



แผนธุรกิจร้านเสริมสวยสุนัข Smile Dog Grooming & Spa



โดย

นางสาวกมลชนก เบญจภูมรินทร์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2552

แผนธุรกิจร้านเสริมสวยสุนัข Smile Dog Grooming & Spa



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจ เรื่อง “ร้านเสริมสวยสุนัข Smile Dog Grooming & Spa ” เสนอโดย
นางสาวกมลชนก เบญจกุ่มริน มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนา
ปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการ
จัดการ

.....
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ณัฐวัฒน์ ปิรันธนานนท์)

..... / /

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... / /

..... กรรมการ

(อาจารย์เกตุวดี สมบูรณ์ทวี)

..... / /

12490002 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : ร้าน Smile Dog Grooming & Spa / ธุรกิจอาบน้ำตัดแต่งขน และสปาสุนัข

กมลชนก เบญจภุมริน : แผนธุรกิจร้าน Smile Dog Grooming & Spa อาจารย์ที่ปรึกษา:
อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. 83 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ร้าน Smile Dog Grooming & Spa ประกอบธุรกิจเสริมสวย และสปาสุขภาพสุนัข โดยร้าน Smile Dog Grooming & Spa จะเริ่มดำเนินการในเดือนเมษายน 2553 เน้นการให้บริการด้านความงาม ความสะอาด และสุขภาพอนามัยของสุนัข มีความแตกต่างจากร้าน Grooming ทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด คือ การทำสปาสุนัข สร้างความเป็นผู้นำในการเป็นร้านสปาสุนัขแห่งแรกจังหวัดสมุทรสงคราม มีมาตรฐานและคุณภาพ ภายใต้การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด มีการปรับกลยุทธ์ตามสภาพแวดล้อมเพื่อสร้างความพึงใจให้กับลูกค้า เหนือกว่าคู่แข่งชั้นรายเดิมและรายใหม่

แนวคิดในการก่อตั้งร้าน Smile Dog Grooming & Spa เนื่องจากปัจจุบันประชาชนหันมาเลี้ยงสุนัขและใส่ใจดูแลมากขึ้น แต่ภายใต้ภาระการงาน เจ้าของสุนัขไม่มีเวลาดูแลสุขภาพและความงามของสุนัขด้วยตัวเอง ทำให้ธุรกิจ Grooming เป็นหนึ่งในธุรกิจที่เติบโต ทำให้ธุรกิจมีโอกาสประสบความสำเร็จได้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของร้านจะเป็นกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขอย่างดูแลเอาใจใส่ สุนัขพันธุ์ต่างประเทศที่ดูแลยาก มีความต้องการใช้บริการกรูมมิ่ง และสปา มีรายได้และฐานะดี

ร้าน Smile Dog Grooming & Spa แบ่งเป็น 3 แผนกใหญ่ คือ แผนกอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข แผนกสปาสุนัข และแผนกร้านค้า โดยราคาของการให้บริการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับ Package ขนาดของสุนัข ความยากง่ายในการทำความสะอาด และตัดแต่งขน ส่วนราคาของผลิตภัณฑ์ มีหลายราคาขึ้นอยู่กับตราหือ และคุณภาพ

ร้าน Smile Dog Grooming & Spa เริ่มกิจการด้วยเงิน 2.4 ล้านบาท โดยการระดมทุนการวิเคราะห์พบว่าคืนทุนภายใน 3 ปี 9 เดือน มีผลตอบแทน 23% และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,472,071.72บาท

คณะวิชาการจัดการ	มหาวิทยาลัยศิลปากร	ปีการศึกษา	2552
ลายมือชื่อนักศึกษา			
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา			

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากคณาจารย์หลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์จิตพนธ์ ชุมเกตุ และอาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัตต์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ซึ่งเสียสละเวลาอันมีค่า ในการให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการจัดทำและข้อคิดเห็นพร้อมทั้งความรู้ในเรื่องการทำแผนธุรกิจ ตลอดจนได้กรุณาตรวจสอบแก้ไขแผนธุรกิจให้ถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นด้วยความเอาใจใส่อย่างดีตลอดมา รวมถึงอาจารย์ณัฐวัฒน์ ปิณฑนานนท์ ประธานกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ อาจารย์เกตุวดี สมบูรณ์ทวี กรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้แผนธุรกิจนี้มีความสมบูรณ์ และถูกต้องยิ่งขึ้นไปอีก ผู้เขียนใคร่ขอขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ คุณจันจิรา ดีสนั่น เจ้าของร้านกรูมมิ่ง Doggie Doo จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ให้ข้อมูลในการจัดตั้งธุรกิจร้านเสริมสวยสุนัขและแนวคิดในการทำแบบสอบถาม นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ผู้เขียนได้ศึกษาอยู่ ณ. ที่นี้ และเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เขียนมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า แผนธุรกิจฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้สนใจ และหากมีข้อผิดพลาดประการใดในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้เขียนขออภัยมา ณ. ที่นี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทสรุปผู้บริหาร.....	1
2 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ.....	3
3 ความเป็นมาของธุรกิจ	4
ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ.....	4
ขั้นตอนการดำเนินงาน	5
ประวัติเจ้าของกิจการ	5
4 ลักษณะของกิจการ.....	6
ชนิดของการบริการ	6
ลักษณะของบริการ	6
5 วิเคราะห์อุตสาหกรรมและวิเคราะห์การตลาด.....	8
สถานะอุตสาหกรรมและสถานะตลาด	8
การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด	9
แนวโน้มทางการตลาด.....	9
กลุ่มตลาดเป้าหมาย	10
ลักษณะทั่วไปของลูกค้า.....	10
การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน Five Forces.....	10
คู่แข่ง.....	11
การเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	13
การวิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ (SWOT Analysis).....	14

บทที่	หน้า
6 แผนการบริหารจัดการ	19
ข้อมูลธุรกิจ	19
ดำเนินงานโดย.....	19
รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนสัดส่วนการถือครอง	19
ประวัติของผู้บริหาร.....	19
แผนผังองค์กร.....	20
หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก.....	21
จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร.....	22
วิสัยทัศน์	22
พันธกิจ.....	22
เป้าหมายธุรกิจ.....	22
ปัจจัยความสำเร็จ.....	23
นโยบายการจ่ายเงินปันผล	23
แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ	23
7 แผนการตลาด.....	24
เป้าหมายทางการตลาด	24
การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย	25
กลยุทธ์การตลาด 4P's.....	25
เครื่องมือที่ใช้ส่งเสริมการตลาด.....	26
กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4C's.....	27
กลยุทธ์ STP ของกิจการ.....	27
8 แผนการบริการ.....	30
สถานประกอบการในการบริการ	30
อุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ	31
วัสดุสิ้นเปลืองและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ	32
รายละเอียดการบริการ	33

บทที่	หน้า
การตั้งราคาค่าบริการ	35
แผนผังกระบวนการผลิต/บริการ	37
9 แผนการเงิน.....	38
การประมาณในการลงทุน	38
ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน	38
การประมาณการรายเดือน	39
การประมาณการรายได้จากการบริการ	40
การประมาณการต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาเพื่อบริการ	41
ค่าเสื่อมราคา.....	44
การประมาณการต้นทุนบริการและต้นทุนขาย.....	45
การประมาณค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร.....	46
การประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	47
การประมาณการงบกระแสเงินสด.....	48
การประมาณการงบดุล.....	50
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	53
10 แผนฉุกเฉิน/แผนประเมินความเสี่ยง.....	54
บรรณานุกรม.....	56
ภาคผนวก.....	57
ภาคผนวก ก.แบบสอบถามและสรุปแบบสอบถาม.....	59
ภาคผนวก ข.ธุรกิจร้าน Smile Dog Grooming & Spa.....	67
ภาคผนวก ค.รูปภาพในธุรกิจร้าน.....	80
ประวัติผู้ศึกษา.....	83

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	รายการดำเนินงาน ระยะเวลาการดำเนินงานที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ.....	5
2	อัตราค่าบริการแบบปกติ.....	6
3	อัตราค่าบริการแบบ Promotion Set.....	7
4	แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	13
5	การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	14
6	การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	16
7	แสดงรายนามผู้ร่วมระดมทุน.....	19
8	แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร.....	22
9	แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์การบริการ.....	31
10	แสดงวัสดุสิ้นเปลืองและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ.....	32
11	แสดงอัตราค่าบริการ.....	36
12	แสดงอัตราค่าบริการแบบ Promotion Set.....	36
13	การประมาณการในการลงทุน.....	38
14	ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน.....	38
15	การประมาณการรายเดือน.....	39
16	การประมาณการรายได้จากการบริการ.....	40
17	การประมาณการต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาเพื่อบริการ.....	41
18	ค่าเสื่อมราคา.....	44
19	การประมาณการต้นทุนบริการและต้นทุนขาย.....	45
20	การประมาณค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร.....	46
21	การประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	47
22	การประมาณการงบกระแสเงินสด.....	48
23	การประมาณการงบดุล.....	50
24	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	53
25	แสดงลักษณะปัญหาผลกระทบที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข.....	54

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
1	ภาพแสดงโลโก้ร้าน.....	7
2	แผนผังองค์กร.....	20
3	แผนภาพแสดงที่ตำแหน่งร้าน.....	29
4	แผนภาพแสดงแผนที่ร้าน.....	30
5	แสดงแผนผังกระบวนการผลิต/บริการ.....	37



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทสรุปผู้บริหาร

ร้าน Smile Dog Grooming & Spa ประกอบธุรกิจเสริมสวยและสปาสุขภาพสุนัข สถานที่ตั้ง 163 ต. แม่กลอง อ.เมืองฯ จ.สมุทรสงคราม 75000

แนวคิดในการก่อตั้งร้าน Smile Dog Grooming & Spa เนื่องจากปัจจุบันประชาชนหันมาเลี้ยงสุนัขและใส่ใจดูแลมากขึ้น แต่ภายใต้ภาระการงาน เจ้าของสุนัขไม่มีเวลาดูแลสุขภาพและความงามของสุนัขด้วยตัวเอง ทำให้ธุรกิจ Grooming เป็นหนึ่งในธุรกิจที่เติบโต ทำให้ธุรกิจมีโอกาสประสบความสำเร็จได้

โดยร้าน Smile Dog Grooming & Spa จะเริ่มดำเนินการในเดือนเมษายน 2553 เน้นการให้บริการด้านความงาม ความสะอาด และสุขภาพอนามัยของสุนัข ร้าน Smile Dog Grooming & Spa มีความแตกต่างจากร้าน Grooming ทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด คือ การทำสปาสุนัข สร้างความเป็นผู้นำในการเป็นร้านสปาสุนัขแห่งแรกจังหวัดสมุทรสงคราม มีมาตรฐานและคุณภาพ ภายใต้การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด มีการปรับกลยุทธ์ตามสภาพแวดล้อมเพื่อสร้างความพึงใจให้กับลูกค้า เหนือกว่าคู่แข่งรายเดิม และคู่แข่งรายใหม่

ร้าน Smile Dog Grooming & Spa แบ่งเป็น 3 แผนกใหญ่ คือ แผนกอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข (Grooming) แผนกทำสปาสุนัข และแผนกร้านค้า โดยราคาของการให้บริการแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับขนาดของสุนัข ความยากง่ายในการทำ ความสะอาด ตัดแต่งขน ส่วนราคาของผลิตภัณฑ์ มีหลายราคาขึ้นอยู่กับตราชื่อ และคุณภาพ

สภาวะตลาดธุรกิจเกี่ยวกับสุนัขมีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดด เนื่องจากพฤติกรรมผู้เลี้ยงสุนัขเปลี่ยนไปนิยมเลี้ยงสุนัขเหมือนลูกและต้องการให้ดูดี จึงทำให้ธุรกิจเสริมสวยสุนัขในอนาคตคาดการณ์ว่าจะมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของร้านจะเป็นกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขอย่างดูแลเอาใจใส่ เป็นกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขพันธุ์ต่างประเทศที่ดูแลยาก ราคาแพง มีความต้องการใช้บริการกรูมมิ่ง และสปา มีรายได้และฐานะดี ที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม

ร้าน Smile Dog Grooming & Spa เริ่มกิจการด้วยเงิน 2.4 ล้านบาท โดยการระดมทุนจากนางสาวกมลชนก เบญจภูมริน นางพัชรินทร์ เบญจภูมริน และนางสาวมลรัตน์ เบญจภูมริน การวิเคราะห์พบว่าคืนทุนภายใน 3 ปี 9 เดือน มีผลตอบแทน 23% และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,472,071.72บาท ซึ่งเป็นธุรกิจที่น่าสนใจที่จะลงทุน เนื่องจากข้อมูลเศรษฐกิจธุรกิจรุ่งมิ่ง ในปัจจุบันสามารถทำรายได้ส่วนกระแสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้เห็นช่องทางในการสร้างรายได้ที่ดี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อการสนับสนุนวงเงินในการดำเนินกิจการ
2. เพื่ออธิบายถึงแนวความคิดในการทำธุรกิจตลอดจนขั้นตอนต่างๆ
 - 2.1.) อธิบายแนวคิดและโอกาสในการทำธุรกิจ
 - 2.2.) อธิบายขั้นตอนการทำงานในขั้นตอนต่างๆในการดำเนินธุรกิจเสริมสวย สุนัข
 - 2.3.) เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดยผ่านการประเมินผลในทุกขั้นตอนการดำเนินงานและมีแผนฉุกเฉิน เพื่อช่วยลดความเสี่ยงทางธุรกิจที่เกิดจากปัจจัยภายนอกธุรกิจที่ไม่สามารถควบคุมได้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3

ความเป็นมาของธุรกิจ

ในอดีตการเลี้ยงสัตว์เป็นเพียงแค่เพื่อนคลายเหงา หรือเพื่อใช้สำหรับทำกิจกรรมต่างๆ แต่ปัจจุบันสัตว์เลี้ยงถูกปรับเปลี่ยนสถานะจากเพียงแค่เพื่อนคลายเหงากลายเป็น “สิ่งมีค่า” ทางความรู้สึก ผู้เลี้ยงเกิดความรักความผูกพันต่อสัตว์เลี้ยง นำไปสู่การดูแลเอาใจใส่อย่างดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาหารการกิน สุขภาพอนามัย เสื้อผ้าเครื่องประดับ และอื่นๆอีกมากมาย

“สุนัข” จัดว่าเป็นสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมสูงสุด ด้วยเอกลักษณ์แสนซนเฉพาะตัวกับความซื่อสัตย์ที่มีต่อผู้เป็นนายของตัวเอง จึงทำให้ผู้นิยมเลี้ยงสัตว์ทั้งหลายต่างเทใจเลือกให้เจ้าตูบสี่ขาเป็นเพื่อนรักสัตว์เลี้ยงคู่ใจกันอย่างเป็นเอกฉันท์

จากความนิยมสูงสุด พร้อมทั้งความรักที่มอบให้กับเพื่อนรักสัตว์เลี้ยงนั้น จึงทำให้เจ้าของพร้อมที่จะดูแลคู่หูของเขาเป็นอย่างดี ทั้งๆที่รู้ว่าเวลาของการดูแลสัตว์เลี้ยงเหล่านั้นต่างวุ่นวายและหายไปกับความยุ่งเหยิงของเวลาทำงาน ดังนั้นหากมีผู้ไว้วางใจได้ เข้ามาเป็นผู้ช่วยดูแลเจ้าสุนัขตัวโปรด เจ้าของเหล่านี้จึงพร้อมจะเป็นผู้ใช้บริการและมอบความไว้วางใจให้กับมืออาชีพ

ด้วยเหตุนี้ “กรูมมิ่ง” หรือธุรกิจเสริมสวยสุนัขจึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่เติบโตขึ้นท่ามกลางความต้องการใช้บริการของเจ้าของที่ไม่มีเวลาดูแลสุขภาพความงามสุนัขด้วยตัวเอง ด้วยบริการที่ครอบคลุมทั้งเรื่องการตัดแต่งขน , การอาบน้ำทำความสะอาดร่างกาย ซึ่งจะเป็นผู้ช่วยคนสำคัญที่พร้อมทำให้เพื่อนสี่ขาของคุณมีหน้าตาที่สดชื่นสวยงามอยู่เสมอ

ปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับการดูแลสุนัขเป็นช่องทางสร้างรายได้เป็นอย่างดี รวมถึง “สปาสุนัข” ธุรกิจบริการดูแลสุนัขที่แตกต่างจากร้านบริการอาบน้ำ-ตัดขนสุนัขที่มีอยู่ทั่วไป ตรงที่เพิ่มขึ้นตอนการนวดให้กับสุนัขที่เข้ามาใช้บริการด้วย บริการสุนัขแบบครบวงจร ธุรกิจที่เกี่ยวกับสุนัขเป็นหนึ่งในหลากหลายธุรกิจที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเลือกทำได้ไม่ยากนัก ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจอาหาร ขนมขบเคี้ยว ธุรกิจบริการตัดแต่งขน อาบน้ำ ลินค้าเครื่องใช้ต่างๆ รวมทั้งการขายสุนัข และอื่นๆ ที่อาจจะเกิดจากความต้องการที่จะดูแลให้ทั้งสุนัขและเจ้าของมีความสุข เช่น สปา โรงแรม เป็นต้น (กรูมมิ่ง ธุรกิจเสริมสวยสุนัขฯ 2552)

ในบรรดาธุรกิจที่เกิดขึ้นมากมาย ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงถูกยกให้เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ยังมีอนาคตสดใส อัตราขยายตัวมีอยู่อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งตลาดยังคงเปิดกว้าง อันเนื่องมาจากพฤติกรรมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงของมนุษย์ที่เพิ่มมากขึ้นจากผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกิจการไทยที่เคยทำไว้ พบว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงมีมูลค่าทางการตลาดประมาณ 4,388 ล้านบาทต่อปี ซึ่งแน่นอนว่าตัวเลขดังกล่าวไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ แต่จะมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ครอบคลุมทุกพื้นที่สัตว์เลี้ยงยังเป็นที่ต้องการของคนเรา

ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ตารางที่ 1 แสดงรายการดำเนินงาน ระยะเวลาดำเนินการ ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	การวางแผนรูปแบบของกิจการ	6 สัปดาห์	1 กรกฎาคม – 12 สิงหาคม 2552
2	การเลือกทำเลที่ตั้ง	6 สัปดาห์	16 กรกฎาคม – 27 สิงหาคม 2552
3	การจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์และวัตถุดิบ	8 สัปดาห์	1 กันยายน – 27 ตุลาคม 2552
4	การสรรหาและคัดเลือกพนักงาน	8 สัปดาห์	19 ตุลาคม – 14 ธันวาคม 2552
5	การสรรหาและเลือกSupplier ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข. ในการขาย	6 สัปดาห์	23 พฤศจิกายน 2552 – 4 มกราคม 2553
6	การจัดเตรียมความพร้อมสถานที่	10 สัปดาห์	5 มกราคม - 9 มีนาคม 2553
7	การประชาสัมพันธ์กิจการ	4 สัปดาห์	3 มีนาคม - 31 มีนาคม 2553
8	การเปิดกิจการ	-	1 เมษายน 2553
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	40 สัปดาห์	

ประวัติเจ้าของกิจการ

นางสาวกมลชนก เบญจภูมรินทร์

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจ
ทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ประสบการณ์การทำงาน

ปี 2552 ฝึกงานที่บริษัท ทิตาราม คอลซัลแดนท์ จำกัด ฝ่ายการบริหารและการตลาด แผนกการตลาด

บทที่ 4
ลักษณะการบริการ

ชนิดของการบริการ

1. บริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข
2. บริการทำสปาสุนัข
3. บริการร้านค้าขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข

ลักษณะของการบริการ

แผนกกรูมมิ่งและสปาคิดอัตราค่าบริการ แบ่งการออกเป็น 2 ประเภท คือ ตารางที่ 2 อัตราค่าบริการแบบคิดค่าบริการปกติ

รายการ	ราคา(บาท)
1. อาบน้ำ + ตัดขน + ตัดเล็บ + เช็ดหู	300 – 500
2. อาบน้ำ + ตัดเล็บ + เช็ดหู	150 – 300
3. ตัดขน + ตัดเล็บ + เช็ดหู	200 – 400
4. กำจัดเห็บ - หมัด	50 – 200
5. Spa + นวดตัว	350 - 600
6. Hair Treatment	100 – 200
7. Hot Oil	250 – 500
8. Spa + ลูกประคบ	350 - 600

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 3 ราคาค่าบริการแบบ Promotion Set

รายการ	S 1 - 5 kg.	M 6 -10 kg.	L 11-20 kg. ขึ้นไป
1. อาบน้ำ + ตัดเล็บ + เช็ดหู + ตัดแต่งขน + Spa + นวดตัว	550	810	990
2. อาบน้ำ + ตัดเล็บ + เช็ดหู + นวดตัว	450	650	800
3. อาบน้ำ + ตัดเล็บ + เช็ดหู + Hair Treatment	250	350	450
4. ตัดแต่งขน + ตัดเล็บ + เช็ดหู + Hot Oil	450	650	800
5. อาบน้ำ + กำจัดเห็บ - หมัด + Spa + ถูบประคบ	450	650	990



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

ระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจเกี่ยวกับสุนัขมีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดด ทั้งเพาะพันธุ์สุนัข อาหารสุนัขที่มีการนำเข้าแบรนด์ใหม่ๆ จากต่างประเทศ และงานบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัขหรือกรูมมิ่ง และสปาสุนัข ซึ่งธุรกิจเกี่ยวกับสุนัขมีแนวโน้มไปได้ดี โดยเฉพาะธุรกิจตัดแต่งขน (Grooming) เพราะพฤติกรรมผู้เลี้ยงสุนัขเปลี่ยนไปนิยมเลี้ยงสุนัขเหมือนลูกและต้องการให้ดูดี ถูกสุขลักษณะ รวมทั้งการนิยมเลี้ยงสุนัขพันธุ์เล็กมากกว่าพันธุ์ใหญ่ซึ่งพันธุ์เล็กต้องพาไปอาบน้ำและตัดขนบ่อยๆ จึงคาดว่าร้านตัดแต่งขนจะหันมาให้ความสำคัญกับสุนัขพันธุ์เล็กมากขึ้น ตั้งแต่ปี 2548 เพราะการเลี้ยงสุนัขพันธุ์ใหญ่ต้องใช้พื้นที่เยอะ ต้องพาไปเดินเล่น ค่าใช้จ่ายเรื่องอาหารการกินก็สูงกว่า ยิ่งในภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลต่อราคาน้ำมันแพงจำเป็นต้องประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น นอกจากนั้นผู้เลี้ยงยังรู้สึกใกล้ชิดกับพันธุ์เล็กมากกว่าพันธุ์ใหญ่ เพราะนิสัยชอบเอาใจ เชื่อว่าจะมีผู้หันมาเลี้ยงสุนัขมากขึ้น เพราะสุนัขเป็นสิ่งที่ผูกพันกับคนไทยมาตลอด นอกจากนี้สัตว์เลี้ยงกลายเป็นความบันเทิงราคาถูกลง และเป็นการพักผ่อน ส่งผลต่อการเลี้ยงดูสุนัขที่ดีขึ้น และจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น เพราะได้รับข่าวสารความรู้เกี่ยวกับสุนัขมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสุนัขเอาแนวคิดการทำสปาคน มาประยุกต์เป็นสปาสุนัข ซึ่งได้รับความนิยมจากคนรักสุนัข ที่ห่วงใยและต้องการดูแลสุขภาพสภาพของสุนัข เป็นธุรกิจใหม่ที่เติบโตอย่างมากแม้จะสวนกระแสกับสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน (อนุพันธ์ บุญชื่น 2550:1-2)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

การแบ่งส่วนตลาดของกิจการจะพิจารณาโดยมุ่งหวัง ส่วนแบ่งทางการตลาด แต่เป็นตลาดที่ยังไม่เจริญเติบโตอย่างเต็มที่ ยังไม่มีคู่แข่งชั้นรายใดสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้เลย เนื่องจากธุรกิจสปาสุนัขเป็นธุรกิจใหม่ในจังหวัดสมุทรสงคราม ภายใต้ตลาดที่ยังไม่มีการแข่งขันรุนแรงมากนัก เนื่องจากคู่แข่งชั้นเป็นธุรกิจขนาดย่อม จึงพยายามแบ่งเป็นส่วนๆซึ่งในแต่ละส่วนจะมีลักษณะหรือพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นในแต่ละส่วนตลาดที่แบ่งย่อมมีความต้องการสินค้า การบริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน กิจการจึงต้องจัดสินค้า บริการ สถานที่ และส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดข้อได้เปรียบ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี โดยใช้เกณฑ์การแบ่งส่วน คือ

เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ จะเป็นประชาชนทั่วไป ไม่กำหนดเพศและอาชีพ มีรายได้ต่อเดือนค่อนข้างสูง ฐานะดี เลี้ยงสุนัข และสนใจในบริการทำกรูมมิ่ง และสปาสุนัข

เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสงครามทั้งหมด เนื่องจากจังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดเล็ก มีเพียง 3 อำเภอเท่านั้น

เกณฑ์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ประชากรส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงสุนัขเป็นเพื่อน หรือไว้เฝ้าบ้าน สุนัขเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว นิยมเลี้ยงสุนัขพันธุ์เล็ก และขนาดกลาง

เกณฑ์ด้านพฤติกรรมศาสตร์ ในด้านของการใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกสบาย สะอาด ความเป็นกันเอง และราคาย่อมเยา ส่วนในด้านสินค้านั้นคุณภาพเปรียบเทียบกับความเหมาะสมกับราคา

5.3 แนวโน้มทางการตลาด

สำหรับแนวโน้มธุรกิจตัดแต่งขนสุนัข มีผู้ประกอบการที่สนใจมาเรียนมากส่งผลให้โรงเรียนเติบโตไปด้วย เนื่องจากรูปแบบและลักษณะธุรกิจบริการเข้ากับนิสัยใจคอคนไทย และยังเป็นธุรกิจที่ทำกำไรได้สูง ต่างจากธุรกิจเฟ้ทช้อป การบริการของคลินิก และเฟ้ทช้อป มักจะเพิ่มบริการตัดแต่งขน ทำให้ที่ผ่านมามีส่วนใหญ่วิจัยตัดแต่งขนไม่ค่อยเป็นร้านเดี่ยวๆ แต่เชื่อว่าในปี 2552 เป็นต้นมาจะถูกแยกออก และต่อไปจะมีเรื่องแบรนด์ด้วย มีการแยกความแตกต่างแต่ละพันธุ์ แต่การแข่งขัน คาดว่าจะไม่เปลี่ยนแปลงจากเดิม และจะไม่เน้นแข่งขันในเรื่องราคาแต่เน้นเรื่องบริการมากกว่า (การุณ ชัยวงศ์โรจน์ 2549: 1)

การเติบโตของธุรกิจสปาสุนัขปี 2549 เติบโต 15-20% ซึ่งถือว่าเป็นการเติบโตที่มากสำหรับการเติบโตในอนาคตคาดการณ์ว่าจะมีแนวโน้มการขยายตัวทุกๆปี เนื่องจากปัจจุบันผู้เลี้ยงสุนัขบางคนเลี้ยงสุนัขโดยให้กินแต่อาหารดีๆ แต่บางครั้งสิ่งเหล่านี้กลับไปทำให้สุนัขเกิดปัญหาในเรื่องของสุขภาพแทน การที่สัตวแพทย์ต้องการนำสปาสุนัขไปเป็นแพทย์ทางเลือกให้กับผู้มาใช้

บริการ แต่การทำธุรกิจเกี่ยวกับสุนัขก็ยังคงมีปัญหาเรื่องของการทำเลที่ตั้ง เพราะหากส่งกลิ่นออกมา จะต้องย้ายออกจากสถานที่ดังกล่าวทันที อย่างไรก็ตามก็ยังมีกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ที่ต้องการเข้าไปทำธุรกิจสปาสุนัขอีกเป็นจำนวนมาก (อนุพันธ์ บุญชื่น 2550:1)

5.4 กลุ่มตลาดเป้าหมาย

ใช้เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมศาสตร์เป็นเกณฑ์การเลือกตลาดเป้าหมาย โดยมีตลาดเป้าหมายหลัก และเป้าหมายรอง

1. กลุ่มประชากรที่เลี้ยงสุนัขอย่างดูแลเอาใจใส่ โดยเฉพาะกับความสวยงามของสุนัขที่เลี้ยง เป็นกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขพันธุ์ต่างประเทศที่ดูแลยาก ราคาแพง เป็นผู้ที่ไม่ค่อยมีเวลาในการพาสุนัขไปร้านเสริมสวย มีอายุตั้งแต่ 20-35 ปี มีรายได้ตั้งแต่ 1 0,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน หรือมีฐานะทางการเงินดี

2. กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขที่ยังไม่เคยใช้บริการเสริมความงามสุนัข แต่มีความต้องการดูแลสุนัขรูปแบบใหม่ อย่างการทำสปาเพื่อสุขภาพของสุนัขทางอ้อม นอกจากนี้ในกลุ่มเด็กหรือวัยรุ่น และกลุ่มผู้สูงอายุ ที่ต้องการเลี้ยงลูกสุนัขไว้เป็นเพื่อนเล่น และต้องการผู้ช่วยในการดูแลสุนัข เพื่อความสะดวก และประหยัดเวลาในการเลี้ยงดู นอกจากนี้ยังสะอาดปลอดภัยจากโรคต่างๆ ที่สามารถติดต่อผ่านผู้เลี้ยง

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

สำหรับบุคคลที่รักสุนัข ต้องการเลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อน มีการเลี้ยงดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี เป็นสุนัขพันธุ์ต่างประเทศ มีราคาแพง ต้องการใช้บริการด้านความสวยงาม และรักษาสุขภาพอนามัยสุนัข เพราะสุนัขเป็นเหมือนสมาชิกภายในครอบครัว โดยเน้นกลุ่มคนอาชีพทำเรือประมง และทำสวนผลไม้เป็นหลัก เนื่องจากมีฐานะทางการเงินดี และบ้านส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัขพันธุ์ต่างประเทศ ที่มีราคาแพง มีความต้องการเลี้ยงสุนัข แต่ไม่มีเวลาในการดูแล จึงไม่สามารถดูแลด้านความสะอาด และการเสริมสวยได้ดีเท่าร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขน และสปา

5.6 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน Five Forces

1) การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันรายเดิมในธุรกิจ

ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีธุรกิจร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข คลินิกและร้านขายอาหารสัตว์ ซึ่งมักมีบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนอยู่ด้วย อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดย่อมเช่นเดียวกับร้าน Smile Dog Grooming and Spa และเนื่องจากร้านให้บริการทั้งอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข ทำสปาสุนัข และขายผลิตภัณฑ์ต่างๆเกี่ยวกับสุนัข ซึ่งมีความเหมือนกับธุรกิจเดิม ที่มีร้าน Smile Dog Grooming and Spa จึงต้องสร้างความแตกต่างในด้านราคาที่ถูกลงกว่า หรือราคา

เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีความหลากหลายในสายผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็น ผลิตภัณฑ์อาหารหลัก อาหารเสริม เสื้อผ้ารูปแบบต่างๆ อุปกรณ์การเลี้ยงดู เป็นต้น และที่สำคัญสินค้าทุกชิ้นต้องมีคุณภาพที่ลูกค้าไว้วางใจ แต่ในด้านบริการนั้นธุรกิจร้าน Smile Dog Grooming and Spa มีความโดดเด่น และเป็นหนึ่งในด้านการเปิดบริการธุรกิจสปาสุนัข ซึ่งไม่มีร้านใดในจังหวัดสมุทรสงคราม มีบุคลากรที่ให้บริการเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับสุนัขเป็นอย่างดี และยังมีประสบการณ์เรื่องการดูแลสุขภาพจิตสุนัขเป็นอย่างดี ทำให้หลังจากการใช้บริการ นอกจากสุนัขของผู้บริโภค จะดูสวยงาม ยังอารมณ์ดี และมีความสุขด้วย ทางร้านมีอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ทันสมัย สะอาด และปลอดภัย นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมทางการตลาดที่ดี ยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่น่าความสำเร็จมาสู่ธุรกิจ เนื่องจากการทำการประชาสัมพันธ์ที่ดีจะทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้นำสุนัขตัวโปรดมาใช้บริการ เพราะเชื่อมั่นในบริการที่ดี มีคุณภาพ และสามารถทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก

2) การวิเคราะห์คู่แข่งรายใหม่

เนื่องจากแนวโน้มธุรกิจสปาสุนัข จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีโอกาสที่จะเกิดคู่แข่งรายใหม่อยู่ตลอดเวลา การป้องกัน หรือตอบโต้เป็นไปได้ยาก ดังนั้น ธุรกิจร้าน Smile Dog Grooming and Spa จึงต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี มีการปรับเปลี่ยนสินค้าและการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยมีการพัฒนา และรักษามาตรฐานคุณภาพ มีการเพิ่มโปรโมชั่นทั้งสินค้า และการบริการ ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ ต่อธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เกิดความจงรักภักดี (Loyalty) ต่อธุรกิจจนมีการซื้อ และใช้บริการซ้ำ เพื่อไม่ให้คู่แข่งรายใหม่แทรกแซงส่วนแบ่งทางการตลาด

3) การวิเคราะห์ธุรกิจที่สามารถทดแทนได้

ธุรกิจร้านค้าที่สามารถทดแทนที่เป็นคู่แข่งสำคัญของธุรกิจร้าน Smile Dog Grooming and Spa เป็นพวกร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัขทั่วไป คลินิกที่มีบริการด้านนี้เสริม และพวกร้านอาหารและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ยังมีร้านค้ารายย่อยที่ขายผลิตภัณฑ์และอาหารสุนัขโดยเฉพาะตามตลาดนัด ทำให้ร้านค้าเหล่านี้สามารถเข้าถึงลูกค้าทั่วไปได้ดีกว่า แต่บริการด้านการทำสปาสุนัขยังไม่มีธุรกิจใดสามารถทดแทนได้ แต่ในอนาคตอาจมีธุรกิจลักษณะเดียวกันก่อตัวขึ้น และเป็นธุรกิจที่สามารถทดแทนได้ จึงต้องสร้างความเข้มแข็งด้านกลยุทธ์ให้ธุรกิจแตกต่างและโดดเด่น ยากต่อการลอกเลียนได้

4) การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของลูกค้า

ธุรกิจร้าน Smile Dog Grooming and Spa เน้นการทำสปาสุนัขเป็นหลัก ซึ่งเป็นการให้บริการซึ่งยังไม่เคยมีมาก่อนในจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นธุรกิจที่ใหม่ ทำให้สร้าง

ความดึงดูดความสนใจกับลูกค้าที่ต้องการนำสุนัขมาใช้บริการ โดยที่ธุรกิจใช้เครื่องมือทางการตลาดในการสร้างข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการสร้างคุณภาพด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สินค้า การบริการ และบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะ เข้าใจ และ รักสุนัข มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความปลอดภัยต่อสุนัขของลูกค้า ทำให้เป็นบริการที่ดี โดยสิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ด้วยมาตรฐานที่ลูกค้ามั่นใจ ไว้ใจนำสุนัขตัวโปรดมาใช้บริการ เป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ ทำให้สามารถมีอำนาจในการต่อรองของธุรกิจให้สูงขึ้น โดยยังคงมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

5) การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์

ธุรกิจ ในด้านของการให้บริการด้านร้านค้าที่ขายผลิตภัณฑ์ของสุนัขนั้น จำเป็นต้องมีซัพพลายเออร์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่ธุรกิจต้องการ เพื่อเพิ่มคุณค่าและภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ มีความหลากหลายในตราหือ และชนิดของผลิตภัณฑ์ เลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และราคาในระดับต่างๆ ให้เหมาะสมกัน เพื่อครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค โดยการเลือกซัพพลายเออร์ ควรเลือกที่ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความไว้วางใจ หรือซื้อเป็นประจำ เป็นผลิตภัณฑ์จากแบรนด์ดังที่ติดตลาด โดยจะทำให้มีอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์สูงกว่า ในทางกลับกัน ในปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับสุนัขเพิ่มมากขึ้น ทำให้ซัพพลายเออร์ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของสุนัขเพิ่มขึ้นตาม หากมีจำนวนซัพพลายเออร์ที่มาก และมีคุณภาพใกล้เคียงกัน ธุรกิจสามารถเลือกซัพพลายเออร์ได้ ทำให้ซัพพลายเออร์มีความต้องการที่จะขาย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจมีอำนาจในการต่อรองที่สูงกว่า

5.7 คู่แข่งขัน

ธุรกิจสปาสุนัขยังไม่มีร้านสปาร้านใดในจังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งถือว่าธุรกิจร้าน Smile Dog Grooming and Spa เป็นธุรกิจใหม่ จึงมีความโดดเด่นในด้านการสร้างความแตกต่าง เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ในจังหวัด ไม่มีคู่แข่งรายใดสามารถดึงดูดความสนใจลูกค้าที่มีต่อธุรกิจ เป็นข้อได้เปรียบทางธุรกิจ แต่มีความเสี่ยงในด้านการแบ่งส่วนตลาด คู่แข่งขันรายเดิมที่เป็นผู้ให้บริการด้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข คลินิกรักษาสัตว์ และร้านขายอาหารสัตว์ โดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดย่อม และมีมากในตัวเมืองจังหวัดสมุทรสงคราม

5.8 การเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

การเปรียบเทียบ	ธุรกิจร้านเรา	ร้านสมบูรณ์	ร้าน Doggy Doo
ด้านสินค้าและบริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าเกี่ยวกับสุนัขมีความหลากหลาย 2. บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข 3. บริการทำสปาสุนัข 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าเกี่ยวกับสุนัขปานกลาง 2. บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าเกี่ยวกับสุนัขน้อย 2. บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ 2. ราคามีความหลากหลายตามลักษณะและคุณภาพของสินค้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ แต่ราคาของสินค้าภายในร้านแพง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> 1. เปิดให้บริการทุกวัน ยกเว้นวันพุธ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เปิดให้บริการทุกวัน ยกเว้นวันเสาร์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เปิดให้บริการทุกวัน ยกเว้นวันอาทิตย์
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. ในช่วงแรกจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยรถวิ่งรอบเมือง และมีแจกใบปลิวเพื่อเข้าใช้บริการครั้งแรกมีส่วนลด 10% 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่มีการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็ก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่มีการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากเจ้าของกิจการไม่มีความรู้ด้านธุรกิจ

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ หรือ SWOT Analysis

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. เจ้าของธุรกิจมีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ด้านการบริหาร 2. มีบุคลากรที่มีความสามารถ ความชำนาญ 3. มีการบริหารจัดการเลือกทำเลที่ตั้งร้าน อยู่ในเมือง สะดวกต่อการเดินทาง 4. มีการดูแลควบคุมทำความสะอาด ควบคุมไม่ให้ส่งกลิ่นรบกวนนอกสถานที่ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นกิจการที่มีเจ้าของคนเดียว จึงต้องมีการจ้างพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในการทำงาน 2. บุคลากรมีจำนวนน้อย 3. เป็นธุรกิจใหม่ทำ เจ้าของธุรกิจยังขาดความชำนาญในธุรกิจ
ด้านการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นธุรกิจบริการที่แปลกใหม่ เป็นที่จับตามอง ทำให้สร้างความสนใจ และดึงดูดกลุ่มลูกค้าไปในตัว 2. สินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา มีสินค้าระดับเกรด ตามความพอใจในการเลือกซื้อ 3. มีการส่งเสริมการตลาดที่ดี มีการสมัครสมาชิก และมีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ และช่วงเทศกาลต่างๆ 4. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ คือ เราดูแลสุนัขของคุณ เหมือนสุนัขของเรา 5. ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีธุรกิจออบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัขอยู่แล้วจำนวนมาก 2. สามารถมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดได้ง่าย 3. ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการกับร้านใกล้บ้าน 4. เป็นธุรกิจใหม่ ยังขาดความเข้าใจในบริการของลูกค้าบางราย 5. ค่าใช้จ่ายในการทำสปาค่อนข้างสูง หากรวมกับการอาบน้ำตัดแต่งขน

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริการ	<ol style="list-style-type: none"> บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการให้บริการด้านต่างๆ ใช้อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ บุคลากรมีความรัก ความเข้าใจต่อสภาพจิตใจของสุนัข เนื่องจากสุนัขมีภาวะเครียดไม่ต่างไปจากคน 	<ol style="list-style-type: none"> เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ การให้บริการช่วงแรกอาจมีเหตุขัดข้อง เช่น การให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ เป็นบริการที่ฟุ่มเฟือย
ด้านการเงิน	<ol style="list-style-type: none"> มีเงินลงทุนในส่วนของผู้เจ้าของสูง เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาคืนทุนไม่นาน การระดมทุนของสมาชิกทำให้ไม่ต้องกู้เงิน และไม่เสียอัตราดอกเบี้ย 	<ol style="list-style-type: none"> ใช้เงินลงทุนในธุรกิจที่สูง เป็นการลงทุนระยะยาวทำให้ในช่วงแรกขาดสภาพคล่องทางการเงิน มีระยะเวลาการคืนทุนที่นาน

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<p>1. กลุ่มประชากรที่เลี้ยงสุนัขอย่างเอาใจใส่มาก ให้ความสำคัญกับความสวยงามและสุขภาพของสุนัขส่วนใหญ่ จะเลี้ยงสุนัขสายพันธุ์ต่างประเทศ ที่มีราคาแพง ซึ่งต้องมีการดูแลอย่างมาก</p> <p>2. กลุ่มประชากรที่ไม่เคยใช้บริการ การทำสปาสุนัข ต้องการทดลองใช้บริการสุนัขในรูปแบบใหม่ ทำสปาเพื่อสุขภาพของสุนัขทางอ้อม</p> <p>3. กลุ่มเด็ก หรือวัยรุ่น และผู้สูงอายุ ที่ต้องการเลี้ยงลูกสุนัขไว้เป็นเพื่อนและต้องการผู้ช่วยดูแลในเรื่องของความสะอาดและสุขภาพของสุนัข</p>	<p>1. เนื่องจากธุรกิจการทำสปาเป็นธุรกิจที่แปลกใหม่ในจังหวัด อาจทำให้ลูกค้ายังขาดความมั่นใจในบริการ</p> <p>2. ลูกค้ามีทัศนคติเดิม คิดว่าเป็นการสิ้นเปลือง และไม่เห็นถึงความจำเป็นในการใช้บริการ</p> <p>3. จำกัดกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ และฐานะค่อนข้างสูง</p>
สถานการณ์การแข่งขัน	<p>1. เป็นธุรกิจสปาสุนัขรายแรกของจังหวัดสมุทรสงคราม</p> <p>2. คู่แข่งขันด้านการทำสปาสุนัขทางการตลาดยังไม่มี</p> <p>3. ลูกค้ามีการรับรู้ต่อภาพพจน์ที่ดีขององค์กร</p> <p>4. หากต้องการเป็นธุรกิจที่ได้รับการยอมรับ จะต้องมีกลยุทธ์ด้านคุณภาพ ให้เหมาะสมกับราคา</p>	<p>1. สามารถเกิดคู่แข่งรายใหม่ได้ตลอดเวลา</p> <p>2. ยากต่อการควบคุมการเกิดใหม่ของคู่แข่งขึ้นในการดำเนินธุรกิจเดียวกัน</p> <p>3. คู่แข่งรายเดิมในธุรกิจรวมมีงสุนัขมีมกราย และเป็นธุรกิจที่มีอยู่ชานแล้ว อาจทำให้มีลูกค้าประจำ ยากต่อการแบ่งส่วนการตลาด</p>

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
สังคม	<ol style="list-style-type: none"> พฤติกรรมของคนไทยโดยปกตินิยมเลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อนเล่น และเฝ้าบ้าน ทำให้มีจำนวนสุนัขเลี้ยงมาก เป็นเหมือนสมาชิกในครอบครัว พฤติกรรมของคนในสังคมระดับสูงจะนิยมเลี้ยงสุนัขพันธุ์ต่างประเทศ มีราคาแพง และต้องได้รับการเลี้ยงดูอย่างดี 	<ol style="list-style-type: none"> เนื่องจากสัตว์เลี้ยงไม่ได้มีเพียงสุนัขอย่างเดียว ดังนั้นบางครอบครัวก็มีสัตว์เลี้ยงชนิดอื่นที่คิดว่าไม่ลำบาก และยุ่งยากในการเลี้ยงดู เช่น แมว, นก และ ปลา เป็นต้น คนในสังคมทั่วไปจะนิยมเลี้ยงสุนัขพันธุ์ไทย หรือพันธุ์ผสม ซึ่งไม่ใช่พันธุ์แท้ มีการเลี้ยงดูทั่วไป
กฎหมาย, ข้อบังคับ กฎระเบียบ	<ol style="list-style-type: none"> มีกฎหมายคุ้มครอง <ul style="list-style-type: none"> - คุ้มครองผู้บริโภค - การจดทะเบียนพาณิชย์ 	<ol style="list-style-type: none"> เสียภาษีมูลค่าเพิ่มในจำนวนที่ค่อนข้างมาก การดำเนินธุรกิจต้องมีการจัดการเรื่องความสะอาด และกลิ่นไม่ให้รบกวนภายนอก อาจทำให้เกิดการร้องเรียนได้
เทคโนโลยี	<ol style="list-style-type: none"> มีอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ทันสมัยในการตัดแต่งขนสุนัข มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี มีคุณภาพ รวดเร็ว และสะดวกต่อการติดต่อลูกค้า มีระบบการจองการเข้ารับบริการล่วงหน้า เพิ่มช่องทางการสื่อสารทางการตลาดด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อระหว่างธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 	<ol style="list-style-type: none"> ต้นทุนค่าใช้จ่ายในเครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยี และระบบสารสนเทศสูง อาจมีการเกิดการผิดพลาดของระบบต่างๆ ได้ อุปกรณ์ และเครื่องในการตัดแต่งขนบางอย่างหาซื้อยาก และต้องใช้เวลาในการสั่งซื้อ

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
สภาพเศรษฐกิจ	<p>1. สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้คนเกิดภาวะเครียด จึงมีการหันมาเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพื่อหย่อนใจ และหาความบันเทิงจากสัตว์เลี้ยงมากกว่า ที่จะเสียเงินในการทำกิจกรรมอื่น</p> <p>2. จากความเครียดทำให้เกิดโรคเครียดในกลุ่มคนสูงชัน การมีสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะสุนัขไว้เป็นเพื่อน จะทำให้มีเพิลิดเพลิน ลดความเครียด ทำให้ไม่มีโรค และยังมีสุขภาพจิตที่ดีอีกด้วย</p>	<p>1. ค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆสูงขึ้น ทำให้คนในบางกลุ่มไม่กล้าเลี้ยงสุนัขที่มีราคาแพง หรือไม่เลี้ยงเนื่องจากกลัวต้องเป็นภาระ และเพิ่มค่าใช้จ่าย</p> <p>2. ราคาของสินค้าและบริการสูงตามต้นทุน</p>

บทที่ 6
แผนการบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ Smile Dog Grooming & Spa
ที่อยู่ที่ตั้ง 163 ต.แม่กลอง อ.เมืองฯ จ.สมุทรสงคราม
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ ห้างหุ้นส่วน จำกัด

6.2 ดำเนินงานโดย

นางสาวกมลชนก เบญจภูมริน ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ

6.3 รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนสัดส่วนการถือครอง

ตารางที่ 7 แสดงรายนามผู้ร่วมระดมทุน

ลำดับที่	ผู้ร่วมทุน	จำนวนเงิน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1	นางสาวกมลชนก เบญจภูมริน	1,000,000	42%
2	นางพัชรินทร์ เบญจภูมริน	700,000	29%
3	นางสาวกมลรัตน์ เบญจภูมริน	700,000	29%
	รวม	2,400,000	100%

6.4 ประวัติของผู้บริหาร

ชื่อ-สกุล นางสาวกมลชนก เบญจภูมริน อายุ 25 ปี

การศึกษา ปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน ปี 2552 บริษัท ทิตาราม คอนซัลแตนท์ จำกัด

ตำแหน่ง พนักงานฝ่ายการบริหารและการตลาด แผนกการตลาด

ชื่อ-สกุล นางพัชรินทร์ เบญจภุมริน อายุ 42 ปี
 การศึกษา ปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
 ประวัติการทำงาน ปี 2540-2547 ร้านอาบน้ำตัดแต่งขน พี.อาร์.กรูมมิ่ง
 ปี 2548-2551 ร้าน อรชร สปา แอนด์ เพทซ็อบ
 ตำแหน่ง พนักงานอาบน้ำตัดแต่งขน และสปาสุนัข

ชื่อ-สกุล กมลรัตน์ เบญจภุมริน อายุ 23 ปี
 การศึกษา โรงเรียนครุฑนาคู
 ประวัติการทำงาน ปี 2548 ร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่น
 ปี 2549-2552 ร้าน เม กรูมมิ่ง
 ตำแหน่ง ผู้ช่วยแผนกอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข

6.5 แผนผังองค์กร



ภาพที่ 2 แผนผังองค์กร

6.6 หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

1.) นางสาวกมลชนก เบญจภูมริน

ตำแหน่ง เจ้าของกิจการและผู้บริหารด้านการตลาด

และการขาย

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดูแลการวางนโยบายการบริหารภายใน
จัดหาบุคลากร อุปกรณ์ดูแลแผนกขายและ
การตลาด ประสานงานทุกแผนก

การศึกษา ปริญญาตรี

อัตราเงินเดือน 15,000 บาท

2.) นางพัชรินทร์ เบญจภูมริน

ตำแหน่ง ผู้จัดการร้านและดูแล

Grooming & Spa

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดูแลเรื่องการอาบน้ำตัดแต่งขน + สปา*

การศึกษา ปริญญาตรี

อัตราเงินเดือน 10 ,000 บาท

3.) นางสาวกมลรัตน์ เบญจภูมริน

ตำแหน่ง พนักงานดูแลด้าน

Grooming & Spa

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดูแลเรื่องการอาบน้ำตัดแต่งขน *

การศึกษา มัธยมศึกษา

อัตราเงินเดือน 8 ,000 บาท

4.) นางสาวณัฐสุภา แดงแท้

ตำแหน่ง พนักงานดูแลด้าน

Grooming & Spa

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดูแลเรื่องการทำสปาสุนัข *

การศึกษา ปริญญาตรี

อัตราเงินเดือน 8 ,000 บาท

5.) นางสาวหทัยรัตน์ เบญจภูมริน

ตำแหน่ง แม่บ้าน

หน้าที่ความรับผิดชอบ ทำความสะอาด

การศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น

อัตราเงินเดือน 6 ,000 บาท

**** หมายเหตุ บุคลากรด้าน Grooming & Spa สามารถปฏิบัติหน้าที่แทนกันได้ เงินเดือนในแต่ละเดือนสามารถปรับขึ้นได้ โดยขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำการกำไรทะลุเป้าหมายที่วางไว้แต่ละเดือน เช่น กำหนดแบ่งพนักงาน 10% ของรายได้**

6.7 จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	อัตราเงินเดือน (บาท)	อัตราเงินเดือน (บาท/เดือน)
1	ผู้บริหารร้านและพนักงานขาย	1	15,000	15,000
2	ผู้ช่วยผู้บริหาร + Grooming & Spa	1	10,000	10,000
3	คนดูแลด้าน Grooming & Spa	2	8,000	16,000
4	แม่บ้าน	1	6,000	6,000
	รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่าย	5	39,000	47,000

6.8 วิสัยทัศน์ (Vision)

สร้างความเป็นผู้นำธุรกิจร้านสปาสุนัขแห่งแรกในจังหวัดสมุทรสงคราม มีระบบการจัดการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เป็นที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้า มีการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข และร้านค้าสินค้าอุปโภคบริโภคสุนัขหลากหลาย สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม มีการบริการประทับใจเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีก

6.9 พันธกิจ (Mission)

มุ่งเน้นการบริการด้วยใจ มีคุณภาพและเป็นมาตรฐาน ความปลอดภัย การมีสุขอนามัย มีบรรยากาศร้านที่ดี เหมาะกับการพักผ่อนความตึงเครียดของสุนัข ทำให้สุนัขได้รับความสุขความบันเทิง ส่งผลให้สุนัขมีสุขภาพที่ดี สร้างความประทับใจตั้งแต่บริการแรก เน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

6.10 เป้าหมายทางธุรกิจ (Goal of Business)

- 1.สามารถเป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่
- 2.เป็นธุรกิจร้านสปาสุนัขแห่งแรกในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการให้บริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

- 3.สร้างบริการที่ประทับใจตั้งแต่ครั้งแรก (First Impression) เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้าทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก (Loyalty)
- 4.เน้นธุรกิจสปาสุนัข และการบริการด้านการอาบน้ำตัดแต่งขนเป็นหลัก ส่วนร้านค้าสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นธุรกิจเสริม เพื่อสร้างความหลากหลาย และความสะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้า

6.11 ปัจจัยความสำเร็จ (Key Success Future)

ในการดำเนินกิจการของร้าน Smile Dog Grooming & Spa มีปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการดำเนินกิจการ ดังนี้

- 1.ธุรกิจเป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าพื้นที่ โดยผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายให้เกิดการยอมรับในธุรกิจ เช่น ในช่วงแรกมีโปรโมชั่นการสมัครสมาชิกฟรี และได้รับส่วนลด
- 2.มีทำเลที่ตั้งร้านที่สะดวกต่อลูกค้า ในการเข้ามาใช้บริการ
- 3.มีการให้บริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน เป็นกันเองอย่างต่อเนื่อง
- 4.มีสินค้าที่มีคุณภาพและหลากหลาย เพียงพอและตรงกับความต้องการของลูกค้า

6.12 นโยบายการจ่ายเงินปันผล

ทางร้าน Smile Dog Grooming & Spa มีนโยบายการจ่ายเงินปันผล เป็นรายปี โดยจ่ายเงินปันผลตามสัดส่วนของการลงทุน

6.13 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

เพิ่มโปรแกรมการทำสปาแบบใหม่ๆตลอดเวลา เพื่อไม่ให้จำเจ มีการทำสปาของหลายประเทศ เช่น สปาแบบเกาหลี สปาแบบอินเดีย สปาแบบจีน สปาสมุนไพร เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการรูปแบบต่างๆตามความพึงพอใจได้ เพื่อไม่ให้เกิดความเบื่อหน่ายจำเจกับการทำสปาแบบเดิมๆ นอกจากนั้นอาจเพิ่มบริการรับฝากสุนัข เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดสบายให้กับลูกค้าด้วยที่ไม่สามารถเดินทางมารับได้ในขณะนั้น

บทที่ 7

แผนการตลาด

ในการประกอบธุรกิจทุกๆด้าน ไม่ว่าจะผลิต การขาย หรือ การบริการ การตลาดถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ เนื่องจากการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องเข้าใจองค์ประกอบของการตลาด และลักษณะของตลาดอย่างแท้จริง เพราะลูกค้าแต่ละตลาดย่อมมีความต้องการบริการที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับอาชีพ รายได้ ฐานะและปัจจัยอื่นๆ เช่น ผู้ที่มีรายได้สูง จะมีกำลังซื้อที่สูงและบริการที่ดี และคุ้มค่ากับเงินที่เสียไปกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงวิธีการแบ่งส่วนตลาด เพื่อจะได้แบ่งกลุ่มลูกค้าออกให้ชัดเจน รวมถึงตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และช่วยบอกต่อไปยังคนรู้จัก ยังช่วยเพิ่มฐานลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ร้าน Smile Dog Grooming & Spa เป็นการให้บริการด้านการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข และการทำสปาสุนัข ให้ความสำคัญด้านการบริการที่มีคุณภาพ และมาตรฐาน ทั้งโดยเน้นความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

เป้าหมายทางการตลาดธุรกิจร้าน Smile Dog Grooming and Spa คือ เป็นผู้นำธุรกิจการทำสปาสุนัขแห่งแรกในจังหวัดสมุทรสงคราม ที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพเนื่องจากพนักงานได้รับการฝึกอบรมจากสถาบันการทำสปาสุนัขที่มีชื่อเสียง มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย สะอาด ผสมผสานกับการใช้สมุนไพรไทยทำน้ำมันหอมระเหย และน้ำมันนวดสปา การใช้ลูกประคบรักษาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ ให้ความสำคัญกับสุขอนามัย รักษากลิ่นและความสะอาดอย่างดี บุคลากรมีความรักในงานที่ทำ รักสุนัข ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการรักษาระดับความมีคุณภาพ และมาตรฐานไว้อย่างดี มีการปรับกลยุทธ์ตามสภาพแวดล้อมเพื่อสร้างความพึงใจ เหนือกว่าคู่แข่งชั้นรายเดิม และคู่แข่งชั้นรายใหม่

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หลักกลุ่มประชากรในจังหวัดสมุทรสงครามที่เลี้ยงสุนัข

อย่างดูแลเอาใจใส่ เป็นกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขพันธุ์ต่างประเทศ
ที่ดูแลยาก ราคาแพง มีความต้องการใช้บริการกรูมมิ่ง
และสปา อายุตั้งแต่ 20 – 35 ปี มีรายได้และฐานะดี

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง กลุ่มประชากรในจังหวัดสมุทรสงครามที่เลี้ยงสุนัขอย่าง

ดูแลเอาใจใส่ มีความต้องการใช้บริการกรูมมิ่ง และสปา
มีรายได้และฐานะการเงินปานกลาง

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด 4 P's

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ร้าน Smile Dog Grooming and Spa ให้บริการจำหน่ายสินค้าชนิดต่างๆ
ของสุนัขโดยเฉพาะ ทั้งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร และเครื่องใช้ โดยเน้นความหลากหลายของ
ผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ทั้งในด้านของชนิด ขนาด ทรายห่อ คุณภาพ รวมถึงความคุ้มค่าต่อราคา เพื่อ
สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าหลายกลุ่ม

2. กลยุทธ์ด้านราคา

2.1. ธุรกิจร้าน Smile Dog Grooming and Spa ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสูง เพื่อ
แสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีในคุณภาพของสินค้าและบริการ เพื่อเปรียบเทียบแล้วยังแสดงให้เห็นถึง
ความคุ้มค่าต่อราคา

2.2. นอกจากนี้ในด้านของแผนกรูมมิ่ง และแผนกจำหน่ายสินค้า จะมีการ
ตั้งราคาโดยศึกษาราคาร้านคู่แข่ง และตั้งราคาใกล้เคียงกัน แต่เน้นความแตกต่างในการให้บริการ
แบบครบวงจร

2.3. การตั้งราคาจะมีการพิจารณาจากต้นทุนและความสามารถในการจ่าย
ของกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และการคิดค่าบริการแบ่งตาม ขนาดของสุนัข สายพันธุ์ของสุนัข
และชนิดของบริการ เช่น นำบริการที่หลากหลายมาจัดเป็น Package สำหรับทำโปรโมชั่นราคา
พิเศษดึงดูดความสนใจของลูกค้า ให้ดูคุ้มค่ากว่าเลือกทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ราคา Package อยู่ที่
800 – 1,600 บาท

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและบริการ

ทางร้านจัดสรรพื้นที่เป็นสัดส่วนแบ่งแต่ละแผนกอย่างชัดเจน เป็นระเบียบ สะอาด มีการ
ตกแต่งร้านอย่างสวยงาม ทันสมัย เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์โดยใช้การตกแต่งร้าน มีเคาน์เตอร์
ด้านหน้าต้อนรับลูกค้า ให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านต่างๆเกี่ยวกับสุนัขโดยเฉพาะ มีการ

ประชาสัมพันธ์โปรโมชัน และการให้บริการต่างๆแก่ลูกค้า ในแต่ละบริการมีการให้ความดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและสุนัขของลูกค้าอย่างดี สร้างมาตรฐานชัดเจน โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีการบริการด้านตัดแต่งขนตามความต้องการของลูกค้า มีรูปแบบที่หลากหลาย เหมาะกับสุนัขแต่ละสายพันธุ์ เพื่อความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้บริการเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า และกลับมาใช้บริการอีก ด้านแผนกการจำหน่ายสินค้า

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ในช่วงแรกของการเปิดร้านต้องสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้า เนื่องจากธุรกิจสปา เป็นธุรกิจที่ใหม่สำหรับคนในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยวิธีดังนี้

1. จัดทำสปอร์ต โฆษณาผ่านสื่อวิทยุชุมชน
2. จัดทำสื่อร้านออกอากาศโทรทัศน์ช่องเคเบิลทีวีท้องถิ่น
3. จัดรถโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามหมู่บ้าน และเขตชุมชนต่างๆ
4. จัดทำป้าย โปสเตอร์ในการแนะนำ ประชาสัมพันธ์ร้าน ซึ่งลูกค้าที่สนใจสามารถนำไปปลิวเป็นส่วนลด 10% ในการใช้บริการหรือเลือกซื้อสินค้า

ส่วนช่วงหลังจากการเปิดตัวประชาสัมพันธ์ร้าน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็ทำโดยยังคงมีสื่อวิทยุชุมชน และหากในเดือนใด หรือ ช่วงใดมีเทศกาลใด ทางร้านก็จะจัดทำโปรโมชันลด แลก แจก แถม โดยมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเป็นระยะ เพื่อเป็นการย้ำเตือนความทรงจำลูกค้าต่อร้านได้อีกด้วย

ด้านการส่งเสริมการขายนั้นทางร้านจะจัดทำบัตรสมาชิก เพื่อผู้เป็นสมาชิกจะได้รับส่วนลดจากสินค้าและบริการ ตามโปรโมชัน และเทศกาลที่กำหนด

7.4 เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด

1. พนักงานขาย คุณลักษณะที่สำคัญของพนักงานขายร้าน Smile Dog Grooming and Spa คือ มีบุคลิกภาพที่ดี มีความเป็นมิตรต่อลูกค้าและสุนัขของลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน มีความรู้ความสามารถเฉพาะทาง มีความฉลาดทางอารมณ์ และมีประสิทธิภาพ สามารถโน้มน้าวจิตใจลูกค้าให้เกิดความมั่นใจในสินค้าและบริการของร้าน

2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ร้าน Smile Dog Grooming and Spa ใช้วิธีการโฆษณาผ่านทางสื่อวิทยุชุมชน เนื่องจากเป็นเป้าหมายที่เข้าถึงได้ง่าย และมีราคาไม่สูงนัก นอกจากนี้ยังมีการติดป้าย และโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์ และหากมีโอกาส หรือเทศกาลพิเศษต่างๆ ก็จะมีการจัดรถโฆษณาประกาศตามชุมชนเพื่อให้โดยทั่วถึงกัน

7.5 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4 C's

จากการสำรวจแบบสอบถามจากคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 200 ชุด จึงทำให้ทราบว่าปัจจัยในการตัดสินใจเข้าใช้บริการร้าน Grooming & Spa คือ การบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน สะอาด มีราคาที่เหมาะสมกับสินค้าและบริการ และคิดว่าดีที่มีการเปิดร้านสปาสุนัขในจังหวัด เป็นบริการที่ใหม่ และสามารถดูแลสุขภาพของสุนัขที่รักได้ ปัจจัยทางการตลาดที่ลูกค้าต้องการ โดยใช้ 4 C's เป็นเกณฑ์ คือ

1. Consumers' Solution ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของความหลากหลายของสินค้า คุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการ มีมาตรฐานรับรอง รวมถึงบรรยากาศร้าน และความสะอาดของสถานที่ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดี มีมารยาท เป็นกันเอง และดูแลลูกค้าทั่วถึง รวมถึงพนักงานต้องรักสุนัขที่เข้ารับบริการ ไม่ทำร้าย หรือก่อให้เกิดความเสียหาย

2. Cost ลูกค้าเห็นว่าราคาควรเหมาะสมสินค้าและบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจที่ใช้บริการในราคาสูง แต่คุณภาพการบริการและสินค้าดีมีคุณภาพ นอกจากนี้มีความหลากหลายของระดับราคาต่อคุณภาพของสินค้าและบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ามาก

3. Convenience ลูกค้าส่วนใหญ่คำนึงเรื่องความสะดวกสบายในเรื่องที่จอดรถ ความสะดวกในการใช้บริการ และความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง แต่คำนึงถึงความหลากหลายของสินค้า ทั้งนี้ทางร้าน Smile Dog Grooming & Spa มีการจัดที่จอดรถสำหรับลูกค้า มุมบริการรอรับสุนัข และในส่วนของร้านคำก็มีการจัดการวางชั้นวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ มีพื้นที่กว้างพอสำหรับการเดินเลือกซื้อ

4. Communication ทางร้าน Smile Dog Grooming & Spa ในความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อในร้านเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ โดยช่วงแรกจะจัดทำสปอรั๊ดโฆษณาผ่านสื่อวิทยุชุมชนจัดรถโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามหมู่บ้าน และเขตชุมชนต่างๆ นอกจากนี้ยังจัดทำป้ายโฆษณาตามเทศบาลต่างๆ เป็นการส่งเสริมให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น

7.6 กลยุทธ์ STP ของกิจการ

1. การแบ่งส่วนตลาด

การแบ่งส่วนตลาดของกิจการจะพิจารณาโดยมุ่งหวัง ส่วนแบ่งทางการตลาด แต่เป็นตลาดที่ยังไม่เจริญเติบโตอย่างเต็มที่ ยังไม่มีคู่แข่งรายใดสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้เลย เนื่องจากธุรกิจสปาสุนัขเป็นธุรกิจใหม่ในจังหวัดสมุทรสงคราม ภายใต้อุตสาหกรรมที่ยังไม่มีการแข่งขันรุนแรงมากนัก เพราะคู่แข่งเป็นธุรกิจขนาดย่อม จึงพยายามแบ่งเป็นส่วนๆ ซึ่งในแต่ละส่วนจะมีลักษณะหรือพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นในแต่ละส่วนตลาดที่แบ่งย่อมมีความ

ต้องการสินค้า การบริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน กิจการจึงต้องจัดสินค้า บริการ สถานที่ และส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดข้อ ได้เปรียบและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี โดยใช้เกณฑ์การแบ่งส่วน

เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ จะเป็นประชาชนทั่วไป ไม่กำหนดเพศและ อาชีพ มีรายได้ต่อเดือนค่อนข้างสูง ฐานะดี เลี้ยงสุนัข และสนใจในบริการทำสปาสุนัข

เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งหมด เนื่องจากจังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดเล็ก มีเพียง 3 อำเภอเท่านั้น

เกณฑ์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ประชากรส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงสุนัขเป็น เพื่อน หรือไว้เฝ้าบ้าน สุนัขเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว นิยมเลี้ยงสุนัขพันธุ์เล็ก และขนาดกลาง

เกณฑ์ด้านพฤติกรรมศาสตร์ ในด้านของการใช้บริการให้ความสำคัญใน เรื่องความสะดวกสบาย สะอาด ความเป็นกันเอง และราคาข่อมเยา ส่วนในด้านสินค้าเน้นคุณภาพ เปรียบเทียบความเหมาะสมกับราคา

2.ตลาดเป้าหมาย

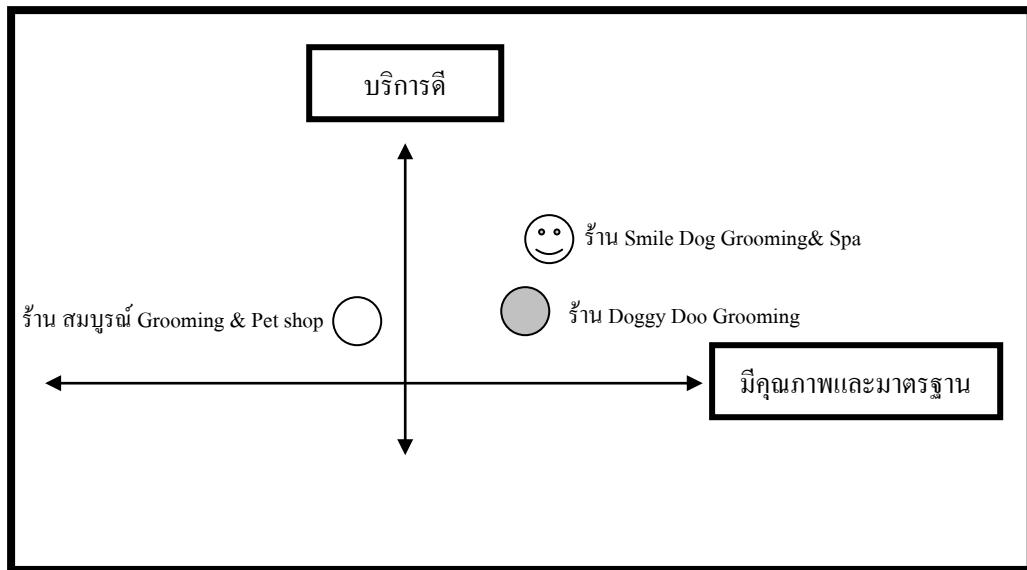
ใช้เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ รูปแบบการ ดำเนินชีวิต และพฤติกรรมศาสตร์เป็นเกณฑ์การเลือกตลาดเป้าหมาย โดยมีตลาดเป้าหมายหลัก และ เป้าหมายรอง

1.กลุ่มประชากรที่เลี้ยงสุนัขอย่างดูแลเอาใจใส่ โดยเฉพาะกับความสวยงาม ของสุนัขที่เลี้ยง เป็นกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขพันธุ์ต่างประเทศที่ดูแลยาก ราคาแพง เป็นผู้ที่ไม่ค่อยมีเวลาใน การพาสุนัขไปร้านเสริมสวย มีอายุตั้งแต่ 20-35 ปี มีรายได้ตั้งแต่ 1 0,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน หรือ มีฐานะทางการเงินดี

2.กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขที่ยังไม่เคยใช้บริการเสริมความงามสุนัข แต่มีความ ต้องการดูแลสุนัขรูปแบบใหม่ อย่างการทำสปาเพื่อสุขภาพของสุนัขทางอ้อม นอกจากนี้ในกลุ่มเด็ก หรือวัยรุ่น และกลุ่มผู้สูงอายุ ที่ต้องการเลี้ยงลูกสุนัขไว้เป็นเพื่อนเล่น และต้องการผู้ช่วยในการดูแล สุนัข เพื่อความสะดวก และประหยัดเวลาในการเลี้ยงดู นอกจากนี้ยังสะอาดปลอดภัยจากโรคต่างๆ ที่สามารถติดต่อผ่านผู้เลี้ยง

3.ตำแหน่งผลิตภัณฑ์

จะเห็นได้ว่าร้าน Smile Dog Grooming & Spa อยู่ในระดับบน สูงกว่าคู่แข่งรายอื่นๆในจังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากร้านมีการบริการที่ดี ครบครัน สะดวกต่อการ เดินทางของลูกค้า และที่สำคัญมีคุณภาพและมาตรฐานสามารถทำให้ลูกค้ามั่นใจในกิจการ และ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี



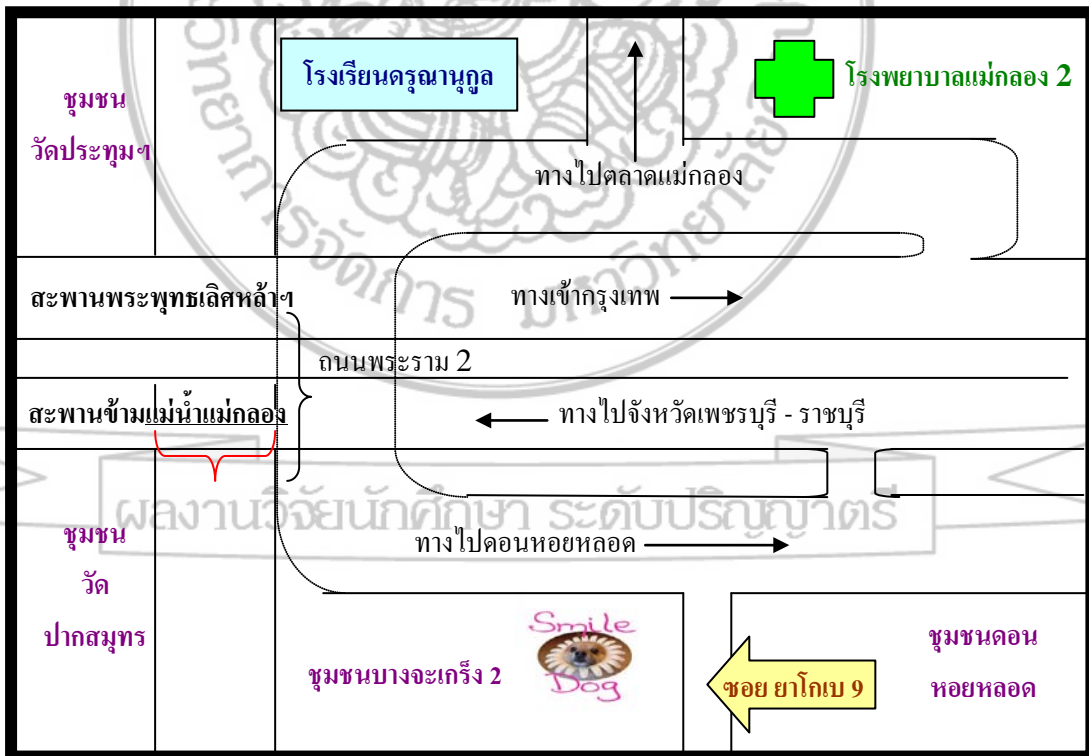
ภาพที่ 3 แผนภาพแสดงตำแหน่งร้าน

บทที่ 8
แผนการบริการ

8.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้ง 163 ถ.ราษฎร์ประสิทธิ์ ต.แม่กลอง อ.เมืองฯจ.สมุทรสงคราม

รายละเอียดที่ตั้ง เป็นอาคารพาณิชย์จำนวน 2 ชั้น มีเนื้อที่ 60 ตารางเมตร มีการจัดตกแต่งสถานที่ เพื่อในการประกอบกิจการร้าน โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1.แผนกจำหน่ายสินค้า 2. แผนกอาบน้ำตัดแต่งขน 3. แผนกสปาสุนัข เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และเป็นเส้นทางถนนตัดผ่าน มีบริการสถานที่จอดรถส่วนบุคคล ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเดินทางและการใช้บริการอีกด้วย การจัดสรรพื้นที่และจัดตกแต่งร้านที่ดีสามารถดึงดูดความสนใจและช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ทั้งการจัดสรรพื้นที่อย่างลงตัวและเหมาะสม จะช่วยให้การทำงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย คล่องตัว การบริหารจัดการภายในร้านเป็นไปอย่างสะดวก



แผนภาพที่ 4 แสดงตัวอย่างแผนที่ร้าน Smile Dog Grooming & Spa

8.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการให้บริการ

ตารางที่ 9 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์การบริการ

ลำดับ ที่	รายการ	จำนวนต่อหน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	มูลค่ารวม (บาท)
1	โต๊ะมีสายโยงตัวสุนัข	2 โต๊ะ	5,000	10,000
2	โต๊ะสปา	2 โต๊ะ	750	1,500
3	อ่างอาบน้ำสุนัข	1 อ่าง	20,000	20,000
4	อ่างสปา	1 อ่าง	6,000	6,000
5	แบตเตอรี่	1 เครื่อง	8,290	8,290
6	กรรไกรปลายมน	1 อัน	2,290	2,290
7	กรรไกรซอย	1 อัน	1,700	1,700
8	กรรไกรตัดขน	1 อัน	2,000	2,000
9	ใบมีดแบตเตอรี่ (หลายขนาด)	3 ชิ้น	1,000	3,000
10	กรรไกรตัดเล็บ	1 อัน	280	280
11	กรรไกรถอนขนหู	1 อัน	300	300
12	ไคร้เป่าขน	1 เครื่อง	12,000	12,000
13	หวีแปรงขนลวด	1 อัน	170	170
14	หวีแปรง ทุ อินวัน (แปรงไม่มีหมุดกับแปรงขนแข็ง)	1 อัน	290	290
15	หวีแปรงสาขง	1 อัน	190	190
16	แปรงยาง	1 อัน	120	120
17	ชั้นวางอุปกรณ์และเคมีภัณฑ์ต่างๆ	4 ชั้น	5,000	20,000
18	กรงใส่สุนัขสแตนเลสขนาดใหญ่ แบ่งเป็น 7 กรงเล็ก	1 กรง	30,000	30,000
19	แผ่นยางปูกันลื่น	4 แผ่น	320	320
20	ผ้ากันเปื้อนแบบพลาสติก	3 ผืน	145	435
21	ผ้าเช็ดตัวสุนัข	10 ผืน	135	1,350
22	ตะกร้อครอบปากสุนัข (สำหรับสุนัขดุ)	2 อัน	100	200

8.3 วัตถุดิบสิ้นเปลืองและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

ตารางที่ 10 แสดงรายการวัตถุดิบสิ้นเปลืองและเคมีภัณฑ์

ลำดับ ที่	รายการ	จำนวนต่อหน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	มูลค่ารวม (บาท)
1	แชมพูสำหรับเส้นขนธรรมชาติ 1 ลิตร	3 ขวด	300	1,500
2	แชมพูสำหรับสุนัขขนสียาว 16 oz.	2 ขวด	580	580
3	แชมพูสำหรับลูกสุนัข 1 ลิตร	2 ขวด	320	640
4	ครีมนวดบำรุงเส้นขน 1 ลิตร	3 ขวด	350	1,050
5	สเปรย์น้ำหอมสำหรับสุนัข	2 ขวด	170	340
6	น้ำมันบำรุงขน	1 ขวด	200	200
7	น้ำยากำจัดเห็บหมัด	1 ขวด	550	550
8	แป้งถอนขนหู	3 ขวด	240	720
9	น้ำยาทำความสะอาดหู	3 ขวด	230	230
10	สเปรย์ป้องกันขนพันกัน 14 oz.	1 ขวด	2,000	2,000
11	น้ำมันหอมระเหย 5 กลิ่น	5 ขวด	75	375
12	ลูกประคบ	24 ลูก	60	1,440
13	Hair Treatment	2 กระปุก	160	320
14	Hot Oil 16 oz.	1 ขวด	1,150	1,150
15	น้ำมันนวด	2 ขวด	220	440
16	ยาผงห้ามเลือด 11.3 g.	2 ขวด	245	490
17	ถุงเก็บขยะ	2 กิโลกรัม	38	76
18	ถุงมือยาง 50 คู่	2 กล่อง	120	240
19	สารล้างจาน	1 ม้วน	180	180
20	น้ำยาทำความสะอาด 1 ลิตร	2 ขวด	260	520
21	หน้ากากอนามัยอย่างดี	12 ชิ้น	25	300

8.4 รายละเอียดการบริการ

ในการให้บริการของร้าน Smile Dog Grooming and Spa ใส่ใจบริการตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้าร้าน ให้ข้อมูล คำปรึกษาแนะนำการบริการด้านต่างๆภายในร้าน โดยขั้นตอนและกระบวนการให้บริการแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- 1.แผนกร้านจำหน่ายสินค้า (ดูภาคผนวก ข. หน้า 71)
- 2.แผนกกรูมมิ่ง (ดูภาคผนวก ข. หน้า 72)
- 3.แผนกสปา (ดูภาคผนวก ข. หน้า 72)

ขั้นตอนและกระบวนการแผนกกรูมมิ่ง การให้บริการลูกค้า โดยปกติแล้วการให้บริการเบื้องต้นทั้งแผนกกรูมมิ่ง และสปา มีขั้นตอน ดังนี้

- 1.เมื่อลูกค้านำสุนัขเข้ารับบริการ พนักงานจะต้องทำการตรวจสอบสภาพภายนอกของสุนัขให้ละเอียด ว่ามีสภาพขนเป็นอย่างไร มีบาดแผลตามลำตัวหรือไม่ มีเห็บ หมัดหรือไม่
- 2.เมื่อเจอลิ่งผิดปกติจากข้อ 1 ให้จดไว้และแจ้งให้เจ้าของสุนัขรับทราบก่อน เพื่อป้องกันความผิดพลาด หรือความเข้าใจผิดหลังใช้บริการ
- 3.บอกราคาค่าบริการกับลูกค้า พร้อมระยะเวลาในการบริการ
- 4.ส่งสุนัขเข้ารับบริการ
- 5.หลังจากให้บริการสุนัขเรียบร้อยแล้ว จัดสุนัขเข้ากรงเพื่อรอลูกค้ามารับ

ตัวอย่าง แสดงการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข

ขั้นตอนที่ 1

ตัดขนใต้เท้าสุนัข เพื่อไม่ให้มีขนใต้เท้า เป็นการป้องกันไม่ให้ใต้เท้าสุนัข อับชื้น หากสุนัขไม่ได้รับการดูแล อาจจะทำให้เกิดเชื้อราและโรคผิวหนัง

ขั้นตอนที่ 2

ตัดขนบริเวณง่ามเท้า ยกสูงขึ้น ไปจนถึงนิ้วตั้ง เนื่องจากการเดินที่คูดง่าม มีเท้าเล็กและเรียว การตัดจึงมักนิยมเปิดเท้ายกสูงขึ้น เพื่อให้ดูดีและเพื่อไม่ให้ขนเท้าเปราะเปื้อน

ขั้นตอนที่ 3

เปิดขนใต้ท้องตั้งแต่ข้อพับขาหลังด้านใน สูงขึ้นไปถึงร่องเว้าตรงช่องอก การตัดแต่งขนบริเวณนี้ เปรียบเหมือนการทำความสะดวกไม่ให้ปัสสาวะของสุนัขเปราะเปื้อน อับชื้นและมีกลิ่นเหม็น ผู้เลี้ยงต้องหมั่นดูแลรักษาความสะอาด เพราะหาก ปล่อยปละละเลยจะทำให้ใต้ท้องของสุนัขเป็นตุ่มแดง จนลูกกลามกลายเป็นโรคผิวหนัง

ขั้นตอนที่ 4

เปิดขมตรงบริเวณรอบรูทวาร เพื่อไม่ให้อุจจาระหมักหมม ทำให้มีกลิ่น

ขั้นตอนที่ 5

ถอนขนในหู และถอนขนบริเวณรอบๆออกให้สะอาด

ขั้นตอนที่ 6

การสาางขน ต้องใช้ความพิถีพิถันเป็นอย่างมาก ผู้ให้บริการต้องค่อยๆใช้แปรงลวดแปรงขนสุนัข การแปรงที่ถูกต้องคือการแปรงด้วยการสะบัดข้อมือ ไม่ใช่แรงขูดลวดลงไปทีน เพราะวิธีนั้น เส้นลวดอาจไปขูดผิวหนังสุนัข ทำให้เกิดบาดแผลได้ และถ้าตรงจุดไหนเป็นก้อนสังกะตังก็ใช้น้ำยาสาางสังกะตัง ถัดทิ้งไว้สักครู่ เพื่อให้เส้นขนที่พันกันคลายตัว แล้วใช้หวีเหล็กค่อยๆสาางจนทั่วทั้งตัว

ขั้นตอนที่ 7 (เป็นขั้นตอนอาบน้ำสุนัข)

1. เริ่มต้นด้วยการนำสุนัขใส่อ่างอาบน้ำ จับปลอกคอไว้ให้ดี เพื่อให้สุนัขอยู่นิ่งไม่กระโดดออกมา ใช้แผ่นกันลื่นรองใต้อ่าง บันลำลึเป็นก้อนกลมๆแล้วใส่เข้าไปในหูสุนัขเพื่อป้องกันน้ำเข้าหู จากนั้นเริ่มราดน้ำบนตัวสุนัข (อย่าราดบนหัวสุนัข)

2. ใช้มือข้างหนึ่งจับปลอกคอไว้ มืออีกข้างเทแชมพูลงบนหลังสุนัข จากนั้นถูวนวดเบาๆ ให้ถูย้อนขนขึ้นมา รวมทั้งใต้ชั้นขนลงไปเรื่อยๆจนมั่นใจว่าสะอาดดีแล้ว

3. ใช้สองมือวนวดหัวสุนัขเบาๆ ไม่จำเป็นต้องจับปลอกคอไว้ ในขั้นตอนนี้อย่าให้ฟองแชมพูเข้าตา หู หรือปาก

4. ล้างฟองที่หัวออกก่อนจะราดน้ำาลกลางหัว อย่าให้เข้าหู เมื่อฟองหมดและแน่ใจว่าสะอาดแล้ว ใช้ผ้า เช็ดหัวสุนัขให้แห้ง

5. หลังจากนั้นราดน้ำที่ตัวเพื่อล้างฟองแชมพูออก ราดน้ำเยอะๆ ให้แน่ใจว่าล้างฟองออกหมดแล้ว เพราะถ้าไม่หมดจะทำให้สุนัขระคายเคืองเมื่อสุนัขเกาแล้วจะทำให้เกิดแผล

ขั้นตอนที่ 8

เมื่อนำสุนัขขึ้นจากอ่างอาบน้ำ รีบเช็ดตัวสุนัขให้หมาดๆแล้วเป่าขนสุนัขให้แห้ง เอาลำลึที่หูออก และใช้น้ำยาเช็ดหู เช็ดโดยรอบบริเวณใบหูและหูให้เรียบร้อย

ขั้นตอนที่ 9

เมื่อเป่าขนแห้งสนิทแล้ว ตัดแต่งขนบริเวณหัวตา เพื่อไม่ให้เส้นขนยาวบังลูกตา และเป็นการป้องกันขนบริเวณตาที่นัยน์ตาของสุนัข เพราะขนที่นัยน์ตาจะทำให้สุนัขระคายเคือง เป็นหนอง จากนั้นใช้กรรไกรตัดแต่งบริเวณหัวให้เข้าทรง

ขั้นตอนและกระบวนการทำสปาสุนัข เป็นการบำบัดสุขภาพของสุนัขได้ดีมากอย่างหนึ่งทีเดียว ตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. นำสุนัขลงไปอาบน้ำในอ่างที่เต็มไปด้วย น้ำแร่ น้ำนม กลีบกุหลาบ และเครื่องสมุนไพรต่างๆ

ขั้นตอนที่ 2. หลังจากนั้นก็จะนำสุนัขขึ้นมาเช็ดตัว แล้วนวดตัวสุนัขด้วยสมุนไพรอีกที ค่อยๆ ประคบไปด้วยลูกประคบสมุนไพร พร้อมไปกับเปิดเพลงสบายๆ

ขั้นตอนที่ 3. หลังจากนวดเสร็จก็เข้ารับการ โดรีเป่าแห้งจนให้เข้าที่สวยงาม

ขั้นตอนและกระบวนการแผนกร้านจำหน่ายสินค้า

1. ให้การต้อนรับลูกค้า
2. ให้บริการให้คำแนะนำและช่วยหาสินค้าที่ลูกค้าต้องการ
3. ทิศราคาสินค้าที่ลูกค้าซื้อ
4. กล่าวคำขอบคุณและอำลา

8.5 การตั้งราคาค่าบริการ

การตั้งราคาให้กับบริการมีผลต่อรายได้อย่างมาก ในการตั้งราคาให้ได้กำไรมีหลักการคิดเบื้องต้นคือ การบวกกำไรเพิ่มเข้าไปในต้นทุน 30 – 50% ดังนั้น คำนวณหาต้นทุนของแต่ละบริการ โดยต้นทุนประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบ+ค่าแรงงาน+ค่าใช้จ่ายการผลิต รวมถึงค่าเสื่อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ และภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% เข้าไปด้วย ดังนั้น

ตัวอย่างเช่น

การอาบน้ำ ตัดขน สุนัข 1 ตัว มีต้นทุน	150.00 บาท
บวกกำไร 50%	75.00 บาท

บวกภาษี 7%	
ราคาขายโดยประมาณ	240.75 บาท

อาจตั้งราคาจริงอยู่ที่	250 – 350 บาท
------------------------	---------------

การทำสปาสุนัข 1 ตัว มีต้นทุน	180.00 บาท
------------------------------	------------

บวกกำไร 50%	90.00 บาท
-------------	-----------

บวกภาษี 7%	
------------	--

ราคาขายโดยประมาณ	288.90 บาท
------------------	------------

อาจตั้งราคาจริงอยู่ที่	350 – 500 บาท
------------------------	---------------

****หมายเหตุ** การตั้งราคาบริการต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ เช่น ฝีมือของช่างดี บริการดี น้ำหนักและขนาดของสุนัข ปัญหาสุขภาพผิวหนัง ปัญหาสุขภาพขนเป็นสังกะตัง ก็สามารถขึ้นราคาให้สูงกว่าปกติ โดยขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน โดยอาจตั้งราคาเป็นช่วงอัตราค่าบริการ

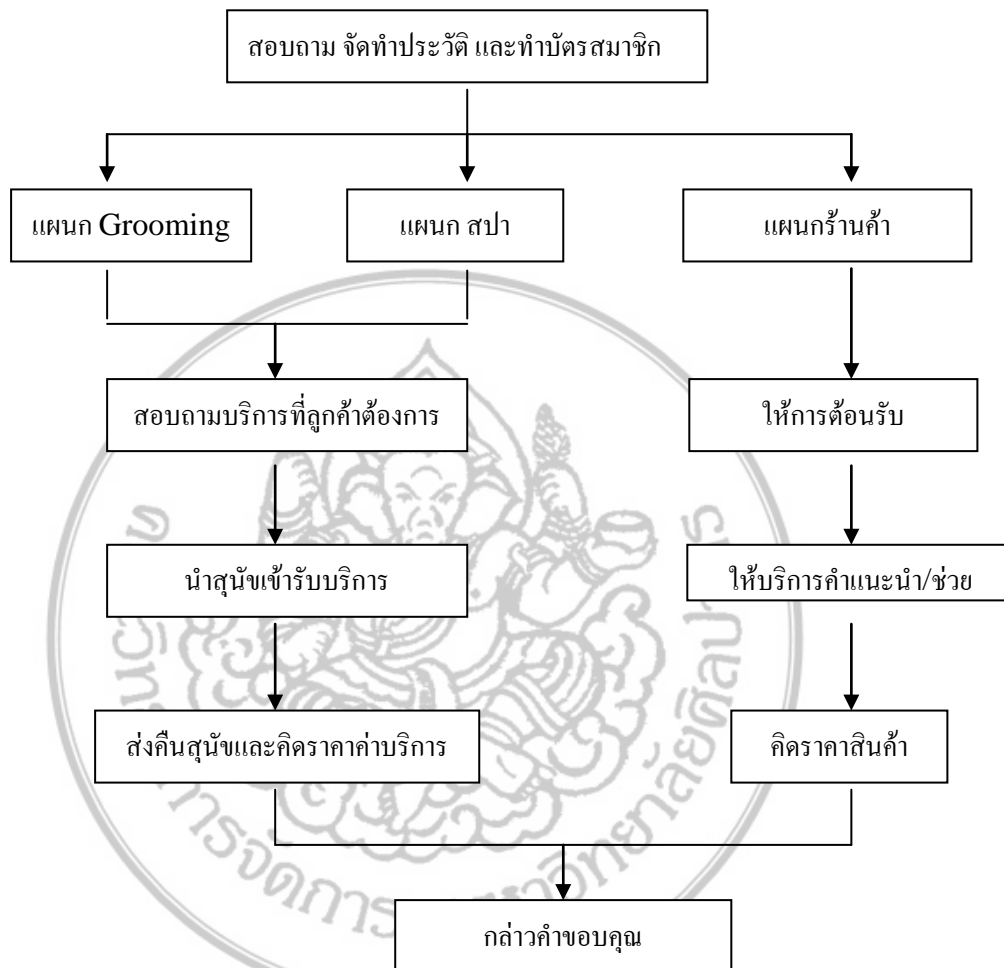
ตารางที่ 11 แสดงอัตราค่าบริการ

รายการ	ราคา(บาท)
1. อาบน้ำ + ตัดขน + ตัดเล็บ + เช็ดหู	300 – 500
2. อาบน้ำ + ตัดเล็บ + เช็ดหู	150 – 300
3. ตัดขน + ตัดเล็บ + เช็ดหู	200 – 400
4. กำจัดเห็บ – หมัด	50 – 200
5. Spa + นวดตัว	350 - 600
6. Hair Treatment	100 – 200
7. Hot Oil	250 – 500
8. Spa + ลูกประคบ	350 - 600

ตารางที่ 12 แสดงอัตราค่าบริการสำหรับ Promotion Set

รายการ	S	M	L
	1 - 5 kg.	6 -10 kg.	11–20 kg. ขึ้นไป
1. อาบน้ำ + ตัดเล็บ + เช็ดหู + ตัดแต่งขน + Spa + นวดตัว (Set ใหญ่)	550	800	990
2. อาบน้ำ + ตัดเล็บ + เช็ดหู + นวดตัว (Set เล็ก)	450	650	800
3. อาบน้ำ + ตัดเล็บ + เช็ดหู + Hair Treatment	250	350	450
4. ตัดแต่งขน + ตัดเล็บ + เช็ดหู + Hot Oil	450	650	800
5. อาบน้ำ + กำจัดเห็บ – หมัด + Spa + ลูกประคบ	450	650	990

แผนผังกระบวนการผลิต/บริการ



ภาพที่ 5 แสดงแผนผังกระบวนการผลิต/บริการ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 9
แผนการเงิน

ตารางที่ 13 การประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินร่วมลงทุน	เงินกู้	รวมมูลค่า
1	น.ส.กมลชนก เบญจภูมริน	1,000,000	-	-	1,000,000
2	นาง พัชรินทร์ เบญจภูมริน	-	700,000	-	700,000
3	น.ส.กมลรัตน์ เบญจภูมริน	-	700,000	-	700,000
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	1,000,000	1,400,000	-	2,400,000
	โครงสร้างทางการเงิน (%)	42	58	-	100

ตารางที่ 14 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ	ภาระผูกพัน
1	ที่ดิน		-	
2	อาคาร		2,000,000	
3	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง		20,000	
4	อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการบริการ		131,395	
5	เครื่องใช้สำนักงาน		92,000	
6	ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน		56,605	
7	เงินทุนหมุนเวียน		100,000	
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			2,400,000	

ตารางที่ 15การประมาณการรายเดือน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
จำนวนสุนัขที่ใช้บริการ(ตัว)													
แผนก Grooming	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
แผนก Spa	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
แผนกร้านค้า	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	1,080
รวมจำนวนสุนัขที่ใช้บริการ	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	3,240
ราคาค่าบริการ(บาท/ครั้ง)													
แผนก Grooming	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3,600
แผนก Spa	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
แผนกร้านค้า	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2,400
ราคาค่าบริการเฉลี่ย(บาท)	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	4,000
รายได้จากการบริการ(บาท)													
แผนก Grooming	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	540,000
แผนก Spa	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	180,000
แผนกร้านค้า	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	260,000
รวมรายได้การบริการ(บาท)	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	936,000
เงินสตรับการบริการ(บาท)	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	936,000

ตารางที่ 16 การประมาณการรายได้จากการบริการ

รายการ	ระยะต้น		ระยะกลาง		ระยะยาว
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสุนัขใช้บริการ(ตัว)		เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 10%	เพิ่ม 15%	เพิ่ม 20%
แผนก Grooming	1,800	1,890	2,079	2,391	2,869
แผนก Spa	360	378	416	478	574
แผนกร้านค้า	1,080	1,134	1,247	1,435	1,721
รวมจำนวนผู้ใช้บริการ	3,240	3,402	3,742	4,304	5,164
ราคาค่าบริการ(บาท/ครั้ง)					
แผนก Grooming	300	315	347	398	478
แผนก Spa	500	525	578	664	797
แผนกร้านค้า	200	210	231	266	319
รวมค่าบริการเฉลี่ย(บาท)	333	350	385	443	531
รายได้จากการบริการ (บาท)					
แผนก Grooming	540,000	595,350	720,374	952,694	1,371,879
แผนก Spa	180,000	198,450	240,125	317,565	457,293
แผนกร้านค้า	216,000	238,140	288,149	381,078	548,752
รวมรายได้จากการบริการ (บาท)	936,000	1,031,940	1,248,647	1,651,336	2,377,924
เงินสดรับบริการ(บาท)	936,000	1,031,940	1,248,647	1,651,336	2,377,924

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 17 การประมาณการต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาเพื่อบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสินค้าซื้อมาในการบริการ (หน่วย)		เพิ่มขึ้น 2%	เพิ่มขึ้น 2%	เพิ่มขึ้น 2%	เพิ่มขึ้น 2%
แชมพูสำหรับเส้นขนธรรมดา	36	37	37	38	39
แชมพูสำหรับสุนัขขนสีขาวยาว	24	24	25	25	26
แชมพูสำหรับลูกสุนัข	24	24	25	25	26
ครีมนวดบำรุงเส้นขน	36	37	37	38	39
สเปรย์น้ำหอมสำหรับสุนัข	24	24	25	25	26
น้ำมันบำรุงขน	12	12	12	13	13
น้ำยากำจัดเห็บหมัด	12	12	12	13	13
แป้งถอนขนหู	36	37	37	38	39
น้ำยาทำความสะอาดหู	36	37	37	38	39
สเปรย์ป้องกันขนพันกัน	12	12	12	13	13
น้ำมันหอมระเหย 5 กลิ่น	60	61	62	64	65
ลูกประคบ	288	294	300	306	312
Hair Treatment	24	24	25	25	26
Hot Oil	12	12	12	13	13
น้ำมันนวด	24	24	25	25	26
ยาผงห้ามเลือด	24	24	25	25	26
ถุงเก็บขยะ	24	24	25	25	26
ถุงมือยาง	24	24	25	25	26
สำลี	12	12	12	13	13
น้ำยาทำความสะอาด	24	24	25	25	26
หน้ากากอนามัยอย่างดี	144	147	150	153	156

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาในการ บริการ		เพิ่มขึ้น 2 %	เพิ่มขึ้น 2 %	เพิ่มขึ้น 2 %	เพิ่มขึ้น 2 %
แชมพูสำหรับเส้นขนธรรมดา	300	306	312	318	325
แชมพูสำหรับสุนัขขนสียาว	580	592	603	616	628
แชมพูสำหรับลูกสุนัข	320	326	333	340	346
ครีมนวดบำรุงเส้นขน	350	357	364	371	379
สเปรย์น้ำหอมสำหรับสุนัข	170	173	177	180	184
น้ำมันบำรุงขน	200	204	208	212	216
น้ำยากำจัดเห็บหมัด	550	561	572	584	595
แป้งถอนขนหู	240	245	250	255	260
น้ำยาทำความสะอาดหู	230	235	239	244	249
สเปรย์ป้องกันขนพันกัน	2,000	2,040	2,081	2,122	2,165
น้ำมันหอมระเหย 5 กลิ่น	75	77	78	80	81
ลูกประคบ	60	61	62	64	65
Hair Treatment	160	163	166	170	173
Hot Oil	1,150	1,173	1,196	1,220	1,245
น้ำมันนวด	220	224	229	233	238
ยาผงห้ามเลือด	245	250	255	260	265
ถุงเก็บขยะ	38	39	40	40	41
ถุงมือยาง	120	122	125	127	130
สำลี	180	184	187	191	195
น้ำยาทำความสะอาด	260	265	271	276	281
หน้ากากอนามัยอย่างดี	25	26	26	27	27

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนสินค้าซื้อค่าบริการ (บาท)					
แชมพูสำหรับเส้นขนธรรมดา	10,800	11,236	11,690	12,163	12,654
แชมพูสำหรับสุนัขขนสีขาว	13,920	14,482	15,067	15,676	16,309
แชมพูสำหรับลูกสุนัข	7,680	7,990	8,313	8,649	8,998
ครีมนวดบำรุงเส้นขน	12,600	13,109	13,639	14,190	14,763
สเปรย์น้ำหอมสำหรับสุนัข	4,080	4,245	4,416	4,595	4,780
น้ำมันบำรุงขน	2,400	2,497	2,598	2,703	2,812
น้ำยากำจัดเห็บหมัด	6,600	6,867	7,144	7,433	7,733
แปรงถอนขนหู	8,640	8,989	9,352	9,730	10,123
น้ำยาทำความสะอาดหู	8,280	8,615	8,963	9,325	9,701
สเปรย์ป้องกันขนพันกัน	24,000	24,970	25,978	27,028	28,120
น้ำมันหอมระเหย 5 กลิ่น	4,500	4,682	4,871	5,068	5,272
ลูกประคบ	17,280	17,978	18,704	19,460	20,246
Hair Treatment	3,840	3,995	4,157	4,324	4,499
Hot Oil	13,800	14,358	14,938	15,541	16,169
น้ำมันนวด	5,280	5,493	5,715	5,946	6,186
ยาผงห้ามเลือด	5,880	6,118	6,365	6,622	6,889
ถุงเก็บขยะ	912	949	987	1,027	1,069
ถุงมือยาง	2,880	2,996	3,117	3,243	3,374
สำลี	2,160	2,247	2,338	2,433	2,531
น้ำยาทำความสะอาด	6,240	6,492	6,754	7,027	7,311
หน้ากากอนามัยอย่างดี	3,600	3,745	3,897	4,054	4,218
รวมต้นทุนสินค้าซื้อค่าบริการ (บาท)	165,372	172,053	179,004	186,236	193,760
เงินสดจ่ายค่าสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ	165,372	172,053	179,004	186,236	193,760

ตารางที่ 18 ค่าเสื่อมราคา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การคำนวณค่าเสื่อมราคา					
ค่าเสื่อมอาคาร	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าเสื่อมอุปกรณ์และเครื่องใช้ในการให้บริการ	26,279	26,279	26,279	26,279	26,279
ค่าเสื่อมเครื่องใช้สำนักงาน	18,400	18,400	18,400	18,400	18,400
ค่าเสื่อมราคารวม(บาท/ปี)	144,679	144,679	144,679	144,679	144,679
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานตัดจ่าย					
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดจ่าย(บาท/ปี)	56,605	-	-	-	-

ตารางที่ 19 การประมาณการต้นทุนบริการและต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนค่าบริการ(บาท)					
ค่าแรงงาน/พนักงานในการ บริการ		เพิ่มขึ้น 5%	เพิ่มขึ้น 5%	เพิ่มขึ้น 5%	เพิ่มขึ้น 5%
ผู้ช่วยผู้บริหาร + Grooming & Spa	120,000	126,000	132,300	138,915	145,861
คนดูแลด้าน Grooming & Spa	192,000	201,600	211,680	222,264	233,377
แม่บ้าน	72,000	75,600	79,380	83,349	87,516
รวมค่าแรงงานในการบริการ	384,000	403,200	423,360	444,528	466,754
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ	165,372	173,641	182,323	191,439	201,011
ค่าไฟฟ้า (เดือนละ 2,000บาท)	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าน้ำประปา (เดือนละ 1000 บาท)	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการบริการ	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
รวมต้นทุนการบริการ (1)	590,372	617,841	646,683	676,967	708,765
รวมต้นทุนขาย (บาท)	590,372	617,841	646,683	676,967	708,765

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 20 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนผู้บริหาร (15,000บ/ค) 1 คน	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	30,000	14,750	14,750	14,750	14,750
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (1)	213,600	198,350	198,350	198,350	198,350

ค่าโฆษณา

1. ค่าโฆษณาโดยรถกระจายเสียง 5,000 บาท
2. ค่าวิทยุท้องถิ่น 2,000
3. ค่าโปสเตอร์และใบปลิวโฆษณาร้านค้าตามสถานที่ต่างๆ 3,000 บาท
4. ค่าสื่อโฆษณาโทรทัศน์เคเบิลทีวี 2 อาทิตย์แรก หลังข่าวภาคค่ำ อาทิตย์ละ 10,000 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 21 การประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการบริการ	936,000	1,031,940	1,248,647	1,651,336	2,377,924
รายได้อื่น	-	-	-	-	-
รวมรายได้	936,000	1,031,940	1,248,647	1,651,336	2,377,924
หัก - ต้นทุนขาย	(590,372)	(617,841)	(646,683)	(676,967)	(708,765)
กำไรขั้นต้น	345,628	414,099	601,965	974,369	1,669,159
หัก - ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และการขาย	(213,600)	(198,350)	(198,350)	(198,350)	(198,350)
หัก - ค่าเสื่อมราคา	(144,679)	(144,679)	(144,679)	(144,679)	(144,679)
หัก - ค่าใช้จ่ายก่อนการ ดำเนินงานตัดจ่าย	(56,605)	-	-	-	-
กำไรจากการดำเนินการ	(69,256)	71,070	258,936	631,340	1,326,130
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	(69,256)	71,070	258,936	631,340	1,326,130
หัก - ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30%	20,777	(21,321)	(77,681)	(189,402)	(397,839)
กำไรสุทธิ	(48,479)	49,749	181,255	441,938	928,291
หัก - เงินปันผลจ่าย 30% (แบ่งเป็น 3 คนๆละ 10%)	14,544	(14,925)	(54,377)	(132,581)	(278,487)
กำไรสะสม	(33,935)	34,824	126,879	309,357	649,804

ตารางที่ 22 การประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ						
ทุน	2,300,000	100,000	-	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-
เงินกู้เงินทุนหมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
รายได้ที่เก็บเงินได้ในปีเดียวกัน	-	936,000	1,031,940	1,248,647	1,651,336	2,377,924
รายได้ที่เก็บเงินได้ในปีถัดไป	-	-	-	-	-	-
รวมเงินสดรับ (A)	2,300,000	1,036,000	1,031,940	1,248,647	1,651,336	2,377,924
เงินสดจ่าย						
ที่ดิน	-	-	-	-	-	-
อาคาร	2,000,000	-	-	-	-	-
ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	20,000	-	-	-	-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการให้บริการ	131,395	-	-	-	-	-
เครื่องใช้สำนักงาน	92,000	-	-	-	-	-

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	56,605	-	-	-	-	-
ค่าวัสดุคิบบที่ซื้อและชำระในปีเดียวกัน	-	-	-	-	-	-
ค่าวัสดุคิบบที่ซื้อแต่ชำระในปีถัดไป	-	-	-	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการ	-	590,372	617,841	646,683	676,967	708,765
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	-	213,600	198,350	198,350	198,350	198,350
จ่ายดอกเบี้ยธนาคาร	-	-	-	-	-	-
จ่ายคืนต้นเงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-
จ่ายคืนเงินทุนหมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
จ่ายภาษีในปีถัดไป	-	-	(20,777)	21,321	77,681	189,402
เงินปันผลจ่าย	-	(10,974)	16,657	56,109	134,314	280,220
รวมเงินสดจ่าย(B)	2,300,000	775,998	808,921	916,688	1,081,536	1,370,962
เงินสดคงเหลือต้นงวด (1 ม.ค.)	-	-	246,572	468,173	796,090	1,361,848
เงินสดคงเหลือระหว่างงวด(A-B)	-	246,572	221,601	327,917	565,757	1,002,920
เงินสดคงเหลือปลายงวด (31 ธ.ค.)	-	246,572	468,173	796,090	1,361,848	2,364,767

หมายเหตุ จ่ายภาษีในปีถัดไป ปีที่ 6 เท่ากับ 397,839

ตารางที่ 23 การประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร		260,002	483,021	814,980	1,384,780	2,391,742
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-	260,002	483,021	814,980	1,384,780	2,391,742
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
ที่ดิน	-	-	-	-	-	-
อาคาร	2,000,000	1,900,000	1,800,000	1,700,000	1,600,000	1,500,000
ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการให้บริการ	131,395	105,116	78,837	52,558	26,279	-
เครื่องใช้สำนักงาน	92,000	73,600	55,200	36,800	18,400	-

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,243,395	2,098,716	1,954,037	1,809,358	1,664,679	1,520,000
สินทรัพย์อื่นๆ	56,605	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	2,300,000	2,358,718	2,437,058	2,624,338	3,049,459	3,911,742
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้ - ค่าภาษี	-	(15,677)	23,796	80,156	191,877	400,314
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	(15,677)	23,796	80,156	191,877	400,314
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมหนี้สิน	-	(15,677)	23,796	80,156	191,877	400,314
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนของเจ้าของ	2,300,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000
ส่วนเกิน (ต่ำ) กว่าทุน	-	-	-	-	-	-
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	(25,605)	13,262	144,183	457,582	1,111,428
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,300,000	2,374,395	2,413,262	2,544,183	2,857,582	3,511,428
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,300,000	2,358,718	2,437,058	2,624,338	3,049,459	3,911,742

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	หน่วย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity ratios)						
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current ratio)	เท่า	(11.87)	21.96	10.25	7.19	5.94
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick ratio)	เท่า	(11.87)	21.96	10.25	7.19	5.94
อัตราส่วนเงินสด (Cash ratio)	เท่า	(11.87)	21.96	10.25	7.19	5.94
การวัดความสามารถในการดำเนินงาน (Efficiency ratios)						
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร	รอบ	0.45	0.53	0.69	0.99	1.56
อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total asset turnover)	เท่า	0.40	0.42	0.48	0.54	0.61
การวัดความสามารถในการชำระหนี้ (Leverage ratios)						
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio)	เท่า	(0.01)	0.01	0.03	0.07	0.11
หนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (Debt to Total Assets ratio)	เท่า	(0.01)	0.01	0.03	0.06	0.10
การวัดความสามารถในการบริหารงาน						
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	%	(2.07)	2.05	6.96	14.60	23.90
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	%	(2.05)	2.07	7.17	15.58	26.62
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	%	36.93	40.13	48.21	59.00	70.19
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operation profit margin)	%	-7.40	6.89	20.74	38.23	55.77
อัตรากำไรสุทธิ (Net profit margin)	%	(5.18)	4.82	14.52	26.76	39.04
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน						
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)		1,472,071.72				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)		23%				
ระยะเวลาคืนทุน		3 ปี 9 เดือน				

บทที่ 10

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ตารางที่ 25 แสดงลักษณะปัญหาผลกระทบที่เกิดขึ้น และแนวทางในการแก้ไข

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	ขาดบุคลากรที่มีความรู้ที่จะทำงานตามแผน เช่น งานด้านการตลาด การรวบรวมข้อมูล การพัฒนา ปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพ และมีความแตกต่าง ทันสมัย กว่าคู่แข่งรายเดิม และรายใหม่	เกิดปัญหาในการวางแผนทำให้งานไม่สามารถปฏิบัติตามแผนได้ หรือเมื่อเกิดปัญหาในการดำเนินงาน ทำให้ไม่มีผู้ร่วมตัดสินใจ ซึ่งในการเป็นผู้ประกอบการคนเดียว อาจทำให้เกิดการตัดสินใจผิดพลาด และเมื่อเกิดความเสียหาย ทำให้ต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายสูง	เรียนรู้ และเข้ารับการอบรมในการพัฒนาระบบการจัดการ หรือหาบุคลากรที่มีความสามารถชำนาญเฉพาะด้านเข้าทำงาน
2	วัตถุดิบในการประกอบกิจการ และผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงราคาก็สูงด้วย ทำให้ลูกค้าเกิดความลังเลใจในการใช้บริการ เนื่องจากผลกระทบจากเศรษฐกิจปัจจุบัน	ลูกค้าที่เข้าใช้บริการมีแต่ลูกค้าระดับสูง ทำให้ลูกค้าระดับกลาง และล่างไม่กล้าเข้าใช้บริการ เนื่องจากค่าบริการค่อนข้างสูงในแผนกสปา	แสดงให้ลูกค้ารับรู้และยอมรับว่าผลิตภัณฑ์ในการประกอบกิจการนั้น มีคุณภาพเหมาะสม คุ่มค่ากับเงินที่เสียไป ไม่ก่อให้เกิดอันตรายและผลข้างเคียงต่อสุนัข นอกจากนี้ยังช่วยดูแลสุขภาพของสุนัข
3	พนักงานกรมมิ่ง และสปาของกิจการป่วยหรือลาออก	บุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ทำให้การบริการล่าช้า และเสียค่าใช้จ่ายส่งพนักงาน ไปฝึกอบรม	รับบุคลากรที่ต้องการทำงานจริงๆ และมีการเซ็นสัญญาการทำงาน โดยกำหนดระยะเวลา

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
4	ขาดเงินทุนในการดำเนินกิจการ และพัฒนาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย อยู่ตลอดเวลา เช่น เงินทุนในการจัดซื้อ อุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ ซึ่งมีราคาแพง	อุปกรณ์ และเครื่องมือในการดำเนินงานชำรุด เก่า หรือไม่สามารถใช้งานดีเท่าเดิม ทำให้ต้องเพิ่มต้นทุนในการดำเนินงาน	ดูแลรักษาอุปกรณ์ และเครื่องมือให้คงสภาพใช้งานได้นาน หรือเลือกซื้ออุปกรณ์ และเครื่องมือ ในการลงทุนครั้งแรกให้ดี มีคุณภาพสูงในครั้งแรก
5	ปัญหาเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน ทำให้ลูกค้าที่เข้ารับบริการน้อย	รายได้ของกิจการไม่สม่ำเสมอ กระทบต่อการจ่ายเงินกู้ยืมจากธนาคาร	กระตุ้นความสนใจ ในการเข้าใช้ลูกค้า โดยการจัดโปรโมชันทุกเดือน โดยแต่ละเดือนจะมีสินค้าหรือบริการที่ลด แลก แจก แถมที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

- โกลมีเพ็ท กรวมมิ่ง แอนด์ สปา.ธุรกิจเสริมสวยสุนัข(online).เข้าถึงเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2552.เข้าถึงได้จาก <http://www.hatyaidog.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=529086>
- ชินภา ประวัง.เปิดร้านเพ็ทซ้อป.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์บอร์นฟรี,2548
- บดินทร์ ศักดาเยี่ยงรงค์.สปาคนรักสุนัข คนรักน้องหมาจ่ายงาม(online).เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2552. เข้าถึงได้จาก <http://www.siamha.com/issue/data/5/00000068-1.html>
- ผู้จัดการรายสัปดาห์.ธุรกิจ 'เจ้าตูบ' คึก เซรับ 'ปีหมาทอง'(online).เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2552. เข้าถึงได้จาก <http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=44456>
- ผู้จัดการออนไลน์.สปา แอนด์ รีสอร์ท คุณน้องหมา(online).เข้าถึงเมื่อวันที่ 23 กันยายน 2552. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaibizcenter.com/hotnewsdetail.asp?newsid=251>
- วีระเดช ชูแสงกิจ.เปิดร้านไม่ยากอย่างที่คิด.กรุงเทพฯ:บริษัท เกรท ดีไซน์ แอนด์ พรินท์ จำกัด, 2549
- สมใจ วิริยะบัณฑิตกุล.ธุรกิจตัดแต่งขนสุนัข ตัดเองก็เก่ง ทำเป็นธุรกิจก็แจ๋ว.กรุงเทพฯ: บริษัท พีเพิล มีเดีย จำกัด,2552
- อภิชาติ สิริพาคิ.คู่มือผู้ประกอบการยุคใหม่.กรุงเทพฯ:Phisit Thaioffset Co.,Ltd.,2549:48-46
- SME Media.แฟรนไชส์ 'โส่ง โส่ง โส่ง'แนะอยู่รอดท่ามกลางกระแสคลังไอคล์สุนัข(online). เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2552.เข้าถึงได้จาก <http://www.smemedia.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=217654&Ntype=2>



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสอบถามชุดที่ ()

ผู้สัมภาษณ์ _____

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการร้านสปาสุ่มของประชากร
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการร้านสปาสุ่ม
2. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุ่ม ร้านเพ็ทช้อปและธุรกิจร้านสปาสุ่ม
3. สอบถามความคิดเห็นความต้องการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการ

คำชี้แจง

1. ขอความกรุณาจากท่านในการตอบคำถามตามเงื่อนไขของแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ คำตอบของท่านทุกข้อมีคุณค่าในการทำวิทยานิพนธ์ ของผู้ทำแผนธุรกิจอย่างมาก
2. แบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้ คำถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุ่ม

ร้านเพ็ทช้อป และธุรกิจร้านสปาสุ่ม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

3. ข้อมูลที่ได้รับจากแต่ละท่านจะถือเป็นความลับ และการนำเสนอข้อมูลจะนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น

4. โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () หรือเติมข้อความในช่องว่างให้ตรงกับความจริงมากที่สุด

สำหรับผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ () ชาย () หญิง 1. []
2. อายุ () น้อยกว่า 20 ปี () 20 – 29 ปี 2. []
() 30 – 39 ปี () 40 ปีขึ้นไป
3. สถานะภาพ () โสด () สมรส 3. []
() อื่นๆ โปรดระบุ _____
4. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน (เลือกเพียง 1 ข้อ) 4. []
() ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า
() มัธยมศึกษาตอนต้น
() มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
() ปวช.
() ปวส. หรืออนุปริญญา
()ปริญญาตรี หรือสูงกว่า
5. อาชีพ () นักเรียน-นักศึกษา () ข้าราชการ 5. []
() พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
() ธุรกิจส่วนตัว () อื่นๆ โปรดระบุ _____
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน
() น้อยกว่า 10,000 บาท () 10,001 – 20,000 บาท 6. []
() 20,001 – 30,000 บาท () 30,001 – 40,000 บาท
() 40,001 – 50,000 บาท () 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข ร้านเพทซ้อป และธุรกิจร้านสปาสุนัข

7. ในระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมาท่านเคยใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข ร้านเพทซ้อป และร้านสปาสุนัขหรือไม่ 7. []
() เคย () ไม่เคย
8. โดยปกติท่านใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข ร้านเพทซ้อป และร้านสปาสุนัขบ่อยเท่าไร
() น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน () 1 ครั้ง / เดือน
() 2 ครั้ง / เดือน () 3 ครั้ง / เดือน
() ทุกสัปดาห์ () มากกว่า 4 ครั้ง / เดือน 8. []

สำหรับผู้วิจัย

9. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข ร้านเพ็ทช้อป
และร้านสปาสุนัขของท่าน 9. []

ด้านบริการ	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
1. บรรยากาศร้าน					
2. ความสะอาดของสถานที่					
3. คุณภาพในการบริการ					
4. มีมาตรฐานรับรอง					
5. พนักงานมีอัธยาศัยดี มีมารยาท เป็นกันเอง ดูแลลูกค้าทั่วถึง					
6. พนักงานรักสุนัขที่เข้าใช้บริการ ไม่ทำร้าย หรือก่อให้เกิดความ เสียหาย					
7. ราคาเหมาะสมกับการบริการ					
8. ความสะดวกในการใช้บริการ และ ที่จอดรถ					
9. การส่งเสริมการขาย และการ โฆษณาประชาสัมพันธ์					
ด้านสินค้า	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
1. ความหลากหลายของสินค้า					
2. คุณภาพและมาตรฐานของสินค้า					
3. ความหลากหลายของระดับราคา ต่อคุณภาพ					
4. ความสะดวกในการเลือกซื้อ และ ที่จอดรถ					
5. การส่งเสริมการขาย และการ โฆษณาประชาสัมพันธ์					

สำหรับผู้วิจัย

10. รายการที่ส่งเสริมการขายต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่ง 10. []
ขนสุนัข ร้านเพ็ทช้อป และร้านสปาสุนัขของท่านมากน้อยเพียงไร

รายการส่งเสริมการขาย	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
1. มีส่วนลด					
2. มีของแถม					
3. มีการสมัครสมาชิก					
4. ส่งชิงโชครางวัล					
5. สะสมแต้ม					
6. อื่นๆ โปรดระบุ					

11. ท่านได้รับทราบข่าวสารข้อมูลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางใดมากที่สุด 11. []

- () โทรทัศน์ (ช่องเคเบิลทีวีประจำท้องถิ่น)
 () วิทยุ (สื่อวิทยุชุมชน)
 () อินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์ต่างๆ)
 () ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่างๆ
 () รถกระจายเสียง
 () อื่นๆ ระบุ

12. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อธุรกิจสปาสุนัข ซึ่งเป็นธุรกิจใหม่ 12. []

- () เห็นด้วย เพราะ
- () ไม่เห็นด้วย เพราะ.....

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

“ ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามนี้เป็นอย่างสูง ”

สรุปแบบสอบถาม

ข้อมูลที่ศึกษาได้จากการแจกแบบสอบถามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 200 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จากนั้นนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เพื่อทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลการความต้องการใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข และสปาสุนัข จากการสุ่มตัวอย่าง 200 คน ซึ่งแบบสอบถามนี้ได้แบ่งคำถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1.เพศ แบ่งออกเป็น

เพศชาย	ร้อยละ	37
เพศหญิง	ร้อยละ	63

2.อายุ แบ่งออกเป็น

อายุน้อยกว่า 20 ปี	ร้อยละ	9.5
อายุ 20 – 29 ปี	ร้อยละ	49
อายุ 30 – 39 ปี	ร้อยละ	32
อายุ 40 ปีขึ้นไป	ร้อยละ	9.5

3.สถานภาพ แบ่งออกเป็น

โสด	ร้อยละ	58
สมรส	ร้อยละ	40
อื่นๆ	ร้อยละ	2

4.ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น

ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	ร้อยละ	2
-----------------------	--------	---

มัธยมศึกษาตอนต้น	ร้อยละ	13
------------------	--------	----

มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	ร้อยละ	19
-----------------------------	--------	----

ปวช.	ร้อยละ	5
------	--------	---

ปวส. หรืออนุปริญญา	ร้อยละ	27
--------------------	--------	----

ปริญญาตรี หรือสูงกว่า	ร้อยละ	34
-----------------------	--------	----

5.อาชีพ แบ่งออกเป็น

นักเรียน-นักศึกษา	ร้อยละ	27
-------------------	--------	----

ข้าราชการ	ร้อยละ	21.5
-----------	--------	------

พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ร้อยละ	4
--------------------	--------	---

พนักงานบริษัทเอกชน	ร้อยละ	14
--------------------	--------	----

ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ	31
อื่นๆ ร้อยละ	2.5

6.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบ่งออกเป็น

น้อยกว่า 10,000 บาท	ร้อยละ 29
10,001 – 20,000 บาท	ร้อยละ 21.5
20,001 – 30,000 บาท	ร้อยละ 18.5
30,001 – 40,000 บาท	16
40,001 – 50,000 บาท	11
50,001 บาทขึ้นไป	4

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข ร้านเพทช็อป และธุรกิจร้านสปาสุนัข

7. ในระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมาท่านเคยใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข ร้านเพทช็อป และร้านสปาสุนัขหรือไม่

เคย	ร้อยละ 88
ไม่เคย	ร้อยละ 12

8. โดยปกติท่านใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข ร้านเพทช็อป และร้านสปาสุนัขบ่อยเท่าไร

น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน	ร้อยละ 17
1 ครั้ง / เดือน	ร้อยละ 9
2 ครั้ง / เดือน	15
3 ครั้ง / เดือน	14.5
ทุกสัปดาห์	ร้อยละ 19

ผลงานวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

*หมายเหตุ คัดจากร้อยละ 88 ของผู้เคยใช้บริการ

9.ปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข ร้านเพทช็อป และร้านสปาสุนัข แบ่งเป็น 2 ด้าน พบว่า

ด้านการบริการ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดี มีมารยาท เป็นกันเอง และดูแลลูกค้าทั่วถึง รวมถึง พนักงานต้องรักสุนัขที่เข้ารับบริการ ไม่ทำร้าย หรือก่อให้เกิดความเสียหาย และ การส่งเสริมการขาย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้นส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ามากที่สุด

บรรยากาศร้าน ความสะอาดของสถานที่ คุณภาพในการบริการ มีมาตรฐาน รับรอง และราคาเหมาะสมการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ามาก ด้านความ สะดวกของการใช้บริการ และที่จอดรถ ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าอยู่ในระดับปาน กลาง

ด้านสินค้า ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของความหลากหลายของสินค้า คุณภาพและมาตรฐานของสินค้า รวมถึงการส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการที่มากที่สุด ความหลากหลายของระดับราคาต่อคุณภาพส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการ ของลูกค้ามาก

ในเรื่องของความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า และที่จอดรถ ส่งผลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการ ปานกลาง

10.) รายการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาบน้ำตัดแต่งขน สุนัขร้านเพทซ้อป และร้านสปาสุนัข พบว่าการมีส่วนลด และของแถม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ บริการมากที่สุด เนื่องจากการส่งเสริมการขายที่เห็นได้ชัดเจน รองลงมาคือการสมัครสมาชิกมี อิทธิพลต่อการตัดสินใจมาก การส่งชิงโชครางวัลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจปานกลาง การสะสม แด้ม และอื่นๆ มีอิทธิพลอยู่ในระดับการตัดสินใจที่น้อย

11. ท่านได้รับทราบข่าวสารข้อมูลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางใดมากที่สุด

โทรทัศน์ (ช่องเคเบิลทีวีประจำท้องถิ่น)	ร้อยละ	18.5
วิทยุ (สื่อวิทยุชุมชน)	ร้อยละ	32
อินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์ต่างๆ)	ร้อยละ	6
ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่างๆ	ร้อยละ	17
รถกระจายเสียง	ร้อยละ	24
อื่นๆ เช่น การบอกต่อระหว่างบุคคล	ร้อยละ	2.5

12. ท่านมีความคิดอย่างไรต่อธุรกิจสปาสุนัข ซึ่งเป็นธุรกิจใหม่

เห็นด้วย	ร้อยละ	87
ไม่เห็นด้วย	ร้อยละ	13

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

แนะนำให้ร้านจัดโปรโมชั่นพิเศษทุกเดือน มีบริการรับฝากสุนัข หากเจ้าของมีความ จำเป็นต้องไปต่างจังหวัดหลายวัน มีบริการรับ-ส่งสุนัขเมื่อเข้ารับบริการเสร็จ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ธุรกิจ “กรูมมิ่ง” และ “สปา”

Grooming (กรูมมิ่ง) คือ การนำสุนัขแต่ละพันธุ์มาดูแลเรื่องสุขอนามัยของสุนัข ความสะอาดของดวงตา เล็บ เส้นขน ผิวหนัง อย่างเช่น การอาบน้ำ ตัดแต่งขน การดูแลในช่องหู การตัดเล็บ การดูแลสุขภาพในช่องปาก การกำจัดเห็บ-หมัด ให้ออกมาตามกฎเกณฑ์มาตรฐานพันธุ์นั้นๆ ให้ถูกวิธี กล่าวง่ายๆก็คือ การทำให้สุนัขตัวโปรดมีบุคลิกภาพที่ดี พาไปไหนไม่อายใครด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย และใช้ระยะเวลารวดเร็ว กลายเป็นความสะดวกที่ผู้เลี้ยงเต็มใจนำสุนัขตัวโปรดเข้าใช้บริการ

การทำสปาสุนัขนั้นต่างจากการทำสปาของมนุษย์ที่การทำสปาของมนุษย์มี 6 อย่าง แต่ใช้กับสุนัขได้ 3 อย่าง คือ อาบน้ำ นวด และประคบบำบัด แต่จะไม่เน้นการนวด เพราะการนวดแผนโบราณ จะทำให้สุนัขเจ็บ และอึดอัด แต่สิ่งที่เน้น คือ การบำบัดด้วยการวางลูกประคบ ซึ่งทำจากสมุนไพร ทั้งนี้ คุณต้องรู้โครงสร้างของสุนัข และรู้จักสมุนไพร แค่เพียงวางลงบนหลัง สุนัขก็จะเพลินจนหลับไปเอง อีกทั้งมีการประยุกต์ใช้วางทรายร้อน หินเย็น สูตรเหล่านี้ไม่ต่างจากสูตรซึ่งปฏิบัติกับคน

ถึงแม้ว่าราคาค่าบริการอาจจะสูงกว่าการสระใคร่ ตัดแต่งทรงผมของคนเราก็ดำเนินการ แต่ด้วยความรู้สึกด้านจิตใจที่ต้องการมอบสิ่งดีๆ ให้กับสัตว์เลี้ยงตัวโปรด เป็นผลทำให้ธุรกิจร้านกรูมมิ่ง และสปา เป็นหนึ่งธุรกิจเกี่ยวกับสุนัขที่น่าสนใจลงทุน สำหรับผู้ที่กำลังมองหาช่องทางสร้างธุรกิจ

การทำ Hot Oil

ขนสุนัขที่เราเห็นเป็นสีเหลืองเวลาทำ hot oil นั้น ไม่ได้มาจากการเปลี่ยนแปลงสีของขน เพราะว่าถูก hot oil กัดสีเหมือนอย่างที่ทำนวด และคราบน้ำตาแต่อย่างไร แต่ hot oil เป็นเสมือนซิลิโคนชนิดหนึ่งและน้ำมันผสมกับ สารบำรุงขนต่างๆ ซึ่งจะต้องทำละลายโดยใช้ความร้อน เพื่อเปิดเส้นขนและชั้นผิวหนัง (เหมือนตอนอบไอน้ำ) และเหตุผลที่เราเห็นขนของเขามันเป็นสีขาวแล้วมองเป็นสีออกเหลืองนิดๆ ก็เพราะว่าเกิดการหักเหของแสงเวลาที่เรามองโดยผ่านการหักเหของแสงผ่านซิลิโคนที่เคลือบบริเวณเส้นขนอยู่ ซึ่งต่างจากบริเวณ รอบๆขนและบริเวณคราบน้ำตาเพราะสีเปลี่ยนเกิดจากการเปลี่ยนแปลงความเป็นกรดและด่างในสภาพเส้นขน

เมื่อมีการล้าง hot oil ออกอีกครั้งในการอาบน้ำครั้งต่อไป ขนก็จะดูขาวเป็นปกติ แต่สิ่งที่ต้องระวังเวลาทำ hot oil ก็คือ ควรจะชโลม hot oil บริเวณขนและปลายขนเท่านั้น เพราะเนื่องจากว่า hot oil คือซิลิโคน มันจะทำหน้าที่ปิดรูขุมขนของสุนัขไว้เหมือนกัน เหตุผลที่อาจไม่ทำให้ทำบ่อยก็อาจจะเป็นเพราะเมื่อได้ชั้นผิวหนังผลิตน้ำมันตามธรรมชาติออกมาไม่ได้นั้นก็เลยมีการลดการผลิตหรืออุดตันในบางตัว ทำบ่อยๆแล้วหยุดทำก็อาจทำให้ผิวหนังแห้งได้ เมื่อหลังจากทำ hot

oil ทุกครั้งควรหมั่นแปรงขนสุนัขเป็นประจำเพื่อกระตุ้นการสร้างน้ำมันใต้ชั้นผิวหนัง เพื่อช่วยระบายน้ำมันเหล่านั้น หลังจากใช้ hot oil ถ้าอาบน้ำล้างออกภายใน 1 สัปดาห์ก็จะดี ได้ไม่ไปทำลายระบบการสร้างน้ำมันตามธรรมชาติของสุนัข แต่จะเป็นการกระตุ้นให้มีการสร้างน้ำมันเหล่านั้นมากขึ้น ทำให้ขนที่ยาวออกขึ้นมาใหม่ นั้นมีสุขภาพดีขึ้น

ตัวอย่างสินค้าที่ขายในร้าน

การติดต่อกับหน่วยงานราชการ

การดำเนินธุรกิจเสริมสวยสุนัขจะเกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการ ดังนี้ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจทั่วไป โดยทั่วไปธุรกิจด้านบริการอย่างเดียวจะได้รับการยกเว้นไม่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ เว้นแต่ธุรกิจมีการขายสินค้าอื่นผู้ประกอบการต้องขอจดทะเบียนพาณิชย์ **ผู้มีหน้าที่จดทะเบียนพาณิชย์**

ผู้มีหน้าที่จดทะเบียนพาณิชย์ คือ บุคคลธรรมดาคนเดียว หรือหลายคน (ห้างหุ้นส่วน - สามัญ) หรือนิติบุคคลรวมทั้งนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศที่มาตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทย ซึ่งประกอบกิจการ อันเป็นพาณิชย์กิจตามที่กระทรวงพาณิชย์กำหนด

พาณิชย์กิจที่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้ออกประกาศให้ผู้ประกอบกิจการดังต่อไปนี้ ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ คือ

1. ผู้ประกอบกิจการ โรงสีข้าวและ โรงเลื่อยที่ใช้เครื่องจักร
2. ผู้ประกอบกิจการขายสินค้าไม่ว่าอย่างใด ๆ อย่างเดียวหรือหลายอย่าง คิดรวมทั้งสิ้นในวันหนึ่งขายได้เป็นเงินตั้งแต่ 20 บาทขึ้นไป หรือมีสินค้าดังกล่าวไว้เพื่อขายมีค่ารวมทั้งสิ้นเป็นเงินตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป
3. นายหน้า หรือ ตัวแทนค้าต่างซึ่งทำการเกี่ยวกับสินค้าไม่ว่าอย่างใด ๆ อย่างเดียวหรือหลายอย่างก็ตาม และสินค้านั้นมีค่ารวมทั้งสิ้นในวันหนึ่งวันใดเป็นเงินตั้งแต่ 20 บาทขึ้นไป
4. ผู้ประกอบกิจการหัตถกรรมหรืออุตสาหกรรมไม่ว่าอย่างใด ๆ อย่างเดียวหรือหลายอย่างก็ตาม และ ขายสินค้าที่ผลิตได้ คิดราคารวมทั้งสิ้นในวันหนึ่งวันใดเป็นเงินตั้งแต่ 20 บาทขึ้นไป หรือในวันหนึ่งวันใดมี สินค้าที่ผลิตได้มีราคารวมทั้งสิ้นตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป
5. ผู้ประกอบกิจการขนส่งทางทะเล การขนส่งโดยเรือกลไฟหรือเรือยนต์ประจำทาง การขนส่งโดยรถไฟ การขนส่งโดยรถราง การขนส่งโดยรถยนต์ประจำทาง การขายทอดตลาด การรับซื้อขายที่ดิน การให้กู้ยืมเงิน การรับแลกเปลี่ยน หรือซื้อขาย

เงินตราต่างประเทศ การซื้อหรือขายตัวเงิน การธนาคาร การประกันภัย การทำโรงรับ
จำนำ และการทำโรงแรม

6. ขาย ให้เช่า ผลิต หรือรับจ้างผลิต แผ่นซีดี แถบบันทึก วีดิทัศน์ แผ่นวีดิ
ทัศน์ ดีวีดี หรือแผ่นวีดิทัศน์ ระบบดิจิทัล เฉพาะที่เกี่ยวกับการบันเทิง

7. ขายอัญมณี หรือเครื่องประดับซึ่งประดับด้วยอัญมณี

8. ซื้อขายสินค้า หรือ บริการโดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ
เครือข่ายอินเทอร์เน็ต บริการอินเทอร์เน็ต ให้เช่าพื้นที่ของเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย
บริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์
ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

9. การให้บริการเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อใช้อินเทอร์เน็ต

10. การให้บริการฟังเพลงและร้องเพลงโดยคาราโอเกะ

11. การให้บริการเครื่องเล่นเกม

12. การให้บริการตู้เพลง

13. โรงงานแปรรูปแกะสลักและการหัตถกรรมจากงาช้าง การค้าปลีก
การค้าส่งงาช้างและผลิตภัณฑ์จากงาช้าง

การจดทะเบียนเปลี่ยนแปลง มีเอกสารดังนี้

1. คำขอจดทะเบียน : แบบ ทพ.

2. หลักฐานประกอบคำขอ

2.1 สำเนาบัตรประจำตัวของผู้ประกอบพาณิชย์กิจ หรือหุ้นส่วนผู้จัดการ
หรือผู้รับผิดชอบดำเนินกิจการในประเทศไทย (กรณีเป็นนิติบุคคลต่างประเทศ) ซึ่ง
รับรองความถูกต้องโดยเจ้าของบัตรประจำตัว

2.2 ใบทะเบียนพาณิชย์ เฉพาะกรณีแก้ไขเพิ่มเติมชื่อตัว หรือชื่อสกุลของผู้
ประกอบพาณิชย์กิจ ชื่อที่ใช้ในการประกอบพาณิชย์กิจ ชนิดพาณิชย์กิจ และ / หรือ
สำนักงานแห่งใหญ่

2.3 สำเนาหนังสือแต่งตั้งผู้รับผิดชอบดำเนินกิจการในประเทศ กรณีนิติ
บุคคลต่างประเทศขอเปลี่ยนแปลงผู้จัดการสาขาในประเทศ

2.4 สำเนาหนังสือสำคัญแสดงการเปลี่ยนชื่อตัว และหรือชื่อสกุล (ถ้ามี)

2.5 หนังสือมอบอำนาจ (ถ้ามี)

กำหนดระยะเวลาการจดทะเบียนพาณิชย์

1. จดทะเบียนพาณิชย์ตั้งใหม่ ต้องจดทะเบียนภายใน 30 วันนับแต่วันเริ่มประกอบ

พาณิชย์กิจ

2. การเปลี่ยนแปลงรายการที่จดทะเบียนไว้ตาม (1) ต้องจดทะเบียนภายใน 30 วันนับแต่วันที่มีการเปลี่ยนแปลง

3. เลิกประกอบพาณิชย์กิจ ต้องจดทะเบียนภายใน 30 วันนับแต่วันที่เลิกประกอบพาณิชย์กิจ

4. ใบทะเบียนพาณิชย์สูญหายต้องยื่นขอใบแทนภายใน 30 วันนับแต่วันสูญหาย

หน้าที่ของผู้ประกอบพาณิชย์กิจ

1. ต้องขอจดทะเบียนก่อนนายทะเบียนภายในระยะเวลาที่กำหนดตามแต่กรณี
2. ต้องแสดงใบทะเบียนพาณิชย์หรือใบแทนใบทะเบียนพาณิชย์ไว้ ณ สำนักงานในที่เปิดเผยและเห็นได้ง่าย

3. ต้องจัดให้มีป้ายชื่อที่ใช้ในการประกอบพาณิชย์ไว้หน้าสำนักงานแห่งใหญ่ และสำนักงานสาขาโดยเปิดเผยภายในเวลา 30 วันนับแต่วันที่จดทะเบียนพาณิชย์ ป้ายชื่อให้เขียนเป็นอักษรไทย อ่านง่ายและชัดเจน จะมีอักษรต่างประเทศในป้ายชื่อด้วยก็ได้ และจะต้องตรงกับชื่อที่จดทะเบียนไว้ หากเป็นสำนักงานสาขาจะต้องมีคำว่า “สาขา” ไว้ด้วย

4. ต้องไปให้ชื่อเท็จจริงเกี่ยวกับรายการจดทะเบียนตามคำสั่งของนายทะเบียน

5. ต้องอำนวยความสะดวกแก่นายทะเบียนและพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งเข้าทำการตรวจสอบในสำนักงานของผู้ประกอบกิจการ

ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนพาณิชย์

การขอดำเนินการตาม พ.ร.บ. ทะเบียนพาณิชย์ฯ จะต้องเสียค่าธรรมเนียมตามประเภทของการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. จดทะเบียนพาณิชย์ตั้งใหม่ 50 บาท

2. จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงรายการจดทะเบียน ครั้งละ 20 บาท

3. จดทะเบียนเลิกประกอบพาณิชย์กิจ 20 บาท

4. ขอให้ออกใบแทนใบทะเบียนพาณิชย์ ฉบับละ 30 บาท

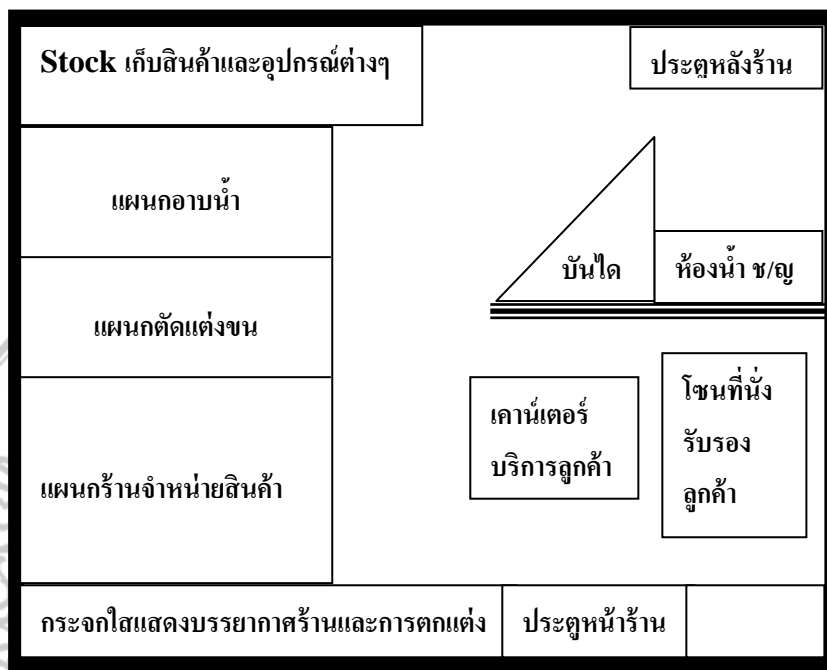
5. ขอตรวจเอกสารของผู้ประกอบพาณิชย์กิจรายหนึ่ง ครั้งละ 20 บาท

6. ขอให้เจ้าหน้าที่คัดสำเนาและรับรองสำเนาเอกสารของผู้ประกอบพาณิชย์กิจ ฉบับละ 30 บาท

รายละเอียดแผนผังร้าน

ภาพร้าน สามารถแบ่งๆได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.) ชั้นที่ 1 ของอาคาร



แผนภาพแสดงแผนผังร้านชั้นที่ 1

ด้านหน้าของร้านถือเป็นหน้าด่านสำคัญสร้างความสนใจให้กับลูกค้า ควรสร้างจุดเด่นให้ลูกค้าจดจำและรู้ได้ทันทีที่เห็นว่าร้านมีอะไรบ้าง แม้ว่าจะมองไม่เห็นป้ายหน้าร้าน เช่น ติดสติ๊กเกอร์รูปสุนัขพันธุ์ต่างๆ ทำเป็นรูปตัวการ์ตูน ติดกับกระจกใสสามารถมองเห็นบรรยากาศภายในร้าน มีการจัดตกแต่งสวนเล็กๆหน้าร้านเพื่อเพิ่มความสดชื่น ยังทำให้หน้าร้านดูมีชีวิตชีวา

ส่วนต้อนรับลูกค้า และมุมรับรองลูกค้านั่งรอบริการ เป็นส่วนแรกที่ลูกค้าต้องสัมผัส จึงต้องตกแต่งให้ลูกค้าประทับใจ เพราะหากไม่ประทับใจในส่วนนี้ก็อาจเกิดอคติด้านลบต่อร้านทั้งหมด เนื้อที่ส่วนนี้ไม่ต้องใช้พื้นที่มาก ใช้สำหรับต้อนรับลูกค้า จัดทำประติมากรรม และรายละเอียดการใช้บริการ ตกแต่งด้วยสีสันทันดูสบายตา สะอาด มีกลิ่นหอม โลงโปร่งไม่อึดอัด ที่มุมรับรองลูกค้าจัดให้มีหนังสืออ่านเล่น เช่น นิตยสารสัตว์เลี้ยง ใ้บริการลูกค้า และเปิดเพลงเบาๆ สบายๆ เพื่อผ่อนคลายและสร้างบรรยากาศให้กับลูกค้า

ส่วนร้านค้าจำหน่ายสินค้า หรือร้านเพ็ทช็อป ขายสินค้าทุกชนิดเกี่ยวกับสุนัข ไม่ว่าจะเป็นอาหาร ของขบเคี้ยว อุปกรณ์เลี้ยง ของเล่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ นิตยสารเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ยา รักษาโรค เคมีภัณฑ์ต่างๆ หรือ ติดประกาศรับฝากขายลูกสุนัขพันธุ์ต่างๆ โดยจะอยู่ด้านหน้าร้าน

ใกล้กับส่วนต้อนรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินช้อปปิ้งเลือกซื้อสินค้าต่างๆ ขณะรอสุนัขเข้ารับ การบริการ

ส่วนสำหรับอาบน้ำ จัดให้ห้องอาบน้ำไว้ด้านหลังของร้าน แยกจากห้องตัดแต่งขน มี อ่างน้ำ 2 อ่าง มีพื้นที่ขนาดใหญ่เพื่อเหมาะกับขนาดของอ่าง และการทำงาน รวมถึงชั้นใส่อุปกรณ์ น้ำยาอาบน้ำต่างๆ ที่ต้องใช้ สิ่งที่ไม่ควรละเลยสำหรับส่วนนี้คือ เรื่องของอุบัติเหตุจากการลื่นล้ม มี การปูแผ่นกันลื่นเพราะพื้นที่ส่วนนี้มักจะเปียกชุ่มจากการสาดของสุนัข และน้ำที่กระเด็นออก จากอ่างน้ำ เพื่อป้องกันไม่ให้พนักงานเกิดอันตราย มีการจัดวางอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้เป็น ระเบียบพร้อมใช้งาน เพื่อความสะดวกและให้การทำงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว

ส่วนสำหรับตัดแต่งขน โดยในห้องนี้ทำเป็นกระจกใส เพื่อให้ลูกค้าสามารถมองเห็น ขั้นตอนการทำงาน ได้อย่างชัดเจน เพื่อให้รู้ว่าน้องหมาสุดที่รัก ได้รับการปฏิบัติเป็นอย่างดี เพื่อสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าสุนัขจะได้รับบริการที่ดี ไม่มีการทำร้ายเป็นอันตราย ประโยชน์อีกด้าน หนึ่งก็คือ การติดกระจกใสช่วยให้แสงแดดส่องผ่านเข้ามาช่วยลดการอับชื้นภายในได้ ส่วนภายใน ห้องมีแสงไฟสว่างพอเหมาะ เพราะแสงไฟมีผลต่อการตัดแต่งขนสุนัขสีมืด ห้องตัดแต่งขนนี้เป็น ห้องติดแอร์ มีโต๊ะตัดแต่งขน 2 โต๊ะ จัดวางระยะห่างพอเหมาะ เพื่อให้ช่างเดินได้รอบโต๊ะสะดวกไม่ ติดขัด มีชั้นวางอุปกรณ์การตัดแต่งขน แยกหมวดหมู่ให้เรียบร้อย เพื่อความสะดวกในการหยิบใช้

Stock เก็บสินค้าและอุปกรณ์ต่างๆ ไว้เก็บน้ำยา เคมีภัณฑ์ต่างๆ อุปกรณ์สำรอง อยู่ ด้านหลังร้าน เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้แบบฉุกเฉินเนื่องจากของที่ใช้อยู่เป็นประจำหมด หรือชำรุด เสียหายกะทันหัน โดยที่ไม่ต้องไปหาซื้อให้เสียเวลา ยังเป็น Stock เก็บสินค้าที่จำหน่าย หากหมดก็ สามารถนำมาเติมหน้าร้าน เพื่อมีสินค้าที่ลูกค้าต้องการเลือกซื้ออยู่ตลอด

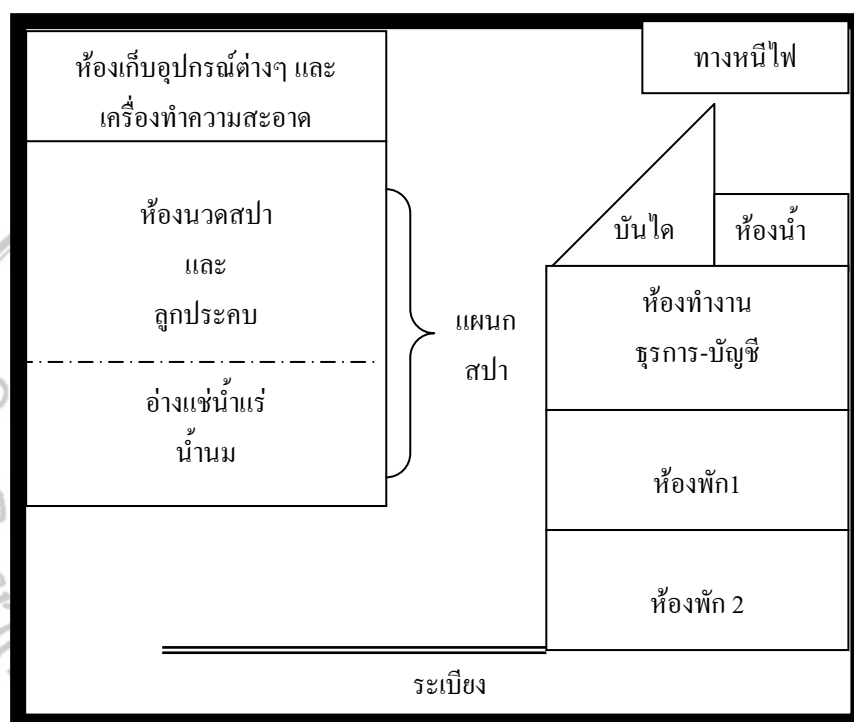
2.) ชั้นที่ 2 ของอาคาร

ส่วนของแผนกสปา แบ่งออกเป็น 2 ห้องคือ

1. ห้องอ่างน้ำแร่ – น้่านม มีบริเวณกว้าง สำหรับอ่างน้ำจำนวนทั้งหมด 2 อ่าง โดยมีอ่าง น้ำแร่ 1 อ่าง และ อ่างน้่านม 1 อ่าง มีกลิ่นหอมจากสมุนไพรบำบัด เปิดเพลงบรรเลงโมสาศ เพื่อ ความผ่อนคลาย เป็นห้องกระจกแสงแดดสามารถส่องผ่านได้ จัด บรรยากาศสไตล์สปา ตกแต่ง สวนหย่อมเล็กๆ

2. ห้องนวดสปาและลูกประคบ มีลักษณะเช่นเดียวกับห้องอ่างน้ำแร่ – น้่านม คือมีกลิ่น หอมจากสมุนไพรบำบัด เพลงโมสาศ แต่ห้องนี้จะเป็นห้องโล่ง มีระดับอุณหภูมิพอเหมาะ มีเตียง สำหรับนวดทำสปาของสุนัข 2 เตียง มีชั้นวางอุปกรณ์ และน้ำยาสมุนไพร ลูกประคบต่างๆ โดยทั้ง 2 เตียงนี้ สามารถปรับใช้ได้ทั้งการทำสปารรรมดา Hot oil นวดลูกประคบ

ห้องทำงานธุรการ – บัญชี เป็นห้องทำงานด้านบัญชี - -การเงินของเจ้าของกิจการ นอกจากนี้ยังมีห้องพักของเจ้าของกิจการอีกด้วย มีทางหนีไฟเพื่อความปลอดภัยต่อลูกค้า พนักงาน และสุนัขหากเกิดเหตุฉุกเฉิน มีห้องเก็บอุปกรณ์ทำความสะอาด และเคมีภัณฑ์เกี่ยวกับการทำสปาเช่นเดียวกับชั้นหนึ่ง



แผนภาพ แสดงแผนผังร้านชั้นที่ 2

การเลือกอุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ

โต๊ะมีสายโยง เป็นอุปกรณ์สำคัญที่ขาดไม่ได้ ใช้สำหรับเป็นพื้นที่ทำงานตัดแต่งขนสุนัข เน้นที่ความแข็งแรงคงทนเป็นหลัก สำหรับสุนัขสายพันธุ์เล็กหรือลูกสุนัข และ โต๊ะสำหรับสุนัขสายพันธุ์ขนาดใหญ่

อ่างอาบน้ำ เลือกที่ทำจากสแตนเลส แม้มีราคาสูง แต่จะช่วยป้องกันสนิมมีความคงทนใช้งานได้ยาวนาน

ปัตตาเลี่ยน เป็นเครื่องมือสำคัญมีให้เลือกหลายขนาด หลายยี่ห้อ ราคาและคุณภาพแตกต่างกันไป แต่ทางร้านเลือกยี่ห้อ OSTER เพราะมีจุดเด่นสามารถเปลี่ยนใบมีดที่หัวปัตตาเลี่ยนได้ และสามารถปรับระดับได้ มีความคงทน

ใบมีด มีหลายเบอร์ หลายขนาด แต่ละขนาดมีผลต่อการตัดแต่งขนต่างกัน เพราะแต่ละเบอร์ของใบมีดจะเลื่อนขนที่คงไว้ที่ตัวสุนัขต่างกัน

กรรไกรตัดขน มีหลายขนาด และหลายประเภทการใช้งานให้เลือก คือ

กรรไกรตัดขน กรรไกรซอย กรรไกรปลายมนใช้ตัดขนบริเวณหน้า การเลือกซื้อเน้นที่ความคงทน วัสดุที่ใช้มีคุณภาพ มีความคม ใช้งานเหมาะกับนิ้วและมือจับ

กรรไกรตัดเล็บ หลักการเลือกเช่นเดียวกับกรรไกรตัดขน เน้นที่ความทนทาน ใช้วัสดุอย่างดี มีความคม

กรรไกรถอนขนหู เน้นที่ความคงทน มีความคม ใช้วัสดุคุณภาพ

ไคร์เป่าขน ทำหน้าที่เป่าขนให้สุนัขแห้ง ผิวหนังไม่อับชื้น เพราะหากปล่อยให้ผิวหนังชื้นจะเสี่ยงต่อการเป็นโรคเชื้อรา มีหลายขนาดให้เลือก ซึ่งแต่ละขนาดมีกำลังลมต่างกัน เลือกที่มีลมปานกลางขึ้นไป เน้นที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานการผลิต มอเตอร์ใช้วัสดุมีคุณภาพ

หวีแปรง ราคาอยู่ที่ 250 บาทขึ้นไป เนื่องจากสุนัขต่างสายพันธุ์มีลักษณะเส้นขนต่างกัน หวีแปรงจึงมีให้เลือกตามความเหมาะสมกับการใช้งาน

แปรงขนลวด (Slicker Brush) มีลักษณะเป็นรูปไข่ หรือกลมรี ทำด้วยเส้นโลหะอยู่ชิดกัน ใช้แปรงขนที่พันกันและขนที่ตายแล้วหลุดร่วง

แปรงไม่มีหมุด (Pin-Brush) แปรงชนิดนี้ตรงหัวจะมีเข็มหมุดยื่นออกมา ใช้สำหรับสุนัขขนยาว รวมทั้งสุนัขพันธุ์ประกวดบางพันธุ์ ควรเลือกที่ทำจากทองเหลืองจะช่วยให้ลดการเกิดไฟฟ้าสถิตในขณะแปรง

แปรงขนสัตว์ แปรงขนแข็ง (Bristle-Brush) ใช้กับสุนัขขนาดกลางและกลุ่มขนยาว ทำจากเส้นขนสัตว์ธรรมชาติที่มีความแข็ง เช่น ขนหมู หรือทำจากเส้นไพลอนที่มีความแข็ง

แปรงถูมือ (Plam Brush) มีลักษณะเป็นถูมือสวม มีความนุ่มเป็นพิเศษ เหมาะกับสุนัขผิวหนังบอบบาง และขนสั้น เพราะจะป้องกันการครูดผิวหนังระหว่างแปรง

แปรงยาง ผลิตจากยางมีลักษณะนุ่ม ช่วยให้ขนที่ตายแล้วหลุดร่วงออก เหมาะกับสุนัขขนสั้น มักใช้ระหว่างการใช้แชมพูอาบน้ำ เป็นการนวดตัวสุนัขไปด้วย

กรงใส่สุนัข ใช้สำหรับใส่สุนัขระหว่างรอรับบริการหรือหลังจากรับบริการเสร็จ ผลิตจากวัสดุคุณภาพ ไม่มีส่วนแหลมคมที่ทำอันตรายสุนัขได้

แผ่นยางปูกันลื่น สำหรับห้องอาบน้ำสุนัข ป้องกันการเกิดอันตรายจากการลื่นล้ม จากการที่สุนัขสะบัดขนขณะอาบน้ำ

ชั้นวางของ เลือกขนาดพอเหมาะกับพื้นที่ ไม่ใหญ่เกะกะจนทำให้พื้นที่ทำงานลดลง

น้ำยา และเคมีภัณฑ์ต่างๆ ได้แก่

แชมพูเฉพาะสีขน เป็นแชมพูที่ผลิตขึ้นเพื่อต้องการคงสภาพสีเดิมของขนสุนัข โดยแชมพูจะใส่เม็ดสีลงไป เพื่อไม่ทำลายสภาพสีขนเดิมของสุนัข

แชมพูเฉพาะสภาพขน ผลิตจากสารสกัดทางธรรมชาติ ลดภาวะการฉีกขาดของขนสุนัข มีทั้งผสมครีมนวด หรือเติมน้ำมันลงไป เช่น แชมพูสำหรับสุนัขขนยาว แชมพูสำหรับสุนัขขนสั้น

แชมพูสำหรับลูกสุนัข ใช้อาบน้ำลูกสุนัขตั้งแต่ 2 เดือนขึ้นไป ไม่ระคายเคืองกับตาของลูกสุนัข

แชมพูเฉพาะโรคผิวหนัง มีส่วนผสมของยา รักษาโรคผิวหนังที่เกิดจาเชื้อรา เห็บ หมัด

น้ำยากำจัดเห็บหมัด

ยาห้ามเลือด

น้ำยาเช็ดทำความสะอาดหู

ผลิตภัณฑ์แต่งขนขาว

อุปกรณ์เบ็ดเตล็ดที่จำเป็นอื่นๆ

น้ำยาช่วยสาวสังกะตัง

ผ้าเช็ดตัว

ผ้ากันเปื้อนพลาสติก
ครีมหีบ

แป้งถอนขนหู

ถุงเก็บขยะ

กระดาษห่อขน

สำลี

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

ตัวอย่างสินค้าที่ขายภายในร้าน

ลำดับ	รายการ	ราคาต้นทุน	ราคาจำหน่าย
1	แชมพูสุนัข Pet Esthe'	245	350
2	แชมพูสุนัข Show off	294	490
3	แชมพูสุนัข Day Day	294	490
4	แชมพูสุนัข Milk bath	245	350
5	แชมพูสุนัข Beauty	95	125
6	แชมพูสุนัข S.O.S	175	250
7	แชมพูสุนัข Magic Touch	363	660
8	ครีมนวดขน Pet Esthe'	249	490
9	ครีมนวดขน ลาโนแคร์	175	250
10	ครีมนวดขน Beauty	87.5	125
11	สเปรย์บำรุงขน Magic Touch	357.5	650
12	น้ำหอม Pet Esthe'	192	320
13	น้ำหอม Douce	150	250
14	อาหารสุนัข ซีซาร์	26.25	35
15	อาหารสุนัข Pinnacle	414	690
16	อาหารสุนัข Science Diet	192	320
17	อาหารสุนัข Canidae	294	490
18	สตั๊ป สเปรย์ป้องกันปรสิตในบริเวณที่ไม่ต้องการ	110.5	170
19	อาหารบำรุงสุขภาพ Viforte	126	210
20	อาหารบำรุงสุขภาพ Esbillac	108	180
21	อาหารบำรุงสุขภาพ Pet-Cal	216	360
22	อาหารบำรุงสุขภาพ Virbac	144	240
23	ป้องกันพยาธิหัวใจ Hearthgard	295	590
24	ป้องกันเห็บ-หมัดและพยาธิหัวใจ Frontline	267.5	535
25	ป้องกันพยาธิหัวใจ Beauty	87.5	175
26	ชามอาหารสุนัขแบบกันมด	140	200
27	ชามแบบพลาสติก	84	120
28	กรรไกรถอนขนหนู	231	330
29	กรรไกรเล็กเต็มขนสุนัข	154	220
30	กรรไกรตัดเล็บ	154	220
31	โอแอค ลูกกลิ้งกาวทำความสะอาด	126	180

ลำดับ	รายการ	ราคาค่าต้นทุน	ราคาจำหน่าย
32	เบรทซ์ครีมอบส์ น้้ายาระงับกลิ่นภายในช่องปาก	162.5	250
33	อาหารสุนัข เพ็ทดีกรี	112	160.00
34	ฮาร์ท แอดวานซ์ แคร้ ขวดใหญ่	66.5	95
35	ค็อกกีแมน เพ็ทคริ่งค์ บรรจุ 250 มิลลิลิตร	192	320
36	แคทคริสตัล ดุง ทราซอนามัย (สีฟ้า)	133	190
37	แคทคริสตัล ดุง ทราซอนามัย (สีม่วง)	133	190
38	ปั๊ปปี้ ที่ให้น้ำสำหรับสัตว์เลี้ยง	115.5	165
39	ออฟทอล น้้ายาเช็ดขอบตาของสุนัขและแมว	113.4	189
40	ซิมเปิ้ลโซลูชั่น สเปรย์กำจัดกลิ่นบนผ้า 32 ออนซ์	216	360
41	คอร์สตันอเวย์ สเปรย์ ผลิตภัณฑ์ดับกลิ่น	108	180
42	ไปคิโคล 6% อี.ซี. ยากำจัดเห็บหมัด 10 ซี.ซี.	75	125
43	เพ็ทเพส สเปรย์ ระวัง กำจัดเห็บหมัด	174	290
44	แปรง สำหรับสาางขนสุนัข	105	150
45	หวีขนสุนัข	175	250
46	เจอร์ไอ ของ รสคูกี้ไก่ 100 กรัม	26.6	38
47	เจอร์ไอ ของ รสแครอท 80 กรัม	26.6	38
48	เจอร์ไอ รสซิกเก้นซอสเซส 70 กรัม	24.5	35
49	เจอร์ไอ รสซาลามี 100 กรัม	26.6	38
50	เจอร์ไอ รสตับบด 100 กรัม	26.6	38
51	กระดวยห่อขนสุนัข	126	180
52	คาร์ตี้ ของเล่น คัมเบล (สีดำ)	69	115
53	คาร์ตี้ ของเล่น ไข่อุป้อ๊	96	160
54	ชุดแฟนตาซีวัว ขนาดเบอร์ 1-6	192	320
55	ชุดแฟนตาซีไก่ ขนาดเบอร์ 1-6	116	320
56	ชุดแฟนตาซีนกแพนกวิน ขนาดเบอร์ 1-3	192	270
57	ชุดแฟนตาซีม้าลาย ขนาดเบอร์	162	270
58	ชุดสโนไวท์ ขนาดเบอร์ 1-3	228	380
59	ชุดหมีพูห์ ขนาดเบอร์ 1-3	150	250
60	ชุดกิโมโน ขนาดเบอร์ 1-3	177	295
61	ยางมัดสุนัข	24	40
62	โบว์สุนัข	25	50
63	เบาะนอน ขนาด 30 42 11 ซม	140	280
64	เบาะนอน ขนาด 35 50 13 ซม	165	330

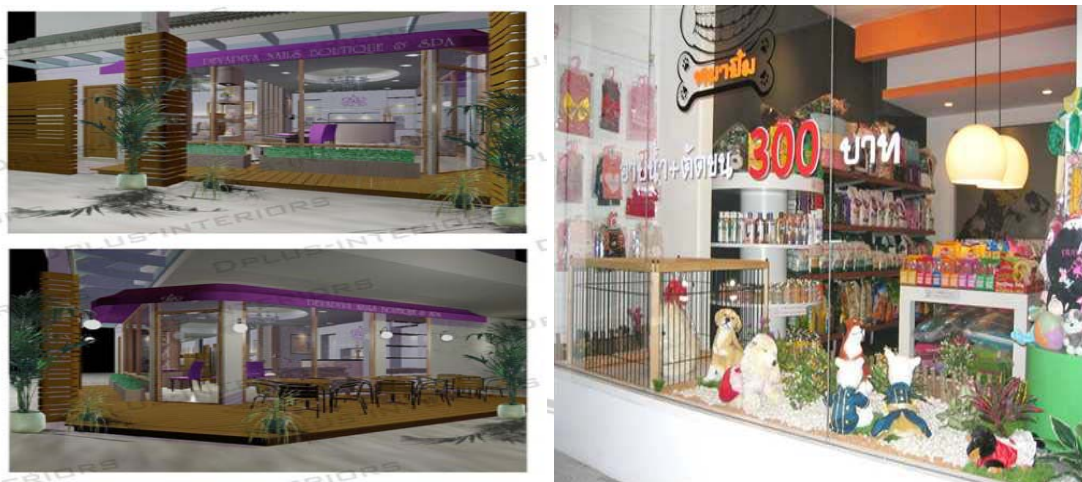
ลำดับ	รายการ	ราคาค่าต้นทุน	ราคาจำหน่าย
66	กรงสุนัขสำหรับเดินทาง ขนาด 19 13 12	550	1,100
67	กรงสุนัขสำหรับเดินทาง ขนาด 23 15 13	675	1,350
68	แกต้้แมน ซอง แครีบ สไลซ์	31.5	45
69	สายรัดอกพร้อมสายจูง	196	280
70	ปลอกคอสียางยืดสามารถใส่ได้ทั้งสุนัขและแมว	101.5	145
71	สายจูงอัตโนมัติ มีไฟสำหรับการเดินทางกลางคืน	231	420
72	เบาะนอน ขนาด 40 55 14 ซม	190	380



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพแสดงตัวอย่างบรรยากาศหน้าร้าน



ภาพแสดงตัวอย่างบรรยากาศภายในร้าน



ภาพแสดงตัวอย่างสินค้าภายในร้าน



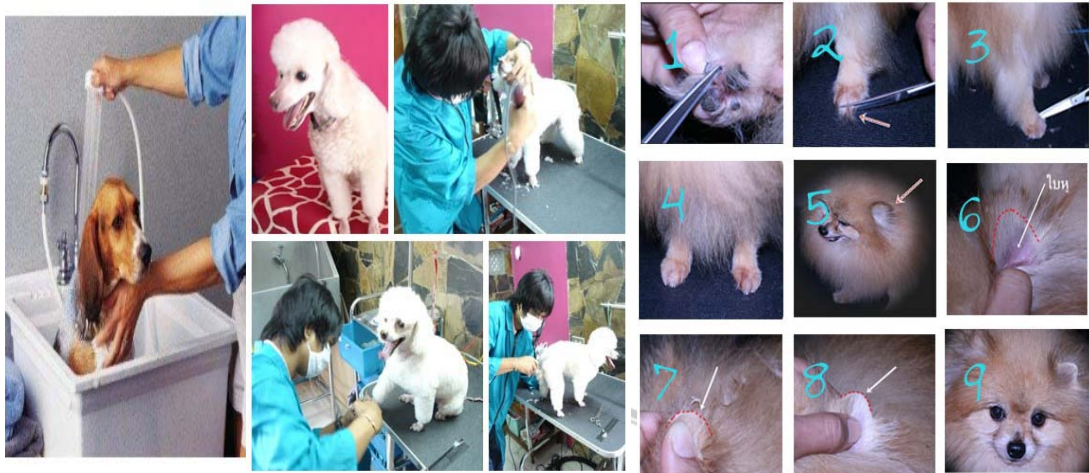
ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ในแผนก Grooming



ภาพแสดงเครื่องมือและเคมีภัณฑ์ในแผนก Grooming



ภาพแสดงตัวอย่างอุปกรณ์ และน้ำยาเคมีภัณฑ์ในการทำสปาสุนัข



ภาพแสดงตัวอย่างวิธีการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข



ภาพแสดงตัวอย่างวิธีการนวดในแผนกสปาสุนัข

ผลงานวิทยนั้กัศึกษาระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวกมลชนก เบญจภูมริน

ที่อยู่ 163 ตำบลแม่กลอง อำเภอเมืองสมุทรสงคราม

จังหวัดสมุทรสงคราม

75000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2545 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนดรุณานุกุล
จังหวัดสมุทรสงคราม

พ.ศ. 2548 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเตรียม
อุดมศึกษาพัฒนาการดอนคลัง จังหวัดราชบุรี

พ.ศ. 2552 ศึกษาต่อระดับปริญญาศิลปศาสตร สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ
ทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2552 เข้ารับการฝึกงานที่บริษัท ทิตาราม คอนซัลแตนท์ จำกัด
แผนกการบริหารและการตลาด ฝ่ายการตลาด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี