



แผนธุรกิจ Happy Dog ธุรกิจบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข



โดย

นางสาวชญาพร แก้วไทย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

แผนธุรกิจ Happy Dog ธุรกิจบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

BUSINESS PLAN HAPPY DOG GROOMING



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2010

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ แผนธุรกิจ Happy Dog ธุรกิจบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข ” เสนอโดย นางสาวชญานุช เค้าภูไทย เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทสนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.กฤษฎา พ็ชรพานิช)

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

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์)

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

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

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



52602307 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง

ชญาณูช เก้าภูไทย : แผนธุรกิจ Happy Dog ธุรกิจบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข.
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. 127 หน้า.

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาโอกาสในการประกอบธุรกิจและประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนสำหรับเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง ศึกษาในรูปแบบการจัดทำแผนธุรกิจของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรมโดยสืบค้นข้อมูลและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ของกิจการและคู่แข่ง ซึ่งจะใช้ประกอบการตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ของกิจการเพื่อสร้างความได้เปรียบที่เหนือคู่แข่งอันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจและวิเคราะห์ถึงผลตอบแทนจากการลงทุนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ลงทุน

ผลจากการศึกษาพบว่า เพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจในด้านการบริหารจัดการกิจการได้นำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในการบริการ (Differentiation Strategy) โดยมุ่งการตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีคุณภาพพร้อมกับนำกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขั้นทางด้านแผนการตลาดกิจการนำเสนอส่วนประสมของตลาดการบริการ (Marketing Mix 7P'S) มาใช้ในการดำเนินการด้านแผนการบริการ มีการกำหนดผังขั้นตอนการให้บริการเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการบริการและด้านแผนการเงินในการ

ประมาณการเงินระยะเวลาคืนทุนของกิจการเท่ากับ 1 ปี 2 เดือน และมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) ณ สิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 266,948 บาท

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

52602307 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD : BUSINESS PLAN HAPPY DOG PET SERVICE

CHAYANUCH KAOPUTHAI : BUSINESS PLAN HAPPY DOG GROOMING.

INDEPENDENT STUDY ADVISOR : . KREAGRIT AMPAWAT Ph.D.127 pp.

Happy dog is grooming and spar for pet, home stay pet and pet shop which is located at Theppanid shop, 152 Moo 8 Banglen nakornpathom 73130, is to be operated by Chayanuch Kaoputhai ower

The objectives of this study were to identify business opportunity in the market and to evaluate feasibility of the investment project. The result of the study formed a basis for developing guidelines operation of pet service.

The study was carried out and present in the startup business plan template originally designed by the department of industrial promotion, ministry of industry. The study was conducted through analysis of data and factors that effect possibility of business to succeed or fail. Through analysis of situation and competition enabled decision making process in strategy formulation for competitive advantages. Additionally, analysis of return on investment facilitated load granting process.

The finding indicated that differentiation strategy with concentration on promptness, quality of service and focus strategy oriented toward competitive advantages were implemented to achieve managerial goals. In light of the marketing plan, the extended marketing mix 7P'S as adopted to satisfy customer and business objectives. Service process flowchart was introduced to support promptness of service. Regarding the financial plan, according to the profit projection, payback period was 2 years and 1 month, and net present value at the end of the 5th year was 266,948 baht.



ผลงานวิทยนักรศึกษา ระดับปริญญาตรี

Program of Entrepreneurship Graduate School , Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

งานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายๆท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ต่อผู้ศึกษาเป็นอย่างยิ่งขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์และอาจารย์ ดร. กฤษฎา พัทธราวิช คณะกรรมการ ตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตลอดจนแก้ไข ข้อบกพร่องในการศึกษาการค้นคว้าอิสระฉบับนี้

ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้และ ประสบการณ์ซึ่งผู้ศึกษาได้นำมาประกอบการค้นคว้าและขอขอบคุณแหล่งข้อมูลที่มีส่วนช่วย สนับสนุนให้การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณบุคคลในครอบครัวที่ให้กำลังใจและสนับสนุนในเรื่อง การศึกษาเสมอมา และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยและเพื่อนนักศึกษาระดับปริญญาโททุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกด้วยดีเสมอมาตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
สารบัญแผนผัง	ฐ
บทที่	
1 บทนำผู้บริหาร	1
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	2
โอกาสทางธุรกิจและแนวคิดในการก่อตั้งกิจการ	2
วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	3
กลยุทธ์ในการบริหารกิจการ	3
โครงสร้างการลงทุน	5
ผลการตอบแทนจากการลงทุนของกิจการ	5
2 ความเป็นมาของโครงการ	6
ลักษณะธุรกิจ	6
ประวัติของเจ้าของกิจการ	8
ลักษณะงานที่ได้รับผิดชอบในปัจจุบัน	8
แผนการดำเนินการก่อนเปิดกิจการ	9
3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	10
แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ	11
การสำรวจข้อมูลทางการตลาดแบบปฐมภูมิ	14
มาตรฐานในการประกอบธุรกิจ	14
วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางสังคม	16
การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน	19
การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม การวิเคราะห์ สภาวะการแข่งขันของธุรกิจ HAPPY DOG	20

บทที่		หน้า
4	การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ.....	22
	การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ HAPPY DOG	23
5	วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายในการทำธุรกิจ กลยุทธ์ขององค์กร	25
	วิสัยทัศน์	25
	พันธกิจ	26
	เป้าหมายในการทำธุรกิจ.....	26
	กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ	27
6	แผนการบริหารจัดการ	32
	แผนด้านบุคลากร	34
	กระบวนการสรรหาบุคลากร	34
	แผนพัฒนาบุคลากร	35
	การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน	36
7	แผนการตลาด	37
	พฤติกรรมผู้บริโภค	38
	การแบ่งส่วนทางการตลาด	40
	กลยุทธ์ทางการตลาด	41
	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ / การบริการ	42
	กลยุทธ์ด้านราคา	42
	กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	50
	กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย	51
	กลยุทธ์ด้านบุคลากร.....	55
	กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ	56
	กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ	59
	การกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจ	61
8	แผนการให้บริการ	62
	ลักษณะอาคารที่ตั้ง HAPPY DOG	64
	การให้บริการ	67
	ความสามารถในการให้บริการ.....	68
	ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อม	69

บทที่		หน้า
9	แผนการเงิน	75
	การลงทุนโครงการ	75
	เป้าหมายทางการเงิน	76
	ประมาณการงบการเงิน.....	76
	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	78
	ประมาณการงบกระแสเงินสด	79
	ประมาณการงบดุล	80
	การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการลงทุน	81
10	แผนสำรองฉุกเฉิน	84
	แผนในอนาคต	85
	บรรณานุกรม	86
	ภาคผนวก	88
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับแผนธุรกิจ HAPPY DOG.....	89
	ภาคผนวก ข ตารางแสดงค่าใช้จ่าย	94
	ภาคผนวก ค ตารางแสดงแผนด้านการเงิน	98
	ภาคผนวก ง รายละเอียดงบประมาณ	110

ประวัติผู้วิจัย 127

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	โครงสร้างการลงทุน	5
2	ผลตอบแทนของการลงทุน	5
3	แผนการดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ	9
4	ลักษณะการบริการและราคาการบริการสำหรับสัตว์เลี้ยง	43
5	ราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็ก	44
6	ราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์ที่ใช้เลี้ยงเป็นเพื่อน.....	44
7	ราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์ที่ใช้ในเกมสกีฬา	45
8	ราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์ที่ใช้ในการต้อนฝูง.....	45
9	ราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์ที่ใช้ในการล่าสัตว์.....	45
10	ราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์ที่ใช้ในการเฝ้าบ้าน.....	46
11	ราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์พินบ้าน.....	46
12	ราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์บลูเทอเรีย.....	46
13	ราคาอุปกรณ์สุนัข ประเภทแชมพู	47
14	ราคาอุปกรณ์สุนัข ประเภทโตชั่น.....	47
15	ราคาอุปกรณ์สุนัข ประเภทน้ำหอม.....	48
16	ราคาอุปกรณ์สุนัข ประเภทขนมอบ.....	48
17	ราคาอุปกรณ์สุนัข ประเภทหวี แปรงขน และอื่นๆ	49
18	ราคาอุปกรณ์สุนัข ประเภทเสื้อผ้า.....	50
19	กระบวนการให้บริการ ส่วนการรับบริการอาบน้ำ ตัดขน ฯลฯ	56
20	กระบวนการให้บริการ ส่วนการรับฝากสุนัข	57
21	กระบวนการให้บริการ ส่วนการจำหน่ายพันธุ์สุนัข	58
22	กระบวนการให้บริการ ส่วนการจำหน่ายอุปกรณ์สุนัข.....	59
23	การวิเคราะห์การแข่งขัน.....	60
24	ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณค่าการเสื่อม	69
25	แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคา.....	71
26	ประมาณการรายได้.....	71
27	ประมาณการต้นทุนแรงงาน.....	72
28	ประมาณการค่าแรงงานทางตรงผันแปร	73

ตารางที่		หน้า
29	ประมาณการค่าใช้จ่ายอื่นๆ	73
30	ประมาณการต้นทุนการให้บริการ	74
31	แสดงการคำนวณต้นทุนคงที่.....	74
32	แสดงการคำนวณต้นทุนผันแปร.....	74
33	แสดงโครงสร้างการใช้เงินลงทุน.....	76
34	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	78
35	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	79
36	ประมาณการงบดุล	80
37	การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน.....	82
38	ค่าใช้จ่ายทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุน	95
39	เงินลงทุนหมุนเวียน	97
40	แผนด้านการเงินปีที่ 1	99
41	แผนด้านการเงินปีที่ 2	100
42	แผนด้านการเงินปีที่ 3	101
43	แผนด้านการเงินปีที่ 4	102
44	แผนด้านการเงินปีที่ 5	103
45	แผนการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	104

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	สัญลักษณ์ของกิจการ	7
2	หน้าร้านของกิจการ.....	8
3	ตัวอย่างโฆษณาใบปลิว	52
4	ตัวอย่างบัตรสมาชิกด้านหน้า	53
5	ตัวอย่างบัตรสมาชิกด้านหลัง	53
6	ตัวอย่างข้อความโฆษณา	53
7	ตัวอย่างคู่มือใช้ร่วมการส่งเสริมการขาย	54
8	ตัวอย่างบัตรสะสมคะแนนร้าน HAPPY DOG	55
9	ป้ายชื่อร้าน HAPPY DOG	63
10	อาคารเทพพานิช	63
11	แสดงบรรยากาศผู้มาใช้บริการร้านเทพพานิช	65
12	แสดงบรรยากาศผู้มาใช้บริการร้านเทพพานิช	65

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญแผนผัง

แผนผังที่		หน้า
1	ที่ตั้งร้าน HAPPY DOG	7
2	การวิเคราะห์สภาวะการณ์แข่งขันอุตสาหกรรม.....	20
3	โครงสร้างองค์กร.....	33
4	ตำแหน่งทางธุรกิจของ HAPPY DOG	61
5	ที่ตั้งร้าน HAPPY DOG	62
6	การจัดการพื้นที่ภายในร้าน HAPPY DOG	66
7	ขั้นตอนการให้บริการ	68



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร

HAPPY DOG เป็นธุรกิจต่อยอดเพื่อความครบวงจรเกี่ยวกับธุรกิจสัตว์เลี้ยงให้แก่ร้านเทพพานิชภายใต้แนวคิดที่ต้องการเห็นสัตว์เลี้ยงในต่างจังหวัดมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยการใช้สินค้าและบริการของทางร้านเป็นสื่อกลางแทนความรักจากใจของเจ้าของไปสู่สัตว์เลี้ยง ในส่วนกิจการดั้งเดิมร้านเทพพานิช จำหน่ายสินค้า อาหารและอุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2551 ใช้เงินทุนหมุนเวียน 2.5 ล้านบาท เป็นเงินที่ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว ช่องทางการจัดจำหน่ายใช้อาคารพาณิชย์ของครอบครัวเป็นสถานที่ในการจัดจำหน่ายโดยมีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์สูง 3.5 ชั้น หน้ากว้าง 9 เมตร มีโกดังตั้งติดกับตัวอาคาร 1 หลังใช้ในการเก็บสินค้า รวมพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 1 ไร่ ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม บนทางถนนหลวงหมายเลข 346 ในส่วนร้าน HAPPY DOG เป็นสถานที่ให้บริการสัตว์เลี้ยงโดยเน้นสุนัขเป็นหลักประกอบด้วยบริการ 3 ประเภทได้แก่

1. บริการหลักคือ บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข สำหรับเจ้าของสุนัขที่ต้องการความสะดวกสบายในการทำสะอาดและเสริมความสวยงามแก่สุนัขของตน
2. บริการเสริมคือ บริการรับฝากสุนัข
3. บริการอื่นๆ ได้แก่ บริการจำหน่ายพันธุ์สุนัข และ บริการจำหน่ายอุปกรณ์สุนัข

การบริการทั้ง 3 ส่วนเพิ่มความครบวงจรให้กับร้านเทพพานิชซึ่งเป็นร้านจำหน่ายอาหารสัตว์ที่เปิดอยู่เดิม HAPPY DOG ใช้อาคารร้านเทพพานิชเป็นช่องทางจัดจำหน่าย โดยแบ่งพื้นที่ด้านหน้าอาคารที่ตั้งเทพพานิชส่วนหนึ่ง กว้าง 4.5 เมตร และ 4.9 เมตรภายในมีการแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนตามลักษณะการใช้งานได้แก่

1. บริเวณหน้าร้าน คือ ส่วนที่ใช้รับรองลูกค้า ใช้พูดคุยเพื่อรับงานจากลูกค้ารวมถึงการโชว์สินค้าที่จำหน่าย
2. บริเวณหลังร้าน คือ ใช้ในการให้บริการแก่สุนัขโดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนบริการตัดแต่งและส่วนบริการอาบน้ำและเป่าแห้ง HAPPY DOG ประกอบด้วยบริการ 10 ประเภท คือ อาบน้ำ ตัดเล็บ เช็ดหู Hair Treatment ตัดขน อาบน้ำแมวขนสั้น อาบน้ำแมวขนยาว Hot-oil เพิ่มอาบน้ำยากำจัดเห็บหมัด รับฝากเลี้ยง จำหน่ายพันธุ์สุนัข และจำหน่ายอุปกรณ์สุนัข

HAPPY DOG ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 152 หมู่ 8 ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 73130 ลงทุนโดยนางสาวชญาณูช เก้าภูไทย ดำเนินธุรกิจในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว ใช้เงินทุนในการหมุนเวียน 456,000 บาท เป็นเงินที่ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว พร้อมเปิดให้บริการในวันที่ 1 มิถุนายน 2554 โดยเปิดทำการทุกวัน โดยในวันธรรมดาเปิดให้บริการตั้งแต่ 08:30-19:30 น. วันเสาร์-อาทิตย์ เปิดให้บริการตั้งแต่ 08:30-21:00 น. ของทุกวัน

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มคนเพศชายและเพศหญิง อายุ 20-34 ปี สถานะภาพโสด (Young Single) และกลุ่มคนเพศหญิง อายุ 50-64 ปี สถานะภาพสมรส (Middle Aged) เลี้ยงสุนัขที่มีลักษณะขนหยิกแข็ง ส่วนนอกหนาและนุ่ม ส่วนในมีสปริงในตัวขนยาวออกไม่สิ้นสุด จำเป็นต้องหวีสาางขนทุกวันและต้องตัดแต่งขนเดือนละ 2-3 ครั้งต่อเดือน (Curly Coats)
2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ กลุ่มคนเพศชายและเพศหญิง อายุ 20-34 ปี สถานะภาพโสด (Young Single) และกลุ่มคนเพศหญิง อายุ 50-64 ปี สถานะภาพสมรส (Middle Aged) เลี้ยงสุนัขที่มีลักษณะขนส่วนนอกเหยียดตรงหนาหนุ่ม ส่วนขนด้านในจะสั้นและทอดยาวไปตามผิว ขนยาวออกไม่สิ้นสุด จำเป็นต้องหวีแปรงทุกวัน อาบน้ำตัดแต่งขนเดือนละ 1-2 ครั้ง ต่อเดือน (Long Straight Coats)

โอกาสทางธุรกิจและแนวคิดในการก่อตั้งกิจการ

โอกาสทางธุรกิจพบว่าธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยงมีอัตราการเติบโตของยอดขายอยู่ในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่องและมีความสอดคล้องกับธุรกิจการจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงที่ดำเนินกิจการอยู่เดิม อันเนื่องมาจากสภาพสังคมและการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนในปัจจุบันเป็นสังคมแบบวัตถุนิยมมากขึ้น มีการแข่งขันในการทำงานมากขึ้น คนเกิดความเครียดและความเหงา การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงได้ช่วยบำบัดความเครียดและผ่อนคลายความเหงาได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะสุนัขเป็นสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เห็นได้จากมูลค่าตลาดสินค้าและบริการที่มีมูลค่าตลาดสูง และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ดังนั้นการมีพื้นฐานในการจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงส่งผลให้ร้าน HAPPY DOG มีความรู้และเข้าใจความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นอย่างดี ในส่วนของสถานที่ตั้งส่งผลให้ HAPPY DOG มีช่องทางจำหน่ายของร้านมีความชัดเจน สะดวกและอยู่ในแหล่งชุมชน การตั้งอยู่ของร้านเทพพานิชส่งผลให้สามารถ

เข้าถึงฐานลูกค้าของร้านเทพพานิชซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้าน HAPPY DOG ได้อย่างสะดวกโดยทันที รวมถึงการมีช่างและทีมงานที่มีความชำนาญการ ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพและมาตรฐานสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการสังเกตเห็น คือ ธุรกิจร้าน HAPPY DOG จะเป็นธุรกิจต่อยอดที่มีความเข้มแข็ง เนื่องจากผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดี ส่งผลให้การขยายธุรกิจในครั้งนี้จะมีความเข้มแข็งและมั่นคงช่วยเพิ่มให้ร้านเทพพานิชมีความครบวงจรในธุรกิจมากยิ่งขึ้น ธุรกิจมีความเข้มแข็งและมั่นคงในการดำเนินต่อไป

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

1. เพื่อศึกษาโอกาสในการประกอบธุรกิจและประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจการบริการสัตว์เลี้ยง

กลยุทธ์ในการบริหารกิจการ

HAPPY DOG ได้กำหนดวิสัยทัศน์มุ่งเน้นการให้บริการที่เน้นในเรื่องคุณภาพและการสร้างความสัมพันธ์ที่แนบแน่นยาวนานกับลูกค้าเพื่อเป็นการรักษาภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าไว้ดังนี้

กลยุทธ์ระดับองค์กร ได้นำกลยุทธ์การเติบโต (Growth Strategy) มาใช้ในการบริหารงาน เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เปิดดำเนินการใหม่จึงต้องเน้นสร้างความเติบโตในส่วนของยอดขาย กำไร เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

กลยุทธ์ระดับธุรกิจได้นำกลยุทธ์มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) โดยมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ ได้ใช้การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) มีการตรวจสอบให้บริการจากลูกค้าทุกครั้งที่ลูกค้าใช้บริการเพื่อใช้ในการปรับปรุงและสร้างกลยุทธ์การรักษาลูกค้า

กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) ประกอบด้วยแผนปฏิบัติการใน 4 ด้านดังนี้

1. ด้านการบริการจัดการ เน้นในเรื่องคุณภาพของงานและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นหลักเพื่อเป็นการสร้างและการรักษาภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้าสามารถให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีและรู้ถึงคุณค่าของบริการที่ได้รับ รวมถึงความ

สะดวกสบาย นอกจากนี้ยังมีการวัดความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยมีการนำเครื่องมือที่ใช้วัด และประเมินผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicator : KPI) ในการควบคุมการปฏิบัติงาน และประเมินผลพนักงานเพื่อให้เกิดการทำงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้และเพื่อให้ลูกค้าได้รับ บริการส่วนเพิ่มคือความพึงพอใจที่ได้รับจากเงินส่วนเพิ่มที่จ่ายไปจากราคาสินค้าหรือบริการนั่นเอง

2. ด้านการตลาดของธุรกิจบริการ ซึ่งเน้นการให้บริการมากกว่าการขายสินค้า จำนวนผู้เข้ารับบริการจึงมีผลต่อรายได้ การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ที่ได้รับถือเป็นความสำเร็จของธุรกิจเมื่อผู้เข้ารับบริการพอใจจะเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำและ เกิดการประชาสัมพันธ์ด้วยการบอกต่อซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์ที่มีต้นทุนต่ำที่สุด HAPPY DOG จึงนำส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 7P's) มาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินการทาง การตลาดซึ่งประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ (Product) 2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price) 3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) 5) กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People) 6) กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) 7) กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evident)

3. ด้านการผลิต เนื่องจากงานบริการเป็นงานที่ไม่สามารถผลิตบริการไว้ก่อนได้ ความรวดเร็วในการวางแผนงานจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากทั้งในส่วนขั้นตอนการ ให้บริการและการจัดแบ่งพื้นที่ในการทำงานให้สอดคล้องกันตามลักษณะการใช้งาน โดยสามารถ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามลักษณะการใช้งาน ได้แก่ บริเวณหน้าร้านคือส่วนที่ใช้รับรองลูกค้า ใช้ พุดคุยเพื่อรับงานจากลูกค้ารวมถึงการ โฆษณาที่จำหน่ายและบริเวณหลังร้านที่ใช้ในการให้บริการ แก่สุนัขโดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนบริการตัดแต่งและส่วนบริการอาบน้ำ เป่าแห้ง

4. ด้านการเงิน กิจกรรมเลือกใช้วิธีการบริหารกิจการด้วยเงินสดในส่วน ของเจ้าของเพียง คนเดียวเพื่อไม่ให้เกิดความยุ่งยากในการบริหารจัดการสำหรับพื้นที่ประกอบการใช้บริเวณของร้าน เทพพานิชเพื่อช่วยในการกำหนดค่าเช่าสถานที่ให้มีอัตราคงที่และไม่สูงจนเกินไป

โครงสร้างการลงทุน

ตารางที่ 1 แสดงโครงสร้างการลงทุน

รายการ	ส่วนของเจ้าของ (บาท)	กู้ธนาคาร (บาท)	รวม (บาท)
ค่าตกแต่ง	155,000	-	155,000
เครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการ	125,000	-	125,000
เครื่องใช้สำนักงาน	37,000	-	37,000
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	39,000	-	39,000
เงินทุนหมุนเวียน	100,000	-	100,000
รวมมูลค่าการลงทุน	456,000		456,000

ผลการตอบแทนจากการลงทุนของกิจการ

ในด้านผลตอบแทนของการลงทุนคาดว่าจะมีผลจากการประกอบการดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลตอบแทนของการลงทุน

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	246,220	283,624	324,748	370,000	419,752
กำไรสุทธิ	246,220	226,899	259,798	296,000	335,801
จุดคุ้มทุน (บาท)	(146,760)	(36,291)	244,688	480,975	747,922
มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (NPV) ณ สิ้นปีที่ 5 มีมูลค่าเท่ากับ : 266,948 บาท					
ระยะเวลาคืนทุน : 1.2					

บทที่ 2 ความเป็นมาของโครงการ

ในปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องส่งผลให้มาตรฐานค่าครองชีพสูงขึ้น วิถีการดำรงชีวิตเต็มไปด้วยการแข่งขัน คนมีความเร่งรีบและความเครียดเกิดขึ้นเป็นอย่างมาก การนำสัตว์เลี้ยงเป็นทางเลือกหนึ่งซึ่งช่วยผ่อนคลายความเหงาและลดความเครียดให้ลดน้อยลงได้และสุนัขเป็นสัตว์เลี้ยงที่เป็นที่นิยมในทุกชนชาติเป็นอย่างมากและด้วยเหตุผลต่างๆเหล่านี้ส่งผลให้จุดประสงค์ของการเลี้ยงสุนัขเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยเลี้ยงไว้เพื่อฝึกหัด เช่นการเลี้ยงสุนัขไว้เพื่อป้องกันอาชญากรรม กลายมาเป็นสมาชิกของครอบครัวเพื่อเป็นเพื่อนเล่นของเด็กและเพื่อแก้เหงาสำหรับผู้ใหญ่ ทั้งนี้เพราะสัตว์เลี้ยงเหล่านี้สามารถให้ความเพลิดเพลินและรักษาสุขภาพจิตทางอ้อม (พจนานุกรม บัญญัติ 2547:1) ดังนั้นสุนัขจึงเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้นเห็นได้จากการได้รับการดูแลเอาใจใส่และให้ความสำคัญจากผู้เป็นเจ้าของ จึงไม่น่าแปลกใจที่จำนวนสุนัขมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ส่งผลให้อุตสาหกรรมธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกิดเป็นอาชีพหลากหลายเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เช่น การจำหน่ายอาหาร การจำหน่ายอุปกรณ์ การจำหน่ายพันธุ์สัตว์ การให้บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขน การให้บริการรักษาสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

เพื่อเป็นการรองรับความต้องการของผู้บริโภคในจุดนี้ผู้ประกอบการมีความสนใจที่จะลงทุนดำเนินธุรกิจ HAPPY DOG ประกอบด้วยบริการ 10 ประเภท คือ อาบน้ำ ตัดเล็บ เช็ดหู Hair Treatment ตัดขน อาบน้ำแมวขนสั้น อาบน้ำแมวขนยาว Hot oil เพิ่มอาบน้ำยากำจัดเห็บหมัด รับประทานยาป้องกันพยาธิสุนัข จำหน่ายอุปกรณ์สุนัขแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อนและเป็นคนที่รักและดูแลเอาใจใส่สุนัขเป็นอย่างดีและเป็นการต่อยอดธุรกิจร้านเทพพานิชที่เปิดทำการจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงอยู่เดิมให้มีความครบวงจรมากขึ้น

ลักษณะธุรกิจ

ชื่อธุรกิจ	: HAPPY DOG
ที่ตั้ง	: เลขที่ 152 หมู่ 8 ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
รูปแบบบริการ	: การบริการสัตว์เลี้ยง
วันที่เปิดดำเนินการ	: 1 มิถุนายน 2554



แผนผังที่ 1 แสดงที่ตั้งร้าน HAPPY DOG



ภาพที่ 1 แสดงสัญลักษณ์ของกิจการ



ภาพที่ 2 แสดงหน้าร้านของกิจการ

ประวัติของเจ้าของกิจการ

ชื่อ : นางสาวชญาณัฐ เล้าภูไทย
 ที่อยู่ : 152 หมู่ 8 ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
 การศึกษา : ปริญญาตรีศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาและการแนะแนว มหาวิทยาลัยศิลปากร
 กำลังศึกษา : ปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การประกอบการ) มหาวิทยาลัยศิลปากร
 วุฒิการศึกษาพิเศษ : การตัดแต่งขนสุนัข โรงเรียนสตาร์วูด
 ประวัติการทำงาน : ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ลักษณะงานที่ได้รับผิดชอบในปัจจุบัน

เจ้าของกิจการร้านเทพพานิชดูแลในส่วนการซื้อ การขาย การบริหารงานบุคคลและการเงิน การประสานงานและควบคุมการดำเนินงานฝ่ายต่างๆให้มีความเรียบร้อยและเป็นไปตามมาตรฐานการดำเนินงานตลอดจนรวบรวมวิเคราะห์และสรุปภาพรวมแผนงานงบประมาณและการพัฒนาบุคคลกร

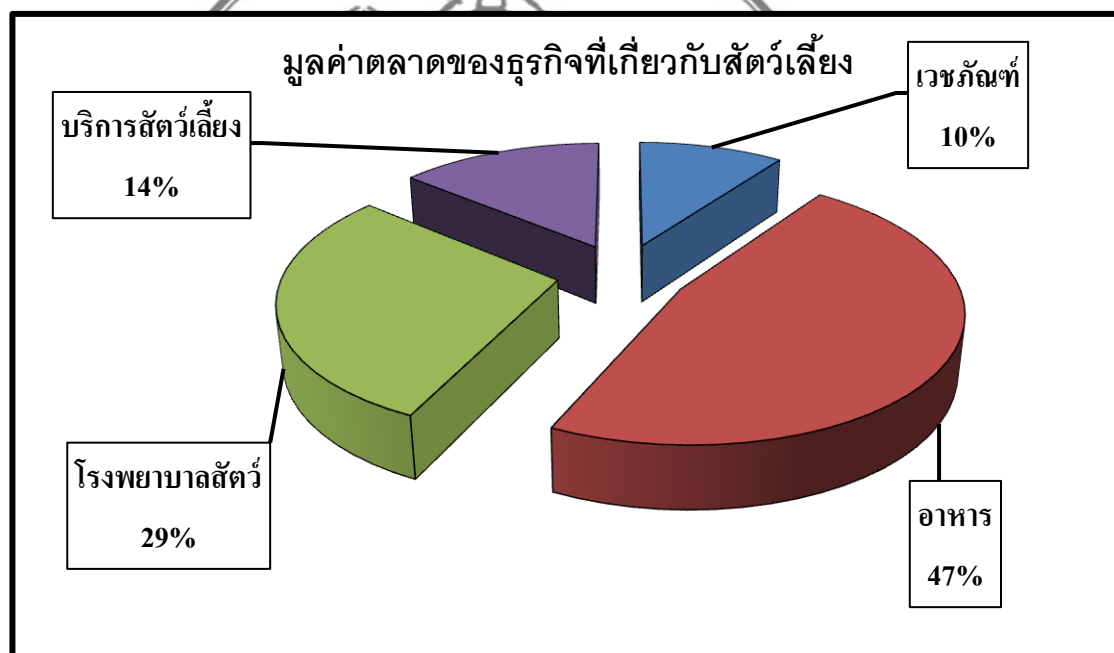
บทที่ 3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมทำขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้เข้าใจถึงภาพรวมโครงสร้างของอุตสาหกรรมทั้งในด้านการผลิต การตลาด ลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรม ตลอดจนสถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมนั้นๆ ที่กิจการดำเนินงานอยู่ ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประเมินความเป็นไปได้ในการลงทุนหรือความเหมาะสมในการให้สินเชื่อแก่กิจการ ที่สำคัญเป็นการทบทวนแก่เจ้าของกิจการอีกครั้งว่า อุตสาหกรรมที่ตนดำเนินงานอยู่นั้นน่าลงทุนจริงหรือไม่และอยู่ในยุคที่กำลังเติบโตหรือตกต่ำ เป็นการศึกษาสถานะและแนวโน้มของตัวแปรระดับอุตสาหกรรมจะทำให้เราเข้าใจลักษณะและความเป็นไปของอุตสาหกรรมที่ธุรกิจของเราสังกัดอยู่ เนื่องจากแนวโน้มของตัวแปรทางอุตสาหกรรมมีผลต่อ “โอกาส” และ “อุปสรรค” ต่อธุรกิจ ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมมีอยู่หลายประเด็นที่สำคัญ เช่น ปัจจัยที่สำคัญด้านเศรษฐกิจที่มีต่ออุตสาหกรรมประกอบไปด้วยอะไรบ้าง อุตสาหกรรมอยู่ในช่วงใดของวงจรชีวิต อุตสาหกรรม ปัจจัยอะไรบ้างที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมและผลกระทบของปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีอะไรบ้าง ปัจจัยการแข่งขันในอุตสาหกรรมประกอบด้วยอะไรบ้าง และปัจจัยเหล่านั้นมีความเข้มแข็งมากน้อยเพียงใด สถานภาพการแข่งขันขององค์กรธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมเป็นอย่างไร การประเมินโอกาสและข้อจำกัดของอุตสาหกรรมและสถานะการแข่งขันที่มีต่อองค์กรธุรกิจเป็นอย่างไร การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรมเป็นอย่างไร การกำหนดปัจจัยแห่งความสำเร็จในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเป็นอย่างไร ความน่าสนใจของอุตสาหกรรมเป็นอย่างไร (พัคตร์ผอง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์ 2546 : 114)

ข้อมูลสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมจะถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์ในแบบจำลอง 5 ปัจจัยของ Porter ผลที่ได้นี้จะมีประโยชน์หลายประการ เช่น ทำให้ทราบข้อได้เปรียบ เสียเปรียบด้านการแข่งขันของเรา เมื่อเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมข้อได้เปรียบนี้เราสามารถใช้ระบุเป็นโอกาสของธุรกิจ ข้อเสียเปรียบควรจะถูกบันทึกไว้เป็นอุปสรรคของธุรกิจในการแข่งขันซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมต่อไป

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

ปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมีมูลค่าตลาดประมาณ 10,500 ล้านบาทแบ่งออกเป็น ตลาดเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง มีมูลค่าประมาณ 1,000 ล้านบาท ขณะที่ตลาดอาหาร มีมูลค่าประมาณ 4,000-5,000 ล้านบาทซึ่งทั้งสองตลาดมีอัตราเติบโตต่อเนื่องในสัดส่วน 10-15% โดยปัจจัยหลักมาจากมุมมองของผู้บริโภคมองสัตว์เลี้ยงเป็นสมาชิกของครอบครัวที่ต้องเอาใจใส่ดูแลไม่ต่างไปจากสมาชิกคนอื่นๆอีก ตลาดธุรกิจโรงพยาบาลซึ่งมีมูลค่าประมาณ 3,000 ล้านบาทส่วนที่เหลือเป็นธุรกิจของใช้ต่างๆรวมถึง Pet Shop มีมูลค่าตลาดประมาณ 1,400-1,500 ล้านบาทซึ่งกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนรายได้จากการขายอาหารสัตว์ด้วยเช่นกัน (กรุงเทพธุรกิจ 2552)



แผนภูมิที่ 1 มูลค่าตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง

ปัจจัยในวงจรมหาวิทยาลัย ระดับปริญญาตรี

ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงสามารถแบ่งออกตามสินค้าและบริการได้ 4 ประเภทดังนี้

1. การจำหน่ายอาหารสัตว์ในรูปแบบอาหารสำเร็จรูปหรืออาหารสด อาหารประจำหรืออาหารเสริม ซึ่งเป็นสินค้าที่จำหน่ายดีที่สุดเพราะสัตว์เลี้ยงต้องใช้ทุกวันซึ่งเจ้าของก็มักไม่มีเวลาในการจัดเตรียมอาหารหรือปรุงอาหารเองจึงต้องพึ่งพาอาหารสำเร็จรูป อาหารสดจากร้านจำหน่ายอาหารสัตว์ แต่การจำหน่ายอาหารสัตว์ก็ไม่ได้มีกำไรมากมายเนื่องจากมีผู้ประกอบการมากรายทำให้เกิดการแข่งขันตัดราคากัน กำไรจากส่วนนี้จึงมีน้อย การจำหน่ายอาหารสัตว์จึงต้องถือคติ “มาเร็วไปเร็ว” คือต้องพยายามหมุนเวียนสินค้าให้เร็วที่สุดอย่าให้ค้างนานเพราะจะเป็นการจมทุนและอาหารก็มีการเสื่อมคุณภาพได้อาหารที่จำหน่ายมีคุณภาพหลายระดับตั้งแต่ระดับธรรมดา อาหาร

คุณภาพดี อาหารคุณภาพพิเศษและอาหารคุณภาพพิเศษยิ่ง ซึ่งผู้จำหน่ายต้องศึกษาและจัดวางกลุ่มลูกค้าให้เหมาะสม ลูกค้าที่เป็นผู้เลี้ยงทั่วไปก็มักใช้อาหารธรรมดาถึงอาหารคุณภาพดี แต่ถ้าเป็นผู้เลี้ยงสัตว์พันธุ์แท้ที่ส่วนใหญ่มาจากต่างประเทศมักใช้อาหารคุณภาพพิเศษเช่นเดียวกับฟาร์มเพาะพันธุ์สัตว์ก็ใช้อาหารคุณภาพพิเศษ ส่วนอาหารคุณภาพพิเศษยิ่งนั้นมิใช่ใช้น้อยราย ส่วนใหญ่เป็นผู้เลี้ยงที่มีฐานะดี เลี้ยงอยู่ตามบ้านและต้องการส่งเข้าประกวดตามงานประกวดสัตว์เลี้ยงต่างๆ การบริหารสินค้าคงคลังจึงเป็นเรื่องสำคัญของการจำหน่ายอาหารสัตว์ในบางครั้งบริษัทผู้จำหน่ายอาหารอาจจัดส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อ 10 ถุงแถม 3 ถุงหรือให้ส่วนลดพิเศษเมื่อมีการสั่งซื้อในปริมาณมาก หากเราไม่สามารถส่งสินค้าได้มากเท่าที่จะได้รับการส่งเสริมการขายเนื่องจากยังมีสินค้าคงคลังอยู่มากก็จะเสียโอกาสที่จะได้ลดต้นทุนส่วนนั้นไป แต่ในทางกลับกันถ้าส่งสินค้าเข้ามาเกินกว่าจะขายได้จนสินค้าหมดอายุต้องทิ้งหรือจำหน่ายไปในราคาถูกก็กลายเป็นต้นทุนที่แฝงเข้ามาอีกซึ่งแพงกว่าซื้ออาหารในราคาธรรมดา

2. โรงพยาบาลรักษาสัตว์ในลักษณะคลินิกหรือโรงพยาบาลซึ่งต้องมีบุคคลเป็นสัตวแพทย์เท่านั้นจึงสามารถดำเนินการได้และต้องมีการขออนุญาตตั้งเป็นสถานพยาบาลสัตว์ด้วย ซึ่งร้านจำหน่ายอาหารสัตว์และอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงส่วนใหญ่ต้องการทำธุรกิจส่วนนี้เพราะจะทำให้ร้านของเขาครบวงจร 100% และส่วนนี้เป็นส่วนที่ลงทุนแพงที่สุด โดยเฉพาะบุคคลที่เป็นสัตวแพทย์และเครื่องมือทางการแพทย์ แต่ถ้าไม่พร้อมที่จะจัดบริการส่วนนี้ได้ อาจทำความเข้าใจกับความสัมพันธ์กับคลินิกที่อยู่ใกล้เคียงเพื่อสามารถส่งลูกค้าไปใช้บริการซึ่งกันและกันได้เป็นการดีเสียอีก

3. เวชภัณฑ์เป็นยาที่ใช้กับสัตว์เลี้ยงที่เป็นแผล เป็นโรคผิวหนัง มีอาการคันหรือกลุ่มที่เป็นเห็บหมัด ช่วยให้มีอาการดีขึ้นเป็นการรักษาตามอาการแต่การขายสินค้าในกลุ่มเวชภัณฑ์นี้ทางร้านต้องมีเภสัชกรคอยควบคุมทำให้บางที่ร้านจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงที่ทำการจำหน่ายอาจต้องจ่ายเงินในส่วนของคุณค่าให้แก่เภสัชกรอีกที

4. การบริการสัตว์เลี้ยง เป็นส่วนที่เกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการโดยสามารถแบ่งออกตามลักษณะการบริการได้ 3 บริการดังนี้

4.1 บริการเสริมสวยตัดแต่งทรงขน (Grooming) การอาบน้ำตัดแต่งทรงขนสุนัข เป็นงานที่เสริมความงามให้สัตว์เลี้ยงสำหรับเจ้าของที่รักความสวยงามและให้ความสะดวกกับสัตว์เลี้ยงและเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่นิยมมาเสริมสวยกันมาก ได้แก่ สุนัข รองลงมาที่เป็น แมว หนู กระต่าย ตามลำดับ สุนัขที่เข้ามาเสริมสวยมากที่สุดคือ พุดเดิ้ล รองลงมาเป็น ชิสุ ค็อกเกอร์ มัลทิส ยอร์คเชียร์ ปอมเมอเรเนียนและพันธุ์อื่นๆ การตัดแต่งขนให้สวยขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยที่สำคัญคือตัวสัตว์เอง ต้องให้ความร่วมมือคือต้องนั่งพอให้ตัดขนได้ ซึ่งช่างตัดขนต้องมีเทคนิคการจัดการ มิฉะนั้นอาจเกิดบาดแผลได้ อุปกรณ์การตัดต้องมีคุณภาพงานที่ได้จึงออกมาดี ส่วนบริการเสริมสวยตัดแต่งทรง

ชนมืองค์ประกอบขั้นต่ำ ประกอบด้วย ช่างตัดแต่งทรงขน 1 คน มีศักยภาพที่สามารถให้บริการได้ 10 ตัวต่อ 1 วันแต่ละรายได้เท่าไรขึ้นอยู่กับแต่ละทำเลแต่ละสถานที่ ในหนึ่งวันควรมีสุนัขเข้ามาใช้บริการ 7 - 8 ตัว ค่าบริการราคาตัวละประมาณ 250 - 300 บาท รายได้โดยเฉลี่ยเฉพาะบริการนี้จะได้วันละ 2,000 บาท จุดสำคัญคือความเชี่ยวชาญและความเอาใจใส่ของช่าง ถ้าเจ้าของกิจการมีความรู้หรือผ่านงานด้านนี้มาบ้างก็จะช่วยจัดการตรงนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 บริการรับฝากสัตว์เลี้ยง เมื่อเจ้าของต้องไปไกลจากที่เลี้ยงสัตว์โดยจะรับฝากไว้เลี้ยงดูและให้อาหารซึ่งจะประสบความสำเร็จได้ก็ต้องประกอบด้วยความพร้อมของสถานที่และการจัดการที่ดีต้องมีสถานที่กว้างขวางจัดแบ่งเป็นห้องให้เหมาะสม ปรับตามขนาดสัตว์ได้หลายขนาด สะอาดและน่าอยู่และสามารถสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจแก่เจ้าของผู้นำมาฝากได้

4.3 จำหน่ายพันธุ์สัตว์ทั้งแบบซื้อขาดและฝากขายหรือรับสั่งจอง โดยมีภาพและรายละเอียดพร้อมรวมถึงการจำหน่ายพันธุ์สัตว์ ซึ่งเป็นของมีชีวิตจะมีความยุ่งยากกว่าการจำหน่ายอุปกรณ์และอาหารเพราะสัตว์ต้องกินอาหารและขับถ่าย ต้องมีการออกกำลังกาย มีการเจ็บป่วย เสื่อมสลายหรือตายได้ ต้นทุนของสัตว์ก่อนจำหน่ายจึงเพิ่มขึ้นมากกว่าสินค้าการจำหน่ายสินค้าอื่น ซึ่งอาจมีต้นทุนเพิ่มเป็นค่าดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาส แต่ในสัตว์นั้นต้องจ่ายค่าอาหารทุกวันยังจำหน่ายซ้ำยังต้องบวกราคาลงไปในต้นทุนมากขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้สัตว์ยังต้องการพื้นที่อาศัย ยิ่งสัตว์ใหญ่ยังต้องใช้พื้นที่มาก ดังที่เราอาจเห็นร้านจำหน่ายสัตว์เลี้ยงในท่าลาดีๆมีสัตว์จำหน่ายไม่กี่ตัว ทั้งนี้เพราะเขาไม่มีที่เก็บนั่นเอง การตั้งราคาจำหน่ายสัตว์จึงต้องตั้งราคาให้ครอบคลุมถึงต้นทุนเหล่านี้ด้วยแต่ถ้ากำหนดราคาสูงเกินไปจะจำหน่ายยาก ดังนั้นจึงต้องหาวิธีบริหารต้นทุนให้ดี บางครั้งอาจต้องใช้วิธีฝากจำหน่ายโดยกำหนดแบ่งราคาจำหน่าย เมื่อจำหน่ายได้ เช่น 30% หรือ 50% แล้วแต่ความยากง่ายของการจำหน่าย แต่ถ้าจำหน่ายไม่ได้ก็ต้องเก็บค่าเลี้ยงดูเช่น 15% ของราคาจำหน่ายหรือแล้วแต่สมควรแต่ไม่ควรจำหน่ายราคาที่ต่ำจนเกินไปเพราะต้นทุนค่าอาหารและค่าเลี้ยงดูที่พอกพูนขึ้นทุกวันและยังต้องเลี้ยงจากการป่วยและตาย นอกจากนี้ควรมีการรับประกันคือภายใน 7 วัน หากสัตว์ป่วยและตายทางร้านควรเปลี่ยนตัวใหม่หรือคืนเงินให้

4.4 การจำหน่ายอุปกรณ์ (Accessories) ประเภทแชมพู ปลอกคอ สายจูง กรงตู้ปลา ของเล่น หิน ทราช ต้นไม้ ฯลฯ ส่วนนี้เป็นส่วนที่มีกำไรมากที่สุดรองจากการตัดแต่งขนเนื่องจากบางส่วนเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยและสินค้าแฟชั่นลูกค้าจะซื้อด้วยความพอใจและไม่ค่อยเกี่ยงเรื่องราคา แต่ก็มีร้านจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงมากมายต้องปิดกิจการลง เพราะมีสินค้ามากมายให้ผู้เลี้ยงเลือกซื้อแต่ไม่รู้ว่าสินค้าชิ้นไหนที่สามารถจำหน่ายได้จริง เมื่อสั่งซื้อสินค้ามาแล้วก็ต้องจ่ายค่าสินค้าตามกำหนดไม่ว่าจะจำหน่ายได้มากน้อยหรือจำหน่ายไม่ได้เลยก็ตาม

การสำรวจข้อมูลทางการตลาดแบบปฐมภูมิ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกี่ยวกับสุนัขในสถานบริการและจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับสุนัขในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 3 ร้านๆละ 50 คนรวมเป็นจำนวน 150 คนในระยะเวลา 1 เดือน คือช่วงเดือนมกราคมปี 2554 พบว่า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-34 ปี สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,000 - 20,000 บาท ประกอบอาชีพเกษตรกรและข้าราชการ

ส่วนที่ 2 สถานภาพทั่วไปของการเลี้ยงสุนัข พบว่า ส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัขน้ำหนัก 5-10 กิโลกรัม ลักษณะสายพันธุ์ของสุนัขเป็นแบบพันธุ์ผสม ลักษณะขนของสุนัขเป็นแบบขดลวด เหตุผลที่สำคัญที่สุดของการเลี้ยงสุนัขไว้ในบ้านคือเลี้ยงไว้เป็นเพื่อน

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเข้ารับบริการสัตว์เลี้ยง พบว่า ส่วนใหญ่เคยเข้ารับบริการ โดยบริการที่เลือกใช้มากที่สุดคือบริการอาบน้ำตัดแต่งขน ความถี่ในการเข้ารับบริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน สิ่งที่คาดหวังจากการเข้ารับบริการสัตว์เลี้ยงคือความสะอาด เหตุผลที่เลือกร้านให้บริการสัตว์เลี้ยงคือใกล้บ้าน ราคาค่าบริการครั้งละประมาณ 300 - 600 บาท

ส่วนที่ 4 ทักษะของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการสัตว์เลี้ยง พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ต้องการความหลากหลาย มีคุณภาพ เหมาะสมกับสัตว์เลี้ยง สถานที่มีความสะอาด กว้างขวาง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ บริการส่งเสริมการขายโดยเลือกใช้บริการลดแลกแจกแถมให้ผู้รับบริการ รับผิดชอบต่อความต้องการของลูกค้าและมีความรับผิดชอบสูง มีจิตใจรักสัตว์

มาตรฐานในการประกอบธุรกิจ

มาตรฐานในการประกอบธุรกิจ ถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการยึดเป็นแนวทางการปฏิบัติในการดำเนินอาชีพ ควบคุมให้ผู้ประกอบการดำเนินกิจการด้วยความถูกต้องเหมาะสมเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย

HAPPY DOG เป็นการดำเนินการในลักษณะเจ้าของคนเดียวให้บริการ 10 ประเภท คือ อาบน้ำ ตัดเล็บ เช็ดหู Hair Treatment ตัดขน อาบน้ำแมวขนสั้น อาบน้ำแมวขนยาว Hot oil เพิ่มอาบน้ำยากำจัดเห็บหมัด รับฝากเลี้ยง จำหน่ายพันธุ์สุนัข จำหน่ายอุปกรณ์สุนัข การบริการของทางร้านเป็นไปเพื่อความสะอาดและสวยงามไม่ใช้การบำบัดโรค จึงไม่มีกฎหมายที่เข้ามาควบคุมแต่อย่างไรก็ตามกิจการ HAPPY DOG จะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์จริงใจและไม่เอาเปรียบลูกค้าและสังคม มุ่งเน้นการบริการอย่างมีคุณภาพด้วยราคาที่เหมาะสมโดยมีการยึดหลักการกำหนดและพัฒนามาตรฐานงานบริการด้านต่างๆ ดังนี้

การกำหนดและพัฒนามาตรฐานงานบริการ (Setting and Improving service standards)

ในการที่จะบรรลุผลสำเร็จในการให้บริการได้อย่างมีคุณภาพตามตัวแบบคุณภาพงานบริการได้นั้นต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การฟัง (Listening) คุณภาพถูกกำหนดโดยลูกค้า การปฏิบัติตามข้อกำหนดของกิจการ (Specification) ไม่ใช่คุณภาพ แต่การปฏิบัติตามข้อกำหนดของลูกค้าคือคุณภาพแท้จริง การปรับปรุงบริการจะต้องเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ทั้งของลูกค้าและผู้ให้บริการ

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความน่าเชื่อถือเป็นหลักสำคัญของงานบริการที่มีคุณภาพ ลูกค้าจะไม่ให้ความสนใจหากงานบริการนั้นไม่น่าเชื่อถือ

3. บริการพื้นฐาน (Basic Service) ลูกค้าคาดหวังจะได้รับบริการขั้นพื้นฐานไม่ใช่แค่ภาพจินตนาการและต้องการผลปฏิบัติงาน ไม่ใช่คำสัญญา

4. การออกแบบงานบริการ (Service Design) ลูกค้าคาดหวังบริการขั้นพื้นฐานที่น่าเชื่อถือ ซึ่งอยู่กับทุกองค์ประกอบที่ต้องทำหน้าที่ไปด้วยกันในระบบบริการ การออกแบบที่มีข้อบกพร่องในส่วนใดก็ตามของระบบบริการจะลดคุณภาพงานบริการได้

5. การกลับมาใช้บริการ (Recovery) การวิจัยได้แสดงให้เห็นว่ากิจการจะได้รับคะแนนด้านคุณภาพการให้บริการที่ไม่น่ายินดีจากลูกค้าหากว่าปัญหาของลูกค้าไม่ได้รับการแก้ไข จนเป็นที่น่าพอใจกิจการที่ไม่สามารถตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพต่อข้อร้องเรียนของลูกค้าจะประสบความล้มเหลวในการให้บริการ

6. ความแปลกใจ (Surprising Customer) อะไรก็ตามที่ลูกค้าได้รับนอกเหนือความคาดหมายจะนำมาซึ่งความแปลกใจ กิจการบริการนอกจากจะให้บริการที่น่าเชื่อถือแล้วการสร้าง ความแปลกใจให้กับลูกค้าเมื่อมีการส่งมอบบริการจะเป็นบริการที่ยอดเยี่ยมอย่างแท้จริง

7. ปฏิบัติอย่างเสมอภาค (Fair Play) กิจการบริการต้องให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกันหากลูกค้ารู้สึกว่าจะไม่มีความเสมอภาคพวกเขาจะเกิดความคับแค้นใจและไม่ไว้วางใจกิจการนั้นอีกต่อไป

8. ทำงานเป็นทีม (Team work) การทำงานร่วมกันเป็นทีมเป็นสิ่งสำคัญที่จะสนับสนุนให้เกิดแรงจูงใจในการให้บริการ

9. การวิจัยพนักงาน (Employee Research) การวิจัยพนักงานเป็นสิ่งสำคัญต่อการปรับปรุงงานบริการพอๆกับการวิจัยลูกค้า

10. ผู้นำ (Servant Leadership) การส่งมอบบริการที่ดีนั้นต้องอาศัยรูปแบบเฉพาะของความเป็นผู้นำซึ่งเป็นตัวกระตุ้นและผลักดันให้บรรลุผลสำเร็จในงานบริการ

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางสังคม

สภาพแวดล้อมภายนอกทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Factors) และปัจจัยเหล่านั้นส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบต่อความอยู่รอด (Survival) และการเจริญเติบโตของธุรกิจปัจจัยบางอย่างสร้างโอกาสหรือข้อได้เปรียบ (Opportunities) ซึ่งเป็นช่องทางนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจแต่ปัจจัยบางปัจจัยเป็นปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ให้แก่ธุรกิจได้ ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการตลาด ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจึงจำเป็นต้องคอยติดตามแนวโน้มของสภาพแวดล้อมและประเมินความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (พิบูล ทิปะปาล 2551)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางสังคมเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไป สภาพแวดล้อมภายนอกทางสังคมที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงมีดังนี้ (พิบูล ทิปะปาล 2551)

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic)
2. ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political-Legal)
3. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural)
4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological)

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic)

การเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจมีผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจเนื่องจากสถานะเศรษฐกิจจะส่งผลโดยตรงต่อความมั่นใจของนักลงทุนรวมถึงความมั่นใจของผู้บริโภคใน ส่วนของการจับจ่ายใช้สอยหรืออำนาจซื้อที่จะลดลงตามสถานะเศรษฐกิจที่ผันผวนเพราะนักลงทุนขาดความเชื่อมั่นในการลงทุนและผู้บริโภคไม่กล้าใช้จ่าย สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของเศรษฐกิจในประเทศต่อไป

ปี 2554 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวร้อยละ 3.5 - 4.5 ชะลอตัวจากร้อยละ 7.5 ในปี 2553 ผลจากแนวโน้มการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2554 ชะลอจากปี 2553 ประกอบกับแนวโน้มการแข็งตัวของค่าเงินบาทราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและรายได้จากการส่งออกสินค้าของคนไทยรวมทั้งการขาดแคลนแรงงานในบางกลุ่มอุตสาหกรรม ปัญหาอุทกภัยในปลายปี 2553 ส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงการผลิตโดยเฉพาะภาคเกษตรกรรมในช่วงไตรมาสแรกของปี 2554 แต่ในไตรมาสที่ 3 การขยายตัวของเศรษฐกิจจะดีขึ้น โดยมีแรงสนับสนุนจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและความมั่นใจของนักลงทุนต่อเศรษฐกิจโดยรวม โดยเฉพาะอุปสงค์ในประเทศเป็นปัจจัยสำคัญในการ

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในปี 2554 คริวเรือนมมีรายได้เพิ่มขึ้นเนื่องจากการปรับอัตราเงินเดือนและค่าจ้างขั้นต่ำ ราคาสินค้าเกษตรมีแนวโน้มดีขึ้น การปรับวงเงินงบประมาณปี 2554 ทำให้การใช้จ่ายภาครัฐปรับตัวสูงขึ้น อัตราการว่างงานเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องอัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มอยู่ในระดับต่ำเนื่องจากการดำเนินนโยบายทางการเงินแบบผ่อนคลาย

จากข้อมูลภาพรวมด้านเศรษฐกิจข้างต้นส่งผลดีต่อการประกอบธุรกิจของ HAPPY DOG โดยพบว่าช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2554 การขยายตัวของเศรษฐกิจอยู่ในเกณฑ์ต่ำถ้าเทียบกับปี 2553 อันเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการแต่ในไตรมาสที่ 3 การขยายตัวทางเศรษฐกิจจะดีขึ้นส่งผลให้คริวเรือนมมีรายได้เพิ่มขึ้น มีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น มีการซื้อเพิ่มขึ้น ซึ่งทางร้านจะเปิดดำเนินการในวันที่ 1 มิถุนายน 2554 ซึ่งสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวซึ่งถือเป็นผลดีของทางร้านเพราะเป็นช่วงที่เศรษฐกิจฟื้นตัว

2. ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political - Legal)

ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมายเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อนโยบายประกอบธุรกิจของประเทศซึ่งถ้ามีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลแบบผสมผสานพรรคบ่อยๆ นักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจะอ่อนไหวกับปัจจัยทางการเมืองเพราะเกี่ยวข้องกับกฎหมายและมาตรการต่างๆ

ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมายในปี 2554 พบว่า แม้ว่าปัญหาความขัดแย้งในสังคมปัจจุบันจะยังไม่สามารถแก้ไขให้หมดไปได้แต่รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการส่งออกและนำเข้าและในเรื่องเกี่ยวกับอัตราภาษี กฎหมายองค์กรภาครัฐในการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ เนื่องจากรัฐบาลเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการ โดยได้มอบหมายให้กระทรวงพาณิชย์โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นหน่วยงานรับผิดชอบในการส่งเสริมธุรกิจบริการ เพราะการขับเคลื่อน การผลักดันการลงทุนของภาคเอกชนสามารถเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวม ส่งเสริมการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในการเปิดกิจการใหม่หรือขยายกิจการเดิม (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง 2554)

จากข้อมูลด้านการเมืองและกฎหมายดังกล่าวส่งผลดีต่อกิจการ HAPPY DOG เนื่องจากถึงแม้ในด้านการเมืองจะยังไม่มีความชัดเจนในการแก้ปัญหาความขัดแย้งให้หมดสิ้นไปแต่รัฐบาลก็มีความชัดเจนในการออกนโยบายทางการค้าเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน โดยเฉพาะในส่วนการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย กิจการที่เปิดใหม่หรือการขยายกิจการเดิมซึ่งกิจการ HAPPY DOG ก็ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะได้รับการสนับสนุนเช่นกัน

3. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural)

สภาวะทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมากเนื่องจากโครงสร้างทางสังคมประกอบด้วยครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงระดับประเทศซึ่งในแต่ละสังคม ค่านิยมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากร บทบาทหรือสถานะภาพของบุคคลและระดับชนชั้นทางสังคม ภูมิศาสตร์หรือกายภาพรอบๆธุรกิจ (สุนีย์ วรรณโกมล และธานินทร์ ศิลป์จารุ 2552 : 54-62)

สภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรมพบว่าขนาดของครอบครัวไทยมีขนาดเล็กหรือแบบครอบครัวเดี่ยวมากขึ้นส่งผลให้อัตราการเกิดลดลง นอกจากนี้การดำรงชีวิตที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน การรีบเร่งและความเครียดทำให้จุดประสงค์ของการเลี้ยงสุนัขเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยเลี้ยงไว้เพื่อฝึกหัด เช่น การเลี้ยงสุนัขไว้เพื่อป้องกันอาชญากรรม กลายมาเป็นสมาชิกของครอบครัว เพื่อเป็นเพื่อนเล่นของเด็กและเพื่อแก้เหงาสำหรับผู้ใหญ่ ทั้งนี้เพราะสัตว์เลี้ยงเหล่านี้สามารถให้ความเพลิดเพลินและรักษาสุขภาพจิตทางอ้อม (ชัชฌิมพร บุญมี 2547:11)

จากสภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรมดังกล่าวส่งผลดีต่อกิจการ HAPPY DOG เนื่องจากสังคมในปัจจุบันคนนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะสุนัขและให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก จึงพบว่ามียุคกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวนมากที่มีความต้องการซื้อสินค้าและบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ในการจัดตั้งร้าน HAPPY DOG นอกจากจะเป็นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้วยังเป็นการต่อยอดกิจการร้านเทพพานิชที่จำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงให้มีความครบวงจรเพิ่มมากขึ้น

4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological)

เทคโนโลยีทางการผลิต สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน เพราะเทคโนโลยีกลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของมนุษย์รวมไปถึงการดำเนินธุรกิจ ความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทำให้มีการพัฒนาคิดค้นถึงอำนวยความสะดวกสบายต่อการดำเนินชีวิตเป็นอันมาก เทคโนโลยีได้เข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดี (พิบูล ทิปะपाल 2551)

เทคโนโลยีโลกปี 2554 ผู้บริโภคกำลังเข้าสู่ช่วงเปลี่ยนผ่านการใช้ชีวิตและอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีต่างๆ เข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเห็นได้ชัดแม้กระทั่งเพื่อนเรายังกลายเป็นส่วนหนึ่งในระบบสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Twitter ขณะเดียวกันคอมพิวเตอร์ก็สามารถย้ายเข้าไปอยู่ในมือถือ (Phone) หรือท็อปเลท (Topless) ที่ผู้บริโภคทั่วไปสามารถเรียนรู้และใช้งานได้ด้วยตนเอง ได้โดยง่ายนอกจากนี้แนวโน้มที่น่าสนใจคือมือถืออัจฉริยะ (Smart Phone) กับท็อปเลท (Topless)

ซึ่งสามารถใช้ได้ง่ายพกพาสะดวกมากขึ้น เราสามารถเรียกคนกลุ่มนี้ว่าสกินเนอร์ (Screenager) คือ ผู้ที่อยู่กับหน้าจอตลอดหลายชั่วโมง โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตที่เฉลี่ยวันละ 3 – 5 ชั่วโมงต่อวัน ที่อเปลท (Topless) จะเข้าครองส่วนแบ่งการตลาดของคอมพิวเตอร์พกพา (Notebook) เพราะสามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องความสะดวกสบาย ขนาดและน้ำหนักที่ดีกว่ามือถืออัจฉริยะ (Smart Phone) จะเปลี่ยนบทบาทไปเป็นกระเป๋าเงินด้วยเทคโนโลยี NFC (Near Field Communication) เทคโนโลยี 3 ดี จะมีการพัฒนาให้สามารถดูได้โดยไม่ต้องใช้อุปกรณ์ประกอบ เช่น แว่นตา เพราะจะสามารถดูได้จากสื่อประเภทโทรทัศน์รวมไปถึงอุปกรณ์พกพา อย่างเช่นมือถืออัจฉริยะ (Smart Phone) เป็นต้น (<http://www.aril.co.th> ,2554)

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับร้าน HAPPY DOG ทั้งใน ส่วนงานด้านการเงิน ระบบบัญชีทางด้านการเงินข้อมูลลูกค้า ทางด้านการวางแผนทางการตลาด การประชาสัมพันธ์เพื่อความสะดวกและความรวดเร็วในการใช้งานที่ต้องแข่งขันกับคู่แข่งกันอยู่ตลอดเวลา เช่น การใช้เทคโนโลยีสังคมออนไลน์ Facebook ในการประชาสัมพันธ์แผนการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการของทางร้านยังสามารถและเปลี่ยนข้อมูลและความคิดในกลุ่มสังคม Facebook ด้วยกันได้อีกด้วย

การวิเคราะห์สถานการณ์แข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Forces Model)

การวิเคราะห์สถานการณ์แข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Forces Model) ของ Michael Porter เป็นรูปแบบที่นิยมกันมากในการวิเคราะห์ตลาดเพื่อให้รู้ถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจของเรา กับสิ่งรอบข้างที่มีผลต่อการทำธุรกิจของเราโดยเป็นการวิเคราะห์ในเชิงบวกที่ไม่ใช่เพียงการเอาชนะเหนือคู่แข่งแต่ยังพูดถึงการร่วมมือกันเป็นพันธมิตร อย่างไรก็ตามมักมีความเข้าใจกันว่า การวิเคราะห์ธุรกิจโดยนำหลัก Five Force มาใช้นั้นควรใช้สำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีการแข่งขันสูง ส่วนธุรกิจขนาดเล็กนั้นไม่มีความจำเป็นต้องทำเป็นเรื่องเป็นราวขนาดนั้น หากแต่ในความเป็นจริงแล้วธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็สามารถใช้ Model ธุรกิจแบบ Five Force ได้เพื่อเสริมให้ธุรกิจของเรานั้นมีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้นซึ่งรูปแบบการประเมินสถานะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (5-FModel) ของ Michael E. Porter หรือ Five Force Model ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังปรากฏในแผนภูมิ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2546:61)



แผนภูมิที่ 2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Forces Model) ของ Michael Porter

การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมรวม (Industry Analysis) การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Forces Model) ของ Michael Porter ธุรกิจ HAPPY DOG

1. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among Current Competitors)

ตลาดอุตสาหกรรมธุรกิจสัตว์เลี้ยงในปัจจุบันมีอยู่ในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ในช่วงขึ้นเจริญเติบโต (Growth Stage) มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเนื่องจากมูลค่าตลาดที่มีอยู่สูงและมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องของมูลค่าตลาดส่งผลให้มีบริษัทและร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าและบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก รวมถึงมีการจัดทำกิจกรรมการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น ส่งผลให้มีจำนวนผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงและให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงของตนเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ดังนั้นจะเห็นว่าถึงแม้ธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยงจะมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเพราะอยู่ในช่วงอุตสาหกรรมแต่ก็เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก

จากการสำรวจการบริการสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะสุนัขในเขตอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า มีความรุนแรงไม่สูงมากนัก ผู้ให้บริการยังขาดทักษะความชำนาญและการพัฒนาทักษะใหม่ในการให้บริการการตัดแต่งขนสุนัข ในเขตอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมถือเป็นต่างจังหวัดส่วนใหญ่ประชากรมีรายได้ต่ำ ค่าครองชีพต่ำซึ่งส่งผลโดยตรงต่อยอดขายและกำไรลดลงไม่จูงใจให้เข้าไปลงทุนแต่ในส่วน HAPPY DOG เมื่อเทียบกับคู่แข่งจะได้เปรียบในเรื่อง

ความครบวงจรเนื่องจากเป็นการต่อ ยอดธุรกิจและคุณภาพการบริการจากช่วงที่มีความชำนาญและช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า

2. ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ (Threat of New Entrants)

การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่เป็นไปได้ไม่ยาก เนื่องจากธุรกิจการบริการสัตว์เลี้ยงมีอยู่หลายชนิดบริการแต่ละชนิดไม่เชื่อมโยงกันแบบตายตัวจึงทำให้สามารถลงทุนทำธุรกิจบางชนิดที่ให้ผลตอบแทนในอัตราที่สูงก่อนแล้วค่อยเริ่มลงทุนธุรกิจบางชนิดเพื่อสร้างความครบวงจรให้ธุรกิจได้ เช่น การเลือกการลงทุนในธุรกิจการบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนก่อนแล้วขยายการบริการเป็นการรับฝากเลี้ยง เป็นต้น

3. คุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services)

ในส่วนที่เป็นสินค้าทดแทนมีอยู่มากในการบริการสัตว์เลี้ยง ประเภทบริการการอาบน้ำ ตัดแต่งขนโดยเฉพาะการอาบน้ำ เจ้าของอาจเลือกใช้แชมพูที่มีความเหมาะสมกับสุนัขเพื่ออาบน้ำด้วยตนเองได้แต่ในส่วนการบริการตัดแต่งขนจะเป็นในส่วนของการใช้ทักษะความชำนาญเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ ความรู้เกี่ยวกับร่างกายสุนัขและทักษะในการตัดแต่งในรูปทรงต่างๆรวมถึงการนำมาปรับใช้ในการให้บริการในแต่ละครั้งซึ่งยากแก่การทดแทน

4. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customer)

ปัจจุบันอำนาจการต่อรองของลูกค้ามีอยู่มากเพราะนอกจากจะมีร้านบริการสัตว์เลี้ยงร้านอื่นๆแล้ว ลูกค้าก็ยังสามารถบริการสัตว์เลี้ยงของตนเองด้วยตนเองได้อีกด้วยแต่เนื่องจากการบริการสัตว์เลี้ยงเป็นเรื่องของงานบริการที่ต้องอาศัยปัจจัยในเรื่องของทักษะความชำนาญและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นปัจจัยหลักซึ่งเมื่อลูกค้าเกิดความพอใจก็ยินดีจ่ายในส่วนค่าบริการและมูลค่าเพิ่มจากค่าบริการได้

5. อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Suppliers)

อำนาจการต่อรองของผู้ขายมีอยู่สูงมากเนื่องจากสินค้าที่ใช้เป็นวัตถุดิบภายในกิจการทำการจัดซื้อจากร้านเทพพานิชซึ่งเป็นร้านในเครือเดียวกันและร้านเทพพานิชยังเป็นร้านค้าปลีกและส่งที่จำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สุนัขขนาดใหญ่ อำนาจการต่อรองในการซื้อสินค้าจึงมีอยู่มากทำให้สามารถได้รับสินค้าที่มีคุณภาพสูงในราคาต้นทุนอีกด้วย

จากการวิเคราะห์สภาพแข่งขันในอุตสาหกรรมทำให้เห็นโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจโดยกิจการ HAPPY DOG จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทั้งส่วนของคุณภาพที่มีมาตรฐานและมีราคาที่เหมาะสมโดยสร้างให้เห็นความแตกต่างในส่วนของคุณภาพการบริการและการวางกลยุทธ์ทางการตลาดในการเข้าถึงลูกค้าที่ทำให้มั่นใจว่ากิจการ HAPPY DOG จะเป็นร้านบริการสัตว์เลี้ยงที่ได้การยอมรับและสามารถเข้าไปอยู่ในใจของลูกค้าได้อย่างแน่นอน

บทที่ 4

การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร กล่าวคือจะทำให้ทราบว่าองค์กรของเรามีศักยภาพมากน้อยเพียงใดโดยพิจารณาจากจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weakness) ทั้ง 2 ตัวนี้จะแสดงให้เห็นว่าองค์กรมีอะไรบ้างที่เป็นจุดแข็งที่ควรคงไว้และอะไรบ้างที่เป็นจุดอ่อนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น ส่วนภายนอกองค์กรเราจะทราบได้จากการวิเคราะห์โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้แต่ได้วิเคราะห์เพื่อนำไปปรับปรุงองค์กรเพื่อให้เข้ากับปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก (กิตติราช เฑชะมโนกุล 2552:3)

การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ (SWOT Analysis) ประกอบด้วยการวิเคราะห์ 4 ด้านดังนี้

1. จุดเด่นหรือจุดแข็ง (Strengths) หมายถึง ผลจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสม จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล บริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด
2. จุดด้อยหรือจุดอ่อน (Weaknesses) หมายถึง ผลจากปัจจัยภายในที่เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในของบริษัท ซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหา
3. โอกาส (Opportunities) หมายถึง สิ่งที่เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากสภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทที่เอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอกแต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน นักการตลาดที่ดีจะต้องเสาะแสวงหาโอกาสอยู่เสมอและใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น
4. อุปสรรค (Threats) หมายถึง ปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้น

การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ Happy Dog

จุดแข็ง (Strengths)

HAPPY DOG มีจุดแข็งเป็นข้อได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งและสามารถนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ดังนี้

1. ทำเลที่ตั้งอยู่ในร้านเทพพานิช ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักซึ่งเป็นฐานเดิมของร้านเทพพานิชได้ทันที
2. ทำเลที่ตั้งมีความชัดเจนเนื่องจากตั้งอยู่ริมถนนใหญ่สายหลักและอยู่ในเขตอำเภอ ง่ายต่อการพบเห็นทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย
3. ทำเลที่ตั้งมีที่จอดรถเพียงพอ
4. สามารถกำหนดค่าใช้จ่ายในส่วนค่าเสื่อมของพื้นที่ได้แน่นอนเพราะอาคารสถานที่ตั้งเป็นของตัวเอง
5. การบริการมีความหลากหลาย
6. ให้บริการด้วยช่างที่มีความชำนาญการ
7. อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สะอาดผ่านการอบฆ่าเชื้อโรค
8. การบริการเน้นการสร้างและการรักษาภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเป็นหลัก
9. มีการทำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยมีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยสินค้าหรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคนมากที่สุด
10. เปิดทำการเป็นเวลามากกว่าคู่แข่ง คือ เปิดบริการวันธรรมดา ให้บริการตั้งแต่เวลา 08:30-19:30 น. วันเสาร์-อาทิตย์เปิดให้บริการตั้งแต่ เวลา 08:30-21:00 น. ของทุกวันซึ่งคู่แข่งทั้ง 2

ร้านจะเปิดเป็นเวลาเฉพาะ ทำให้สามารถสนองตอบลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่ง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จุดอ่อน (Weaknesses)

HAPPY DOG มีจุดอ่อนที่ด้อยกว่าหรืออยู่ในสภาพเสียเปรียบกว่าคู่แข่ง ได้แก่

1. ผู้ประกอบการยังขาดประสบการณ์ในการบริหารร้านบริการสัตว์เลี้ยง
2. เป็นร้านใหม่ต้องใช้เวลาในการปรับตัวเข้ากับระบบงานและลูกค้า
3. ต้นทุนในการบริการสูงเนื่องจากใช้บุคลากรมืออาชีพที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านจึงต้องจ่ายค่าแรงค่อนข้างสูง
4. ยังขาดความครบวงจรในส่วนของการรักษาและเวชภัณฑ์

โอกาส (Opportunities)

HAPPY DOG มีปัจจัยหรือสถานการณ์ภายนอกที่มีส่วนช่วยให้มีโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ได้แก่

1. แนวโน้มการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมีมากขึ้นเนื่องจากขนาดของครอบครัวที่เล็กลงอัตราการเกิดที่ลดลงอันมีผลมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ขยายตัวทำให้คนเกิดความรีบเร่งและความเครียดมากขึ้นผู้คนต้องการการผ่อนคลาย
2. ผู้บริโภคมีแนวโน้มต้องการความสะดวกสบายในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยง ดังนั้นอาชีพการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัขจึงเกิดขึ้น
3. จุดประสงค์ของการเลี้ยงสุนัขเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยเลี้ยงไว้เฝ้าบ้านกลายมาเป็นสมาชิกของครอบครัวเพื่อเป็นเพื่อนเล่นของเด็กและเพื่อแก้เหงาสำหรับผู้ใหญ่ทำให้สุนัขมีบทบาทมากขึ้นได้รับความเอาใจใส่ดูแลจากเจ้าของมากขึ้น
4. ภาคเอกชนให้การส่งเสริมในการเลี้ยงสุนัขอย่างต่อเนื่อง

อุปสรรค (Threats)

HAPPY DOG มีปัจจัยหรือสถานการณ์ภายนอกที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ได้แก่

1. คนต่างจังหวัดยังมีค่าครองชีพต่ำ
2. ลูกค้ายังขาดความเชื่อมั่นในการเข้ารับบริการ
3. ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีการใช้เงินอย่างระมัดระวังอันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ขาดความแน่นอน สภาพสังคมและการเมืองที่ยังไม่มีความชัดเจน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายในการทำธุรกิจ

กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ กลยุทธ์ระดับหน้าที่

ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในภาวะที่การแข่งขันมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นทุกขณะทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้หากธุรกิจไม่สามารถปรับตัวจากผลกระทบดังกล่าวได้ธุรกิจนั้นก็จะมีฐานะไปไม่ได้ในที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องเตรียมตัวตั้งรับ โดยเฉพาะการวางกลยุทธ์องค์กร (Strategic Approach) ซึ่งต้องคำนึงถึงระดับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกที่ไม่แน่นอนและปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กรถือเป็นสิ่งที่จำเป็นของธุรกิจที่ต้องการความมั่นคง ผู้บริหารควรจะใช้เวลากับการวางแผนให้มากเพราะเมื่อเริ่มดำเนินการจริงแล้วการจะกลับมาแก้ไขเป็นไปได้ค่อนข้างยาก สิ่งเหล่านี้อาจดูไม่ค่อยสำคัญนักแต่เมื่อเวลาผ่านไปแล้วจะเห็นว่าสิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นสิ่งที่สำคัญมากเหมือนกับกรที่เร ขับรถไปโดยไร้จุดหมายไร้ทิศทางไปสักระยะหนึ่งเมื่อนึกขึ้นได้ระหว่างทางว่าเราต้องการเดินทางไปไหนบางครั้งเราอาจเสียเวลาในการกลับรถเพื่อย้อนกลับมาทางเดิมก็ได้ (อนุพงษ์ อวิรุทธา 2548,อ้างถึงใน วรรณนา เชื้อจง 2552: 39)

วิสัยทัศน์ (Vision)

วิสัยทัศน์ หมายถึง ข้อความที่บ่งบอกถึงทิศทางที่องค์กรมุ่งไปสู่ในอนาคตที่พึงปรารถนาเป็นสภาพอนาคตที่ดีกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีการกำหนดจุดหมายปลายทางที่ชัดเจนและมีความเป็นไปได้ มีความเชื่อมโยงกับภารกิจ ค่านิยมและความเชื่อเข้าด้วยกัน โดยความคาดหวังของผู้บริหารระดับสูงเพื่อให้ทุกคนในองค์กรเห็นเป้าหมายร่วมกัน (อนุพงษ์ อวิรุทธา 2548,อ้างถึงใน วรรณนา เชื้อจง 2552: 39)

HAPPY DOG ได้กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อให้มองเห็นทิศทางในอนาคตที่ต้องการไว้ดังนี้ “เสนอสินค้าและบริการสุนัขที่เน้นในเรื่องคุณภาพและการสร้างความสัมพันธ์ที่แนบแน่นยาวนานกับลูกค้าเพื่อเป็นการสร้าง รักษาภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าที่มารับบริการ”

พันธกิจ (Mission)

พันธกิจ หมายถึง ข้อความที่เกี่ยวกับการกำหนดกิจกรรมและลักษณะงานของธุรกิจ ข้อความพันธกิจจะตอบคำถามที่ว่าธุรกิจของเราคืออะไร (ศิริวรรณ เเสรีรัตน์ 2546: 47) พันธกิจจะสะท้อนให้เห็นขอบข่ายการดำเนินงานทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการลูกค้าและตลาดที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเทคโนโลยีและมาตรฐานการดำเนินงานขององค์กรรวมถึงภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่รู้จักและยอมรับโดยทั่วไป

HAPPY DOG ได้กำหนดพันธกิจที่แสดงให้เห็นถึงหน้าที่หลักๆที่ต้องดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ดังนี้ “นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายเพื่อใช้เป็นสื่อกลางแทนความรักจากใจคุณไปสู่สุนัขที่คุณรัก”

เป้าหมายในการทำธุรกิจ (Goals)

เป้าหมาย หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวชี้บอกว่าองค์กรต้องการให้ประสบความสำเร็จอะไร (What) และเมื่อไหร่ (When) ซึ่งควรเขียนไว้ในรูปของปริมาณ (Quantity) หรือตัวเลขที่ชัดเจนที่สามารถวัดได้และผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ซึ่งต้องสอดคล้องตามภารกิจขององค์กรด้วย (อนุพงษ์ อวีรุทธา 2548, อ้างถึงใน ทรรตนา เชื้ออง 2552: 40)

HAPPY DOG ได้กำหนดเป้าหมายในรูปของการกำหนดภารกิจในรูปแบบผลลัพธ์ที่ต้องการไว้ 2 แบบดังนี้

1. เป้าหมายระยะสั้น (1 – 2 ปี)

1.1. ให้บริการที่เน้นในเรื่องคุณภาพและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อมุ่งเน้นให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดี

1.2. บริหารกิจการให้มีกำไรสุทธิประมาณ 15%

1.3. สร้างยอดขายประมาณ 246,220 บาทต่อปีสำหรับปีที่ 1 และมีอัตราการเติบโตของรายได้เท่ากับ 5% ในปีที่ 2-5 อัตรากำไรสุทธิ 20% ของรายได้ในแต่ละปี

2. เป้าหมายระยะยาว (3 ปีขึ้นไป) คือ พัฒนาการในรูปแบบต่างๆเพื่อให้สามารถ

เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ๆในเขตพื้นที่เดิมคืออำเภอบางเลน อำเภอดอนตูมและพื้นที่ใกล้เคียงคืออำเภอกำแพงแสน อำเภอบางสาม อำเภอลาดบัวหลวง และอำเภอไทรน้อยให้เพิ่มขึ้น

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ (Strategies)

กลยุทธ์ หมายถึง แผนการปฏิบัติงานที่องค์กรกำหนดเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย เป็นแผนรวมขององค์กรที่รวมเอาข้อได้เปรียบและจุดเด่นในด้านต่างๆมาใช้ประโยชน์และปรับลดจุดด้อยเพื่อแสวงหาโอกาสและหลีกเลี่ยงอุปสรรคซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ในระยะยาวรวมทั้งสามารถเอาชนะคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ทรรศนา เชื้อจง 2552:25)

การวางแผนเชิงกลยุทธ์ คือ การวางแผนที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่แน่ชัด มีการวิเคราะห์อนาคตและคิดเชิงการแข่งขัน มีระบบการทำงานที่มีความสามารถในการปรับตัวสูงสำหรับการทำงานในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น มีระบบการทำงานที่คล่องตัว มีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูงเพื่อนำไปสู่เป้าหมายในอนาคต สามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตเพื่อความอยู่รอดและความก้าวหน้าขององค์กรในอนาคต โดยทั่วไปกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้ (พิบูล ธิปะปาล 2551:132)

1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่แสดงให้เห็นทิศทางการดำเนินงานขององค์กร โดยรวม บอกลักษณะและแนวทางการดำเนินธุรกิจของกิจการว่าจะไปในทางใดเพื่อตอบสนองวิสัยทัศน์ขององค์กรทางเลือก กลยุทธ์สำหรับทิศทางขององค์กรจำแนกได้ดังนี้

1.1 กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategy) โดยทั่วไปเป็นกลยุทธ์ที่ผู้บริหารส่วนใหญ่เลือกใช้มากที่สุดคือกลยุทธ์ที่ช่วยให้ยอดขายกำไรและสินทรัพย์เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่กำลังขยายตัว องค์กรจำเป็นต้องค้นหาเพื่อความเจริญเติบโต เพื่อความอยู่รอดเป็นสิ่งสำคัญ การสร้างความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องมีส่วนสำคัญที่ทำให้ยอดขายสูงขึ้นต้นทุนต่อหน่วยลดลงและกำไรสูงขึ้นด้วยการดำเนินธุรกิจในสภาวะที่สภาพแวดล้อมและเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้เกิดโอกาส ในขณะที่เดียวกันหากกิจการมีความพร้อมในการแข่งขันก็สามารถก้าวให้ทันหรือล้ำหน้าคู่แข่งและมีศักยภาพที่จะขยายธุรกิจหรือเข้ามาเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ได้

1.2 กลยุทธ์การคงที่ (Stability Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มักถูกนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจที่อยู่ในภาวะอุตสาหกรรมโดยรวมไม่มีการเติบโตหรือสภาพแวดล้อมไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากหรือกิจการยังไม่มีความพร้อมที่จะขยายตัว กิจการอาจเลือกที่จะชะลอการลงทุนหรือหยุดชั่วคราวเพื่อพิจารณาคูสถานการณ์แวดล้อมทั่วไปก่อนที่จะพิจารณาดำเนินการต่อไปว่าจะใช้วิธีการลงทุนเพิ่มหรือลดการลงทุนลงหรือจะชะลอการลงทุนอยู่ก่อน กลยุทธ์นี้จะถูกนำมาใช้เมื่อธุรกิจเห็นว่าสถานการณ์ในอนาคตไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง โอกาสที่คู่แข่งจะรุกเข้ามามีน้อยและธุรกิจมีความ

พอใจที่จะทำกำไรอยู่ในระดับนี้เพราะเป็นกำไรในระดับพอสมควร กลยุทธ์การคงที่ได้รับความนิยมในธุรกิจที่มีขนาดเล็กแต่ถ้ากิจการใดใช้กลยุทธ์นี้นานๆจะเป็นอันตรายมากเพราะเป็นจุดอ่อนให้คู่แข่งเข้ามาแข่งขันได้ง่าย

1.3 กลยุทธ์การหดตัว (Retrenchment Strategy) ถือเป็นกลยุทธ์ในเชิงรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) ธุรกิจจะเลือกใช้กลยุทธ์นี้เมื่อพบว่าฐานะทางการเงินการดำเนินงานตกต่ำกิจการประสบความล้มเหลวไม่สามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายได้ โดยยังขาดความพร้อมหรือมีจุดอ่อนมากเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งผู้บริหารจำเป็นต้องหาทางปรับปรุงการดำเนินงานใหม่ให้ดีขึ้นเพื่อกำจัดจุดอ่อนบางอย่างให้หมดไปทั้งนี้เพื่อสามารถกลับมาเข้มแข็งได้อีกครั้งหนึ่งหรือหากไม่สามารถฟื้นฟูได้ต่อไปอาจขายกิจการหรือเลิกกิจการไปเลย

1.4 กลยุทธ์ผสมผสาน (Combination Strategy) เป็นแนวทางที่ผสมผสานระหว่างกลยุทธ์ 3 แนวทางข้างต้น โดยพิจารณาถึงสถานการณ์ที่เผชิญอยู่และเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้นๆ

กลยุทธ์ระดับองค์กรที่ HAPPY DOG นำมาใช้คือกลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategy) เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจสัตว์เลี้ยงอยู่ในช่วงอุตสาหกรรมที่กำลังขยายตัวและกิจการ HAPPY DOG เป็นกิจการที่เปิดให้บริการใหม่จึงเน้นการสร้างเติบโตในส่วนขยายของยอดขายกำไรเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้และ HAPPY DOG เป็นกิจการขนาดเล็กโครงสร้างองค์กรไม่ซับซ้อนโดยมีการแบ่งตามลักษณะการบริการไว้ชัดเจนแต่ยังมีความยืดหยุ่นทำให้สามารถช่วยเหลือกันได้และพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ทำงานเป็นอย่างดี ในส่วนทำเลที่ตั้งเป็นช่องทางเข้าถึงลูกค้าได้ดีเพราะอยู่ในเขตชุมชนและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเดิมของร้านเทพพานิชได้ทันที

2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่ง โดยดึงจุดเด่นขององค์กรหรือข้อได้เปรียบในการแข่งขันมากำหนดเป็นกลยุทธ์เพื่อใช้ข้อได้เปรียบให้เป็นประโยชน์เพื่อตอบสนองภารกิจและส่งเสริมให้กลยุทธ์ระดับองค์กรเป็นจริง (พิบูล ทิปะปาล 2551:152)

การได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง สิ่งที่องค์กรมีความแตกต่างจากผู้อื่นนั่นคือข้อได้เปรียบที่เด่นชัด อาจอยู่ในรูปของขีดความสามารถขององค์กรซึ่งสามารถทำได้โดยที่ผู้อื่นไม่สามารถทำได้หรือองค์กรทำได้ดีกว่าหรือข้อได้เปรียบที่อาจเกิดขึ้นจากสินทรัพย์หรือทรัพยากรบางอย่างที่องค์กรมีแต่องค์กรอื่นไม่มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจึงเป็นแนวความคิดหลักสำคัญ (Key Concept) ในการจัดการเชิงกลยุทธ์และเป็นสาเหตุที่ทำให้ลูกค้ามาซื้อจากเราแทนที่จะซื้อจากคู่แข่ง สิ่งสำคัญที่เราต้องคำนึงถึงคือการสร้างความได้เปรียบนั้นจำเป็นต้อง

ให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage) ท่ามกลางการต่อสู้ของกลุ่มแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมนั้นอีกด้วย กลยุทธ์ระดับธุรกิจที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจำแนกได้ดังนี้

2.1 กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ด้วยคุณภาพของสินค้าหรือบริการเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งด้วยการนำเสนอบางอย่างที่แตกต่างและดีกว่า เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของผู้บริโภค ธุรกิจอาจกำหนดราคาสินค้าหรือบริการสูงกว่าคู่แข่งได้ เนื่องจากลูกค้าอาจยอมที่จะจ่ายมากกว่าเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์หรือบริการ การสร้างความแตกต่างทำได้หลายวิธีโดยยึดถือประโยชน์หรือคุณค่าที่ลูกค้าต้องการเป็นหลัก เช่น ความแตกต่างที่แสดงถึงความเป็นผู้นำทางด้านคุณภาพ (Quality Leader) ความเป็นผู้นำทางด้านแบบสไตล์ (Style Leader) ความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี (Technology Leader) ความเป็นผู้นำด้านการบริการ (Service Leader) เป็นต้น

2.2 กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leader Strategy) เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายคลึงกับของคู่แข่งในราคาที่ต่ำกว่าซึ่งจะสามารถทำได้โดยอาศัยความสามารถของกิจการที่จะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีต้นทุนต่ำกว่าของคู่แข่งซึ่งจะทำให้ราคาต่อหน่วยลดลงแม้ขายในราคาเดิมก็ได้กำไรหากขายต่ำกว่าราคาเดิมและขายในปริมาณมากก็จะได้กำไรอยู่ดีและยังขยายส่วนครองตลาดเพิ่มขึ้นอีกด้วย ข้อควรระวังสำหรับการใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต้องรักษาระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการและความเชื่อถือได้ให้อยู่ในระดับเท่าเทียมกันหรือใกล้เคียงกันกับคู่แข่งเพื่อที่ลูกค้าจะได้ไม่ปฏิเสธผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจ

2.3 กลยุทธ์มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ธุรกิจจำกัดขอบเขตการดำเนินงานโดยใช้ความสามารถในการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มเหมาะกับกิจการขนาดเล็กและมีความใกล้ชิดกับกลุ่มลูกค้า กลยุทธ์มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) มุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานของการบริการโดยเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือกับลูกค้าและมีการตรวจสอบการให้บริการจากลูกค้าทุกครั้งที่ลูกค้าใช้บริการเพื่อใช้ในการปรับปรุงและสร้างกลยุทธ์การรักษาลูกค้า

3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่นำมาใช้เพื่อสนับสนุนในเชิงการแข่งขันมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรของกิจการให้มีประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้กรอบทิศทางของกลยุทธ์ระดับองค์กรและระดับหน่วยธุรกิจและเป็นแนวคิดที่จะนำไปจัดการทำแผนปฏิบัติการเพื่อตอบสนองเป้าหมายในการทำธุรกิจตามหน้าที่ของฝ่ายงานต่างๆ (พิบูล ทีปะपाल 2551: 155) ซึ่งกลยุทธ์ระดับหน้าที่ประกอบด้วยแผนปฏิบัติการในด้านต่างๆ 4 แผน ดังนี้

3.1 แผนการบริหารจัดการ เกี่ยวข้องกับเรื่องของการกำหนดโครงสร้างองค์กร

และแผนด้านบุคลากรที่ต้องสอดคล้องกับแผนการดำเนินธุรกิจด้านอื่นๆ ด้วยกิจการ HAPPY DOG เป็นธุรกิจบริการ สินค้าของธุรกิจบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าไม่สามารถสัมผัสได้แต่เป็นการแบ่งปันประสบการณ์ให้กับผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อซ้ำหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับ ทั้งนี้พนักงานผู้ให้บริการเป็นผู้นำที่ผลิตบริการนั้นขึ้นมาด้วยตนเอง ความสำเร็จของธุรกิจบริการจึงขึ้นอยู่กับพนักงานผู้ให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อทำหน้าที่ในการรักษาภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของธุรกิจไว้ได้อย่างสม่ำเสมอ

HAPPY DOG ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการบุคลากรซึ่งเป็นหัวใจหลักของงานบริการ โดยมีการกำหนดผังโครงสร้างองค์กรแบ่งแยกตามหน้าที่ที่รับผิดชอบไว้ชัดเจน มีการระบุค่าตอบแทนที่จะได้รับรวมถึงการประเมินผลการปฏิบัติงานมีการกำหนดกระบวนการสรรหาบุคลากรและคุณสมบัติของบุคลากรเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีคุณภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าผู้ให้บริการนอกจากนี้ HAPPY DOG ยังให้การส่งเสริมในเรื่องการพัฒนาบุคลากร โดยสนับสนุนให้พนักงานได้เข้ารับการอบรมเพื่อเพิ่มความสามารถในการให้บริการ

3.2 แผนการตลาด กล่าวถึง การนำส่วนผสมทางการตลาดมาใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

ทางการตลาด โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันเพื่อให้เกิดความแข็งแกร่งทางการแข่งขันซึ่งเป้าหมายของการตลาดคือการดึงดูดความสนใจของลูกค้าใหม่ๆ โดยสัญญาว่าจะให้ลูกค้าที่เหนือกว่าและรักษาลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันรวมถึงทำให้มีมากขึ้น โดยทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

เพื่อให้กิจการ HAPPY DOG บรรลุเป้าหมายทางการตลาด ผู้ประกอบการจึงเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ Marketing Mix 7P's มาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินการซึ่งประกอบด้วยคือกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ (Product) กลยุทธ์ด้านราคา (Price) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People) กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evident)

3.3 แผนการผลิต / แผนการให้บริการ กล่าวถึงแหล่งทำเลที่ตั้งของกิจการ การจัด

พื้นที่ให้บริการและกระบวนการให้บริการ

HAPPY DOG มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 40 ตารางเมตร มีการแบ่งพื้นที่การให้บริการ เป็นสัดส่วนโดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ตามลักษณะการใช้งาน ซึ่งมีการวางผังให้สามารถส่งต่องานต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินการให้บริการ ดังนี้

1. บริเวณด้านหน้าใช้ในการรับรองลูกค้า ประกอบด้วย

1.1 แผนกต้อนรับและเก็บค่าบริการ

1.2 บริเวณที่นั่งรอของลูกค้า

1.3 กรงใส่สุนัขที่รับบริการเสร็จแล้วและกำลังรอเจ้าของมารับ

2. บริเวณด้านหลังใช้ในการให้บริการแก่สุนัขประกอบด้วย

2.1 ส่วนการบริการอาบน้ำ ไลร์ขนสุนัข

2.2 ส่วนการบริการตัดแต่งขนสุนัข

3.4 แผนการเงิน ในฐานะด้านการเงินของกิจการนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งใน

การดำเนินธุรกิจและมักถูกใช้เป็นตัวชี้ฐานะทางการแข่งขันที่ดีที่สุดแผนการเงินเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ 3 อย่างคือการตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุน การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดหาเงินลงทุนและการตัดสินใจเกี่ยวกับการจ่ายเงินปันผล

HAPPY DOG มีการวางแผนด้านการเงินคือใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 456,000 บาท เป็นเงินที่มาจากส่วนของผู้เป็นเจ้าของกิจการทั้งหมดโดยในช่วง 3 ปีแรกจะยังไม่มีเป้าหมายในการจ่ายผลกำไรคืนแก่เจ้าของกิจการเนื่องจากต้องการให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินและเพื่อให้มีเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ จึงเลือกใช้วิธีการบริหารกิจการด้วยเงินสดเพื่อไม่ให้เกิดความยุ่งยากในการบริหารจัดการ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 6

แผนการบริหารจัดการ

แผนการบริหารจัดการเป็นการกำหนดโครงสร้างองค์กรและผู้บริหารที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินธุรกิจด้านอื่นๆของกิจการซึ่งประกอบไปด้วยสถานที่ตั้ง โครงสร้างองค์กรและแผนด้านบุคลากร ธุรกิจบริการจะมีการบริหารจัดการที่แตกต่างออกไปจากธุรกิจการผลิตหรือธุรกิจการขายสินค้า ความไม่มีตัวตนของงานบริการคือการที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคไม่สามารถสัมผัสจับต้องกับสิ่งที่ต้องเสียเงินไปเพื่อแลกเอาสิ่งนั้นมาได้ อาจรวมไปถึงการไม่สามารถมองเห็นสิ่งนั้นๆได้นอกจากความพอใจที่ได้รับดังนั้นสินค้าของธุรกิจบริการก็คือการขายประสบการณ์ความชำนาญให้กับผู้บริโภคนั่นเอง พนักงานผู้ให้บริการจะเป็นผู้ทำหน้าที่ผลิตบริการนั้นขึ้นมาด้วยตนเองไม่เหมือนกับการผลิตสินค้าในโรงงานที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่จำเป็นต้องเป็นคนๆเดียวกัน ดังนั้นธุรกิจบริการ ประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากพนักงานผู้ให้บริการในขณะนั้นจึงหมายถึงความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจต่อกิจการ โดยตรงซึ่งก็หมายถึงการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อซ้ำหรือไม่ในครั้งต่อไป (ทรรศนา เชื้อจง 2552:31)

ธุรกิจบริการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่แนบแน่นและยาวนานกับลูกค้า ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับธุรกิจบริการเนื่องจากธรรมชาติของการบริการต้องอาศัยความมั่นใจหรือความเชื่อถือของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของผู้ให้บริการเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ ความประทับใจ ความอบอุ่น ความเป็นมิตรหรือความคุ้นเคยก็สามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ของการสร้างธุรกิจบริการให้มีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสำเร็จของธุรกิจบริการจะขึ้นอยู่กับพนักงานผู้ให้บริการที่จะต้องทำหน้าที่รักษาภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของธุรกิจไว้ในขณะที่ให้บริการ เจ้าของธุรกิจจึงต้องให้ความสนใจการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อให้ทำหน้าที่ในการรักษาภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของธุรกิจไว้อย่างสม่ำเสมอ

สำหรับธุรกิจ HAPPY DOG เป็นธุรกิจบริการสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ประสบความสำเร็จได้คือบุคลากรผู้ให้บริการซึ่งจะได้กล่าวถึง โครงสร้างองค์กรและผังบริหารรวมถึงแผนการจัดการด้านบุคลากรเพื่อนำไปสู่การดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จต่อไป ดังนี้

- ชื่อธุรกิจ : HAPPY DOG เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการใหม่เพื่อเป็นการต่อยอดธุรกิจร้านเทพพานิช
- เจ้าของธุรกิจ : นางสาวชญานุช คำภูไทย
- รูปแบบธุรกิจ : กิจการเจ้าของคนเดียว
- ที่ตั้ง : เลขที่ 152 หมู่ 8 ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 73130
- บริการ : บริการ 10 ประเภท คือ อาบน้ำ ตัดเล็บ เช็ดหู HairTreatment ตัดขน Hot-oil อาบน้ำยา กำจัดเห็บหมัด รับฝากเลี้ยง จำหน่ายพันธุ์สุนัข จำหน่ายอุปกรณ์สุนัข
- เปิดดำเนินการ : วันที่ 1 มิถุนายน 2554
- การบริหารงาน : เจ้าของกิจการ
- เวลาทำการ : เปิดบริการทุกวัน
(วันธรรมดาเปิดให้บริการตั้งแต่ 08:30 - 19:30 น.
วันเสาร์และวันอาทิตย์เปิดให้บริการตั้งแต่ 08:30 - 21:00 น.)

โครงสร้างองค์กรและผังบริหาร HAPPY DOG



แผนผังที่ 3 โครงสร้างองค์กร

แผนด้านบุคลากร

การดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จขึ้นอยู่กับผู้บริหารและบุคลากรที่มีความสามารถ ผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงลักษณะของบุคลากรและจำนวนอัตราเพื่อให้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ๆต้องรับผิดชอบตามที่กำหนดไว้ด้วยการคัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์

HAPPY DOG ได้กำหนดตำแหน่งและหน้าที่รับผิดชอบตามผังโครงสร้างองค์กรไว้ดังนี้

1. ผู้จัดการร้าน รับผิดชอบโดยเจ้าของกิจการ มีหน้าที่ดูแลงานด้านการบริหารทั้งหมดของร้าน เช่น การเงิน การบัญชี จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ ต้อนรับลูกค้า จัดหาสมาชิกและจัดทำฐานข้อมูลสมาชิก ควบคุมและดูแลมาตรฐานคุณภาพการบริการ ตรวจสอบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ควบคุมดูแลความสะอาดของร้านรวมถึงการวางแผนการตลาด ได้รับเงินเดือน 6,500 บาท ค่าผลตอบแทน 10% จากรายได้การบริการโดยประมาณการพิจารณาขึ้นเงินเดือนปีละ 10%
2. พนักงานตัดแต่งขนสุนัขจำนวน 1 อัตราทำหน้าที่ให้บริการตัดแต่งขนสุนัขให้แก่สุนัขที่มารับบริการ ได้รับเงินเดือน 6,000 บาท ค่าผลตอบแทน 10% จากการให้บริการโดยประมาณการพิจารณาขึ้นเงินเดือนปีละ 10%
3. พนักงานอาบน้ำ เป่าขนสุนัขและพนักงานทำความสะอาด จำนวน 1 อัตราทำหน้าที่ให้บริการอาบน้ำ ใ้รับขนสุนัขให้แก่สุนัขที่มารับบริการ ได้รับเงินเดือน 5,000 บาท ค่าผลตอบแทน 5% จากการให้บริการโดยประมาณการพิจารณาขึ้นเงินเดือนปีละ 10%

กระบวนการสรรหาบุคลากร

เพื่อให้ได้ทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพและมีความเหมาะสมในการให้บริการ ที่ต้องมีความเอาใจใส่และการดูแลอย่างมีอาชีพมีการคัดเลือกบุคลากรดังนี้

1. HAPPY DOG จะทำการคัดเลือกช่างตัดแต่งขนมาจากโรงเรียนสัตวศาสตร์ โดยเป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับเจ้าของกิจการหรือเป็นบุคคลที่อาจารย์แนะนำ เนื่องจากจะเกิดสัมพันธภาพในการทำงานร่วมกันได้ง่าย และสามารถตรวจสอบประวัติได้
2. ประกาศรับสมัครพนักงานอาบน้ำ เป่าขนสุนัขจากผู้ที่มีความใกล้ชิดกับเจ้าของกิจการเนื่องจากสามารถตรวจสอบประวัติได้ง่าย โดยที่ HAPPY DOG นี้ได้เลือกมาจากเด็กที่เคยทำงานในบ้านเนื่องจากจะทราบอุปนิสัยใจคอและทราบความละเอียดในการทำงานแล้ว

3. ผู้สมัครในตำแหน่งต่างๆจะต้องมีคุณสมบัติครบตามที่ต้องการ
4. ผู้สมัครทุกคนจะต้องได้รับการสัมภาษณ์โดยเจ้าของกิจการ
5. ผู้ผ่านการคัดเลือกทุกคนต้องทำการตรวจร่างกายที่โรงพยาบาลและมีผลการตรวจที่ไม่พบโรคติดต่อที่สามารถแพร่เชื้อได้หรือต้องไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจ
6. ผู้ผ่านการคัดเลือกต้องทำสัญญาเพื่อเข้าทำงานอย่างน้อยเป็นเวลา 1 ปี

คุณสมบัติของบุคลากร

1. ตำแหน่งผู้จัดการร้าน
 หน้าที่ความรับผิดชอบ : ดูแลงานด้านการบริหารทั้งหมดของร้าน
 การศึกษา/คุณสมบัติ : จบปริญญาตรี มีประสบการณ์ด้านการบริหารและดูแล
 กิจการห้างร้าน มีจิตใจรักสัตว์ รักงานบริการ บุคลิกดี อัจฉริยะดี
2. ตำแหน่งพนักงานตัดแต่งขนสุนัข
 หน้าที่ความรับผิดชอบ : ให้บริการตัดแต่งขนสุนัขให้แก่สุนัข
 การศึกษา/คุณสมบัติ : ประกาศนียบัตรจากสถาบันสอนการตัดแต่งขนสุนัข
 มีประสบการณ์การตัดแต่งขนสุนัข มีจิตใจรักสัตว์ รักงานบริการ บุคลิกดี อัจฉริยะดี
3. ตำแหน่งพนักงานอาบน้ำไดรขนสุนัขและพนักงานทำความสะอาด
 หน้าที่ความรับผิดชอบ : ให้บริการอาบน้ำ เป่าขนสุนัขและทำความสะอาดร้าน
 และช่วยงานอื่นๆ
 การศึกษา/คุณสมบัติ : มีจิตใจรักสัตว์ รักงานบริการ บุคลิกดี อัจฉริยะดี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนการพัฒนาบุคลากร

HAPPY DOG ได้กำหนดแผนการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้พนักงานมีการพัฒนาความสามารถในการให้บริการ กิจการจะสนับสนุนพนักงานให้เข้าร่วมรับการอบรมเทคนิคใหม่ๆ จากสถาบันสอนตัดแต่งขนสุนัขที่มีชื่อเสียงและผ่านการรับรองมาตรฐานเพื่อนำมาใช้เพิ่มคุณภาพในการบริการ โดยอาจสนับสนุนเป็นค่าใช้จ่ายหรืออนุญาตให้พนักงานเข้ารับการอบรมในเวลาปฏิบัติงานได้ทั้งนี้พิจารณาตามความเหมาะสม

การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน

การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานกระทำขึ้นเพื่อให้มั่นใจว่าผลของการปฏิบัติงานจริงสอดคล้องเป็นไปตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้ หากผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายจะต้องค้นหาว่าเกิดจากสาเหตุใดเพื่อหาทางแก้ไขข้อบกพร่องให้เหลือน้อยที่สุดเพื่อให้การดำเนินงานในครั้งต่อไปมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

HAPPY DOG เป็นกิจการขนาดเล็กและมีการดำเนินธุรกิจที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานในแต่ละตำแหน่งกำหนดไว้ดังนี้

1. ตำแหน่งผู้จัดการร้าน มีการวัดผลการดำเนินงานจากความพึงพอใจและการร้องเรียนของลูกค้า จำนวนสมาชิกและจำนวนของลูกค้าและรายได้จากการบริการ
2. ตำแหน่งช่างติดตั้งขนสุนัข มีการวัดผลจากความพึงพอใจของลูกค้าและรายได้จากการบริการ
3. ตำแหน่งพนักงานอาบน้ำ ได้รับสุนัขและพนักงานทำความสะอาด มีการวัดผลจากความพึงพอใจของลูกค้า

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 7

แผนการตลาด

การบริหารการตลาด (Marketing management) หมายถึง กระบวนการวางแผนและการบริหารแนวความคิด การตั้งราคา การส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายความคิดสินค้าหรือบริการเพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่มุ่งตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลและบรรลุเป้าหมายองค์กร (ทรศนา เชื้อจง 2552: 139) หรือเป็นกระบวนการวางแผนการตลาด (Marketing planing) การปฏิบัติตามแผนการตลาด (Marketing implementation) การประเมินผลการทำงานทางการตลาด (Performance valuation) แผนการตลาดเป็นการแสวงหาแนวทางในการประกอบธุรกิจที่มุ่งเน้นตามความต้องการของลูกค้า ความคาดหวังของลูกค้า การพัฒนาราคาสินค้าและบริการการส่งเสริมการขาย การหาช่องทางในการจัดจำหน่ายให้เป็นรูปธรรมและสามารถประเมินได้ แผนการตลาดประกอบด้วยกำหนดยุทธศาสตร์เป้าหมายและการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด การตลาดเกี่ยวข้องกับอย่างมากกับการระบุถึงโอกาสทางการตลาด การตอบสนองโอกาสที่เกิดขึ้นโดยการพัฒนาและการนำกลยุทธ์ทางการตลาดไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ หัวใจของการตลาดอยู่ที่การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า พื้นฐานของคุณค่าและความพึงพอใจการตลาดเป้าหมายมี 2 ประการคือ ประการแรกคือการดึงดูดลูกค้าใหม่ๆ โดยสัญญาว่าจะให้คุณค่าที่เหนือกว่าและประการที่สองคือ รักษาลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันและทำให้มีจำนวนมากขึ้นโดยทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (สิทธิ์ ชีรสรณ์ 2551:1 , อ้างถึงในทรศนา เชื้อจง 2552: 140)

ตลาดเป้าหมาย (Target market) เป็นกลุ่มลูกค้า (บุคคลหรือองค์กร) ซึ่งผู้ขายเลือกเจาะจงที่จะใช้ความพยายามทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพอใจของตลาดส่วนนั้น ฉะนั้นตลาดเป้าหมายจึงหมายถึง ลูกค้า (Customer) ของบริษัทนั่นเอง ความพยายามทางการตลาดในการแลกเปลี่ยนทางการตลาด โดยจะอาศัยส่วนผสมทางการตลาดเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กรในสัดส่วนที่พอเหมาะซึ่งกันและกันอย่างกลมกลืน องค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาดทั่วไปประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) การกำหนดราคา (Price) การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) หรือเรียกว่า 4P'S แต่ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการคือ 7P'S จะเพิ่มมาในส่วนของบุคลากร (People) กระบวนการ (Process) ภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evident)

ธุรกิจ HAPPY DOG เป็นธุรกิจบริการที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคไม่สามารถสัมผัสจับต้องกับสิ่งที่ต้องเสียเงินไปนอกจากความรู้สึกที่ได้รับเนื่องจากสินค้าของธุรกิจการบริการคือการขายประสบการณ์และความชำนาญในตัวผู้ให้บริการแก่ผู้รับบริการแผนการตลาดจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก กิจกรรม HAPPY DOG เน้นการบริการที่มีคุณภาพและการสร้างความสัมพันธ์ที่แนบแน่นยาวนานกับลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าการนำเสนอรูปแบบการบริการที่มีความหลากหลายและชัดเจน ทำเลที่ตั้งถือเป็นช่องทางเข้าถึงลูกค้าที่มีความได้เปรียบ เนื่องจากตั้งอยู่บนถนนสายหลักใกล้ชิดชุมชนและตั้งอยู่ภายในร้านเทพพานิชซึ่งทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหลักได้ง่ายในส่วนของราคาที่ไม่ใกล้เคียงกับคู่แข่งมีการจัดการส่งเสริมการขายอยู่ตลอดและยังสามารถจัดการส่งเสริมการขายร่วมกับร้านเทพพานิชได้อีกด้วยเพื่อให้ลูกค้าที่เข้ารับบริการเกิดความรู้สึกพึงพอใจและประทับใจ ก็ย่อมเกิดการซื้อซ้ำและการบอกต่อซึ่งถือเป็นวิธีการประชาสัมพันธ์ที่มีต้นทุนต่ำแต่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอีกด้วย

พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคนเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงว่าผู้บริโภคจะซื้อสินค้าจากที่ไหนซื้ออย่างไร ซื้อเมื่อใดและซื้อจากใคร จึงจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากที่สุด (ทิมมัวร์ บุญมี 2547:9)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการทางสติปัญญา อารมณ์และกิจกรรมทางร่างกายของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อ การใช้และการกำจัดผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ความเข้าใจถึงความต้องการและความชอบของบุคคลช่วยให้ธุรกิจมีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น (Barden and LaForge 2005:56, อ้างถึงใน ทรรศนา เชื้อจง 2552: 148) สำหรับตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้

1. ตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ (Geographic)

ร้าน HAPPY DOG ตั้งอยู่ในร้านเทพพานิชซึ่งตั้งอยู่ริมถนนสายหลักและเป็นแหล่งชุมชนที่มีสถานี่ราชการ รัฐวิสาหกิจและสถานประกอบการเอกชนอยู่เป็นจำนวนมาก มีรถประจำทางวิ่งผ่านหลายสายทำให้มีผู้คนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมากอีกทั้งร้านเทพพานิชเป็นร้านที่จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงที่ใหญ่ที่สุดในเขตอำเภอบางเลนทำให้ร้าน HAPPY DOG สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ง่ายโดยใช้เวลาไม่นานและสามารถสร้างความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการในเรื่องการลดการเสียเวลาในการเดินทางและการลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงนั่นเอง

2. ตัวแปรด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behaviorist)

ในปัจจุบันมนุษย์เรามีความนิยมในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะสุนัขถือเป็นสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากรูปร่างที่สวยงามและนิสัยที่ช่างเอาใจอีกทั้งการมีบทบาทที่เปลี่ยนไปของสุนัขจากการเลี้ยงไว้เพื่อเฝ้าบ้านหรือใช้งานเป็นการเลี้ยงเพื่อเป็นเพื่อนคลายความเหงาส่งผลให้สุนัขได้รับการดูแลเอาใจใส่จากผู้เป็นเจ้าของเพิ่มมากขึ้นทั้งในเรื่องอาหารการกินและสุขอนามัยโดยสังเกตได้จากยอดขายการจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้นปีละ 15-20% ของทางร้านเทพพานิชซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลทางการตลาดของบริษัทอาหารสัตว์เลี้ยง รวมถึงจากการเรียกร้องของลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการอาบน้ำ ตัดขนสุนัขจากร้านเทพพานิช จากพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้การเปิดร้าน HAPPY DOG จะสามารถเข้าไปรองรับความต้องการของลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับความสุขอนามัยและความสวยงามของสัตว์เลี้ยงได้อย่างครบถ้วน

3. ตัวแปรด้านจิตวิทยา (Psychographic)

เมื่อสุนัขได้รับความเอาใจใส่เพิ่มมากขึ้น มีบทบาทเปลี่ยนจากสัตว์เลี้ยงเฝ้าบ้าน กลายเป็นบุคคลในครอบครัว ชีวิตความเป็นอยู่ของสุนัขทั้งในด้านคุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วน และเพียงพอกับความต้องการของสุนัขและด้านสุขอนามัยที่มีมาตรฐานของสุนัขจึงถือเป็นเรื่องสำคัญที่ส่งผลต่อสภาพจิตใจของผู้เลี้ยงเป็นอย่างมากและในผู้เลี้ยงบางกลุ่ม ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของสุนัขนั้นถือเป็นหน้าที่สร้างความภูมิใจที่ได้ทีเดียว

4. ตัวแปรด้านอรรถประโยชน์ (Utility)

HAPPY DOG จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นการสร้างความครบวงจรเกี่ยวกับธุรกิจสัตว์เลี้ยงแก่ร้านเทพพานิชเพื่อเป็นการสร้างความสะดวกสบาย ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางแก่ลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง การจัดการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ของแต่ละร้านรวมถึงการจัดการส่งเสริมการขายร่วมกันเพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Objective)

1. เพื่อให้ร้าน HAPPY DOG เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อเนื่อง (Product Awareness) 60% ในปีแรกและเพิ่มขึ้นอีก 40% ภายในปีที่ 3
2. เพื่อให้ร้าน HAPPY DOG สร้างยอดขายให้เติบโตปีละ 5%

การแบ่งส่วนทางการตลาด : เลือกกลุ่มเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งทางการตลาด

1. การแบ่งส่วนทางการตลาด (Market Segment) HAPPY DOG แบ่งตลาดออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

- 1.1. บริการหลักคือ บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขน
- 1.2. บริการเสริมคือ บริการรับฝากสุนัข
- 1.3. บริการอื่นๆคือ การจำหน่ายพันธุ์สุนัข และการจำหน่ายอุปกรณ์สุนัข

2. การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)

ธุรกิจได้ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจากตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ตัวแปรด้านพฤติกรรมศาสตร์ ตัวแปรด้านจิตวิทยาและตัวแปรด้านอรรถประโยชน์ HAPPY DOG ใช้เกณฑ์ Stages in Modern Family Life Cycle และลักษณะขนของสุนัข สามารถกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายได้โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary Target Market) คือกลุ่มคนเพศชายและเพศหญิงอายุ 20 – 34 ปี สถานะภาพโสด (Young Single) และกลุ่มคนเพศหญิงอายุ 50 – 64 ปี สถานะภาพสมรส (Middle Aged) เลี้ยงสุนัขที่มีลักษณะขนส่วนนอกหยิกแข็งและหนานุ่ม ส่วนในมีสปริงในตัว ขนยาวออกไม่สั้นสุด จำเป็นต้องหวีล้างขนทุกวันและต้องตัดแต่งขนเดือนละ 2 – 3 ครั้ง ต่อเดือน (Curly Coats)

2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง (Secondary Target Market) คือกลุ่มคนเพศชายและเพศหญิงอายุ 20 – 34 ปี สถานะภาพโสด (Young Single) และกลุ่มคนเพศหญิงอายุ 50 – 64 ปี สถานะภาพสมรส (Middle Aged) เลี้ยงสุนัขที่มีลักษณะขนส่วนนอกเหยียดตรงหนาหนุ่ม ส่วนขนด้านในจะสั้นและทอดยาวไปตามผิว ขนยาวออกไม่สั้นสุด จำเป็นต้องหวีแปรงทุกวันอาบน้ำตัดแต่งขนเดือนละ 1 – 2 ครั้ง ต่อเดือน (Long Straight Coats)

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี คู่แข่งในปัจจุบัน

HAPPY DOG มีคู่แข่งทางธุรกิจที่มีความสามารถในการตอบสนองสินค้าและบริการเหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน โดยสามารถแบ่งคู่แข่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. คู่แข่งทางตรง คือ คู่แข่งที่เข้ามาแข่งขันในตลาดหรือกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน มีสินค้าและบริการที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกันมากจนทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้นเกิดทางเลือก

คู่แข่งทางตรงของ HAPPY DOG ที่มีบริการให้บริการเกี่ยวกับการอาบน้ำ ตัดแต่งขน สุนัขพบว่ามี 2 ร้านคือ 1) ร้านอรรถเนตรเพ็ทช็อปเป็นทาวเฮาส์ตั้งอยู่ในซอยบริเวณใกล้เคียงกัน ระยะห่างจากร้านเทพพานิชประมาณ 300 เมตรให้บริการรักษาโรคทั่วไปและบริการอาบน้ำ ตัดขน

สุนัข 2) คลินิกสัตว์เลี้ยงบางเลนเป็นอาคารพาณิชย์ตั้งอยู่ในตลาดเก่าบริเวณใกล้เคียงกันระยะห่างจากร้านเทพพานิชประมาณ 500 เมตรให้บริการรักษาโรคทั่วไปและบริการอาบน้ำ ตัดขนสุนัข

2. คู่แข่งทางอ้อม คือ คู่แข่งที่เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกัน ตัวสินค้าและบริการมีความแตกต่างกันหรืออาจเจาะตลาดอื่นแต่ตัวสินค้าและบริการมีความเหมือนและคล้ายคลึงกันมาก

คู่แข่งจันทางอ้อมของ HAPPY DOG พบว่าสามารถแบ่งได้คือ

2.1 ลูกค้ำใช้วิธีการน้ำ ตัดแต่งขนด้วยตนเอง

2.2 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสุนัขชนิดแห้งหลายรูปแบบ เช่น โฟมอาบน้ำสุนัข ชนิดแห้ง แป้งอาบน้ำสุนัขชนิดแห้ง เป็นต้น

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง การวางแผนทางวิธีการและเทคนิคต่างๆที่จะใช้กับส่วนประสม 7P'S ในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ในการดำเนินการขององค์กรให้มีการเจริญเติบโตไปข้างหน้าตามที่วางไว้ (ศิริวรรณ เสรีย์และคณะ 2543:113)

HAPPY DOG ได้กำหนดกลยุทธ์เชิงรุกในระยะแรกเนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ต้องทำให้ลูกค้าเป้าหมายได้รู้จักบริการและคุณภาพในการบริการเพื่อให้ลูกค้าหันมาใช้บริการ เน้นการดึงดูดลูกค้าจากคู่แข่งและเป็นการสร้างลูกค้าเป้าหมายที่ยังไม่เคยใช้บริการให้หันมาทดลองใช้บริการมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยนำส่วนประสมของการตลาดของการบริการ 7P's ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพดังนี้ (Payne 2003 ,อ้างถึงใน ทรรศนา เชื้อจง 2552: 168)

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ (Product)

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ระดับปริญญาตรี

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

6. กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

7. กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evident)

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ (Product)

เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการมุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงข้อแตกต่างที่เหนือคู่แข่งและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของกิจการ

HAPPY DOG นำเสนอสินค้าและบริการเกี่ยวกับสุนัขที่เน้นคุณภาพ ความหลากหลาย และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า ในส่วนของการบริการเมื่อสุนัขหรือแมวมักมีกลิ่นตัวที่ไม่พึงประสงค์ในบางครั้งจึงมีความจำเป็นต้องอาบน้ำให้ นอกจากนี้การอาบน้ำยังช่วยกำจัดพยาธิภายนอกบางชนิดรวมทั้งช่วยปรับสภาพผิวที่แห้งหรือมันเกินไปการใช้แชมพูและครีมปรับสภาพขนให้ได้ผลดี

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ในการกำหนดราคาควรคำนึงถึงว่าราคาที่ดีคือราคาที่ผู้บริโภคพอใจผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาก็จะตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ต้นทุนสินค้า ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องและการแข่งขัน

HAPPY DOG ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ Sales Oriented เป็นการตั้งราคาเพื่อเน้นยอดขาย เนื่องจากกิจการเป็นกิจการเปิดใหม่ ยอดขายและการเข้าไปมีส่วนแบ่งในตลาดเป็นสิ่งสำคัญ การตั้งราคาไม่แพงจึงเป็นกรขยาย โอกาส เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงการบริการและรับรู้ถึงคุณภาพการบริการได้ง่าย โดยมีการตั้งราคาในแต่ละบริการ ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงลักษณะการบริการและราคาการบริการสำหรับสัตว์เลี้ยง

บริการ	ขนาด S น้ำหนัก ไม่เกิน 5 กก.	ขนาด M น้ำหนัก 5.1–10 กก.	ขนาด L น้ำหนัก 10.1–20 กก.	ขนาด XL น้ำหนัก 20.1–35 กก.	ขนาด L น้ำหนักมาก กว่า 35 กก.
1.อาบน้ำ ตัด เล็บเช็ดหู hair treatment (*)	150	200	250	300	350
2.อาบน้ำ ตัด ขน ตัดเล็บ เช็ดหู	250	300	350	400	450
3.อาบน้ำแมว ขนสั้น (***)	150	180	230	250	280
4.อาบน้ำแมว ขนยาว (***)	200	240	300	350	400
5.อาบน้ำ ตัด ขน ตัดเล็บ เช็ดหูแมว (***)	250	270	320	380	440
6.Hot-oil เพิ่ม	100	150	200	300	350
7.อาบน้ำยา กำจัดเห็บ หมัด (**)	50	75	100	125	150
8.รับฝากเลี้ยง (†)	100 บาท/วัน	120 บาท/วัน	140 บาท/วัน	160 บาท/วัน	180 บาท/วัน

(*) การทำhairtreatmentแตกต่างกันตามลักษณะขนและสายพันธุ์สุนัขและแมว

(**) เป็นการอาบน้ำด้วยน้ำยากำจัดเห็บหมัดไม่ได้เก็บเห็บหมัดออกจากขนสุนัขหรือแมว

(***) เป็นแมวที่คุ้นเคยกับการอาบน้ำถ้าไม่คุ้นเคยจะไม่รับให้บริการ

(†) เป็นสุนัขหรือแมวของลูกค้าประจำที่มีความสนิทสนมกันเท่านั้น

ตารางที่ 5 แสดงราคาการจำหน่ายสุนัขกลุ่มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็ก

สายพันธุ์สุนัข	Pet Quality (บาท/ตัว)	Show Quality (บาท/ตัว)
Chihuahua	4,000-10,000	10,000 ขึ้นไป
Spizt	2,000-5,000	5,000 ขึ้นไป
Maltese	5,000-10,000	10,000 ขึ้นไป
Pekingse	4,500-10,000	10,000 ขึ้นไป
Pomeraian	8,000-20,000	20,000 ขึ้นไป
Poodle	1,200-5,000	5,000 ขึ้นไป
Pug	4,500-12,000	12,000 ขึ้นไป
Tzu	3,500-15,000	15,000 ขึ้นไป
SilkeTerrier	8,000-15,000	15,000 ขึ้นไป

ตารางที่ 6 แสดงราคาการจำหน่ายสุนัขกลุ่มสุนัขพันธุ์ที่ใช้เลี้ยงเป็นเพื่อน

สายพันธุ์สุนัข	Pet Quality (บาท/ตัว)	Show Quality (บาท/ตัว)
Bulldog	10,000-15,000	15,000 ขึ้นไป
Chiness Shar Pei	8,000-15,000	15,000 ขึ้นไป
Chew Chew	4,000-15,000	15,000 ขึ้นไป
Dalmation	1,500-5,000	5,000 ขึ้นไป
French Bulldog	10,000-20,000	20,000 ขึ้นไป
LhasaApso	4,000-15,000	15,000 ขึ้นไป

ตารางที่ 7 แสดงราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์ที่ใช้ในเกมสกีฬา

สายพันธุ์สุนัข	Pet Quality (บาท/ตัว)	Show Quality (บาท/ตัว)
American Cocker Spaniel	6,000-10,000	10,000 ขึ้นไป
English Setter	5,000-10,000	10,000 ขึ้นไป
Golden Retriever	6,000-15,000	15,000 ขึ้นไป
Irish Setter	6,000-10,000	10,000 ขึ้นไป
Labrador	4,000-15,000	15,000 ขึ้นไป

ตารางที่ 8 แสดงราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์ที่ใช้ในการต้อนฝูง

สายพันธุ์สุนัข	Pet Quality (บาท/ตัว)	Show Quality (บาท/ตัว)
Collie	10,000-15,000	15,000 ขึ้นไป
German Shepherd	2,000-8,000	8,000 ขึ้นไป
Old English Sheep dog	10,000-20,000	20,000 ขึ้นไป
Pembroke Welsh Corgic	15,000-20,000	20,000 ขึ้นไป

ตารางที่ 9 แสดงราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์ที่ใช้ในการล่าสัตว์

สายพันธุ์สุนัข	Pet Quality (บาท/ตัว)	Show Quality (บาท/ตัว)
Beagle	10,000-15,000	15,000 ขึ้นไป
Besset Hourd	3,500-12,000	12,000 ขึ้นไป
Dechshund	2,000-4,000	4,000 ขึ้นไป
Greyhound	5,000-7,000	7,000 ขึ้นไป

ตารางที่ 10 แสดงราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์ที่ใช้ในการเฝ้าบ้าน

สายพันธุ์สุนัข	Pet Quality (บาท/ตัว)	Show Quality (บาท/ตัว)
Akita	8,000-15,000	15,000 ขึ้นไป
Alaskan Malamule	7,000-15,000	15,000 ขึ้นไป
Boxer	5,000-8,000	8,000 ขึ้นไป
Rottweiler	4,000-10,000	10,000 ขึ้นไป
Seint Bernard	7,000-15,000	15,000 ขึ้นไป
Siberian Huaky	8,000-15,000	15,000 ขึ้นไป

ตารางที่ 11 แสดงราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์พื้นบ้าน (Thai Dog)

สายพันธุ์สุนัข	Pet Quality (บาท/ตัว)	Show Quality (บาท/ตัว)
Thai Ridgeback Dog	2,000-10,000	10,000 ขึ้นไป
Bang Kaew	1,500-7,000	7,000 ขึ้นไป

ตารางที่ 12 แสดงราคาการจำหน่ายสุนัข กลุ่มสุนัขพันธุ์บูลเทอเรีย

สายพันธุ์สุนัข	Pet Quality (บาท/ตัว)	Show Quality (บาท/ตัว)
American Staffordshier	5,000-10,000	10,000 ขึ้นไป
Boston Terrier	5,000-10,000	10,000 ขึ้นไป
Bull Terrier	10,000-15,000	15,000 ขึ้นไป
TackRussell Terrier	15,000-20,000	20,000 ขึ้นไป
Yorksheir Terrier	15,000-25,000	25,000 ขึ้นไป
West Highland White	7,000-15,000	15,000 ขึ้นไป

ราคากลางของราคาสุนัขเป็นราคาที่มีความใกล้เคียงกับราคาในปัจจุบัน โดยจะเปลี่ยนแปลงได้ตามความนิยมของสุนัขในแต่ละพันธุ์ในปัจจุบัน

ตารางที่ 13 แสดงราคาอุปกรณ์สุนัข ประเภทแชมพู

ลำดับ	ประเภทแชมพู	ราคา (บาท)		
		250 mL	1000 mL	4000 mL
1	แชมพู Cute-Petสำหรับสุนัขขนยาว (Blossey) สปาร์	55	115	355
2	แชมพู Cute-Petสำหรับสุนัขขนยาว (Fusion) สปาร์	55	115	-
3	แชมพู Cute-Petสำหรับสุนัขขนยาว (Muguet) สปาร์	55	115	-
4	แชมพู Cute-Petสำหรับสุนัขขนยาว (Newton) สปาร์	55	115	-
5	แชมพู Cute-Petสำหรับสุนัขขนสั้น (Gazelle) สปาร์	55	115	355
6	แชมพู Cute-Petสำหรับสุนัขขนสั้น (Senkone) สปาร์	55	115	-
7	แชมพู Cute-Petสำหรับสุนัขขนสั้น (Daryl) สปาร์	55	115	-
8	แชมพู Cute-Petสำหรับสุนัขขนสั้น (Cusey) สปาร์	55	115	-
9	แชมพู Cute-Petสำหรับลูกสุนัข (Lemy) สปาร์	55	115	355
10	แชมพู Cute-Petสำหรับลูกสุนัข (Lypso) สปาร์	55	115	-
11	แชมพู Cute-Petสำหรับลูกสุนัข (Gruse) สปาร์	55	115	-
12	แชมพูกำจัดเห็บหมา Progard (สีฟ้า)	55	115	-
13	แชมพูแมว (สีชมพู) Progard	55	115	-
14	แชมพูป้องกันอาการคัน (สีแดง)	55	115	-
15	แชมพูสำหรับสุนัขกลิ่นตัวแรง	55	115	-

ตารางที่ 14 แสดงราคาอุปกรณ์สุนัข ประเภทโลชั่น

ลำดับ	ประเภทโลชั่น	ราคา (บาท)
1	โลชั่นบำรุงขนและผิวหนังกลิ่น Apple	95
2	โลชั่นบำรุงขนและผิวหนังกลิ่น CoolMint	95
3	โลชั่นเช็ดตา	45
4	โลชั่นเช็ดหู	45

ตารางที่ 15 แสดงราคาอุปกรณ์สุขภัณฑ์ประเภทน้ำหอม

ลำดับ	ประเภทน้ำหอม	ราคา (บาท)
1	น้ำหอมกลิ่น Romance 50 mL	75
2	น้ำหอมกลิ่น Rosemarry 50 mL	75
3	น้ำหอมกลิ่น Freshy 50 mL	75
4	น้ำหอมกลิ่น Lavender 50 mL	75
5	น้ำหอมกลิ่น sport 50 mL	75
6	น้ำหอมกลิ่น Sweet 50 mL	75

ตารางที่ 16 แสดงราคาอุปกรณ์สุขภัณฑ์ประเภทขนมขบเคี้ยว

ลำดับ	ประเภทขนมขบเคี้ยว	ราคา (บาท)
1	เรน่าซอฟท์ซิกเก้นสเด็ค 133 กรัม	45
2	เรน่าซอฟท์ซิกเก้นสเด็ค (รสชีส) 133 กรัม	45
3	เรน่าเซาเทิร์นบีบีคิวสตริป (รสชีส) 99 กรัม	45
4	เรน่าเซาเทิร์นบีบีคิวสตริป (รสลิปเนซมันท์) 99 กรัม	45
5	เรน่าเซาเทิร์นบีบีคิวสตริป (รสเชลม่อน) 99 กรัม	45
6	เรน่าคริสตี้ซิกเก้น (รสพามาซานชีส) 99 กรัม	45
7	เรน่าคริสตี้ซิกเก้น (รสโรซันราน) 99 กรัม	45
8	เรน่าซอฟท์ซิกเก้นเจอร์กีสโลด์ 70 กรัม	45
9	เรน่าซอฟท์ซิกเก้นเจอร์กีส 70 กรัม	45
10	เรน่ามิลค์กี้ครอป (รสนม) 113 กรัม	45
11	เรน่ามิลค์กี้ครอป (รสแครอบ) 113 กรัม	45

ตารางที่ 17 แสดงราคาอุปกรณ์สุนัข ประเภทหวี แปรงขนสำหรับสุนัข และอื่นๆ

ลำดับ	ประเภท	ราคา (บาท)
1	หวีสุนัขด้ามไม้ 17.5 x 5 ซม. 20 ซี่	45
2	หวีสุนัขด้ามไม้ 17.5 x 5 ซม. 32 ซี่	45
3	หวีสุนัขด้ามไม้ 17.5 x 5 ซม. 40 ซี่	45
4	หวีเหล็กสุนัข 15.5 x 3.2 ซม. ไม่มีด้าม 32/20 ซี่	45
5	หวีสุนัขด้ามพลาสติก 17.5 x 5 ซม. 20 ซี่	40
6	หวีสุนัขด้ามพลาสติก 17.5 x 5 ซม. 32 ซี่	45
7	หวีสุนัขด้ามพลาสติก 17.5 x 5 ซม. 40 ซี่	45
8	หวีสุนัขด้ามพลาสติก 17.5 x 5 ซม. แบบซี่ 2 ด้าน 20/32 ซี่	45
9	แปรงขนสุนัขด้ามไม้ 2 ด้าน 21.5 x 6 ซม.	45
10	แปรงขนสุนัขด้ามไม้ 2 ด้าน 23.5 x 7 ซม.	40
11	สติกเกอร์เล็กด้ามไม้ 13 x 6.3 ซม.	45
12	สติกเกอร์ใหญ่ด้ามไม้ 13 x 12 ซม.	55
13	สติกเกอร์ด้ามไม้ 2 ด้าน 16.5 x 10 ซม.	45
14	สติกเกอร์ด้ามพลาสติก 2 ด้าน 16.5 x 10 ซม.	45
15	สติกเกอร์พลาสติกด้านยกสูง 17 x 11 ซม.	45
16	จุกให้น้ำอัตโนมัติ 13.5 x 9 ซม.	110
17	กรรไกรตัดเล็บด้ามสีแดง/ดำ 15.5 x 5 ซม.	95

ผลงานวิจัยนันทศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 18 แสดงราคาอุปกรณ์สุนัข ประเภทเสื้อผ้าโดยแบ่งออกตามสายพันธุ์

ลำดับ	size	หน่วยวัด (ซ.ม.)		พันธุ์ที่ได้	น้ำหนักโดย ประมาณ (ก.ก.)	ราคา (บาท)
		รอบคอ	รอบอก			
1	4S	15-17	25-28	ชีวาา, พุดเดิ้ล, ยอร์ค, แมว	1.5	45
2	3S	17-20	27-32	ชีวาา, พุดเดิ้ล, ยอร์ค, ปอม, แมว	3	50
3	SS	20-25	34-40	ชีวาา, พุดเดิ้ล, ยอร์ค, ปอม, แมว	5	65
4	S	26-30	42-48	บีค, แจ็คลัสเชล, ชิสุห์	8	75
5	SM	31-35	49-55	บีค, แจ็คลัสเชล, บีเกิ้ล	13	135
6	M	35-40	55-62	พันธุ์ไทย, คอลลี, คัมเมเชี่ยล	18	165
7	L	42-48	70-78	โกลเด้นรีทรีฟเวอร์	38	245
8	DSS	18-22	30-35	ลูกคัชชุน	3.5	65
9	DSS	22-26	35-41	คัชชุน	5	70
10	SN	26-30	41-47	คัชชุน	7	75
11	GG	36-40	51-56	คอร์กี้, คัชชุน	12	135

กลยุทธ์ด้านการบริการที่ HAPPY DOG นำมาใช้ได้แก่

1. ผู้ให้บริการในแต่ละด้านต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านเป็นอย่างดี มีคุณภาพจิตปกติและความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่และต่อลูกค้า
2. สร้างมาตรฐานบริการภายในที่พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันเพื่อส่งมอบบริการที่ประทับใจทุกครั้งที่พบลูกค้า
3. เน้นความพอใจสูงสุดในการบริการของลูกค้า โดยวัดจากรายได้จากการบริการ
4. ยินดีรับคำติชมจากลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงวิธีการให้บริการเพื่อรักษามาตรฐานและคุณภาพการบริการ

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางในการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ดังนั้นทำเลของร้านเป็นสิ่งจำเป็น ทำเลที่ดีคือทำเลที่ยังไม่มีคู่แข่งหรือคู่แข่งน้อยหรือทำเลที่มีกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจผ่านไปมา มีสถานที่จอดรถสะดวก เป็นต้น

ช่องทางการจัดจำหน่ายธุรกิจ HAPPY DOG คือด้านหน้าของร้านเทพพานิช ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง ตั้งอยู่เลขที่ 152 หมู่ 8 ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน

จังหวัดนครปฐม ทำให้สามารถเข้าถึงฐานลูกค้าร้านเทพพานิชซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้าน HAPPY DOG ได้ทันทีและทำเลที่ตั้งยังตั้งอยู่ริมถนนสายหลักและตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีคนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก ทั้งยังมีที่จอดรถที่สะดวกนับเป็นช่องทางจัดจำหน่ายที่ดีที่มีความสะดวกสบายทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ง่าย

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมที่ดำเนินขึ้นเพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อหรือกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดมีความสนใจผลิตภัณฑ์และบริการมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจมีผลประกอบการเพิ่มขึ้น โดยมีแนวทางการวางกลยุทธ์ ดังนี้

1. เลือกใช้สื่อที่หลากหลายมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการนำเสนอความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการรับบริการสัตว์เลี้ยงเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างทั่วถึงโดยเน้นสื่อที่ใช้งบประมาณไม่สูงและสามารถครอบคลุมลูกค้าเป้าหมายได้มาก
2. เน้นกิจกรรมที่ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทดลองใช้บริการสัตว์เลี้ยง
3. สร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการบริการ
4. พยายามกระตุ้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เล็งเห็นความสำคัญการเข้ารับบริการสัตว์เลี้ยง

เลี้ยง

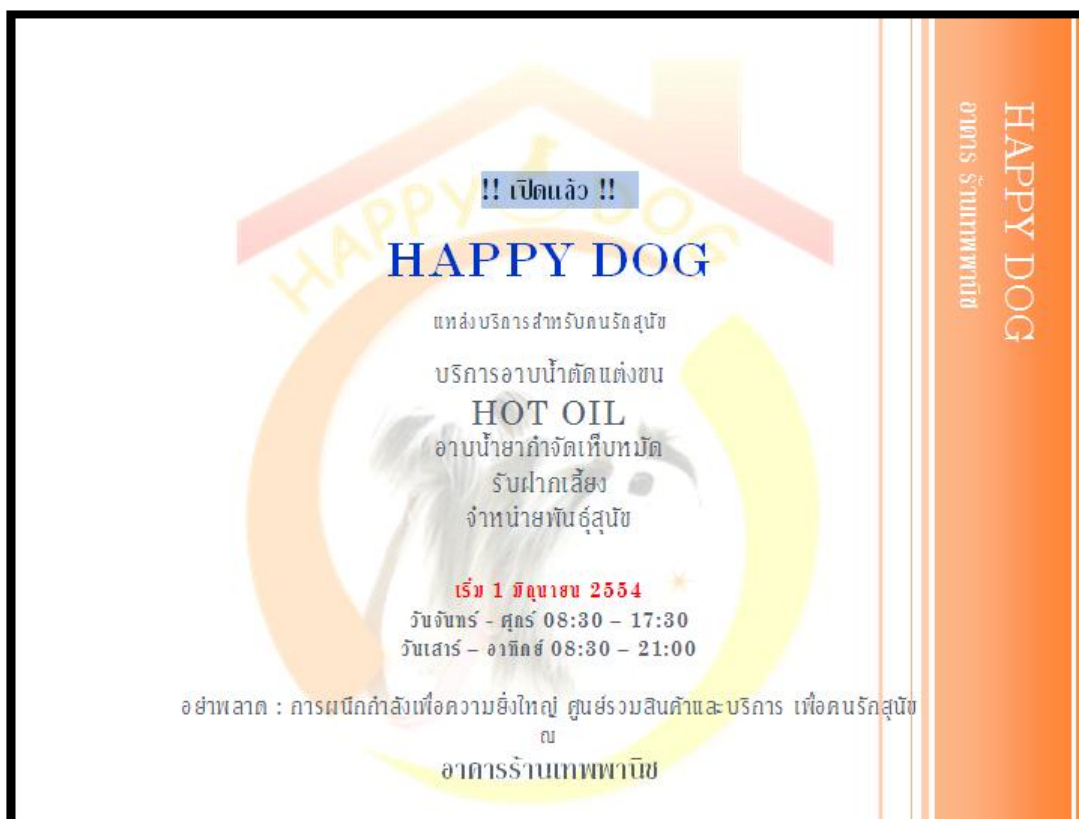
เครื่องมือที่ใช้ในกลยุทธ์ส่งเสริมการขาย คือ

1. การโฆษณา (Advertising)

HAPPY DOG นำกลยุทธ์การตลาดทางตรงมาใช้โดยการส่งใบปลิวแนบไปกับหนังสือพิมพ์เพื่อเปิดตัวร้าน HAPPY DOG เพื่อเป็นการนำเสนอให้รู้จักบริการของทางร้านและกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองและการติดต่อกลับมายังร้านเพื่อให้เกิดการเข้ารับบริการของทางร้าน (ก่อนเปิด1สัปดาห์) ดังภาพที่ 5

2. การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling)

HAPPY DOG ใช้การเสนอขายตรงโดยให้พนักงานต้อนรับเป็นผู้แนะนำและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อให้ลูกค้ารู้จักและทราบถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ใช้แต่ละชนิด



ภาพที่ 3 ตัวอย่างโฆษณาไปปลิวกับโฆษณาแนบไปกับหนังสือพิมพ์

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

1. การทำบัตรสมาชิกโดยในการสมัครบัตรสมาชิกราคา 99 บาท ดังภาพที่ 4 และภาพที่ 5 สมาชิกจะได้รับ

1.1 ส่วนลด 10% เมื่อรับบริการภายในร้าน HAPPY DOG

1.2 ส่วนลด 5% เมื่อซื้อสินค้าภายในร้าน HAPPY DOG

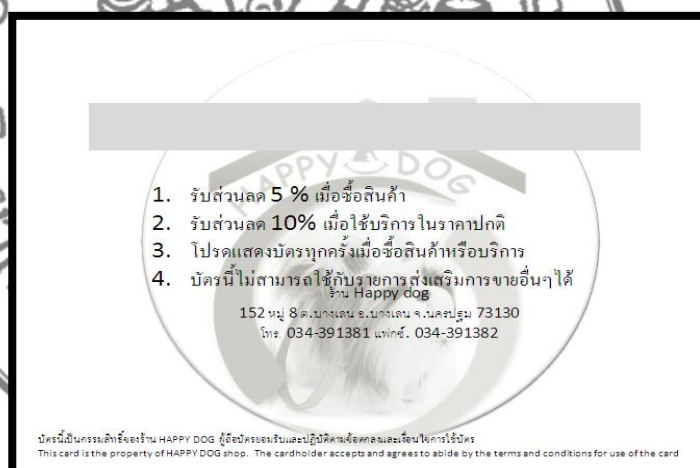
2. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและส่งเสริมการขายผ่านทางวิทยุชุมชนเป็นเวลา 2 เดือนคือในเดือนกรกฎาคมและเดือนมิถุนายน 2554 ดังภาพที่ 6

3. โครงการสะสมคะแนน (Loyalty Program)

4. ในเดือนที่เปิดร้านลูกค้าที่เข้ารับบริการจะได้รับแจกดวอย่างน้ำมันบำรุงขน 1 ขวด



ภาพที่ 4 ตัวอย่างบัตรสมาชิกด้านหน้า



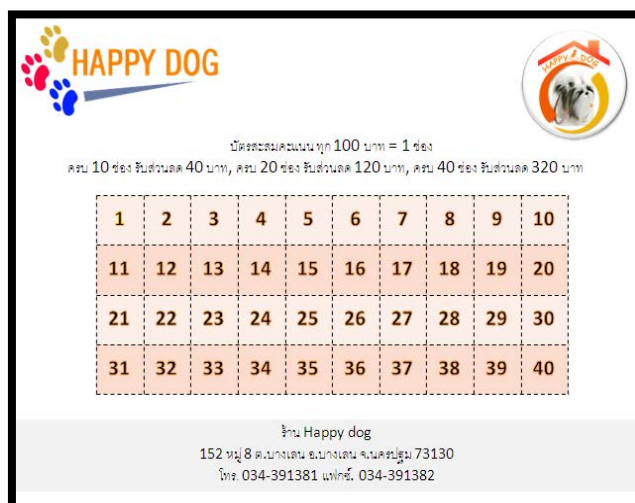
ภาพที่ 5 ตัวอย่างบัตรสมาชิกด้านหลัง

เปิดแล้ว HAPPY DOG แหล่งบริการสำหรับคนรักสุนัขบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขน Hotoil อาบน้ำยากำจัดเห็บหมัด รับฝากเลี้ยง จำหน่ายพันธุ์สุนัข จำหน่ายอุปกรณ์สุนัข เริ่ม 1 มิถุนายน 2554 วันจันทร์-ศุกร์ 08:30 – 17:30 น. วันเสาร์-อาทิตย์ 08:30–21:00 น. อย่าพลาด: การฝึกกำลังเพื่อความยิ่งใหญ่สุนัขร่วมสินค้าและบริการเพื่อคนรักสุนัข ณ อาคารร้านเทพพานิช

ภาพที่ 6 ตัวอย่างข้อความประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุชุมชน

รายการส่งเสริมการขายร้าน HAPPY DOG	
	<p>ฟรี</p> <p>บริการอาบน้ำกำจัดเห็บหมัด (สำหรับสุนัขไม่เกิน 10 kg.) เมื่อใช้บริการอาบน้ำ ตัดขน ตัดเล็บ เช็ดหู hair treatment</p> <p>ส่วนลด</p>
	<p>50%</p> <p>เมื่อใช้บริการอาบน้ำ ตัดขน ตัดเล็บ เช็ดหู hair treatment (มูลค่าไม่เกิน 300 บาท)</p> <p>ส่วนลด</p>
	<p>20%</p> <p>เมื่อซื้อขนมสุนัข smart hart 20 kg. 2 ถุงพร้อม</p> <p>ส่วนลด</p>
	<p>5%</p> <p>เมื่อซื้อเสื้อสเวตเตอร์ขนาด 150 บาท</p> <p>ส่วนลด</p>
มกราคม	<p>25%</p> <p>เมื่อใช้บริการอาบน้ำกำจัดเห็บหมัดในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>
กุมภาพันธ์	<p>15%</p> <p>เมื่อใช้บริการรับฝากสุนัขในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>
มีนาคม	<p>15%</p> <p>เมื่อใช้บริการ Hot Oil ในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>
เมษายน	<p>10%</p> <p>เมื่อใช้บริการอาบน้ำ ตัดขน ตัดเล็บ เช็ดหู ในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>
พฤษภาคม	<p>15%</p> <p>เมื่อใช้บริการอาบน้ำ ในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>
มิถุนายน	<p>20%</p> <p>เมื่อใช้บริการฝากเลี้ยง ในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>
กรกฎาคม	<p>10%</p> <p>เมื่อใช้บริการอาบน้ำ ในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>
สิงหาคม	<p>20%</p> <p>เมื่อใช้บริการ Hot Oil ในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>
กันยายน	<p>15%</p> <p>เมื่อใช้บริการอาบน้ำ ในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>
ตุลาคม	<p>10%</p> <p>เมื่อใช้บริการฝากเลี้ยง ในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>
พฤศจิกายน	<p>15%</p> <p>เมื่อใช้บริการอาบน้ำ ในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>
ธันวาคม	<p>20%</p> <p>เมื่อใช้บริการฝากอาบน้ำ ในราคาปกติ</p> <p>ส่วนลด</p>

ภาพที่ 7 ตัวอย่างคู่มือใช้ร่วมการส่งเสริมการขาย



ภาพที่ 8 ตัวอย่างบัตรสะสมคะแนนร้าน HAPPY DOG

การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation : PR)

HAPPY DOG ร่วมกับร้านเทพพานิชมีการบริจาคเงินและอาหารแก่มูลนิธิบ้านสงเคราะห์สุนัขเร่ร่อนเป็นประจำ เช่น มูลนิธิบ้านสงเคราะห์สัตว์พิการของหลวงตาบัวญาณสัมปันโน เป็นต้น

5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

บุคลากรเป็นปัจจัยหลักของงานบริการที่สนับสนุนให้เกิดผลประกอบการและทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจบริการ ดังนั้นผู้บริหารระดับสูงจึงให้ความสำคัญกับการสร้างกลยุทธ์ด้านบุคลากรเป็นอย่างมากทั้งในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตจึงมุ่งเน้นที่กระบวนการสรรหา การฝึกอบรมพัฒนา การจูงใจรักษาคณะคนดีและการบริหารค่าตอบแทนให้กับบุคคลเหล่านั้น เริ่มต้นจากการสรรหาคนเก่งและดี นักบริหารบุคลากรจึงต้องปรับทิศทางการทำงานมุ่งเน้นการทำงานเชิงรุก ในการมองหาเครื่องมือที่จะนำมาใช้คัดสรรคน จะเห็นว่าเครื่องมือที่องค์กรจะนำมาใช้หลักๆ ก็คือ ผลการปฏิบัติงานที่เป็นปัจจัยวัดผลงานในอดีตของพนักงาน (Past Performance) รวมถึงเครื่องมือในการประเมินศักยภาพของพนักงานเพื่อตรวจสอบขีดความสามารถที่พนักงานสามารถทำได้ในอนาคต (Future Potential)

HAPPY DOG กำหนดขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานโดยพิจารณาถึงคุณสมบัติ บุคลิกลักษณะที่มีความรักสัตว์ มีจิตสำนึกในการเป็นผู้ให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพอ่อนโยนและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนเสมอ มีความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน เพื่อให้ได้บุคลากรที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างสอดคล้องกับตำแหน่งความรับผิดชอบเพื่อให้การส่งมอบงาน

ในทุกครั้งสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าที่มารับบริการ โดยมีการประเมินผลการปฏิบัติงานทุกเดือนซึ่งมีผลต่อการปรับเงินเดือนประจำปี

6. กลยุทธ์กระบวนการให้บริการ (Process)

กลยุทธ์การบริการเป็นวิชันะใจลูกค้าด้วยการบริการ ถ้าการบริการดีจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ มีผลประกอบการเพิ่มขึ้นและยังถือเป็นหน้าตาของธุรกิจ การบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจต้องใส่ใจพัฒนางานด้านการบริการอยู่เสมอ

HAPPY DOG ตระหนักถึงกระบวนการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายและความพึงพอใจเมื่อได้รับบริการ ดังนั้นจึงได้กำหนดผังขั้นตอนการให้บริการขึ้น ซึ่งพนักงานผู้ให้บริการต้องทราบถึงกระบวนการให้บริการและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเพื่อให้เกิดการรอคอยในการใช้บริการน้อยที่สุด ผู้จัดการมีหน้าที่หลักในการควบคุมดูแลให้กระบวนการปฏิบัติงานเป็นไปตามที่กำหนดไว้โดยสามารถวัดผลความพึงพอใจของลูกค้าได้จากผลประกอบการและคำติชมหรือคำร้องเรียนจากลูกค้าเพื่อนำมาตั้งเป็นเป้าหมายในการปรับปรุงบริการให้ดีขึ้นได้โดยตลอด ซึ่งกระบวนการให้บริการมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 กระบวนการให้บริการร้าน HAPPY DOG ส่วนการรับบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขน

ขั้นตอนการให้บริการ	การบริการของพนักงาน
1. การรับลูกค้า (เมื่อเข้าใช้บริการ)	<ol style="list-style-type: none"> กล่าวคำทักทายด้วยสำเนียงอ่อนโยน (ถ้าเป็นลูกค้าประจำทักทายด้วยชื่อเจ้าของและชื่อสุนัข ชมสุนัขให้เจ้าของทราบ) เจ้าของร้านรับฟังลูกค้าให้ลูกค้าบอกความต้องการให้ครบถ้วน แนะนำเกี่ยวกับรูปแบบการบริการที่เหมาะสมกับสุนัขเพื่อสรุปรูปแบบบริการที่ลูกค้าจะเข้ารับบริการ สอบถามถึงหมายเลขสมาชิกเพื่อสะสมคะแนน (เป็นการรักษาสีทชิประโยชน์ให้แก่ลูกค้าและเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของการเป็นสมาชิก)

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ขั้นตอนการให้บริการ	การบริการของพนักงาน
2. การให้บริการสุนัข	<ol style="list-style-type: none"> 1. ถ้าลูกค้าไม่รอรหว่างบริการ (เริ่มให้บริการสุนัขตามที่รับยื่นยื่น) 2. ถ้าลูกค้ารอรหว่างสุนัขรับบริการ <ol style="list-style-type: none"> 2.1 เริ่มให้บริการสุนัขตามที่รับยื่นยื่น 2.2 เชิญลูกค้ารอในส่วนของที่นั่งรอ 2.3 บริการน้ำดื่มและหนังสือ 2.4 แนะนำบริการเสริมและบริการอื่นๆ 3. สอบถามความต้องการอื่นๆเพื่อสร้างความสะดวกสบายและความพึงพอใจสูงสุดกับลูกค้า 4. เก็บรายละเอียดเจ้าของสุนัขและสุนัขเพื่อนำมาปรับใช้เป็นข้อมูลบริการให้เหมาะสม
3. การส่งสุนัขคืนแก่เจ้าของ	<ol style="list-style-type: none"> 1. สอบถามความพอใจของลูกค้า 2. รับฟังคำติชมจากลูกค้าเพื่อนำไปปรับใช้ในการให้บริการต่อไป 3. แจงและรับค่าบริการจากลูกค้า 4. กล่าวคำขอบคุณแก่ลูกค้าโดยเจ้าของร้านและช่าง

ตารางที่ 20 กระบวนการให้บริการร้าน HAPPY DOG ส่วนการรับฝากสุนัข

ขั้นตอนการให้บริการ	การบริการของพนักงาน
1. การรับลูกค้า (เมื่อเข้าใช้บริการ)	<ol style="list-style-type: none"> 1. กล่าวคำทักทายด้วยสำเนียงอ่อนโยน (ถ้าเป็นลูกค้าประจำทักทายด้วยชื่อเจ้าของและชื่อสุนัข ชมสุนัขให้เจ้าของทราบ) 2. รับฟังความต้องการของลูกค้าครบถ้วน 3. แนะนำเกี่ยวกับรูปแบบการบริการ ลักษณะห้องพักรวมถึงการดูแลที่เหมาะสมกับสุนัขที่เข้ารับบริการ 4. สรุปรูปแบบบริการที่เข้ารับ 5. เก็บเอกสารประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 5.1 สำเนาทะเบียนบ้าน 5.2 สำเนาบัตรประชาชน 6. เก็บเงินมัดจำ 50% ของค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ขั้นตอนการให้บริการ	การบริการของพนักงาน
2. การให้บริการสุนัข	1.พาไปกรงที่พัก 2.ให้ข้าวกิน 2 ครั้งต่อวัน เวลา 07:30 น. และ 17:30 น. 3.พาเดินเล่น 2 ครั้งต่อวัน เวลา 06:30 น. และ 16:30 น.
3. การส่งสุนัขคืนแก่เจ้าของ	1. สอบถามความพอใจของลูกค้า 2. รับฟังคำติชมจากลูกค้าเพื่อนำไปปรับใช้ในการให้บริการต่อไป 3. แจงและรับค่าบริการจากลูกค้า 4. กล่าวคำขอบคุณแก่ลูกค้าโดยเจ้าของร้านและช่าง

ตารางที่ 21 กระบวนการให้บริการร้าน HAPPY DOG ส่วนการบริการจำหน่ายพันธุ์สุนัข

ขั้นตอนการให้บริการ	การบริการของพนักงาน
1. การรับลูกค้า (เมื่อเข้าใช้บริการ)	1. กล่าวคำทักทายด้วยสำเนียงอ่อนโยน (ถ้าเจ้าของพาสุนัขมาด้วยและเป็นลูกค้าประจำทักทายด้วยชื่อเจ้าของและชื่อสุนัข หอมสุนัขให้เจ้าของทราบ) 2. เจ้าของร้านรับฟังลูกค้าให้ลูกค้าพูดความต้องการให้ครบถ้วน 3. แนะนำเกี่ยวกับสุนัขพันธุ์ต่างๆเพื่อสรุปความต้องการ 4. นำรูปสุนัขพร้อมราคาสุนัขที่มีให้ลูกค้าเลือก 5. นัดวันลูกค้ามาดูสุนัขจริง 6. สรุปราคาและนัดวันส่งมอบสุนัข 7. เก็บเงินมัดจำ 10% ของราคาสุนัข
2. การส่งสุนัขให้กับลูกค้าตามวันเวลาที่กำหนด	1. สอบถามความพอใจของลูกค้า 2. รับฟังคำติชมจากลูกค้าเพื่อนำไปปรับใช้ในการให้บริการต่อไป 3. รับค่าบริการจากลูกค้า 4. กล่าวคำขอบคุณแก่ลูกค้าโดยเจ้าของร้านและช่าง

ตารางที่ 22 กระบวนการให้บริการร้าน HAPPY DOG ส่วนการบริการจำหน่ายอุปกรณ์สุนัข

ขั้นตอนการให้บริการ	การบริการของพนักงาน
การรับลูกค้า (เมื่อเข้าใช้บริการ)	<ol style="list-style-type: none"> 1. กล่าวคำทักทายด้วยสำเนียงอ่อนโยน (ถ้าเจ้าของพาสุนัขมาด้วยและเป็นลูกค้าประจำทักทายด้วยชื่อเจ้าของและชื่อสุนัข, ชมสุนัขให้เจ้าของทราบ) 2. เจ้าของร้านรับฟังลูกค้าให้ลูกค้าพูดความต้องการให้ครบถ้วน 3. นำสินค้าส่งให้กับลูกค้าพร้อมแนะนำวิธีการใช้อย่างถูกต้อง 4. แจ้งส่งเสริมการขาย 5. แจ้งรับค่าบริการจากลูกค้า 6. กล่าวคำขอบคุณแก่ลูกค้าโดยเจ้าของร้านและช่าง

7. กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evidence)

การสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จทางการทำการตลาด การสร้างภาพลักษณ์ควรมุ่งเน้นไปในแนวทางเดียวกันจะเป็นการสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ การตกแต่งป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหราและสวยงามเพียงใดบริการน่าจะมีคุณภาพตามไปด้วยและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในแต่ละธุรกิจไม่เหมือนกันทั้งด้านการให้ความสำคัญด้านการออกแบบ การจัดวาง สิ่งที่ผู้บริหารต้องทำคือการศึกษาถึงพฤติกรรมความต้องการของลูกค้าว่าลูกค้าคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสิ่งใดก่อนและควรตั้งอยู่ที่ใด เนื่องจากต้องไม่ลืมว่าสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นสิ่งประทับใจสิ่งแรก (First Impression) สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในครั้งแรก

HAPPY DOG มุ่งสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการให้บริการอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานในการบริการในราคาที่เหมาะสมและเป็นกันเองมีการพูดคุยซักถามความต้องการของลูกค้าด้วยความใส่ใจอย่างเป็นกันเองและแนะนำโดยยึดความต้องการของลูกค้าเป็นหลักและมีการคิดราคาค่าบริการที่เป็นมาตรฐาน

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Matrix)

7P'S	Relax'Zone	คู่แข่ง 1	คู่แข่ง 2
ด้านบริการ	1.บริการอาบน้ำตัดแต่งขน 2.บริการรับฝากสุนัข 3.บริการจำหน่ายพันธุ์สุนัข บริการรับฝากสุนัข 4.บริการจำหน่ายอุปกรณ์สุนัข	1.บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขน 2.บริการรักษาโรค ทั่วไป 3.บริการจำหน่าย อุปกรณ์สุนัข	1.บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขน 2.บริการรักษาโรค ทั่วไป 3.บริการจำหน่าย อุปกรณ์สุนัข
ด้านราคา	ราคาเทียบเคียงร้านทั่วไป	ราคาปกติ	ราคาปกติ
ด้านสถานที่	1.อยู่ในร้านเทพพานิช ใกล้ชิดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2.อยู่ริมถนนสายหลัก 3. มีที่จอดรถเพียงพอ 4. ตกแต่งร้านสวยเป็นกันเอง	1. อยู่ในหมู่บ้าน 2. มีที่จอดรถน้อย	1. อยู่ริมถนนสายรอง 2. มีที่จอดรถน้อย
ด้าน การส่งเสริม การขาย	1. การโฆษณา 2. การขายโดยการใช้ พนักงาน 3. การทำส่งเสริมการขาย 4. การประชาสัมพันธ์ 5. การตลาดทางตรง	ไม่มี	ไม่มี
ด้านบุคลากร	1. ช่างมีประสบการณ์ฝีมือดี 2. ผ่านการอบรม 3. มีการอบรมพัฒนาเพิ่มเติม 4. มีจิตสำนึกในการให้บริการ	1.ช่างมีประสบการณ์ ฝีมือดี 2. ผ่านการอบรม	1.ช่างมีประสบการณ์ 2. ไม่ได้ผ่านการอบรม
กระบวนการ ให้บริการ	มีผังขั้นตอนการให้บริการ	ไม่มี	ไม่มี
ภาพลักษณ์ การให้บริการ	มีเครื่องแบบพนักงาน	ไม่มี	ไม่มี

การกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจ HAPPY DOG (Positioning)

การกำหนดตำแหน่ง (Positioning) คือ ความพยายามในการจัดการการรับรู้ของลูกค้า เป้าหมายมีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป้าหมายของการกำหนดตำแหน่งก็คือการกล่าวเน้นถึงคุณสมบัติที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีความโดดเด่นเน้นขึ้นในใจของลูกค้า (Patrick Barwise 2006 : 123 , อ้างถึงในทรศนา เชื้อจง 2552 : 174)

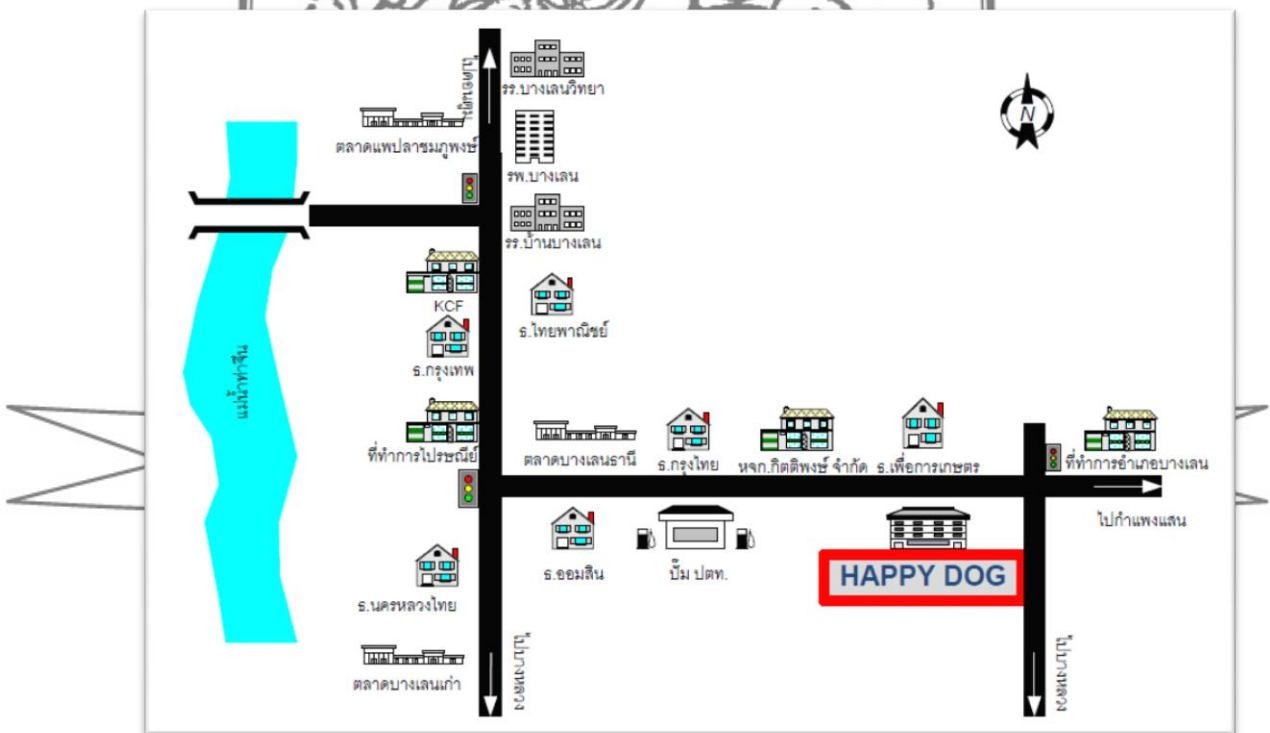


จากแผนผัง แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ข้างต้นจะเห็นว่า HAPPY DOG เน้นเรื่องคุณภาพ (Quality) และการสร้างความสัมพันธ์ (Relationship) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ความพึงพอใจเกิดเป็นความจงรักภักดีและพฤติกรรมการซื้อซ้ำในที่สุด

บทที่ 8 แผนการให้บริการ

การให้บริการมีความสัมพันธ์กับเรื่องของบุคลากรสถานที่ระยะเวลาและความสามารถในการให้บริการของธุรกิจรวมถึงความหลากหลายของการให้บริการ การจัดทำแผนการให้บริการ จะช่วยให้การดำเนินการต่างๆบรรลุผลตามเป้าหมาย แผนการให้บริการจะแสดงถึงรายละเอียดเกี่ยวกับสถานประกอบการ เช่น โครงสร้างลักษณะ ขนาดของพื้นที่ การตกแต่ง การระบุสัญลักษณ์ รายละเอียดการให้บริการและความสามารถในการให้บริการ

ทำเลที่ตั้ง HAPPY DOG



แผนผังที่ 5 ที่ตั้ง HAPPY DOG



ภาพที่ 9 ป้ายชื่อร้าน HAPPY DOG



ภาพที่ 10 ตัวอาคารเทพพานิช

ลักษณะอาคาร ที่ตั้ง HAPPY DOG

1. อยู่ในเขตเทศบาลอำเภอบางเลน ซึ่งมีหน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ โรงพยาบาล โรงเรียนและร้านค้าต่างๆอยู่จำนวนมากในรัศมี 500 เมตร ในระหว่างวันมีผู้สัญจรบริเวณร้านเป็นจำนวนมาก

2. พื้นที่โดยรวมของร้านเทพพานิชประมาณ 1 ไร่ สามารถแบ่งพื้นที่ออกตามลักษณะการใช้งานได้ดังนี้

2.1 ตัวอาคาร 40%

2.2 โถงเก็บสินค้า 50%

2.3 ที่เปล่า 10% (สามารถจอดรถได้ประมาณ 20 คัน)

3. เป็นศูนย์รวมร้านจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สุนัขที่ครบวงจรมากที่สุดในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

เหตุผลที่เลือกจัดตั้งสถานบริการเทพพานิช

1. ร้านเทพพานิชเป็นร้านจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงขนาดใหญ่จึงมีลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมากทำให้สามารถเข้าถึงฐานลูกค้าเดิมของร้านเทพพานิชและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ HAPPY DOG ได้ทันที

2. ร้านเทพพานิชตั้งอยู่ในเขตเทศบาลอำเภอบางเลนซึ่งมีหน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ โรงพยาบาล โรงเรียนและร้านค้าต่างๆ เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย

3. การเดินทางสะดวก เนื่องจากอยู่ติดถนนใหญ่กว้าง 6 ช่องทางมีรถโดยสารประจำทางวิ่งผ่านหลายสาย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 11 บรรยากาศของผู้มาใช้บริการในร้านเทพพานิช



ภาพที่ 12 บรรยากาศของผู้มาใช้บริการในร้านเทพพานิช

ผังการจัดการพื้นที่ภายในของ HAPPY DOG



แผนผังที่ 6 แสดงการจัดการพื้นที่ภายในร้าน HAPPY DOG

HAPPY DOG ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าร้านเทพพานิชทางทิศตะวันออกพื้นที่ในการใช้สอยในร้านประมาณ 40 ตารางเมตร สีของร้านเป็นสีขาวเพื่อให้ดูสะอาดและปลอดโปร่งเมื่อนำอุปกรณ์ป้ายโฆษณาหรือสินค้ามาจัดวางทำให้เกิดความสวยงามเนื่องจากอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงส่วนใหญ่จะมีสีสันสดใส มีการจัดแบ่งพื้นที่ภายในร้านให้เป็นสัดส่วนตามลักษณะในการใช้งาน โดยวางผังให้สามารถส่งต่องานในส่วนต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่องกันเพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการดำเนินการให้บริการรวมถึงการทำความสะอาดเมื่อลูกค้าผู้เข้ามาใช้บริการจะได้รับความสะอาดสบายและมีความพอใจมากที่สุดโดยมีการแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนในแต่ละส่วนประกอบด้วยอุปกรณ์ต่างๆ ดังนี้

1. บริเวณด้านหน้าใช้ในการรับรองลูกค้าประกอบด้วย

1.1 แผนกต้อนรับและเก็บค่าบริการประกอบด้วยโต๊ะเก้าอี้ 1 ชุด

1.2 บริเวณที่นั่งรอของลูกค้านั่งประกอบด้วย เก้าอี้ยาวและนิตยสารไว้อ่านเพื่อความ

เพลิดเพลิน 1 ชุด

1.3 กรงใส่สุนัขที่รับบริการเสร็จแล้วและกำลังรอเจ้าของมารับ ประกอบด้วยกรง จำนวน 10 ใบ

2. บริเวณที่ให้บริการการอาบน้ำและไคร้ขน ประกอบด้วย

2.1 ส่วนการบริการอาบน้ำ ไคร้ขนสุนัข

2.1.1 อ่างอาบน้ำของสุนัข 1 ใบ

2.1.2 โตะเป่าแห้งขนและเครื่องเป่าแห้ง 1 ชุด

2.2 ส่วนการบริการตัดแต่งขนสุนัข

2.2.1 โตะตัดแต่งขนสุนัข 2 ตัวและอุปกรณ์การตัดแต่งขน 1 ชุด

2.2.2 ชั้นวางอุปกรณ์การตัดแต่งขน 1 ชุด

พื้นที่แบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามลักษณะการใช้งานโดยวางผังให้สามารถส่งต่องานต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินการให้บริการ แต่หากต้องมีการรอกเกิดขึ้นทางร้านมีบริเวณที่นั่งรอของลูกค้าไว้เพื่อรองรับลูกค้าด้วย

การให้บริการ

ปัจจัยหลักของธุรกิจการบริการคือคุณภาพและมาตรฐานในการบริการของพนักงานผู้ให้บริการซึ่งถือเป็นเรื่องยากในการรักษาระดับคุณภาพของการบริการให้คงที่ เนื่องจากงานบริการเป็นงานเฉพาะหน้า ที่เกิดและจบในทันทีที่ไม่สามารถนำกลับมาเพื่อแก้ไขได้เหมือนสินค้าทั่วไปจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับพนักงานผู้ให้บริการเป็นอย่างมากเพื่อให้พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและมีจิตสำนึกในการให้บริการตลอดเวลากับบุคคลภายในและภายนอก ซึ่งการบริการหมายถึง การทำกิจกรรมที่มุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นหลัก ดังนั้นนอกจากงานบริการที่ผู้รับบริการต้องการแล้วกิจกรรมในการบริการที่พนักงานจะช่วยกันพัฒนาและปรับปรุงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ สถานที่ บรรยากาศ ที่ตั้งจุดบริการ ทางด้านกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์หรือเรียกว่าสร้างสิ่งแวดล้อมทางจิตภาพ ได้แก่ การทักทาย การต้อนรับ ความจริงใจ การเอาใจใส่ การมีกริยามารยาทที่ดี ความเป็นกันเอง และการมีทัศนคติที่ดีต่อกัน (ยุพาวรรณ วรณวานิชย์ 2548:179 ,อ้างถึงในพรรณนา เชื้อจง 2552 : 159)

HAPPY DOG มีการคำนึงถึงคุณภาพและมาตรฐานในการบริการเป็นหลักเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ โดยในการให้บริการทุกครั้งทางร้านจะมีการแนะนำบริการของทางร้านให้ลูกค้าทราบและสอบถามต้องการของลูกค้าให้ชัดเจนเพื่อความถูกต้องในการให้บริการและเพื่อสร้างความพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการในทุกครั้ง นอกจากนี้ยังมีการเน้นย้ำพนักงานเกี่ยวกับการแสดงความเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงใจ ตั้งแต่การกล่าวทักทาย พูจาสภาพ กริยามารยาทในการ

วางตัวด้วยความอ่อนน้อม รวมถึงการแบ่งสัดส่วนในร้าน มีการออกแบบให้สอดคล้องตามขั้นตอนในการบริการเพื่อลดเวลาในการรอคอยให้มัน้อยที่สุดและมีการจัดในส่วนมุมบริการสำหรับลูกค้าไว้คอยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาเข้ารับบริการ โดยจะมีนิตยสารและโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงในช่วงการรอคอย โดยมีขั้นตอนการให้บริการดังแสดงในแผนผังดังนี้



แผนผังที่ 7 ขั้นตอนการให้บริการ

ความสามารถในการให้บริการ

กิจการเปิดให้บริการทุกวันวันธรรมดาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 08:30 - 19:30 น. ของทุกวัน ในวันเสาร์-อาทิตย์ เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 08 : 30 – 21 : 00 น. อุปกรณ์ต่างๆ ภายในร้าน ประกอบด้วย อ่างอาบน้ำ 1 ใบ โต๊ะและเครื่องเป่าแห้งขน 1 ชุด โต๊ะตัดแต่งขน 1 ตัว มีช่างผู้ให้บริการอาบน้ำเป่าแห้งขนและทำความสะอาด 1 คน สามารถให้บริการการอาบน้ำเป่าแห้งขนได้สูงสุด 1 ตัวต่อชั่วโมง มีช่างตัดแต่งขน 1 คนสามารถให้บริการตัดแต่งขนสุนัขได้ 1 ตัวต่อชั่วโมง

ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อม

ตารางที่ 24 แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อม

รายการลงทุน	ราคาลงทุน (บาท)		อายุงาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)
	ราคาทรัพย์สิน	ราคารวม		
ค่าตกแต่ง		155,000	10	15,500.00
อลูมิเนียมกันห้องด้าน	139,125.00			
สติ๊กเกอร์ตกแต่งกระจก	10,329.00			
กระเบื้องปูพื้น	5,546.00			
ค่าเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการ		125,000.00	10	12,500.00
แบตเตอรี่	19,000.00			
ใบแบตเตอรี่	14,000.00			
กรรไกรโค้ง	5,000.00			
กรรไกรตรง	5,000.00			
กรรไกรขอย	3,000.00			
อ่างอาบน้ำ	5,000.00			
โต๊ะเงินใส่อุปกรณ์	1,000.00			
โต๊ะตัดแต่งขน	30,000.00			
โต๊ะเป่าขนแห้ง	5,000.00			
โต๊ะเป่าขนสั้น	9,000.00			
ชั้นวางสินค้า	12,000.00			
ที่ถอนขนหู	400.00			
แปรงถอนขนหู	120.00			
น้ำยาฆ่าเชื้ออุปกรณ์	350.00			
แชมพูอาบน้ำ	7,200.00			
น้ำมันใส่ขน	360.00			
อื่นๆ	3,570.00			

ตารางที่ 24 (ต่อ)

รายการลงทุน	ราคาลงทุน (บาท)		อายุงาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)
	ราคาทรัพย์สิน	ราคารวม		
ค่าเครื่องใช้สำนักงาน		37,000.00	10	3,700.00
โต๊ะทำงาน	3,500.00			
เก้าอี้นั่ง	1,600.00			
โซฟานั่งเล่น	8,000.00			
โต๊ะชุดนั่งเล่น	1,200.00			
โทรศัพท์	1,500.00			
วิทยุ	1,500.00			
โทรทัศน์	3,500.00			
เครื่องปรับอากาศ	15,000.00			
พัดลม	500.00			
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการ		39,000.00		
ค่าเรียน	29,000.00			
ค่าใช้จ่ายไปเรียน	10,000.00			
เงินทุนหมุนเวียน		100,000.00		
รวมมูลค่าการลงทุน		456,000.00		31,700.00

รวมมูลค่าการลงทุน

456,000.00

31,700.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีการคิดค่าเสื่อมราคาแบบทางตรง
ตารางที่ 25 แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคา

	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าเสื่อมทางตรง					
ค่าเสื่อมราคาค่าตงแต่ง(บาท/ปี)	186,000	186,000	186,000	186,000	186,000
ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือและ อุปกรณ์(บาท/ปี)	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
รวมค่าเสื่อมทางตรง	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000
ค่าเสื่อมทางอ้อม					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน (บาท/ปี)	44,400	44,400	44,400	44,400	44,400
ค่าเสื่อมราคารวมทั้งสิ้น(บาท/ปี)	380,400	380,400	380,400	380,400	380,400

ประมาณการรายได้ ต้นทุนและค่าใช้จ่าย
ตารางที่ 26 แสดงประมาณการรายได้

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
รายได้จากการบริการ					
การให้บริการ					
จำนวนผู้ให้บริการ (คน)	2,880	3,168	3,484	3,833	4,216
ราคาเฉลี่ยต่อคน (บาท)	250	250	250	250	250
รายได้จากการบริการ	720,000	792,000	871,200	958,320	1,054,152
การจำหน่ายอุปกรณ์					
จำนวนผู้ให้บริการ (คน)	8,858	9,742	10,715	11,787	12,966
ราคาเฉลี่ยต่อคน (บาท)	52.20	52.20	52.20	52.20	52.20
รายได้จากการบริการ	462,384	508,632	554,488	615,438	676,980

ตารางที่ 26 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
การจำหน่ายพันธัฐันซ์					
จำนวนผู้ใช้บริการ (คน)	60.00	66.00	73.00	80.00	88.00
ราคาเฉลี่ยต่อคน(บาท)	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
รายได้จากการบริการ	30,000.00	33,000.00	36,300.00	39,930.00	43,923.00
รวมรายได้จากการ บริการทั้งหมด	1,212,384.00	1,333,632.00	1,466,988.00	1,613,688.00	1,775,055.00

ประมาณการต้นทุนแรงงาน

ตารางที่ 27 แสดงประมาณการต้นทุนแรงงาน

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
ค่าแรงงาน					
พนักงานต้อนรับ-การเงิน	1	1	1	1	1
เงินเดือน (6,500/คน)	78,000.00	85,800.00	94,380.00	103,818.00	114,200.00
ค่าตอบแทน (10%)	72,000.00	79,200.00	87,120.00	95,832.00	105,415.00
พนักงานตัดแต่งงาน	1	1	1	1	1
เงินเดือน (6,000/คน)	72000	79,200.00	87,120.00	95,832.00	105,415.00
ค่าตอบแทน (15%)	72000	79,200.00	87,120.00	95,832.00	105,415.00
พนักงานอาบน้ำ-เป่าขน	1	1	1	1	1
เงินเดือน (5,000/คน)	60,000.00	66,000.00	72,600.00	79,860.00	87,846.00
ค่าตอบแทน (5%)	36,000.00	39,600.00	43,560.00	47,916.00	52,708.00
รวม	390,000.00	429,000.00	471,900.00	519,090.00	570,999.00

ประมาณการค่าแรงงานทางตรงและผันแปร

ตารางที่ 28 แสดงประมาณการค่าแรงงานทางตรงผันแปร

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
ค่าแรงทางตรง (เงินเดือน)	210,000.00	231,000.00	254,100.00	279,510.00	307,461.00
ค่าแรงผันแปร (ค่าตอบแทน)	180,000.00	198,000.00	217,800.00	239,580.00	263,538.00
รวม	390,000.00	429,000.00	471,900.00	519,090.00	570,999.00

ประมาณการค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ตารางที่ 29 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายอื่นๆ

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
ค่าใช้จ่ายทางตรง(บาท)					
ค่าน้ำ	12,000.00	13,200.00	14,520.00	15,972.00	17,569.00
ค่าไฟฟ้า	36,000.00	39,600.00	43,560.00	47,916.00	52,708.00
ค่าซ่อมบำรุง	2,400.00	2,640.00	2,904.00	3,194.00	3,514.00
ค่าเช่าพื้นที่	96,000.00	96,000.00	96,000.00	96,000.00	96,000.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	2,400.00	2,640.00	2,904.00	3,194.00	3,514.00
รวม	148,800.00	154,080.00	159,888.00	166,276.00	173,305.00
ค่าใช้จ่ายในการขาย และสำนักงาน					
ค่าโทรศัพท์	6,000.00	6,600.00	7,260.00	7,986.00	8,785.00
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	63,600.00	69,960.00	76,956.00	84,652.00	93,117.00
เบ็ดเตล็ด	2,400.00	2,640.00	2,904.00	3,194.00	3,514.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหารรวม	72,000.00	79,200.00	87,120.00	95,832.00	105,415.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆรวมทั้งสิ้น	220,800.00	233,280.00	247,008.00	262,108.00	278,720.00

ประมาณการต้นทุนการให้บริการ

ตารางที่ 30 แสดงประมาณการต้นทุนการให้บริการ

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
ค่าแรงงาน	390,000.00	429,000.00	471,900.00	519,090.00	570,999.00
ค่าเสื่อมราคาทางตรง	336,000.00	336,000.00	336,000.00	336,000.00	336,000.00
ค่าใช้จ่ายทางตรง	148,800.00	154,080.00	159,888.00	166,276.00	173,305.00
รวมต้นทุนในการให้บริการ	874,800.00	919,080.00	967,788.00	1,021,366.00	1,080,304.00

การคำนวณต้นทุนคงที่

ตารางที่ 31 แสดงการคำนวณต้นทุนคงที่

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
แรงงานทางตรง (เงินเดือน)	210,000.00	231,000.00	254,100.00	279,510.00	307,461.00
ค่าใช้จ่ายคงที่(ค่าเช่า)	96,000.00	96,000.00	96,000.00	96,000.00	96,000.00
ค่าเสื่อมราคารวมทั้งสิ้น	380,400.00	380,400.00	380,400.00	380,400.00	380,400.00
รวมต้นทุนคงที่	686,400.00	707,400.00	730,500.00	755,910.00	783,861.00

การคำนวณต้นทุนผันแปร

ผลงานวิจัยนักรักศึกษา ระดับปริญญาตรี
ตารางที่ 32 แสดงการคำนวณต้นทุนผันแปร

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
ค่าแรงงานผันแปร (ค่าตอบแทน)	180,000.00	198,000.00	217,800.00	239,580.00	263,538.00
ค่าใช้จ่ายผันแปร (ค่าใช้จ่ายอื่นๆ-ค่าเช่า)	124,800.00	137,280.00	151,008.00	166,108.00	182,720.00
รวมต้นทุนผันแปร	304,800.00	335,281.00	368,808.00	405,688.00	446,258.00

บทที่ 9 แผนการเงิน

ในการจัดทำแผนธุรกิจ แผนการเงินเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เพราะเปรียบเสมือนเป็นเส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงธุรกิจให้อยู่รอดและอยู่ได้ การวางแผนการเงินสำหรับธุรกิจใหม่จึงเป็นการแสดงความเป็นไปได้ของธุรกิจที่จะต้องแสดงออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรผ่านแผนการเงิน การดำเนินกิจการธุรกิจที่เกิดขึ้นจำเป็นต้องมีการใช้เงินตั้งแต่วันแรกที่เริ่มทำธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการที่เริ่มใหม่จะต้องทบทวนรายละเอียดต่างๆของการลงทุนในระหว่างที่กิจการยังไม่มีรายได้จากการขาย เพราะระหว่างที่ยังไม่มีกำไรมันคือเงินทุนที่จะต้องหดหายไป เพื่อให้ทราบว่าเงินที่นำไปใช้ลงทุนในการจัดซื้อจัดหาสินทรัพย์ของกิจการ เช่น รถยนต์ ยานพาหนะ ที่ดิน อาคาร โรงงาน สำนักงาน เงินเดือนพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุค้ำ ถ้ากิจการเป็นกิจการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและเงินทุนหมุนเวียนที่จะต้องใช้ในการแผนธุรกิจเริ่มใหม่ที่จำเป็นต้องแสดงรายการต่างๆ เหล่านี้ให้ชัดเจน แผนการเงินที่ดีจะต้องแสดงแหล่งที่มาของเงินทุนและการดำเนินการใช้ไปของเงินทุน โดยสิ่งที่จะต้องแสดงในแผนการเงินคือประมาณการงบดุลที่จะแสดงสถานะของกิจการ ประมาณการงบกำไร ขาดทุนที่จะแสดงผลการดำเนินงานของกิจการ ประมาณการงบกระแสเงินสด ระยะเวลาคืนทุน ซึ่งแผนการเงินนี้จะต้องมีการประมาณการบนความเป็นจริง

HAPPY DOG เป็นธุรกิจกิจการเจ้าของคนเดียว (Sole or Single Proprietorships) เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ใช้เงินลงทุน 456,000 บาท ผู้ลงทุนทำหน้าที่บริหารงานของธุรกิจทั้งหมดด้วยตนเอง เจ้าของจึงมีสิทธิในสินทรัพย์ กำไร ขาดทุนทั้งหมดแต่เพียงผู้เดียวและต้องรับผิดชอบในหนี้สินโดยไม่จำกัดจำนวนและเมื่อธุรกิจมีปัญหาทางการเงินเจ้าของจะถูกฟ้องร้องเป็นการส่วนตัว เจ้าหนี้สามารถเรียกร้องเอาสินทรัพย์ส่วนตัวของเจ้าของได้เนื่องจากในทางกฎหมายถือว่าธุรกิจกับเจ้าของมีสถานะเป็นบุคคลคนเดียวกัน

การลงทุนโครงการ

จากแผนการดำเนินงานตามโครงการกิจการ HAPPY DOG มีความจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 456,000 บาท โดยได้มาจากส่วนของผู้เป็นเจ้าของกิจการทั้งหมด

โครงสร้างการใช้เงินลงทุน

ตารางที่ 33 แสดงโครงสร้างการใช้เงินลงทุน

รายการสินทรัพย์	เจ้าของกิจการ (บาท)	ผู้ธนาคาร (บาท)	รวม (บาท)
ค่าตกแต่ง	155,000	-	155,000
เครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการ	125,000	-	125,000
เครื่องใช้สำนักงาน	37,000	-	37,000
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	39,000	-	39,000
เงินทุนหมุนเวียน	100,000	-	100,000
รวมมูลค่าการลงทุน	456,000	-	456,000
อัตราส่วนเจ้าของ/เงินกู้	10	0	0

เป้าหมายทางการเงิน

เป้าหมายทางการเงินของการทำธุรกิจ คือ การทำกำไรสูงสุดในขณะที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุด โดยยังสามารถรักษาสภาพคล่องของธุรกิจไว้ได้ในระดับที่เหมาะสมเนื่องจากการทำธุรกิจเมื่อสามารถทำกำไรได้สูงก็ย่อมมีความเสี่ยงสูงด้วย ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องรักษาดุลยภาพระหว่างกำไรและความเสี่ยงเพื่อให้เกิดมูลค่าธุรกิจสูงสุด

HAPPY DOG ได้กำหนดเป้าหมายทางการเงินของกิจการไว้ดังนี้

1. เพื่อกิจการสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี
2. เพื่อรักษาสภาพคล่องของธุรกิจให้สามารถดำเนินการได้อย่างคล่องตัว

ประมาณการงบการเงิน

ประมาณการงบการเงินเป็นรายงานทางการเงินที่นำเสนอข้อมูลเพื่อแสดงฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินการและกระแสเงินสดของกิจการ โดยถูกต้องตามที่ควรในแต่ละงวดบัญชีใดบัญชีหนึ่งหรือระหว่างงวดบัญชีก็ได้ งบการเงินจะแสดงข้อมูล โดยถูกต้องตามที่ควรก็ต่อเมื่อกิจการได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีอย่างเหมาะสมรวมถึงทั้งการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อจำเป็น งบการเงินดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินในการตัดสินใจในเชิงเศรษฐกิจ และสามารถแสดงถึงผลการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหารซึ่งได้รับความไว้วางใจให้ดูแลทรัพยากรของกิจการ งบการเงินต้องจัดทำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งและจะต้องนำเสนอข้อมูล คือ สินทรัพย์หนี้สินส่วนของผู้เจ้าของรายได้ค่าใช้จ่ายและกระแสเงินสด ส่วนประกอบของงบการเงินที่สมบูรณ์ประกอบด้วย

1. งบดุล (Balance Sheet) เป็นรายงานที่จัดทำขึ้นเพื่อแสดงฐานะการเงินของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่งว่ามีสินทรัพย์และหนี้สินประเภทอะไร เป็นมูลค่าเท่าใด และมีเงินทุนเป็นเท่าใด

2. งบกำไร ขาดทุน (Income Statement) เป็นรายงานที่จัดทำขึ้นเพื่อแสดงผลการดำเนินงานของกิจการในแต่ระงวดบัญชีหรือสิ้นงวดบัญชีใดบัญชีหนึ่ง

3. งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของเจ้าของ (Statement of change in owners' equity) หมายถึง รายงานที่จัดทำขึ้นเพื่อแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของเจ้าของ

4. งบกระแสเงินสด (Cash of Flow Statement) เป็นรายงานที่แสดงถึงการได้มาและใช้ไปของเงินสดและเทียบเท่าเงินสด

5. หมายเหตุประกอบงบการเงิน (Note of Financial Statement) ประกอบด้วย การอธิบายและการวิเคราะห์รายละเอียดของจำนวนเงินสดที่แสดงในงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสดและงบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของเจ้าของ โดยแสดงในรูปของงบบ่อยหรืองบบรรณาดังกล่าวรวมทั้งข้อมูลเพิ่มเติม ข้อมูลที่มาตราฐานการบัญชีกำหนดให้ต้องเปิดเผยและการเปิดเผยข้อมูลที่ทำใ้งบการเงินแสดงโดยถูกต้องตามที่ควรซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินในการตัดสินใจได้ถูกต้อง

สำหรับธุรกิจ HAPPY DOG จะขอเสนอประมาณการงบการเงินดังนี้

1. ประมาณการงบกำไรขาดทุน
2. ประมาณการงบกระแสเงินสด
3. ประมาณการงบดุล

และรอบระยะเวลาบัญชีกำหนดให้เป็นรอบ 1 ปี โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายนและสิ้นสุดวันที่ 31 กรกฎาคมของทุกปี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 34 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

HAPPY DOG					
ประมาณการงบกำไรขาดทุนปีที่ 1 - 5					
งบประมาณกำไรขาดทุน (Profit/Loss Statement : P/L)					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ยอดขาย	1,212,384	1,333,632	1,466,988	1,613,688	1,775,052
2. ต้นทุนขาย	713,664	785,028	863,532	949,884	1,044,876
3. กำไรขั้นต้น	498,720	548,604	603,456	663,804	730,176
4.1 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	220,800	233,280	247,008	262,104	278,724
4.2 ค่าเสื่อมราคา	31,700	31,700	31,700	31,700	31,700
5. กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)	246,220	283,624	324,748	370,000	419,752
6. ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
7. กำไรก่อนหักภาษี	246,220	283,624	324,748	370,000	419,752
8. ภาษีเงินได้นิติบุคคล 20%	-	56,725	64,950	74,000	83,950
9. กำไรสุทธิ	246,220	226,899	259,798	296,000	335,802
10. กำไรสะสม	246,220	473,119	732,918	1,028,918	1,364,719

หมายเหตุ

กำไรสะสม = กำไรสุทธิของปีปัจจุบัน + กำไรสะสมของปีที่ผ่านมา

ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 35 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

Capital Budgeting (Cash Flow Projection)					
ปีที่	1	2	3	4	5
ปีโครงการที่	0	1	2	3	4
1. กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Operating Cash Flow)					
กำไรก่อนหักภาษีและดอกเบี้ย (EBIT)	246,220	283,624	324,748	370,000	419,752
หักภาษีเงินได้นิติบุคคล	0	56,725	64,950	74,000	83,950
บวกค่าเสื่อมราคา	31,700	31,700	31,700	31,700	31,700
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	277,920	258,599	291,498	327,700	367,502
2. ค่าใช้จ่ายการลงทุนสุทธิ (Net Capital Expending)					
สินทรัพย์ถาวรลด (เพิ่ม)					
2.1 ที่ดิน	0	0	0	0	0
2.2 อาคาร โรงงาน	0	0	0	0	0
2.3 อาคารสำนักงาน	155,000	0	0	0	0
2.4 เครื่องจักร	125,000	0	0	0	0
2.5 เครื่องใช้สำนักงาน	37,000	0	0	0	0
2.6 Known-how	39,000	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายการลงทุนสุทธิ	356,000	0	0	0	0
3. การเปลี่ยนแปลงในเงินทุนหมุนเวียน (Change in Net Working Capital)					
ลูกหนี้การค้าลด (เพิ่ม)	15,155	16,670	18,337	20,171	22,188
สินค้าคงเหลือลด (เพิ่ม)	89,208	98,129	107,942	118,736	130,610
เจ้าหนี้การค้าเพิ่ม (ลด)	35,683	39,251	43,177	47,494	52,244
การเปลี่ยนแปลงในเงินทุนหมุนเวียน	68,680	75,548	83,102	91,413	100,554
กระแสเงินสดสุทธิรับ(จ่าย)	146,760	183,051	208,396	236,287	266,948
(Net Cash Flow)					

ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 36 แสดงประมาณการงบดุล

ประมาณการงบดุลปีที่ 1 - 5					
ประมาณการงบดุล (Balance Sheet : B/S)					
รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	277,540.00	251,351.20	276,696.40	304,587.00	335,247.60
ลูกหนี้การค้า	15,155.00	16,670.00	18,337.00	20,171.00	22,188.00
สินค้าคงเหลือ	89,208.00	98,129.00	107,942.00	118,736.00	130,610.00
รวม	381,903.00	366,150.20	402,975.40	443,494.00	488,045.60
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
ตกแต่งร้านสุทธิ	155,000.00	155,000.00	155,000.00	155,000.00	155,000.00
เครื่องใช้สำนักงานสุทธิ	37,000.00	37,000.00	37,000.00	37,000.00	37,000.00
เครื่องมือและอุปกรณ์ สุทธิ	125,000.00	125,000.00	125,000.00	125,000.00	125,000.00
Known-how	39,000.00	39,000.00	39,000.00	39,000.00	39,000.00
รวม	356,000.00	356,000.00	356,000.00	356,000.00	356,000.00
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	(31,700)	(31,700)	(31,700)	(31,700)	(31,700)
รวมสินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน	324,300.00	324,300.00	324,300.00	324,300.00	324,300.00
รวมสินทรัพย์	737,903.00	722,150.20	758,975.40	799,494.00	844,045.60
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
เงินเบิกเกินบัญชี	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	35,683.00	39,251.00	43,177.00	47,494.00	52,244.00
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-	-	-
เงินกู้ที่ครบกำหนดชำระ ภายใน 1 ปี	-	-	-	-	-

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ประมาณการงบดุลปีที่ 1 - 5					
ประมาณการงบดุล (Balance Sheet : B/S)					
รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
เงินกู้ระยะยาวจาก กรรมการ	356,000.00	356,000.00	356,000.00	356,000.00	356,000.00
รวมหนี้สิน	391,683.00	395,251.00	399,177.00	403,494.00	408,244.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
เงินทุนในกิจการ	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
กำไรสะสม	246,220.00	226,899.20	259,798.40	296,000.00	335,801.60
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	346,220.00	326,899.20	359,798.40	396,000.00	435,801.60
รวมหนี้สินและ ส่วนของผู้ถือหุ้น	737,903.00	722,150.20	758,975.40	799,494.00	844,045.60

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการลงทุน

การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนจะทำให้ผู้ประกอบการรู้ความคุ้มค่าของการลงทุนเพื่อช่วยในการตัดสินใจได้ว่าควรลงทุนในโครงการนั้นๆหรือไม่ ผลตอบแทนที่ HAPPY DOG นำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการลงทุนดำเนินธุรกิจ มีดังนี้

จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

จุดคุ้มทุน หมายถึง จุดที่รายได้ทั้งหมดที่ได้จากการขายสินค้าเท่ากับค่าใช้จ่ายทั้งหมดจากการขายสินค้าธุรกิจจะไม่มีกำไรหรือขาดทุนจากการดำเนินงาน ณ จุดนั้น ผู้ประกอบการสามารถนำเรื่องจุดคุ้มทุนมาใช้ในการวางแผนธุรกิจไม่ว่าจะใช้วางแผนเมื่อต้นทุนคงที่ ต้นทุนแปรผันเปลี่ยนแปลงไปหรือสามารถหาปริมาณการขายตามกำไรเป้าหมายที่ต้องการและการหาส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยให้กับธุรกิจได้

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาทั้งหมดที่โครงการจะให้กระแสเงินสดสุทธิรวมเท่ากับเงินลงทุนที่จ่ายเริ่มแรกพอดี

มูลค่าโครงการปัจจุบัน (Net Present Value : NPV)

การวิเคราะห์มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิเป็นการประเมินโดยการนำความสำคัญของค่าของเงินตามเวลาเข้ามาคิด ด้วยวิธีการนี้จะหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับที่เกิดจากโครงการในแต่ละงวดมารวมกันแล้วเปรียบเทียบกับมูลค่าปัจจุบันของเงิน โดยกำหนดอัตราส่วนลดหรือผลตอบแทนที่ต้องการหากมีค่าเท่ากันหรือมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นศูนย์แสดงว่าโครงการนั้นคุ้มทุนพอดีหากมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเข้ารวมกันมีมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนถือว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนสูงกว่าที่เราต้องการหรือคาดหวังไว้ควรมีลงทุนในโครงการนั้น

ตารางที่ 37 แสดงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

การวิเคราะห์การลงทุน (Investment Analysis) (บาท)					
ปีที่	1	2	3	4	5
ปีโครงการที่	0	1	2	3	4
กระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิ	(146,760)	183,051	208,396	236,287	266,948
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)	266,948				
ค่าของทุน (Weighted Average Cost of Capital : WACC)	0.00%	ต่อปี			
มูลค่าปัจจุบัน (Present Value : PV) ของกระแสเงินสด ณ ค่าของทุน	(146,760)	183,051	208,396	236,287	266,948
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ ณ ค่าของทุน (Net Present Value : NPV)	266,948				
ผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)	134.59%	ต่อปี			
ผลต่างระหว่างผลตอบแทน (IRR-WACC)	134.59%				
การคำนวณระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)					
กระแสเงินสดสะสม	(146,760)	36,291	244,688	480,975	747,922
การคำนวณระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	1.00	1.20	0.00	0.00	0.00
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	1.20	ปี			

ตารางที่ 37 (ต่อ)

การวิเคราะห์การลงทุน (Investment Analysis) (บาท)					
ปีที่	1	2	3	4	5
ปีโครงการที่	0	1	2	3	4
การคำนวณหาระยะเวลาคืนเงินกู้ยืม (Loan Payback Period)					
เงินกู้ยืม (Loan Amount)	356,000				
กระแสเงินสดเพื่อชำระคืนเงินกู้ยืม	(356,000)	183,051	208,396	236,287	266,948
กระแสเงินสดสะสมเพื่อชำระคืนเงิน กู้ยืม	(356,000)	(172,949)	35,448	271,735	538,682
การคำนวณระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	1.00	2.00	2.17	0.00	0.00
ระยะเวลาคืนเงินกู้ยืม (Loan Payback Period)	2.17	ปี			

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 10

แผนสำรองฉุกเฉิน

แผนสำรองฉุกเฉิน

ในโลกแห่งความเป็นจริงความไม่แน่นอนและความเปลี่ยนแปลงถือเป็นเรื่องปกติ ตัวอย่างเช่น ลูกจ้างลาออกกระทันหัน ลูกค้าเปลี่ยนความต้องการ เครื่องจักรเสียหาย ในช่วงที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมากหรือเจ้าของกิจการเกิดมีความคิดใหม่ๆ เป็นต้น ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจอาจไม่เป็นไปตามแผนธุรกิจที่วางไว้ ดังนั้นควรคิดวางแผนสำรองไว้เพื่อเตรียมรับมือกับข้อผิดพลาดหรือสิ่งที่เกิดขึ้นแบบไม่คาดคิดมาก่อนและแผนธุรกิจที่ดีควรมีความยืดหยุ่นและต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา

ธุรกิจ HAPPY DOG มีการวางแผนสำรองฉุกเฉินไว้เพื่อหากผลการประกอบกิจการไม่เป็นไปตามที่คาดไว้จนส่งผลให้สภาพคล่องทางการเงินหรือคุณภาพการบริการไม่ได้มาตรฐาน ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลแนวโน้มทางการตลาดการบริการสัตว์เลี้ยงอยู่สม่ำเสมอเพื่อนำมาปรับแผนกลยุทธ์ในการบริหารงานให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน
2. นำส่วนผสมทางการตลาดมาใช้ในการส่งเสริมการขายอยู่เสมอ
3. มีการสังเกตการพัฒนาของคู่แข่งโดยตลอดเพื่อนำมาใช้ในการปรับส่วนผสมทางการตลาดให้เหนือกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ
4. พัฒนาในส่วนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยการเก็บรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อให้สามารถสร้างยอดขายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละคนอยู่ตลอด
5. ให้ความสำคัญกับข้อร้องเรียนของลูกค้าและนำมาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดการพัฒนาตัวอยู่เสมอ
6. หากขาดสภาพคล่องทางการเงินในส่วนของเงินสดได้มีการเตรียมเงินในส่วนที่จะนำมาใช้สร้างสภาพคล่องทางการเงินไว้โดยการฝากเงินสดจำนวน 150,000 บาทในรูปแบบการฝากประจำระยะสั้นเวลา 3 เดือน
7. การให้เช่ากิจการ

แผนในอนาคต

ธุรกิจ HAPPY DOG มีการวางแผนอนาคตเพื่อรองรับการดำเนินงานเมื่อธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ตามเป้าหมายที่กำหนด ดังนี้

1. ศึกษาความเป็นไปได้ที่จะขยายขอบเขตของการบริการเพิ่มเติมเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าเช่นการรับฝากเลี้ยงสุนัขการรับฝึกสุนัขการเปิดคลินิกร่วมกับสัตวแพทย์ที่ไว้วางใจเป็นต้น
2. ศึกษาความเป็นไปได้ที่จะทำการเพิ่มพื้นที่ขยายสาขาไปที่ตลาดนัดสนามหลวง 2 บริเวณทางหลวงหมายเลข 345 เป็นต้น
3. บริการรับ - ส่งสุนัข



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

- กัทลี ศรีมณฑล. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปจากร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร.” ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2552.
- กัญญากร . สัตว์เลี้ยงธุรกิจ 4,000 ล้าน [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก http://cms.sme.go.th/cus/c/portal/layout?p_1_id=25.664
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. คู่มือการเขียนแผนธุรกิจโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม 2552. เข้าถึงได้จาก <http://nec.dip.go.th>
- ทิมมพร บุญมี. “การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัข .” ปรินญามหาบัณฑิต สาขาธุรกิจอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2549.
- ณรงค์ อนันต์เลิศสกุล . อาบแดดแต่งขน [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม 2554 . เข้าถึงได้จาก <http://www.hatyaidog.com>
- พรรณนา เชื้อจง. “แผนธุรกิจ Relax’s zone ธุรกิจบริการเสริมสวยและนวดแผนไทยเพื่อการผ่อนคลาย.” ปรินญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2552.
- เทศบาลตำบลบางเลน. ที่ระลึกพิธีเปิดอาคารสำนักงานเทศบาลตำบลบางเลน . นครปฐม : เพชรเกษมพริ้นติ้งกรุ๊ป จำกัด , 2554.
- เทียน ทองแก้ว. การมีหัวใจบริการ (Service Mind) [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://dusithost.disit.ac.th/~ei/tuan/file21122005012.doc>
- ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัทประชุมช่าง จำกัด, 2546.
- ปริญญา ลักขิตานนท์. จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : เจริญบุญการพิมพ์, 2544.
- พัศตร์ผอง วัฒนสินธุ์และพสุ เดชะรินทร์. การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 5 . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- พิบูล ทิปะปาล. การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์, 2551.
- มหาวิทยาลัยศิลปากร. คู่มือการเรียบเรียงวิทยานิพนธ์. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2543.
- ราคาซื้อขายสุนัข [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 21 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.pukpuiclub.com>

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ. เกร็ดความรู้ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 16 มกราคม 2554. เข้าถึงได้จาก

<http://www.thonglorpet.com>

ลำไย มากเจริญ. การบัญชีเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : ตรีปเฟลกรู๊ป , 2551.

วาสนา เลิศไกร. การจัดกลุ่มสุนัข [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม 2554. เข้าถึงได้จาก [http://](http://student.nu.ac.th/wasana/dog1.html)

student.nu.ac.th/wasana/dog1.html

วุฒิชัย จ้างนงค์. พฤติกรรมกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2553.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์มและโซเท็กซ์จำกัด, 2543.

_____. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ไคมอนอินบิสซิเน็ตเวิร์ค, 2546.

_____. การจัดการเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ : ชรรรมสารจำกัด, 2546.

สาธิต สุรัตพิพิธ. โรงเรียนสอนศิลปะการตัดแต่งขนสุนัขสตาร์วู้ด กรุงเทพฯ, 2551: โรงเรียนสอน

ศิลปะการตัดแต่งขนสุนัขสตาร์วู้ด.

สมศักดิ์ ชลาชล. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก

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

สุนีย์ วรรณโกมล และชานินทร์ ศิลป์จารุ. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจ .

กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์ ,2552.

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม บริการสัตว์เลี้ยง [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20

ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.cms.sme>

อาหารสัตว์เลี้ยงเต็บโต [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก [http:// th.wikipedia.](http://th.wikipedia.org/wiki)

[org/wiki](http://th.wikipedia.org/wiki)

อรชร มณีสงฆ์และคณะ. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทวีรวัฒน์เอ็ดดูเคชั่นจำกัด, 2548

อรทัย เถลิงเกียรติลีลา. “พฤติกรรมกรซื้อสินค้าจากร้านขายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงของผู้บริโภคใน

บริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ , 2551.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสอบถามสำหรับแผนธุรกิจ HAPPY DOG การบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำแผนธุรกิจหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับธุรกิจ HAPPY DOG การบริการสัตว์เลี้ยงโดยคำถามและข้อมูลของท่านจะใช้ประโยชน์ต่อแผนธุรกิจเท่านั้นผู้วิจัยจึงขอความกรุณาท่านโปรดให้ข้อมูลตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดและขอขอบคุณท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจงกรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับท่าน

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ไม่เกิน 19 ปี 20 - 34 ปี 35 - 49 ปี

50 - 64 ปี 65 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด สมรส

4. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000 - 20,000 บาท 30,000 - 40,000 บาท

40,000 - 50,000 บาท 50,000 บาทขึ้นไป

5. อาชีพ

ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ เอกชน

เกษตรกรรม ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน

อื่นๆ

ส่วนที่ 2 สถานภาพทั่วไปของการเลี้ยงสุนัข

คำชี้แจงกรุณาใส่เครื่องหมาย✓ ลงใน หน้าข้อความที่ต้องการเลือก

6. สุนัขที่ท่านเลี้ยงมีน้ำหนักขนาดใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อและใส่จำนวนสุนัขท้ายข้อ)

- พันธุ์เล็ก น้ำหนักน้อยกว่า 5 กิโลกรัม: _____ ตัว
- พันธุ์เล็ก น้ำหนักน้อยกว่า 5 กิโลกรัม ถึง 10 กิโลกรัม: _____ ตัว
- พันธุ์กลาง น้ำหนัก 10 กิโลกรัม ถึง 25 กิโลกรัม: _____ ตัว
- พันธุ์ใหญ่ น้ำหนัก 25 กิโลกรัม ถึง 45 กิโลกรัม: _____ ตัว
- พันธุ์ใหญ่ น้ำหนัก 45 กิโลกรัม ขึ้นไป: _____ ตัว

7. ลักษณะของสายพันธุ์ของสุนัขที่ท่านเลี้ยง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อและใส่จำนวนสุนัขท้ายข้อ)

- พันธุ์แท้: _____ ตัว พันธุ์ผสม: _____ ตัว

8. ลักษณะขนของสุนัขที่ท่านเลี้ยง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อและใส่จำนวนสุนัขท้ายข้อ)

- ขนสั้น: _____ ตัว
- ขนยาว: _____ ตัว
- ขนหยิกแข็งส่วนนอก หนานุ่มส่วนใน: _____ ตัว

9. เหตุผลที่สำคัญที่สุดของการเลี้ยงสุนัขไว้ในบ้าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อและใส่จำนวนสุนัขท้ายข้อ)

- เป็นเพื่อน ฝ้าบ้าน ส่งประกวด
- เพาะพันธุ์ขาย อื่นๆ _____

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเข้ารับบริการ

คำชี้แจงกรุณาใส่เครื่องหมาย✓ ลงใน หน้าข้อความที่ต้องการเลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง
กรุณาตอบทุกข้อแต่เลือกเพียงข้อเดียว

10. ท่านเคยใช้บริการร้านบริการสัตว์เลี้ยงหรือไม่

- เคย ไม่เคย

11. บริการใดของร้านบริการสัตว์เลี้ยงที่ท่านเลือกใช้บริการมากที่สุด

- อาบน้ำ ตัดเล็บ เช็ดหู hair treatment
- อาบน้ำ ตัดขน ตัดเล็บ

- อาบน้ำแมวนสั้น
- อาบน้ำแมวนยาว
- อาบน้ำ ตัดขน ตัดเล็บ เช็ดหูแมว
- Hot oil เพิ่ม
- อาบน้ำยากำจัดเห็บ
- รับฝากเลี้ยง
- โปรแกรมฝึกหัดสุนัข
- สปาเพื่อการผ่อนคลาย

12. ความถี่ในการเข้ารับบริการสัตว์เลี้ยงของท่าน

- 1 ครั้ง / เดือน
- 2 ครั้ง / เดือน
- 3 ครั้ง / เดือน
- 4 ครั้ง / เดือน
- 5 ครั้ง / เดือนขึ้นไป

13. สิ่งที่ท่านคาดหวังจากการเข้ารับบริการสัตว์เลี้ยงคือ

- ความสะอาด
- ความสวยงาม
- ลดปัญหาผิวหนัง
- สะดวกสบาย
- อื่นๆ _____

14. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้กร้านเข้ารับบริการสัตว์เลี้ยง

- ระยะเวลา(ใกล้, ไกล)
- มีบริการหลากหลาย
- ราคาถูกกว่าที่อื่น
- มารยาทของพนักงาน
- อื่นๆ _____

15. ท่านเสียค่าใช้จ่ายต่อเดือนเท่าใดในการใช้บริการสัตว์เลี้ยงสำหรับสุนัข

- น้อยกว่า 300 บาท
- 600-900 บาท
- 300-600 บาท
- 900 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 4 ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการสัตว์เลี้ยง

คำชี้แจง กรุณากรอกข้อความตามความเป็นจริง

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านบริการสัตว์เลี้ยง

16. ด้านบริการ/สินค้ามี

- น้อยกว่า 300 บาท
- บริการหลากหลาย
- บริการทันสมัย
- มีคุณภาพ
- เหมาะสม

17. ด้านสถานที่ให้บริการ/ช่องทางจัดจำหน่าย

- บริการทันสมัย บริการทันสมัย บริการทันสมัย
 สะอาด กว้างขวาง สะดวกสบาย

18. ด้านราคาค่าบริการ/ผลิตภัณฑ์

- ราคาเหมาะสมกับ ถูกกว่าที่อื่น อื่นๆ

19. ด้านส่งเสริมการขาย

- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลากหลาย ลด, แลก, แจก, แคม
 บริการหลังการรับบริการ ข้อมูลข่าวสารก่อน-หลังรับบริการ
 อื่นๆ

20. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

- มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี มีทักษะความรู้สูง
 รับฟังความต้องการของลูกค้า มีความรับผิดชอบสูง
 อื่นๆ

21. ด้านกระบวนการ

- บริการรวดเร็ว การบริการคงที่ อื่นๆ

22. ด้านภาพลักษณ์การบริการ

- คุณภาพการบริการเป็นไปตามที่โฆษณาประชาสัมพันธ์

- พนักงานมีจิตใจรักสัตว์

- ฝีมือนช่างได้รับการยอมรับ

- อื่นๆ

การศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 38 แสดงค่าใช้จ่ายทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุน

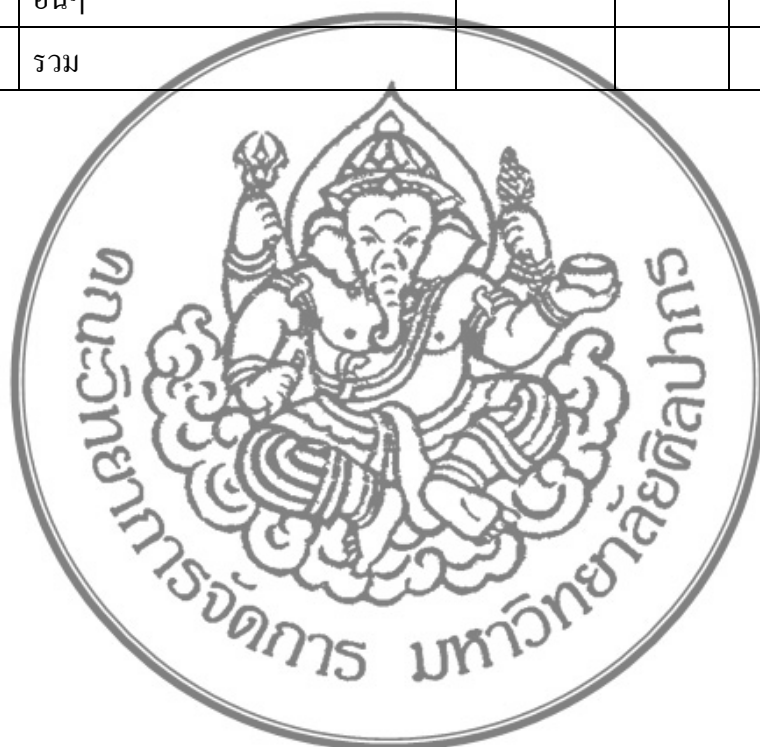
ค่าตกแต่งร้าน				
ลำดับ	รายการ	จำนวน(ตร.ม)	ราคา(บาท/ตร.ม)	รวมเป็นเงิน(บาท)
1	อลูมิเนียมกันห้องด้าน	39.75	3,500.00	139,125.00
2	สติ๊กเกอร์ตกแต่งกระจก	29.50	350.00	10,329.00
3	กระเบื้องปูพื้น	40.00	137.50	5,546.00
	รวม			155,000.00
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการ				
ลำดับ		จำนวน	ราคา	จำนวนรวม
1	ค่าเรียน	1	29,000.00	29,000.00
2	ค่าใช้จ่ายไปเรียน	1	10,000.00	10,000.00
	รวม			39,000.00
ค่าเครื่องใช้สำนักงาน				
ลำดับ		จำนวน(ชิ้น)	ราคา(บาท/ชิ้น)	จำนวนรวม(บาท)
1	โต๊ะทำงาน	1	3,500.00	3,500.00
2	เก้าอี้นั่ง	4	400.00	1,600.00
3	โซฟานั่งเล่น	1ชุด	8,000.00	8,000.00
4	โต๊ะชุดนั่งเล่น	1	1,200.00	1,200.00
5	โทรศัพท์	1	1,500.00	1,500.00
6	วิทยุ	1	1,500.00	1,500.00
7	โทรทัศน์	1	3,500.00	3,500.00
8	เครื่องปรับอากาศ	1	15,000.00	15,000.00
9	พัดลม	1	500.00	500.00
	รวม			37,000.00

ตารางที่ 38 (ต่อ)

ค่าเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการ				
ลำดับ	รายการ	จำนวน(ชิ้น)	ราคา(บาท/ชิ้น)	รวมเป็นเงิน(บาท)
1	เบตตาเรียน	2	9,500.00	19,000.00
2	ใบเบตตาเรียน	10	1,400.00	14,000.00
3	กรรไกรโค้ง	2	2,500.00	5,000.00
4	กรรไกรตรง	2	2,500.00	5,000.00
5	กรรไกรชอย	2	1,500.00	3,000.00
6	อ่างอาบน้ำ	1	5,000.00	5,000.00
7	โต๊ะเข็นใส่อุปกรณ์	1	1,000.00	1,000.00
8	โต๊ะตัดแต่งขน	2	15,000.00	30,000.00
9	โต๊ะเป่าขนแห้ง	1	5,000.00	5,000.00
10	โดทเป่าขนสุนัข	1	9,000.00	9,000.00
11	กรงขนาดกลาง	10	500.00	5,000.00
12	ชั้นวางสินค้า	2	6,000.00	12,000.00
13	ที่ถอนขนหู	1	400.00	400.00
14	แปรงถอนขนหู	2	60.00	120.00
15	น้ำยาฆ่าเชื้ออุปกรณ์	1	350.00	350.00
16	แชมพูอาบน้ำ	12	600.00	7,200.00
17	น้ำมันใส่ขน	2	180.00	360.00
	รวม			125,000.00

ตารางที่ 39 เงินทุนหมุนเวียน

เงินทุนหมุนเวียน				
ลำดับ		จำนวน	ราคา	จำนวนรวม
1	สต็อกสินค้าใช้ในร้าน			5,580.00
2	สต็อกสินค้าใช้ขาย			57,798.00
3	อื่นๆ			36,622.00
	รวม			100,000.00



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 40 แผนด้านการเงิน Happy Dog ปีที่ 1

ประมาณการยอดขายปีที่ 1(Sale For ecasting)

แหล่งที่มา	รายได้ (ต่อเดือน)	%ต่อยอดขาย
1. ให้บริการเกี่ยวกับสุนัข	60,000.00	59.39%
2. ขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข	38,532.00	38.14%
3. ค่านายหน้าขายพันธุ์สุนัข	2,500.00	2.47%
รวมรายได้/เดือน	101,032.00	100.00%
รวมรายได้/ปี	1,212,384.00	100.00%

ต้นทุนขายปีที่ 1(COGS)

แหล่งใช้ไป	ต้นทุน(เดือน)	%ต่อต้นทุนขาย
1. ต้นทุนบริการ(เงินเดือนพนักงานที่ให้บริการ)	32,500.00	54.65%
2. ต้นทุนสินค้า	26,972.00	45.35%
ต้นทุนขาย/เดือน	59,472.00	100.00%
ต้นทุนขาย/ปี	713,664.00	58.86%
กำไรขั้นต้น(GrossMargin)	498,720.00	41.14%

ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานปี 1(Selling Expend)

ค่าใช้จ่ายในกิจการ	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ(เดือน)	%ต่อค่าใช้จ่ายรวม
1. ค่าน้ำ+ค่าไฟฟ้า+ค่าโทรศัพท์	10,400.00	56.52%
2. ค่าเช่าร้าน	8,000.00	3.62%
ค่าใช้จ่าย/เดือน	18,400.00	100.00%
ค่าใช้จ่าย/ปี	220,800.00	18.21%
ค่าเสื่อมราคา(Depreciation)	31,700.00	2.61%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย(Ebit)	246,220.00	20.31%
ดอกเบี้ยจ่าย	-	0.00%
กำไรก่อนหักภาษี	246,220.00	20.31%
ภาษี0%(ยกเว้นภาษีกรณีรายได้รวมน้อยกว่า150,000บาท/ปี)	-	0.00%
กำไรสุทธิ	246,220.00	20.31%

ตารางที่ 41 แผนด้านการเงิน Happy Dog ปีที่ 2

ประมาณการยอดขายปีที่ 2 (Sale For ecasting)

แหล่งที่มา	รายได้(ต่อเดือน)	%ต่อยอดขาย
1.ให้บริการเกี่ยวกับสุนัข	66,000.00	59.39%
2.ขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข	42,386.00	38.14%
3.ค่านายหน้าขายพันธุ์สุนัข	2,750.00	2.47%
รวมรายได้/เดือน	111,136.00	100.00%
รวมรายได้/ปี	1,333,632.00	100.00%

ต้นทุนขายปีที่ 2 (COGS)

แหล่งใช้ไป	ต้นทุน(เดือน)	%ต่อต้นทุนขาย
1.ต้นทุนบริการ(เงินเดือนพนักงานที่ให้บริการ)	35,750.00	54.65%
2.ต้นทุนสินค้า	29,669.00	45.35%
ต้นทุนขาย/เดือน	65,419.00	100.00%
ต้นทุนขาย/ปี	785,028.00	58.86%
กำไรขั้นต้น(GrossMargin)	548,604.00	41.14%

ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานปี 2 (Selling Expend)

ค่าใช้จ่ายในกิจการ	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ(เดือน)	%ต่อค่าใช้จ่ายรวม
1.ค่าน้ำ+ค่าไฟฟ้า+ค่าโทรศัพท์	11,440.00	58.85%
2.ค่าเช่าร้าน	8,000.00	3.43%
ค่าใช้จ่าย/เดือน	19,440.00	100.00%
ค่าใช้จ่าย/ปี	233,280.00	17.49%
ค่าเสื่อมราคา(Depreciation)	31,700.00	2.38%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย(Ebit)	283,624.00	21.27%
ดอกเบี้ยจ่าย	-	0.00%
กำไรก่อนหักภาษี	283,624.00	21.27%
ภาษี20%	56,724.80	4.25%
กำไรสุทธิ	226,899.20	17.01%

ตารางที่ 42 แผนด้านการเงิน Happy Dog ปีที่ 3

ประมาณการยอดขายปีที่ 3 (Sale For ecasting)

แหล่งที่มา	รายได้(ต่อเดือน)	%ต่อยอดขาย
1.ให้บริการเกี่ยวกับสุนัข	72,600.00	59.39%
2.ขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข	46,624.00	38.14%
3.ค่านายหน้าขายพันธุ์สุนัข	3,025.00	2.47%
รวมรายได้/เดือน	122,249.00	100.00%
รวมรายได้/ปี	1,466,988.00	100.00%

ต้นทุนขายปีที่ 3 (COGS)

แหล่งใช้ไป	ต้นทุน(เดือน)	%ต่อต้นทุนขาย
1.ต้นทุนบริการ(เงินเดือนพนักงานที่ให้บริการ)	39,325.00	54.65%
2.ต้นทุนสินค้า	32,636.00	45.35%
ต้นทุนขาย/เดือน	71,961.00	100.00%
ต้นทุนขาย/ปี	863,532.00	58.86%
กำไรขั้นต้น(GrossMargin)	603,456.00	41.14%

ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานปี 3 (Selling Expend)

ค่าใช้จ่ายในกิจการ	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ(เดือน)	%ต่อค่าใช้จ่ายรวม
1.ค่าน้ำ+ค่าไฟฟ้า+ค่าโทรศัพท์	12,584.00	61.13%
2.ค่าเช่าร้าน	8,000.00	3.24%
ค่าใช้จ่าย/เดือน	20,584.00	100.00%
ค่าใช้จ่าย/ปี	247,008.00	16.84%
ค่าเสื่อมราคา(Depreciation)	31,700.00	2.16%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย(Ebit)	324,748.00	22.14%
ดอกเบี้ยจ่าย	-	0.00%
กำไรก่อนหักภาษี	324,748.00	22.14%
ภาษี20%	64,949.60	4.43%
กำไรสุทธิ	259,798.40	17.71%

ตารางที่ 43 แผนด้านการเงิน Happy Dog ปีที่ 4

ประมาณการยอดขายปีที่ 4 (Sale For ecasting)

แหล่งที่มา	รายได้(ต่อเดือน)	%ต่อยอดขาย
1.ให้บริการเกี่ยวกับสุนัข	79,860.00	59.39%
2.ขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข	51,287.00	38.14%
3.ค่านายหน้าขายพันธุ์สุนัข	3,327.00	2.47%
รวมรายได้/เดือน	134,474.00	100.00%
รวมรายได้/ปี	1,613,688.00	100.00%

ต้นทุนขายปีที่ 4 (COGS)

แหล่งใช้ไป	ต้นทุน(เดือน)	%ต่อต้นทุนขาย
1.ต้นทุนบริการ(เงินเดือนพนักงานที่ให้บริการ)	43,257.00	54.65%
2.ต้นทุนสินค้า	35,900.00	45.35%
ต้นทุนขาย/เดือน	79,157.00	100.00%
ต้นทุนขาย/ปี	949,884.00	58.86%
กำไรขั้นต้น(GrossMargin)	663,804.00	41.14%

ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานปี 4 (Selling Expend)

ค่าใช้จ่ายในกิจการ	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ(เดือน)	%ต่อค่าใช้จ่ายรวม
1.ค่าน้ำ+ค่าไฟฟ้า+ค่าโทรศัพท์	13,842.00	63.37%
2.ค่าเช่าร้าน	8,000.00	3.05%
ค่าใช้จ่าย/เดือน	21,842.00	100.00%
ค่าใช้จ่าย/ปี	262,104.00	16.24%
ค่าเสื่อมราคา(Depreciation)	31,700.00	1.96%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย(Ebit)	370,000.00	22.93%
ดอกเบี้ยจ่าย	-	0.00%
กำไรก่อนหักภาษี	370,000.00	22.93%
ภาษี 20%	74,000.00	4.59%
กำไรสุทธิ	296,000.00	18.34%

ตารางที่ 44 แผนด้านการเงิน Happy Dog ปีที่ 5

ประมาณการยอดขายปีที่ 5 (Sale For ecasting)

แหล่งที่มา	รายได้(ต่อเดือน)	%ต่อยอดขาย
1.ให้บริการเกี่ยวกับสุนัข	87,846.00	59.39%
2.ขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข	56,415.00	1541.39%
3.ค่านายหน้าขายพันธุ์สุนัข	3,660.00	2.47%
รวมรายได้/เดือน	147,921.00	100.00%
รวมรายได้/ปี	1,775,052.00	100.00%

ต้นทุนขายปีที่ 5 (COGS)

แหล่งใช้ไป	ต้นทุน(เดือน)	%ต่อต้นทุนขาย
1.ต้นทุนบริการ(เงินเดือนพนักงานที่ให้บริการ)	47,583.00	54.65%
2.ต้นทุนสินค้า	39,490.00	45.35%
ต้นทุนขาย/เดือน	87,073.00	100.00%
ต้นทุนขาย/ปี	1,044,876.00	58.86%
กำไรขั้นต้น(GrossMargin)	730,176.00	41.14%

ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานปี 5 (Selling Expend)

ค่าใช้จ่ายในกิจการ	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ(เดือน)	%ต่อค่าใช้จ่ายรวม
1.ค่าน้ำ+ค่าไฟฟ้า+ค่าโทรศัพท์	15,227.00	65.56%
2.ค่าเช่าร้าน	8,000.00	2.87%
ค่าใช้จ่าย/เดือน	23,227.00	100.00%
ค่าใช้จ่าย/ปี	278,724.00	15.70%
ค่าเสื่อมราคา(Depreciation)	31,700.00	1.79%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย(Ebit)	419,752.00	23.65%
ดอกเบี้ยจ่าย	-	0.00%
กำไรก่อนหักภาษี	419,752.00	23.65%
ภาษี20%	83,950.40	4.73%
กำไรสุทธิ	335,801.60	18.92%

ตารางที่ 45 แผนการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

แผนการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Investment Fix Asset Plan)					
สินทรัพย์	จำนวน (รายการ)	ลงทุนรวม	ส่วนลงทุน ของกิจการ	%มูลค่า ลงทุน	เงินกู้ธนาคาร
1. ตกแต่งร้าน(รวม ออกแบบ)	2	155,000.00	155,000.00	100.00%	-
2. เครื่องมือและอุปกรณ์	17	125,000.00	125,000.00	100.00%	-
3. เครื่องใช้สำนักงาน	9	37,000.00	37,000.00	100.00%	-
4. Known-how(คอร์ส)		39,000.00	39,000.00	100.00%	-
มูลค่าลงทุนรวม		356,000.00	356,000.00	100.00%	-

นโยบายทางบัญชี
-ค่าเสื่อมราคาบริษัทใช้ นโยบายการตัดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรงอัตรา10%
-ซื้อเป็นเงินสด70%
-ซื้อโดยได้รับเครดิตเทอม30%
-ขายเป็นเงินสด70%
-ขายโดยให้เครดิตเทอม30%
-อายุเจ้าหน้าที่เฉลี่ย(A/PDOH)60วัน
-อายุลูกหนี้เฉลี่ย(A/RDOH)15วัน
-ระยะเวลาเก็บสต็อกสินค้า(Finish Goods)45 วัน
-ภาษีเงินได้นิติบุคคล(TAX)คิดอัตรา20%

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อ/การขาย/การผลิต					
การจัดซื้อ		การขาย		การผลิต	
ปริมาณการจัดซื้อ(บาท/เดือน)	59,472	ปริมาณการขายเฉลี่ย (บาท/เดือน)	101,032	ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บวัตถุดิบ(วัน)	0
ปริมาณการจัดซื้อที่เป็นเงินสด(%)	70%	ปริมาณการขายที่เป็นเงินสด(%)	70%	ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บงานระหว่างผลิต(วัน)	0
ปริมาณการจัดซื้อที่เป็นเครดิต(%)	30%	ปริมาณการขายที่เป็นเครดิต(%)	30%	ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บสินค้าสำเร็จ(วัน)	45
จำนวนวันเฉลี่ยของบัญชีเจ้าหนี้(วัน)	60	จำนวนวันเฉลี่ยของบัญชีลูกหนี้(วัน)	15	กำลังการผลิตทั้งหมด (ต่อวัน)	-
สัดส่วนการจัดซื้อภายในประเทศ(%)	100%	สัดส่วนการขายภายในประเทศ(%)	100%	กำลังการผลิตจริง(% ของกำลังการผลิตทั้งหมด)	-
สัดส่วนการจัดซื้อจากต่างประเทศ(%)	0%	สัดส่วนการขายต่างประเทศ(%)	0%	สินทรัพย์ถาวรสุทธิ ไม่รวมที่ดิน(บาท)	155,000
เทอมT/R(วัน)	-	เทอมExport(วัน)	-	จำนวนแรงงาน(คน)	-

แหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนในปีที่1(หน่วย:ล้านบาท)			
USE(แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน)		SOURCE(แหล่งที่มาของเงินทุน)	
ผลงานวิจัยที่ศึกษา ระดับปริญญาตรี			
ลูกหนี้การค้า(จากการคำนวณ)	15,155	เจ้าหนี้การค้า(จากการคำนวณ)	35,683
สินค้าคงเหลือ(จากการคำนวณ)	89,208	เงินทุนของกิจการ/เงินกู้ยืม กรรมการ	68,680
สินค้าคงเหลือเพิ่มเติม			
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (Current)	104,363	รวมแหล่งที่มาของเงินทุน (Current)	104,363
เงินลงทุนในการตกแต่งร้าน	155,000	เงินทุนของกิจการ/เงินกู้ยืม กรรมการ	356,000

เงินลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	37,000		-
เงินลงทุนในเครื่องมือและอุปกรณ์	125,000		
เงินลงทุนในKnow-how	39,000		
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (Non-Current)	356,000	รวมแหล่งที่มาของเงินทุน(Non-current)	356,000
D/E โครงการ	-		
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน	460,363	รวมแหล่งที่มาของเงินทุน	460,363

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อ/การขาย/การผลิต					
การจัดซื้อ		การขาย		การผลิต	
ปริมาณการจัดซื้อ (บาท/เดือน)	65,419	ปริมาณการขายเฉลี่ย(บาท/เดือน)	111,136	ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บวัตถุดิบ(วัน)	0
ที่เป็นเงินสด(%)	70%	ปริมาณการขายที่เป็นเงินสด(%)	70%	ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บงานระหว่างผลิต(วัน)	0
ที่เป็นเครดิต(%)	30%	ปริมาณการขายที่เป็นเครดิต(%)	30%	ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บสินค้าสำเร็จ(วัน)	45
จำนวนวันเฉลี่ยของบัญชีเจ้าหนี้(วัน)	60	จำนวนวันเฉลี่ยของบัญชีลูกหนี้(วัน)	15	กำลังการผลิตทั้งหมด(ต่อวัน)	-
สัดส่วนการจัดซื้อภายในประเทศ (%)	100%	สัดส่วนการขายภายในประเทศ (%)	100%	กำลังการผลิตจริง(%ของกำลังการผลิตทั้งหมด)	-
สัดส่วนการจัดซื้อจากต่างประเทศ(%)	0%	สัดส่วนการขายต่างประเทศ(%)	0%	สินทรัพย์ถาวรสุทธิไม่รวมที่ดิน(บาท)	155,000
เทอมT/R(วัน)	-	เทอมExport(วัน)	-	จำนวนแรงงาน(คน)	-

แหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนในปีที่2(หน่วย:ล้านบาท)			
USE(แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน)		SOURCE(แหล่งที่มาของเงินทุน)	
ประมาณการปี	2		
ลูกหนี้การค้า(จากการคำนวณ)	16,670	เจ้าหนี้การค้า(จากการคำนวณ)	39,251
สินค้าคงเหลือ(จากการคำนวณ)	98,129	เงินทุนของกิจการ/เงินกู้ยืม กรรมการ	75,548
สินค้าคงเหลือเพิ่มเติม			
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (Current)	114,799	รวมแหล่งที่มาของเงินทุน (Current)	114,799
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน	114,799	รวมแหล่งที่มาของเงินทุน	114,799

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อ/การขาย/การผลิต					
การจัดซื้อ		การขาย		การผลิต	
ปริมาณการจัดซื้อ (บาท/เดือน)	71,961	ปริมาณการขาย เฉลี่ย(บาท/เดือน)	122,249	ระยะเวลาเฉลี่ยในการ เก็บวัตถุดิบ(วัน)	0
ปริมาณการจัดซื้อที่ เป็นเงินสด (%)	70%	ปริมาณการขายที่ เป็นเงินสด(%)	70%	ระยะเวลาเฉลี่ยในการ เก็บงานระหว่างผลิต(วัน)	0
ปริมาณการจัดซื้อที่ เป็นเครดิต (%)	30%	ปริมาณการขายที่ เป็นเครดิต(%)	30%	ระยะเวลาเฉลี่ยในการ เก็บสินค้าสำเร็จ(วัน)	45
จำนวนวันเฉลี่ย ของบัญชีเจ้าหนี้ (วัน)	60	จำนวนวันเฉลี่ยของ บัญชีลูกหนี้(วัน)	15	กำลังการผลิตทั้งหมด(ต่อ วัน)	
สัดส่วนการจัดซื้อ ภายในประเทศ (%)	100%	สัดส่วนการขาย ภายในประเทศ (%)	100%	กำลังการผลิตจริง(%ของ กำลังการผลิตทั้งหมด)	-
สัดส่วนการจัดซื้อ จากต่างประเทศ (%)	0%	สัดส่วนการขาย ต่างประเทศ(%)	0%	สินทรัพย์ถาวรสุทธิไม่ รวมที่ดิน(บาท)	155,000
เทอมT/R (วัน)	-	เทอมExport(วัน)	-	จำนวนแรงงาน(คน)	

แหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนในปีที่3(หน่วย:ล้านบาท)			
USE(แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน)		SOURCE(แหล่งที่มาของเงินทุน)	
ประมาณการปี	3		
ลูกหนี้การค้า(จากการคำนวณ)	18,337	เจ้าหนี้การค้า(จากการคำนวณ)	43,177
สินค้าคงเหลือ(จากการคำนวณ)	107,942	เงินทุนของกิจการ/เงินกู้ยืม	83,102
สินค้าคงเหลือเพิ่มเติม		กรรมการ	
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (Current)	126,279	รวมแหล่งที่มาของเงินทุน (Current)	126,279
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน	126,279	รวมแหล่งที่มาของเงินทุน	126,279

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อ/การขาย/การผลิต					
การจัดซื้อ		การขาย		การผลิต	
ปริมาณการจัดซื้อ (บาท/เดือน)	79,157	ปริมาณการขายเฉลี่ย (บาท/เดือน)	134,474	ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บ วัตถุดิบ(วัน)	0
ปริมาณการจัดซื้อที่ เป็นเงินสด(%)	70%	ปริมาณการขายที่ เป็นเงินสด(%)	70%	ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บ งานระหว่างผลิต(วัน)	0
ปริมาณการจัดซื้อที่ เป็นเครดิต(%)	30%	ปริมาณการขายที่ เป็นเครดิต(%)	30%	ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บ สินค้าสำเร็จ(วัน)	45
จำนวนวันเฉลี่ย ของบัญชีเจ้าหนี้ (วัน)	60	จำนวนวันเฉลี่ยของ บัญชีลูกหนี้(วัน)	15	กำลังการผลิตทั้งหมด(ต่อ วัน)	
สัดส่วนการจัดซื้อ ภายในประเทศ(%)	100%	สัดส่วนการขาย ภายในประเทศ(%)	100%	กำลังการผลิตจริง(%ของ กำลังการผลิตทั้งหมด)	-
สัดส่วนการจัดซื้อ จากต่างประเทศ (%)	0%	สัดส่วนการขาย ต่างประเทศ(%)	0%	สินทรัพย์ถาวรสุทธิไม่ รวมที่ดิน(บาท)	155,000
เทอมT/R(วัน)	-	เทอมExport(วัน)	-	จำนวนแรงงาน(คน)	-

แหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนในปีที่ 4 (หน่วย:ล้านบาท)			
USE(แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน)		SOURCE(แหล่งที่มาของเงินทุน)	
ประมาณการปี	4		
ลูกหนี้การค้า(จากการคำนวณ)	20,171	เจ้าหนี้การค้า(จากการคำนวณ)	47,494
สินค้าคงเหลือ(จากการคำนวณ)	118,736	เงินทุนของกิจการ/เงินกู้ยืม กรรมการ	91,412
สินค้าคงเหลือเพิ่มเติม			
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (Current)	138,907	รวมแหล่งที่มาของเงินทุน (Current)	138,907
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน	138,907	รวมแหล่งที่มาของเงินทุน	138,907

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อ/การขาย/การผลิต					
การจัดซื้อ		การขาย		การผลิต	
ปริมาณการจัดซื้อ (บาท/เดือน)	87,073	ปริมาณการขาย เฉลี่ย(บาท/เดือน)	147,921	ระยะเวลาเฉลี่ยใน การเก็บวัตถุดิบ(วัน)	0
ปริมาณการจัดซื้อที่ เป็นเงินสด(%)	70%	ปริมาณการขายที่ เป็นเงินสด(%)	70%	ระยะเวลาเฉลี่ยใน การเก็บงานระหว่าง ผลิต(วัน)	0
ปริมาณการจัดซื้อที่ เป็นเครดิต(%)	30%	ปริมาณการขายที่ เป็นเครดิต(%)	30%	ระยะเวลาเฉลี่ยใน การเก็บสินค้าสำเร็จ (วัน)	45
จำนวนวันเฉลี่ยของ บัญชีเจ้าหนี้(วัน)	60	จำนวนวันเฉลี่ยของ บัญชีลูกหนี้(วัน)	15	กำลังการผลิต ทั้งหมด(ต่อวัน)	-
สัดส่วนการจัดซื้อ ภายในประเทศ(%)	100%	สัดส่วนการขาย ภายในประเทศ(%)	100%	กำลังการผลิตจริง(% ของกำลังการผลิต ทั้งหมด)	-
สัดส่วนการจัดซื้อจาก ต่างประเทศ(%)	0%	สัดส่วนการขาย ต่างประเทศ(%)	0%	สินทรัพย์ถาวรสุทธิ ไม่รวมที่ดิน(บาท)	155,000
เทอมT/R(วัน)	-	เทอมExport(วัน)	-	จำนวนแรงงาน(คน)	-

แหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนในปีที่ 5 (หน่วย: ล้านบาท)			
USE(แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน)		SOURCE(แหล่งที่มาของเงินทุน)	
ประมาณการปี	5		
ลูกหนี้การค้า(จากการคำนวณ)	22,188	เจ้าหนี้การค้า(จากการคำนวณ)	52,244
สินค้าคงเหลือ(จากการคำนวณ)	130,610	เงินทุนของกิจการ/เงินกู้ยืม กรรมการ	100,554
สินค้าคงเหลือเพิ่มเติม			
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (Current)	152,798	รวมแหล่งที่มาของเงินทุน (Current)	152,798
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน	152,798	รวมแหล่งที่มาของเงินทุน	152,798



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

งบการเงินปีที่ 1		
Happy Dog		
งบกำไรขาดทุน		
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554		
หน่วย:บาท		
รายได้		
รายได้จากการให้บริการเกี่ยวกับสุนัข	720,000.00	59.39%
รายได้จากการขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข	462,384.00	38.14%
รายได้จากการเป็นนายหน้าขายพันธุ์สุนัข	30,000.00	2.47%
รวมรายได้	1,212,384.00	100.00%
ค่าใช้จ่าย		
ต้นทุนขายและการให้บริการ	713,664.00	58.86%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	220,800.00	18.21%
ค่าเสื่อมราคา	31,700.00	2.61%
รวมค่าใช้จ่าย	966,164.00	
กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	246,220.00	20.31%
ดอกเบี้ยจ่าย	-	
ภาษีเงินได้	-	
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	246,220.00	20.31%

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

งบการเงินปีที่ 2

Happy Dog

งบกำไรขาดทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555

หน่วย:บาท

รายได้

รายได้จากการให้บริการเกี่ยวกับสุนัข	792,000.00	59.39%
-------------------------------------	------------	--------

รายได้จากการขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข	508,632.00	38.14%
-------------------------------------	------------	--------

รายได้จากการเป็นนายหน้าขายพันธุ์สุนัข	33,000.00	2.47%
---------------------------------------	-----------	-------

รวมรายได้	1,333,632.00	100.00%
------------------	---------------------	----------------

ค่าใช้จ่าย

ต้นทุนขายและการให้บริการ	785,028.00	58.86%
--------------------------	------------	--------

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	233,280.00	17.49%
-----------------------------	------------	--------

ค่าเสื่อมราคา	31,700.00	2.38%
---------------	-----------	-------

รวมค่าใช้จ่าย	1,050,008.00	
----------------------	---------------------	--

กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	283,624.00	21.27%
--------------------------------------	------------	--------

ดอกเบี้ยจ่าย	-	
--------------	---	--

ภาษีเงินได้	56,724.80	
-------------	-----------	--

กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	226,899.20	17.01%
--------------------------	-------------------	---------------

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

งบการเงินปีที่ 3

Happy Dog

งบกำไรขาดทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

หน่วย:บาท

รายได้

รายได้จากการให้บริการเกี่ยวกับสุนัข	871,200.00	59.39%
รายได้จากการขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข	559,488.00	38.14%
รายได้จากการเป็นนายหน้าขายพันธุ์สุนัข	36,300.00	2.47%

รวมรายได้

1,466,988.00 100.00%

ค่าใช้จ่าย

ต้นทุนขายและการให้บริการ	863,532.00	58.86%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	247,008.00	16.84%
ค่าเสื่อมราคา	31,700.00	2.16%

รวมค่าใช้จ่าย

1,142,240.00

กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล 324,748.00 22.14%

ดอกเบี้ยจ่าย

-

ภาษีเงินได้

64,949.60

กำไร(ขาดทุน)สุทธิ 259,798.40 17.71%

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

งบการเงินปีที่ 4		
Happy Dog		
งบกำไรขาดทุน		
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557		
หน่วย:บาท		
รายได้		
รายได้จากการให้บริการเกี่ยวกับสุนัข	958,320.00	59.39%
รายได้จากการขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข	615,438.00	38.14%
รายได้จากการเป็นนายหน้าขายพันธุ์สุนัข	39,930.00	2.47%
รวมรายได้	1,613,688.00	100.00%
ค่าใช้จ่าย		
ต้นทุนขายและการให้บริการ	949,884.00	58.86%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	262,104.00	16.24%
ค่าเสื่อมราคา	31,700.00	1.96%
รวมค่าใช้จ่าย	1,243,688.00	
กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	370,000.00	22.93%
ดอกเบี้ยจ่าย	-	
ภาษีเงินได้	74,000.00	
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	296,000.00	18.34%

งบการเงินปีที่ 5

Happy Dog

งบกำไรขาดทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

หน่วย:บาท

รายได้

รายได้จากการให้บริการเกี่ยวกับสุนัข	1,054,152.00	59.39%
รายได้จากการขายสินค้าเกี่ยวกับสุนัข	676,977.00	38.14%
รายได้จากการเป็นนายหน้าขายพันธุ์สุนัข	43,923.00	2.47%

รวมรายได้

1,775,052.00 100.00%

ค่าใช้จ่าย

ต้นทุนขายและการให้บริการ	1,044,876.00	58.86%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	278,724.00	15.70%
ค่าเสื่อมราคา	31,700.00	1.79%

รวมค่าใช้จ่าย

1,355,300.00

กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล 419,752.00 23.65%

ดอกเบี้ยจ่าย

-

ภาษีเงินได้

83,950.40

กำไร(ขาดทุน)สุทธิ 335,801.60 18.92%

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

งบการเงินปีที่ 1

Happy Dog

งบดุล

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554

หน่วย:บาท

สินทรัพย์

สินทรัพย์หมุนเวียน

เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	277,540.00
สินค้าคงเหลือ	89,208.00
ลูกหนี้การค้า	15,155.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	381,903.00

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

ตกแต่งร้านสุทธิ	155,000.00
เครื่องใช้สำนักงานสุทธิ	37,000.00
เครื่องมือและอุปกรณ์สุทธิ	125,000.00
Known-how	39,000.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	356,000.00

รวมสินทรัพย์

737,903.00

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

หนี้สินหมุนเวียน

เงินเบิกเกินบัญชี	
เจ้าหนี้การค้า	35,683.00
เงินกู้ที่ครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	35,683.00

หนี้สินไม่หมุนเวียน

เงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลหรือกิจการที่ เกี่ยวข้อง	356,000.00
เงินกู้ยืมระยะยาว	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	356,000.00

รวมหนี้สิน	391,683.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
เงินทุนกิจการ	100,000.00
กำไรขาดทุนสะสมยังไม่ได้	
จัดสรร	246,220.00
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	346,220.00
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	737,903.00



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

งบการเงินปีที่ 2

Happy Dog

งบดุล

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555

หน่วย:บาท

สินทรัพย์

สินทรัพย์หมุนเวียน

เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	251,351.20
สินค้าคงเหลือ	98,129.00
ลูกหนี้การค้า	16,670.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	366,150.20

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

ตกแต่งร้านสุทธิ	155,000.00
เครื่องใช้สำนักงานสุทธิ	37,000.00
เครื่องมือและอุปกรณ์สุทธิ	125,000.00
Known-how	39,000.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	356,000.00

รวมสินทรัพย์

722,150.20

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

หน่วย:บาท	
สินทรัพย์	
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	
หนี้สินหมุนเวียน	
เงินเบิกเกินบัญชี	-
เจ้าหนี้การค้า	39,251.00
เงินกู้ที่ครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	39,251.00
หนี้สินไม่หมุนเวียน	
เงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลหรือกิจการที่ เกี่ยวข้อง	356,000.00
เงินกู้ยืมระยะยาว	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	356,000.00
รวมหนี้สิน	395,251.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
เงินทุนกิจการ	100,000.00
กำไรขาดทุนสะสมยังไม่ได้จัดสรร	226,899.20
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	326,899.20
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	722,150.20

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

งบการเงินปีที่ 3

Happy Dog

งบดุล

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

หน่วย:บาท

สินทรัพย์

สินทรัพย์หมุนเวียน

เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	276,696.40
สินค้าคงเหลือ	107,942.00
ลูกหนี้การค้า	18,337.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	402,975.40

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

ตกแต่งร้านสุทธิ	155,000.00
เครื่องใช้สำนักงานสุทธิ	37,000.00
เครื่องมือและอุปกรณ์สุทธิ	125,000.00
Known-how	39,000.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	356,000.00

รวมสินทรัพย์

758,975.40

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

หน่วย:บาท	
สินทรัพย์	
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	
หนี้สินหมุนเวียน	
เงินเบิกเกินบัญชี	-
เจ้าหนี้การค้า	43,177.00
เงินกู้ที่ครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	43,177.00
หนี้สินไม่หมุนเวียน	
เงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลหรือกิจการที่ เกี่ยวข้อง	356,000.00
เงินกู้ยืมระยะยาว	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	356,000.00
รวมหนี้สิน	399,177.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
เงินทุนกิจการ	100,000.00
กำไรขาดทุนสะสมยังไม่ได้จัดสรร	259,798.40
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	359,798.40
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	758,975.40

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

<u>งบการเงินปีที่4</u>	
Happy Dog	
งบดุล	
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557	
	หน่วย:บาท
สินทรัพย์	
สินทรัพย์หมุนเวียน	
เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	304,587.00
สินค้าคงเหลือ	118,736.00
ลูกหนี้การค้า	20,171.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	443,494.00
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	
ตกแต่งร้านสุทธิ	155,000.00
เครื่องใช้สำนักงานสุทธิ	37,000.00
เครื่องมือและอุปกรณ์สุทธิ	125,000.00
Known-how	39,000.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	356,000.00
รวมสินทรัพย์	799,494.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

หน่วย:บาท	
สินทรัพย์	
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	
หนี้สินหมุนเวียน	
เงินเบิกเกินบัญชี	-
เจ้าหนี้การค้า	47,494.00
เงินกู้ที่ครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	47,494.00
หนี้สินไม่หมุนเวียน	
เงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลหรือกิจการที่ เกี่ยวข้อง	356,000.00
เงินกู้ยืมระยะยาว	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	356,000.00
รวมหนี้สิน	403,494.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
เงินทุนกิจการ	100,000.00
กำไรขาดทุนสะสมยังไม่ได้จัดสรร	296,000.00
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	396,000.00
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	799,494.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

<u>งบการเงินปีที่ 5</u>	
HappyDog	
งบดุล	
ณวันที่ 31 ธันวาคม 2558	
	หน่วย: บาท
สินทรัพย์	
สินทรัพย์หมุนเวียน	
เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	335,247.60
สินค้าคงเหลือ	130,610.00
ลูกหนี้การค้า	22,188.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	488,045.60
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	
ตกแต่งร้านสุทธิ	155,000.00
เครื่องใช้สำนักงานสุทธิ	37,000.00
เครื่องมือและอุปกรณ์สุทธิ	125,000.00
Known-how	39,000.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	356,000.00
รวมสินทรัพย์	844,045.60

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

หน่วย:บาท	
สินทรัพย์	
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	
หนี้สินหมุนเวียน	
เงินเบิกเกินบัญชี	-
เจ้าหนี้การค้า	52,244.00
เงินกู้ที่ครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	52,244.00
หนี้สินไม่หมุนเวียน	
เงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลหรือกิจการที่ เกี่ยวข้อง	356,000.00
เงินกู้ยืมระยะยาว	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	356,000.00
รวมหนี้สิน	408,244.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
เงินทุนกิจการ	100,000.00
กำไรขาดทุนสะสมยังไม่ได้จัดสรร	335,801.60
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	435,801.60
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	844,045.60

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวชญานุช เก้าภูไทย
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 152 หมู่ 8 ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
ที่ทำงานปัจจุบัน	ร้านเทพพานิช ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2541	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
พ.ศ.2545	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาจิตวิทยาและการแนะแนว มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม
พ.ศ. 2552	ศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2545 – ปัจจุบัน	ร้านเทพพานิช ตำบลบางเลน จังหวัดนครปฐม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี