

53730584: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจ; บธม. (บริหารธุรกิจ)

คำสำคัญ: ความเป็นไปได้/ อาหารญี่ปุ่น/ ร้านอาหาร/ ระยอง

ศราวุธ ทรัพย์เย็น: การศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นร้อน  
ในเขตเทศบาลนครระยอง (A FEASIBILITY STUDY OF HOT JAPANESE FOOD  
RESTAURANT IN RAYONG MUNICIPALITY) อาจารย์ควบคุมงานนิพนธ์: รัฐวุฒิ ฐิ์แทนคุณ,  
D.Eng. 65 หน้า. ปี พ.ศ. 2555.

การศึกษความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นร้อน ในเขตเทศบาลนคร  
ระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ ร้านอาหารญี่ปุ่นร้อน ในเขต  
เทศบาลนครระยอง โดยในการศึกษานี้มุ่งเน้นที่ความเป็นไปได้ทางการตลาด การผลิต การบริหาร  
จัดการ การเงิน และสุดท้ายคือผลตอบแทนจากการดำเนินงาน

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นร้อน ในเขตเทศบาลนครระยอง มี  
ความเป็นไปได้ทางการตลาด เพราะความต้องการในเรื่องอาหารยังมีอยู่มาก และผู้บริโภคยัง  
ต้องการความหลากหลายในการเลือกบริโภค กลยุทธ์ทางการตลาดที่กิจการเลือกใช้ โดยเน้น  
ที่จุดแข็งของตัวธุรกิจด้านรสชาติ ที่ถูกปากคนไทย ในราคาที่ผู้บริโภคทั่วไปยอมรับได้

จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการร้านอาหารญี่ปุ่นร้อน ในเขต  
เทศบาลนครระยอง พบว่าดัชนีความสามารถทำกำไร (PI) ของโครงการ เท่ากับ 2.65 เท่า อัตรา  
ผลตอบแทนจากโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 74.45 อัตราผลตอบแทนจากโครงการที่ปรับแล้ว  
(MIRR) เท่ากับ ร้อยละ 49.09 และระยะเวลาการคืนทุน (PB) เท่ากับ 1 ปี 1 เดือน ผลของเครื่องวัด  
เพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุนในโครงการ สรุปเป็นโครงการที่เหมาะสมในการลงทุน

53730584: MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION; M.B.A. (BUSINESS  
ADMINISTRATION)

KEYWORDS: FEASIBILITY/ JAPANESE FOOD/ RESTAURANT/ RAYONG

SARAWUTH SUBYEN: A FEASIBILITY STUDY OF HOT JAPANESE FOOD  
RESTAURANT IN RAYONG MUNICIPALITY. ADVISOR: RATHAWUTH ROOTANKHUN,  
D.Eng. 65 P. 2012.

This research aims to study the investment feasibilities of a hot Japanese food restaurant business in Rayong municipality. The results show that the Japanese food restaurant business in Rayong municipality still has high marketing potentials. A viable strategy is to offer consumers diverse food selections with good tastes at reasonable prices.

The financial feasibility analysis reveals that, with an initial investment of just 321,800 baht, the project's Discounted Payback Period (DPP) is about 1 year and 1 month; Net Present Value (NPV) is 851,269 baht; Profitability Index (PI) is 2.65 times; Internal Rate of Return (IRR) is 74.45%; and Modified Internal Rate of Return (MIRR) is 49.09%. Overall, the Japanese food restaurant business in Rayong municipality is feasible.

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ญี่ปุ่นร้อนในเขตเทศบาลนครระยอง โดยอาศัยข้อมูลจากการทดลองดำเนินกิจการจริง มาประกอบการศึกษาในครั้งนี้ โดยการศึกษาครั้งนี้ จะนำการวิเคราะห์ทางการเงินมาวิเคราะห์ ความเป็นไปได้ในการลงทุน และจะนำแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ถึงปัจจัย ส่วนบุคคลที่มีผลต่อธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นร้อน และในส่วนของราคาที่เหมาะสมของอาหาร ที่จัดจำหน่ายว่ามีราคาที่เหมาะสมแล้วหรือไม่

#### สรุปผลการวิจัย

##### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าเพศชาย และหญิงมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน โดยเพศชาย มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 ส่วนเพศหญิงมีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 51 โดยเพศชายมีอายุเฉลี่ย 30.14 ปี และเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 31.34 ปี

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพศชายมีรายได้เฉลี่ย 29,085 บาท และเพศหญิงมีรายได้เฉลี่ย 29,816 บาท

ด้านสถานภาพส่วนใหญ่จำนวน 123 คน สมรส คิดเป็นร้อยละ 59.7 และจำนวน 83 คน โสด คิดเป็นร้อยละ 40.3

ด้านอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพพนักงานบริษัทจำนวน 134 คน คิดเป็น ร้อยละ 65 รองลงมา ก็จะเป็นอาชีพอิสระจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 ส่วนอาชีพราชการ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 นักเรียนนักศึกษาจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ด้านการศึกษาพบว่าระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาจะเป็นระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 และ สูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2

##### ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ด้านความถี่ต่อเดือนในการเข้าใช้บริการอาหารญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ จะอยู่ที่ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมา 3-4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 46.1 และมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือนจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคมีความสำคัญในเรื่องของคุณภาพ, รสชาติอาหาร และ มีความสด สะอาด มากที่สุด โดยเมื่อเทียบกับราคาที่เหมาะสม และยังให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งชุมชน ที่มีความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด

### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของราคาสินค้า

จากการวิจัยพบว่า ราคาอาหารที่ได้ตั้งราคาไว้ มีความเหมาะสมในทุก ๆ รายการ เพราะค่าเฉลี่ยของราคาอาหารที่ได้จากการวิจัย มีค่าต่างกับราคาที่ตั้งไว้น้อยมาก ทำให้สามารถ นำราคาดังกล่าวมาใช้ในการดำเนินกิจการได้

### วิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการ

1. ระยะเวลาลงทุน (PB) มีค่าเท่ากับ 0.97 ปี ถือว่าเป็น โครงการที่ให้ระยะเวลาคืนทุน ที่เร็ว มีความคุ้มค่าในการลงทุน
2. ระยะเวลาคืนทุนที่คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน (DPV) มีค่าเท่ากับ 1.13 ปี ยังถือว่าเป็น โครงการที่ให้ระยะเวลาคืนทุนที่เร็ว มีความคุ้มค่าในการลงทุน
3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 851,269 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก สรุปได้ว่า มีความคุ้มค่าในการลงทุน
4. อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) มีค่าร้อยละ 74.45 ซึ่งมีค่าเป็นบวก สรุปได้ว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุน
5. อัตราผลตอบแทนจากโครงการที่ปรับแล้ว (MIRR) มีค่าร้อยละ 49.09 ซึ่งมี ค่าเป็นบวก สรุปได้ว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุน
6. ความสามารถในการทำกำไร (PI) มีค่า 2.65 เท่า ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 สรุปได้ว่า มีความคุ้มค่าในการลงทุน

### ส่วนที่ 2 เปรียบเทียบโครงการกับโครงการอื่น

จากการเปรียบเทียบกับโครงการ จารุวัฒน์ เอี่ยมสำอางค์ (2545) การวิเคราะห์ ความเป็นไปได้ในการลงทุน โครงการร้านอาหารญี่ปุ่นขนาดเล็กในสวนลุมไนท์บาซ่า และ วิมลลา ห่อวงส์สกุล (2553) แผนธุรกิจร้านบะหมี่เฮงกี้ พบว่า ระยะเวลาการคืนทุน (PB) ของ โครงการ สามารถคืนทุนได้ไวกว่า โครงการร้านอาหารญี่ปุ่นขนาดเล็กในสวนลุมไนท์บาซ่า และ แผนธุรกิจร้านบะหมี่เฮงกี้ ที่ใช้เวลาคืนทุนที่ 2 ปี และ 1.5 ปี ตามลำดับ

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถสรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ญี่ปุ่นร้อน ในเขตเทศบาลนครระยอง ทั้งในด้านการวิเคราะห์การตลาดและการเงินดังนี้

จากผลการศึกษาเห็นได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีอาชีพพนักงานบริษัท โดยมีอายุเฉลี่ยประมาณ 30 ปี และรายได้เฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคประมาณ 30,000 บาทต่อเดือน จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคเป็นกลุ่มวัยทำงาน อายุยังไม่สูงนักและต้องมีรายได้สูงในระดับหนึ่ง ที่สามารถเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นได้ เนื่องจากราคาอาหารญี่ปุ่นโดยเฉลี่ย ยังมีราคาสูงกว่าอาหารไทยทั่วไปอยู่บ้าง เมื่อเทียบกับปริมาณอาหารต่อจาน ส่วนใหญ่จะรับประทานอาหารญี่ปุ่นเดือนละ 1-2 ครั้ง แสดงให้เห็นว่า อาหารญี่ปุ่นยังไม่ใช่อาหารที่รับประทานเป็นประจำมากนัก ผู้บริโภคยังรับประทานเป็นทางเลือกในบางโอกาส

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารญี่ปุ่น คือเรื่องของคุณภาพ รสชาติอาหาร และมีความสด สะอาด ของอาหารมากที่สุด โดยเมื่อเทียบกับราคาที่เหมาะสม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับธุรกิจอาหาร โดยทั่วไป นอกจากนี้ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งชุมชน ที่มีความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด ทำเลของร้านในการศึกษานี้ ถือเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญอย่างหนึ่ง

เมื่อเปรียบเทียบระยะเวลาคืนทุนของร้านอาหารญี่ปุ่นในกรณีศึกษานี้คือ ประมาณ 1 ปี 1 เดือน กับโครงการธุรกิจประเภทร้านอาหารอื่น ๆ ได้แก่ โครงการร้านอาหารญี่ปุ่นขนาดเล็กในสวนลุมไนท์บาซ่า โดยจาร์วัฒน์ เอี่ยมสำอางค์ (2545) และแผนธุรกิจร้านบะหมี่เฮงกี้ โดยวิมล ห่อวงศ์สกุล (2553) ที่ใช้เวลาคืนทุนที่ 2 ปี และ 1.5 ปี ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงระยะเวลาคืนทุนใกล้เคียงกับธุรกิจประเภทร้านอาหาร และด้วยเนื่องจากทำเลร้านอาหารญี่ปุ่นในกรณีศึกษา มีความสะดวก ผู้บริโภคที่ทำงานในย่านนิคมอุตสาหกรรมระยอง มีกำลังซื้อพอสมควร ทำให้ระยะเวลาคืนทุนสั้นกว่า และวัตถุดิบส่วนใหญ่สามารถหาได้ไม่ยากนัก

## ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นร้อน ในเขตเทศบาลนครระยอง ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ถึงร้อยละ 65 จะมีผลให้ในช่วงเวลา 13.00 น.-17.00 น. ไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ หรือมีเข้ามาใช้บริการที่น้อย อาจทำให้การเปิดร้านอาหารในช่วงนั้น ไม่คุ้มกับต้นทุนที่เกิดขึ้น เช่น ค่าแก๊สที่ใช้อุ่นหม้อราเมน, ค่าไฟฟ้าแสงสว่าง และเครื่องปรับอากาศในร้าน ซึ่งทางร้านควรมีแผนรองรับดังนี้

1. พิจารณาแนวทางประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมให้กับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ ซึ่งอาจจะใช้

การออกโฆษณาทางวิทยุ, หนังสือท้องถิ่นต่าง ๆ

2. มีการจัดการส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคมาใช้บริการในช่วงดังกล่าว เช่น จัดส่วนลดอาหาร หรือมีการสะสมแต้ม ถ้ามาใช้บริการในช่วงเวลาดังกล่าว

และในส่วนปัจจัยทางการตลาดพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญของคุณภาพ และรสชาติของอาหาร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากถึง 4.63 อาหารมีความสด สะอาด ปลอดภัย ถูกหลักอนามัย เท่ากับ 4.42 และ มีความคุ้มค่าด้านรสชาติอาหาร เมื่อเทียบกับราคา เท่ากับ 4.48 นั้นแสดงให้เห็นถึงกลุ่มลูกค้าต้องการ รสชาติของอาหาร ความสด สะอาด และมีความคุ้มค่าของอาหาร เป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการต้องใส่ใจในรสชาติ และความสด สะอาดของอาหารมากเป็นพิเศษ ในการดำเนินโครงการร้านอาหารญี่ปุ่น จึงจำเป็นต้องจัดหาตู้แช่แข็ง เพื่อมาเก็บวัตถุดิบ ที่ใช้ในการประกอบอาหารให้มีสภาพใหม่และสดอยู่เสมอ และนอกจากนั้นผู้ประกอบการยังต้องดูแลในการจัดซื้อวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้วัตถุดิบคงเหลือที่จัดเก็บ ซึ่งจะต้องตรวจนับวัตถุดิบคงเหลืออย่างเป็นประจำ ซึ่งจะได้ประโยชน์ในการตรวจความครบถ้วนของวัตถุดิบที่จัดเก็บไว้ เพื่อป้องกันการสูญหาย และสามารถตรวจสอบสภาพของวัตถุดิบไปพร้อมกันด้วย และจะต้องมีการบันทึกวันที่ซื้อมาของวัตถุดิบ คิดไว้ที่ตัววัตถุดิบ เพื่อที่จะได้ทราบว่าวัตถุดิบใดที่ซื้อมาก่อน ก็ควรที่จะใช้ให้หมดก่อน

กลยุทธ์ด้านการขาย ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงช่องจัดจำหน่ายทางอื่น นอกเหนือที่จะให้ผู้บริโภคจะเข้ามาใช้บริการที่ร้าน โดยการบริการรับส่งอาหารญี่ปุ่นส่งในกรณีที่ผู้บริโภคต้องการใช้บริการอาหารญี่ปุ่นในวาระพิเศษ เช่น งานเลี้ยงเล็ก ๆ ดื่มน้ำเย็นในงานใหม่ในสำนักงาน ช่วงเที่ยง งานเลี้ยงเล็ก ๆ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ อาหารเที่ยงสำหรับงานประชุมสัมมนาสำหรับองค์กร ซึ่งกรณีนี้ควรแนะนำให้ผู้บริโภคสั่งรายการอาหารล่วงหน้า เป็นต้น

การบริการแบบลงสถานที่ เป็นอีกบริการที่กำลังได้รับความนิยม เช่น รับประทานอาหารตามงานจัดเลี้ยงในโรงแรม (Catering) เป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่จะสามารถสร้างผลตอบแทนในอัตราที่สูงให้กับโครงการ ในแต่ละเดือนจะมีการจัดงานเลี้ยง งานสัมมนา งานแต่งงาน งานอบรมต่าง ๆ ตามโรงแรมอยู่เสมอ โดยงานดังกล่าวมักจะมีการเลี้ยงอาหารแก่ผู้ร่วมงาน ซึ่งผู้ร่วมงานมักจะจัดให้มีอาหารหลากหลายชนิด เพื่อให้บริการแก่ผู้มางาน ชุมอาหารญี่ปุ่นเป็นชุมหนึ่งที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยจะมีการจัดเตรียมเฉพาะในส่วนของโรงแรมเพียงอย่างเดียว เพราะถ้าเป็นอาหารอย่างอื่นจะไม่สะดวกในเรื่องของสถานที่ เนื่องจากจะต้องปรุงอาหารในห้องจัดเลี้ยงในโรงแรม

การลงชุมงานประจำปีของจังหวัดระยอง ซึ่งเป็นหนึ่งช่องทางที่น่าสนใจ เพราะงานประจำปีต่าง ๆ ของจังหวัดระยอง มีผู้เข้าชมสูงมาก ที่จะสามารถสร้างผลตอบแทนในอัตราที่สูง โดยเราจะเลือกเฉพาะงานที่เกี่ยวกับการออกร้านจำหน่ายอาหาร เช่น งานชิมปลานึ่ง อำเภอ

บ้านฉาง, งานลอยกระทง ของจังหวัดระยอง, งานอาหารทะเลบ้านเพ เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยในอนาคต ผู้วิจัยต้องการศึกษาในหัวข้อ ความน่าจะเป็นในการขยายธุรกิจอาหารญี่ปุ่นเย็น ในเขตเทศบาลนครระยอง เพื่อเป็นการต่อยอดทางธุรกิจอาหารญี่ปุ่น เพื่อให้มีความครบวงจรมากขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการค้า ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยเน้นรสชาติและราคา ที่ผู้บริโภคพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งต่อไป ควรจะมีการศึกษาด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมให้มากขึ้น เช่น ความคิดของผู้ประกอบการ เพื่อจะได้ทราบมุมมองในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารพนักงาน เป็นต้น