเนินงานได้ ดังตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนผันแปร					
ค่าต้นทุนวัตถุดิบอาหาร	7,438,198.50	8,182,018.35	9,000,220.19	9,900,242.20	10,890,266.42
ต้นทุนคงที่					
ค่าเช่าที่ร้าน	360,000.00	396,000.00	435,600.00	479,160.00	527,076.00
เงินเดือนพนักงาน	3,135,000.00	3,448,500.00	3,793,350.00	4,172,685.00	4,589,953.50
เบี้ยประกันสังคม	154,956.00	170,451.60	187,496.76	206,246.44	226,871.08
ค่าน้ำประปา	60,000.00	66,000.00	72,600.00	79,860.00	87,846.00
ค่าไฟฟ้า	180,000.00	198,000.00	217,800.00	239,580.00	263,538.00
ค่าวัสดุสำนักงาน	20,000.00	22,000.00	24,200.00	26,620.00	29,282.00
ค่าเก็บขยะ	500.00	550.00	605.00	665.50	732.05
ค่าประกันภัย	30,000.00	33,000.00	36,300.00	39,930.00	43,923.00
ค่าโทรศัพท์	14,000.00	15,400.00	16,940.00	18,634.00	20,497.40
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	66,000.00	72,600.00	79,860.00	87,846.00	96,630.60
รวมต้นทุนคงที่	4,020,456.00	4,422,501.60	4,864,751.76	5,351,226.94	5,886,349.63
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	11,458,654.50	12,604,519.95	13,864,971.95	15,251,469.14	16,776,616.05

4.4.4 งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน เป็นงบที่แสดงยอดรวมของรายการทางการค้าที่เป็นรายได้และค่าใช้จ่ายแต่ละประเภทที่เกิดขึ้นแก่กิจการในงวด ๆ หนึ่ง ผลต่างระหว่างรายได้และค่าใช้จ่ายทั้งหมดคือ ผลการดำเนินงานของงวดนั้น ถ้ารายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย ผลต่างนั้นคือ กำไร และในทางตรงกันข้ามถ้ารายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย ผลต่างคือ ขาดทุน ดังแสดงในตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขายสินค้า	14,876,396.00	16,364,035.60	18,000,439.16	19,800,483.08	21,780,531.38
หัก ต้นทุนสินค้า	7,438,198.50	8,182,018.35	9,000,220.19	9,900,242.20	10,890,266.42
หัก ค่าเสื่อมราคาอาคาร	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
หัก ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
กำไรขั้นต้น	6,338,197.50	7,082,017.25	7,900,218.98	8,800,240.87	9,790,264.96
หัก ต้นทุนคงที่	4,020,456.00	4,422,501.60	4,864,751.76	5,351,226.94	5,886,349.63
กำไรจากการดำเนินงาน	2,317,741.50	2,659,515.65	3,035,467.22	3,449,013.94	3,903,915.33
หัก ดอกเบี้ย	169,050.00	135,240.00	101,430.00	67,620.00	33,810.00

ตารางที่ 4.46 งบกำไรขาดทุน (ต่อ)

งบกำไรขาดทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรก่อนหักภาษี	2,148,691.50	2,524,275.65	2,934,037.22	3,381,393.94	3,870,105.33
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	429,738.30	504,855.13	586,807.44	676,278.79	774,021.07
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	1,718,953.20	2,019,420.52	2,347,229.77	2,705,115.15	3,096,084.26
กำไรสะสม	1,718,953.20	3,738,373.72	6,085,603.49	8,790,718.64	11,886,802.91

4.4.5 งบกระแสเงินสด

เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของงบแสดงการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินของกิจการ ซึ่งจะเน้นเฉพาะในส่วนของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับเงินสดและรายการที่เทียบเท่าเงินสด เช่น เงินฝากธนาคารหรือเงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูงเท่ากับเงินสด โดยงบกระแสเงินสดจะช่วยให้ผู้บริหารหรือบุคคลภายนอก ตลอดจนนักลงทุนได้ทราบว่าในรอบปีที่ผ่านมาแท้ที่จริงแล้วกิจการได้รับเงินสดและใช้จ่ายเงินสดในกิจกรรมใดบ้าง ด้วยเหตุนี้ งบกระแสเงินสดจึงถือได้ว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่จะแสดงให้เห็นถึงนโยบายในการบริหารเงินสดของกิจการ การตัดสินใจทางการเงิน และการวางแผนในอนาคตเพื่อความมั่นคงของกิจการ นอกจากนี้งบกระแสเงินสดยังเป็นสิ่งจำเป็นในการนำมาใช้ในการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) อีกด้วย ดังตารางที่ 4.47

ตารางที่ 4.47 งบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ		1,718,953.20	2,019,420.52	2,347,229.77	2,705,115.15	3,096,084.26
ค่าเสื่อมราคาอาคาร		1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์		100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
ชำระคืนเงินต้นปีนี้		420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00
ชำระคืนเงินต้นปีก่อน			-420,000.00	-420,000.00	-420,000.00	-420,000.00
ดอกเบี้ยปีนี้		169,050.00	135,240.00	101,430.00	67,620.00	33,810.00
ดอกเบี้ยปีก่อน			-169,050.00	-135,240.00	-101,430.00	-67,620.00
ภาษีเงินได้ปีนี้		429,738.30	504,855.13	586,807.44	676,278.79	774,021.07
ภาษีเงินได้ปีก่อน			-429,738.30	-504,855.13	-586,807.44	-676,278.79
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตัดจ่าย		260,000.00				
รวมเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากการดำเนินงาน		4,097,741.50	3,160,727.35	3,495,372.09	3,860,776.49	4,260,016.54
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
อาคาร	-5,000,000.00					
อุปกรณ์	-2,000,000.00					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	-260,000.00					

ตารางที่ 4.47 งบกระแสเงินสด (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากการลงทุน	-7,260,000.00					
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมจัดหาเงิน						
เงินลงทุนจากผู้เป็น เจ้าของ	8,838,456.00					
เงินลงทุนจากการกู้ ธนาคาร	2,100,000.00					
รวมเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากกิจกรรม การจัดหาเงิน	10,938,456.00					
รวมเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) ระหว่างปี	3,678,456.00	4,097,741.50	3,160,727.35	3,495,372.09	3,860,776.49	4,260,016.54
เงินสดต้นงวด		3,678,456.00	7,776,197.50	10,936,924.85	14,432,296.94	18,293,073.43
เงินสดปลายงวด	3,678,456.00	7,776,197.50	10,936,924.85	14,432,296.94	18,293,073.43	22,553,089.97

4.4.6 งบแสดงฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะทางการเงินเป็นรายงานการเงินที่แสดงถึงฐานะการเงินของธุรกิจนั้น ณ วันใดวันหนึ่งที่ระบุไว้ ปกติจะเป็นวันสิ้นสุดของงวดการดำเนินงาน เช่น วันสิ้นไตรมาส ครึ่งปี หรือ วันสุดท้ายของปี งบแสดงฐานะทางการเงินบอกให้ทราบว่าธุรกิจนั้นมีเงินลงทุนทั้งหมดเท่าใด มาจากส่วนของเจ้าของและเจ้าหนี้ในจำนวนเงินมากน้อยเพียงใด และนำไปใช้ลงทุนในสินทรัพย์ทั้งหมดอย่างไร ดังนั้นในงบแสดงฐานะทางการเงินจะประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับรายการของธุรกิจ 3 ประเภท คือ สินทรัพย์ (Assets) หนี้สิน (Liabilities) และส่วนของเจ้าของ (Equity or Net Worth) ดังตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 งบแสดงฐานะการเงิน

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและเงิน ฝากธนาคาร	3,678,456.00	7,776,197.50	10,936,924.85	14,432,296.94	18,293,073.43	22,553,089.97
หัก ค่าระคิน เงินต้น		-420,000.00	-840,000.00	-1,260,000.00	-1,680,000.00	-2,100,000.00
อาคาร	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
หัก ค่าเสื่อม ราคาสะสม อาคาร	-	-1,000,000.00	-2,000,000.00	-3,000,000.00	-4,000,000.00	-5,000,000.00
อุปกรณ์สิ่ง อำนวยความสะดวก	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00

ตารางที่ 4.48 งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หัก ค่าเสื่อม ราคาสะสม อุปกรณ์	-	-100,000.00	-200,000.00	-300,000.00	-400,000.00	-500,000.00
รวมสินทรัพย์ ถาวร	10,678,456.00	13,256,197.50	14,896,924.85	16,872,296.94	19,213,073.43	21,953,089.97
ค่าใช้จ่ายก่อน ดำเนินงาน	260,000.00	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	10,938,456.00	13,256,197.50	14,896,924.85	16,872,296.94	19,213,073.43	21,953,089.97
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
เงินกู้ระยะยาว	2,100,000.00	1,680,000.00	1,260,000.00	840,000.00	420,000.00	-
ชำระคืนเงินต้น		420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00	420,000.00
ดอกเบี้ย		169,050.00	135,240.00	101,430.00	67,620.00	33,810.00
ภาษีจ่าย		429,738.30	504,855.13	586,807.44	676,278.79	774,021.07
ส่วนของผู้ถือหุ้น	8,838,456.00	8,838,456.00	8,838,456.00	8,838,456.00	8,838,456.00	8,838,456.00
กำไรสะสม		1,718,953.20	3,738,373.72	6,085,603.49	8,790,718.64	11,886,802.91
รวมหนี้สินและ ส่วนของผู้ถือหุ้น	10,938,456.00	13,256,197.50	14,896,924.85	16,872,296.94	19,213,073.43	21,953,089.97

4.4.7 การวิเคราะห์โครงการ

ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก หรือ ต้นทุนถัวเฉลี่ยของเงินที่ใช้ในการลงทุน ซึ่งจะทำให้การคำนวณต้นทุนของเงินทุนทั้งส่วนของผู้ถือหุ้นและส่วนของผู้กู้ธนาคารเท่ากับอัตราผลตอบแทนที่มีความเสี่ยงปานกลาง ซึ่งได้แก่ อัตราผลตอบแทนหุ้นสามัญ อัตราผลตอบแทนร้อยละ 5.12 ต่อปี (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563) รายได้ส่วนนี้เป็นต้นทุนค่าเสียโอกาส หากไม่นำเงินไปลงทุนเปิดร้านอาหารญี่ปุ่น หากนำเงินส่วนนี้ไปลงทุนในหุ้นสามัญ ก็จะได้รับผลประโยชน์ตามที่กล่าวมา

$$\text{ดังนั้น ค่า WACC} = 5.12\%$$

หมายเหตุ: อัตราคิดลดที่ใช้คือ WACC ของกิจการ โดยอัตราผลตอบแทนการลงทุนในหุ้นสามัญ = 5.12%

โดยจะมีเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินโครงการจากงบการเงิน เพื่อช่วยในการตัดสินใจลงทุนดังต่อไปนี้

4.4.7.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ หมายถึง ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุของโครงการกับเงินลงทุนเริ่มแรก ณ อัตราผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนของเงินทุนของโครงการ ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)} = \text{มูลค่าปัจจุบันเงินสดรับ} - \text{มูลค่าปัจจุบันเงินสดจ่าย}$$

ในการเลือกค่าโครงการ ค่า NPV จะแสดงให้เห็นว่าโครงการที่กำลังพิจารณา มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุนเป็นมูลค่าเท่าไรเมื่อสิ้นสุดโครงการ ถ้าค่า NPV มีค่าเป็นบวกแสดงว่าโครงการดังกล่าว สมควรลงทุนและเลือกโครงการที่ให้ค่า NPV เป็นบวกสูงที่สุด แต่การใช้ NPV เพียงอย่างเดียวอาจทำให้มีข้อจำกัดในการตัดสินใจเลือกโครงการได้ ในกรณีที่โครงการมีขนาดแตกต่างกัน แต่ให้ค่า NPV ที่เป็นบวกเท่ากัน ดังนั้นการตัดสินใจให้การสนับสนุนควรจะต้องนำเครื่องมืออื่นมาประกอบการพิจารณาควบคู่ไปกับการใช้ค่า NPV

ตารางที่ 4.49 การคำนวณกระแสเงินสดสุทธิ

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินลงทุน สินทรัพย์	-7,260,000.00					1,760,000.00
เงินทุน หมุนเวียน	-3,678,456.00					3,678,456.00
กำไรจากการ ดำเนินงาน	-	2,317,741.50	2,659,515.65	3,035,467.22	3,449,013.94	3,903,915.33
ค่าเสื่อมราคา	-	1,100,000.00	1,100,000.00	1,100,000.00	1,100,000.00	1,100,000.00
กระแสเงินสด สุทธิ	-10,938,456.00	3,417,741.50	3,759,515.65	4,135,467.22	4,549,013.94	10,442,371.33

การหา NPV จากสูตร

$$NPV = \left[\frac{C_1}{(1+k)^1} + \frac{C_2}{(1+k)^2} + \frac{C_3}{(1+k)^3} + \dots + \frac{C_n}{(1+k)^n} \right] - I$$

เมื่อ C = กระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปี (ดังแสดงตารางที่ 4.4.17)

n = อายุโครงการ = 5 ปี

k = อัตราผลตอบแทนที่ธุรกิจกำหนดไว้ = 5.12%

I = เงินลงทุนเริ่มแรก = 10,938,456 บาท

ผู้ศึกษาทำการคำนวณโดยใช้โปรแกรม Excel version 2013 ช่วยในการ

คำนวณ

จากการคำนวณมูลค่าปัจจุบัน (NPV) โดยใช้กระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปีอายุโครงการ อัตราผลตอบแทนธุรกิจและเงินลงทุนเริ่มแรก ผลการคำนวณมูลค่าปัจจุบัน

$$\text{มูลค่าปัจจุบัน (NPV)} = 11,135,885.42 \text{ บาท}$$

C11	:				=NPV(C10,D8:H8)+C8							
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
1												
2												
3		รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5				
4		เงินลงทุนสินทรัพย์	- 7,260,000.00					1,760,000.00				
5		เงินทุนหมุนเวียน	- 3,678,456.00					3,678,456.00				
6		กำไรจากการดำเนินงาน	-	2,317,741.50	2,659,515.65	3,035,467.22	3,449,013.94	3,903,915.33				
7		ค่าเสื่อมราคา	-	1,100,000.00	1,100,000.00	1,100,000.00	1,100,000.00	1,100,000.00				
8		กระแสเงินสดสุทธิ	- 10,938,456.00	3,417,741.50	3,759,515.65	4,135,467.22	4,549,013.94	10,442,371.33				
9												
10		WACC =	5.12%									
11		NPV =	B11.135,885.42	ใช้ฟังก์ชัน NPV								
12				= NPV(C10:D8:H8)+C8								
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												
21												

?

×

อัตราดอกเบี้ยคงที่ร้อยละ

NPV

Rate

C10

= 0.0512

Value1

D8:H8

= {3417741.5,3759515.65,4135467.215,4...}

Value2

= ค่าคงที่

= 22074341.42

ค่าคงที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิจะคำนวณโดยนำมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด (ค่าปัจจุบัน) ลบด้วยค่าปัจจุบันของต้นทุน (ค่าปัจจุบัน) ในงวดแรก

Value: value1,value2... คือการข้ามพินิจหมายถึง 1 ถึง 254 ดังนั้นจะยกเว้นการลบค่าคงที่แรก

ผลลัพธ์จากสูตร = \$22,074,341.42

ใช้ฟังก์ชันนี้เพื่อ

ลบ

บวก

ภาพที่ 4.10 วิธีการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

4.4.7.2 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

เป็นอัตราผลตอบแทนคิดลด หมายถึง การคำนวณหาอัตราคิดลด ที่มีผลทำให้มูลค่าปัจจุบันของเงินสดที่ได้รับในอนาคตเท่ากับเงินลงทุนที่จ่ายในปัจจุบัน นั่นคือ มูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$\text{มูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับ} - \text{มูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย} = 0$$

การหา IRR จากสูตร

$$\text{IRR} = \left[\frac{C_1}{(1+r)^1} + \frac{C_2}{(1+r)^2} + \frac{C_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{C_n}{(1+r)^n} \right] - I = 0$$

เมื่อ C = กระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปี (ดังแสดงในตารางที่ 4.4.17)

n = อายุโครงการ = 5 ปี

r = อัตราผลตอบแทน ซึ่งทำให้มูลค่าปัจจุบันของการเงินสดสุทธิรับตลอดโครงการเท่ากับมูลค่าของเงินลงทุนพอดี

I = เงินลงทุนเริ่มแรก = 10,938,456 บาท

ผู้ศึกษาทำการคำนวณโดยใช้โปรแกรม Excel version 2013 ช่วยในการคำนวณ

จากการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) โดยใช้กระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปี อายุโครงการ อัตราผลตอบแทน ซึ่งทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการเท่ากับมูลค่าของเงินลงทุนพอดี และเงินลงทุนเริ่มแรก ผลการคำนวณได้ค่า IRR = 30.81%

C11

:

✕

✓

fx

=IRR(C8:H8)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1											
2											
3		รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5			
4		เงินลงทุนสินทรัพย์	- 7,260,000.00					1,760,000.00			
5		เงินทุนหมุนเวียน	- 3,678,456.00					3,678,456.00			
6		กำไรจากการดำเนินงาน	-	2,317,741.50	2,659,515.65	3,035,467.22	3,449,013.94	3,903,915.33			
7		ค่าเสื่อมราคา	-	1,100,000.00	1,100,000.00	1,100,000.00	1,100,000.00	1,100,000.00			
8		กระแสเงินสดสุทธิ	- 10,938,456.00	3,417,741.50	3,759,515.65	4,135,467.22	4,549,013.94	10,442,371.33			
9											
10		WACC =	5.12%								
11		NPV =	30.81%	ใช้ฟังก์ชัน IRR							
12				= IRR(C8:H8)							
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											

จากฟังก์ชันของฟังก์ชัน

IRR

Values

C8:H8

= [-10938456,3417741.5,3759515.65,4135467.22,4549013.94,10442371.33]

Guess

= 0.1

= 0.308061739

ค่า IRR (Internal rate of return) สำหรับชุดข้อมูลของสภาพคล่องที่ไหลเข้าออก (cash flow)

Values

เป็นอาร์กิวเมนต์ของการอ้างอิงถึงข้อมูลที่มีต้นตอ ที่คุณต้องการคำนวณค่า IRR (Internal rate of return)

ผลลัพธ์จากสูตร = 30.81%

ใช้ฟังก์ชันนี้

ตกลง

ยกเลิก

ภาพที่ 4.11 วิธีการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)

4.4.7.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB)

ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาของกระแสเงินสดรับที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการพอดี ซึ่งมีเกณฑ์การตัดสินใจคือ หากระยะเวลาในการคืนทุนที่คำนวณได้น้อยกว่าระยะเวลาในการคืนทุนที่ต้องการให้ยอมรับโครงการ แต่ถ้าระยะเวลาในการคืนทุนที่คำนวณได้มากกว่าระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการให้ปฏิเสธโครงการ ดังตารางที่ 4.50

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{จำนวนก่อนคืนทุน} + \text{กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ (ปี)}}{\text{กระแสเงินสดทั้งปี}}$$

ตารางที่ 4.50 การคำนวณระยะเวลาในการคืนทุน

ปีที่	กระแสเงินสดรับ		เงินลงทุนเริ่มแรก (บาท)
	รายปี (บาท)	สะสม (บาท)	
0	0	0	-10,938,456.00
1	3,417,741.50	-7,520,714.50	
2	3,759,515.65	-3,761,198.85	
3	4,135,467.22	374,268.37	
4	4,549,013.94	4,923,282.30	
5	10,442,371.33	15,365,653.63	

คำนวณระยะเวลาสำหรับ กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน ในส่วนที่คุ้มทุน

$$\begin{aligned} & \text{คือ} \quad \frac{\text{กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานในจำนวนที่คุ้มทุน}}{\text{กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานในปีถัดไป}} \\ & = \frac{3,761,198.85}{4,135,467.22} = 0.91 \end{aligned}$$

0.91 ปี (x 12 เดือน) 10.92 คิดเป็น เดือน = 10 เดือน

0.92 เดือน (x 30 วัน) 27.6 คิดเป็น วัน = 28 วัน

สรุปผลการคำนวณ: ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 10 เดือน 28 วัน

สรุปการวิเคราะห์โครงการ

1) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) = 11,135,885.42 บาท

2) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) = ร้อยละ 30.81

3) ระยะเวลาคืนทุน = 2 ปี 10 เดือน 28 วัน

4.4.7.4 การวิเคราะห์ความไวของโครงการต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความไวแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงของกิจการ ในกรณีที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านรายได้และค่าใช้จ่าย ซึ่งผลการวิเคราะห์จะช่วยให้เจ้าของกิจการทราบได้ว่าสถานการณ์ใดที่พึงระวัง และหาทางดำเนินการป้องกันได้อย่างทันท่วงที โดยการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ดังต่อไปนี้

- 1) กรณีรายได้ต่ปีลดลง ดังตารางที่ 4.52
- 2) กรณีค่าใช้จ่ายต่ปีเพิ่มขึ้น ดังตารางที่ 4.53
- 3) กรณีรายได้ต่ปีลดลงและค่าใช้จ่ายต่ปีเพิ่มขึ้น ดังตารางที่ 4.54

ตารางที่ 4.51 การวิเคราะห์ความไวของโครงการกรณีรายได้ต่ปีลดลง

กรณีรายได้ต่ปีลดลง	ร้อยละ 0	ร้อยละ 10	ร้อยละ 30	ร้อยละ 50.447
NPV	11,135,885.42	8,928,451.28	4,513,583.00	0.00
IRR	ร้อยละ 30.81	ร้อยละ 26.30	ร้อยละ 16.57	ร้อยละ 5.12
PAY BACK PERIOD	2 ปี 10 เดือน 28 วัน	3 ปี 2 เดือน 5 วัน	3 ปี 11 เดือน 12 วัน	4 ปี 7 เดือน 2 วัน

จากตารางที่ 4.51 การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงกรณีรายได้ลดลงมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 11,135,885.42 บาท มีผลตอบแทนจากการลงทุนทางการเงินเท่ากับร้อยละ 30.81 และมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 10 เดือน 28 วัน ซึ่งถ้ากรณีที่รายได้ลดลงเนื่องจากยอดขาย มีจำนวนลดลงร้อยละ 10 และ 30 ตามลำดับ จะทำให้โครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลงเป็น 8,928,451.28 บาท และ บาท 4,513,583.00 ตามลำดับ และมีผลตอบแทนจากการลงทุนทางการเงินเป็นร้อยละ 26.30 และ 16.57 ตามลำดับ แต่เมื่อเทียบแล้วยังสูงกว่า ต้นทุนเงินทุนหรืออัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่เจ้าของโครงการต้องการ และเมื่อให้โครงการมีรายได้ลดลงร้อยละ 50.447 มีมูลค่าปัจจุบันลดลงเป็น 0 จะมี

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนทางการเงินร้อยละ 5.12 ซึ่งเท่ากับต้นทุนเงินทุนหรืออัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่โครงการต้องการ

ตารางที่ 4.52 การวิเคราะห์ความไวของโครงการกรณีค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้น

กรณีค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้น	ร้อยละ 0	ร้อยละ 30	ร้อยละ 60	ร้อยละ 101.805
NPV	11,135,885.42	7,854,348.62	4,572,811.82	0.00
IRR	ร้อยละ 30.81	ร้อยละ 20.06	ร้อยละ 12.59	ร้อยละ 5.12
PAY BACK PERIOD	2 ปี 10 เดือน 28 วัน	3 ปี 7 เดือน 20 วัน	4 ปี 1 เดือน 28 วัน	4 ปี 7 เดือน 2 วัน

จากตารางที่ 4.52 การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงกรณีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นพบว่า มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 11,135,885.42 บาท มีผลตอบแทนจากการลงทุนทางการเงินเท่ากับร้อยละ 30.81 และมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 10 เดือน 28 วัน ซึ่งถ้ากรณีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 และ 60 ตามลำดับ จะทำให้มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลง เป็น 7,854,348.62 บาท และ 4,572,811.82 บาท ตามลำดับ และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนทางการเงิน เป็นร้อยละ 20.06 และ 12.59 ตามลำดับ แต่เมื่อเทียบแล้วยังสูงกว่า ต้นทุนเงินทุนหรืออัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่เจ้าของโครงการต้องการ และถ้าโครงการปล่อยให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 101.805 จะทำให้มูลค่าสุทธิคงเหลือ 0 และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนคงเหลือร้อยละ 5.12 ซึ่งเท่ากับต้นทุนเงินทุนหรืออัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่โครงการต้องการ

ตารางที่ 4.53 การวิเคราะห์ความไวของโครงการกรณีรายได้ต่อปีลดลงและค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้น

กรณีรายได้ต่อปีลดลงและค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้น	ร้อยละ 0	ร้อยละ 10	ร้อยละ 20	ร้อยละ 33.732
NPV	11,135,885.42	7,834,605.68	4,533,325.94	0.00
IRR	ร้อยละ 30.81	ร้อยละ 22.44	ร้อยละ 14.82	ร้อยละ 5.12
PAY BACK PERIOD	2 ปี 10 เดือน 28 วัน	3 ปี 5 เดือน 12 วัน	4 ปี 18 วัน	4 ปี 7 เดือน 2 วัน

จากตารางที่ 4.53 การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงกรณีรายได้ลดลงและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นพบว่า มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 11,135,885.42 บาท มีผลตอบแทนจากการลงทุนทางการเงินเท่ากับร้อยละ 30.81 และมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 10 เดือน 28 วัน ซึ่งถ้ากรณีรายได้ลดลงและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และ 20 ตามลำดับ จะทำให้มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลง เป็น 7,834,605.68 บาท และ 4,533,325.94 บาท ตามลำดับ และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนทางการเงินเป็นร้อยละ 22.44 และ 14.82 แต่เมื่อเทียบแล้วยังสูงกว่าต้นทุนเงินทุนหรืออัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่เจ้าของโครงการต้องการ และถ้าโครงการปล่อยให้รายได้ลดลงและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 33.732 จะทำให้มูลค่าสุทธิคงเหลือ 0 และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนคงเหลือร้อยละ 5.12 ซึ่งเท่ากับต้นทุนเงินทุนหรืออัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่โครงการต้องการ

ตารางที่ 4.54 สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

เครื่องมือ	เกณฑ์การยอมรับ	ผลการศึกษา
ระยะเวลาคืนทุน (Payback period)	จะยอมรับโครงการเมื่อระยะเวลาคืนทุนต่ำ	2 ปี 10 เดือน 28 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	จะยอมรับโครงการเมื่อ NPV เป็นบวก	11,135,885.42
อัตราผลตอบแทน (IRR)	จะยอมรับโครงการเมื่อ IRR มากกว่า WACC	IRR = 30.81% WACC = 5.12%

จากตารางที่ 4.54 จะเห็นว่าโครงการลงทุนร้านอาหารญี่ปุ่น มีความเป็นไปได้ในการลงทุนและมีความคุ้มค่าในการลงทุน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินซึ่งเป็นความสามารถเชิงทรัพยากรที่แตกต่างกันในแต่ละองค์กร ซึ่งจากการศึกษาที่ให้ข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ สรุปความเป็นไปได้ด้านการเงินได้ดังนี้

ร้านอาหารญี่ปุ่นมีการใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 10,938,456 บาท โดยเป็นส่วนของเจ้าของร้อยละ 70 เงินกู้ธนาคารร้อยละ 30 โดยกำหนดเงินทุนหมุนเวียนเป็นเงิน 3,678,456 บาท มีค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ 260,000 บาท ร้านอาหารญี่ปุ่นจะมีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 11,135,885.42 บาท โดยมีค่าเป็นบวก มีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 30.81 และมีระยะเวลาในการคืนทุน 2 ปี 10 เดือน 28 วัน และจากผลการวิเคราะห์ความไวของโครงการต่อการเปลี่ยนแปลง ได้ทำการกำหนดเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรายได้และค่าใช้จ่ายในบริบทต่าง ๆ ดังนี้

กรณีรายได้ต่อปีลดลงร้อยละ 10 และค่าใช้จ่ายคงที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 8,928,451.28 บาท มีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 26.30 และมีระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี 2 เดือน 5 วัน กรณีรายได้ต่อปีลดลงร้อยละ 50.447 และค่าใช้จ่ายคงที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ ศูนย์ และมีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 5.12 และมีระยะเวลาในการคืนทุน 4 ปี 7 เดือน 2 วัน

กรณีค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 และมีรายได้คงที่ จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 7,854,348.62 บาท มีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 20.06 และมีระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี 7 เดือน 20 วัน กรณีค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 101.805 และรายได้คงที่ จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ ศูนย์ และมีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 5.12 และมีระยะเวลาในการคืนทุน 4 ปี 7 เดือน 2 วัน

กรณีรายได้ต่อปีลดลงและค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 7,834,605.68 บาท มีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 22.44 และมีระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี 5 เดือน 12 วัน กรณีรายได้ต่อปีลดลงและค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.732 จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ ศูนย์ และมีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 5.12 และมีระยะเวลาในการคืนทุน 4 ปี 7 เดือน 2 วัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าโครงการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการ

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารญี่ปุ่นในด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 อภิปรายผลการศึกษา
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 สรุปผลการศึกษาด้านการตลาด

สำหรับผลการศึกษาทางด้านการตลาดโดยทำการวิเคราะห์ในส่วนของการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป วิเคราะห์การแข่งขัน และการวิเคราะห์การบริหารงานด้านต่าง ๆ ของโครงการ โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการสรุปกลยุทธ์ระดับองค์กรของโครงการ จากนั้นจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำข้อมูลทั้ง 2 ชุด มาสรุปผลการศึกษาด้านการตลาดโดยกำหนดเป็นกลยุทธ์ของโครงการโดยใช้เครื่องมือส่วนประสมทางการตลาดได้ผลการศึกษาทางด้านการตลาดดังนี้

จากผลการวิเคราะห์ จุดแข็งและจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคโดยใช้ตาราง GE Matrix วิเคราะห์กลยุทธ์ในระดับองค์กรของร้านอาหารญี่ปุ่น มีผลรวมทางคะแนนการวิเคราะห์ความแข็งแกร่งของธุรกิจอยู่ที่ 6.70 ซึ่งถือว่าอยู่ในกลุ่มที่มีความแข็งแกร่งทางธุรกิจในระดับกลาง ๆ ค่อนข้างสูง และมีความน่าสนใจในการลงทุนของอุตสาหกรรมอยู่ที่คะแนน 5.07 เป็นตำแหน่งที่มีความน่าสนใจในระดับปานกลาง ดังนั้น กลยุทธ์ที่จะใช้ในการดำเนินธุรกิจก็คือ กลยุทธ์ขยายตัวในแนวนอน และเกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิมสำหรับการขยายตัวในแนวนอนและเกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิมหมายถึง การคงผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิมโดยใช้การขยายสาขาการให้บริการหรือเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นเพื่อทำการเพิ่มยอดขายและทำกำไรเพิ่มมากขึ้น ทำการเพิ่มประสิทธิภาพจากกระบวนการผลิต เพื่อให้สามารถลดต้นทุนและบริการสินค้าคงคลังได้มีประสิทธิภาพสูงสุด

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อทำการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้เครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด โดยมีหัวข้อในการกำหนดกลยุทธ์ทั้งหมด 7 เรื่องได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในหัวข้อต่าง ๆ ได้ดังนี้

5.1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการรวบรวมข้อมูลจะพบว่าสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในการประกอบธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด สะอาด มีรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ และมีความหลากหลายให้กับผู้บริโภคได้เลือกทาน เพราะว่าการกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเลือกทานอาหารญี่ปุ่นในลักษณะบุฟเฟต์ที่มีเมนูหลากหลายและพบว่าผู้บริโภคมาใช้บริการในลักษณะที่เป็นกลุ่มเพื่อนและกลุ่มธุรกิจเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากการทานแบบบุฟเฟต์ทำให้ควบคุมค่าใช้จ่ายได้แม่นยำและสามารถเลือกเมนูอาหารได้ตามความต้องการของแต่ละบุคคล

5.1.1.2 ด้านราคา

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคเกี่ยวกับด้านราคาของการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหารและมีการจัดราคาหลากหลายรูปแบบตามช่วงเวลา อาทิ ราคาคงที่จะอยู่ประมาณ 600 บาท และราคาตามการส่งเสริมการตลาด อาทิ โปรโมชันเล็ก กลาง ใหญ่ ทั้งนี้ลูกค้าสามารถเลือกระดับราคาในแต่ละครั้งตามปริมาณความต้องการของตนเองได้ ทั้งนี้รายการอาหารจะต้องมีการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจนและรายการอาหารตรงตามป้ายราคา

5.1.1.3 ด้านการจัดจำหน่าย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของร้านอาหารญี่ปุ่นพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง มีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอกับความต้องการ และมีระยะเวลาในการเปิด-ปิดที่ชัดเจน ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะทำการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านอาหารญี่ปุ่นในเส้นทางที่สามารถเดินทางได้สะดวกและการจราจรไม่หนาแน่นมาก และมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอตามสัดส่วนที่นั่งของร้านที่สามารถรองรับลูกค้าได้ต่อวัน ดังนั้นทางร้านอาหารญี่ปุ่นจะมีช่องทางจัดจำหน่ายให้แก่ลูกค้า 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการที่ร้าน และรูปแบบการขายออนไลน์ เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องตามมาตรการทางด้านสาธารณสุข

5.1.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ควรมีการจัดทำโปรโมชันเป็นครั้งคราวตามโอกาสพิเศษต่าง ๆ โดยเน้นการส่งเสริมการตลาดที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าหรือได้เปรียบร้านค้า อาทิ การลด แลก แจก แถม หรือจัดชุดโปรโมชันต่าง ๆ นอกจากนี้จะต้องทำการจัดทำวีวอาหารตามสื่อต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความน่าสนใจและเกิดความอยากใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ดังนั้นจะต้องทำการวางกลยุทธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

5.1.1.5 ด้านบุคลากร

สำหรับข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านบุคลากร พบว่า ลูกค้ามีการจดจำเรื่องของภาพลักษณ์ของร้านค้าอาหารญี่ปุ่นที่ให้บริการด้วยพนักงานที่สุภาพ สะอาด เรียบร้อย และกระตือรือร้น ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ในการฝึกอบรมพนักงานให้มีใจรักในการบริการ และมีทักษะ ความชำนาญ ในการทำหน้าที่ในตำแหน่งงานที่แตกต่าง การ รวมถึงการทดแทนตำแหน่งในการทำงานในช่วงเวลาที่เร่งด่วนได้ เพื่อส่งมอบความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

5.1.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการจะทำการแบ่งเป็นกระบวนการให้บริการเป็น 2 ทาง ได้แก่ ทางตรงและทางอ้อม กระบวนการให้บริการทางตรง ลูกคามีความประสงค์ที่จะทราบรายละเอียดของรายการอาหารในวันที่มาใช้บริการอย่างครบถ้วน เริ่มต้นตั้งแต่ การแจ้งราคาต่อหัว หรือราคารวมต่อกลุ่มที่มาใช้บริการทั้งหมด รายการอาหารหลักและเพิ่มเติมพิเศษ วิธีการเรียกพนักงานให้มาแนะนำบริการ รวมถึงการแจ้งวิธีการชำระเงินหลังจากใช้บริการเสร็จสิ้นพร้อมทั้งขอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากการใช้บริการจากลูกค้า เป็นต้น และกระบวนการให้บริการทางอ้อม อาทิ การให้บริการเสริมอื่น ๆ เช่น การบอกทิศทางการบริการร่วมกันแด่กันฝน การบริการเก้าอี้และภาชนะสำหรับเด็กเล็ก การบริการแนะนำที่จอดรถ เป็นต้น

5.1.1.7 ด้านหลักฐานทางกายภาพ

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านหลักฐานทางกายภาพของร้านอาหารญี่ปุ่นพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความสะดวก ความกว้างขวางไม่แออัดจนเกินไป และเรื่องของการตกแต่งร้านที่มีความโดดเด่นและสวยงาม ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องทำการออกแบบและตกแต่งร้านให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่จะต้องเน้นในเรื่องของความสะดวกสบายในการเข้ามาใช้บริการของผู้บริโภคเป็นหลักและมีมุมการตกแต่งร้านที่สวยงามเหมาะแก่การถ่ายภาพเพื่อให้ผู้บริโภคช่วยสื่อสารและประชาสัมพันธ์ร้านอาหารญี่ปุ่นช่วยผู้ประกอบการได้อีกหนึ่งช่องทาง

5.1.2 สรุปผลการศึกษาด้านเทคนิค

จากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิคพบข้อมูลเกี่ยวข้อง 3 ด้าน ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน การก่อสร้างและออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในร้าน และการเลือกวัสดุก่อสร้างหรือวัสดุตกแต่งสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การใช้งานซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นจัดตั้งขึ้นที่ อาคารพาณิชย์ 2 ชั้น 2 คูหา ตำบลขามใหญ่ ถนนเลี้ยวเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่บนทำเลที่ดี การเดินทางสะดวกและมีพื้นที่จอดรถสำหรับลูกค้าได้อย่างเพียงพอ โดยเป็นพื้นที่บริเวณถนนเส้นรอบเมือง เนื่องจากเป็นพื้นที่ของบ้านพักอาศัยและมีจำนวนประชากรอยู่อย่างหนาแน่น ในตำบลขามใหญ่มีจำนวนบ้านทั้งหมด 19,392 หลังคาเรือนรวมถึงค่าเช่าที่ยังไม่สูงมากอยู่ที่ประมาณ 20,000-30,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นพื้นที่ทำเลที่เหมาะสมเนื่องจากการเดินทางสะดวกและมีพื้นที่จอดรถสำหรับลูกค้าได้อย่างเพียงพอและเป็นพื้นที่ของบ้านพักอาศัย บ้านจัดสรรหลายโครงการ และมีการเดินทางสะดวกสบาย ทำให้เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การลงทุนโครงการร้านอาหารญี่ปุ่น

สำหรับการออกแบบและการก่อสร้างร้านอาหารญี่ปุ่นโดยสถานที่จะเป็นอาคารพาณิชย์ 2 คูหา 2 ชั้น หน้ากว้าง 8 เมตร พื้นที่ใช้สอยทั้งหมด 192 ตารางเมตร จากข้อมูลการสัมภาษณ์การแบ่งพื้นที่ใช้สอยของร้านอาหารญี่ปุ่นจากผู้ประกอบการ จะทำให้แบ่งพื้นที่เป็นส่วนต่าง ๆ ได้ดังนี้ พื้นที่รองรับลูกค้า 120 ตารางเมตร พื้นที่ประกอบอาหารและจัดเก็บวัตถุดิบ 58 ตารางเมตร และพื้นที่ซักรีด 14 ตารางเมตร และการก่อสร้างร้านอาหารญี่ปุ่นจากผลการสำรวจจากแบบสอบถามพบว่า ผู้บริโภคจะเน้นไปที่ ความสะดวกของร้าน พื้นที่ใช้สอยของร้านมีความกว้างขวางและเหมาะแก่การนั่งรับประทานอาหารและมีการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ สวยงาม นอกจากนี้แล้วการออกแบบ

ยังต้องคำนึงถึงพื้นที่ใช้สอยในส่วนของบริษัทหรือการเก็บสต็อกวัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุดและอยู่ในงบประมาณที่กำหนดเพื่อจะทำให้พื้นที่ใช้สอยบริเวณรับรองลูกค้ามีพื้นที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค แต่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ บริเวณรับของ บริเวณเตรียมของ บริเวณจัดเก็บวัตถุดิบ บริเวณประกอบอาหาร บริเวณรับอาหาร บริเวณล้างจานและอุปกรณ์

สำหรับการเลือกใช้วัสดุในการก่อสร้างจะต้องคำนึงถึงคุณภาพและการใช้งานในระยะยาว และเลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์เฉพาะของการใช้งานแต่ละประเภท เช่น อุปกรณ์เครื่องครัวชนิดพิเศษ การทำผนังสำหรับ support การสะท้อนของเสียง เป็นต้น ทั้งนี้การเลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ ก็จะเป็นการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความสบายใจและความปลอดภัยตลอดระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารที่ร้าน

5.1.3 สรุปผลการศึกษาด้านการจัดการ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการพบข้อมูลเกี่ยวข้อง 3 ด้าน ได้แก่ แผนการดำเนินงานของโครงการ รูปแบบการบริหารและโครงสร้างองค์กร การจัดการวัตถุดิบและโครงสร้างรายการอาหาร โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาการจัดการของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นจะมีแผนการดำเนินงานของโครงการอยู่ที่ 6 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ไปจนถึงการเปิดร้านพร้อมให้บริการลูกค้า

รูปแบบการบริหารและโครงสร้างองค์กร รูปแบบในการบริหารงานที่เหมาะสมได้แก่รูปแบบบริษัทจำกัดเพื่อให้มีความน่าเชื่อถือและสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้จะต้องมีการพัฒนาและการเสริมทักษะการบริการให้แก่พนักงาน และการพัฒนาทีมงานด้านการตลาดเป็นการเฉพาะเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายและสร้างแรงจูงใจในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นพบว่า วัตถุดิบที่จะนำมาทำเป็นเมนูของร้านอาหารญี่ปุ่นในรูปแบบของการทานแบบบุฟเฟต์ให้มีต้นทุนของวัตถุดิบอยู่ที่ร้อยละ 50 จากยอดขาย โดยจะเน้นไปที่วัตถุดิบหลักคือ ปลาแช่หมักจะต้องมีคุณภาพ สด สะอาด นำมารับประทานสำหรับการกำหนดราคาขายจะมีหลายราคาที่สามารถให้ผู้บริโภคเลือกตามความชอบและความต้องการได้ในราคาต่าง ๆ ดังนี้ เริ่มตั้งแต่ราคา 499, 599, 899 และ 1099 บาท ซึ่งจะสอดคล้องไปกับผลการสำรวจจากแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่ส่วนใหญ่ใช้บริการในราคา 600 ถึง 800 บาทต่อคน

5.1.4 สรุปผลการศึกษาด้านการเงิน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินซึ่งเป็นความสามารถเชิงทรัพยากรที่แตกต่างกันในแต่ละองค์กร ซึ่งจากกรณีศึกษาที่ให้ข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ สรุปความเป็นไปได้ด้านการเงินได้ดังนี้

การศึกษความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการเงินเป็นการศึกษาเกี่ยวกับเงินลงทุนในโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน การประมาณการรายได้ การประมาณรายจ่าย งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด งบแสดงฐานะการเงิน และการวิเคราะห์ โครงการจาก มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ระยะเวลาในการคืนทุน (PP) ผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ความไวของโครงการ ผลการศึกษาที่ได้มีผลสรุปดังนี้

ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานีมีการใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 10,938,456 บาท โดยเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นร้อยละ 70 เงินกู้ธนาคารร้อยละ 30 โดยกำหนดเงินทุนหมุนเวียนเป็นเงิน 3,678,456 บาท มีค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ 260,000 บาท ร้านอาหารญี่ปุ่นจะมีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 11,135,885.42 บาท โดยมีค่าเป็นบวก มีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 30.81 และมีระยะเวลาในการคืนทุน (PP) 2 ปี 10 เดือน 28 วัน และจากผลการวิเคราะห์ความไวของโครงการต่อการเปลี่ยนแปลง ได้ทำการกำหนดเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรายได้และค่าใช้จ่ายในบริบทต่าง ๆ ดังนี้

กรณีรายได้ต่อปีลดลงร้อยละ 10 และค่าใช้จ่ายคงที่ที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 8,928,451.28 บาท มีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 26.30 และมีระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี 2 เดือน 5 วัน กรณีรายได้ต่อปีลดลงร้อยละ 50.447 และค่าใช้จ่ายคงที่ จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ ศูนย์ และมีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 5.12 และมีระยะเวลาในการคืนทุน (PP) 4 ปี 7 เดือน 2 วัน

กรณีค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 และมีรายได้คงที่ จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 7,854,348.62 บาท มีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 20.06 และมีระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี 7 เดือน 20 วัน กรณีค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 101.805 และรายได้คงที่ จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ ศูนย์ และมีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 5.12 และมีระยะเวลาในการคืนทุน (PP) 4 ปี 7 เดือน 2 วัน

กรณีรายได้ต่อปีลดลงและค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 7,834,605.68 บาท มีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 22.44 และมีระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี 5 เดือน 12 วัน กรณีรายได้ต่อปีลดลงและค่าใช้จ่ายต่อปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.732 จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ ศูนย์ และมีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 5.12 และมีระยะเวลาในการคืนทุน (PP) 4 ปี 7 เดือน 2 วัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าโครงการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนที่สนใจจะต้องคำนึงถึงอัตราดอกเบี้ยที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผลตอบแทนในการลงทุนที่สามารถยอมรับได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วอาจส่งผลทำให้ค่าเงินมีความผันผวนขึ้นมากในอนาคต ดังนั้น ผู้ที่สนใจลงทุนควรมีการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ เพิ่มเติมให้มากขึ้นเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่สนใจลงทุนในโครงการ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 อภิปรายผลการศึกษาด้านการตลาด

จากสรุปผลการศึกษาด้านการตลาดสามารถนำมาอภิปรายผลด้านการตลาดได้ดังนี้ การกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นจากผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ที่ได้คือการขยายตัวในแนวราบหรือกลยุทธ์คงตัว ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ทำให้ธุรกิจปรับตัวได้ตามสถานการณ์ปัจจุบันตามปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ ผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยภายนอกด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากโรคระบาดทำให้จะต้องใช้กลยุทธ์คงตัวในการชะลอการลงทุน

หรือขยายกิจการในช่วงเวลาดังกล่าว การปรับปรุงการทำงานภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอเพื่อทำการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจสามารถทำกำไรได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะได้ทำการขยายสาขาและเติบโตของธุรกิจ การฝึกอบรมพนักงานให้มีใจรักในงานบริการ มีความชำนาญ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีและทักษะที่หลากหลายเพื่อที่จะสามารถทำงานทดแทนตำแหน่งกันได้ในเวลาเร่งด่วนและเพื่อให้พนักงานมีความก้าวหน้าและเติบโตขึ้นในการทำงาน

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานีด้านการตลาดสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ในการตลาดเนื่องจากธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในพื้นที่มีคู่แข่งที่ยังไม่มากนักเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรและความต้องการของตลาดประกอบกับจังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางของแหล่งวัตถุดิบหลากหลายชนิดโดยมีตลาดกลาง ผัก ผลไม้ขนาดใหญ่ ทำให้ช่วยลดต้นทุนในส่วนของการค้าวัตถุดิบบางประเภทได้ มีระบบคมนาคมที่สะดวกสบายและการจราจรไม่หนาแน่นมากนัก และพฤติกรรมของผู้บริโภคยังมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นมาอย่างยาวนานและเป็นต้นกำเนิดของเซฟอาหารญี่ปุ่นระดับประเทศมากมาย

5.2.2 อภิปรายผลการศึกษาด้านเทคนิค

จากสรุปผลการศึกษาด้านเทคนิคสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้ การจัดตั้งโครงการธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับทางเทคนิคดังนี้ ตำแหน่งทำเลที่ตั้งที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย การเดินทางที่สะดวกสบายมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีประชากรกลุ่มเป้าหมายส่วนมากเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากกว่าการใช้รถสาธารณะ ทำให้ผู้ที่สนใจลงทุนจะต้องคำนึงถึงเป็นลำดับแรก นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายยังสนใจเกี่ยวกับเรื่องของภาพลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของความเป็นร้านอาหารญี่ปุ่น มีการตกแต่งที่ดูทันสมัย ดูสบายตา สะอาด และปลอดภัยสำหรับผู้ที่มาใช้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการ จะต้องทำการเลือกวัสดุการก่อสร้างที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค คือ วัสดุตกแต่งจะต้องมีความสวยงาม ทันสมัย แข็งแรงทนทาน รวมถึงประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่ ที่ออกแบบจะต้องคำนึงถึงการใช้งานอย่างคุ้มค่าและเหมาะสมกับประเภทการใช้งาน เช่น บริเวณครัวจะต้องเป็นวัสดุที่ทำความสะอาดง่ายและไม่ลื่นมากเกินไป ตำแหน่งการวางอุปกรณ์จะต้องสอดคล้องกับลำดับการทำงานของพนักงานเป็นต้น นอกจากนี้การวางแผนการก่อสร้างก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้สามารถลดระยะเวลาการก่อสร้างหรือเตรียมการเพื่อให้สามารถเปิดร้านได้เร็วเพื่อลดค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการได้

5.2.3 อภิปรายผลการศึกษาด้านการจัดการ

จากสรุปผลการศึกษาด้านการจัดการสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้ สำหรับการจัดการธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องทำการจัดรูปแบบองค์กรให้เหมาะสมกับโครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ โดยรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นได้แก่ รูปแบบบริษัทจำกัด เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนที่สูงและมีกระแสเงินสดค่อนข้างเยอะทำให้เสี่ยงต่อการทุจริตได้ง่ายและธุรกิจมีความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกค่อนข้างเยอะ เช่น โรคระบาด การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว เป็นต้น เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อตัวธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นและสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างรวดเร็วในกรณีที่ต้องการเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการดำเนินธุรกิจ

สำหรับการจัดโครงสร้างองค์กรภายในร้านอาหารญี่ปุ่นก็มีความสำคัญเป็นอย่างมากโดยผู้ที่สนใจลงทุนควรจะต้องมีการวางแผนการจัดโครงสร้างองค์กรที่มีความยืดหยุ่นสูงและมีลำดับขั้นตอน

ในการสั่งงานหรืออนุมัติงานที่สั้นและรวดเร็วเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และจะต้องคำนึงถึงจำนวนพนักงานที่เหมาะสมเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้ทั่วถึงและรวดเร็ว นอกจากนี้จะต้องมีการจัดฝึกอบรมให้กับบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานในตำแหน่งต่าง ๆ และมีทักษะหลากหลายเพื่อที่จะช่วยสนับสนุนในช่วงเวลาที่เร่งด่วน

สำหรับการจัดหาระบบในการจัดการด้านต่าง ๆ เช่น ระบบงานบัญชี ระบบงานจัดซื้อ ระบบการนับจำนวนสินค้า ระบบการจัดการพนักงาน เป็นต้น ซึ่งการใช้งานระบบต่าง ๆ จะต้องสามารถตรวจสอบการทำงานย้อนกลับได้ เพื่อที่จะทำการเก็บข้อมูลข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นเพื่อทำการแก้ไขปรับปรุงและเพื่อใช้ข้อมูลในการวางแผนการทำงานในอนาคตเช่น การจัดการส่งเสริมการขาย การจัดเตรียมวัตถุดิบล่วงหน้า เป็นต้น

5.2.4 อภิปรายผลการศึกษาด้านการเงิน

จากสรุปผลการศึกษาด้านการเงินสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้ ร้านอาหารญี่ปุ่นมีการใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 10,938,456 บาท โดยเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นร้อยละ 70 เงินกู้ธนาคารร้อยละ 30 โดยกำหนดเงินทุนหมุนเวียนเป็นเงิน 3,678,456 บาท มีค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ 260,000 บาท ร้านอาหารญี่ปุ่นจะมีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 11,135,885.42 บาท โดยมีค่าเป็นบวก มีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 30.81 และมีระยะเวลาในการคืนทุน 2 ปี 10 เดือน 28 วัน และจากสรุปผลการศึกษาด้านการเงินพบว่า จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการเงินตัวเลขต่าง ๆ ที่ได้จากผลการศึกษาเป็นตัวเลขที่ผู้ศึกษาทำการกำหนดขอบเขตต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับโครงการศึกษา ดังนั้น ผลการศึกษาทางด้านการเงินที่เกิดขึ้นอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงตามบริบทหรือปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เช่น ราคาวัตถุดิบที่เกิดความผันผวน อัตราดอกเบี้ยธนาคารที่เปลี่ยนแปลงไป การปรับเปลี่ยนค่าแรงขั้นต่ำ เป็นต้น ผลตอบแทนจากการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นหรือระยะเวลาในการคืนทุน อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ของสถานะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 สำหรับผู้ประกอบการที่ไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับการดำเนินการมาก่อน จากผลการศึกษาสามารถให้ข้อเสนอแนะได้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในรูปแบบของการลงทุนแบบแฟรนไชส์ เพื่อให้ผู้ที่สนใจลงทุนสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์จากเจ้าของแฟรนไชส์เพื่อลดระยะเวลาการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและจะได้รับการฝึกอบรมความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้การศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจลงทุนในธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

5.3.2 สำหรับผู้ประกอบการที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับการดำเนินการมาก่อน จากผลการศึกษาสามารถให้ข้อเสนอแนะได้ว่า ผู้ที่สนใจลงทุนในการทำธุรกิจเกี่ยวกับร้านอาหารญี่ปุ่นจะต้องมีความเชี่ยวชาญในเรื่องของการจัดการวัตถุดิบที่มีลักษณะเฉพาะและการคิดค้นออกแบบเมนูใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อที่จะสามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบให้เหมาะสม และการวางโครงสร้างเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการเพื่ออนาคตในการขยายกิจการร่วมไปด้วยเพื่อที่จะสามารถขยายหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุได้อย่างรวดเร็ว

5.3.3 ในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านต่าง ๆ อาจให้ผลการศึกษาที่แตกต่างกับผู้วิจัยได้ ทั้งนี้เนื่องจาก ความแตกต่างของบริบทที่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลานั้น ๆ อาทิ สภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและความปลอดภัยด้านสาธารณสุข นอกจากนี้ อาหารญี่ปุ่นจัดเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าตามกระแสนิยม ดังนั้น บางช่วงอาจจะได้รับความนิยมมากเป็นพิเศษในกลุ่มผู้บริโภคบางกลุ่ม หรือการได้รับอิทธิพลจากองค์กรหน่วยงานหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงก็สามารถทำให้ร้านอาหารญี่ปุ่นได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้าเช่นกัน ดังนั้นการพิจารณาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี หรือพื้นที่อื่น ๆ ให้พิจารณาองค์ประกอบความเกี่ยวข้องของบริบทข้างต้นร่วมด้วย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงในการลงทุนให้ได้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครอง. (2560). “ระบบสถิติทางการทะเบียน”, สำนักบริหารการทะเบียน.
http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php. 18 มกราคม, 2561
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. “ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม”, กองข้อมูลธุรกิจ.
<https://www.dbd.go.th/index.php>. 11 ตุลาคม, 2562.
- กระทรวงแรงงาน. (2563). “ตามประกาศคณะกรรมการค่าจ้าง เรื่อง อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (ฉบับที่ 10) ซึ่งได้ประกาศให้มีผลใช้บังคับ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563”, อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ.
<https://www.mol.go.th/>. 15 สิงหาคม, 2564
- จำรัส พุ่มจันทร์. กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารนอกระเบียงในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2553.
- ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560.
- ฐิติพร ตอรัมย์. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารและเครื่องดื่มวันวาน ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2556.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. “รายงานนโยบายการเงิน ฉบับเดือนธันวาคม 2563”, ข่าว ธปท. ฉบับที่ 3/2564. <https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/2021/Pages/n0364.aspx>. 10 สิงหาคม, 2564.
- ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ. การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเคชั่น, 2550.
- บุญยง สุขพัทธ์. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารชีวจิตในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551.
- พิชิต เทพวรรณ. A-Z เครื่องมือการจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2555.
- พรภัทรา แต่งอ่อน. การพัฒนาตนเองของพนักงานบริการในธุรกิจร้านอาหารศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท มัลลิการ์ อินเตอร์พรีด จำกัด. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2550.
- มุกด์ตรา ทองเวส และเอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยู่ธยา. “การออกแบบเรขศิลป์สำหรับร้านอาหารไทยประเภทต่าง ๆ เพื่อเจเนอเรชั่นวาย”, วารสารศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 4(1): 113-123; มีนาคม-สิงหาคม, 2560.
- รุ่งทิวา ดุษฎีเชษฐากุล. พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมืองเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552.
- วรมน บุญศาสตร์. “การสื่อสารการตลาดสู่กลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่น ซี ในยุคดิจิทัล”, วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า. 1(1): 14-30; มกราคม-มิถุนายน, 2558.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- วรากล ตันชนะเทวินทร์ และวรภัทร์ อิงค์โรจน์ฤทธิ์. รายงานวิจัยคุณลักษณะของสื่อต่ออารมณ์และ
การตัดสินใจเข้าร้านอาหารไทยและญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2560.
- วรัญญา ชุมดินพิทักษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นในเขตเทศบาลนคร
อุดรธานี จังหวัดอุดรธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2554.
- วิลาสินี พิพัฒน์พาลก. พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์ญี่ปุ่นใน
อำเภอเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2558.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. ปรับกลยุทธ์ร้านอาหาร. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560.
- _____. โควิด-19 ยึดเยื้อหนักร้านอาหารปรับอย่างไรในวิกฤตนี้. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัย
กสิกรไทย, 2563.
- ศรัณย์ วิสเพ็ญ. รายงานวิจัยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตการทำงานและคุ้มครอง
ทางสังคมของแรงงานนอกระบบ กรณีศึกษา: พนักงานร้านอาหารในเขตเทศบาล
เมืองวารินชำราบจังหวัดอุบลราชธานี. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2553.
- ศรุติกานต์ มณีวรรณ. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตเทศบาล
ตำบลแม่ใจ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยแม่ใจ, 2553.
- สุมาพร ชาญประเสริฐ. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นชาบูยาในเขต
เทศบาลนครขอนแก่น. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2556.
- สุวรรณรักษ์ จอมราช. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ธุรกิจร้านอาหารในเขตการศึกษา
ถนนแก้ววรัฐ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาอิสระปริญญาเศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551.
- สุวัฒน์ ศิริรินทร์ และภาวนา สายชู. MBA handbook. กรุงเทพฯ: ซี แอนด์ เอ็น, 2551.
- สุพาดา สิริกิตตา. การเงินธุรกิจ = Business finance. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2545.
- สำนักข่าวสารญี่ปุ่น. “อาหารญี่ปุ่นยอดนิยม”, จากญี่ปุ่น ฉบับที่ 1/2559. กรุงเทพฯ: สถาน
เอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย, 2559.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด
แบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562.
- สำนักงานคลังจังหวัดอุบลราชธานี. รายงานประจำปี 2559 สำนักงานคลังจังหวัดอุบลราชธานี.
อุบลราชธานี: สำนักงานคลังจังหวัดอุบลราชธานี, 2560.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี. รายงานประจำปี 2560 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี. อุบลราชธานี: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี, 2561.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562) “รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน เป็นรายภาค และจังหวัด พ.ศ. 2545-2562”, สถิติรายได้และรายจ่ายของครัวเรือน.
<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/08.aspx>. 10 สิงหาคม, 2564.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ. แนวโน้มรูปแบบสินค้าอาหารที่จะมาแรงในปี 2563. นนทบุรี: กรมส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ, 2563.
- หุทัย มินะพันธ์. ทฤษฎีและวิธีปฏิบัติเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- อกนิษฐ์ เกตุทิม. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบกิจการร้านอาหารประเภทแฟรนไชส์ “ร้านเย็นตาโฟเครื่องทรง โดย อ.มัลลิการ์” ในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาอิสระปริญญาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550.
- องค์กรส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น. (2562). “เทรนด์ญี่ปุ่นยังแรง! สสำรวจพบปี 2562 ร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยโต 21% ทะลุ 3,637 ร้าน”, BUSINESS.
<https://thestandard.co/japanese-restaurant-market-in-thailand/>. 15 สิงหาคม, 2564
- อาณัติ สัมผัสเดช. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ. กรุงเทพฯ: เกรท ไอเดีย, 2561.
- Kotler, P. and Armstrong, G. **Market an Introduction**. 2nd ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1990.
- Kotler, P., Kartajaya, H. and Setiawan, I. **Marketing 4.0: moving from traditional to digital**. New Jersey: Wiley, 2017.
- Miyamoto, M. “Influence of Changing Thai Society on the Japanese Restaurant Industry in Bangkok”, **Journal of Humanities Regular**. 20(1): 13-32; May, 2017.
- Krejcie R. V. and Morgan E. W. **Educational and Psychological Measurement**. New Jersey: Prentice-Hall, 1970.
- Marketeeronline. “ร้านอาหารญี่ปุ่น เติบโตด้วยกระแสสุขภาพ”, ตลาดร้านอาหารญี่ปุ่น.
<https://marketeeronline.co/archives/21568>. 10 July, 2020.
- Michael E. Dobbs **Guidelines for applying Porter’s five forces framework: a set of industry analysis templates**. Illinois: Eastern Illinois University, 2014.
- Posttoday. (2020). “สั่งอาหารผ่านแอปฯ ดันธุรกิจ Food Delivery พุ่ง 3.3-3.5 หมื่นล้าน”, ข่าวเศรษฐกิจ-ธุรกิจ, <https://www.posttoday.com/economy/news/589858>. 12 August, 2021. #

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- The Standard. (2019). “เทรนด์ญี่ปุ่นยังแรง! สำรวจพบปี 62 ร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยโต 21% ทะลุ 3,637 ร้าน”, **News**. <https://thestandard.co/japanese-restaurant-market-in-thailand>. 12 August, 2021.
- The world Economic Forum. “10 ประเทศที่มีประชากรอายุยืนที่สุดในโลก”, **บทความ**. <https://www.medego.com/th/article/10649>. 12 August, 2021.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ผลการประเมิน IOC จากผู้เชี่ยวชาญ

คะแนนแบบประเมิน IOC จากผู้เชี่ยวชาญ

คำชี้แจง: ค่าดัชนีความสอดคล้องสามารถหาได้จากสมการ (IOC)

$$IOC = \Sigma R / N$$

ΣR คือ ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

N คือ จำนวนของผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีหลักเกณฑ์การประเมินดังนี้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 สามารถนำมาใช้งานได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 ต้องทำการปรับปรุงแก้ไข

รายการขอความคิดเห็น	ผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	IOC	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
แบบสอบถาม						
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป						
ข้อที่ 1 เพศ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 2 อายุ	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 4 อาชีพ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน (บาท)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค						
ข้อที่ 1 ท่านมาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 2 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้งโดยเฉลี่ย (ราคาต่อ 1 ท่าน)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 3 โดยปกติท่านใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในวันใด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 4 โดยปกติท่านใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นเวลาใด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 5 ท่านใช้เวลาในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นนานเท่าใด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 6 ในการใช้บริการท่านนิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นประเภทใดบ้าง	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 7 โดยปกติท่านมาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นร่วมกับใครบ้าง	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

รายการขอความคิดเห็น	ผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	IOC	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ข้อที่ 8 ในการมาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ท่านมาใช้บริการจำนวนกี่คน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 9 สิ่งจูงใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการที่ ร้านอาหารญี่ปุ่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	-1	+1	+1	1	0.33	ปรับปรุง
ข้อที่ 10 สื่อหรือวิธีการใดบ้างที่มีส่วนช่วย ท่านในการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือเข้ามาใช้ บริการร้านอาหารญี่ปุ่น	-1	+1	+1	1	0.33	ปรับปรุง
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี ผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารญี่ปุ่น						
ด้านผลิตภัณฑ์						
ข้อที่ 1 คุณภาพอาหาร ใหม่ สด สะอาด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 2 รสชาติอาหาร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 3 มีอาหารจานพิเศษ/จานแนะนำ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 4 มีรายการอาหารให้เลือกหลากหลาย	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 5 มีการจัดวางและตกแต่งที่สวยงาม	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ด้านราคา						
ข้อที่ 6 ราคาอาหารตรงตามป้ายราคา	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 7 อาหารมีราคาถูกกว่าร้านอื่น ๆ ทั่วไป	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 8 รายการอาหารมีการแสดงป้ายราคาที่ ชัดเจน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 9 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 10 มีการชำระค่าอาหารโดยไม่ใช้เงินสด	-1	+1	+1	1	0.33	ปรับปรุง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
ข้อที่ 11 มีป้าย ชื่อร้าน เป็นจุดเด่นสังเกตได้ ง่าย	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 12 ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 13 มีที่จอดรถเพียงพอ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 14 สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น เบอร์ โทร ข้อความ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 15 ระยะเวลาการเปิด – ปิด ร้าน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
ข้อที่ 16 จัดทำโปรโมชั่นลดราคา ตาม เทศกาลหรือวันพิเศษ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 17 มีการ แจก แคม แลกของรางวัล	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

รายการขอความคิดเห็น	ผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	IOC	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ข้อที่ 18 จัดทำรีวิวอาหารตามสื่อต่าง ๆ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 19 มีการสมัครสมาชิก เพื่อสะสมยอดใช้บริการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 20 มีบริการออกบูธแนะนำอาหารต่าง ๆ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ด้านบุคลากร						
ข้อที่ 21 พนักงานมีความกระตือรือร้น รวดเร็วในการบริการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 22 พนักงานมีความรู้ในรายการอาหาร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 23 พนักงานบริการเป็นกันเอง	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 24 พนักงานมีกิริยา มารยาท สุภาพ เรียบร้อย	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 25 พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ด้านกระบวนการให้บริการ						
ข้อที่ 26 มีแอปพลิเคชันสั่งอาหารล่วงหน้า ก่อนมาถึงร้าน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 27 มีบริการรับจองโต๊ะล่วงหน้า	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 28 บริการรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้อง	-1	+1	+1	1	0.33	ปรับปรุง
ข้อที่ 29 บิลเก็บเงินมีการแสดงที่ชัดเจน	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 30 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
ด้านลักษณะทางกายภาพ						
ข้อที่ 31 การจัดตกแต่งร้านสวยงามโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เหมาะสมกับรูปแบบของร้าน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 32 สถานที่มีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 33 มีดนตรีฟังสบาย ๆ สร้างบรรยากาศที่ดี ในการรับประทานอาหาร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 34 ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของร้าน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 35 ภายในร้าน กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

รายการขอความคิดเห็น	ผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	IOC	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
แบบสัมภาษณ์ (ผู้ประกอบการ)						
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 1 ชื่อสถานประกอบการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 2 ชื่อเจ้าของสถานประกอบการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 3 ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ ของสถานประกอบการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 4 ก่อนการดำเนินการมีการเตรียม ความพร้อมอย่างไรบ้าง	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 5 ลักษณะทำเลที่ตั้งของสถาน ประกอบการ	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 6 ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้าน การตลาด						
ข้อที่ 1 ประเภทของอาหารญี่ปุ่นที่ลูกค้านิยม มีอะไรบ้าง	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 2 ลูกค้าหลักที่เข้ามาใช้บริการเป็นกลุ่ม ใด ตรงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ เพราะ เหตุใด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 3 การแข่งขันในปัจจุบันสถานการณ์เป็น อย่างไรและอนาคตมีแนวโน้มเป็นอย่างไร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 4 การให้บริการของกิจการมีความ แตกต่างจากบริการของผู้แข่งขันรายอื่น อย่างไร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 5 การตั้งราคาค่าบริการใช้หลักเกณฑ์ อย่างไร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 6 กิจการใช้การส่งเสริมการตลาดด้วย วิธีการใดบ้าง	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 7 ปัจจัยสำคัญของกิจการที่ท่านคิดว่า ทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการคืออะไร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 8 แนวทางในการพยากรณ์ยอดขายของ กิจการท่านใช้วิธีการใดในการประมาณการ ยอดขาย	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 9 ปัจจัยและความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อ ส่วนแบ่งทางการตลาด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

รายการขอความคิดเห็น	ผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	IOC	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านเทคนิคและการจัดการ						
ข้อที่ 1 รูปแบบการดำเนินงานของกิจการเป็นแบบใด เพราะเหตุใด	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 2 โครงสร้างองค์กรเป็นแบบใด มีพนักงานทั้งหมดกี่คน มีหน้าที่อะไรบ้าง และอัตราค่าจ้างเป็นเท่าใด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 3 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่กิจการจำเป็นต้องใช้ได้แก่อะไรบ้าง จำนวนเท่าใด ราคาเท่าใด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 4 ปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิต มีอะไรบ้างและรายละเอียดการสั่งซื้ออุปกรณ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ความถี่ในการสั่งซื้อ ระยะเวลาการจ่ายเงิน เป็นอย่างไร	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 5 จำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่อวันหรือต่อเดือน	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 6 กฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจมีอะไรบ้าง	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการเงิน						
ข้อที่ 1 ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการจำนวนเท่าไร	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 2 แหล่งที่มาของเงินทุน และสัดส่วนการลงทุน เงินลงทุนจากเจ้าของคิดเป็นสัดส่วนกี่เปอร์เซ็นต์ของเงินลงทุนรวม รายละเอียดเงินลงทุนจากเจ้าของมีอะไรบ้าง เงินลงทุนจากเงินกู้คิดเป็นสัดส่วนกี่เปอร์เซ็นต์ของเงินลงทุนรวม รายละเอียดเงินลงทุนจากเงินกู้มีอะไรบ้าง	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 3 ระยะเวลาคืนทุน	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 4 เงินสดสำรองหมุนเวียนในกิจการเป็นเท่าใด	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในปัจจุบัน - รายละเอียดรายได้มีอะไรบ้าง	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้

รายการขอความคิดเห็น	ผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	IOC	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ข้อที่ 6 ค่าใช้จ่ายของกิจการต่อเดือน - รายละเอียดค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน						
ข้อที่ 1 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบในการดำเนินงานของกิจการมีอะไรบ้าง	+1	+1	-1	1	0.33	ปรับปรุง
ข้อที่ 2 ในกรณีที่มีเหตุการณ์ไม่คาดคิดเกิดขึ้น เช่น รายได้ลดลง ท่านมีแผนฉุกเฉินเพื่อรองรับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่คาดคิดได้อย่างไร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 3 ท่านมีโครงการจะขยายการลงทุนเพิ่มเติมในธุรกิจนี้หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือไม่อย่างไร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 4 ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นยังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจหรือไม่ เพราะเหตุใด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 5 ปัจจัยที่ทำให้กิจการประสบความสำเร็จคืออะไร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 6 ท่านคิดว่าความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ คืออะไร มีวิธีการป้องกันอย่างไร	+1	+1	-1	1	0.33	ปรับปรุง

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ข้อมูลใน
แบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ผู้จัดทำการวิจัยจึงใคร่ขอ
ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างเที่ยงตรง ข้อมูลที่ท่านตอบจะถือเป็น
ความลับ และในโอกาสนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือนของท่านในครั้งนี้เป็นอย่าง
สูง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 21 ปี ☐ 22-30 ปี ☐ 31-39 ปี
☐ 40-46 ปี ☐ 47-54 ปี ☐ สูงกว่า 55 ปี
3. ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
☐ ปริญญาตรี ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ _____
4. อาชีพ ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ
☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ พนักงานเอกชน
☐ เกษียณอายุ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน (บาท)
☐ ต่ำกว่า 15,000 ☐ 15,001-25,000
☐ 25,001-35,000 ☐ 35,001-50,000
☐ มากกว่า 50,000

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ท่านมาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน
☐ 1-2 ครั้ง ☐ 3-4 ครั้ง ☐ 5-6 ครั้ง
☐ 7-8 ครั้ง ☐ 9-10 ครั้ง ☐ มากกว่า 10
2. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์ร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้งโดยเฉลี่ย
(ราคาต่อ 1 ท่าน)
☐ น้อยกว่า 500 บาท ☐ 500 - 800 บาท ☐ 801 - 1,000 บาท
☐ 1,001 - 1,200 บาท ☐ 1,201 - 1,500 บาท ☐ มากกว่า 1,500 บาท
3. โดยปกติท่านใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในวันใด
☐ จันทร์ - ศุกร์ ☐ เสาร์ - อาทิตย์ ☐ วันหยุดนักขัตฤกษ์
☐ วันพิเศษ/วันสำคัญ ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ _____

4. โดยปกติท่านใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นเวลาใด
☐ 9.00 - 12.00 น. ☐ 12.01 - 14.00 น. ☐ 14.01 - 16.00 น.
☐ 16.01 - 18.00 น. ☐ 18.01 - 20.00 น. ☐ หลังเวลา 20.00 น.
5. ท่านใช้เวลาในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นนานเท่าใด
☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ☐ 1-2 ชั่วโมง
☐ 2-3 ชั่วโมง ☐ 3-4 ชั่วโมง
6. ในการใช้บริการท่านนิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นประเภทใดบ้าง
☐ แบบบุฟเฟ่ต์ ☐ แบบเมนูพิเศษ (A la carte) ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ _____
7. โดยปกติท่านมาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นร่วมกับใครบ้าง
☐ คนเดียว ☐ เพื่อน ☐ คนรัก/ครอบครัว
☐ กลุ่มธุรกิจ ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ _____
8. ในการมาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นท่านมาใช้บริการจำนวนกี่คน
☐ มากคนเดียว ☐ 2 - 3 คน ☐ 4 - 5 คน
☐ 6 - 8 คน ☐ 8 - 10 คน ☐ 10 คนขึ้นไป
9. สิ่งจูงใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการที่ร้านอาหารญี่ปุ่น (เลือกตอบได้ 3 ข้อ)
☐ รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ☐ ทำเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก
☐ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ☐ มีอาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย
☐ บริการดี ☐ ส่วนลด โปรโมชันต่างๆ
☐ ความแปลกใหม่ของอาหาร ☐ สถานที่ตกแต่งสวยงาม
☐ การประชาสัมพันธ์ ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ _____
10. วิธีการหรือบุคคลใดบ้างที่มีส่วนช่วยท่านในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือเข้ามาใช้
บริการร้านอาหารญี่ปุ่น
☐ เพื่อน ☐ สื่อโฆษณาต่างๆ (ใบปลิว ป้ายประกาศ)
☐ ครอบครัว ☐ Social Network
(facebook instagram Twitter Line)
☐ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ _____

มีต่อ ด้านหลัง ค่ะ=>

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร
ญี่ปุ่นของท่าน
โปรดทำเครื่องหมาย “✓” ลงในช่องว่างที่ตรงกับความสำเร็จที่ท่านพิจารณา ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.คุณภาพอาหาร ใหม่ สด สะอาด					
2.รสชาติอาหาร					
3.มีอาหารจานพิเศษ/จานแนะนำ					
4.มีรายการอาหารให้เลือกหลากหลาย					
5.มีการจัดวางและตกแต่งที่สวยงาม					
ด้านราคา					
1.รายการอาหารมีการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน					
2.ราคาอาหารตรงกับป้ายราคา					
3.อาหารมีราคาถูกกว่าร้านอื่น ๆ ที่ทั่วไป					
4.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร					
5.มีช่องทางการชำระที่หลากหลาย					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. มีป้าย ชี้อร้าน เป็นจุดเด่นสังเกตได้ง่าย					
2. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง					
3. มีที่จอดรถเพียงพอ					
4. สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น เบอร์โทร ข้อความ					
5.ระยะเวลาการเปิด – ปิด ร้าน					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1.จัดทำโปรโมชั่นลดราคา ตามเทศกาลหรือวันพิเศษ					
2.มีการ แจก แคม แลกของรางวัล					
3.จัดทำวีรภาพตามสื่อต่าง ๆ					
4.มีการสมัครสมาชิก เพื่อสะสมยศใช้บริการ					
5.มีการบริการออกบูธแนะนำอาหารต่าง ๆ					
ด้านบุคลากร					
1.พนักงานมีความกระตือรือร้น รวดเร็วในการบริการ					
2.พนักงานมีความรู้ในรายการอาหาร					
3.พนักงานบริการเป็นกันเองและมีจิตบริการ					
4.พนักงานมีกิริยา มารยาท สุภาพ เรียบร้อย					
5.พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ					
ด้านกระบวนการให้บริการ					
1.มีแอลกอฮอล์ขึ้นสั่งอาหารล่วงหน้าก่อนมาถึงร้าน					
2.มีบริการรับรองโต๊ะล่วงหน้า					
3.บริการเสิร์ฟอาหารรวดเร็วและถูกต้อง					
4.บิลเก็บเงินมีการแสดงที่ชัดเจน					
5.มีระบบรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม					

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
1.การจัดตกแต่งร้านสวยงามโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว					
2.สถานที่มีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ					
3.มีดนตรีฟังสบาย ๆ สร้างบรรยากาศที่ดีในการรับประทานอาหาร					
4.ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของร้าน					
5.ภายในร้าน กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ					
6.การแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นที่น่าจดจำ					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่าน
ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ค

แบบสัมภาษณ์ (ผู้ประกอบการ) เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนธุรกิจ
ร้านอาหารญี่ปุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

แบบสัมภาษณ์ (ผู้ประกอบการ)
เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อสถานประกอบการ

2. ชื่อเจ้าของสถานประกอบการ

3. ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการของสถานประกอบการ

4. ก่อนการดำเนินการกิจการมีการเตรียมความพร้อม ด้านการจัดการ ด้านการเงิน อย่างไรบ้าง

5. วิธีการเลือกทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ

6. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการตลาด

1. ประเภทของอาหารญี่ปุ่นที่ลูกค้านิยมมีอะไรบ้าง

2. ลูกค้าหลักที่เข้ามาใช้บริการเป็นกลุ่มใด ตรงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ เพราะเหตุใด

3. การแข่งขันในปัจจุบันสถานการณ์เป็นอย่างไรและอนาคตมีแนวโน้มเป็นอย่างไร

4. การให้บริการของกิจการมีความแตกต่างจากการบริการของผู้แข่งขันรายอื่นอย่างไร

5. การตั้งราคาค่าบริการใช้หลักเกณฑ์อย่างไร

6. กิจการใช้การส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการใด

7. ปัจจัยสำคัญของกิจการที่ท่านคิดว่าทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการคืออะไร

8. แนวทางในการพยากรณ์ยอดขายของกิจการท่านใช้วิธีการใดในการประมาณการยอดขาย

9. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อส่วนแบ่งทางการตลาดของกิจการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านเทคนิคและการจัดการ

1. รูปแบบการดำเนินงานของกิจการเป็นแบบใด เช่น บุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด เป็นต้น และเพราะเหตุใดจึงเลือกรูปแบบดังกล่าว

2. โครงสร้างองค์กรเป็นแบบใด มีพนักงานทั้งหมดกี่คน มีหน้าที่อะไรบ้าง และอัตราค่าจ้างเป็นเท่าใด

3. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่กิจการจำเป็นต้องมีได้แก่อะไรบ้าง จำนวนเท่าใด ราคาเท่าใด

4. ปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิต มีอะไรบ้าง เช่น คุณภาพวัตถุดิบ ความถี่ในการส่งของ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ เป็นต้น

5. วิธีการเลือกคุณลักษณะของอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ของร้านอาหารญี่ปุ่นมีอะไรบ้าง

6. ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่อวัน หรือต่อเดือนมีจำนวนเท่าไร

7. กฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจมีอะไรบ้าง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการเงิน

1. ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการจำนวนเท่าไร
2. แหล่งที่มาของเงินทุน และสัดส่วนการลงทุน
 เงินลงทุนจากเจ้าของคิดเป็นสัดส่วนกี่เปอร์เซ็นต์ของเงินลงทุนรวม
 รายละเอียดเงินลงทุนจากเจ้าของมีอะไรบ้าง
 เงินลงทุนจากเงินกู้คิดเป็นสัดส่วนกี่เปอร์เซ็นต์ของเงินลงทุนรวม
 รายละเอียดเงินลงทุนจากเงินกู้มีอะไรบ้าง
3. ระยะเวลาคืนทุน
4. เงินสดสำรองหมุนเวียนในกิจการเป็นเท่าใด
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในปัจจุบัน
 รายละเอียดรายได้
6. ค่าใช้จ่ายของกิจการต่อเดือน
 รายละเอียดค่าใช้จ่าย

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน

1. ปัญหากิจการมีข้อเสนอแนะอย่างไรที่พบในการดำเนินงานของกิจการมีอะไรบ้าง
2. ในกรณีที่มีเหตุการณ์ไม่คาดคิดเกิดขึ้น เช่น รายได้ลดลง ท่านมีแผนฉุกเฉินเพื่อรองรับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่คาดคิดได้อย่างไร
3. ท่านมีโครงการจะขยายการลงทุนเพิ่มเติมในธุรกิจนี้หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือไม่อย่างไร
4. ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นยังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจหรือไม่ เพราะเหตุใด
5. ปัจจัยที่ทำให้กิจการประสบความสำเร็จคืออะไร
6. ท่านคิดว่าความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ คืออะไร มีวิธีการป้องกันอย่างไร

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายสกุลรัตน์ สีดาว
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 6 มิถุนายน 2532
ประวัติการศึกษา	พ.ศ 2551 – 2554 วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาไฟฟ้ากำลัง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ร้านอาหารชาบูอินดี้ สาขามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน	888/374 หมู่บ้านสาริน 11 หมู่ที่ 1 ตำบลแสนสุข อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี 34190