บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการแข่งขันในตลาดโลกทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเพื่อให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดหลักสำคัญอย่างประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่นและกลุ่มประเทศยุโรป ซึ่งหลายประเทศต่างต้องแข่งขันกันเพื่อเข้าสู่และครอบครองตลาดหลักเหล่านี้ให้ได้ นอกจากปัญหาเรื่องจำนวนคู่แข่งขันในตลาดหลักแล้ว สำหรับประเทศไทยนั้น ยังประสบปัญหาด้านศักยภาพของคู่แข่งขันที่เหนือกว่าในหลายๆปัจจัย เช่น ปัจจัยด้านวัตถุดิบ ปัจจัยด้านแรงงาน ซึ่งคู่แข่งขัน อาทิเช่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่มีศักยภาพเหนือกว่าประเทศไทยในด้านปัจจัยตามที่กล่าวมา นอกจากนี้ปัญหาเรื่องมาตรการกีดกันทางการค้าต่างๆยังทำให้การดำเนินการค้าของประเทศไทยกับต่างประเทศมีข้อบังคับเข้มงวดมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการแสวงหาตลาดใหม่จึงเป็นนโยบายอย่างหนึ่งที่รัฐบาลไทยประสงค์จะผลักดันให้เกิดขึ้น โดยมี “โครงการสนับสนุนขยายการส่งออกไปตลาดใหม่ 2546-2548” ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ เป็นศูนย์ดำเนินการ และเมื่อพิจารณารายชื่อประเทศภายใต้โครงการแล้วพบว่าประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย (Russian Federation) เป็นประเทศหนึ่งที่ถูกแนะนำว่าเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ (กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2545: ออนไลน์)

ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย (Russian Federation) เป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก แม้หลังการแยกการปกครองเป็นอิสระของกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราชหรือซีไอเอส (Commonwealth of Independent States : CIS) แล้วก็ตาม หลังการเปิดเป็นประเทศการค้าเสรี (Free Market Economy) รัฐบาลของประเทศสหพันธรัฐรัสเซียได้กำหนดนโยบายหลัก 3 ประการคือ การเปิดเสรีทางเศรษฐกิจ (Liberalization) การสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ (Stabilization) และการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นเอกชน (Privatization) (กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2545: ออนไลน์) ทำให้ประตูการค้าของประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย เปิดกว้างสู่โลกได้มากขึ้น อันมีผลต่ออัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งเห็นได้จากตัวเลขของดัชนีวัดความเจริญทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอัตราการขยายตัวที่เพิ่มสูงมากขึ้นของ “รายได้เพื่อการใช้จ่ายที่แท้จริงของผู้บริโภค (Real disposable personal income)” เป็นตัวเลขที่ชี้ให้เห็นว่ามีการใช้จ่ายของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ความต้องการสินค้าจึงมีมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคอันเป็นสินค้านำ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เข้าสำคัญที่มีมูลค่าถึงหนึ่งในสี่ส่วนของมูลค่าสินค้านำเข้าทั้งหมดของประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย (กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2545: ออนไลน์)

ในขณะเดียวกันรัฐบาลไทยได้จัดตั้งโครงการ "ครัวไทยสู่โลก" โดยกำหนดหนึ่งในเป้าหมายหลักคือ สนับสนุนการเปิดธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศ เพื่อผลักดันให้ร้านอาหารไทยที่บริการอาหารรสชาติไทยแท้ รวมทั้งมีมาตรฐานที่เป็นสากล (สถาบันอาหาร, 2547: ออนไลน์) โดยให้การสนับสนุนทั้งด้านการเงิน ด้านข้อมูลข่าวสารและรายละเอียดของแต่ละประเทศ

จากสถานการณ์ดังกล่าว เอื้อโอกาสอันดีต่อผู้ประกอบการไทยที่จะนำไปพิจารณาเพื่อตัดสินใจวิเคราะห์การลงทุนในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรุงมอสโก (Moscow) ซึ่งเป็นเมืองหลวงอันเก่าแก่ที่เต็มไปด้วยความล้ำค่าทางประวัติศาสตร์ และยังเป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้จากทั่วโลก เมื่อรวมกับจำนวนประชากรในกรุงมอสโกอีกประมาณ 11 ล้านคนแล้ว นับว่าเป็นตัวเลขของผู้รอการบริโภคจำนวนไม่น้อย ที่สำคัญคือพบว่าปัจจุบันมีจำนวนร้านอาหารไทยในกรุงมอสโกเพียง 4-5 ร้านเท่านั้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในกรุงมอสโก ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในกรุงมอสโก ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารในกรุงมอสโก ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย

2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจในการวิเคราะห์เพื่อใช้ในตัดสินใจในการประกอบธุรกิจร้านอาหารในกรุงมอสโก ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

1.4 นิยามศัพท์

การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึงการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการลงทุน โดยใช้หลักการในการวิเคราะห์โครงการเพื่อดูว่าโครงการนั้นๆ สามารถประสบความสำเร็จได้รับผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินที่ลงไป

ธุรกิจร้านอาหารไทย หมายถึงธุรกิจร้านอาหารที่ประกอบกิจการเพื่อจำหน่ายอาหารไทย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved