

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	แผนธุรกิจเบเกอรี่สำหรับสุนัข
ชื่อ	นางสาวฐิติพร กุลฉันทวิทย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทมณันต์ อนุรักษ์ถาวร
สาขา	ธุรกิจระหว่างประเทศ
ปีการศึกษา	2548

### บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

บริษัท ด็อก ด็อก เบเกอรี่ จำกัด (Dog Dog Bakery Co.,Ltd) จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ขึ้น เพื่อแสดงให้เห็นโอกาสทางธุรกิจของการทำธุรกิจเบเกอรี่สุนัขซึ่งเน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเจ้าของสุนัข คือ เพศชาย หรือหญิง สถานภาพทางสังคมอยู่ในระดับ B จนถึงกลุ่มระดับ A เป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยเฉพาะย่านธุรกิจและห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ เป็นกลุ่มที่ชอบเข้าสังคม มีความคิดและรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่ทันสมัย ชอบความแปลกใหม่ โดยเริ่มดำเนินธุรกิจในเดือนมกราคม 2550 ผลิตภัณฑ์ของบริษัท คือเบเกอรี่สำหรับสุนัข ภายใต้ชื่อ Dog Dog Bakery ซึ่งตัวผลิตภัณฑ์นอกจากจะมีความแปลกใหม่ด้านรสชาติและมีประโยชน์ต่อสุขภาพของสุนัขแล้ว ยังเน้นถึงความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ สำหรับช่องทางการจำหน่าย Dog Dog Bakery การขายโดยการเช่าพื้นที่ ภายในห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาลสัตว์ หรือร้านขายอาหารสัตว์ โดยจะเปิดทำการที่หน้าร้าน Pet Shop ภายในห้างเซ็นทรัลปิ่นเกล้าเป็นสาขาแรก และจะทยอยเปิดให้ครบ 10 สาขาภายในปี 2550 และอีก 5 สาขา ในปี 2551 และเพิ่มจำนวนสาขาทั้งหมดให้ได้ 20 สาขา ณ สิ้นปีที่ 2554 บริษัทใช้เงินเริ่มแรกในการลงทุน 4,000,000 บาท โดยจัดหาเงินทุนจากผู้ถือหุ้นใหญ่ 3 คน คนละ 1,000,000 บาท โดยการขายหุ้น หุ้นละ 100 บาทจำนวน 30,000 หุ้นรวมเป็นเงิน 3,000,000 บาท และจากการกู้ยืมเงินระยะยาวอีกจำนวน 1,000,000 บาท ลงทุน เมื่อมีการเพิ่มสาขาจะมีการนำระบบการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพมาใช้ ทำให้สาขาต่างๆ สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน และลดต้นทุนรวมลง ในเบื้องต้น Dog Dog Bakery จะเปิดตัวผลิตภัณฑ์ด้วยขนมปังที่อบใหม่ๆ จากเตา ในราคาลูกละ 29 บาทสำหรับการขายปลีก โดยคาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายเป็น 20% ของยอดขาย

จากผลการวิจัยตลาดพบว่าร้อยละ 59.75 ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างไม่รู้จักผลิตภัณฑ์เบเกอรี่สำหรับสุนัข แต่ถ้ามีผลิตภัณฑ์ออกมาร้อยละ 45 จะทดลองซื้อ ไปให้สุนัขของตนทดลองกิน โดยร้อยละ 40.97 จะซื้อในราคาไม่เกิน 20 บาท และร้อยละ 31.81 จะซื้อในราคาไม่เกิน 30 จากผลการสำรวจบริษัทได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป โดยในระยะแรกของการจำหน่ายสินค้า บริษัทมีการวางแผนใช้สื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร

สัตว์เลี้ยง สิ่งตีพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และจัดกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ การออกงานสำหรับสัตว์เลี้ยง เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

บริษัท ค็อก ค็อก เบเกอรี่ จำกัด (Dog Dog Bakery Co.,Ltd) มีทุนจดทะเบียน 3 ล้านบาท และคาดว่าจะมียอดขายในปี 2550 ประมาณ 5,007,000 บาท และจะเติบโตขึ้นในปี 2551 และ 2552 คือจะมียอดขาย 30,129,124 บาทและ 47,092,593 บาทตามลำดับ โดยบริษัทคาดว่าจะมีกำไรขั้นต้น 55% ซึ่งบริษัทจะมีกระแสเงินสดสุทธิ 11,221,393 บาทและ 21,464,380 บาทในปี 2551 และ 2552 ตามลำดับซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 1.12 ปี และคาดว่าโครงการนี้จะมี NPV 61,215,495 บาท และ IRR 501.13%

กลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ในการทำการตลาด คือ พยายามสร้าง Brand “Dog Dog Bakery” มีเป้าหมายในการทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความเป็นผู้นำในตลาดเบเกอรี่สำหรับสุนัข โดยใช้สื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสารสัตว์เลี้ยง สิ่งตีพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และจัดกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ การออกงานสำหรับสัตว์เลี้ยง เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความรู้ในด้านโภชนาการของสุนัขเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างระหว่าง Dog Dog Bakery และเบเกอรี่สุนัข หรืออาหารว่างสุนัขต่างๆไป ในระยะยาว Dog Dog Bakery จะสามารถประสบความสำเร็จได้ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติถูกปากสุนัข ดังนั้น Dog Dog Bakery จึงได้ตั้งงบวิจัยและพัฒนาไว้ 20% ของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในแต่ละปี นอกจากนั้นจะมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆเพื่อขยายตลาดในอนาคตรวมถึงการขายสิทธิบัตร (Franchise) แก่ผู้สนใจในประเทศ และมีการเพิ่มความหลากหลายในผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของสุนัขอีกด้วย