



แผนธุรกิจร้านบริการสุนัข (Happy Dog)



โดย

นางสาวอลิสา ด้านพงศ์สุวรรณ

นางสาวอารยา จุ่นเจริญ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

แผนธุรกิจร้านบริการสุนัข (Happy Dog)



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

12500141, 12500146 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ:ร้านบริการสุนัข(Happy Dog)/ ธุรกิจบริการ

อติศา คำนพงศ์สุวรรณ และ อารยา จุ่นเจริญ:แผนธุรกิจร้านบริการสุนัข(Happy Dog)/

อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. 78 หน้า.

บทคัดย่อ

บริษัท แฮปปี้ ด็อก จำกัด ได้จัดตั้งร้าน “Happy Dog” ลักษณะโครงการเป็นอาคาร ห้างเช่าชั้นเดียวตกแต่งสไตล์ Modern เน้นสีฟ้าขนาดห้อง 75 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณชั้น G ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ถนนบรมราชชนนี แขวงอรุณ-อัมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10120 ภายในร้านกว้างขวาง เน้นการรักษาความสะอาด และมีการคมนาคมสะดวก

โดยมีแนวคิดมาจากการเล็งเห็นถึงการเลี้ยงสุนัขในปัจจุบัน ซึ่งมีการเลี้ยงเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการเลี้ยงที่เจ้าของมีความใส่ใจและดูแลสุนัขเป็นพิเศษดังนั้น ในการจัดตั้งร้าน “Happy Dog”ผลิตภัณฑ์ที่กิจการเลือกใช้ภายในร้านเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากตลาดลูกค้า ทำให้กิจการไม่จำเป็นต้องเสียค่าประชาสัมพันธ์กับสินค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นคือ อาหารสุนัขของเพดิกรี (Pedigree)ยาสระผม และอุปกรณ์เกี่ยวกับสุนัขของ สลิกกี้ (Sleeky)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ บุคคลทั่วไปที่รักและเอาใจใส่ในการเลี้ยงสุนัขหรือสุนัขที่มิใช่บริการห้างสรรพสินค้า และเป็นผู้ที่มีรายได้ปานกลางถึงรายได้สูง

กลยุทธ์ทางการตลาดคือ “เน้นความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด” ตั้งแต่การออกแบบร้าน รวมถึงสินค้าที่ขายภายในร้านที่ใช้กับสุนัขต้องมีมาตรฐานความปลอดภัยต่อสุนัขของลูกค้า ภายใต้ราคาที่เหมาะสมอีกทั้งด้านการบริการ มีการบริการเป็นกันเอง

แผนการบริการของร้านจะมีเป้าหมายอยู่ที่การให้บริการสุนัขใน 1 วันที่ 15 ตัวหรือมากกว่าและลูกค้ามีความพึงพอใจต่อราคาและการให้บริการมากที่สุด

แผนการในอนาคตของกิจการร้าน Happy dog จะมีการปรับปรุงการดำเนินการของร้านให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของกิจการในอนาคต และเพิ่มทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น

สรุปผลทางการเงิน กิจการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)เท่ากับ 515,407 อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 71% ระยะเวลาคืนทุน 9 เดือน 28 วัน

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา1.....2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือในการให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการจัดทำและให้ข้อคิดเห็นพร้อมทั้งความรู้ในเรื่องการทำแผนธุรกิจ ตลอดจนได้กรุณาตรวจสอบแก้ไขแผนธุรกิจให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ด้วยความเอาใจใส่อย่างดีตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญประธาน กรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ อาจารย์อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และอาจารย์ ภาวิณี บรรลือพรศักดิ์ กรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้แผนธุรกิจนี้มีความสมบูรณ์ และถูกต้อง ผู้เขียนใคร่ขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณ คุณ ลักษณ์ สิริกุล เจ้าของร้าน Yes Pet Shop ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำธุรกิจ และแนะนำการติดต่อตัวแทนจำหน่ายสินค้า

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณบิดา มารดา และทุกคนในครอบครัวที่อบรมเลี้ยงดูสนับสนุน ให้คำปรึกษา และเป็นกำลังใจที่สำคัญมาโดยตลอดมา และขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจในการศึกษาครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงมาได้

ประโยชน์อันใดที่พึงมีจากการศึกษาในครั้งนี้ ขอมอบแต่ผู้มีพระคุณทุกท่าน แต่หากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้ศึกษาขออนอภัยไว้แต่เพียงผู้เดียว

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทสรุปผู้บริหาร.....	1
2 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ.....	3
ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ.....	3
ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	3
3 ลักษณะการบริการ.....	5
ชนิดของการบริการ.....	5
ลักษณะของบริการ.....	5
4 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	7
สภาวะอุตสาหกรรมและสภาวะตลาด.....	7
การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด.....	8
แนวโน้มทางการตลาด.....	8
กลุ่มตลาดเป้าหมาย.....	9
ลักษณะลูกค้า.....	9
การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน(Five Forces).....	10
คู่แข่ง (Competitor).....	12
รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	13
การวิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ หรือ(SWOT Analysis).....	15
5 แผนการบริหารจัดการ.....	20
ข้อมูลธุรกิจ.....	20
ดำเนินงานโดย.....	20
รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนและสัดส่วนการถือครอง.....	20
ประวัติของผู้บริหาร.....	20
แผนผังองค์กร.....	21

บทที่	หน้า
หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากร.....	21
แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของรัฐกิจ.....	22
วิสัยทัศน์.....	23
พันธกิจ.....	23
เป้าหมายทางธุรกิจ.....	23
ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	23
นโยบายการจ่ายเงินปันผล.....	23
แผนการดำเนินการอื่นๆของรัฐกิจ.....	24
6 แผนการตลาด.....	25
เป้าหมายทางการตลาด.....	25
การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย.....	25
กลยุทธ์ทางการตลาด.....	25
กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด.....	26
7 แผนบริการ.....	28
สถานประกอบการในการบริการ.....	28
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ.....	29
วัตถุดิบสิ้นเปลืองและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ.....	31
เครื่องใช้สำนักงาน.....	32
ข้อมูลการขายสินค้าและบริการ.....	32
ขั้นตอนการขายสินค้าและบริการ.....	32
แผนผังกระบวนการขายสินค้าและบริการ.....	35
8 แผนการเงิน.....	38
การประมาณการในการลงทุน.....	38
ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบการธุรกิจในปัจจุบัน.....	38
สมมติฐานทางการเงิน.....	41
ประมาณการในการบริการรายเดือน.....	42
ประมาณการรายได้จากการบริการ.....	44
ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ.....	45

บทที่	หน้า
ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาขาย.....	48
ประมาณค่าเสื่อมราคา.....	50
ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย.....	51
ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย.....	52
ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	53
ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	54
ประมาณการงบดุล.....	56
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	57
9 แผนผูกเงินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	59
บรรณานุกรม.....	60
ภาคผนวก.....	61
ภาคผนวก ก. ธุรกิจบริการสุนัข (Happy Dog).....	62
ภาคผนวก ข. รายละเอียดแผนผังร้านบริการสุนัข (Happy Dog).....	67
ภาคผนวก ค. ใบรายการการบริการของร้าน.....	75
ประวัติผู้เขียน.....	77

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	3
2	แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน.....	4
3	อัตราค่าบริการแบบคิดค่าบริการปกติ.....	5
4	อัตราค่าบริการแบบ Promotion Set.....	6
5	การเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	13
6	การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	15
7	การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	17
8	รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนสัดส่วนการถือครอง.....	20
9	แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ.....	22
10	เครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ.....	29
11	วัตถุดิบสิ้นเปลืองและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ.....	31
12	เครื่องใช้สำนักงาน.....	32
13	การประมาณในการลงทุน.....	38
14	ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน.....	38
15	สมมติฐานทางการเงิน.....	41
16	การประมาณการในการบริการรายเดือน.....	42
17	การประมาณรายได้จากการบริการ.....	45
18	การประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ.....	46
19	การประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาขาย.....	49
20	แสดงค่าเสื่อมราคา.....	51
21	การประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย.....	52
22	การประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย.....	53
23	การประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	54
24	การประมาณการงบกระแสเงินสด.....	55
25	การประมาณการงบดุล.....	57
26	แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	59
27	แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	60

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	โลโก้ร้าน.....	6
2	แผนผังองค์กร.....	21
3	แผนที่ตั้งสถานประกอบการ.....	28
4	แผนผังการขายตรงหน้าร้าน.....	35
5	แผนผังการให้บริการหน้าร้าน.....	36
6	แผนผังการขายผ่านเว็บไซต์หรือโทรสั่งสินค้า.....	37



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท แสบปี ด็อก จำกัด ได้จัดตั้งร้าน “Happy Dog” ลักษณะโครงการเป็นอาคาร ห้างเช่าชั้นเดียวตกแต่งสไตล์ Modern เน้นสีฟ้าขนาดห้อง 75 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณชั้น G ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ถนนบรมราชชนนี แขวงอรุณ-อัมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10120 ภายในร้านกว้างขวาง เน้นการรักษาความสะอาด และมีการคมนาคมสะดวก

โดยมีแนวคิดมาจากการเล็งเห็นถึงการเลี้ยงสุนัขในปัจจุบัน ซึ่งมีการเลี้ยงเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการเลี้ยงที่เจ้าของมีความใส่ใจและดูแลสุนัขเป็นพิเศษดังนั้น ในการจัดตั้งร้าน “Happy Dog” ผลิตภัณฑ์ที่กิจการเลือกใช้ภายในร้านเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากตลาดลูกค้า ทำให้กิจการไม่จำเป็นต้องเสียค่าประชาสัมพันธ์กับสินค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นคือ อาหารสุนัขของเพดิกรี (Pedigree) ยาสระผม และอุปกรณ์เกี่ยวกับสุนัขของ สลิกกี้ (Sleeky)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ บุคคลทั่วไปที่รักและเอาใจใส่ในการเลี้ยงสุนัขหรือคน ลูกค้ายกทีมใช้บริการห้างสรรพสินค้า และเป็นผู้ที่มีรายได้ปานกลางถึงรายได้สูง

กลยุทธ์ทางการตลาดคือ “เน้นความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด” ตั้งแต่การออกแบบร้าน ให้ดูสะอาดน่าเข้ามาใช้บริการ สินค้าที่ขายภายในร้านและข้าวของที่ใช้กับสุนัขมีมาตรฐานความปลอดภัยต่อสุนัขของลูกค้า ภายใต้อายุที่เหมาะสมอีกทั้งด้านการบริการ มีการบริการเป็นกันเอง

แผนการบริการของร้านจะมีเป้าหมายอยู่ที่การให้บริการสุนัขใน 1 วันที่ 15 ตัวหรือมากกว่าและลูกค้ามีความพึงพอใจต่อราคาและการให้บริการมากที่สุด

แผนการในอนาคตของกิจการร้าน Happy dog จะมีการปรับปรุงการดำเนินการของร้านให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของกิจการในอนาคต และเพิ่มทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น เช่น บริการทดลองเลี้ยงสุนัข ก่อนตัดสินใจเลือกซื้อสุนัขเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ นอกจากนี้อาจเพิ่มบริการสปาสุนัข คลินิกรักษาสุนัข เพื่อให้ธุรกิจมีรูปแบบการบริการที่ครบวงจรมากขึ้น

สรุปผลทางการเงิน กิจการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เท่ากับ 446,314 อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 62.5% ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 2 เดือน

กิจการ ได้มีการจัดทำแผนธุรกิจ ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการความนำเสนอวัตถุประสงค์ของแผน
ธุรกิจ

การนำเสนอแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่ออธิบายถึงแนวความคิดในการทำธุรกิจตลอดจนขั้นตอนต่างๆ

1.1) อธิบายแนวคิดและโอกาสในการทำธุรกิจ

1.2) อธิบายขั้นตอนการทำงานต่างๆในการดำเนินธุรกิจบริการสุนัข

1.3) เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดยผ่านการประเมินผลใน
ทุกขั้นตอนการดำเนินงาน และมีแผนฉุกเฉิน เพื่อป้องกันปัญหาจากปัจจัยต่างๆในการดำเนินธุรกิจ
ที่อาจเกิดขึ้น



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

ประวัติความเป็นมาธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

นางสาวอลิสตา ค่านพงศ์สุวรรณ และ นางสาวอารยา จุ่นเจริญมีความสนใจในธุรกิจเกี่ยวกับการขายสินค้าและการบริการแก่สุนัข เนื่องจากได้เล็งเห็นถึงว่าในปัจจุบันสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัขมีผู้นิยมเลี้ยงกันมาก จึงคิดที่จะทำร้านการให้บริการเกี่ยวกับสุนัขขึ้นมาโดยสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองแก่กลุ่มเป้าหมาย คือ บุคคลทั่วไปซึ่งอาจเป็นประชาชนโดยรอบร้าน รวมไปถึงลูกค้าขาประจำ ด้วยความมีใจรักในการบริการและรักสัตว์ด้วยกัน และมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าอย่างถึงที่สุดของเจ้าของธุรกิจจึงตั้งใจที่จะทำร้านเกี่ยวกับสุนัขขึ้นมา

2.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลา ดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะ แล้วเสร็จ
1.	ศึกษาพื้นที่	2 เดือน	8 มกราคม 2553
2.	ดำเนินการเรื่องเช่าพื้นที่	1 เดือน	8 มีนาคม 2553
3.	ออกแบบรูปแบบร้าน	2 เดือน	8 เมษายน 2553
4.	ติดตั้งอุปกรณ์	1 เดือน	8 พฤษภาคม 2553
5.	ตกแต่งร้าน	4 เดือน	8 กันยายน 2553

ตารางที่ 2 ขั้นตอนแสดงการดำเนินงาน

รายการ	เดือนที่						
	1	2	3	4	5	6	7
การพัฒนาโครงการ							
ศึกษาพื้นที่	■	■					
ดำเนินการเรื่องค่าเช่าพื้นที่			■				
ออกแบบรูปแบบร้าน				■			
ติดตั้งอุปกรณ์					■		
ตกแต่งร้าน						■	■
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	■	■	■	■	■	■	■

บทที่ 3

ลักษณะการบริการ

3.1 ชนิดของการบริการ

- 1.บริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข (ภาคผนวก ก.)
- 2.บริการรับฝากเลี้ยงสุนัข (ภาคผนวก ก.)
- 3.บริการร้านค้าขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข

3.2 ลักษณะของการบริการ

การกำหนดราคาค่าบริการ

กรณีเป็นสุนัขที่ไม่มีปัญหาสุขภาพหรือปัญหาสภาพขนเป็นสังกะตัง การกำหนดราคาค่าบริการเสริมสวยสุนัขขึ้นอยู่กับขนาดและน้ำหนักของสุนัข

ร้านบริการสุนัข Happy Dog คิดอัตราค่าบริการ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ตารางที่ 3 อัตราค่าบริการแบบคิดค่าบริการปกติ

รายการ	ราคา(บาท)
1.อาบน้ำ+ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู	300-500
2.อาบน้ำ+ตัดเล็บ+เช็ดหู	150-300
3.ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู	200-350
4.กำจัดเห็บ – หมัด	50-200
5.รับฝากเลี้ยงสุนัข	100-200

ตารางที่ 4 อัตราค่าบริการแบบ Promotion Set

รายการ	S 1-5 kg.	M 6-10 kg.	L 11-20 kg.
1.อาบน้ำ+ตัดเล็บ+เช็ดหู+ตัดแต่งขน+กำจัดเห็บหมัด	350	400	450
2.ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู+กำจัดเห็บหมัด	300	350	400

หมายเหตุ

ถ้าเป็นสุนัขที่มีปัญหาสุขภาพและปัญหาสภาพขน ราคาบริการจะเพิ่มขึ้น ราคาไม่มีอัตราที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน

ตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 1 โลโก้ร้าน

บทที่ 4

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจหรือสภาพอุตสาหกรรมและสภาพโดยรวมของ ตลาดที่ธุรกิจดำเนินการว่าอยู่ในสภาพเช่นใด ซึ่งเป็นปัจจัยมหภาคซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมและสภาวะตลาด ทั้ง ทางตรงและทางอ้อม อันจะเป็นผลทำให้อุตสาหกรรมหรือตลาดเจริญเติบโตหรือเกิดสภาวะถดถอย ข้อมูลด้านการวิเคราะห์ สภาวะเศรษฐกิจหรือสภาพอุตสาหกรรมและภาพรวมของตลาดจะช่วยเป็นข้อมูลช่วยในการรองรับสมมติฐานต่างๆเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงหรือการขยายตัวของธุรกิจที่กำหนดไว้ในแผนธุรกิจ ว่ามีความเป็นไปได้และน่าเชื่อถือเพียงใด

4.1 สภาวะอุตสาหกรรมและสภาวะตลาด

ปัจจัยจากภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ผู้บริโภคไม่ออกไปเที่ยว หันมาเลี้ยงสัตว์เพื่อความผ่อนคลายและยังได้รับแรงกระตุ้นจากสื่อทำให้วิถีการเลี้ยงสัตว์ของไทยเปลี่ยนไปโดยมีการให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้นเหมือนกับเป็นสมาชิกในครอบครัวซึ่งคนที่ฐานะระดับกลางก็หันมาให้ความสำคัญมากขึ้นต่างจากในอดีตที่จะมีแต่ครอบครัวระดับบนเท่านั้นที่ได้

จากการสำรวจ พบว่า อัตรการเติบโตของธุรกิจเกี่ยวกับสุนัข มีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดด แต่รูปแบบเปลี่ยนไปจากที่ผ่านมาที่จะเป็นร้านเพ็ทชอปที่ครบวงจร โดยการเปิดบริการเฉพาะและพบว่าบริการตัดขนสุนัข (Grooming) ได้รับความนิยมสูงสุด และการขยายจำนวนร้านที่เพิ่มขึ้นมีทั้งการลงทุนเองและซื้อแฟรนไชส์

สำหรับตลาดรวมของธุรกิจร้านเพ็ทชอป หากมองย้อนกลับไปในอดีตที่ผ่านมาจะเห็นว่ากระแสในธุรกิจดังกล่าวไม่เติบโตเท่าที่ควร เนื่องจากผู้บริโภคมองว่าธุรกิจดังกล่าวยังไม่มีความจำเป็นและออกจะเป็นเรื่องของความฟุ่มเฟือย ต่อมาคนเริ่มหันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับธุรกิจสัตว์เลี้ยงมากขึ้น โดยปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคนิยมพาสุนัขมาใช้บริการที่ร้านกรูมมิงมากขึ้น เนื่องจากไม่มีเวลาที่จะทำเอง และการมาที่ร้านก็จะได้รับการทำแบบที่ถูกวิธีกว่า นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสที่จะได้มาพบกับคนที่เลี้ยงสุนัขด้วยกันเพื่อมาพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

4.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

การแบ่งส่วนการตลาดของธุรกิจร้านอาหารบริการสุนัข ไม่ค่อยมีรายละเอียดมากนัก สินค้าที่ขายภายในร้านจะเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่ธุรกิจร้านอาหารต้องมี เช่น อาหารสุนัข ยาสระผม อุปกรณ์สำหรับสุนัข ทั้งหมดขึ้นอยู่กับกาให้บริการเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็น การอาบน้ำสุนัข ตัดขน ตัดเล็บ ตกแต่งขนสุนัข เช็ดหู โดยกิจการแต่ละกิจการจะมีกิจกรรมหลักดังกล่าวอยู่แล้ว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกาเพิ่มบริการอื่นๆเข้าไปเป็นส่วนสนับสนุนยิ่งขึ้น เช่น ทางกิจการร้านอาหารบริการสุนัข (Happy Dog) จะมีการขายสุนัข และบริการใหม่ เป็นการทดลองเลี้ยงสุนัข ซึ่งสร้างความแตกต่างทางการให้บริการกับคู่แข่งรายอื่น จึงเป็นสิ่งจูงใจให้มาใช้บริการ อย่างไรก็ตามไม่ว่าการบริการจะเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดใจได้ดี พื้นที่หรือทำเลที่ตั้งมีส่วนสำคัญ เพราะกิจการเปิดทำการเพียงที่เดียวอาจไม่สามารถจูงใจผู้บริโภคที่อยู่ห่างไกลจากพื้นที่ให้มาใช้บริการได้นอกจากคนที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้า หรือผู้ที่มีความตั้งใจโดยตรงที่จะมาใช้บริการ ดังนั้น ส่วนแบ่งตลาดของกิจการก็จะถูกแบ่งออกไปตามแต่ละพื้นที่

4.3 แนวโน้มทางการตลาด

เมย์ ลอเรนซ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท โส่ง โส่ง โส่ง เพ็ทชอป จำกัด ผู้ให้บริการแพรนไชส์ โส่ง โส่ง โส่ง โส่ง ได้ให้ความเห็นของธุรกิจที่สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตของตลาดสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะตลาดรวมธุรกิจสุนัข ตลอดระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมาขยายตัวกว่า 80% เฉพาะในเขตกรุงเทพฯ ที่ร้านเกี่ยวกับสุนัขกว่า 100 ร้านค้า ซึ่งเป็นธุรกิจที่สวนกระแสเศรษฐกิจ

ส่วนการเติบโตของตลาดธุรกิจสุนัขในช่วงปีที่ผ่านมามีการเติบโต 30% ส่วนปีนี้ตนคิดว่าน่าจะลดลงไปเหลือประมาณ 10% เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ดี เมย์ ลอเรนซ์มองว่าแนวโน้มของธุรกิจตรงนี้น่าจะยังคงอยู่แม้ว่าในช่วงภาวะเศรษฐกิจจะชะลอตัวลงก็ตามเนื่องจากธุรกิจตัวนี้ไม่ได้ลงทุนสูงมากนัก และสำหรับลูกค้าก็ยังมีความต้องการที่จะซื้อสุนัขอยู่แต่อาจจะเป็นสุนัขที่ระดับราคาไม่สูงมากเท่ากับที่ผ่านมาซึ่งก็จะมีกาซื้ออาหารและการมาใช้บริการร้านสุนัขอีกอีก

4.4 กลุ่มตลาดเป้าหมาย

เป้าหมายหลัก

- กลุ่มคนทั่วไปที่เลี้ยงสุนัขอย่างเอาใจใส่ โดยเฉพาะกับความสวยงามของสุนัขที่เลี้ยง
- กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้า

เป้าหมายรอง

- กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขที่ยังไม่เคยใช้บริการร้านสุนัข
- กลุ่มคนทั่วไปที่เลี้ยงสุนัขและผู้มีความสนใจที่จะเลี้ยงสุนัข
- กลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องเลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อนและต้องการผู้ช่วยในการดูแลสุนัข

4.5 ลักษณะลูกค้า

- **ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)**

เนื่องจากที่ตั้งของเซ็นทรัลปิ่นเกล้า เป็นเขตที่มีผู้คนทำการค้าและมีกลุ่มลูกค้าจำนวนมากมาใช้บริการในห้างสรรพสินค้า ดังนั้นกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ จะเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลปิ่นเกล้า และลูกค้าที่อาศัยอยู่ในพื้นที่

- **ด้านประชากร (Demographic Segmentation)**

ปัจจุบันประชากรจะหลีกเลี่ยงการออกไปเที่ยวนอกบ้าน แต่หันมาให้ความสนใจเลี้ยงสัตว์เลี้ยงไว้กับบ้านมากขึ้น สัตว์ที่นิยมเลี้ยง ได้แก่ สุนัข แต่ไม่มีเวลาดูแล กิจการร้านสุนัขจึงได้รับความสนใจในการเลือกใช้บริการ ยังให้ความสำคัญสบายต่อลูกค้าอีกด้วย

- **ด้านจิตวิทยา (Psychology Segmentation)**

กลุ่มผู้ลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับสุนัขค่อนข้างมาก รักสุนัขในขั้น (Love me Love my Dog) ซึ่งจะให้ขายสินค้าและบริการค่อนข้างง่ายสำหรับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้

■ **ด้านพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) มีหลักเกณฑ์ดังนี้**

1.กลุ่มลูกค้าที่เลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อน (รักสุนัข) เลี้ยงสุนัข โดยให้ความสำคัญกับสุนัขในทุกการดูแลให้ความสนใจสุนัขค่อนข้างมากมีความสุขเมื่อได้ดูแลสุนัขนั้นๆกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จะใส่ใจในการเลือกผลิตภัณฑ์ให้กับสุนัขโดยคำนึงถึงการใส่สอยเป็นหลัก ไม่เน้นความสวยงามมากนัก กลุ่มลูกค้าที่เลี้ยงสุนัขตามกระแสหรือแฟชั่น เป็นลูกค้าที่เลี้ยงสุนัขเพื่อสวยงาม เลี้ยงเพราะอาจได้รับอิทธิพลจาก ละคร เพื่อน กลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จะไม่ค่อยคำนึงถึงความต้องการของสุนัขจะซื้อสินค้าตามใจตัวเอง โดยอาจต้องการเป็นสินค้าที่มีรูปลักษณ์แปลกใหม่ มากกว่าประโยชน์

2.กลุ่มผู้ทดลองเลี้ยง เป็นกลุ่มที่มีความสนใจที่จะเลี้ยงสุนัข อาจด้วยเหตุผลต่างๆ ซึ่งเป็นลูกค้าใหม่ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการค่อนข้างน้อย มากกว่าการทดลองเลี้ยงเอง แต่จะมีช่วงแรกของการซื้อสินค้าบางชนิดไปเลี้ยงด้วยตัวเอง

4.6 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน(Five Forces)

1) การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันรายเดิมในธุรกิจ

ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีธุรกิจร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข คลินิกและร้านขายอาหารสัตว์ อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีขนาดย่อมเช่นเดียวกับร้าน Happy Dog ของกิจการ และเนื่องจากร้านให้บริการสุนัขส่วนใหญ่จะมีรูปแบบที่ครอบคลุมทั้ง อาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข และการขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุนัข ซึ่งมีความเหมือนกับธุรกิจเดิมที่มี ร้าน Happy Dog จึงต้องสร้างความแตกต่างของธุรกิจโดยมุ่งเน้นในด้านราคาที่ถูกลงกว่า คำนึงถึงประสิทธิภาพการให้บริการเป็นหลัก มุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ใส่ใจรายละเอียดในการให้บริการสุนัข จัดหาบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับสุนัข มีความรู้เรื่องเครื่องมืออุปกรณ์ ผ่านการอบรมตามหลักสูตร และที่สำคัญต้องเป็นคนรักสุนัขและรักการให้บริการ ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าที่เลือกใช้บริการ และเนื่องจากร้าน Happy Dog มีความได้เปรียบในทำเลที่ตั้งของกิจการ สามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก มีที่จอดรถให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการจึงถือเป็นจุดแข็งของกิจการอีกด้านหนึ่ง

2) การวิเคราะห์คู่แข่งรายใหม่

เนื่องจากแนวโน้มธุรกิจให้บริการสุนัข จะมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีโอกาสที่จะเกิดคู่แข่งรายใหม่ในกิจการเดียวกันนี้อยู่ตลอดเวลา การป้องกัน หรือการตอบโต้ของกิจการรายใหม่เป็นไปได้ยาก ดังนั้น ร้าน Happy Dog จำเป็นจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ และการเพิ่มความหลากหลายในการบริการ เช่น ในอนาคตอาจมีบริการ สปาสุนัข บริการทดลองเลี้ยงสุนัขก่อนตัดสินใจซื้อเพื่อดึงดูดใจลูกค้าของกิจการให้เพิ่มมากขึ้น สินค้าที่ขายภายในร้านอาจเพิ่มความหลากหลาย มีทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น เช่น ทรายห่อผลิตภัณฑ์ที่มีหลายทรายห่อ เป็นต้น กิจการต้องรักษามาตรฐานการให้บริการให้มีคุณภาพ มีการจัดการส่งเสริมการขายสินค้า ให้ลูกค้าพึงพอใจ เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ เพื่อไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามามีส่วนแบ่งทางการตลาด

3) การวิเคราะห์ธุรกิจที่สามารถทดแทนได้

ธุรกิจที่สามารถเข้ามาทดแทนหรือคู่แข่งของร้าน Happy Dog เป็นพวกธุรกิจร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัขทั่วไป ร้านขายอาหารสุนัขและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะ อีกทั้งยังมีร้านค้าที่ขายสุนัขและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุนัขตามตลาดนัดที่พบเห็นบ่อยมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งร้านค้าพวกนี้จะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากกว่า เนื่องจากลูกค้าสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า และการเดินทาง และในบางครั้งร้านค้าพวกนี้อาจมีราคาสินค้าที่ถูกกว่าของกิจการ อาจสร้างความไม่แน่ใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เกิดความสับสน กิจการจึงต้องสร้างความเข้มแข็งด้านกลยุทธ์และความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้ามากขึ้น

4) การวิเคราะห์อำนาจต่อรองลูกค้า

ธุรกิจร้าน Happy Dog เป็นธุรกิจที่เน้นด้านราคาค่าบริการถูก และประสิทธิภาพในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ การบริการที่มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นหลัก ทำให้สร้างความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้เป็นจำนวนมาก การต่อรองของลูกค้าจึงไม่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้น

5)การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์

ซัพพลายเออร์มีส่วนสำคัญของการให้บริการด้านร้านค้าที่ขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุนัข ดังนั้น กิจการจำเป็นต้องมีซัพพลายเออร์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่ธุรกิจต้องการ สินค้าของซัพพลายเออร์นั้นต้องเป็นตราหือที่ลูกค้าส่วนใหญ่ให้การยอมรับ หรือ อาจเป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านค้า และตัวซัพพลายเออร์ควรมีความน่าเชื่อถือและสามารถทำให้ร้านค้าเกิดความไว้วางใจได้ ในปัจจุบันซัพพลายเออร์ขายอาหารสุนัขและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุนัขมีจำนวนหลายราย ทำให้อำนาจต่อรองของธุรกิจมีมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นการเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน ธุรกิจสามารถเลือกซัพพลายเออร์ได้ ทำให้ซัพพลายเออร์มีความต้องการที่จะขาย ธุรกิจจึงสามารถมีอำนาจต่อรองซัพพลายเออร์ได้สูงกว่า

4.7 คู่แข่งขัน (Competitor)

คู่แข่งหลัก คือ แฟรนไชส์ โส่ง โส่ง โส่ง เพ็ทช็อป & กรูมมิงเซ็นเตอร์

คู่แข่งรอง คือ กิจการร้านสุนัข

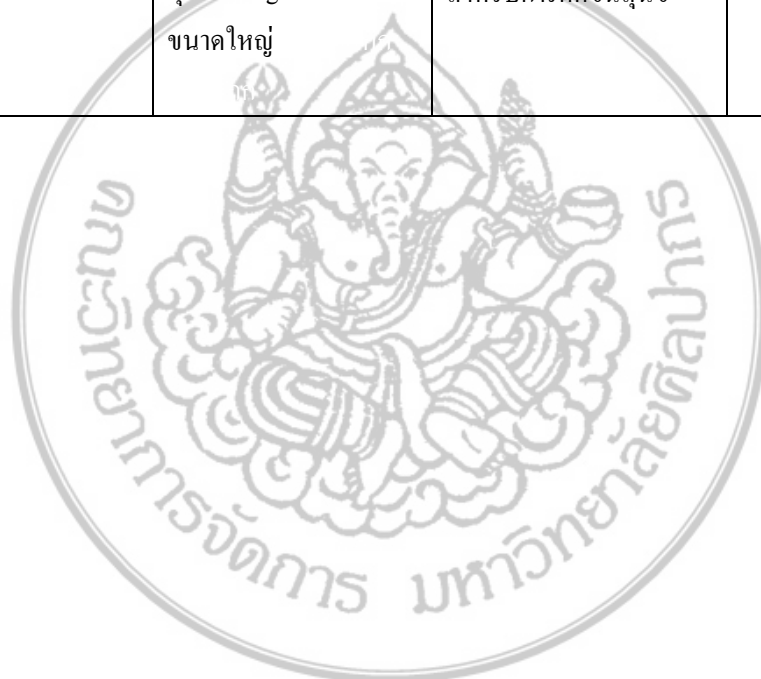
ปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะสุนัข เติบโตจากปีก่อน 10% ผลเนื่องมาจากผู้เลี้ยงเริ่มให้ความสำคัญกับการดูแล ทั้งอาหาร ที่อยู่ และการรักษาโรค รวมถึงกิจกรรมร่วมต่างๆ ซึ่งทำให้ธุรกิจมีขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในแต่ละธุรกิจจะมีรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกัน เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เลี้ยงสุนัข

4.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น

การเปรียบเทียบ	ร้าน Happy Dog	The Pet Shop	Buddy Dog
<p>ด้านสินค้าและบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ สินค้า ▪ บริการ 	<p>สินค้าเป็นสินค้าที่มีตรา ยี่ห้อติดตลาด และ ผลิตภัณฑ์อื่นๆเช่นเพดิก รี อัลโป น้ยาอาบน้ำ เป็นต้น</p> <p>อาบน้ำ, ตัดเล็บ, เช็ดหู ตัดขน ,ตัดแต่งทรงสุนัข , รับฝากเลี้ยงสุนัข</p>	<p>สินค้าเป็นสินค้าที่มีตรา ยี่ห้อติดตลาด ผลิตภัณฑ์ อื่นๆ เช่น เพดิกรี อัลโป น้ยาอาบน้ำ เป็นต้น</p> <p>อาบน้ำ, ตัดเล็บ, เช็ดหู ตัดขน ,ตัดแต่งทรงสุนัข, รับฝากเลี้ยงสุนัข</p>	<p>สินค้าเป็นสินค้าที่มีตรา ยี่ห้อติดตลาด ผลิตภัณฑ์ อื่นๆ เช่น เพดิกรี อัลโป น้ยาอาบน้ำ เป็นต้น</p> <p>อาบน้ำ, ตัดเล็บ, เช็ดหู ตัดขน ,ตัดแต่งทรงสุนัข ,รับฝากเลี้ยงสุนัข</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ด้านราคา 	<p>ราคาแบ่งเป็นตามแพ็คเกจ และขนาด</p> <p>-ลูกสุนัขอายุ 3 เดือนขึ้นไป หรือ สุนัขพันธุ์จิ้งจอก พันธุ์</p> <p>-สุนัขโตพันธุ์เล็ก -สุนัขโตพันธุ์กลาง</p>	<p>ราคาแบ่งเป็นตามแพ็คเกจ และขนาด</p> <p>-ลูกสุนัขอายุ 3 เดือนขึ้นไป หรือ สุนัขพันธุ์จิ้งจอก พันธุ์</p> <p>-สุนัขโตพันธุ์เล็ก -สุนัขโตพันธุ์กลาง</p>	<p>ราคาแบ่งเป็นตามแพ็คเกจ และขนาด</p> <p>-ลูกสุนัขอายุ 3 เดือนขึ้นไป หรือสุนัขพันธุ์จิ้งจอก พันธุ์</p> <p>-สุนัขโตพันธุ์เล็ก -สุนัขโตพันธุ์กลาง</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย 	<p>-จัดตั้งป้ายโฆษณา -ลงโฆษณาอินเทอร์เน็ต www.happydog.com -ทำป้ายโฆษณาติดตาม ชั้นในห้างสรรพสินค้า เช่นทรัลปิ่นเกล้าและฝั่ง ตรงข้ามของห้าง</p>	<p>โฆษณาในอินเทอร์เน็ต</p>	<p>โฆษณาในอินเทอร์เน็ต</p>

<p>■ ด้านส่งเสริม การตลาด</p>	<p>-สมัครสมาชิกฟรีอาบน้ำ ครบเซ็ทสุนัข 2 ครั้ง -ถ้าซื้อสินค้าภายในร้าน ครบ 300 บาทรับหวี แปรงขนสุนัข1 อัน -ถ้าซื้อสินค้าตั้งแต่ 500 – 1000บาท รับทันทีอาหาร สุนัข Pidegree 1 กล่อง ขนาดใหญ่</p>	<p>- อาบน้ำ หรือ อาบน้ำ-ตัด ขน ครบ 5 ครั้ง รับส่วนลด 50 บาท - อาบน้ำ หรือ อาบน้ำ-ตัด ขน ครบ10ครั้ง อาบน้ำฟรี 1 ครั้งหรือแลกเปลี่ยนส่วนลด สำหรับการตัดขนสุนัข</p>	<p>-</p>
---------------------------------------	--	--	----------



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

4.9 การวิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ หรือ SWOT Analysis

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	1.เจ้าของธุรกิจมีความรู้และทักษะความสามารถในการบริหารจัดการ 2.มีบุคลากรที่มีความสามารถ และประสบการณ์ ผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตร 3.มีทำเลที่ตั้งในการดำเนินกิจการที่เหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง 4.มีการควบคุมมาตรฐานและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	1.เป็นกิจการที่มีเจ้าของเพียงคนเดียว จึงต้องจ้างพนักงานที่มีความรู้ความสามารถมาช่วยในการบริหารงาน 2.มีบุคลากรในการบริการจำนวนน้อย 3.เป็นกิจการแรก ยังขาดประสบการณ์ และความชำนาญในการบริหาร
ด้านการตลาด	1.มีการส่งเสริมการตลาดที่ดี มีการสมัครสมาชิกและมีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ 2.ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายในกิจการ 3.สินค้าและบริการที่มีคุณภาพที่เหมาะสมตามความพึงพอใจของลูกค้า 4.มีการจัดทำโปรโมชั่นหลากหลายรูปแบบ เช่น การเก็บข้อมูลประวัติของลูกค้า เพื่อแจ้งโปรโมชั่น	1.มีธุรกิจอภาน้ำ ตัดแต่งขนสุนัขอยู่เป็นจำนวนมาก 2.สามารถมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดได้ง่าย 3.เป็นธุรกิจใหม่ ยังขาดความเข้าใจในการบริการของลูกค้า

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริการ	1.บุคลากรมีความรู้ ความสามารถด้านการให้บริการ 2.บุคลากรมีความรัก ความเข้าใจต่อการเอาใจใส่ดูแลสุนัข 3.เลือกใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัย และใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ 4.เน้นการบริการที่มีความเป็นกันเอง มุ่งสู่ความพึงพอใจของลูกค้าหลังการให้บริการ	1.ขาดความชำนาญในการให้บริการ 2.บริการมีความใกล้เคียงกับคู่แข่ง อาจแตกต่างกัน ในจุดมุ่งหมาย 3.สามารถลอกเลียนแบบการให้บริการได้ง่าย
ด้านการเงิน	1.มีจำนวนเงินลงทุน เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ 2.ใช้ระยะเวลาคืนทุนไม่นาน	1.เป็นการลงทุนระยะยาวทำให้ช่วงแรกขาดสภาพคล่องทางการเงิน 2.ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ในช่วงเริ่มต้นกิจการ

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<p>1.กลุ่มคนทั่วไปที่เลี้ยงสุนัขอย่างเอาใจใส่ โดยเฉพาะกับความสวยงามของสุนัขที่เลี้ยง และให้ความสำคัญกับสุขภาพของสุนัข</p> <p>2.กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขที่ยังไม่เคยใช้บริการร้านสุนัข</p> <p>3.กลุ่มคนทั่วไปที่เลี้ยงสุนัขและมีความสนใจที่จะเลี้ยงสุนัข</p> <p>4.กลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องเลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อนและต้องการผู้ช่วยในการดูแลสุนัข</p>	<p>1.จำกัดเฉพาะกลุ่มลูกค้า</p> <p>2.เนื่องจากลูกค้าจะมีทัศนคติเดิมที่ว่า ทำไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแพงๆ ทำเองดีกว่าประหยัด ธุรกิจจึงต้องพยายามชี้ให้ลูกค้าเปลี่ยนทัศนคติให้เห็นความแตกต่าง และหันมาลองใช้บริการร้านสุนัข</p>
สถานการณ์การแข่งขัน	<p>1.ธุรกิจที่มีคู่แข่งจำนวนมาก ส่งผลกระทบด้านบวกต่อการพัฒนาประสิทธิภาพสินค้าและการให้บริการ เป็นแรงผลักดันในการดำเนินงาน ให้เหนือกว่าคู่แข่ง</p> <p>2.หากต้องการการยอมรับจากลูกค้า ธุรกิจจำเป็นต้องดำเนินกลยุทธ์ในด้านคุณภาพและราคาที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้มาใช้บริการ</p> <p>4.ลูกค้าที่มีการรับรู้ต่อภาพพจน์ที่ดีขององค์กร</p>	<p>1.สามารถเกิดคู่แข่งรายใหม่ได้ตลอดเวลา</p> <p>2.ยากต่อการควบคุมการเกิดใหม่ของคู่แข่ง ธุรกิจเดียวกัน</p> <p>3.ยากต่อการแบ่งส่วนการตลาด จากธุรกิจที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว</p>

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
สังคม	<p>1.คนไทยส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อนเล่น และช่วยเฝ้าบ้าน จึงทำให้ปัจจุบันมีสุนัขจำนวนมาก สุนัขจึงเปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว</p> <p>2.พฤติกรรมของคนในปัจจุบันนิยมเลี้ยงสุนัขพันธุ์ต่างประเทศ ซึ่งสุนัขเหล่านั้นต้องการการเอาใจใส่ดูแลจำนวนมาก เนื่องจากมีราคาที่สูงแพง และมีรายละเอียดที่ค่อนข้างซับซ้อนและพิถีพิถันในการดูแล จึงจำเป็นต้องมีคนช่วยดูแล เอาใจใส่</p>	<p>1.เนื่องจากพฤติกรรมและความชอบของคนส่วนใหญ่มีความแตกต่างกัน ดังนั้น การเลี้ยงสุนัขจึงไม่ใช่ทางเลือกเดียว</p> <p>แต่กลับมีสัตว์ชนิดอื่นที่นิยมเลี้ยง และง่ายต่อการเลี้ยงดู เช่น ปลา แมว นก เป็นต้น สัตว์จำพวกนี้ไม่ต้องการการเอาใจใส่มาก จึงเป็นอีกทางเลือกสำหรับผู้ที่ไม่ค่อยมีเวลามากนัก</p>
กฎหมาย, ข้อบังคับ กฎระเบียบ	<p>1.มีกฎหมายคุ้มครอง</p> <ul style="list-style-type: none"> - คุ้มครองผู้บริโภค - การจดทะเบียนพาณิชย์ 	<p>1.เสียภาษีมูลค่าเพิ่มในจำนวนที่ค่อนข้างมาก</p> <p>2.การดำเนินธุรกิจต้องมีการจัดการ และให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาด และกลิ่นไม่ให้รบกวนภายนอก ซึ่งอาจทำให้เกิดการร้องเรียนได้</p>
เทคโนโลยี	<p>1.มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการสุนัข</p> <p>2.มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่กว้างขวางมากขึ้น เช่น การโฆษณาอินเทอร์เน็ต</p>	<p>1.มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในเครื่องมืออุปกรณ์ ที่ค่อนข้างสูง</p>

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
สภาพเศรษฐกิจ	1.เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ค่อนข้างมีความตึงเครียด ในหลาย ครอบครัวจึงหลีกเลี่ยงความเครียด โดย การหันมาเลี้ยงสัตว์มากกว่าที่จะเสียเงิน ในการทำกิจกรรมอย่างอื่น	1.มีค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุนัขที่ ค่อนข้างสูง และเนื่องจากกลัวว่า ต้องเป็นภาระในการเลี้ยงดู



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5
แผนบริหารการจัดการ

5.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ Happy Dog
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ ชั้น G ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ถนนบรมราชชนนี แขวง
อรุณ-อัมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10120
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ร้านค้าบริการขนาดย่อม

5.2 ดำเนินงานโดย

นางสาวอลิสตา ค่านพงศ์สุวรรณ ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ

5.3 รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนและสัดส่วนการถือครอง

ตารางที่ 8 รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนเงิน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1	นางสาว อลิสตา ค่านพงศ์สุวรรณ	500,000	71
2	นางสาวอารยา จุ่นเจริญ	200,000	29
	รวม	700,000	100 %

5.4 ประวัติของผู้บริหาร

นางสาว อลิสตา ค่านพงศ์สุวรรณ อายุ 22 ปี

การศึกษา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนสตรีรัตนบุรี ปี พ.ศ. 2549
ระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2553

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ.2553 บริษัท ซี พี อินเทอร์เน็ต จำกัด ตำแหน่ง ฝ่ายประสานงานการค้า
ต่างประเทศ

นางสาวอารยา จุ่นเจริญ อายุ 22 ปี

การศึกษา

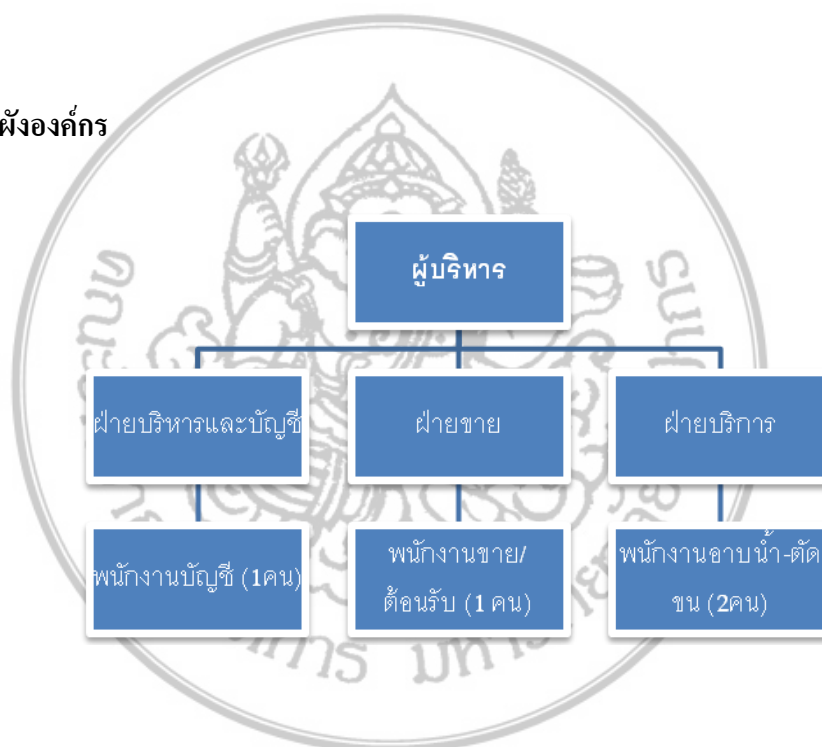
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนสตรีอ่างทอง ปี พ.ศ. 2549

ระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2553

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2553 บริษัท ซี พี อินเทอร์เน็ต จำกัด ตำแหน่ง ฝ่ายจัดซื้อ

5.5 แผนผังองค์กร



ภาพที่ 2 แผนผังองค์กร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

5.6 หน้าทีความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

ตำแหน่ง	พนักงานบัญชี
หน้าที่ความรับผิดชอบ	จัดทำบัญชีของร้าน
การศึกษา/คุณสมบัติ	วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป สาขาวิชาการบัญชี สามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้ และมีความละเอียดรอบคอบ
อัตราเงินเดือน	10,000 บาท

ตำแหน่ง	พนักงานขาย
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ขายสินค้าให้กับลูกค้า มีความสามารถด้านการขาย และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้าคอยบริการความสะอาดสบายให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
การศึกษา/คุณสมบัติ	วุฒิมัธยมศึกษา ม.6 ขึ้นไป เพศหญิง สามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้ และมีความสามารถในการจูงใจลูกค้า มนุษย์สัมพันธ์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาดี สุภาพเรียบร้อย ใจรักงานบริการ
อัตราเงินเดือน	6,000 บาท
ตำแหน่ง	พนักงานอาบน้ำและตัดขน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	อาบน้ำและตัดขนสุนัข
การศึกษา/คุณสมบัติ	ไม่จำกัดเพศ อายุ 20-30 ปี รักสุนัข รักการให้บริการ มีความรู้เกี่ยวกับสุนัข เช่น รูปทรงสุนัข สภาพเส้นขน มีความรู้เรื่องเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ตัดแต่งขนสุนัขให้เหมาะสม กับสุนัขแต่ละพันธุ์ ผ่านการอบรมหลักสูตรเรียนตัดขน มีใบ ประกาศ
อัตราเงินเดือน	8,000 บาท

5.7 แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ตารางที่ 9 แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตรา เงินเดือน	รวม เงินเดือน ต่อปี
1	เจ้าของกิจการ	ผู้จัดการร้าน Happy Dog	1	20,000	240,000
2	ฝ่ายบริหารและ บัญชี	พนักงานบัญชี	1	10,000	120,000
3	ฝ่ายขาย	พนักงานขาย/ต้อนรับ	1	6,000	72,000
4	ฝ่ายบริการ	พนักงานอาบน้ำและตัดขน	2	8,000	96,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			5	44,000	528,000

5.8 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำร้านบริการสุนัขที่ผู้บริโภคถึงเป็นอันดับแรก

5.9 พันธกิจ (Mission)

ให้ความสำคัญกับสุนัขและสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

5.10 เป้าหมายทางธุรกิจ (Goal of Business)

เป้าหมายระยะสั้น (1-2) ปี

1. เพิ่มศักยภาพของพนักงาน และ การบริการ
2. เพิ่มสินค้าให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

เป้าหมายระยะยาว (3-4) ปี

1. เสริมสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับและกล่าวขวัญถึง
2. เป็นผู้นำทางด้านการบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง(สุนัข)
3. มุ่งการประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของร้านให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
4. ร้านสามารถชำระคืนเงินทุนได้
5. สร้างความเชื่อมั่น ในด้านการบริการของร้านให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

5.11 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors)

1. มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสามารถ ความชำนาญ
2. มีบริการที่มีศักยภาพ
3. มีอัตราสินค้าและค่าบริการที่ลูกค้าพึงพอใจ
4. มีผู้บริหารที่มีใจรักในการบริการร้านสุนัขอย่างจริงจัง

5.12 นโยบายการจ่ายเงินปันผล

ทางร้านบริการสุนัข Happy Dog มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลเป็นรายปี โดยจ่ายเงินปันผลตามสัดส่วนของการลงทุน

5.13 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

ร้าน Happy dog จะมีการปรับปรุงการดำเนินการของร้านให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของกิจการในอนาคต และเพิ่มทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น เช่น บริการทดลองเลี้ยงสุนัข ก่อนตัดสินใจเลือกซื้อสุนัขเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ นอกจากนี้ยังอาจเพิ่มบริการสปาสุนัข คลินิกรักษาสุนัข เพื่อให้ธุรกิจมีรูปแบบการบริการที่ครบวงจรมากขึ้น ลูกค้ามีความสะดวกสบาย และเป็นทางเลือกแรกที่ลูกค้านึกถึง



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 6

แผนการตลาด

6.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและตรงต่อเวลา
2. มีกำไรขั้นต้นไม่ต่ำกว่า 10 %
3. สร้างชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

6.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก	กลุ่มคนทั่วไปที่เลี้ยงสุนัขอย่างเอาใจใส่ โดยเฉพาะกับความสวยงามของสุนัขที่เลี้ยง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง	กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขที่ยังไม่เคยใช้บริการร้านสุนัข กลุ่มคนทั่วไปที่เลี้ยงสุนัขและผู้มีความสนใจที่จะเลี้ยงสุนัข กลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องเลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อนและต้องการผู้ช่วยในการดูแลสุนัข

6.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ : จุดเด่นของร้าน คือ มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นจุดสำคัญซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. จัดรูปแบบร้านสไตล์ที่ทันสมัย สะอาด ตกแต่งด้วยวัสดุที่มีคุณภาพ
2. ภายในห้องอาบน้ำสุนัขมีอ่างอาบน้ำเพียงพอแก่การให้บริการ
3. มีที่โซฟารับรองสำหรับลูกค้าที่พาสุนัขมารับบริการ

6.3.1 กลยุทธ์ด้านบริการ

1. เน้นความสำคัญของการบริการทั้งก่อนและหลังการบริการ
2. การบริการต้องมีความ น่าเชื่อถือ สะอาด ปลอดภัย

6.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

การพิจารณาการตั้งราคาของร้าน Happy Dog จะขึ้นอยู่กับราคาแบ่งเป็นตามแพ็คเกจและขนาด การมารับบริการของลูกค้าตามรูปแบบที่ทางร้านตั้งไว้และขึ้นอยู่กับขนาดของสุนัขด้วยเช่นกัน

6.3.3 กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ทางร้านจะมีการจัดตั้งป้ายโฆษณาเพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลทั่วไปได้เข้ามาใช้บริการมีการ
2. ลงโฆษณาในอินเทอร์เน็ต www.happydog.com
3. ทำป้ายโฆษณาติดตามชั้นในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้าและฝั่งตรงข้ามห้าง

6.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น เช่น ได้รับสิทธิพิเศษและของสมนาคุณ ได้แก่
 - สมัครสมาชิก ฟรีอาบน้ำครบแพ็คเกจสุนัข 2 ครั้ง
 - ถ้าซื้อสินค้าภายในร้านครบ 300 บาทรับหวีแปรงขนสุนัข 1 อัน
 - ถ้าซื้อสินค้าตั้งแต่ 500 – 1000 บาท รับทันทีอาหารสุนัข Pidgee 1 กล่อง
2. มีการโฆษณาเพื่อ เป็นการ Promote ร้านดังนี้
 - ติดป้ายโฆษณาบริเวณหน้าห้างเซ็นทรัล, ฝั่งตรงข้ามเซ็นทรัล(เมเจอร์ปิ่นเกล้า)
 - แจกแผ่นพับโฆษณาที่ทางเข้าลานจอดรถของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า
 - โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
 - ติดป้ายไว้หน้าร้านว่ามีโปรโมชั่นอะไรบ้าง

6.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

กิจกรรม	จัดทำป้ายโฆษณาขนาดใหญ่โดยติดไว้ยังจุดที่สำคัญ
ระยะเวลา	2 สัปดาห์ก่อนเปิดร้าน
งบประมาณ	10,000 บาท
ผลที่ได้รับ	ได้สร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนที่สัญจรไปมาและบุคคลทั่วไปที่มาเดินห้างสรรพสินค้า

กิจกรรม	จัดทำใบปลิวโฆษณาร้าน Happy Dog บริเวณทางเข้าลานจอดรถ
ระยะเวลา	1 สัปดาห์
งบประมาณ	3,000 บาท
ผลที่ได้รับ	ประชาชนรับทราบข้อมูลและรู้จักร้านมากยิ่งขึ้น

กิจกรรม จัดทำโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
 ระยะเวลา 2 สัปดาห์
 งบประมาณ 10,000 บาท
 ผลที่ได้รับ ประชาชนรับทราบข้อมูลและรู้จักโครงการมากยิ่งขึ้น

กิจกรรม กิจกรรมส่งเสริมการขายที่หน้าร้าน
 ระยะเวลา 1 เดือน
 งบประมาณ 2,000 บาท
 ผลที่ได้รับ สามารถช่วยกระตุ้นลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 7 แผนบริการ

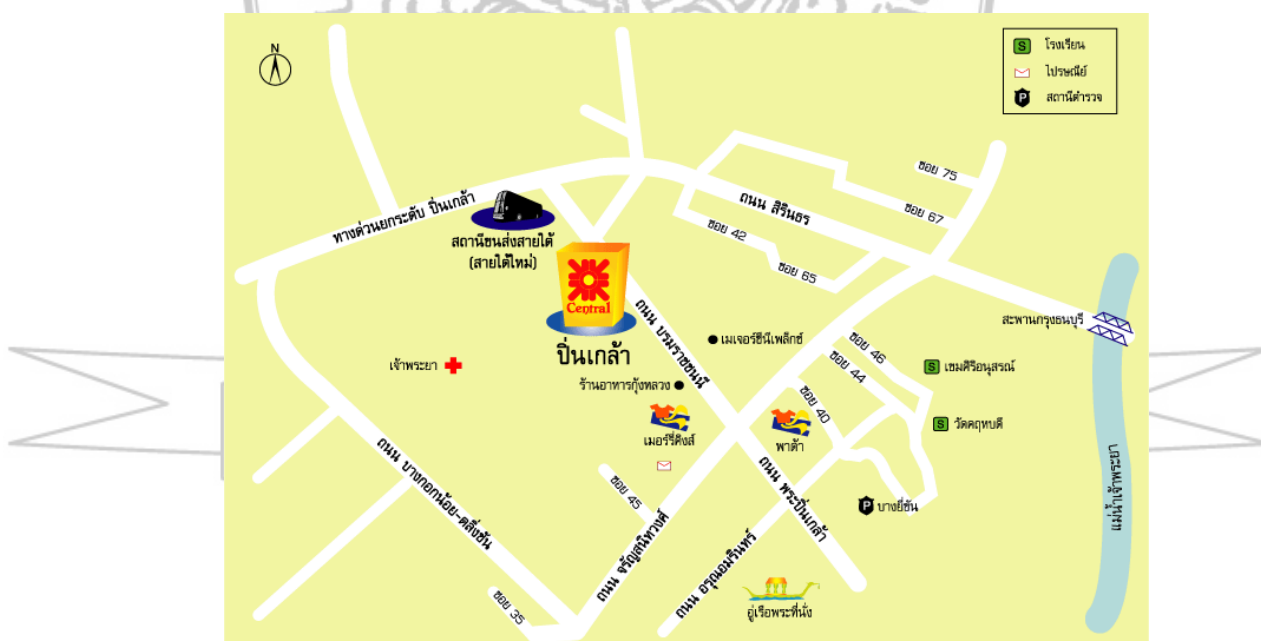
7.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้ง ชั้น G ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า ถนนบรมราชชนนี แขวงอรุณ-อัมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10120

รายละเอียดที่ตั้ง เป็นอาคาร ห้างเช่าชั้นเดียวตกแต่งสไตล์ที่ทันสมัย เน้นโทนสีฟ้าขนาดห้อง 75 ตารางเมตร ภายในร้านประกอบไปด้วยส่วนต่างๆดังนี้

- ห้องอาบน้ำอุ่น
- ห้องตัดตกแต่งขน
- จุดโชว์สุนัขสำหรับขายและให้เช่าเลี้ยง




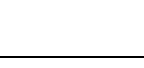


ภายในร้านกว้างขวาง เน้นการรักษาความสะอาด และมีการคมนาคมสะดวก จุดเด่นของโครงการอยู่ที่ทำเลที่ตั้ง ราคา และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก









ภาพที่ 3 แผนที่ตั้งสถานประกอบการ

7.2 เครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ

ตารางที่ 10 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาต่อหน่วย
1	ปัตเลี่ยน andis AGC super2speed 	1	ค้ำจับสำหรับใส่ใบตัดขน	9,500
2	ใบปัตเลี่ยน <ul style="list-style-type: none"> ➤ เบอร์ 10 ➤ เบอร์ 40 (0.01 มม.) สแตนเลส ➤ เบอร์ 9 (2.0 มม.) ของ Oster ทน,ตัดดีกว่า ➤ เบอร์ 4FC (9.5 มม.) ➤ เบอร์ 5F (6.3 มม.) 		สำหรับตัดหน้าและตัดตัวขน เกรียน โถงขนทอ้ง ขนกัน สำหรับตัดขนเท้า สำหรับตัดหน้าและตัดตัวขน เกรียน โถงขนทอ้ง ขนกัน สำหรับตัดสวอยงาม สำหรับตัดสวอยงาม	1,750 1,500 2,000 2,000 2,200
3	กรรไกรตรง  กรรไกรซอย  กรรไกรโค้ง	1 1 1	สำหรับตัดขน สำหรับซอยขนสุนัข สำหรับตัดตามใบหน้า หู เท้า สะโพก	4500 1800 1500
4	สลีกเกอร์ 	1	สำหรับแปรงขนสุนัข	250
5	หวีตรง 	1	สำหรับหวีขนสุนัข	120

6	กรรไกรตัดเล็บ 	1	สำหรับตัดเล็บสุนัข	130
7	เสื้อคลุมตัดขน 	1	สำหรับตัดขน ป้องกันขนติด เสื้อผ้า	1000
8	โต๊ะตัดขน 	1	สำหรับใช้ตัดขนสุนัข	6400
9	ไดร์เป่า 	1	สำหรับไดร์ขนสุนัข	2000
10	อ่างอาบน้ำ 	1	สำหรับอาบน้ำสุนัข	3,200
11	คีมถอนขนหู 	1	ใช้ถอนขนหูเพื่อลดการระคาย ของเชื้อโรคต่างๆในช่องหู	300
12	แผ่นยางปูกันลื่น	6	สำหรับปูกันพื้นลื่น	480
13	ตระกร้อครอบปากสุนัข	3	สำหรับครอบปากสุนัขที่ดุ	300
14	ผ้าเช็ดตัวสุนัข	20 ผืน	เช็ดทำความสะอาด	110
15	ชั้นวางอุปกรณ์และเคมีภัณฑ์	2	สำหรับวางอุปกรณ์ต่างๆ	10,000
16	กรงใส่สุนัขสแตนเลสขนาดใหญ่ (แบ่งเป็น 7 กรงเล็ก)	1	สำหรับใส่สุนัข	25,000

7.3 วัตถุประสงค์เปลี่ยนแปลงและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

ตารางที่ 11 วัตถุประสงค์เปลี่ยนแปลงและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

ลำดับ	รายการ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวนต่อ หน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	แชมพู ลูกสุนัข	175	1 แกลลอน	175
2	แชมพู บำรุงขนผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสั้น	175	1 แกลลอน	175
3	แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนยาว	175	1 แกลลอน	175
4	แชมพูบำรุงขน,ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีขา	175	1 แกลลอน	175
5	แชมพูบำรุงขน,ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีดำ	175	1 แกลลอน	175
6	แชมพูบำรุงขน,ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีน้ำตาล	175	1 แกลลอน	175
7	สเปรย์ขจัดกลิ่น	80	1 ขวด	80
8	สเปรย์ระงับกลิ่นกาย	150	1 ขวด	150
9	น้ำยาผสมอาบน้ำจัดเห็บหมัด	150	1 ขวด	150
10	โลชั่นหรือน้ำหอม	145	1 ขวด	145
11	ผงห้ามเลือด	350	1 ขวด	350
12	แป้งถอนขนหู	180	1 ขวด	180
13	สำลี	180	1 ม้วน	180
14	น้ำยาเช็ดหู	65	1 ขวด	65
15	สเปรย์กำจัดเห็บ หมัด	235	1 ขวด	235
16	สเปรย์ป้องกันขนพันกัน 14 oz.	2,000	1 ขวด	2,000
17	ถุงเก็บขยะ (2 kg.)	38	1 แพ็ค	38
18	ถุงมือ 50 คู่	120	1 แพ็ค	120
19	น้ำยาทำความสะอาด	260	1 แกลลอน	260
20	น้ำยาก่อนอาบน้ำ (12 ซิน)	25	1 แพ็ค	25

7.4 เครื่องใช้สำนักงาน

ตารางที่ 12 เครื่องใช้สำนักงาน

ลำดับ	รายการ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวนต่อ หน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1.	ชุดโซฟาปรับแบก	7,500	1 ชุด	7,500
2.	โทรศัพท์ตั้งโต๊ะ	950	1 เครื่อง	950
3.	เคาน์เตอร์และลิ้นชักเก็บเงิน + เก้าอี้	3,500	1 ชุด	3500
4.	ชั้นวางกลางร้าน ตัวต้น รุ่น Richy	3,800	5 ชั้น	19,000
5.	ชั้นวางริมผนัง ตัวต้น รุ่น Richy	2,300	2 ชั้น	4600
6.	เครื่องปรับอากาศ	15,000	2 เครื่อง	30,000

7.5 ข้อมูลการขายสินค้าและบริการ

กิจการ ได้มีการวางแผนการขายสินค้าโดย ชั้นแรกได้มีการขายสินค้าจากหน้าร้าน โดยตรง ในเขตพื้นที่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า โดยส่วนมากลูกค้าที่มาซื้อหรือใช้บริการจะเป็น กลุ่มลูกค้าที่เลี้ยงสุนัขและบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ และกิจการมีการเปิดขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาชมและสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ผ่านทางออนไลน์ ซึ่งลูกค้าสามารถที่จะชำระเงินผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสะดวกในการ ชำระเงินยิ่งขึ้น

7.6 ขั้นตอนการขายสินค้าและบริการ

ขายโดยตรงหน้าร้าน

เริ่มต้นจากการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทผู้ขายสินค้าโดยตรงไม่ว่าจะเป็นอาหารสุนัข อาหารแมว อุปกรณ์เกี่ยวกับสุนัขและแมว ซึ่งจะทำให้ได้สินค้านำราคาถูกและมีปริมาณมากเพียงพอแก่การจำหน่ายให้แก่ลูกค้ากรณีที่ได้สินค้าไม่ครบหรือสินค้าขาดสต็อกทางร้าน สามารถติดต่อกับทางบริษัทได้โดยตรง บริษัทจะจัดส่งให้ทันที เมื่อทางร้านรับสินค้าที่สั่งซื้อมาแล้วครบตามจำนวน ถูกต้อง ทำการโอนเงินค่าสินค้าให้กับบริษัทผู้ขายสินค้า จากนั้นทำการจัดเรียงสินค้าเข้าชั้นวางสินค้า สำหรับสินค้าบางชนิดที่ต้องขายให้หมดก่อนเวลา ทางร้านจัดทำแบบการขายขึ้นอยู่กับ

สินค้าชนิดนั้น สำหรับอาหารเม็ดจะมีการแบ่งการขายออกเป็น 2 ส่วนคือ การขายเป็นแพ็คเกจใหญ่กับการตัดแบ่งขายเป็นกิโลกรัม ขึ้นอยู่กับจำนวนที่ลูกค้าต้องการ การจัดเรียงสินค้าขายหน้าร้านจะจัดเรียงแยกตามชนิดของตราหือ ขนาดของสินค้า และประเภทของสินค้า เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้านจะพบกับการจัดเรียงสินค้าที่มีความหลากหลาย และทำการเลือกซื้อสินค้า ในขณะที่ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าหากมีความสงสัย สามารถสอบถามข้อมูลของสินค้าจากพนักงานขายสินค้า พนักงานจะทำการตอบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ลูกค้าต้องการ เมื่อได้สินค้าตามต้องการลูกค้าชำระเงินให้กับพนักงานขาย

การให้บริการหน้าร้าน

ทางร้าน Happy Dog ของเราจะมีบริการการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าทุกท่านในการเลือกใช้บริการ เช่น การเลือกเช้ทการอาบน้ำสุนัข หรือการบริการอื่นๆที่เกี่ยวกับสุนัขของท่าน เราจะมีแผ่นข้อมูลรายละเอียดของการใช้บริการทั้งหมดที่ลูกค้าต้องการเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการในแต่ละครั้ง

การบริการเบื้องต้นมีขั้นตอน ดังนี้

1. เมื่อลูกค้านำ สุนัขเข้ามารับบริการ ช่างเสริมสวยจะต้องทำ การตรวจสภาพภายนอกของสุนัขให้ละเอียด เช่น สภาพขน บาดแผลตามตัว เห็บ หมัด เป็นต้น
2. เมื่อเจอสิ่งผิดปกติจากข้อ 1 ให้จดไว้และแจ้งให้เจ้าของสุนัขทราบก่อน เพื่อป้องกันความผิดพลาด หรือความเข้าใจผิดหลังใช้บริการ
3. บอกราคาค่าบริการกับลูกค้า พร้อมระยะเวลาในการบริการ
4. ส่งสุนัขเข้ารับบริการ
5. หลังจากให้บริการสุนัขเรียบร้อยแล้ว จัดสุนัขเข้ากรงเพื่อรอลูกค้ามารับ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ขายผ่านเว็บไซต์หรือโทรสั่งสินค้า

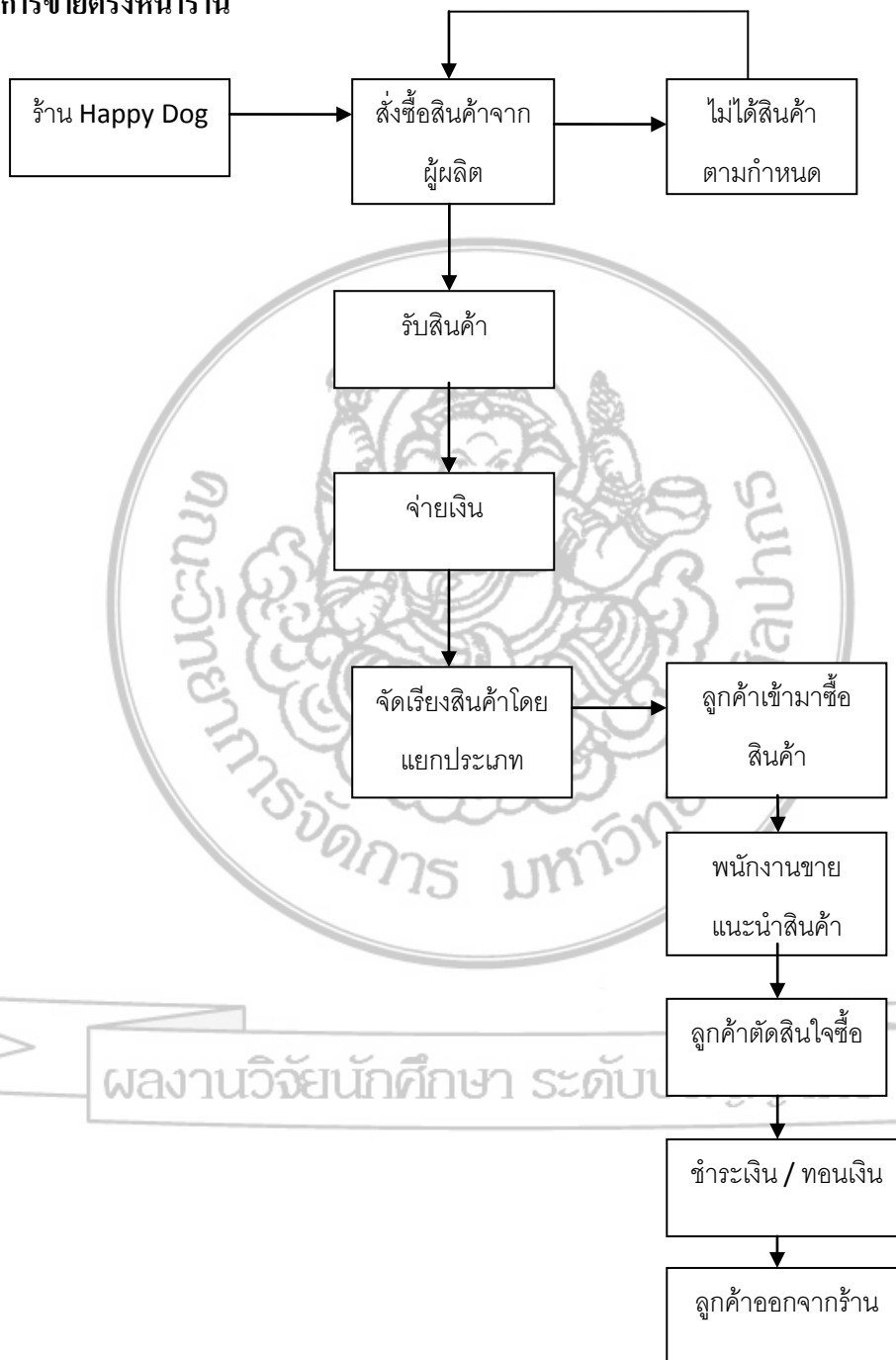
1. ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต (www. Happy Dog .Com)
2. ลูกค้าต้องการสินค้าโทรศัพท์มาสั่งซื้อสินค้าหรือสั่งผ่านอินเทอร์เน็ต
3. ลูกค้าโอนเงินเข้าบัญชีผ่านธนาคาร
4. ฝ่ายขายรับข้อมูลการสั่งซื้อจากโทรศัพท์และเช็คการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต
5. ตรวจสอบข้อมูลการโอนเงินจากบัญชีธนาคาร
6. จัดส่งสินค้าให้ลูกค้าตามการสั่งซื้อ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

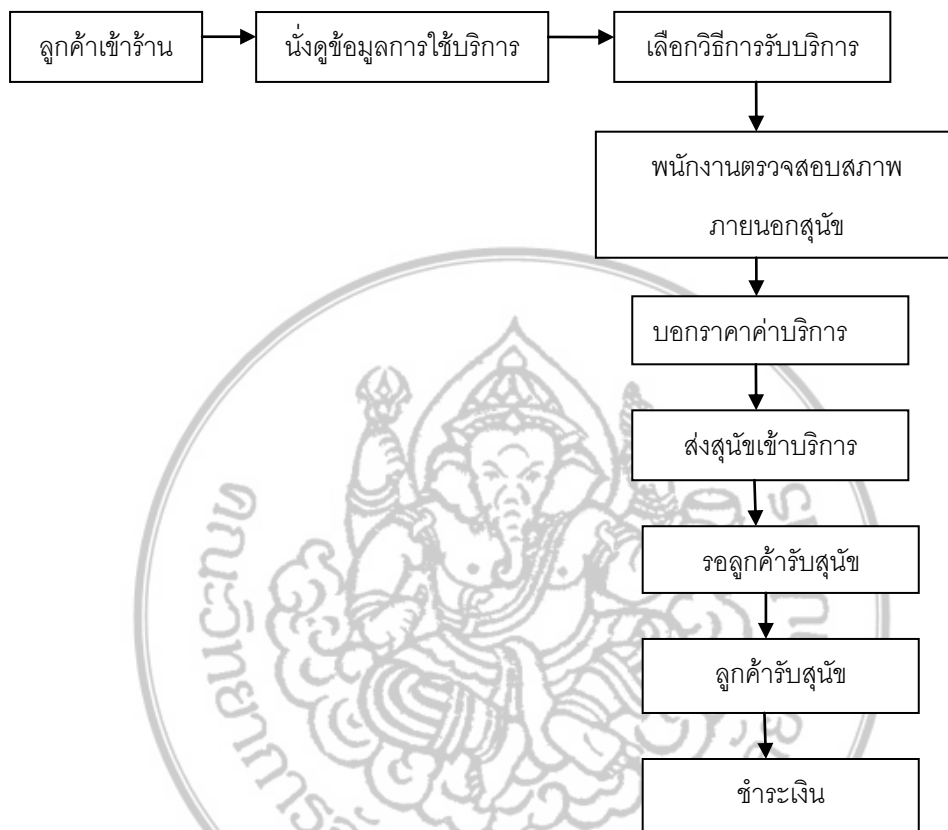
7.7 แผนผังกระบวนการขายสินค้าและบริการ

การขายตรงหน้าร้าน



ภาพที่ 4 การขายตรงหน้าร้าน

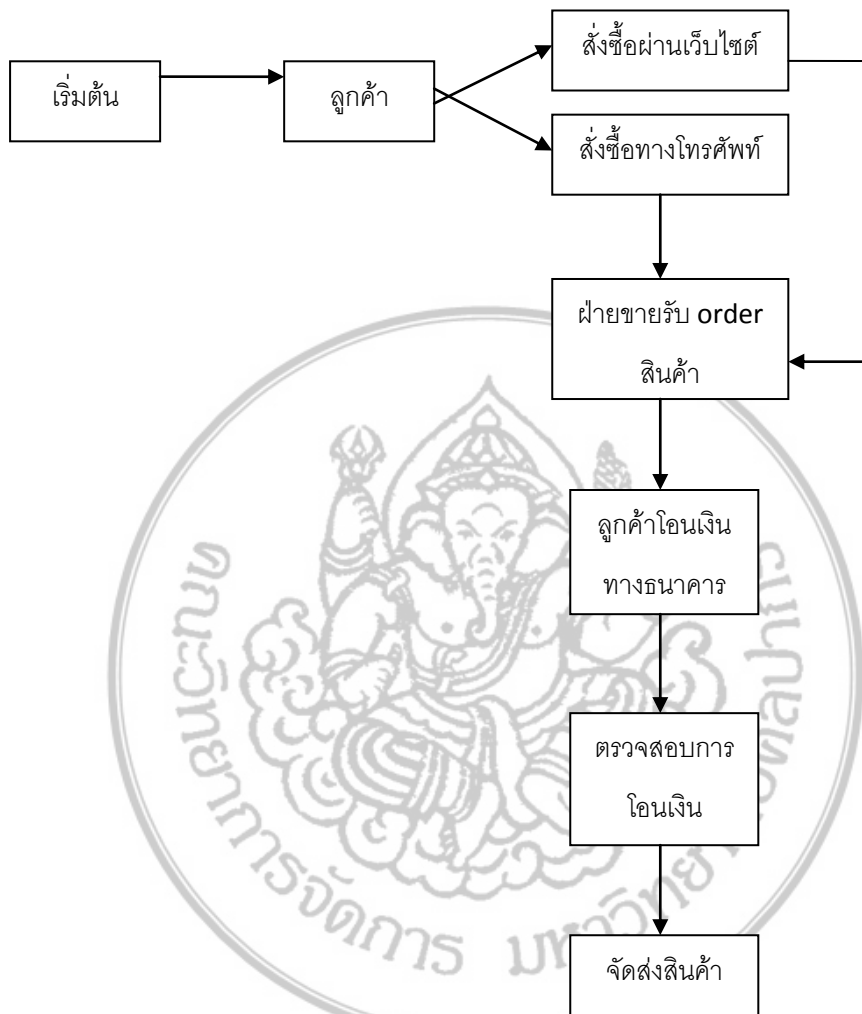
การให้บริการหน้าร้าน



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 5 การให้บริการหน้าร้าน

ขายผ่านเว็บไซต์และการสั่งซื้อทางโทรศัพท์



ภาพที่ 6 การขายผ่านเว็บไซต์หรือโทรสั่งสินค้า

พลัง นวัตกรรมไทย ระดับปริญญาตรี

บทที่ 8
แผนการเงิน

8.1 การประมาณการในการลงทุน

ตารางที่ 13 การประมาณในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินร่วมลงทุน	เงินกู้	รวมมูลค่า
1	น.ส.อลิสา ค่านพงศ์สุวรรณ	500,000	-	-	500,000
2	น.ส.อารยา จุ่นเจริญ	-	300,000	-	300,000
	โครงสร้างทางการเงิน (%)	62.5	37.5	-	100

8.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ตารางที่ 14 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1.	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าพื้นที่ 75 ตรม.	7,000 บาท/เดือน
2.	ค่าตกแต่งร้าน	ทาสี ทำอลูมิเนียม	25,000
3.	เครื่องใช้สำนักงาน	*รายละเอียดลำดับที่ 3	65,550
4.	ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ	*รายละเอียดลำดับที่ 4	105,590
5.	เงินทุนหมุนเวียน	-	50,000
	รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ		267,140

หมายเหตุ

* รายละเอียดลำดับที่ 3

เครื่องใช้สำนักงาน

เครื่องปรับอากาศ 12,000 BTU รวมค่าติดตั้ง

(2 เครื่อง x 15,000 บาท) = 30,000 บาท

ชุดโซฟารับแขก

(1 ชุด x 7,500 บาท) = 7,500 บาท

โทรทัศน์ที่ตั้งโต๊ะ

(1 เครื่อง x 950 บาท) = 950 บาท

เก้าอี้เตออร์และลินชักเก็บเงิน + เก้าอี้

(1 ชุด x 3500 บาท) = 3,500 บาท

ชั้นวางกลางร้าน ตัวคืน รุ่น Richy

(5 ชั้น x 3,800 บาท) = 19,000 บาท

ชั้นวางริมผนัง ตัวคืน รุ่น Richy

(2 ชั้น x 2,300 บาท) = 4,600 บาท

*รายละเอียดลำดับที่ 4

ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ

ปัตเลี่ยน andis AGC super2speed

(2 เครื่อง x 9,500 บาท) = 19,000 บาท

ใบปัตเลี่ยน

เบอร์ 10 (2 ใบ x 1,750 บาท) = 3,500 บาท

เบอร์ 40 (2 ใบ x 1,500 บาท) = 3,000 บาท

เบอร์ 9 (2 ใบ x 2,000 บาท) = 4,000 บาท

เบอร์ 4FC (2 ใบ x 2,000 บาท) = 4,000 บาท

เบอร์ 5F (2 ใบ x 2,200 บาท) = 4,400 บาท

กรรไกรตรง

$$(2 \text{ ด้าม} \times 4,500 \text{ บาท}) = 9,000 \text{ บาท}$$

กรรไกรซอย

$$(2 \text{ ด้าม} \times 1800 \text{ บาท}) = 3,600 \text{ บาท}$$

กรรไกรโค้ง

$$(2 \text{ ด้าม} \times 1500 \text{ บาท}) = 3,000 \text{ บาท}$$

สติกเกอร์-แปรงขนสุนัข

$$(2 \text{ ด้าม} \times 250 \text{ บาท}) = 500 \text{ บาท}$$

$$\text{หวีตรง} (2 \text{ ด้าม} \times 120 \text{ บาท}) = 240 \text{ บาท}$$

กรรไกรตัดเล็บ

$$(2 \text{ ด้าม} \times 130 \text{ บาท}) = 260 \text{ บาท}$$

เสื้อคลุมตัดขน

$$(2 \text{ ตัว} \times 500 \text{ บาท}) = 1,000 \text{ บาท}$$

โต๊ะตัดขน

$$(2 \text{ ตัว} \times 3,200 \text{ บาท}) = 6,400 \text{ บาท}$$

$$\text{ไคร้เป่า} (2 \text{ ตัว} \times 2,000 \text{ บาท}) = 4,000 \text{ บาท}$$

อ่างอาบน้ำ

$$(4 \text{ ตัว} \times 3,200 \text{ บาท}) = 3,200 \text{ บาท}$$

คีมถอนขนหู

$$(2 \text{ ตัว} \times 300 \text{ บาท}) = 600 \text{ บาท}$$

แผ่นยางปูกันลื่น

$$(6 \text{ แผ่น} \times 80 \text{ บาท}) = 480 \text{ บาท}$$

ตระกร้อครอบปากสุนัข

$$(3 \text{ อัน} \times 100 \text{ บาท}) = 300 \text{ บาท}$$

$$\text{ผ้าเช็ดตัวสุนัข} (20 \text{ ผืน}) = 110 \text{ บาท}$$

ชั้นวางอุปกรณ์และเคมีภัณฑ์

$$(2 \text{ ชั้น} \times 5,000) = 10,000 \text{ บาท}$$

กรงใส่สุนัขสแตนเลสขนาดใหญ่(แบ่งเป็น 7 กรงเล็ก)

$$(1 \text{ กรง}) = 25,000 \text{ บาท}$$

8.3 สมมติฐานทางการเงิน

ตารางที่ 15 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า	-	7%	10%	12%	15%
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้	-	7%	10%	12%	15%
การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าบริการ	-	-	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนค่าบริการ	-	9%	7%	6%	5%
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย	-	1%	2%	3%	4%
ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการคำนวณในปี	365				
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ	-				

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

8.4 ประเมินการให้บริการรายเดือน

ตารางที่ 16 ประเมินการให้บริการรายเดือน

รายการ	เดือนที่1	เดือนที่2	เดือนที่3	เดือนที่4	เดือนที่5	เดือนที่6	เดือนที่7	เดือนที่8	เดือนที่9	เดือนที่10	เดือนที่11	เดือนที่ 12
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ												
บริการแบบที่ 1	120	130	140	150	160	170	180	210	220	240	270	300
บริการแบบที่ 2	90	90	90	75	75	80	85	90	80	85	90	90
บริการแบบที่ 3	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
บริการแบบที่ 4	220	230	240	240	260	265	277	312	312	337	372	405
รวมจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	442	462	482	477	507	527	554	624	624	674	744	807
ค่าบริการ(บาท/หน่วย)												
บริการแบบที่ 1	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
บริการแบบที่ 2	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
บริการแบบที่ 3	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
บริการแบบที่ 4	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ค่าบริการเฉลี่ย	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
รายได้จากการบริการ(บาท)												
บริการแบบที่ 1	42,000	45,500	49,000	52,500	56,000	59,500	63,000	73,500	77,000	84,000	94,500	105,000
บริการแบบที่ 2	27,000	27,000	27,000	22,500	22,500	24,000	25,500	27,000	24,000	25,500	27,000	27,000
บริการแบบที่ 3	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
บริการแบบที่ 4	110,000	115,000	120,000	120,000	130,000	132,500	138,500	156,000	156,000	168,500	186,000	202,500
รวมรายได้จากค่าบริการ	180,800	189,300	197,800	196,800	210,300	217,800	228,800	258,300	258,800	279,800	309,300	336,300
เงินอุดหนุนบริการ(บาท)	180,800	189,300	197,800	196,800	210,300	217,800	228,800	258,300	258,800	279,800	309,300	336,300

หมายเหตุ

บริการแบบที่ 1 (อาน้ำ + ตัดแต่งขน + ตัดเล็บ + เช็ดหู + กำจัดเห็บหมัด)

บริการแบบที่ 2 (ตัดแต่งขน + ตัดเล็บ + เช็ดหู + กำจัดเห็บหมัด)

บริการแบบที่ 3 (รับฝากเลี้ยง)

บริการแบบที่ 4 (ขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุนัข)

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

8.5 ประมาณการรายได้จากการบริการ

ตารางที่ 17 ประมาณการรายได้จากการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ		เพิ่ม 7%	เพิ่ม 10%	เพิ่ม 12%	เพิ่ม 10%
บริการแบบที่ 1	2,290	2,450	2,695	3,018	3,320
บริการแบบที่ 2	1,020	1,091	1,200	1,344	1,478
บริการแบบที่ 3	144	154	170	190	209
บริการแบบที่ 4	3,470	3,712	4,083	4,573	5,030
รวมจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	6,924	7,407	8,148	9,125	10,038
ค่าบริการ(บาท/หน่วย)					
บริการแบบที่ 1	350	350	350	350	350
บริการแบบที่ 2	300	300	300	300	300
บริการแบบที่ 3	150	150	150	150	150
บริการแบบที่ 4	500	500	500	500	500
ค่าบริการเฉลี่ย	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
รายได้จากการให้บริการ(บาท)					
บริการแบบที่ 1	801,500	857,500	943,250	1,056,300	1,161,930
บริการแบบที่ 2	306,000	327,300	360,000	403,200	443,520
บริการแบบที่ 3	21,600	23,100	25,500	28,500	31,350
บริการแบบที่ 4	1,735,000	1,856,000	2,041,500	2,286,500	2,515,150
รวมรายได้จากการให้บริการ					
(บาท)	2,864,100	3,063,900	3,370,250	3,774,500	4,151,950
เงินสตรี้งจากการบริการ(บาท)	2,864,100	3,063,900	3,370,250	3,774,500	4,151,950

8.6 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อให้บริการ

ตารางที่ 18 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อให้บริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสินค้าซื้อมาในการบริการ(หน่วย)		เพิ่ม 9%	เพิ่ม 7%	เพิ่ม 6%	เพิ่ม 5%
แชมพู ลูกสุนัข 3800 ซีซี/แกลลอน	6	7	8	9	10
แชมพู บำรุงขนผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสั้น	6	7	8	9	10
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนยาว	6	7	8	9	10
แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสียาว	6	7	8	9	10
แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีดำ	6	7	8	9	10
แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง,สุนัขขนสีน้ำตาล	6	7	8	9	10
สเปรย์จัดกลิ่น	36	39	42	45	47
สเปรย์ระงับกลิ่นกาย	36	39	42	45	47
น้ำยาผสมอาบน้ำจัดเห็บหมัด	48	52	56	60	63
โลชั่นหรือน้ำหอม	24	26	28	30	32
ผงห้ามเลือด	24	26	28	30	32
แป้งถอนขนหู	24	26	28	30	32
สำลี	24	26	28	30	32
น้ำยาเช็ดหู	48	52	56	60	63
สเปรย์กำจัดเห็บ หมัด	24	26	28	30	32
สเปรย์ป้อนกันขนพันกัน 14 oz.	12	13	14	15	16
ถุงเก็บขยะ (2 kg.)	24	26	28	30	32
ถุงมือ 50 คู่	24	26	28	30	32
น้ำยาทำความสะอาด	12	13	14	15	16
หน้ากากอนามัย (12 ชิ้น)	24	26	28	30	32

ตารางที่ 18 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อให้บริการ(ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาในการบริการ					
แชมพู ลูกสุนัข 3800 ซีซี/แกลลอน	175	175	175	175	175
แชมพู บำรุงขนผิวหนัง สำหรับสุนัขสั้น	175	175	175	175	175
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขยาว	175	175	175	175	175
แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขสีขา	175	175	175	175	175
แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขสีดำ	175	175	175	175	175
แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขสีน้ำตาล	175	175	175	175	175
สเปรย์จัดกลิ่น	80	80	80	80	80
สเปรย์ระงับกลิ่นกาย	150	150	150	150	150
น้ำยาผสมอาบน้ำกำจัดเห็บหมัด	150	150	150	150	150
โลชั่นหรือน้ำหอม	145	145	145	145	145
ผงห้ามเลือด	350	350	350	350	350
แป้งทอนขนหู	180	180	180	180	180
สำลี	180	180	180	180	180
น้ำยาเช็ดหู	65	65	65	65	65
สเปรย์กำจัดเห็บ หมัด	235	235	235	235	235
สเปรย์ป้องกันขนพันกัน 14 oz.	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
ถุงเก็บขยะ (2 kg.)	38	38	38	38	38
ถุงมือ 50 คู่	120	120	120	120	120
น้ำยาทำความสะอาด	260	260	260	260	260
หน้ากากอนามัย (12 ชิ้น)	25	25	25	25	25

ตารางที่ 18 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อให้บริการ(ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนสินค้าซื้อมาในการบริการ(บาท)					
แชมพู ลูกสุนัข 3800 ซีซี/แกลลอน	1,050	1,225	1,400	1,575	1,750
แชมพู บำรุงขนผิวหนัง สำหรับสุนัขสั้น	1,050	1,225	1,400	1,575	1,750
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนยาว	1,050	1,225	1,400	1,575	1750
แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขสี ขาว	1,050	1,225	1,400	1,575	1,750
แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขสี ดำ	1,050	1,225	1,400	1,575	1,750
แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขสี น้ำตาล	1,050	1,225	1,400	1,575	1,750
สเปรย์จัดกลิ้ง	2,880	3,120	3,360	3,600	3,760
สเปรย์ระงับกลิ่นกาย	5,400	5,850	6,300	6,750	7,050
น้ำยาผสมอาบน้ำจัดเห็บหมัด	7,200	7,800	8,400	9,000	9,450
โลชั่นหรือน้ำหอม	3,480	3,770	4,060	4,350	4,640
ผงห้ามเลือด	8,400	9,100	9,800	10,500	11,200
แป้งถอนขนหู	4,320	4,680	5,040	5,400	5,760
สำลี	4,320	4,680	5,040	5,400	5,760
น้ำยาเช็ดหู	3,120	3,380	3,640	3,900	4,095
สเปรย์กำจัดเห็บ หมัด	5,640	6,110	6,580	7,050	7,520
สเปรย์ป้องกันขนพันกัน 14 oz.	24,000	26,000	28,000	3,0000	32,000
ถุงเก็บขยะ (2 kg.)	912	988	1,064	1,140	1,216
ถุงมือ 50 คู่	2,880	3,120	3,360	3,600	3,840
น้ำยาทำความสะอาด	3,120	3,380	3,640	3,900	4,160
หน้ากากอนามัย (12 ชั้น)	600	650	700	750	800
รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาในการบริการ(บาท)	82,572	89,978	97,384	104,790	111,751
เงินสดจ่ายค่าสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ	82,572	89,978	97,384	104,790	111,751

8.7 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อขาย

ตารางที่ 19 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนสินค้าซื้อ(บาท)		เพิ่ม 2%	เพิ่ม 2%	เพิ่ม 2%	เพิ่ม 2%
อาหารสุนัขชนิดเม็ด Pedigree					
สูตรลูกสุนัขช่วงหย่านม-3 เดือน	31,680	32,314	32,960	33,619	34,291
สูตรลูกสุนัขที่เพิ่งหย่านม ลูกสุนัข3-12เดือน	104,760	106,855	108,992	111,172	113,396
สูตรสุนัขพันธุ์ทอยและพันธุ์เล็ก	52,560	53,611	54,683	55,777	56,893
สูตรสุนัขอายุ 12 เดือนขึ้นไป ทุกสายพันธุ์	133,560	136,231	138,956	141,735	144,570
สูตรเพดดิกรี สำหรับสุนัขพันธุ์ใหญ่	41,760	42,595	43,447	44,316	45,202
อาหารสุนัขชนิดเปียก					
สูตรลูกสุนัขบรรจุซอง (เพาซ์)	5,616	5,728	5,843	5,960	6,079
สูตรลูกสุนัข บรรจุกระป๋อง	15,120	15,422	15,731	16,045	16,366
สูตรสุนัขพันธุ์เล็ก - ใหญ่	3,744	3,819	3,895	3,973	4,053
สูตรสุนัขพันธุ์เล็ก - ใหญ่ บรรจุกระป๋อง	5,184	5,288	5,393	5,501	5,611
สูตรสุนัขพันธุ์เล็ก - ใหญ่ บรรจุกระป๋อง	15,120	15,422	15,731	16,045	16,366
เพดดิกรี เคนด้าสติก ที่ช่วยขัดฟัน	8,640	8,813	8,989	9,169	9,352
เพดดิกรีมีทเจอกี้	6,048	6,169	6,292	6,418	6,547
ชิกเก้นแรป	11,664	11,897	12,135	12,378	12,625
โรดิโอ	11,664	11,897	12,135	12,378	12,625
สปริงโก้	11,664	11,897	12,135	12,378	12,625
เทสตีโบน	11,664	11,897	12,135	12,378	12,625
STICK ขนมหนุบ SLEEKY	4,320	4,406	4,495	4,584	4,676
สาบรัดขนมหนุบ SLEEKY	4,320	4,406	4,495	4,584	4,676
STICK ขนมหนุบ SLEEKY	4,320	4,406	4,495	4,584	4,676

ตารางที่ 19 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อขาย (ต่อ)

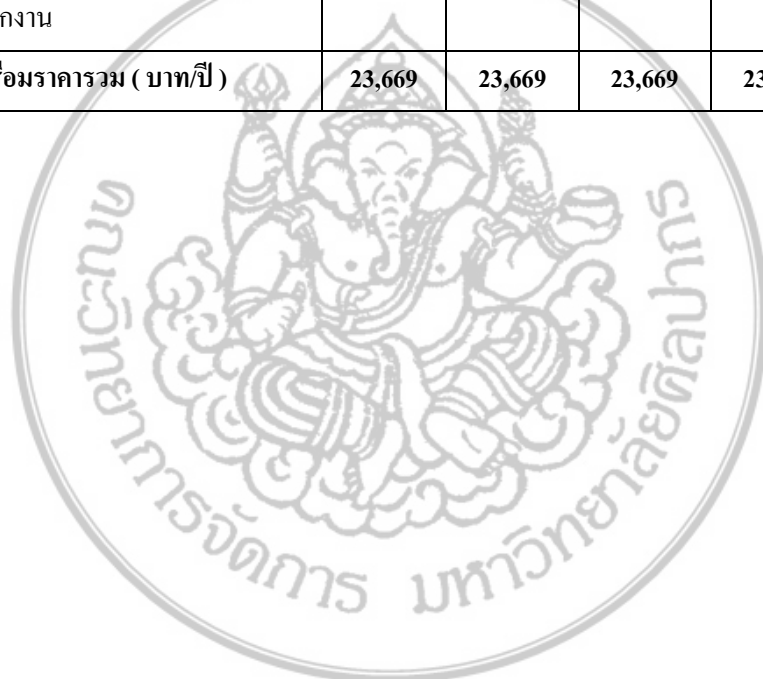
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แชมพูสุนัข					
สูตรลูกสุนัข	25,200	25,704	26,218	26,742	27,277
สูตรบำรุงขนผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสั้น	25,200	25,704	26,218	26,742	27,277
สูตรบำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนยาว	25,200	25,704	26,218	26,742	27,277
สูตรบำรุงขนและผิวหนัง สุนัขขนสีขา	25,200	25,704	26,218	26,742	27,277
สูตรบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีดำ	25,200	25,704	26,218	26,742	27,277
สูตรบำรุงขนและผิวหนัง สุนัขขนสีน้ำตาล	25,200	25,704	26,218	26,742	27,277
สเปรย์ขจัดกลิ่น SLEEKY	4,680	4,774	4,869	4,966	5,066
สเปรย์ระงับกลิ่นกาย SLEEKY	5,400	5,508	5,618	5,731	5,845
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	24,000	24,480	24,970	25,469	25,978
รวมต้นทุนสินค้าซื้อขาย(บาท)	668,668	682,062	695,703	709,617	723,809

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

8.8 ประมาณการค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 20 แสดงค่าเสื่อมราคา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การคำนวณค่าเสื่อมราคา					
ค่าเสื่อม เครื่องมือและ อุปกรณ์ในการบริการ	10,559	10,559	10,559	10,559	10,559
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้ สำนักงาน	13,110	13,110	13,110	13,110	13,110
ค่าเสื่อมราคารวม (บาท/ปี)	23,669	23,669	23,669	23,669	23,669



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

8.9 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย

ตารางที่ 21 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนค่าบริการ(บาท)					
ค่าแรงงาน/พนักงานในการบริการ		เพิ่ม 1%	เพิ่ม 2%	เพิ่ม 3%	เพิ่ม 4%
พนักงานอาบน้ำและตัดขน	96,000	96,960	98,899	101,866	105,941
พนักงานอาบน้ำและตัดขน	96,000	96,960	98,899	101,866	105,941
พนักงานบัญชี	120,000	121,200	123,624	127,333	132,426
พนักงานขาย/ต้อนรับ	72,000	72,720	74,174	76,399	79,455
รวมค่าแรงงานในการบริการ	384,000	387,840	395,596	407,464	423,763
ค่าไฟฟ้าในการบริการ (เดือนละ 2,000)	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าน้ำประปาในการบริการ (เดือนละ 800)	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ	82,572	89,978	97,384	104,790	111,751
ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือ	25,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการบริการ	50,000	36,000	36,000	36,000	36,000
รวมต้นทุนการบริการ(1)	548,172	559,418	574,580	593,854	617,114
ค่าเสื่อมราคาส่วนของการบริการ (บาท)					
ค่าเสื่อมเครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ	10,559	10,559	10,559	10,559	10,559
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการบริการ(2)	10,559	10,559	10,559	10,559	10,559
รวมต้นทุนการบริการ	558,731	569,977	585,139	604,413	627,673
ต้นทุนสินค้าซื้อขาย(บาท)	668,668	682,062	695,703	709,617	723,809
รวมต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย	1,227,399	1,252,039	1,280,842	1,314,030	1,351,482

8.10 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

ตารางที่ 22 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนผู้บริหาร	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าเช่าพื้นที่	84,000	84,000	84,000	84,000	84,000
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์	14,400	15,600	16,800	18,000	19,200
ค่าเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	84,000	90,000	90,000	90,000	90,000
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	429,615	765,975	842,563	943,625	1,302,300
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (1)	888,015	1,231,575	1,309,363	1,411,625	1,771,500
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	13,110	13,110	13,110	13,110	13,110
รวมค่าเสื่อมราคา(2)	13,110	13,110	13,110	13,110	13,110
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย (1)+(2)	901,125	1,244,685	1,322,473	1,424,735	1,784,610

8.11 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 23 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการบริการ	2,864,100	3,063,900	3,370,250	3,774,500	4,151,950
รวมรายได้	2,864,100	3,063,900	3,370,250	3,774,500	4,151,950
หัก – ต้นทุนการบริการและ ต้นทุนขาย	(1,254,399)	(1,279,039)	(1,307,842)	(1,341,030)	(1,378,482)
กำไรขั้นต้น	1,609,701	1,784,861	2,062,408	2,433,470	2,773,468
หัก – ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และการขาย	(901,125)	(1,244,685)	(1,322,473)	(1,424,735)	(1,784,610)
กำไรจากการดำเนินการ	708,576	540,176	739,935	1,008,735	988,858
หัก – ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติ บุคคล	708,576	540,176	739,935	1,008,735	988,858
หัก – ภาษีเงินได้นิติบุคคล	(106,286)	(135,044)	(184,984)	(252,184)	(296,657)
กำไรสุทธิ	602,290	405,132	554,951	756,551	692,201
หัก – เงินปันผลจ่าย (30 %)	(180,687)	(121,540)	(166,485)	(226,965)	(207,660)
กำไรสะสม	421,603	283,592	388,466	529,586	484,540

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

8.12 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 24 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ						
ทุน	196,140	603,860	-	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-
เงินกู้เงินหมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
รายได้ที่เก็บได้ในปีเดียวกัน	-	2,864,100	3,063,900	3,370,250	3,774,500	4,151,950
รายได้ที่เก็บได้ในปีถัดไป	-	-	-	-	-	-
รวมเงินสดรับ(A)	196,140	3,467,960	3,063,900	3,370,250	3,774,500	4,151,950
เงินสดจ่าย						
ค่าตกแต่งร้าน	25,000	5000	5000	5000	5000	5000
ค่าเครื่องใช้สำนักงาน	65,550					
ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ	105,590					
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน						
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการ		585,731	596,977	612,139	631,413	654,673
เงินสดจ่ายค่าสินค้าซื้อมาเพื่อขาย		668,668	682,062	695,703	709,617	723,809

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 24 ประมาณการงบกระแสเงินสด(ต่อ)

เงินสดจ่ายค่าจ่ายการบริหารและการขาย		901,125	1,244,685	1,322,473	1,424,735	1,784,610
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ		50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
จ่ายภายในปีถัดไป		106,286	135,044	184,984	252,184	312,967
เงินปันผลจ่าย		180,687	121,540	166,485	226,965	219,077
รวมเงินสดจ่าย(B)	196,140	2,497,497	2,835,308	3,036,784	3,299,914	3,750,135
เงินสดคงเหลือต้นงวด(1 ม.ค)			970,463	1,199,055	1,532,521	2,007,107
เงินสดคงเหลือระหว่างงวด		970,463	228,592	333,466	474,586	456,179
เงินสดคงเหลือปลายงวด(31 ธ.ค.)		970,463	1,199,055	1,532,521	2,007,107	2,463,286

8.13 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 25 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	-	970,463	1,199,055	1,532,521	2,007,107	2,436,647
สินค้าคงเหลือ	-	-	-	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	8,815	312,382	19,388	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-	979,278	1,511,437	1,551,909	2,007,107	2,436,647
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์สุทธิ	-	-	-	-	-	-
ค่าตกแต่งร้าน	25,000	5000	5000	5000	5000	5000
ค่าเครื่องใช้สำนักงาน	65,550	52,440	39,330	26,220	13,110	0
ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ	105,590	95,031	84,472	73,913	63,354	52,795
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	196,140	152,471	128,802	105,133	81,464	57,795
รวมสินทรัพย์	196,140	1,131,749	1,640,239	1,657,042	2,088,571	2,494,442

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 25 ประมาณการงบดุล(ต่อ)

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	106,286	135,044	184,984	252,184	296,657
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	106,286	135,044	184,984	252,184	296,657
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	115,736	158,294	208,234	275,435	381,272
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนของเจ้าของ	196,140	603,860	800,000	800,000	800,000	800,000
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	421,603	705,195	672,058	918,052	1,014,126
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	196,140	1,025,463	1,505,195	1,472,058	1,718,052	1,814,126
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	196,140	1,131,749	1,640,239	1,657,042	1,970,236	2,110,784

8.14 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 26 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการวิเคราะห์	หน่วย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน						
อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	เท่า	9.21	11.19	8.39	7.96	8.21
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick ratio)	เท่า	9.21	11.19	8.39	7.96	8.21
การวัดความสามารถในการดำเนินงาน						
อัตรากำไรสุทธิ	รอบ	18.78	23.79	32.06	46.33	71.84
อัตราหมุนของสินทรัพย์รวม	รอบ	2.53	1.87	2.03	1.81	1.66
การวัดความสามารถในการชำระหนี้						
อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	%	0.10	0.10	0.13	0.13	0.15
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	%	0.10	0.10	0.13	0.14	0.18
อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้	เท่า	-	-	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน						
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	%	0.53	0.25	0.33	0.36	0.28
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น(ROE)	%	0.59	0.27	0.38	0.44	0.38
อัตรากำไรขั้นต้น	%	0.56	0.58	0.61	0.64	0.67
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	%	2.27	3.30	2.79	2.41	2.80
อัตรากำไรสุทธิ	%	0.21	0.13	0.16	0.20	0.17
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน						
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)		515,407				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)		71%				
ระยะเวลาคืนทุน		9 เดือน 28 วัน				

บทที่ 9

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงเป็นการแสดงแผนการป้องกันความเสี่ยง จากการประเมินถึงความเสี่ยงด้านต่างๆที่อาจเกิดกับธุรกิจ หรือแผนฉุกเฉินของธุรกิจต่อความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นนั้นตามที่คาดคะเนไว้ โดยเป็นการประเมินความเสี่ยงตามแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิต แผนการเงิน โดยอาจจะพิจารณากำหนดจากส่วนที่เป็นจุดอ่อน หรือปัญหาของธุรกิจ

ตารางที่ 27 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	ผลกระทบของคู่แข่ง	บริเวณที่ตั้งของ Happy Dog อาจมีคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงเปิดร้านเพิ่มขึ้น	เน้นการบริการที่สร้างความประทับใจและการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ
2	ความเสี่ยงจากการขายสินค้าไม่หมดก่อนเวลาที่กำหนด	ความเสี่ยงจากการมีสินค้าค้างสต็อก	ทำการลดราคา หรือขายควบกับสินค้าบางตัวเพื่อลดปัญหาสินค้าหมดอายุ
3	การเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าบางประเภท	การปรับราคาสินค้าทำได้ยาก ลูกค้าจะสับสน ทำให้อาจเปลี่ยนร้านได้	สร้างความเข้าใจให้กับลูกค้า ในการปรับราคาสินค้า ชี้ให้เห็นข้อเท็จจริง
4	การบริการที่ล่าช้า	กรณีที่ในบางวันกิจการมีลูกค้ามาใช้บริการเยอะ ทำให้เกิดความล่าช้า อาจสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้า	สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การจัดคิวหรือระยะเวลามารับสุนัขเพื่อไม่ให้ลูกค้าเสียเวลา

สรุป จากแผนฉุกเฉินและแผนประเมินความเสี่ยงข้างต้น กิจการได้มีการสำรวจและเก็บข้อมูลผลเป็นระยะๆทำให้ทราบถึงมาตรการป้องกันปัญหาและแนวทางในการหาทางแก้ไข เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

บรรณานุกรม

คณะบุคคลซอฟต์แวร์อินฟินิตี้. แผนธุรกิจตัวอย่างแผนธุรกิจ ธุรกิจ อุตสาหกรรม businessplan(Online).

เข้าถึงเมื่อ 22 ธันวาคม 2553.เข้าถึงได้จาก <http://www.softinfinity.net/business.asp>.

จุม อาร์ท(นามแฝง).PetzaCompany ร้านอาหารสัตว์(Online).เข้าถึงเมื่อ 23 ธันวาคม 2553.เข้าถึงได้

จาก <http://www.petzacompany.com>.

ณรงค์ อนันต์เลิศกุล. โรงเรียนสอนตัดขนสุนัข โกลด์มีเพ็ท กรุ๊ปมิ่งแอนดสปา(Online). เข้าถึงเมื่อ 15

ธันวาคม 2553.เข้าถึงได้จาก <http://www.hatyaidog.com>.

ชนินทร์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ. “ เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการและการจัดการการเงิน .” ในเอกสารการ

สอนชุดวิชาเศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการและการจัดการการเงิน บทที่ 8-10มหาวิทยาลัย

ศิลปากร, 1-223. เพชรบุรี: สำนักงานบริการการสอน, 2551.

_____. “เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการและการจัดการการเงิน .” ในเอกสารการสอนชุดวิชา

เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการและการจัดการการเงิน บทที่ 11-15 มหาวิทยาลัยศิลปากร,

1-223. เพชรบุรี: สำนักงานบริการการสอน, 2551.

ผู้จัดการออนไลน์. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง(Online).เข้าถึงเมื่อ 22 ธันวาคม 2553.เข้าถึงได้จาก

<http://www.softinfinity.net/business.asp>.

พ้อมีโชค(นามแฝง). ร้านเพ็ทโฮม(Online).เข้าถึงเมื่อ 18 ธันวาคม 2553 เข้าถึงได้จาก

<http://www.pethomeshop.com>.

มนัสนันท์ เกิดน. ร้าน Always Pet Shop ขาย จำหน่ายอาหารสุนัข ราคาปลีก-ราคาส่ง (Online).

เข้าถึงเมื่อ 16 ธันวาคม 2553.เข้าถึงได้จาก <http://www.Alway petshop.com>.

มนูญ(นามแฝง). ร้าน Manoon PetShop(Online).เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2553 เข้าถึงได้จาก

<http://www.manoonpetshop.co.th/index.php>.

ลักขณา สิริกุล. ร้าน Pet shop ออนไลน์ (Online) .เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก

<http://www.yespetshop.com>.



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก ก. ธุรกิจบริการสุนัข (Happy Dog)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตัวอย่างการบริการสุนัข

ขั้นตอนที่ 1

ตัดขนใต้เท้าสุนัข เพื่อให้มีขนใต้เท้า เป็นการป้องกันไม่ให้ไต้ฝุ่นเท้าสุนัขอักเสบ หากสุนัขไม่ได้รับการดูแลอาจจะทำให้เกิดเชื้อราและโรคผิวหนัง



ขั้นตอนที่ 2

ตัดบริเวณง่ามเท้า ยกสูงขึ้นไปจนถึงนิ้วตั้ง เนื่องจากพู่เคิลมีลักษณะการเดินที่ดูสง่า มีเท้าเล็กและเรียว การตัดจึงมักจะนิยมเปิดเท้ายกสูงขึ้นไป เพื่อให้ดูดีและไม่ให้ขนเท้าเปราะเปื้อน



ขั้นตอนที่ 3

เปิดขนใต้ท้องตั้งแต่ข้อพับขาหลังด้านใน สูงขึ้นไปถึงร่องเว้าตรงช่องอก การตัดขนบริเวณนี้ เปรียบเหมือนการทำ ความสะอาดไม่ให้ปัสสาวะของสุนัขเปราะเปื้อน อับชื้น และมีกลิ่นเหม็น ผู้เลี้ยงต้องหมั่นดูแลรักษาความสะอาด เพราะหากปล่อยปละละเลยจะทำให้ใต้ท้องของสุนัขเป็นตุ่มแดง จนลุกลามกลายเป็น โรคผิวหนังได้ในที่สุด



ขั้นตอนที่ 4

เปิดขนบริเวณรอบๆ รูทวาร เพื่อไม่ให้อุจจาระเปรอะหมักหมม ทำให้มีกลิ่น



ขั้นตอนที่ 5

ถอนขนในหู และถอนขนบริเวณรอบๆ ออกให้สะอาด



ขั้นตอนที่ 6

การสาางขนต้องใช้ความพิถีพิถันเป็นอย่างมก ผู้ให้บริการต้องค้อยๆ ใช้แปรงลวดแปรงขนสุนัข การแปรงขนที่ถูคต้องค้การแปรงด้วยค้การสะบัดข้อมือ ไม้ใช้แรงขูดแปรงลวดลงไปที่ขน เพราะวิธีนั้น เส้นลวดอาจไปขูดถูคผิวหนังสุนัข ทำให้เกิดบาดแผลได้ และถ้ตรงจุดไหนเป็นก้อน สังกะต้งก็ใช้มน้ยาสาางสังกะต้ง นิดท้ิงไว้สักครู่ เพื่อให้เส้นขนที่พันกันคลายตัว แล้วใช้หวีเหล็กค้อยๆ สาางออกจนหมดท้ิงตัว



ขั้นตอนที่ 7

เป็นขั้นตอนอาบน้ำสุนัข

- เริ่มต้นด้วยการนำ สุนัขใส่อ่างอาบน้ำ จับปลอกคอไว้ให้ดี เพื่อให้สุนัขอยู่นิ่งในอ่าง ไม่กระโดดออกมาใช้แผ่นกันลื่นรองใต้อ่าง ปั่นสำลีเป็นก้อนกลมๆ แล้วใส่เข้าไปในหูสุนัข เพื่อป้องกันน้ำเข้าหู ยึดปลอกคอไว้ให้ดี แล้วเริ่มราดน้ำลงบนตัวสุนัข (อย่าราดบนหัวสุนัข)

- ใช้มือข้างหนึ่งจับปลอกคอไว้ มืออีกข้างเทแชมพูลงบนหลังสุนัข เริ่มต้นด้วยการถูนวดเบาๆ ให้สุนัขขยับตัวขึ้นมา รวมทั้งได้ขยับขนลงไป ถูไปเรื่อยๆ จนมั่นใจว่าสุนัขได้รับการทำความสะอาดดี

- ใช้สองมือนวดหัวสุนัขเบาๆ ไม่จำเป็นต้องจับปลอกคอไว้ในขั้นตอนนี้อะไรให้ฟองแชมพูเข้าตา รูหู หรือปาก

- ล้างฟองที่หัวออกก่อน ราดน้ำลงกลางหัว อย่าให้เข้าหู เมื่อหมดฟองและแน่ใจว่าสะอาดแล้ว ใช้ผ้าเช็ดหัวสุนัขให้แห้ง

- หลังจากนั้นราดน้ำที่ตัวเพื่อล้างฟองออก ราดน้ำเยอะๆ ให้แน่ใจว่าล้างฟองออกหมด เพราะถ้าไม่หมดจะทำให้สุนัขระคายเคือง เมื่อเกาแล้วจะเป็นแผล



ผลงานวิจัยนี้

วิทยากร

ขั้นตอนที่ 8

เมื่อนำสุนัขขึ้นจากอ่างอาบน้ำ รีบเช็ดตัวสุนัขให้หมาดๆ แล้วเป่าขนสุนัขให้แห้ง ล้างเอาสำลีออกจากหูสุนัข และใช้น้ำยาเช็ดหู เช็ดบริเวณหูและใบหูให้เรียบร้อย



ขั้นตอนที่ 9

เมื่อเป่าขนแห้งสนิทแล้ว ตัดแต่งขนบริเวณหัวตา เพื่อไม่ให้เส้นขนยาวบังลูกตา และเป็นการป้องกันขนบริเวณตาที่มันยตาของสุนัข เพราะขนที่ชี้ที่มันยตา อาจทำให้สุนัขระคายเคืองเป็นหนอง จากนั้น ใช้กรรไกรตัดแต่งบริเวณหัวของสุนัขให้ดูดี



รับฝากเลี้ยงสุนัข

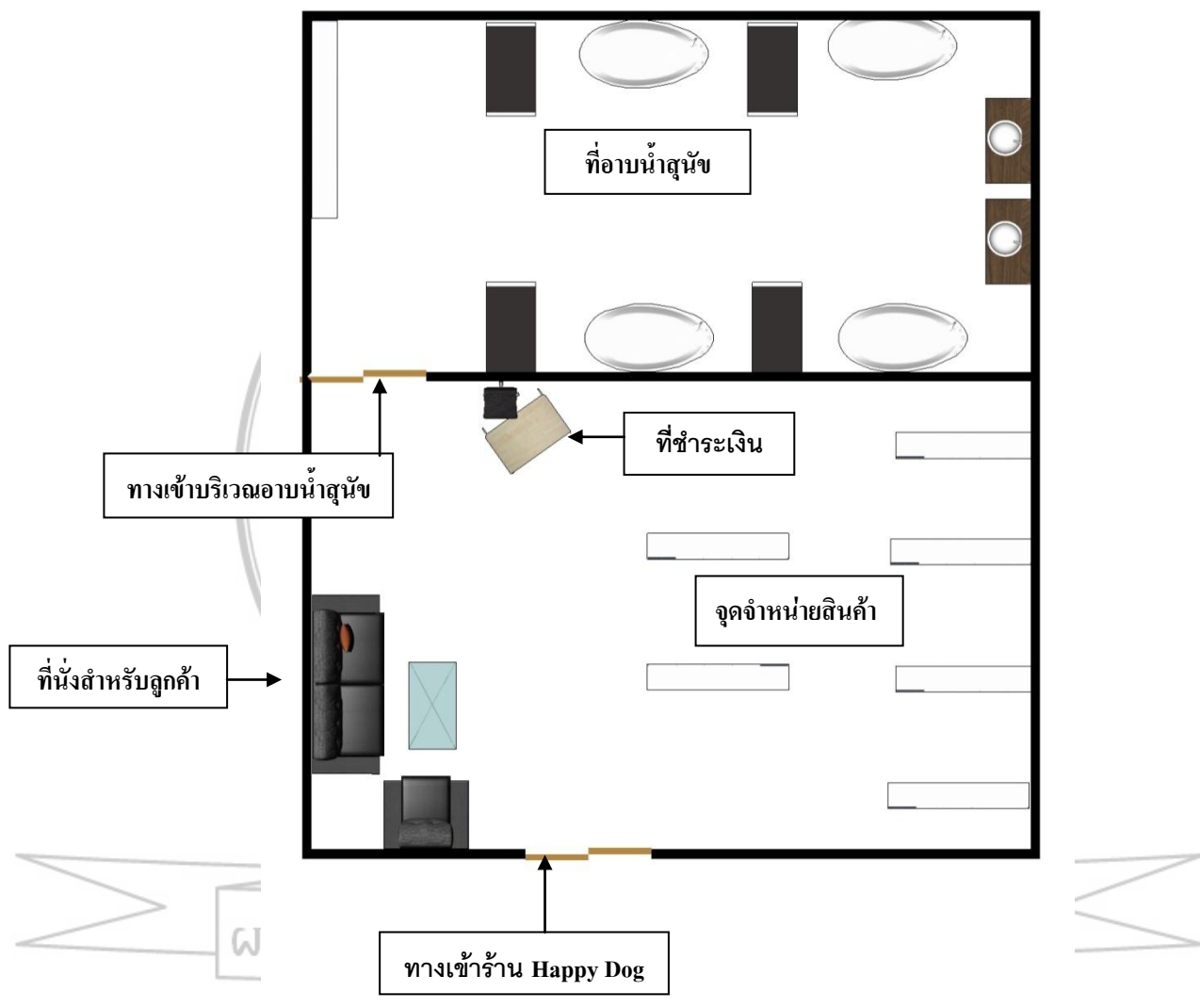
โดยเริ่มจากต้นทุนความรักที่มีต่อสัตว์เลี้ยงของตน โดยอาศัยพื้นที่ภายในร้านเปิดให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัข ในช่วงเวลาเสรีๆ ของน้องหมา ณ เวลาที่ต้องห่างไกลจากคนที่รัก (เจ้าของ) ณ ที่แห่งนี้ ร้านบริการสุนัขหลังนี้เต็มไปด้วยความรักและมิตรภาพ เพราะสุนัขไม่ใช่แค่สุนัข แต่คงเป็นเพื่อนแท้ หรือแม่กระทั่งลูกของใครบางคน คุณจะมั่นใจได้ว่าน้องหมาจะอยู่อย่างมีความสุขตลอดเวลาที่พอกับเรา เพราะที่นี่เราเลี้ยงดูแลสุนัขด้วยความรักที่มีต่อสุนัขเช่นเดียวกับคุณ สุนัขจะได้รับการดูแลเอาใจใส่อย่างเพียงพอ มีที่ให้ไว้วิ่งเล่นผ่อนคลายจากความคิดถึง



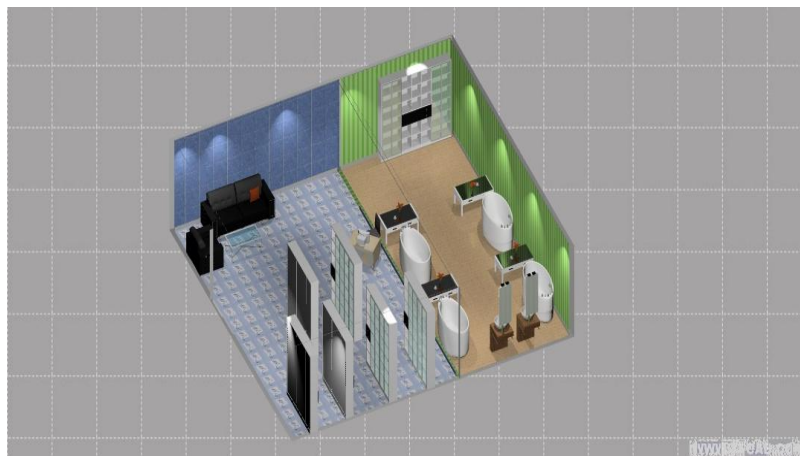
ภาคผนวก ข. รายละเอียดแผนผังร้านบริการสุนัข(Happy Dog)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

รายละเอียดแผนผังร้าน



แผนภาพแสดงแผนผังร้าน



ภาพแบบจำลองร้านภายใน

ร้านสามารถแบ่งได้เป็นส่วนต่างๆดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นหน้าร้าน

จะเป็นส่วนต้อนรับลูกค้าและที่สำหรับลูกค้านั่งรอการบริการ การตกแต่งหน้าร้านเป็นกระจก เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจน ร้านดูสะอาดตา เพราะงานบริการในร้านเสริมสวยสุนัขเป็นการที่ทำให้สุนัขสะอาด สวยตั้งแต่หัวจรดหางรวมถึงเท้า ความสะอาดและความสวยงามของสุนัขนำมาซึ่งความพอใจของเจ้าของสุนัข ดังนั้น ร้านจึงจำเป็นต้องสะอาด และควรมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก มีแสงแดดส่องถึงเพื่อการฆ่าเชื้อโรค

ส่วนที่ 2 ต้อนรับลูกค้า

มุมรับรองลูกค้านั่งรอบริการ เป็นพื้นที่ในส่วนแรกของร้านที่ลูกค้าจะสังเกตเห็นได้ จึงจำเป็นต้องตกแต่งในส่วนนี้ในจุดที่สุดเพื่อความประทับใจแรก เพราะถ้าในส่วนต้อนรับลูกค้าไม่น่าประทับใจนั้นอาจจะสร้างทัศนคติในแง่ลบต่อร้านได้ ในพื้นที่ส่วนจะประกอบด้วยโซฟาที่นั่งรอสำหรับต้อนรับลูกค้า มุมรับรองลูกค้านี้ใช้พื้นที่ไม่มาก มีแผ่นพับเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการของทางร้าน ตกแต่งด้วยโทนสีฟ้าอ่อนดูสบายตา โลงโปร่งไม่อึดอัด มุมต้อนรับลูกค้าจะมีหนังสืออ่านเล่นไว้บริการลูกค้า

ส่วนที่ 3 ส่วนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุนัข

ทางร้านจะขายสินค้าประเภท อาหารสุนัข ของคบเคี้ยว แชมพูทำความสะอาดสุนัขเป็นหลัก โดยจะอยู่ทางด้านหน้าร้านใกล้กับส่วนต้อนรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าต่างๆ ขณะรอรับการบริการ

ส่วนที่ 4 เป็นห้องเสริมสวยสุนัข(อาบน้ำ-ตัดขน)

ผู้ประกอบการควรกันเป็นห้องกระจกเช่นกัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถมองเห็นขั้นตอนการบริการได้ชัดเจน ส่วนนี้จะเป็นการสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่า สุนัขจะได้รับการบริการที่ดี ไม่มีการทำร้ายสุนัขระหว่างบริการ และกระจกยังช่วยป้องกันฝุ่นละอองของขนสุนัขที่จะกระจายออกไปสู่หน้าร้านอีกด้วย ภายในห้องมีแสงไฟสว่างพอเหมาะ เพราะแสงสว่างจะมีผลต่อการตัดแต่งขนสุนัขที่มีสีมืด หรือสุนัขที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ

สินค้า

รายละเอียดของสินค้าภายในร้าน

ร้าน Happy dog เปิดให้บริการเกี่ยวกับสุนัข และจัดจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับสุนัขโดยสินค้าส่วนใหญ่ที่ขายภายในร้านจะเป็นประเภทอาหารและอุปกรณ์ดูแลสุนัข สินค้าในร้านเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและผู้บริโภคคุ้นเคยกับตราที่หอนั้นๆ ทำให้สินค้าที่นำมาขายภายในร้านได้คุณภาพและมีมาตรฐานปลอดภัยกับสุนัขของผู้มารับบริการอย่างแน่นอน ซึ่งวิธีการใช้งานของอุปกรณ์ดูแลสุนัขเหล่านี้จะมีวิธีใช้อย่างตัวอุปกรณ์อยู่แล้วดังนั้นผู้บริโภคจึงสามารถใช้งานได้สะดวกไม่ยุ่งยาก ราคาของสินค้าของร้านเราจะถูกกว่าห้างสรรพสินค้าประมาณ 2-3 บาท และถ้าซื้อสินค้าจากทางร้านเราไปแล้วเกิดการชำรุด(ในกรณีที่ยังไม่ได้ใช้) หรือซื้อไปผิดร้านของเรายินดีรับคืนและสามารถเปลี่ยนสินค้าใหม่ให้เหมาะสมกับความพอใจได้โดยไม่คิดเงินเพิ่ม








ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ขายภายในร้าน Happy Dog

ลำดับ	ชนิดสินค้า	ตราสินค้า	คุณลักษณะ/รส	ขนาด	ราคา
1	อาหารสุนัข ชนิดเม็ด	Pedigree 	ลูกสุนัขช่วงหย่านม-3 เดือน มี ส่วนผสมของนมและ แคลเซียม โปรตีน วิตามินที่เสริมสร้าง ภูมิคุ้มกันและการเจริญเติบโต	480 กรัม 1.5 กิโลกรัม	55 155
2			สำหรับลูกสุนัขที่เพิ่งหย่านม ลูก สุนัข 3-12 เดือน ออกลิน วัน รส ไก่และไข่, ตับและผัก	480 กรัม 1.5 กิโลกรัม 8 กิโลกรัม 15 กิโลกรัม	55 155 595 985
3			เพดดิกรีสูตรสุนัขพันธุ์ทอยและ พันธุ์เล็ก รสเนื้อวัว, เนื้อแกะและ ผัก, รสไก่, ตับและผัก, รสแกะ และข้าว	480 กรัม 2 กิโลกรัม 3.5 กิโลกรัม	55 180 290
4			สุนัขอายุ 12 เดือนขึ้นไป ทุกสาย พันธุ์โดยเฉพาะพันธุ์กลาง รสเนื้อ, รสไก่และตับ, รสตับ, รสแกะและข้าว	500 กรัม 1.8 กิโลกรัม 3.2 กิโลกรัม 10 กิโลกรัม 20 กิโลกรัม	50 150 240 599 1,02 9
5			เพดดิกรี สำหรับสุนัขพันธุ์ใหญ่ รสเนื้อ	1.4 กิโลกรัม 3 กิโลกรัม	120 250
6	อาหารสุนัข ชนิดเปียก		อาหารสุนัขชนิดเปียกสูตรลูก สุนัขบรรจุกอง (เพาซ์)	150 กรัม	19
7			อาหารสุนัขชนิดเปียกสูตรลูก สุนัข บรรจุกะป๋อง	400 กรัม 700 กรัม	49 79

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ขายภายในร้าน Happy Dog(ต่อ)

ลำดับ	ชนิดสินค้า	ตราสินค้า	คุณลักษณะ/รส	ขนาด	ราคา
8			อาหารสุนัขชนิดเปียกสูตรสุนัขพันธุ์เล็ก - ใหญ่ รสเนื้อวัวและไก่ชิ้นในน้ำซอส, ไก่และตับชิ้นในน้ำซอส, ตับย่างบดพร้อมผัก, เนื้อวัวตุ๋นบดพร้อมผัก, เนื้อวัวชิ้นในน้ำซอส, ไก่ชิ้นในน้ำซอส	150 กรัม	20
9			อาหารสุนัขชนิดเปียกสูตรสุนัขพันธุ์เล็ก - ใหญ่ บรรจุกระป๋อง รสรวมเนื้อ 5 ชนิด, เนื้อวัวชิ้นในน้ำซอส, ไก่ชิ้นในน้ำซอส	400 กรัม	49
10			อาหารสุนัขชนิดเปียกสูตรสุนัขพันธุ์เล็ก - ใหญ่ บรรจุกระป๋อง รสเนื้อวัว, เนื้อไก่	400 กรัม 700 กรัม	49 79
11	ขนมขบเคี้ยวสำหรับสุนัข		เพดลิกรี เคนต้าสติก ที่ช่วยขัดฟัน เมื่อใช้เป็นประจำทุกวันจะช่วยลดการสะสมของคราบหินปูนได้สูง	56 กรัม	35
12			เพดลิกรีมีทเจอกี้	60 กรัม	46
13			ซิกเกินแรป รสเนื้อไก่แท้ฟันแท่งสติก	25 กรัม	35

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ขายภายในร้าน Happy Dog(ต่อ)

ลำดับ	ชนิดสินค้า	ตราสินค้า	คุณลักษณะ/รส	ขนาด	ราคา
14			โรดิโอ รสเนื้อไก่และตับ, รสเนื้อและตับ	90 กรัม	35
15			สปริงโก้ รสเนื้อวัว, รสเนื้อไก่	105 กรัม	35
16			เทสดีโบน รสนมสำหรับลูกสุนัข, รสเนื้อ	175 กรัม	35
17	ขนมขบเคี้ยวสำหรับสุนัข	Sleeky 	STICK ขนมหนุบ SLEEKY เนื้อ, ไก่, เนื้อแกะ	50 กรัม	20
18			สายรัดขนมหนุบ SLEEKY รสเนื้อ, ไก่, เนื้อแกะ	50 กรัม	20
19			STICK ขนมหนุบ SLEEKY รสเนื้อและชีส เบคอนดับ	50 กรัม	20
20			สายรัดขนมหนุบ SLEEKY รสเนื้อและชีส, เบคอน, ตับ	50 กรัม	20

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ขายภายในร้าน Happy Dog

21			Sleeky แชมพู ลูกสุนัข	175 ซีซี 350 ซีซี 600 ซีซี	50 85 135
22			Sleeky แชมพู บำรุงขนผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสั้น	175 ซีซี 350 ซีซี 600 ซีซี	50 85 135
23			Sleeky แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนยาว	175 ซีซี 350 ซีซี 600 ซีซี	50 85 135
24			Sleeky แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีเทา	175 ซีซี 350 ซีซี 600 ซีซี	50 85 135
25			Sleeky แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีดำ	175 ซีซี 350 ซีซี 600 ซีซี	50 85 135
26			Sleeky แชมพูบำรุงขนและผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีน้ำตาล	175 ซีซี 350 ซีซี 600 ซีซี	50 85 135
27			ขจัดกลิ่น SLEEKY สเปรย์ สเปรย์ระงับกลิ่นกาย SLEEKY	500 ซีซี 500 ซีซี	80 100



ภาคผนวก ค. ใบรายการการบริการของร้าน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การบริการของร้าน

1. บริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข
2. บริการรับฝากเลี้ยงสุนัข
3. บริการร้านค้าขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข

➤ อัตราค่าบริการปกติ

อาบน้ำ+ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู

อาบน้ำ+ตัดเล็บ+เช็ดหู

ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู

กำจัดเห็บ – หมัด

50-200

รับฝากเลี้ยงสุนัข

100-200

➤ อัตราค่าบริการแบบ Promotion Set

รายการ	S	M	L
	1-5 kg.	6-10 kg.	11-20 kg.
1. อาบน้ำ+ตัดเล็บ+เช็ดหู+ตัดแต่งขน+กำจัดเห็บหมัด	350	400	450
2. ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู+กำจัดเห็บหมัด	300	350	400

หมายเหตุ

ถ้าเป็นสุนัขที่มีปัญหาสุขภาพและปัญหาสภาพขน ราคาบริการจะเพิ่มขึ้น ราคาไม่มี
อัตราที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน ระดับปริญญาตรี



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล นางสาวอลิสา ด่านพงศ์สุวรรณ
 ที่อยู่ 102/9 หมู่ที่ 4 ตำบลบางไผ่ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
 ประวัติการศึกษา
 พ.ศ.2549 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนสตรีนนทบุรี
 พ.ศ.2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล นางสาวอารยา จุ่นเจริญ
 ที่อยู่ 2 หมู่ที่ 5 ตำบลย่านซื่อ อำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง 14000
 ประวัติการศึกษา
 พ.ศ.2549 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนสตรีอ่างทอง
 พ.ศ.2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี