

แผนธุรกิจร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME

อุษตา เหลาเจษฎา¹

บทสรุปผู้บริหาร

ร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME เป็นธุรกิจต่อยอดเพื่อความครบวงจรในการให้บริการเกี่ยวกับ ธุรกิจสัตว์เลี้ยงให้กับคลินิกสัตว์เลี้ยงได้แนวคิดที่ต้องการเห็นสัตว์เลี้ยงในจังหวัดระยองมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยการใช้สินค้าและบริการของทางร้านเป็นสื่อกลางแทนความรักความเอาใจใส่ จากใจของเจ้าของไปสู่สุนัข เสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัว ซึ่งในส่วนกิจการดั้งเดิมของร้านคลินิก สัตว์เลี้ยง เป็นคลินิกที่ให้บริการรักษาสัตว์โดย นายสัตวแพทย์ อภิวัฒน์ เหลาเจษฎา จัดตั้งขึ้น เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2533 โดยมีช่องทางจัดจำหน่าย ใช้อาคารของครอบครัวเป็นสถานที่ในการให้บริการโดยมีลักษณะเป็นอาคาร 1 ชั้น 2 อาคารติดกัน ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมือง มาบตาพุด อำเภอ เมือง จังหวัดระยอง บนทางถนนหลวงหมายเลข 3 ในส่วนของร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME เป็นสถานที่ให้บริการสัตว์เลี้ยง โดยเน้นสุนัขเป็นหลัก ประกอบด้วยบริการ 3 ประเภทได้แก่

- 1) บริการหลักคือการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัขสำหรับเจ้าของสุนัขที่ต้องการความสะอาดสบายในการทำมาสะอาด และเสริมความสวยงามแก่สุนัขของตน
- 2) บริการเสริม คือ บริการรับส่งสุนัขถึงบ้าน บริการรับฝากสุนัข
- 3) บริการอื่นๆ ได้แก่ บริการจำหน่ายอาหารให้สุนัข และแมว รวมถึงอุปกรณ์สุนัข และสัตว์เลี้ยงต่างๆ

การบริการทั้ง 3 ส่วนนี้ เพิ่มความครบวงจรให้กับร้านคลินิกสัตว์เลี้ยง ซึ่งเป็นร้านที่ให้บริการในการรักษาสัตว์เลี้ยงที่เปิดอยู่เดิม ในส่วนของร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME ก็จะใช้อาคารของร้าน คลินิกสัตว์เลี้ยง เป็นพื้นที่ในการดำเนินงาน โดยแบ่งพื้นที่ของคลินิกสัตว์เลี้ยง ออกเป็น 3 ส่วน ตามลักษณะของการใช้งาน

¹นักศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

1) ในส่วนของการให้บริการรักษาสัตว์ของร้าน คลินิกสัตว์เลี้ยง ที่มีการดำเนินงานอยู่แล้ว โดยแบ่งแยกพื้นที่อาคารส่วนหนึ่ง คือ 1 อาคาร ซึ่งมีหน้ากว้าง 4 เมตร ยาว 17 เมตร เพื่อทำการจัดสรรปันส่วนพื้นที่และห้องสำหรับใช้ในการรักษาสัตว์ เพื่อให้บริการรักษาสัตว์ แก่สัตว์เลี้ยงของลูกค้าตามเดิม

2) บริเวณหน้าร้านใช้พื้นที่ 2 อาคาร มีหน้ากว้าง 8 เมตร คือส่วนที่ใช้รับรองลูกค้า ใช้พูดคุยเพื่อรับงานจากลูกค้า รวมถึงการโชว์สินค้าที่จัดจำหน่าย ได้แก่จำพวก อาหาร ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด สุนัขและแมว อุปกรณ์ต่างๆ อุปกรณ์เสริมสวย ทั้งของสุนัขและแมว

3) บริเวณหลังร้าน คือ ส่วนที่ใช้ในการให้บริการแก่สุนัขและแมวโดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนของการบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข และส่วนของพื้นที่ สำหรับรับฝากสุนัข

ร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 6/2 ซอย วุฒินันท์ (สุขุมวิท) 34 ถนน สุขุมวิท ตำบลเทศบาลเมืองมาบตาพุด อำเภอ เมือง จังหวัดระยอง 21150 ดำเนินงาน โดย นางสาว อชุตตา เหลาเจษฎา ในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว ใช้เงินลงทุน 3,000,000 บาท พร้อมเปิดให้บริการในวันที่ 1 กันยายน 2557 โดยเปิดทำการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 9.00 – 20.00 น. ของทุกวัน

ในส่วนของแผนการตลาด ธุรกิจได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 26-50ปี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 บาทขึ้นไป และอาศัยอยู่ในตำบลมาบตาพุด และ (2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ บุคคลที่มีอายุระหว่าง 22-25 ปี และ 51ปีขึ้นไป ที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,000 -20,000 บาท และอาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงตำบลมาบตาพุด เช่น อำเภอบ้านฉาง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง สำหรับการศึกษารายละเอียดของธุรกิจพบว่า การให้บริการด้านสัตว์เลี้ยง มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จำนวนของสุนัข ที่มารับบริการรักษาสัตว์ อยู่ในเกณฑ์ที่ดี และมีความสอดคล้องกับธุรกิจรักษาสัตว์เลี้ยง ที่ดำเนินการอยู่เดิม รวมถึงยอดจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน นอกจากนี้ด้วยสภาพครอบครัวปัจจุบันที่เปลี่ยนไปเป็นครอบครัวเดี่ยว ทำให้ “ธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง” มีแนวโน้มว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ผู้คนหันมาเลี้ยงสัตว์เพื่อเป็นเพื่อนหย่อนใจ บำบัดความเครียด ผ่อนคลายความเหงาและเอาใจใส่บ้าน ทั้งความน่ารักน่าเอ็นดูของสัตว์เลี้ยงเหล่านี้ก็ได้ผูกใจคนเลี้ยงจนต้องให้ความดูแลเอาใจใส่เหมือนหนึ่งสมาชิกครอบครัวปัจจุบัน โดยเฉพาะสุนัขนั้นเป็นสัตว์เลี้ยง ที่ได้รับความนิยมนมากที่สุด เห็นได้จากมูลค่าตลาดสินค้าและบริการ ที่มีมูลค่าตลาดสูง และมีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเห็นโอกาสในการเพิ่มมูลค่าให้กับ

กิจการบริการรักษาสัตว์ที่ดำเนินงานอยู่แล้ว ซึ่งร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME มีพื้นฐานการบริการรักษาสัตว์เลี้ยงจึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ในส่วนของสถานที่ตั้งส่งผลให้ร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME มีช่องทางการจำหน่ายของร้านมีความชัดเจน สะดวกและอยู่ในแหล่งชุมชน การตั้งอยู่ของร้าน คลินิกสัตว์เลี้ยงส่งผลให้สามารถเข้าถึงฐานลูกค้าของร้าน คลินิกสัตว์เลี้ยงซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้าน DOG'S HOME ได้อย่างสะดวกทันที รวมถึงการมีช่างและทีมงานที่มีความชำนาญ ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ มาตรฐาน สิ่งสำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบการเล็งเห็นคือธุรกิจ ร้าน DOG'S HOME จะเป็นธุรกิจที่เข้มแข็งเนื่องจากผู้ประกอบการ มีลักษณะนิสัยส่วนตัว ที่เป็นคนรักสัตว์ ดูแลเอาใจใส่สัตว์เลี้ยง ทั้งยังมีความรู้ ความเข้าใจธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง จึงส่งผลให้การขยายธุรกิจในครั้งนี้จะมีความเข้มแข็ง และมั่นคง ช่วยเพิ่มให้ร้าน คลินิกสัตว์เลี้ยง เป็นธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยงที่ครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อก้าวไปสู่ธุรกิจด้านบริการสัตว์เลี้ยงที่ครบวงจร ร้านแรกของ จังหวัด ระยอง ในการดำเนินกิจการต่อไป

ร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME ใช้เงินลงทุนแรกเริ่มทั้งสิ้นจำนวน 5,000,000 บาท และคาดว่าจะมีสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการในปีที่ 1 มากกว่า 2,600 ครั้ง ซึ่งจะทำให้กิจการมีกำไรตั้งแต่ปีแรกที่ดำเนินงาน เป็นเงิน 1,923,840.00 บาท ระยะเวลาการคืนทุน 1 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 2,650,173.00บาท และสามารถจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นได้ตั้งแต่ปีแรกที่ดำเนินงาน

คำสำคัญ แผนธุรกิจ, ร้านอาบน้ำสุนัข

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากในปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มาตรฐานค่าครองชีพส่งผลขึ้นตามไปด้วย การดำรงชีวิต เต็มไปด้วยการแข่งขัน คนมีความเร่งรีบ และความเครียดเกิดขึ้น เป็นอย่างมาก การนำสัตว์เลี้ยงมาเลี้ยงจึงเป็นทางเลือกหนึ่ง ซึ่งช่วยผ่อนคลายความเหงา และความเครียดให้ลดน้อยลงได้ รวมถึงในเมืองไทยนั้น การเลี้ยงสุนัขได้เปิดกว้างสำหรับทุกชนชั้น ตั้งแต่ผู้มีรายได้ต่ำ ไปจนถึงชั้นเศรษฐี ถึงแม้วัตถุประสงค์จะแตกต่างกันออกไปบ้างก็ตาม จะสังเกตได้ว่าเกือบทุกบ้านจะเลี้ยงสุนัขหรือแมวไว้เป็นสัตว์เลี้ยง จนแทบจะกลายมาเป็นสมาชิกของครอบครัว เพื่อเป็นเพื่อนเล่นของเด็ก และเพื่อแก้เหงา สำหรับผู้ใหญ่ ทั้งนี้เพราะสัตว์เลี้ยงเหล่านี้สามารถให้ความเพลิดเพลิน และรักษาสุขภาพจิตทางอ้อมได้ ด้วยเหตุผลต่างๆเหล่านี้ สุนัขจึงเข้ามามีบทบาทใน

ชีวิตประจำวันมากขึ้น เห็นได้จากการได้รับการดูแลเอาใจใส่เพิ่มขึ้นอย่างมาก จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกิดเป็นอาชีพหลากหลายเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เช่น การให้บริการการรักษาสัตว์ การให้บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขน การจำหน่ายอาหาร การจำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง การจำหน่ายพันธุ์สัตว์ เป็นต้น และเพื่อเป็นการรองรับความต้องการของผู้บริโภคในจุดนี้ ผู้ประกอบการจึงมีความสนใจที่จะลงทุนในการประกอบธุรกิจร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME ซึ่งประกอบด้วย บริการ 11 ประเภท คือ

1. บริการอาบน้ำสุนัข ประกอบไปด้วย บริการอาบน้ำ , ตัดเล็บ และเช็ดหู
2. บริการตัดเล็บ
3. บริการเช็ดหู
4. บริการ Hair Treatment สำหรับขนสุนัข และแมว ประกอบไปด้วย บริการอาบน้ำ , ตัดเล็บ ,เช็ดหู และบริการ Hair Treatment
5. บริการตัดขน ประกอบไปด้วย บริการอาบน้ำ ,ตัดขน, ตัดเล็บ และเช็ดหู
6. บริการอาบน้ำแมวขนยาว ประกอบไปด้วย บริการอาบน้ำ ,ตัดเล็บ และเช็ดหู
7. บริการอาบน้ำแมวขนสั้น ประกอบไปด้วย บริการอาบน้ำ , ตัดเล็บ และเช็ดหู
8. บริการกำจัดเห็บหมัด
9. บริการรับส่งสัตว์เลี้ยง
10. บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว
11. บริการจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์ต่างๆของสัตว์เลี้ยง

การให้บริการทั้ง 11 ประเภทตามที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ประกอบการต้องการสร้างความพอใจสูงสุดแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่เลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อน และเป็นคนที่รักเอาใจใส่สุนัขเป็นอย่างดี

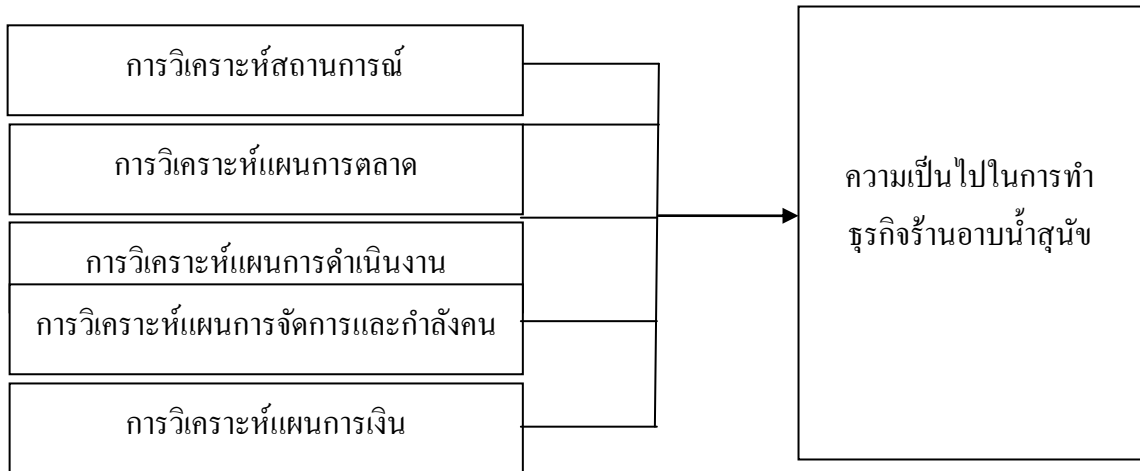
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านอาบน้ำสุนัข

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านอาบน้ำสุนัข

1.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา



1.5 ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านอาบน้ำสุนัข
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดั้งแต่เดือนเดือนพฤศจิกายน – กันยายน 2556

1.6 นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิตการดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และ/หรือ ไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่สรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้
2. ร้านอาบน้ำสุนัข หมายถึง ร้านให้บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสำหรับสุนัข แมว หรือสัตว์เลี้ยง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เลี้ยง ในการรักษาความสะอาดของสัตว์เลี้ยง
3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)
4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิตการบริหารขององค์กร/
6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลา คืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

● การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 จุดแข็ง (Strength)

1. เนื่องจาก ร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME เป็นการทำธุรกิจที่ต่อยอดมาจาก คลินิกสัตว์เลี้ยง ที่ให้บริการรักษาสัตว์ ทำให้ร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME มีสัตว์แพทย์ที่มีความชำนาญเป็นอย่างมาก ช่วยแนะนำในการเลือกผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เหมาะสมต่อสัตว์เลี้ยงของสุนัขแต่ละสายพันธุ์
2. ทำเล ที่ตั้ง มีความชัดเจน เนื่องจากตั้งอยู่บนถนนสายหลักบนเส้นทางหลวง หมายเลข 3 ในเขต ตำบล เทศบาล มาบตาพุด และอยู่ในเขต อำเภอ จึงง่ายต่อการ พบเห็นทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้
3. ทำเล ที่ตั้ง ตั้งอยู่ในคลินิกสัตว์เลี้ยง ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งเป็นฐานเดิมของร้านคลินิกสัตว์เลี้ยงได้ทันที
4. ทำเล ที่ตั้ง มีที่จอดรถเพียงพอ
5. การบริการมีความหลากหลายครบวงจร
6. ให้บริการด้วยช่างที่มีความชำนาญ
7. การบริการเน้นการสร้าง และการรักษาภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเป็นหลัก
8. มีการทำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เน้น ความเป็นกันเอง ต่อลูกค้า และเรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า เพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยสินค้าและบริการที่เหมาะสมของลูกค้า แต่ละคนมากที่สุด
9. อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ สะอาด ผ่านการอบฆ่าเชื้อโรค
10. ระยะเวลาในการเปิดทำการมากกว่าคู่แข่ง คือเปิดบริการทุกวันจันทร์ ถึงวัน อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 9.00– 20.00 น. ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า ได้มากกว่าคู่แข่ง

2.2 จุดอ่อน (Weakness)

1. เป็นร้านใหม่ ต้องใช้เวลาในการปรับตัวเข้ากับระบบงานและลูกค้า
2. เป็นร้านใหม่ ซึ่งจะมีจำนวนลูกค้าที่รู้จักไม่มากนัก และฐานลูกค้าในช่วงต้นอาจจะมาจากร้าน คลินิกสัตว์เลี้ยง
3. ผู้ประกอบการยังขาดประสบการณ์ในการบริหารร้านบริการสัตว์เลี้ยง
4. ต้นทุนในบริการสูง เนื่องจากใช้บุคลากรมืออาชีพ ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน จึงต้องจ่ายค่าแรงค่อนข้างสูง

2.3 โอกาส (Opportunities)

1. เนื่องจากสภาพแวดล้อมของสังคมไทยในปัจจุบันเปลี่ยนไป ส่งผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนไป คนเกิดความเร่งรีบ แต่ความเครียดมากขึ้น จึงมีแนวโน้มในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมากขึ้น เพื่อต้องการการผ่อนคลาย
2. ผู้บริโภคมีแนวโน้ม ต้องการความสะดวกสบายในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยง สืบเนื่องมาจากสังคมที่เปลี่ยนไปทำให้คนในสังคมต้องทำงานแข่งกับเวลา จึงอาจจะไม่มีเวลาพอในการดูแลสัตว์เลี้ยงของตนเอง ดังนั้น การบริการ อาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข จึงเป็นทางเลือกที่ดี
3. จุดประสงค์ของการเลี้ยงสุนัขเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยเลี้ยงไว้เฝ้าบ้านกลายมาเป็นสมาชิกของครอบครัวเพื่อเป็นเพื่อนเล่นของเด็กและเพื่อแก้เหงาสำหรับผู้ใหญ่ทำให้สุนัขมีบทบาทมากขึ้นได้รับความเอาใจใส่ดูแลจากเจ้าของมากขึ้น
4. ภาคเอกชนให้การส่งเสริมในการเลี้ยงสุนัขอย่างต่อเนื่อง

2.4 อุปสรรค (Threat)

1. เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ที่ขาดความแน่นอน รวมถึงสภาพสังคมและการเมืองที่ยังไม่มีความชัดเจน ทำให้ คนส่วนใหญ่ มีการใช้เงินอย่างระมัดระวัง
2. ลูกค้ายังขาดความเชื่อมั่นในการเข้ารับบริการ เนื่องจากเป็นกิจการใหม่
3. คนต่างจังหวัดยังมีค่าครองชีพต่ำ

3. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

3.1 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

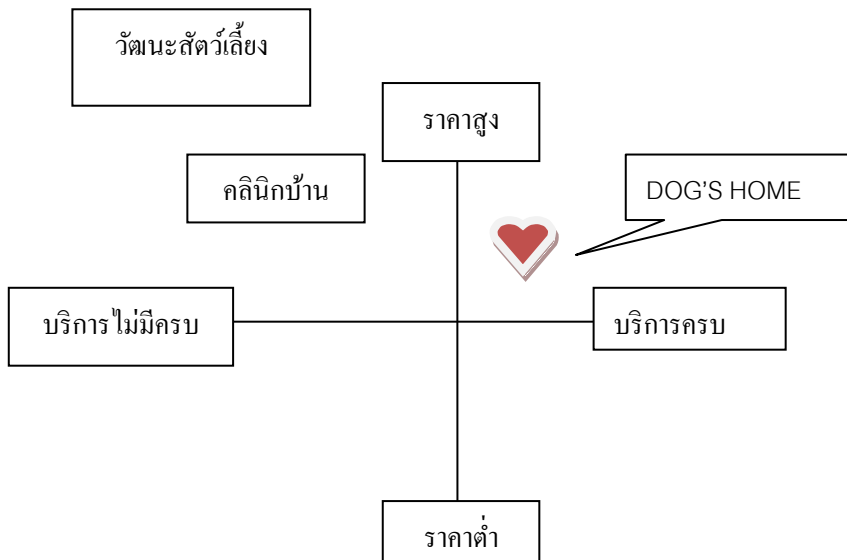
เนื่องจากร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME เป็นธุรกิจที่ให้บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนเป็นหลัก และยังมีบริการเสริมอื่นๆคือบริการรับส่งสุนัข บริการรับฝากสุนัข จำหน่ายอาหาร ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและอุปกรณ์ต่างๆของสัตว์เลี้ยง ดังนั้น ธุรกิจจึงมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า DOG'S HOME โดยแบ่งตาม

ลักษณะของประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ซึ่งสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1.1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 26-50ปี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 บาทขึ้นไป และอาศัยอยู่ในตำบลมาบตาพุด
- 1.2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ บุคคลที่มีอายุระหว่าง 22-25 ปี และ 51ปีขึ้นไป ที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,000 -20,000 บาท และอาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงตำบลมาบตาพุด เช่น อำเภอบ้านฉาง อำเภอเมืองระยอง

3.2 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

การกำหนดตำแหน่ง (Positioning) ความพยายามในการจัดการรับรู้ที่ลูกค้าเป้าหมายมีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป้าหมายของการกำหนดตำแหน่งคือ การกล่าวเน้นถึงคุณสมบัติที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีความโดดเด่นขึ้นในใจของลูกค้า



กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา

ผู้ประกอบการมุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ แก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงข้อแตกต่างที่เหนือคู่แข่งและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของร้านอาบน้ำสุนัข DOG’S HOME มุ่งนำเสนอสินค้าและบริการเกี่ยวกับสุนัขที่เน้นคุณภาพ ความหลากหลาย และเน้นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า ในส่วนของการบริการเมื่อสุนัขหรือแมว มีกลิ่นตัวไม่พึงประสงค์ในบางครั้ง ทางร้านมีผลิตภัณฑ์เฉพาะพิเศษที่สามารถช่วยดับกลิ่นเหล่านั้นได้ นอกจากนี้ยังมีบริการ กำจัดเห็บหมัด ให้กับสุนัขและแมวไปพร้อมด้วย โดยผลิตภัณฑ์ที่เราใช้ในการอาบน้ำนั้น ยังช่วยกำจัดพยาธิภายนอกบางชนิดรวมทั้งช่วยปรับสภาพผิวที่แห้งหรือมันเกินไป การใช้แชมพู

และครีมปรับสภาพขนให้ได้ผลดี นอกจากนี้ทางร้านยังมีสัตว์แพทย์คอยให้คำปรึกษา
แนะนำกับสัตว์เลี้ยงที่มีปัญหาทางด้านผิวหนังอีกด้วย

ร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME ได้ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ Sales Oriented
เป็นการตั้งราคาเพื่อเน้นยอดขาย เนื่องจากกิจการเป็นกิจการที่เปิดใหม่ ยอดขายและการเข้า
มีส่วนแบ่งในตลาดเป็นสิ่งสำคัญ การตั้งราคาไม่แพง จึงเป็นการขยายโอกาส เพื่อให้กลุ่ม
ลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงการบริการและการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการได้ง่าย โดยมี
การตั้งราคาแต่ละการบริการ ดังนี้แพง จึงเป็นการขยายโอกาส เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
สามารถเข้าถึงการบริการและการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการได้ง่าย โดยมีการตั้งราคาแต่ละ
การบริการ ดังนี้

บริการ	ขนาด S	ขนาด M	ขนาด L	ขนาด XL	
	น้ำหนัก ไม่เกิน 5 กก.	น้ำหนัก 5.1 -10 กก.	น้ำหนัก 10.1-20 กก.	น้ำหนัก 20.1-35 กก.	น้ำหนัก มากกว่า 35 กก.
1 อาบน้ำ ตัดเล็บ เช็ดหู	200	250	300	350	400
2 ตัดขน อาบน้ำ ตัดเล็บ เช็ดหู	300	350	400	450	500
3 อาบน้ำแมวขนสั้น ตัดเล็บ เช็ดหู (***)	250	300	350	400	450
4 อาบน้ำแมว ขนยาว ตัดเล็บ เช็ดหู (***)	300	350	400	450	500
5 ตัดขน ตัดเล็บ เช็ดหู	350	400	450	500	550
6 อาบน้ำยา กำจัดเห็บ-หมัด (**)	80	100	150	180	200
7 บริการ Hair Treatment สำหรับสุนัข และแมว อาบน้ำ ตัดเล็บ เช็ดหู	300	350	400	450	500
8 ตัดเล็บ	20	30	30	40	50
9 เช็ดหู	20	30	30	40	50

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 น้ำหนัก มากกว่า 35 กก.
<p>(*) การทำ <i>Hair Treatment</i> แตกต่างกันตามลักษณะของขนและสายพันธุ์ สุนัขและแมว</p> <p>(**) เป็นการอาบน้ำด้วยน้ำยากำจัดเห็บหมัด ไม่ได้เก็บเห็บหมัดออกจาก สุนัขหรือแมว</p> <p>(***) เป็นแมวที่คุ้นเคยกับการอาบน้ำ หากไม่คุ้นเคย ทางร้านจะ ไม่ให้บริการ</p>					

10.ตารางแสดงราคาค่าบริการรับส่งสุนัข				
บริการ	ระยะทาง 1-2 กิโลเมตร	ระยะทาง 2.1-5 กิโลเมตร	ระยะทาง 5.1-7 กิโลเมตร	ระยะทาง 7.1-10 กิโลเมตร
รับส่งสุนัข	50 บาท	100 บาท	120 บาท	150 บาท 151

แสดงราคาอุปกรณ์สุนัข แมว ประเภทแชมพู		
ลำดับ	ประเภทแชมพู	ราคา (บาท)
		1000ML
1	แชมพู Cute-Pet สำหรับสุนัขขนยาว (Bossey)	290
2	แชมพู Cute-Pet สำหรับสุนัขขนยาว (Fusion)	290
3	แชมพู Cute-Pet สำหรับสุนัขขนยาว (Muguet)	290
4	แชมพู Cute-Pet สำหรับสุนัขขนยาว (Newton)	290
5	แชมพู Cute-Pet สำหรับสุนัขขนสั้น (Gazelle)	290
6	แชมพู Cute-Pet สำหรับสุนัขขนสั้น (Senkone)	290
7	แชมพู Cute-Pet สำหรับสุนัขขนสั้น (Daryl)	290
8	แชมพู Cute-Pet สำหรับสุนัขขนสั้น (Cusey)	290
9	แชมพู Cute-Pet สำหรับลูกสุนัข (Lemy)	290
10	แชมพู Cute-Pet สำหรับลูกสุนัข (Lypso)	290
11	แชมพู Cute-Pet สำหรับลูกสุนัข (Gruse)	290
12	แชมพูกำจัดเห็บหมัดProgard (สีฟ้า)	290
13	แชมพูแมว Progard (สีชมพู)	290
14	แชมพูป้องกันอาการคัน (สีแดง)	290
15	แชมพูสำหรับสุนัขกลิ่นตัวแรง	290

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางในการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ดังนั้นทำเลของร้านจึงจำเป็นต้องเลือกทำเลที่ดี คือ ทำเลที่ยังไม่มีคู่แข่งหรือมีคู่แข่งน้อยราย หรือทำเลที่มีเป้าหมายกลุ่มธุรกิจผ่านไปมา มีสถานที่จอดรถที่สะดวกเป็นต้น

ช่องทางการให้บริการของร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME คือ สถานที่สร้างขึ้นติดกับร้าน คลินิกสัตว์เลี้ยง ซึ่งเป็นร้านที่ให้บริการรักษาสัตว์ ตั้งอยู่บนบ้านเลขที่ 6/2 ซอย วุฒินันท์ (สุขุมวิท) 34 ถนน สุขุมวิท ตำบล เทศบาลเมือง มาบตาพุด อำเภอ เมือง จังหวัด ระยอง 21150 ทำให้สามารถเข้าถึงฐานลูกค้าของร้านคลินิกสัตว์เลี้ยง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของลูกค้า DOG'S HOME ได้ทันที และทำเลที่ตั้งยังตั้งอยู่บริเวณถนนสายหลัก ที่มีแหล่งชุมชน มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมากมาย อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของสถานที่ราชการ

รัฐวิสาหกิจ และผู้ประกอบการเอกชนจำนวนมาก มีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ง่าย

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นกิจการที่ดำเนินขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อหรือกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด มีความสนใจผลิตภัณฑ์และบริการมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจมีผลประกอบการเพิ่มขึ้น โดยร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME มีการวางกลยุทธ์ ดังนี้

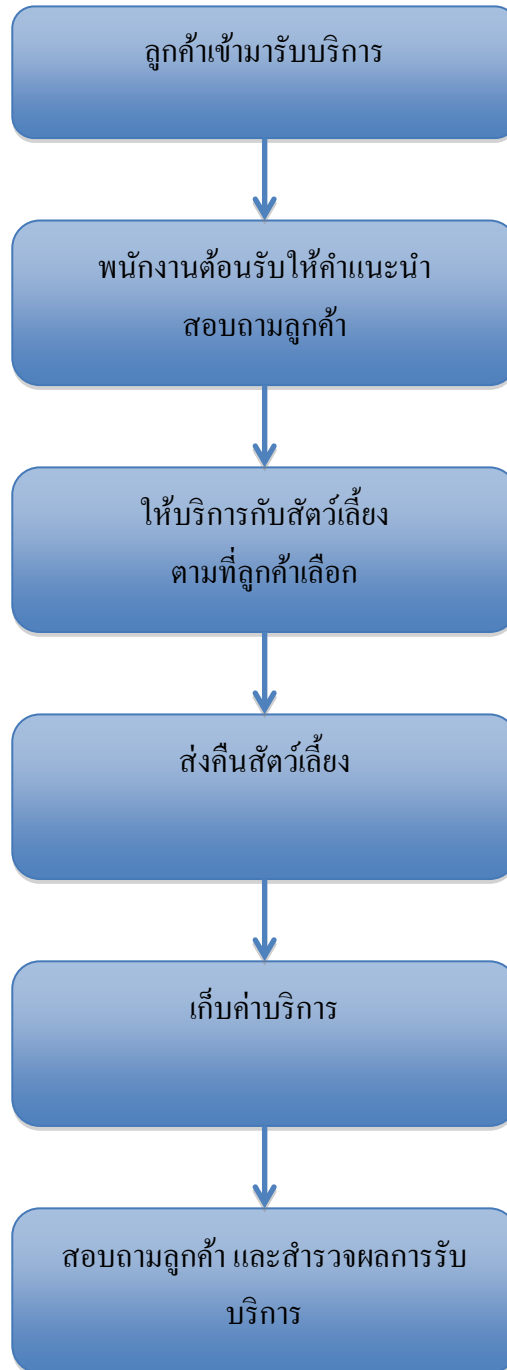
- 1.1) สร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการบริการให้กับลูกค้า
- 1.2) กระตุ้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เล็งเห็นความสำคัญของการเข้ารับบริการสัตว์เลี้ยง
- 1.3) เลือกใช้สื่อที่หลากหลาย มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการรับบริการสัตว์เลี้ยง หรือเรื่อง Promotion ต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างทั่วถึง โดยเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมราคาไม่สูงมาก เพื่อเป็นการลดต้นทุนทางด้านโฆษณา
- 1.4) เน้นกิจกรรมให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทดลองใช้บริการสัตว์เลี้ยง
- 1.5) มีการทำโปรโมชันร่วมกับร้าน คลินิกสัตว์เลี้ยง
- 1.6) จัดกิจกรรมหรือโปรโมชันในช่วงโอกาสหรือเทศกาลสำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง

4. การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน

4.1 กระบวนการให้บริการ

ร้านอาบน้ำสุนัข DOG'S HOME มีการคำนึงถึงคุณภาพและมาตรฐานของการบริการเป็นหลัก เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ โดยการให้บริการทุกครั้ง ทางร้านจะมีการให้บริการของทางร้านให้ลูกค้าทราบ และสอบถามความต้องการของลูกค้าให้ชัดเจน เพื่อความถูกต้องของการบริการ และเพื่อสร้างความพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการทุกครั้ง นอกจากนี้กิจการยังการเน้นย้ำพนักงานในเรื่องของบุคลิกภาพ ทักษะที่ดีต่อผู้บริโภค รวมถึงมีทัศนคติไปในทิศทางเดียวกันกับธุรกิจ เน้นพนักงานในเรื่องของกิริยามารยาทในการวางตัวด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน มีการกล่าวทักทายลูกค้า พุดจาสุภาพ เอาใจใส่ลูกค้า อย่างจริงใจ และในเรื่องของการแต่งกายของพนักงานที่จะต้องดูสะอาด ตลอดเวลา รวมถึงการแบ่งสัดส่วนในร้าน นั้นมีการออกแบบให้สอดคล้องกับขั้นตอนการบริการเพื่อเป็นการลดเวลาในการรอคอยให้มันน้อยที่สุด และมีการจัดสถานที่

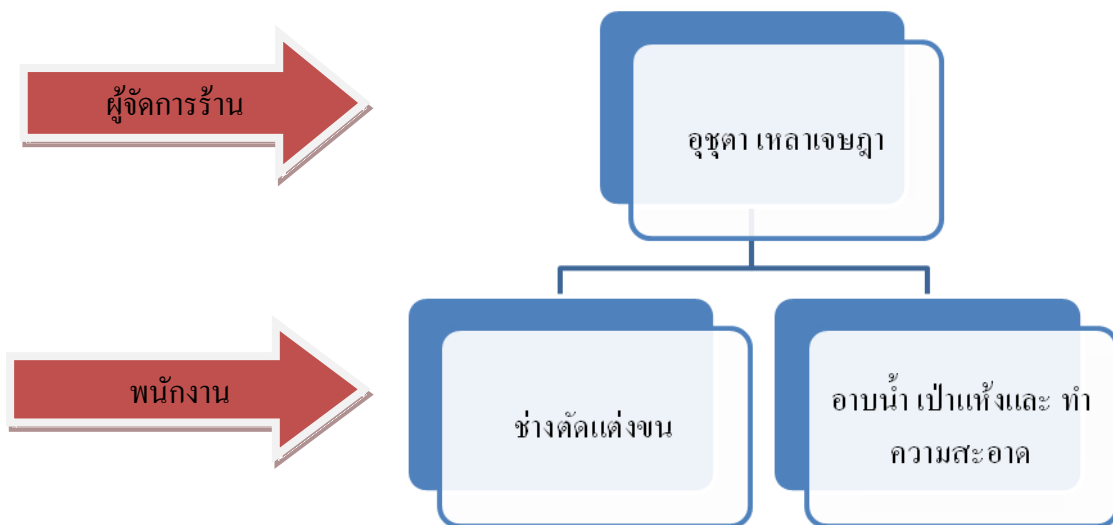
บริการสำหรับลูกค้าไว้คอยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาเข้ารับบริการ โดยจะมีนิตยสาร
และโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงในช่วงการรอคอย



5. การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

ร้านอาบน้ำสุนัข DOG's HOME ใช้ลักษณะการจัดการโครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะว่ามีขนาดขององค์กรมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักการจัดการโครงสร้างองค์กรในลักษณะนี้ทำได้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพ



6. การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 5,000,000 บาท มียอดขายปีที่1 เท่ากับ 1,923,840 บาท ปีที่2 เท่ากับ 1,808,016 บาท ปีที่3 เท่ากับ 2,070,364 บาท ปีที่4 เท่ากับ 2,164,475 บาท ปีที่5 เท่ากับ 2,941,182 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่1 เท่ากับ 575,089 บาท ปีที่2 เท่ากับ 502,831 บาท ปีที่3 เท่ากับ 648,245 บาท ปีที่4 เท่ากับ 745,454 บาท ปีที่5 เท่ากับ 1,247,176 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการคือ 1ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value ;NPV) เท่ากับ 2,650,173บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ 18.81%

7. สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจร้านอาบน้ำสุนัข Dog's Home ภายใต้งบประมาณที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

8. บรรณานุกรม

กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์. “การจดทะเบียนการค้า.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.thairegistration.com, 2556.

กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง. “การขอลาหมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษีและการยื่นชำระภาษี.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.rd.go.th/tax, 2556.

โกศิน ร่มโพธิ์หยก. “โรคที่มากับการผสมพันธุ์ในสุนัข.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=amuletstory&month=03-2012&date=18&group=32&gblog=12>, 2556.

ไพบุลย์ รุ่งสุริยะศิลป์. “ผู้จัดการโรงพยาบาลสัตว์บ้านหมอรักหมา.” สัมภาษณ์โดย กรมกมล เจริญอนุสรณ์, 21 สิงหาคม 2545.

สุกัญญา โพธิ์น้อมแดง. “ผู้ประกอบการร้านซันตาน่าเพ็ทและกรูมมิ่ง.” สัมภาษณ์โดย กรมกมล เจริญอนุสรณ์, 23 กรกฎาคม 2545.

สมชาติ เตชะสิทธิ์ธำรง. “สอนตัดขนสุนัข.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.graphicgrooming.th.com/>, 2556.

โรงเรียนสตาร์วู้ด. “สอนตัดขนสุนัข.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.starwoodcenter.com/Classroom/board.asp>, 2556.

รมณี ศิริรัตนานนท์. “ผู้ประกอบการร้านCaptain pet and Grooming.” สัมภาษณ์โดย กรมกมล เจริญอนุสรณ์, 2 สิงหาคม 2545.

แอนนา สายลัดดา. “เสริมสวยให้สุนัขอาชีพที่ยังทำเงิน.” นิตยสารเส้นทางเศรษฐี, 7, 75 (กันยายน 2543): 40-41.

อนุพันธ์ บานชื่น. “สอนตัดขนสุนัข.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dog2home.com/default.asp>, 2556.