แผนธุรกิจ ร้านอาบน้ำตัดขนสุนัข (Love me Love my dog)

โดย

นางสาวทิฆัมพร สัจจปัญญาพิทักษ์

นางสาวนิสา อนุสรหิรัญการ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2555

แผนธุรกิจ ร้านอาบน้ำตัดขนสุนัข (Love me Love my dog)

โดย

นางสาวทิฆัมพร สัจจปัญญาพิทักษ์

นางสาวนิลา อนุสรหิรัญการ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2555

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว อนุมัติให้แผนธุรกิจเรื่อง “ร้านอาบน้ำตัดขนสุนัข Love me Love my dog” เสนอโดย นางสาวทิฆัมพร สัจจปัญญาพิทักษ์ และนางสาวนิสา อนุสรหิรัญการ มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาจุลนิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

……..

(อาจารย์นพดล โตวิชัยกุล)

รักษาราชการแทน

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ ……. เดือน ……. พ.ศ. .....

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

คณะกรรมการสอบจุลนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ภาวิณี กาญจนาภา)

..... / ..... / .....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... / ..... / .....

..... กรรมการ

(อาจารย์อัมรินทร์ เทวตา)

..... / ..... / .....

มหาวิทยาลัยศิลปากร บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการ
ผลงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ระดับปริญญาตรี

12520053, 12520067 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คำสำคัญ: ร้านอาบน้ำตัดขนสุนัข Love me Love my dog / ธุรกิจบริการ

ทิฆัมพร สัจจปัญญาพิทักษ์ และ นิสา อนุสรหิรัญการ: แผนธุรกิจร้านอาบน้ำตัดขนสุนัข Love me Love my dog. อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. 70 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ร้าน “Love me Love my dog” ประกอบธุรกิจอาบน้ำ-ตัดขน ขายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง และสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง ลักษณะโครงการเป็นอาคาร ห้องเช่าชั้นเดียวเน้นสีขาวสะอาดตา ตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชน ภายในตัวเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ข้างศูนย์การค้า นาซ่ามอลล์ ถนนเณรแก้ว ตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี ภายในร้านกว้างขวาง โดยรักษาความสะอาดและการคมนาคมที่สะดวก

โดยมีแนวคิดมาจากการเล็งเห็นว่าปัจจุบันการเลี้ยงสุนัขได้เปิดกว้าง ตั้งแต่ผู้ที่มีรายได้ปานกลางไปจนถึงขั้นรายได้สูงถึงแม้วัตถุประสงค์ของการเลี้ยงจะแตกต่างกันออกไป ผู้เลี้ยงสุนัขโดยส่วนใหญ่มีการใส่ใจและดูแลสุนัขเป็นพิเศษดังนั้นในด้านของผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้จึงต้องมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่รู้จักและมีการสร้างความแตกต่างจากร้านอาบน้ำ-ตัดขนทั่วไปคือเป็นสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง ซึ่งเป็นร้านแรกของจังหวัดสุพรรณบุรี

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่เลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อน เลี้ยงไว้เพื่อประกวด บุคคลที่รักและเอาใจใส่ในการเลี้ยงสุนัขหรือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์การค้าและผู้ที่มีรายได้ปานกลางถึงรายได้สูง แผนการบริหารของทางร้านจะมีเป้าหมายอยู่ที่การให้บริการสัตว์เลี้ยงอย่างเต็มที่และทั่วถึงโดยไม่หวังเพียงยอดบริการซึ่งจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อราคาและการให้บริการ

ในอนาคตกิจการร้าน “Love me Love my dog” จะมีการปรับปรุงในเรื่องของสิ่งของที่จำหน่ายภายในร้านให้มีความทันสมัยและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกของร้านให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของกิจการในอนาคต และเพิ่มทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น เช่น บริการสปาสุนัข เพื่อให้ธุรกิจมีรูปแบบการบริการที่ครบวงจร

สรุปผลทางการเงิน กิจการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เท่ากับ 8,309,688.99 อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 32 % ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 3 เดือน

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จด้วยความกรุณาจาก อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือในการให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการจัดทำและให้ข้อคิดเห็นพร้อมทั้งความรู้ในเรื่องการทำแผนธุรกิจ ตลอดจนได้กรุณาตรวจสอบแก้ไขแผนธุรกิจให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ด้วยความเอาใจใส่อย่างดีตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ อาจารย์ ประพล เปรมทองสุข ที่ให้ความใส่ใจในการดูแล คอยให้คำแนะปรึกษาและ อาจารย์ภาวิณี กาญจนาภา ประธานกรรมการ อาจารย์อัมรินทร์ เทวตา กรรมการในการสอบจุลนิพนธ์ในครั้งนี้ที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้แผนธุรกิจนี้มีความสมบูรณ์ และถูกต้อง ผู้เขียนใคร่ขอขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ คุณสุภาลักษณ์ จำปาทอง เจ้าของร้าน ไออุ่นรัก ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำธุรกิจและแนะนำการติดต่อตัวแทนจำหน่ายสินค้า

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณบิดา มารดา และทุกคนในครอบครัวที่อบรมเลี้ยงดู สนับสนุนให้คำปรึกษาและเป็นกำลังใจในการศึกษาในครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงมาได้

ประโยชน์อันใดที่พึงมีจากการศึกษาในครั้งนี้ ขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน แต่หากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้ศึกษาขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สถาบันการจัดการ มหาวิทยาลัยสยาม
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

หน้า

บทสรุปผู้บริหาร..... ค

กิตติกรรมประกาศ..... ง

สารบัญตาราง..... ซ

บทที่

1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ..... 1

2 ประวัติความเป็นมาธุรกิจ..... 2

ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ..... 2

ขั้นตอนการดำเนินงาน..... 3

3 ลักษณะการบริการและผลิตภัณฑ์..... 5

ชนิดของการบริการ..... 5

ลักษณะของการบริการ..... 6

4 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด..... 7

สภาวะอุตสาหกรรมและสภาวะตลาด..... 7

การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งตลาด..... 8

แนวโน้มทางการตลาด..... 8

กลุ่มตลาดเป้าหมาย..... 8

ลักษณะลูกค้า..... 9

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน(Five Forces)..... 10

คู่แข่งขัน (Competitor)..... 12

รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน..... 12

การวิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ หรือ (SWOT Analysis)..... 13

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ หน้า

5 แผนการบริหารจัดการ 17
ข้อมูลธุรกิจ 17
ดำเนินงานโดย 17
รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนและสัดส่วนการถือครอง 17
ประวัติของผู้บริหาร 17
แผนผังองค์กร 18
หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากร 19
แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ 19
วิสัยทัศน์ 20
พันธกิจ 20
เป้าหมายทางธุรกิจ 20
ปัจจัยแห่งความสำเร็จ 20
6 แผนการตลาด 21
เป้าหมายทางการตลาด 21
การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย 21
กลยุทธ์ทางการตลาด 21
7 แผนบริการ 23
สถานประกอบการในการบริการ 23
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ 24
วัตถุดิบสิ้นเปลืองและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ 25
เครื่องใช้สำนักงาน 26
รายละเอียดในการบริการ 26
ขั้นตอนการขายสินค้าและบริการ 26
แผนผังกระบวนการขายสินค้าและบริการ 28

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

บทที่ หน้า

8 แผนการเงิน..... 30

การประมาณการในการลงทุน..... 30

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบการธุรกิจในปัจจุบัน..... 30

สมมติฐานทางการเงิน..... 31

ประมาณการในการบริการรายเดือน..... 32

ประมาณรายได้จากการบริการ..... 33

ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ..... 34

ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาขาย..... 37

ประมาณค่าเสื่อมราคา..... 39

ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย..... 39

ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย..... 41

ประมาณการงบกำไรขาดทุน..... 42

ประมาณการงบดุล..... 43

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน..... 45

9 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง 46

รายการอ้างอิง..... 49

ภาคผนวก..... 50

ภาคผนวก ก. ธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง Love me Love my dog..... 51

ภาคผนวก ข. ใบรายการการบริการของร้าน..... 64

ภาคผนวก ค. ตัวอย่างแผนผังร้าน Love me Love my dog..... 67

ประวัติผู้จัดทำ.....

69

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

1 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน..... 3
2 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน..... 4
3 อัตราค่าบริการแบบคิดค่าบริการปกติ..... 5
4 อัตราค่าบริการแบบโปรโมชั่นเซต..... 6
5 อัตราค่าบริการสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง..... 6
6 การเปรียบเทียบคู่แข่งขัน..... 12
7 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน..... 13
8 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก..... 14
9 รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนสัดส่วนการถือครอง..... 17
10 แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ..... 19
11 เครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ..... 24
12 วัตถุดิบสิ้นเปลืองและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ..... 25
13 เครื่องใช้สำนักงาน..... 26
14 การประมาณการในการลงทุน..... 30
15 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน..... 30
16 สมมติฐานทางการเงิน..... 31
17 การประมาณการในการบริการรายเดือน..... 32
18 การประมาณรายได้จากการบริการ..... 33
19 การประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ..... 34
20 การประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาขาย..... 37
21 แสดงค่าเสื่อมราคา..... 39
22 การประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย..... 39

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ หน้า

23 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย……..... 41
24 การประมาณการงบกำไรขาดทุน..... 42
25 การประมาณการงบดุล..... 43
26 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน..... 45
27 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง..... 46

บัณฑิตวิทยาลัย การจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

การนำเสนอแผนธุรกิจนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาโอกาสในการประกอบธุรกิจและประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน
2. เพื่ออธิบายถึงแนวความคิดในการทำธุรกิจตลอดจนขั้นตอนต่างๆ
    2.1) อธิบายแนวคิดและโอกาสในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง
    2.2) อธิบายขั้นตอนการทำงานต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจอาบน้ำตัดขนสุนัขและจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง
    2.3) เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดยผ่านการประเมินผลในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน และเพื่อป้องกันปัญหาจากปัจจัยต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจที่อาจเกิดขึ้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

ประวัติความเป็นมาธุรกิจ

ในปัจจุบัน “สัตว์” ไม่ได้เป็นเพียงแค่สัตว์ที่เลี้ยงไว้เฝ้าบ้าน หรือเพื่อนเล่นเพียงเท่านั้น แต่ถูกปรับเปลี่ยนสถานะขึ้นมาเป็นสมาชิกในครอบครัว และสิ่งที่มีค่าทางจิตใจทำให้ผู้เลี้ยงมีการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอาหาร หรือสุขภาพภายนอก รวมถึงซื้อผ้าและเครื่องประดับต่างๆอีกด้วย

ธุรกิจเสริมสวยสุนัขจึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่เติบโตขึ้นท่ามกลางความต้องการในการใช้บริการของเจ้าของที่อยากให้สัตว์เลี้ยงมีสุขภาพดีทั้งภายนอกและภายในด้วยบริการที่ครอบคลุมทั้งเรื่องของการอาบน้ำทำความสะอาดร่างกาย, การตกแต่งขน และอาหารของใช้ที่ดีและปลอดภัยต่อสัตว์เลี้ยง(ณรงค์ อนันต์เลิศสกุล, 2554)

ด้วยเหตุนี้จึงมีการก่อตั้งธุรกิจอาบน้ำตัดขน จำหน่ายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงและสตูดิโถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง ภายใต้ชื่อร้าน“Love me Love my dog” โดยมี นางสาวทิฆัมพร สัจจปัญญาพิทักษ์ และนางสาวนิสา อนุสรหิรัญการ ที่มีความสนใจในธุรกิจการขายสินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงและบริการแก่สุนัข อีกทั้งยังจำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงประเภทต่างๆ เพื่อตอบสนองแก่กลุ่มเป้าหมาย คือ บุคคลทั่วไปซึ่งอาจจะเป็นประชาชนบริเวณใกล้เคียง รวมไปถึงลูกค้าขาประจำ ด้วยการมีใจรักในการให้บริการและรักสัตว์ด้วยกัน จึงมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าอย่างถึงที่สุด เจ้าของธุรกิจจึงตั้งใจที่จะทำร้านเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงขึ้นมา

ประวัติเจ้าของกิจการ

1. นางสาวทิฆัมพร สัจจปัญญาพิทักษ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2554 ฝึกงานที่บริษัท สาระดี จำกัด แผนกบุคคล

2. นางสาวนิสา อนุสรหิรัญการ

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2554 ฝึกงานที่บริษัท กันตนาโปรดักชั่นเซอร์วิส จำกัด แผนกบุคคล

2.1 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ตารางที่ 1 แสดงรายการดำเนินงาน ระยะเวลาดำเนินการ ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1.	วางแผนรูปแบบของกิจการและศึกษาพื้นที่	2 เดือน	31 ตุลาคม 2555
2.	ดำเนินการเรื่องเช่าพื้นที่	1 เดือน	31 ตุลาคม 2555
3.	ออกแบบรูปแบบร้าน	1 เดือน	30 พฤศจิกายน 2555
4.	ติดตั้งเครื่องมือและอุปกรณ์	2 เดือน	31 มกราคม 2556
5.	ตกแต่งร้านและจัดเตรียมความพร้อม	2 เดือน	31 มีนาคม 2556
6	การประชาสัมพันธ์กิจการ	2 เดือน	31 มีนาคม 2556
7	เปิดกิจการ	-	31 มีนาคม 2556
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	7 เดือน	

ผลงานนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ	การดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ							
		2555				2556			
		ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
1.ศึกษาพื้นที่	เจ้าของกิจการ	←	→						
2.ดำเนินการเรื่องเช่าพื้นที่	เจ้าของกิจการ		←	→					
3.ออกแบบรูปแบบร้าน	เจ้าของกิจการ			←	→				
4.ติดตั้งเครื่องมืออุปกรณ์และวัตถุดิบ	เจ้าของกิจการและพนักงาน				←	→			
5.ตกแต่งร้านและจัดเตรียมความพร้อม	เจ้าของกิจการและพนักงาน						←	→	
6.การประชาสัมพันธ์กิจการ	เจ้าของกิจการและพนักงาน						←	→	
7.เปิดกิจการ	เจ้าของกิจการและพนักงาน								← →

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3

ลักษณะการบริการและผลิตภัณฑ์

3.1 ชนิดของการบริการ

1.บริการอาบน้ำตัดขนสุนัข

2.บริการรับฝากเลี้ยงสุนัข

3.บริการร้านค้าขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัขและสัตว์เลี้ยงชนิดอื่นๆ

4.บริการสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง

3.2 ลักษณะของบริการ

การกำหนดราคาค่าบริการ

กรณีสุนัขที่ไม่มีปัญหาสภาพขนพันกันเป็นก้อน การกำหนดราคาบริการเสริมสวยสุนัขขึ้นอยู่ขนาดและน้ำหนักของสุนัข ร้านบริการสุนัข “Love me Love my dog” คิดอัตราค่าบริการ แบ่งออกเป็น2ประเภทคือ

ตารางที่ 3 อัตราค่าบริการแบบคิดค่าบริการปกติ

รายการ	ราคา(บาท)
1. อาบน้ำ+ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู+ตัดเล็บ	350-500
2. อาบน้ำ+ตัดเล็บ+เช็ดหู	200-300
3. ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู	250-350
4.กำจัดเห็บ+หมัด	50-200

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4 อัตราค่าบริการแบบ Promotion Set

รายการ	**S** **1-5 kg.**	**M** **6-10 kg.**	**L** **11-20 kg.**
1.อาบน้ำ+ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู+กำจัดเห็บ/หมัด+นวดตัว	400	450	500
2.ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู+กำจัดเห็บ/หมัด	350	400	450

หมายเหตุ

ราคาไม่มีอัตราที่แน่นอน ถ้าสุนัขมีปัญหาขนมาก ราคาบริการจะเพิ่มขึ้น ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน

ตารางที่ 5 อัตราค่าบริการสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง

ขนาดของภาพ	ราคา/บาท
5*7	45
4*6” 24 รูป+ฟรี 4 P 2 แผ่น	820
Poster size 15*20”	1,000

ตราสัญญาลักษณ์

ภาพที่1 โลโก้ร้าน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่4

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

4.1สภาวะอุตสาหกรรมและสภาวะตลาด

ตั้งแต่ ในปี 2550 ประเทศไทยมีประชากรสุนัขเลี้ยงประมาณ 7.6 ล้านตัว ในจำนวนนี้เป็นสุนัขที่ได้รับการเลี้ยงดูอย่างดีถึง 2.6 ล้านตัว(กรุมมิ่ง, 2550)

เหตุผลที่คนไทยเลี้ยงสุนัขมากขึ้นมาจากสภาพสังคมปัจจุบันที่ขนครอบครัวเล็กลง คนแก่บางคนเลี้ยงหมาเป็นเพื่อน คู่แต่งงานบางคู่ไม่มีลูกก็เลยเลี้ยงหมาแทนลูก หนุ่มสาวที่ยังโสดเลี้ยงสุนัขไว้แก้เหงา ยามเครียดสุนัขก็ยังช่วยได้ คู่รักบางคู่ซื้อสุนัขให้กันเป็นโซ่ทองคล้องใจ บางคนเลี้ยงเพราะสุนัขสายพันธุ์ดีหน้าตาน่ารักบ้างก็เลี้ยงตามแฟชั่น (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546) บางครอบครัวเลี้ยงไว้เพื่อปลูกฝังความรับผิดชอบและจิตใจที่อ่อนโยนให้ลูกฯลฯ ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดเกือบยี่สิบปีที่ผ่านมาทัศนคติคนไทยที่มีต่อ"สุนัข"ค่อยๆเปลี่ยนไปโดยเฉพาะช่วง5ปีหลัง ลักษณะการเลี้ยงสุนัขของคนไทยเปลี่ยนไปจนเห็นได้ชัดจากที่เคยเลี้ยงไว้เฝ้าบ้าน ปล่อยสุนัขนอนนอกบ้าน บางวันก็คลุกข้าวกับอาหารเหลือๆ มาวางให้กินวันไหนลืมก็ปล่อยให้หาเศษอาหารกินเอง ต่อมาก็เริ่มขยับให้เข้ามานอนในบ้านเลี้ยงด้วยอาหารเม็ด จากนั้นให้เข้ามานอนในห้องแถมยังนอนเตียงเดียวกัน นอกจากอาหาสุนัขที่คัดสรรมาดีแล้วก็ยังมีขนมขบเคี้ยวและของเล่นให้แทะยามว่าง

“การเลี้ยงสุนัขถือเป็นการพักผ่อนและเป็นความบันเทิงราคาถูก"มีคนเคยกล่าวไว้ในอดีตคำตอบอาจจะเป็น "ใช่" แต่หากลองสำรวจค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุนัขของคนยุคนี้จะพบว่าหลายครอบครัวมีค่าใช้จ่ายเพื่อปรนเปรอ "น้องหมา" สูงกว่าครึ่งหมื่นต่อเดือน ขณะที่สุนัขในจำนวน 2.6 ล้านตัว บางตัวอาจได้รับการปรนเปรอถึงหลักแสนเลยทีเดียว

จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงนั้นได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553) ผู้คนหันมาสนใจและใส่ใจสุนัขในเรื่องอาหารการกิน การฝึกสอนนิสัยสุขภาพและการป้องกันรวมไปถึงการอาบน้ำและการเสริมสวยสุนัขถึงแม้ ว่าจะควักกระเป๋าจ่ายเงินเท่าไหร่ก็ตาม ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคนิยมพาสุนัขเข้าร้านบริการอาบน้ำตัดขนมากขึ้น ส่วนใหญ่แล้วจะไม่มีเวลาทำเอง และการมาใช้บริการที่ร้านก็จะได้รับการบริการที่ถูกวิธี

4.2การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด

การแบ่งส่วนการตลาดของธุรกิจร้านอาบน้ำตัดขนสุนัขจะมุ่งหวังส่วนแบ่งทางการตลาดที่ยังไม่เจริญเติบโตอย่างเต็มที่ ซึ่งยังไม่มีคู่แข่งขันรายใดสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้ ภายใต้ตลาดที่ยังไม่มีการแข่งขันที่รุนแรงมากนักในจังหวัดสุพรรณบุรี ในแต่ละส่วนตลาดที่แบ่งย่อมต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ดังนั้น การจัดสินค้าหรือบริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายเพื่อก่อให้เกิดข้อได้เปรียบและยังสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี พื้นที่หรือทำเลที่ตั้งนั้นมีความสำคัญ ในการเลือกใช้บริการของลูกค้าเพราะเปิดกิจการทำการเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการได้ กิจการต้องมีความพร้อมด้านสถานที่และการคมนาคม ดังนั้นส่วนแบ่งทางการตลาดของกิจการก็จะถูกแบ่งไปตามแต่ละพื้นที่อีกด้วย

4.3 แนวโน้มทางการตลาด

สำหรับแนวโน้มธุรกิจอาบน้ำตัดขนสุนัขในปัจจุบันนั้นมีผู้ประกอบการสนใจมาเรียนมากขึ้นส่งผลให้โรงเรียนฝึกสอนและฝึกอบรมเติบโตไปพร้อมๆกันธุรกิจอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัขยังเป็นธุรกิจที่ให้ผลกำไรค่อนข้างสูง ผู้คนสนใจและหันมาดูแลสัตว์เลี้ยงมากขึ้น ธุรกิจร้านเสริมสวยสุนัขนั้นเกิดขึ้นจากความรักความเอาใจใส่ของคนกับสุนัขตราบใดที่คนยังรักสุนัข ธุรกิจเสริมสวยสุนัขจะยังมีอนาคตที่สดใสต่อไป (ณรงค์ อนันต์เลิศสกุล, 2554)

4.4 กลุ่มตลาดเป้าหมาย

■ เป้าหมายหลัก

-กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของห้างสรรพสินค้า

-กลุ่มคนทั่วไปที่ใส่ใจดูแลสุนัขโดยเฉพาะเรื่องความสวยความงาม

-กลุ่มผู้ที่เลี้ยงสุนัขไว้ประกวด

■ **เป้าหมายรอง**

-กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขที่ยังไม่เคยใช้บริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข

-กลุ่มผู้สูงวัย ที่เลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อนผู้ช่วยและต้องการในการปรึกษาเรื่องสุขภาพความงามของสุนัข

-กลุ่มบุคคลทั่วไปที่เลี้ยงสุนัขและผู้ที่มีความสนใจ ที่จะเลี้ยงสุนัข

4.5 ลักษณะลูกค้า

ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)

เนื่องจากที่ตั้งของกิจการร้าน Love me Love my Dog นั้นเป็นย่านศูนย์กลางการค้าของห้างสรรพสินค้านาซ่า มอลล์ ดังนั้นกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ ที่จะเข้ามาใช้บริการก็จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าและลูกค้าที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงเป็น
ส่วนใหญ่

ด้านประชากร (Demographic Segmentation)

ในปัจจุบันประชากรส่วนใหญ่หันมาให้ความสนใจเลี้ยงสุนัขไว้กับบ้านมากขึ้น แต่ส่วนใหญ่จะไม่มีเวลาดูแล กิจการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัขจึงได้รับความสนใจในการเลือกใช้บริการ และยังให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้าอีกด้วย

ด้านจิตวิทยา (Psychology Segmentation)

กลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับสุนัขมาก แบบรักเสมือนลูก หรือเปรียบเหมือนสมาชิกในครอบครัวรักสุนัขในขั้น (Love me Love my Dog) ซึ่งจะขายสินค้าและให้บริการง่ายสำหรับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ ลูกค้ากลุ่มนี้จะพยายามหาสิ่งที่ดีที่สุดให้กับสุนัขของตน

ด้าน**พฤติกรรม (Behavioral Segmentation)**

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

กลุ่มลูกค้าที่เลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อน จะมีการดูแลเอาใจใส่เป็นพิเศษโดยให้ความสำคัญกับสุนัขเป็นอย่างดี เป็นสุนัขพันธุ์ต่างประเทศ ที่มีราคาแพง ต้องได้รับการบริการด้านความสวยงามและรักษาสุขอนามัย โดยกลุ่มลูกค้าอาจได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มเพื่อน ละครจนกลายเป็นกระแสนิยมทางสังคมบ้างก็ต้องการเลี้ยงสุนัขแต่ไม่มีเวลาดูแลจึงไม่สามารถดูแลด้านความสะอาดและการเสริมสวยได้ดีเท่าร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข

4.6การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันFiveForces

4.6.1)การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันรายเดิมในธุรกิจ

ในจังหวัดสุพรรณบุรี มีธุรกิจอาบน้ำ ตัดขนสุนัข คลินิกและร้านขายอาหารสัตว์อยู่จำนวน 2 ร้านซึ่งเป็นธุรกิจขนาดย่อม เช่นเดียวกับร้าน Love me Love my Dog และแต่ละร้านก็จะมีการบริการที่ไม่ค่อยแตกต่างกันนัก ดังนั้น ร้านLove me Love my Dog จึงต้องสร้างความแตกต่างของธุรกิจโดยมุ่งเน้นในด้านประสิทธิภาพในการให้บริการ ยึดหลักเสมอว่าสุนัขของลูกค้าเปรียบเสมือนคนในครอบครัว มุ่งเน้นสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการตั้งแต่ครั้งแรก ใส่ใจรายละเอียดในการให้บริการสุนัข และจัดหาบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับสุนัขเป็นอย่างดี มีความรู้เรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ ผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตร เป็นที่ยอมรับและไว้วางใจแก่ลูกค้า ทางร้านยังมีอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ทันสมัย สะอาดและปลอดภัย และมีความหลากหลายในสายผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม บำรุงร่างกาย เสื้อผ้า ของเล่น อุปกรณ์การเลี้ยงดูต่างๆ อยู่ในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ร้านLove me Love my Dog มีความได้เปรียบทางด้านทำเลที่ตั้งของกิจการ ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความสะดวก มีที่จอดรถภายในห้างสรรพสินค้าถือเป็นจุดแข็งอีกด้านหนึ่งของกิจการ

4.6.2)การวิเคราะห์คู่แข่งขันรายใหม่

จากแนวโน้มธุรกิจให้บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีโอกาสที่จะเกิดคู่แข่งขันรายใหม่อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นกิจการของร้าน Love me Love my Dog ต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ และเพิ่มความหลากหลายในการบริการ เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ให้กับลูกค้า สร้างความน่าสนใจแก่กิจการ และยังต้องรักษามาตรฐานคุณภาพในการให้บริการ มีการจัดการส่งเสริมการขายสินค้า เช่นการจัดโปรโมชั่น สะสมแต้มการอาบน้ำ ตัดขนของสุนัข มาแลกใช้บริการฟรี 1ครั้ง เป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ต่อธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เกิดความจงรักภักดีต่อธุรกิจจนมีการซื้อและการใช้บริการซ้ำ เพื่อไม่ให้คู่แข่งขันรายใหม่เข้ามาแทรกแซงส่วนแบ่งทางการตลาด

4.6.3)การวิเคราะห์ธุรกิจที่สามารถทดแทนได้

ธุรกิจที่สามารถเข้ามาทดแทนที่จะเป็นคู่แข่งสำคัญของธุรกิจร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข Love me Love my Dog นั้น ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นร้านค้าปลีกและส่งที่จะจัดจำหน่ายพวกอาหารสัตว์ โดยเฉพาะซึ่งมีราคาที่ถูกกว่าทางร้านแน่นอน อาจสร้างความไม่แน่ใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เกิดความสับสนแต่บริการด้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัขนั้นยัง

ไม่มีธุรกิจใดที่สามารถทดแทนได้ อย่างไรต่อตามกิจการต้องสร้างความเข้มแข็งด้านกลยุทธ์ให้ธุรกิจเกิดความแตกต่างและโดดเด่น สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้ามากขึ้น

4.6.4)การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของลูกค้า

ธุรกิจร้านอาบน้ำ ตัดขนสุนัข Love me Love my Dog จะเน้นบริการด้านการอาบน้ำตัดขนสุนัขเป็นหลัก และจะมีบริการเสริมคือ สตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง เป็นบริการที่ให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงสามารถถ่ายภาพร่วมกับสัตว์เพื่อเป็นที่ระลึกได้ อีกทั้งบริการอาบน้ำ-ตัดขนสุนัขและสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยงยังไม่เคยมีมาก่อนในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างจะแปลกใหม่ ซึ่งร้านบริการส่วนมากจะมีแต่การบริการอาบน้ำ-ตัดขนสุนัขเท่านั้นทำให้สร้างความดึงดูดใจกับลูกค้าที่ต้องการนำสุนัขมาใช้บริการ โดยที่ธุรกิจใช้เครื่องมือทางการตลาดในการสร้างข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยสร้างคุณค่าด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สินค้า การบริการ และบุคลากรที่มีความสามารถใจรักในเรื่องของบริการและความรักที่มีต่อสัตว์เลี้ยง มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและปลอดภัยต่อสัตว์เลี้ยง จึงสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ทำให้สามารถมีอำนาจในการต่อรองของธุรกิจให้สูงขึ้น โดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

4.6.5) การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ

ผู้จัดส่งวัตถุดิบมีส่วนสำคัญของการให้บริการด้านร้านค้าที่ขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุนัข เพื่อเพิ่มคุณค่าและภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ ธุรกิจจึงต้องเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาในระดับต่างๆให้เหมาะสมกัน สินค้าของผู้จัดส่งวัตถุดิบนั้นต้องเป็นตรายี่ห้อที่ลูกค้าส่วนใหญ่ให้การยอมรับ หรืออาจเป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านค้า

ด้วย ในปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับสุขนัขเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้จัดส่งวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ของสุนัขเพิ่มขึ้นตาม หากมีผู้จัดส่งวัตถุดิบมาก และมีคุณภาพใกล้เคียงกัน ธุรกิจสามารถเลือกผู้จัดส่งวัตถุดิบได้ ทำให้ผู้จัดส่งวัตถุดิบมีความต้องการที่จะขาย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจมีอำนาจในการต่อรองที่สูงกว่า

4.7คู่แข่งขัน(Competitor)

คู่แข่งขันหลัก คือ ร้านบ้านรักสัตว์

คู่แข่งขันรอง คือ ร้านHappy PET

เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนเริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์มากขึ้นโดยเฉพาะสุนัข ซึ่งเลี้ยงไว้เป็นเพื่อนยามเหงา ได้รับความสนใจจากทุกเพศทุกวัย จึงก่อให้เกิดธุรกิจที่เข้ามารองรับตลาดสุนัขเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ผู้เลี้ยงก็ให้ความสำคัญกับการดูแล ทั้งอาหาร ที่อยู่

การรักษาโรค ความสวยงามของสุนัข ซึ่งในแต่ธุรกิจจะมีรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกัน โดยสร้างความแตกต่างและจุดเด่นให้กับธุรกิจ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ

4.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบคู่แข่งขัน

ตารางที่ 6 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งขัน

การเปรียบเทียบ	**ร้าน (Love me Love my Dog)**	**บ้านรักสัตว์**	**Happy PET**
ด้านสินค้าและบริการ	1.สินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมีความหลากหลาย 2.บริการอาบน้ำ-ตัดขนสัตว์เลี้ยง 3.บริการสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง	1.สินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมีจำนวนน้อย 2.บริการอาบน้ำ-ตัดขนสัตว์เลี้ยง 3.บริการรับฝากสัตว์เลี้ยง	1.สินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมีจำนวนน้อย 2.บริการอาบน้ำ-ตัดขนสัตว์เลี้ยง 3.เป็นสถานพยาบาลรักษาสัตว์เลี้ยง
ด้านราคา	1. ราคาเหมาะสมกับสินค้าและบริการ	1.ราคาเหมาะสมกับบริการแต่ราคาสินค้าค่อนข้างสูง	1.ราคาค่อนข้างสูงทั้งสินค้าและบริการ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1. เปิดให้บริการทุกวันยกเว้นวันจันทร์	1. เปิดบริการทุกวัน ยกเว้นวันพุธ	1.เปิดบริการทุกวันยกเว้นวันเสาร์
ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.ระยะแรกจะใช้การโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์และสร้างป้ายโฆษณาไว้ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ข้างทาง สถานที่ชุมชน และห้างสรรพสินค้า	1.ไม่มีการส่งเสริมการตลาด	1.ไม่มีการส่งเสริมการตลาดเพราะเป็นสถานพยาบาลรักษาสัตว์เลี้ยง

4.9 การวิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ หรือ SWOT Analysis

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง(Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	1.เจ้าของธุรกิจมีทักษะความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ 2.มีบุคลากรที่มีความชำนาญและประสบการณ์ 3.มีทำเลที่ตั้งร้านที่เหมาะสม 4.มีการควบคุมมาตรฐาน ความสะอาดและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	1.เป็นกิจการขนาดเล็ก จึงต้องมีการจ้างพนักงานที่มีความรู้ความสามารถมาช่วยในการดำเนินงาน 2.มีบุคลากรจำนวนน้อย 3.เป็นธุรกิจใหม่ จึงต้องมีการพัฒนาอยู่สม่ำเสมอ
ด้านการตลาด	1.เป็นธุรกิจบริการที่แปลกใหม่ทำให้เป็นที่จับตามองและดึงดูดใจของกลุ่มลูกค้า 2.มีการส่งเสริมการตลาดโดยการจัดโปรโมชั่นให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง 3.ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและมีคุณภาพ เหมาะสมกับราคา	1.เป็นธุรกิจที่มีอยู่แล้วจำนวนมาก ทำให้มีคู่แข่งรายใหม่ในตลาดเข้ามาได้ง่าย 2.ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการที่สะดวกใกล้บ้านได้ หากมีคู่แข่งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน 3.เป็นธุรกิจใหม่ อาจยังต้องมีการพัฒนาอยู่เรื่อยๆ
ด้านการบริการ	1.บุคคลากรมีใจรักในการบริการดูแลสัตว์เลี้ยงของลูกค้าเสมือนสัตว์เลี้ยงของตนเอง 2.บุคคลากรเป็นบุคคลที่มีความรู้และความสามรถเป็นอย่างดี	1.เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใหม่ การบริการในระยะแรก อาจยังไม่ดีเท่าที่ควร 2.เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความยุ่งยากน้อย ทำให้คู่แข่งสามารถลอกเลียนแบบในเรื่องการบริการได้ง่าย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน(ต่อ)

ด้านการเงิน	1.เป็นธุรกิจที่มีขนาดย่อม ทำให้มีเงินลงทุนเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ 2.ใช้ระยะคืนทุนไม่นาน 3.การระดมทุนของสมาชิกทำให้ไม่ต้องกู้เงินและไม่เสียอัตราดอกเบี้ย	1.มีการลงทุนเริ่มต้นที่ค่อนข้างสูง เช่น การซื้ออุปกรณ์ และการตกแต่งร้าน 2.ช่วงแรกอาจขาดสภาพคล่องในเรื่องการเงินจึงต้องมีการบริหารจัดการที่ดี

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1.กลุ่มบุคคลทั่วไปที่เลี้ยงสุนัข เอาใจใส่ในเรื่องของสุขภาพและความสวยงามของสุนัข ที่เลี้ยงไว้เพื่อเป็นเพื่อนแก้เหงา และเลี้ยงไว้เพื่อการประกวด 2.กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขที่ยังไม่เคยเข้าสถานบริการอาบน้ำ-ตัดขน 3.กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขที่ไม่มีเวลาดูแลสัตว์เลี้ยง มีบริการรับฝากเลี้ยงให้กับกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ด้วย	1.เนื่องจากลูกค้ามีทัศนคติเดิมที่ว่าไม่ต้องการเสียค่าใช้จ่ายสูงในการดูแลสัตว์เลี้ยง ธุรกิจจึงต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติของลูกค้าให้เห็นถึงความต่างและความคุ้มค่าในการหันมาใช้บริการร้านอาบน้ำ-ตัดขน 2.เป็นธุรกิจที่ใหม่ อาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร
สถานการณ์การแข่งขัน	1.เป็นธุรกิจบริการอาบน้ำ-ตัดขนสุนัขและสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยงรายแรกของจังหวัดสุพรรณบุรี 2.ลูกค้ามีการรับรู้ต่อภาพพจน์ที่ดีขององค์กร 3.ใส่ใจในเรื่องของการบริการที่	1.คู่แข่งรายเดิมในธุรกิจอาบน้ำ-ตัดขนสุนัขมีจำนวนมากรายและเป็นธุรกิจที่มีอยู่นานแล้ว อาจทำให้มีลูกค้าประจำ ทำให้ยากต่อการแบ่งส่วนตลาด 2.สามารถมีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

ผลงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (ต่อ)

	เป็นกันเอง และมีโปรโมชั่นต่างๆเพื่อดึงดูดใจแก่ลูกค้า	
สังคม	1.สุนัขเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ดี ทำให้ในสังคมปัจจุบันมีจำนวนสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ 2.ในปัจจุบันลูกค้านิยมเลี้ยงสุนัขที่มีราคาแพง ทำให้มีความต้องการที่จะดูแลสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดี เนื่องจากมีราคาที่ค่อนข้างแพง และมีรายละเอียดที่ซับซ้อน	1.ปัจจุบันมีสัตว์เลี้ยงที่น่ารักและดูแลง่ายมากกว่าสุนัข ทำให้ไม่จำเป็นต้องเข้าร้านอาบน้ำ-ตัดขน เช่น หนู กระต่าย กระรอก เป็นต้น 2.สุนัขบางสายพันธุ์ เป็นสุนัขที่มีขนสั้น และดูแลง่าย จึงไม่จำเป็นต้องเข้ารับบริการ
กฎหมาย,ข้อบังคับ,กฎระเบียบ	1.มีกฎหมายคุ้มครอง -คุ้มครองผู้บริโภค -การจดทะเบียนพาณิชย์	1.ต้องมีการจัดการในเรื่องของความสะอาด และไม่ให้กลิ่นรบกวนภายนอก ซึ่งอาจทำให้เกิดการร้องเรียนได้
เทคโนโลยี	1.มีการนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพมาใช้ในการดำเนินกิจการ 2.มีระบบสารสนเทศที่ดีและทันสมัย ทำให้ง่ายต่อการโฆษณาร้าน เช่น ทางอินเตอร์เน็ต 3.มีการลงเวลาจองในการเข้ารับบริการล่วงหน้า	1.อาจมีความผิดพลาดของระบบในการให้บริการต่างๆ 2.มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น 3.มีต้นทุนที่สูงในการซื้ออุปกรณ์การให้บริการ

ผลงานวิจัยนี้เป็นกรรมสิทธิ์ของ

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (ต่อ)

สภาพเศรษฐกิจ	1.ในปัจจุบันมีภาวะความเครียดที่สูง การมีสัตว์เลี้ยงเช่นสุนัขไว้ผ่อนคลาย ก็เป็นการดีกว่าการเสียเงินเพื่อทำกิจกรรมอย่างอื่น 2.สัตว์เลี้ยงมีราคาที่หลากหลาย และราคาในการรับบริการก็มีการปรับให้เข้ากับสภาพเศรษฐกิจ ทำให้ไม่ลำบากนักในการนำสัตว์เลี้ยงมาเข้ารับบริการ	1.ลูกค้าไม่อยากที่จะเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลสัตว์เลี้ยง เลือกที่จะจัดการกับการดูแลสัตว์เลี้ยงเองมากกว่า 2.ราคาสินค้าและบริการบางอย่างอาจมีราคาที่ค่อนข้างสูงตามสภาพของสัตว์เลี้ยง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

แผนการบริหารจัดการ

5.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ Love me Love my dog

ที่ตั้ง ข้างศูนย์การค้านาซ่ามอลล์ ถนนเณรแก้ว ตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

รูปแบบการดำเนินกิจการ ร้านค้าบริการขนาดย่อม

5.2 ดำเนินงานโดย

นางสาวทิฆัมพร สัจจปัญญาพิทักษ์ ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ

5.3 รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนสัดส่วนการถือครอง

ตารางที่ 9 แสดงรายนามผู้ร่วมระดมทุน

ลำดับที่	ผู้ร่วมทุน	จำนวนเงิน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1	นางสาวทิฆัมพร สัจจปัญญาพิทักษ์	550,000	55%
2	นางสาวนิสา อนุสรหิรัญการ	450,000	45%
	รวม		**100%**

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

5.4 ประวัติของผู้บริหาร

ชื่อ-สกุล นางสาวทิฆัมพร สัจจปัญญาพิทักษ์ อายุ 25 ปี

การศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกรรณสูตศึกษาลัย ปี พ.ศ.2551

ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ.2555

ตำแหน่ง เจ้าของกิจการและผู้บริการด้านการตลาด

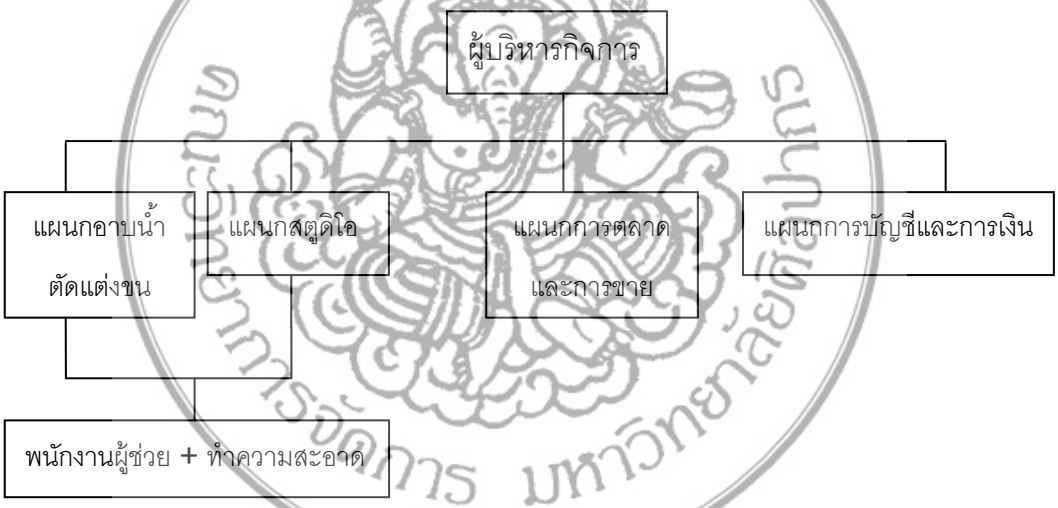
ชื่อ-สกุล นางสาวนิสา อนุสรหิรัญการ อายุ 24 ปี

การศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกรรณสูตศึกษาลัย ปี พ.ศ.2551

ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ.2555

ตำแหน่ง ผู้จัดการร้านและบริหารด้านการขาย

5.5 แผนผังองค์กร



ภาพที่ 2 แผนผังองค์กร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

5.6 หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

1. ตำแหน่ง	**พนักงานอาบน้ำ-ตัดแต่งขนสุนัข**
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ดูแลเรื่องการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข
การศึกษา/คุณสมบัติ	อายุ20-30 ปี รักสุนัข มีใจรักการบริการ มีความรู้เกี่ยวกับสุนัยสายพันธุ์ต่างๆ ลักษณะที่ดีของสุนัข เช่นสภาพเส้นขน รูปร่าง รูปทรงของสุนัข มีความรู้เรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ตัดแต่งขนสุนัขผ่านการฝึกอบรม และมีใบประกาศณียบัตร
อัตราเงินเดือน	8,000 บาท
2. ตำแหน่ง	**พนักงานถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง**
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ดูแลเรื่องการถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง
การศึกษา/คุณสมบัติ	ไม่จำกัดเพศ มีความรู้เรื่องการถ่ายภาพเป็นอย่างดี มีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย1 ปี ผ่านการฝึกอบรมและมีใบประกาศณียบัตร
อัตราเงินเดือน	8,000 บาท
3.ตำแหน่ง	**ผู้ช่วยงานและแม่บ้าน**
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ทำความสะอาดภายในร้าน
การศึกษา/คุณสมบัติ	รักความสะอาด อดทน มีใจรักในการทำงาน
อัตราเงินเดือน	6,000 บาท

5.7 แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ตารางที่ 10 แสดงแผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	อัตราเงินเดือน (บาท/เดือน)	อัตราเงินเดือน (บาท/ปี)
1	เจ้าของกิจการและผู้บริการด้านการตลาด	1	18,000	216,000
2	ผู้จัดการร้านและบริหารด้านการขาย	1	16,000	192,000
5	พนักงานอาบน้ำ-ตัดแต่งขนสุนัข	1	8,000	96,000
6	พนักงานถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง	1	8,000	96,000
7	ผู้ช่วยงานและแม่บ้าน	1	6,000	72,000
	รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่าย	**5**	**56,000**	**672,000**

5.8 วิสัยทัศน์ (Vision)

สร้างความแตกต่างในธุรกิจร้านอาบน้ำตัดขน ขายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง โดยการเพิ่มสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยงแห่งแรกในจังหวัดสุพรรณบุรี มีระบบการจัดการที่ได้มาตรฐาน มีการอาบน้ำตัดขนสุนัข และการจำหน่ายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงที่หลากหลาย สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม มีการบริการที่เป็นกันเอง เพื่อสร้างความประทับและการกลับมาใช้บริการของลูกค้าอีก

5.9 พันธกิจ (Mission)

มุ้งเน้นการบริการที่เป็นกันเอง ผลิตภัณฑ์ภายในร้านและผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัยต่อสัตว์เลี้ยง มีบรรยากาศร้านที่ดีและผ่อนคลายเพื่อไม่ให้สัตว์เลี้ยงเกิดความตึงเครียด สร้างความประทับแก่ลูกค้าตั้งแต่ครั้งแรกที่มาใช้บริการและดูแลสัตว์เลี้ยงให้เสมือนเป็นสัตว์เลี้ยงของทางร้านเอง

5.10 เป้าหมายทางธุรกิจ (Goal of Business)

1. เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในธุรกิจอาบน้ำ-ตัดขน ขายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง และสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง
2. ผู้นำในเรื่องของมาตรฐานและบริการเกี่ยวกับสุนัข
3. การสร้างบริการที่ประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพื่อเป็นที่ไว้วางใจของลูกค้าทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง

5.11 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors)

1.การมีบุคลากรที่มีความชำนาญ เชี่ยวชาญ ในการให้บริการอาบน้ำ-ตัดขนสุนัข
2.ผู้บริหารมีใจรักในการบริการร้านอาบน้ำตัดขนสุนัข อย่างจริงจัง
3.มีทำเลที่ตั้งของร้านที่สะดวกต่อการเดินทางของลูกค้า ในการเข้ามาใช้บริการ
4.มีสินค้าที่หลากหลายตรงต่อความต้องการของลูกค้า
5.ราคาสินค้าและบริการเป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า

ผลงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรี

5.12 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

ทางร้านจะมีการปรับปรุงการดำเนินการของร้านอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและเพื่อรองรับการขยายตัวของกิจการในอนาคต และเพิ่มทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น เช่น การบริการรับฝึกสุนัข เพื่อส่งประกวดหรือ คอร์สฝึกอบรมการเลี้ยงดูสุนัขให้สุนัขมีสุขภาพที่ดี แข็งแรง และสวยงาม

บทที่ 6

แผนการตลาด

6.1 เป้าหมายทางการตลาด

1.เป็นผู้นำธุรกิจอาบน้ำ-ตัดขนสุนัขและสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยงแห่งแรกของจังหวัดสุพรรณบุรี

2.สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างประทับใจและทั่วถึง

3.สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากยิ่งขึ้น

6.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก กลุ่มลูกค้าทั่วไปที่เลี้ยงสัตว์ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพถ่ายรูปกับสัตว์เลี้ยงและเข้ารับการดูแลเป็นอย่างดี มีฐานะอยู่ในระดับปานกลางถึงฐานะดี

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง กลุ่มลูกค้าทั่วไปที่เลี้ยงสัตว์และต้องการที่จะนำสัตว์เข้ารับบริการอาบน้ำ-ตัดขน

6.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

6.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

1 .มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มี ความหลากหลายทั้งผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องใช้สินค้ามีความน่าเชื่อถือ เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลายกลุ่ม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2. จัดรูปแบบร้านที่ทันสมัย ตกแต่งด้วยวัสดุที่ปลอดภัยต่อลูกค้าและสัตว์เลี้ยง

6.3.2 กลยุทธ์ด้านบริการ

1. เน้นความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ทั้งก่อนและหลังการเข้ารับบริการ

2. จัดพื้นที่ของร้านอย่างเป็นสัดส่วน สะดวก สะอาด ทันสมัย และการบริการที่ปลอดภัย

6.3.3กลยุทธ์ด้านราคา

การตั้งราคาของการบริการจะขึ้นอยู่กับตามโปรโมชั่นและลักษณะโดยรวมของสัตว์เลี้ยง เช่น ขนาดของสัตว์ สายพันธุ์และชนิดของการบริการ

6.3.4กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1.ทางร้านจะมีการลงโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตและคลื่นวิทยุชุมชนเพื่อช่องทางการจัดจำหน่าย

2.ใส่ใจกับความประทับใจของลูกค้าในการเข้ารับบริการทุกๆครั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก

3.จัดทำป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆและห้างสรรพสินค้านาซ่ามอลล์จังหวัดสุพรรณบุรี

6.3.5กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

1.การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ร้าน “Love me Love my dog” ใช้วิธีการโฆษณาผ่าน 3 ช่องทางคือ ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่กว้างและสามารถเป็นที่รู้จักได้ง่ายของบุคคลทั่วไป การสร้างป้ายโฆษณาไว้ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ตามข้างทาง ตามสถานที่ชุมชน และห้างสรรพสินค้าใกล้เคียงเพื่อการพบเห็นของคนในพื้นที่และละแวกใกล้เคียง และคลื่นวิทยุชุมชนเพื่อขยายช่องทางในการโฆษณาให้กว้างเพิ่มมากยิ่งขึ้น

2.การจัดโปรโมชั่นเพื่อช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจได้เร็วขึ้น เช่น เข้ารับบริการครบ 10 ครั้งฟรี 1ครั้ง หรือ จัดโปรโมชั่นช่วงเทศกาลสำหรับลูกประจำที่ทำบัตรสมาชิกได้ถ่ายรูปกับสัตว์เลี้ยงในชุดแฟนซีฟรี 1 เซท เป็นต้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่7

แผนการบริการ

7.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้ง ข้างศูนย์การค้านาซ่ามอลล์ ถนนเณรแก้ว ตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี รายละเอียดที่ตั้ง เป็นอาคารชั้นเดียว มีการจัดตกแต่งสถานที่ภายในร้านออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1. แผนกอาบน้ำ-ตัดขนสัตว์เลี้ยง 2. แผนกจำหน่ายสินค้า 3. แผนกสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งชุมน ทำให้ลูกค้าสามารถเดินทางมาใช้บริการได้อย่างสะดวก และยังอยู่ใกล้กับห้างห้างสรรพสินค้าทำให้สะดวกในการนำรถไปจอดได้ การจัดสรรพื้นที่และการจัดตกแต่งร้านที่ดี สวยงามทำให้สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า การจัดสรรพื้นที่ให้เหมาะสมและปลอดภัยจะช่วยให้การทำงานเป็นไปด้วยความสะดวกและเรียบร้อย

ภาพที่ 3 แสดงตัวอย่างแผนที่ร้าน Love me Love my dog

7.2 เครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ

ตารางที่ 11 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์การบริการ

ลำดับที่	รายการ	จำนวนต่อหน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	มูลค่ารวม (บาท)
1	กล้องถ่ายรูป	1 ตัว	45,000	45,000
2	ชุด studio Softbox	1 ชุด	990	990
3	เครื่องปริ้นรูป	1 ตัว	8,000	8,000
4	ชุดคอมพิวเตอร์	1 ชุด	15,000	15,000
5	โต๊ะมีสายโยงสุนัข	2 โต๊ะ	5,000	10,000
6	อ่างอาบน้ำสุนัข	1 อ่าง	3,500	3,500
7	บัตตาเลี่ยน	2 เครื่อง	790	1,580
8	กรรไกรปลายมน	2 อัน	1,890	3,780
9	กรรไกรซอย	2 อัน	1,500	3,000
10	กรรไกรตัดขน	2 อัน	2,500	5,000
11	ใบมีดบัตตาเลี่ยน (หลายขนาด)	5 ชิ้น	1,200	6,000
12	กรรไกรตัดเล็บ	1 อัน	230	230
13	กรรไกรถอนขนหู	1 อัน	300	300
14	ไดร์เป่าขน	1 เครื่อง	5,900	5,900
15	หวีแปรงขนลวด	1 อัน	199	199
16	หวีแปรงสางขน	1 อัน	120	120
17	ชั้นวางอุปกรณ์และเคมีต่างๆ	2 ชั้น	5,000	10,000
18	กรงใส่สุนัขสแตนเลสขนาดใหญ่	8 กรง	3,500	28,000
19	แผ่นยางปูกันลื่น	4 แผ่น	80	320
20	ผ้ากันเปื้อนแบบพลาสติก	2 ผืน	130	260
21	ผ้าเช็ดตัวสุนัข	12 ผืน	11.5	138
22	ตะกร้อครอบปากสุนัข(สำหรับสุนัขดุ)	2 อัน	100	200

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ห้องสมุดงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

7.3 วัตถุสิ้นเปลืองและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

ตารางที่ 12 วัตถุสิ้นเปลืองและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

ลำดับที่	รายการ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวนต่อหน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	แชมพู ลูกสุนัข	175	1 แกลลอน	175
2	แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสั้น	175	1 แกลลอน	175
3	แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนยาว	175	1 แกลลอน	175
4	แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีขาว	175	1 แกลลอน	175
5	แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีดำ	175	1 แกลลอน	175
6	แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีน้ำตาล	175	1 แกลลอน	175
7	ครีมนวดบำรุงเส้นขน	250	1 แกลลอน	250
8	น้ำยาผสมอาบกำจัดเห็บหมัด	150	1 ขวด	150
9	สเปรย์น้ำหอมสำหรับสุนัข	160	1 ขวด	160
10	สเปรย์ขจัดกลิ่น	90	1 ขวด	90
11	สเปรย์กำจัดเห็บหมัด	240	1 ขวด	240
12	สเปรย์ป้องกันขนพันกัน	2,000	1 ขวด	2,000
13	ผงห้ามเลือด	350	1 ขวด	350
14	สำลี	195	1 ม้วน	195
15	น้ำยาเช็ดหู	70	1 ขวด	70
16	แป้งถอนขนหู	180	1 ขวด	180
17	ถุงมือยาง 50 คู่	115	2 แพ็ค	230
18	หน้ากากอนามัย 12 ชิ้น	30	2 แพ็ค	60

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 12 วัตถุสิ้นเปลืองและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ(ต่อ)

19	น้ำยาทำความสะอาด	230	1 แกลลอน	230
20	ถุงขยะ	50	2 แพ็ค	100

7.4 เครื่องใช้สำนักงาน

ตารางที่ 13 เครื่องใช้สำนักงาน

ลำดับที่	รายการ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวนต่อหน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	ชุดโซฟารับแขก	7,500	2 ชุด	15,000
2	โทรศัพท์ตั้งโต๊ะ	950	1 เครื่อง	950
3	เคาน์เตอร์และลิ้นชักเก็บเงิน+เก้าอี้	3,200	1 ชุด	3,200
4	ชั้นวาง	3,500	5ชั้น	17,500
5	เครื่องปรับอากาศ	15,000	2 เครื่อง	30,000

7.5 รายละเอียดการบริการ

ร้าน Love me Love my dog ใส่ใจในการให้บริการ ตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้าร้าน สอบถามข้อมูล จนถึงขั้นตอนใช้บริการ โดยภายในร้านจะแบ่งออกเป็น 3 แผนก ได้แก่

ผลงานวิชาการศึกษา ระดับปริญญาตรี

1. แผนกจำหน่ายสินค้า

2. แผนกอาบน้ำ-ตัดขน

3.แผนกสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง

7.6 ขั้นตอนการขายสินค้าและบริการ

■ขายสินค้าหน้าร้าน

สั่งสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรงไม่ว่าจะเป็น อาหารสัตว์ อุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ซึ่งจะทำให้ได้ราคาที่ถูกกว่าและมีปริมาณเพียงพอต่อการจำหน่าย เมื่อได้สินค้ามาครบจำนวนที่เหมาะสมแล้ว ทางร้านจะนำสินค้าขึ้นชั้นวาง จัดเรียงเพื่อวางขายให้แก่ลูกค้า

โดยสินค้านั้นจะจัดเรียงแบ่งเป็นกลุ่มและชนิด เช่น กลุ่มของอาหาร น้ำยาต่างๆ และอุปกรณ์เสริม เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อของลูกค้า ในขณะลูกค้าเลือกซื้อหากลูกค้าเกิดข้อสงสัยสามารถสอบถามข้อมูลของสินค้าจากพนักงานขายสินค้าได้เมื่อได้สินค้าตามต้องการลูกค้าก็จะชำระเงินที่เคาน์เตอร์กับพนักงานขาย

■การให้บริการ

ทางร้านมีรูปแบบของการให้บริการให้ลูกค้าได้เลือก เช่น โปรโมชั่นเซตการอาบน้ำหรือบริการสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง

■การบริการเบื้องต้น

1. เมื่อลูกค้านำสุนัขเข้ารับการบริการ พนักงานจะทำการตรวจสอบสภาพภายนอกของสัตว์เลี้ยง ว่ามีสภาพขนอย่างไร มีบาดแผลตามร่างกายหรือไม่หรือมีเห็ด หมัดหรือไม่

2. เมื่อเจอสิ่งผิดปกติในข้อ 1 ทางร้านจะแจ้งให้ลูกค้าเจ้าของสัตว์เลี้ยงได้ทราบเพื่อป้องกันความผิดพลาดหรือความเข้าใจผิดหลังให้บริการ

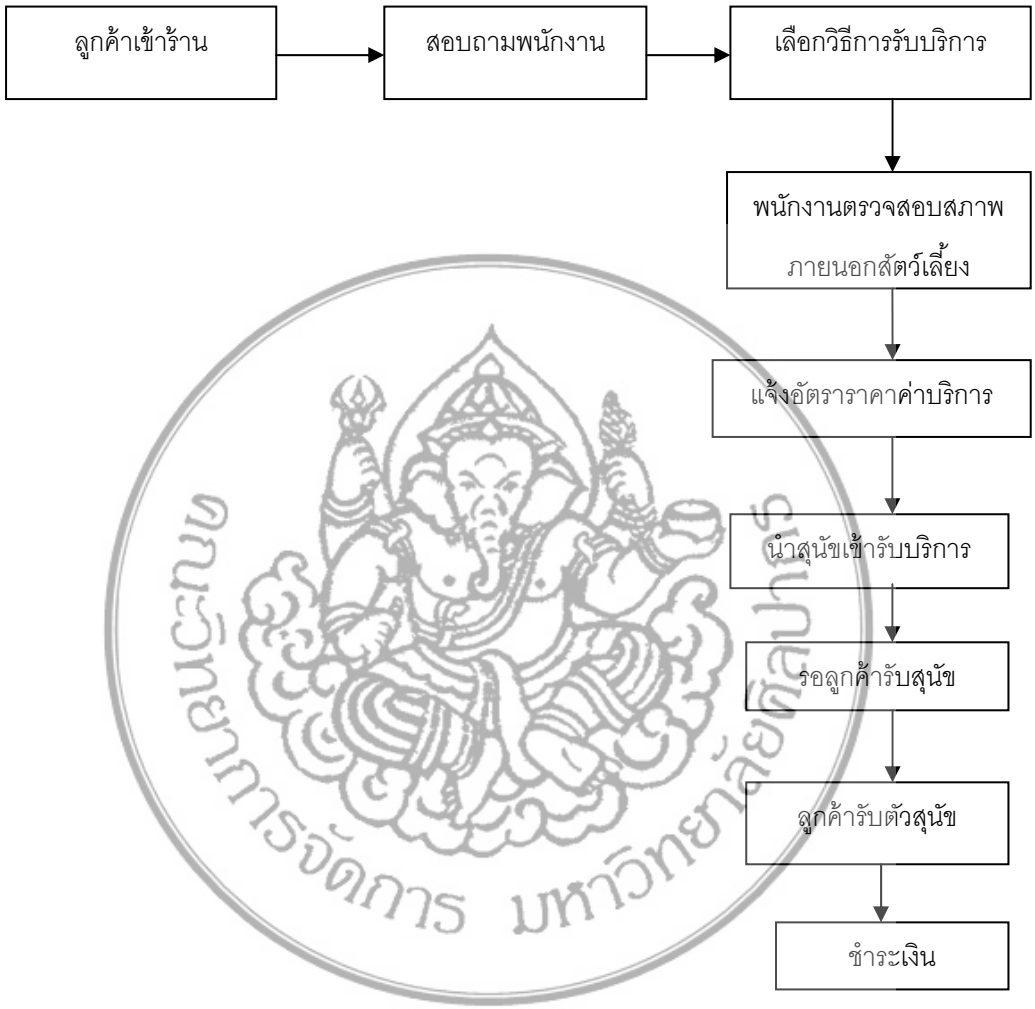
3.แจ้งราคาค่าบริการสุทธิกับลูกค้าพร้อมระยะเวลาในการบริการ

4.นำสุนัขเข้าห้องบริการ

5. เมื่อสุนัขเสร็จจากการบริการ ทางร้านจะนำสุนัขเข้ากรงเพื่อรอลูกค้ามารับ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

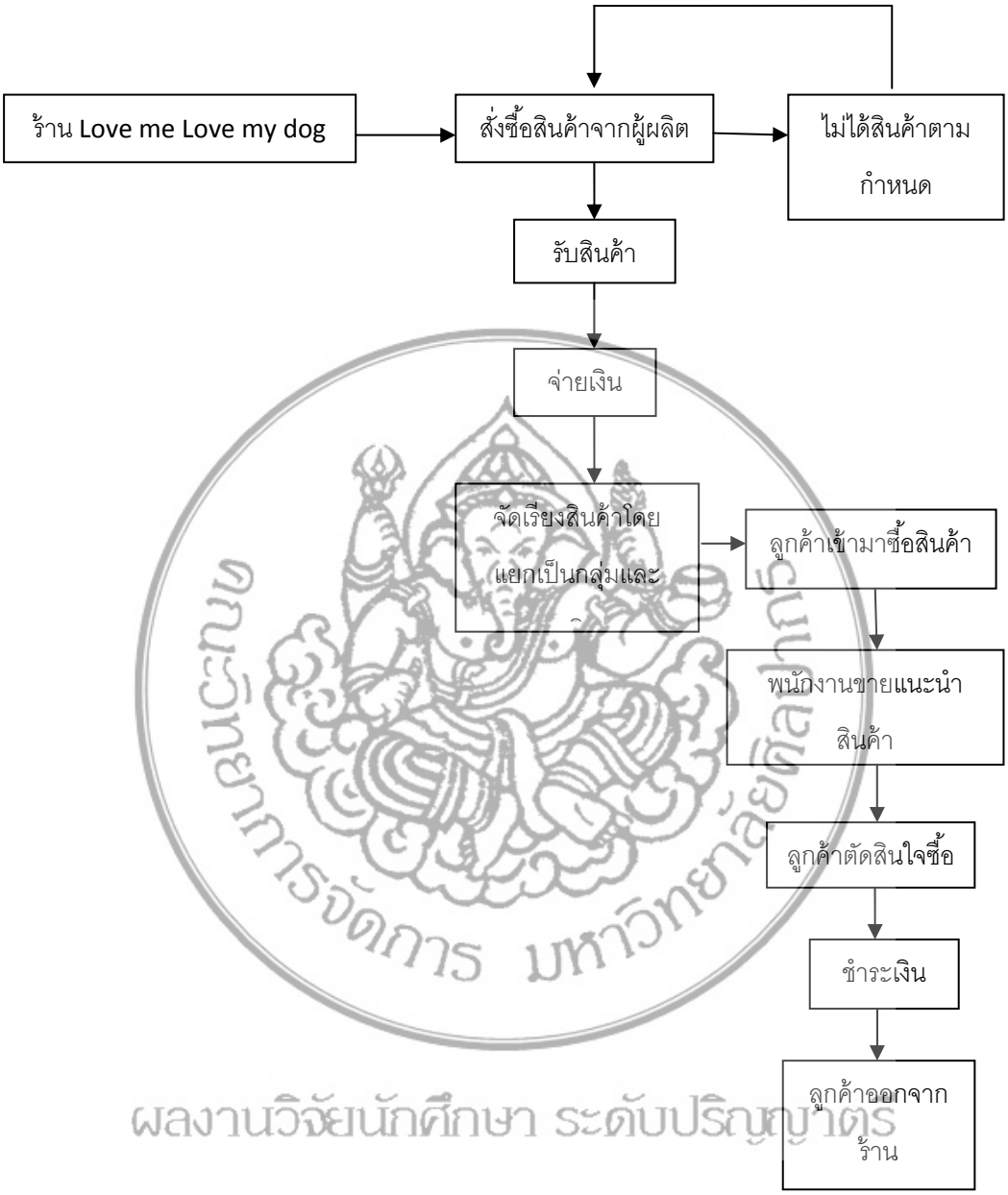
แผนผังกระบวนการบริการ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่4 แผนผังกระบวนการบริการ

แผนผังกระบวนการขายสินค้า



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 5 แผนผังกระบวนการขายสินค้า

บทที่ 8

แผนการเงิน

8.1 การประมาณการในการลงทุน

ตารางที่ 14 การประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินร่วมลงทุน	เงินกู้	รวมมูลค่า
1	น.ส.ทิฆัมพร สัจจปัญญาพิทักษ์	550,000	-	-	550,000
2	น.ส.นิสา อนุสรหิรัญการ	-	450,000	-	450,000
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น				1,000,000
	โครงสร้างทางการเงิน (%)	55%	45%	-	

8.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ตารางที่ 15 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าพื้นที่ 130 ตรม.	10,000 บาท/เดือน
2	ค่าตกแต่งร้าน	ทำสี ทำวอลเปเปอร์ ฉากสตูดิโอ	60,000
3	เครื่องใช้สำนักงาน		73,650
4	ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือ		140,837
5	เงินทุนหมุนเวียน		100,000
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ			458,487

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

8.3 สมมติฐานทางการเงิน

ตารางที่ 16 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า	-	5%	8%	10%	10%
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้	-	5%	8%	11%	15%
การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าบริการ	-	-	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการบริการ	-	3%	3%	3%	3%
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย	-	3%	3%	3%	3%
ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการคำนวณในปี	365				
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ	-				

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 17 การประมาณการรายเดือน

	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)													
แผนกร้านค้า	130	130	130	156	156	156	187	187	187	224	224	224	2,091
แผนกอาบน้ำตัดขน	130	130	130	156	156	156	187	187	187	224	224	224	2,091
แผนกสตูดิโอ	78	78	78	93	93	93	111	111	111	133	133	133	1,245
รวมจำนวนสุนัขที่ใช้บริการ	338	338	338	405	405	405	485	485	485	581	581	581	5,427
ราคาค่าบริการ(บาท)/ครั้ง													
แผนกร้านค้า	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3,600
แผนกอาบน้ำตัดขน	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
แผนกสตูดิโอ	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5,400
รายได้จากการบริการ(บาท)													
แผนกร้านค้า	39,000	39,000	39,000	46,800	46,800	46,800	56,100	56,100	56,100	67,200	67,200	67,200	627,300
แผนกอาบน้ำตัดขน	52,000	52,000	52,000	62,400	62,400	62,400	74,800	74,800	74,800	89,600	89,600	89,600	836,400
แผนกสตูดิโอ	35,100	35,100	35,100	41,850	41,850	41,850	49,950	49,950	49,950	59,850	59,850	59,850	560,250
รวมรายได้การบริการ(บาท)	126,100	126,100	126,100	151,050	151,050	151,050	180,850	180,850	180,850	755,650	755,650	755,650	3,640,950
เงินสดรับการบริการ(บาท)	126,100	126,100	126,100	151,050	151,050	151,050	180,850	180,850	180,850	755,650	755,650	755,650	3,640,950

8.4 ประมาณการรายได้จากการบริการ

ตารางที่ 18 ประมาณรายได้จากการบริการ

รายการ	ปีที่1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ		เพิ่ม 5%	เพิ่ม 8%	เพิ่ม 10%	เพิ่ม 10%
แผนกร้านค้า	2,091	2,195	2,370	2,607	2,867
แผนกอาบน้ำตัดขน	2,091	2,195	2,370	2,607	2,867
แผนกสตูดิโอ	1,245	1,307	1,411	1,552	1,707
รวมจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	5,427	5,697	6,151	6,766	7,441
ค่าบริการ(บาท/หน่วย)					
แผนกร้านค้า	300	300	300	300	300
แผนกอาบน้ำตัดขน	400	400	400	400	400
แผนกสตูดิโอ	450	450	450	450	450
ค่าบริการเฉลี่ย	383	383	383	383	383
รายได้จากการให้บริการ (บาท)					
แผนกร้านค้า	627,300	658,665	711,358	782,494	860,743
แผนกอาบน้ำตัดขน	836,400	878,220	948,478	1,043,326	1,147,659
แผนกสตูดิโอ	560,250	588,263	635,324	698,856	768,742
รวมรายได้จากการให้บริการ(บาท)	2,023,950	2,125,148	2,295,160	2,524,676	2,777,144
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	2,023,950	2,125,148	2,295,160	2,524,676	2,777,144

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

8.5 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ

ตารางที่ 18 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
จำนวนสินค้าซื้อมาในการบริการ(หน่วย)		10%	8%	6%	5%
แชมพู ลูกสุนัข	7	8	9	10	11
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสั้น	7	8	9	10	11
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนยาว	7	8	9	10	11
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีขาว	7	8	9	10	11
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีดำ	7	8	9	10	11
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีน้ำตาล	7	8	9	10	11
ครีมนวดบำรุงเส้นขน	5	6	6	6	6
น้ำยาผสมอาบกำจัดเห็บหมัด	5	6	6	6	6
สเปรย์น้ำหอมสำหรับสุนัข	28	30	32	33	34
สเปรย์ขจัดกลิ่น	25	27	29	30	31
สเปรย์กำจัดเห็บหมัด	30	33	35	37	38
สเปรย์ป้องกันขนพันกัน	11	12	12	12	12
ผงห้ามเลือด	24	26	28	29	30
สำลี	24	26	28	29	30
น้ำยาเช็ดหู	30	33	35	37	38
แป้งถอนขนหู	30	33	35	37	38
ถุงมือยาง 50 คู่	35	38	41	43	45
หน้ากากอนามัย 12 ชิ้น	25	27	29	30	31
น้ำยาทำความสะอาด	15	16	17	18	18
ถุงขยะ	25	27	29	30	31

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 18 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ (ต่อ)

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาในการบริการ					
แชมพู ลูกสุนัข	175	192	207	219	229
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสั้น	175	192	207	219	229
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนยาว	175	192	207	219	229
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีขาว	175	192	207	219	229
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีดำ	175	192	207	219	229
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีน้ำตาล	175	192	207	219	229
ครีมนวดบำรุงเส้นขน	250	275	297	314	329
น้ำยาผสมอาบกำจัดเห็บหมัด	150	165	178	188	197
สเปรย์น้ำหอมสำหรับสุนัข	160	176	190	201	211
สเปรย์ขจัดกลิ่น	90	99	106	112	117
สเปรย์กำจัดเห็บหมัด	240	264	285	302	317
สเปรย์ป้องกันขนพันกัน	2,000	2,200	2,376	2,518	2,644
ผงห้ามเลือด	350	385	415	440	462
สำลี	195	214	231	244	257
น้ำยาเช็ดหู	70	77	83	88	92
แป้งถอนขนหู	180	198	213	226	238
ถุงมือยาง 50 คู่	115	126	136	144	151
หน้ากากอนามัย 12 ชิ้น	30	33	35	37	38
น้ำยาทำความสะอาด	230	253	273	289	304
ถุงขยะ	50	55	59	62	66

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 18 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ (ต่อ)

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนสินค้าซื้อมาในการบริการ (บาท)					
แชมพู ลูกสุนัข	1,225	1,536	1,863	2,190	2,519
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสั้น	1,225	1,536	1,863	2,190	2,519
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนยาว	1,225	1,536	1,863	2,190	2,519
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีขาว	1,225	1,536	1,863	2,190	2,519
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีดำ	1,225	1,536	1,863	2,190	2,519
แชมพู บำรุงขน ผิวหนัง สำหรับสุนัขขนสีน้ำตาล	1,250	1,650	1,782	1,884	1,974
ครีมนวดบำรุงเส้นขน	750	990	1,068	1,128	1,182
น้ำยาผสมอาบกำจัดเห็บหมัด	4,480	5,280	6,080	6,633	7,174
สเปรย์น้ำหอมสำหรับสุนัข	2,250	2,673	3,074	3,360	3,627
สเปรย์ขจัดกลิ่น	7,200	8,712	9,975	11,174	12,046
สเปรย์กำจัดเห็บหมัด	22,000	26,400	28,512	30,216	31,728
สเปรย์ป้องกันขนพันกัน	8,400	10,010	11,620	12,760	13,860
ผงห้ามเลือด	4,680	5,564	6,468	7,076	7,710
สำลี	2,100	2,541	2,905	3,256	3,490
น้ำยาเช็ดหู	5,400	6,534	7,455	8,362	9,044
แป้งถอนขนหู	4,025	4,788	5,576	6,192	6,795
ถุงมือยาง 50 คู่	750	891	1,025	1,110	1,178
หน้ากากอนามัย 12 ชิ้น	3,450	1,4048	4,641	5,202	5,472
น้ำยาทำความสะอาด	1,250	1,485	1,711	1,860	2,046

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 18 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ (ต่อ)

ถุงขยะ	1,225	1,536	1,863	2,190	2,519
รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาในการบริการ(บาท)	75,335	100,782	103,070	113,353	122,440
เงินสดจ่ายค่าสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ	75,335	100,782	103,070	113,353	122,440

8.6 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาขาย

ตารางที่ 19 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาขาย

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนสินค้าซื้อมา(บาท)					
แชมพูลูกสุนัข	21,420	21,848	22,285	22,731	23,186
แชมพูสุนัขโตขนยาว	20,563	20,974	21,393	21,822	22,258
แชมพูสำหรับสุนัขโตขนสั้น	21,420	21,848	22,285	22,731	23,186
แชมพูกำจัดเห็บหมัดสำหรับสุนัขขนยาว	21,420	21,848	22,285	22,731	23,186
แชมพูกำจัดเห็บหมัดสำหรับสุนัขขนยาว	21,420	21,848	22,285	22,731	23,186
แชมพูสำหรับแมวขนยาว	11,880	12,118	12,360	12,607	12,859
แชมพูสำหรับแมวขนสั้น	11,880	12,118	12,360	12,607	12,859
สเปรย์ระงับกลิ่นตัว	5,832	5,949	6,068	6,189	6,313
น้ำหอม	14,400	14,688	14,982	15,282	15,588
นมผงสำหรับสุนัขแรกเกิด	10,800	11,1016	11,236	11,461	11,690
อาหารสุนัขเล็ก Pedigree รสเนื้อวัว	10,620	10,832	11,049	11,270	11,495
อาหารสุนัขเล็ก Pedigree รสแกะ	10,620	10,832	11,049	11,270	11,495
อาหารสุนัขโต Pedigree รสเนื้อวัว	9,750	9,945	10,144	10,347	10,554
อาหารสุนัขโต Pedigree รสแกะ	9,750	9,945	10,144	10,347	10,554

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 19 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาขาย(ต่อ)

อาหารแมว	7,200	7,344	7,491	7,614	7,794
Stick ขนมหนุบ SLEEKY	3,000	3,060	3,121	3,180	3,247
เพดดิกรี เดนต้าสติก ช่วยขัดฟัน	4,680	4,774	4,869	4,966	5,065
แป้งกำจัดเห็บ หมัด	2,124	2,166	2,209	2,253	2,298
ชามอาหาร	3,528	3,599	3,671	3,744	3,819
ขวดนมสำหรับลูกสุนัข	5,181	5,285	5,391	5,499	5,609
กรรไกรตัดเล็บ	2,808	2,864	2,921	2,979	3,039
น้ำยาระงับกลิ่นภายในช่องปาก	7,200	7,344	7,491	7,641	7,794
แปรงแปรงขน	3,870	3,947	4,026	4,107	4,189
น้ำยาทำความสะอาดหู	2,370	2,417	2,465	2,514	2,564
ลูกบอลยาง	2,370	2,417	2,465	2,514	2,564
ขนมสำหรับสุนัขและแมว	3,000	3,060	3,121	3,183	3,247
ยางมัดขนสุนัขและแมว	1,008	1,028	1,049	1,070	1,091
โบว์สุนัขและแมว	1,200	1,244	1,248	1,273	1,298
เบาะนอนขนาดเล็ก	5,040	5,141	5,244	5,349	5,456
เบาะนอนขนาดกลาง	6,768	6,903	7,041	7,182	7,326
กระเป๋าสำหรับเดินทางขนาดเล็ก	4,914	5,012	5,112	5,214	5,318
กระเป๋าสำหรับเดินทางขนาดกลาง	7,056	7,197	7,314	7,488	7,638
กรงสุนัขและแมวขนาดเล็ก	2,080	2,122	2,164	2,207	2,251
กรงสุนัขและแมวขนาดกลาง	5,520	5,630	5,743	5,858	5,975
กรงสุนัขและแมวขนาดใหญ่	7,080	7,222	7,366	7,513	7,663
สายรัดอกพร้อมสายจูง	13,000	13,260	13,525	13,796	14,072
สายจูง	8,000	8,160	8,323	8,489	8,659
ปลอกคอ	5,500	5,610	5,722	5,836	5,953
รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาขาย(บาท)	**316,272**	**322,597**	**329,049**	**335,630**	**342,343**

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8.7 ประมาณการค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 20 แสดงค่าเสื่อมราคา

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
การคำนวณค่าเสื่อมราคา					
ค่าเสื่อม เครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ	28,167	28,167	28,167	28,167	28,167
ค่าเสื่อม ราคาเครื่องใช้สำนักงาน	14,730	14,730	14,730	14,730	14,730
ค่าเสื่อมราคารวม (บาท/ปี)	**42,897**	**42,897**	**42,897**	**42,897**	**42,897**

8.8 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย

ตารางที่ 21 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนค่าบริการ(บาท)					
ค่าแรง/พนักงานในการบริการ		เพิ่มขึ้น 3%	เพิ่มขึ้น 3%	เพิ่มขึ้น 3%	เพิ่มขึ้น 3%
ผู้จัดการร้านและบริหารด้านการขาย	192,000	197,760	203,693	209,804	216,098
พนักงานอาบน้ำและตัดขน	96,000	98,880	101,846	104,902	108,049
พนักงานถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง	96,000	98,880	101,846	104,902	108,049
ผู้ช่วยงานและแม่บ้าน	72,000	74,160	76,385	78,676	81,037
รวมค่าแรงงานในการบริการ	**456,000**	**469,680**	**483,770**	**498,284**	**513,233**
ค่าไฟฟ้าในการบริการ (เดือนละ 3,000 บาท)	36,000	37,080	38,192	39,338	40,518
ค่าน้ำประปาในการบริการ (เดือนละ 1,500 บาท)	18,000	18,540	19,096	19,669	20,259
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ	75,335	100,782	103,070	113,353	122,440

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 21 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย(ต่อ)

ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือ	20,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตร็ดในการบริการ	30,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวมต้นทุนการบริการ(1)	**635,335**	**661,082**	**679,128**	**705,644**	**731,450**
ค่าเสื่อมราคาส่วนของบริการ (บาท)					
ค่าเสื่อมเครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ	28,167	28,167	28,167	28,167	28,167
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการบริการ(2)	28,167	28,167	28,167	28,167	28,167
รวมต้นทุนการบริการ	**663,502**	**689,249**	**707,295**	**733,811**	**759,617**
ต้นทุนสินค้าซื้อมาขาย(บาท)	**316,272**	**322,597**	**329,049**	**335,630**	**342,343**
รวมต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย	**979,774**	**1,011,846**	**1,036,344**	**1,069,441**	**1,101,960**

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

8.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

ตารางที่ 22 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนผู้บริหาร	216,000	216,000	216,000	216,000	216,000
ค่าเช่าพื้นที่	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์	13,000	13,500	14,000	14,500	15,000
ค่าเบ็ดเตร็ดอื่นๆ	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	60,000	65,000	65,000	65,000	65,000
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	207,044	222,616	257,228	299,514	357,642
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย(1)	670,044	691,116	726,228	769,014	827,642
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	14,730	14,730	14,730	14,730	14,730
รวมค่าเสื่อมราคา(2)	14,730	14,730	14,730	14,730	14,730
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย (1)+(2)	**684,774**	**705,846**	**740,958**	**783,744**	**842,372**

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

8.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 23 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รายได้					
รายได้จากการบริการ	2,023,950	2,125,148	2,295,160	2,524,676	2,777,144
รวมรายได้	2,023,950	2,125,148	2,295,160	2,524,676	2,777,144
หัก-ต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย	979,774	1,011,846	1,036,344	1,069,441	1,101,960
กำไรขั้นต้น	1,044,176	1,113,302	1,258,816	1,455,235	1,675,184
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	684,774	705,846	740,958	783,744	842,372
กำไรจากการดำเนินการ	359,402	407,456	517,858	671,491	832,812
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	359,402	407,456	517,858	671,491	832,812
หัก-ภาษีได้นิติบุคคล	21,510	22,961	43,196	62,147	88,229
กำไรสุทธิ	337,892	384,495	474,662	609,344	744,583
หัก-เงินปันผลจ่าย (30%)	36,549	39,034	73,433	105,650	149,990
กำไรสะสม	301,343	345,461	401,229	503,694	594,593

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

8.11 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 24 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	-	180,343	197,964	264,308	425,824	670,801
สินค้าคงเหลือ	-	-	-	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		**180,343**	**197,964**	**264,308**	**425,824**	**670,801**
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์สุทธิ	-	-	-	-	-	-
ค่าตกแต่งร้าน	60,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
ค่าเครื่องใช้สำนักงาน	73,650	58,920	44,190	29,460	14,730	0
ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ	140,837	126,753	112,669	98,585	84,501	70,417
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	**274,487**	**190,673**	**161,859**	**133,045**	**104,231**	**75,417**
รวมสินทรัพย์	**274,487**	**371,016**	**359,823**	**397,353**	**530,055**	**746,218**
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-

พลังแห่งวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 24 ประมาณการงบดุล**(ต่อ)**

เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล		21,510	22,961	43,196	62,147	88,229
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน		21,510	22,961	43,196	62,147	88,229
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน		21,510	22,961	43,196	62,147	88,229
ส่วนของผู้ถือหุ้น	-	-	-	-	-	-
ทุนของเจ้าของ	800,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
กำไร (ขาดทุน) สะสม		301,343	345,461	401,229	503,694	594,593
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	**800,000**	**1,301,343**	**1,345,461**	**1,401,229**	**1,503,694**	**1,594,593**
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		**1,322,853**	**1,368,422**	**1,444,425**	**1,565,841**	**1,682,822**

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

8.12 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 25 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	**ปีที่1**	**ปีที่2**	**ปีที่3**	**ปีที่4**	**ปีที่5**
อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน	-	-	-	-	-
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว	-	-	-	-	-
อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า	9	9.97	9.98	9.97	9.98
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ	40.56	36.61	36.57	36.61	36.57
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวร	10.61	13.13	17.25	24.22	36.82
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม	5.46	5.91	5.78	4.76	3.72
อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้					
อัตราส่วนแห่งหนี้	-	-	-	-	-
อัตราส่วนแห่งเงินทุน	-	-	-	-	-
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย	-	-	-	-	-
อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.91	1.07	1.19	1.15	1.00
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น(ROE)	0.26	0.29	0.34	0.41	0.47
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น	0.52	0.52	0.55	0.58	0.60
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	0.18	0.19	0.23	0.27	0.30
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	8,309,688.99				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	32%				
ระยะเวลาคืนทุน	1 ปี 3 เดือน				

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 9

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงเป็นแผนป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ ซึ่งมาจากการประเมินถึงความเสี่ยงในด้านต่างๆ ความเสี่ยงในด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน ด้านการบริการ โดยอาจจะพิจารณากำหนดจากส่วนที่เป็นจุดอ่อนหรือเป็นปัญหาของธุรกิจ

ตารางที่ 26 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะหรือปัญหาความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	ผลกระทบจากคู่แข่ง	เกิดอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้น	-สร้างกลยุทธ์ใหม่ๆเพื่อทำให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง -เน้นการบริการที่สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าและให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เข้ารับบริการอย่างต่อเนื่อง
2	ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย	สินค้าหรือผู้ที่เข้ามาใช้บริการยังไม่เป็นไปตามที่ตั้งไว้	-จัดโปรโมชั่นกระตุ้นยอดขาย -การทำการตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
3	พนักงานลาออกอย่างกะทันหัน	บุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ทำให้การบริการล่าช้า และงานติดขัด	-รับบุคลากรที่ต้องการทำงานจริงๆและมีการเซ็นสัญญาการจ้างงาน

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาโท

ตารางที่ 26 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง(ต่อ)

			-ฝึกพนักงานให้สามารถทำงานแทนกันได้ มีการหมุนเวียนงานกันภายในกิจการและรวมไปถึงการให้ผลตอบแทนและสวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจเพื่อสร้างความจงรักภักดีต่อองค์กร
4	การเพิ่มราคาขึ้นของราคาสินค้าบางประเภท	การปรับราคาสินค้านั้นทำได้ยากลูกค้าจะสับสนและอาจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนร้านได้	-สร้างความเข้าใจให้กับลูกค้าในการปรับราคาสินค้าและชี้ให้เห็นข้อเท็จจริง
5	ราคาของต้นทุนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสูงขึ้นหรือบางครั้งวัตถุดิบขาดตลาด	ต้นทุนของสินค้าเพิ่มขึ้นทำให้ราคาจำหน่ายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย	-เจรจาต่อรองกับ Supplier รายใหม่ -เลือกผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาทดแทน
6	การบริการล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า	กรณีที่บางวันกิจการอาจมีลูกค้ามาใช้บริการเยอะ ทำให้เกิดความล่าช้า อาจสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้า	-สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีการจัดคิวหรือระบุเวลามารับสุนัขเพื่อไม่ให้ลูกค้าเสียเวลา
7	ปัญหาเศรษฐกิจซบเซา	คนใช้จ่ายซื้อของและเข้ารับบริการน้อยลงทำให้รายได้ของกิจการไม่สม่ำเสมอ	-กระตุ้นความสนใจโดยการจัดโปรโมชั่นทุกเดือน แต่ละเดือนจะมีสินค้าหรือบริการ ที่ ลด แลก แจก แถมหมุนเวียนกันไป

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สรุป จากแผนฉุกเฉินและแผนประเมินความเสี่ยงข้างต้น ทำให้ทราบว่าในการประกอบธุรกิจในปัจจุบันนั้นมีความเสี่ยงเกิดขึ้นได้เสมอ ดังนั้นกิจการจึงได้เตรียมแผนสำรองหรือแผนฉุกเฉินขึ้น เพื่อรองรับกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ข้อมูลที่จัดเตรียมไว้เป็นมาตรการป้องกันปัญหาและแนวทางในการหาทางแก้ไขเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้เสมอ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

รายการอ้างอิง

กรูมมิ่ง. (2552). **ธุรกิจเสริมสวยสุนัข ตัดเองก็เจ๋ง ทำเป็นธุรกิจก็แจ๋ว.** พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : พีเพิล มีเดีย

ณรงค์ อนันต์เลิศสกุล. (2554) **โรงเรียนสอนตัดขนสุนัข โกลมี่เพ็ท กรูมมิ่งแอนด์สปา.** Accessed 10 December . Available from http://www.hatyaidog.com/

ธุรกิจเสริมสวยสุนัข. (2551) **ธุรกิจเสริมสวยสุนัข แค่ใจรักก็ทำได้**. Accessed 10 December . Available from http://money.sanook.com/55784/ธุรกิจเสริมสวยสุนัข-แค่ใจรักก็ทำได้/

ธุรกิจอาบน้ำสุนัข. (2549) **แฟรนไชส์ ด็อกทูโฮม บิวตี้ | Dog2Home Beauty franchise**. Accessed 26 December . Available from http://www.thaifranchisecenter.com/directory

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553) **บริการสัตว์เลี้ยง**. Accessed 20 December . Available from http://www.cms.sme

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาคผนวก

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาคผนวก **ก. ธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง Love me Love my dog**

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตัวอย่างการบริการสุนัข

ขั้นตอนที่ 1

ตัดขนบริเวณเท้าเพื่อป้องกันไม่ให้เท้าสุนัขอับชื้น ตัดเล็บเพื่อป้องกันเล็บของสุนัขหักและเป็นบาดแผล สุนัขถ้าไม่ได้รับการดูแลอาจจะทำให้เกิดเชื้อราและโรคผิวหนัง สุนัขบางพันธุ์ตัดขนบริเวณเท้าเพื่อความสวยงาม ทำให้การเดินดูสง่า และป้องกันไม่ให้ขนเท้าแปรอะเปื้อน

ขั้นตอนที่ 2

เปิดขนใต้ท้องตั้งแต่ข้อพับหลังด้านใน สูงขึ้นไปถึงร่องเว้าตรงช่องอก เพื่อป้องกันไม่ให้ปัสสาวะเปรอะเปื้อน อับชื้นและมีกลิ่นเหม็น

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ขั้นตอนที่ 3

ตัดขนบริเวณลำตัว หัว ใบหู ขา และรูทวาร เพื่อความสวยงาม สะอาด และป้องกันไม่ให้อุจาระเปื้อนหมักหมม ทำให้มีกลิ่น

ขั้นตอนที่ 4

ตัดขนในช่องหู และถอนขนบริเวณรอบๆให้สะอาด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ขั้นตอนที่ 5

นำสุนัขลงอ่างอาบน้ำ ค่อยๆเปิดน้ำชโลมที่ลำตัว แล้วไล่ไปจนถึงบริเวณหัว ระวังอย่าให้เข้าตา และจมูก เพราะจะทำให้สุนัขตกใจ และ สำลักน้ำ

ขั้นตอนที่ 6

เช็ดตัวสุนัขให้หมาด แล้วจึงเป่าขนสุนัขด้วยเครื่องเป่าจนแห้งทั้งตัว ในขั้นตอนนี้จะต้องเป่าขนให้แห้งจริงๆ เพราะถ้าขนไม่แห้ง อาจจะทำให้มีกลิ่นอับและสุนัขเป็นโรคผิวหนังได้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ขั้นตอนที่ 7

การสางขนจะต้องใช้แปรงลวด แปรงขนสุนัข โดยการสะบัดข้อมือโดยไม่ให้แปรงลวดสัมผัสถึงผิวหนังของสุนัขเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดบาดแผล และเมื่อมีขนที่พันกันเป็นก้อน ก็จะใช้น้ำยาสางขนฉีดทิ้งไว้ซักพักเพื่อให้ง่ายต่อการหวีแล้วค่อยๆสางจนหมดทั้งตัว เพื่อขนที่ฟูและสวยงาม

ขั้นตอนที่ 8

เช็ดภายในช่องหูด้วยน้ำยาทำความสะอาด เพื่อความสะอาดและป้องกันกลิ่นอับ

ตัดแต่งขนบริเวณหัวตา และเก็บรายละเอียดทั้งหมด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตัวอย่างการถ่ายสตูดิโอ

นำสัตว์เลี้ยงเข้าห้องสตูดิโอ จัดชุดต่างๆใส่ให้สัตว์เลี้ยง แล้วจึงจัดให้สัตว์เลี้ยงอยู่ในตำแหน่งของฉาก ตั้งกล้องถ่ายรูปสัตว์ในฉากน่ารักๆ ทางร้านยังจัดให้เจ้าของสามารถถ่ายรูปคู่กับสัตว์เลี้ยงได้อีกด้วย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ขายภายในร้าน Love me Love my dog

ลำดับ	ชนิดสินค้า	ตราสินค้า	คุณลักษณะ	ขนาด	ราคา
1	แชมพูลูกสุนัข	Sleeky	แชมพูทำความสะอาดผิวหนังและขน ช่วยให้ลูกสุนัขมีสุขภาพที่แข็งแรง	350 CC.	119
2	แชมพูสุนัขโต		แชมพูทำความสะอาดผิวหนังและขน ช่วยให้สุนัขมีสุขภาพที่แข็งแรงสำหรับสุนัขขนยาว	350 CC.	119
3	แชมพูสุนัขโต		แชมพูทำความสะอาดผิวหนังและขน ช่วยให้สุนัขมีสุขภาพที่แข็งแรงสำหรับสุนัขขนสั้น	350 CC.	119
4	แชมพูกำจัดเห็บหมัด		เป็นแชมพูที่มีส่วนผสมช่วยในการกำจัดเห็บและหมัดที่กวนใจสุนัขสำหรับสุนัขขนยาว	350 CC.	119
5	แชมพูกำจัดเห็บหมัด		เป็นแชมพูที่มีส่วนผสมช่วยในการกำจัดเห็บและหมัดที่กวนใจสุนัขสำหรับสุนัขขนสั้น	350 CC.	119

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

6	แชมพูสำหรับแมว	Hobbyy	แชมพูทำความสะอาดและบำรุงเส้นขนสำหรับแมวขนยาว	300 CC.	99
7	สเปรย์ระงับกลิ่น	Sleeky	ช่วยระงับกลิ่นตัวของสัตว์เลี้ยง	500 CC	99
8	นมผงสำหรับสุนัขแรกเกิด	Esbilac-KMR	นมทดแทนลูกสุนัขลูกแมว		150
9	อาหารสุนัขพันธุ์เล็ก	Pedigree	ชนิดเม็ด รส เนื้อวัว แกะ	480 g	59
10	อาหารสุนัขโต		ชนิดเม็ด รส เนื้อวัว แกะ	480 g	65

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

11	อาหารแมว	Me-O	ชนิดเม็ด รสปลาทูน่า	1 kg	250
12	Stick ขนมหนุบ SLEEKY		มีให้เลือก 6 รสชาด คือ เนื้อ, ไก่, แกะ, ตับ, เบคอน, เนื้อ&ชีส	50 g	ซองละ 25
13	เพดดิกรี เดนต้าสติก ช่วยขัดฟัน		สุนัขพันธุ์กลางถึงพันธุ์ใหญ่ เดนต้ารูปทรง มีเนื้อสัมผัสที่เหมาะสมในการขัดฟันและช่วยลดคราบแบคทีเรีย	86 g	39
14			สุนัขพันธุ์เล็ก เดนต้ารูปทรง มีเนื้อสัมผัสที่เหมาะสมในการขัดฟันและช่วยลดคราบแบคทีเรีย	75 g	39
15	สเปรย์ป้องกันปัสสาวะในบริเวณที่ไม่ต้องการ	Gnano	สเปรย์ป้องกันสุนัขฉี่และกำจัดกลิ่น	500 CC	350

16	แป้งกำจัดเห็บหมัด	SLEEKY	แป้งกำจัดเห็บ หมัด โรยตัวสุนัข สลิคกี้ สำหรับกำจัด เห็บ หมัด ไร	150 g	59
17	ชามอาหาร		ชามอาหารของสุนัขและแมว		49
18	ขวดนมสำหรับลูกสุนัข	SLEEKY	ชุดขวดนมสำหรับลูกสุนัขและสัตว์เลี้ยง ประกอบไปด้วยขวดนม+จุกนมสำหรับเปลี่ยน +แปรงทำความสะอาด		90
19	กรรไกรตัดเล็บ	BOK DOK	กรรไกรตัดเล็บ สามารถใช้ได้ กับ สุนัข แมว กระต่าย		259
20	น้ำยาระงับกลิ่นภายในช่องปาก	DENTAL FRESH	เพียงผสมในน้ำให้รับประทาน ไม่เป็นอันตรายผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง		130

ผลงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ระดับปริญญาตรี

21	แปรงแปรงขน	SLEEKY	ใช้แปรงขนสัตว์เลี้ยงเพื่อความสวยงาม		250
22	น้ำยาทำความสะอาดหู	SLEEKY	โลชั่นทำความสะอาดหู	100 CC	129
23	ลูกบอลยาง		ของเล่นสำหรับสุนัขและแมว		79
24	ยางมัดขนสุนัขและแมว		ใช้รัดขนสุนัขและแมวเพื่อความน่ารัก และสวยงาม		35
25	โบว์สุนัขและแมว		เป็นเครื่องประดับตกแต่งให้สัตว์เลี้ยงดูน่ารักยิ่งขึ้น		ตัวละ 20 ฿
26	เบาะรองนอน		ที่นอนของสัตว์เลี้ยง เป็นเบาะรองที่นุ่ม เพื่อความสบายและผ่อนคลายของสัตว์เลี้ยง		S 350 M 470 L 590

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

27	กระเป๋าสำหรับเดินทาง		ใส่สัตว์เลี้ยงเพื่อความสะดวกในการเดิน		S 390 M 490 L 590
28	กรงสุนัขและแมว		เป็นที่อยู่ของสัตว์เลี้ยง		S 289 M 460 L 590 XL 999
29	สายรัดอกพร้อมสายจูง		สายรัดอกยาวสุด 20-27” หนา 3 / 4” สามารถปรับลดขนาดได้อีก เหมาะสำหรับสุนัขกลาง-ใหญ่		250 ฿
30	สายจูง		สายจูงสัตว์เลี้ยง ยาว 30”		เส้นละ 199฿
31	ปลอกคอ		ใส่คอสัตว์เลี้ยง เพื่อความสวยงาม และการแสดงว่าสัตว์เลี้ยงมีเจ้าของ		อันละ 120฿

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาคผนวก ข. ใบรายการการบริการของร้าน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การบริการของร้าน

อัตราค่าบริการแบบคิดค่าบริการปกติ

รายการ	ราคา(บาท)
1. อาบน้ำ+ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู+ตัดเล็บ	350-500
2. อาบน้ำ+ตัดเล็บ+เช็ดหู	200-300
3. ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู	250-350
4.กำจัดเห็บ+หมัด	50-200

อัตราค่าบริการแบบ Promotion Set

รายการ	**S** **1-5 kg.**	**M** **6-10 kg.**	**L** **11-20 kg.**
1.อาบน้ำ+ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู+กำจัดเห็บ/หมัด+นวดตัว	400	450	500
2.ตัดแต่งขน+ตัดเล็บ+เช็ดหู+กำจัดเห็บ/หมัด	350	400	450

หมายเหตุ

ราคาไม่มีอัตราที่แน่นอน ถ้าสุนัขมีปัญหาขนมาก ราคาบริการจะเพิ่มขึ้น ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

อัตราค่าบริการสตูดิโอถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง

ขนาดของภาพ	ราคา/บาท
5*7	45
4*6” 24 รูป+ฟรี 4 P 2 แผ่น	820
Poster size 15*20”	1,000

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาคผนวก ค. ตัวอย่างแผนผังร้าน Love me Love my dog

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตัวอย่างแผนผังภายในร้าน Love me Love my dog

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ-นามสกุล นางสาวทิฆัมพร สัจจปัญญาพิทักษ์

ที่อยู่ 409 บ้านพักชลประทาน โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาสามชุก หมู่3 ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 72130

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2551 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกรรณสูตศึกษาลัย จังหวัดสุพรรณบุรี

พ.ศ. 2555 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์ทำงาน

พ.ศ.2554 ฝึกงานกับบริษัท สาระดี จำกัด แผนกบุคคล

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ-นามสกุล นางสาวนิสา อนุสรหิรัญการ

ที่อยู่ 204/225 หมู่7 ตำบลโพธิ์พระยา อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2551 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกรรณสูตศึกษาลัย จังหวัดสุพรรณบุรี

พ.ศ.2555 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์ทำงาน

พ.ศ.2554 ฝึกงานกับบริษัท กันตนาโปรดักชั่นเซอร์วิส จำกัด แผนกบุคคล

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี