

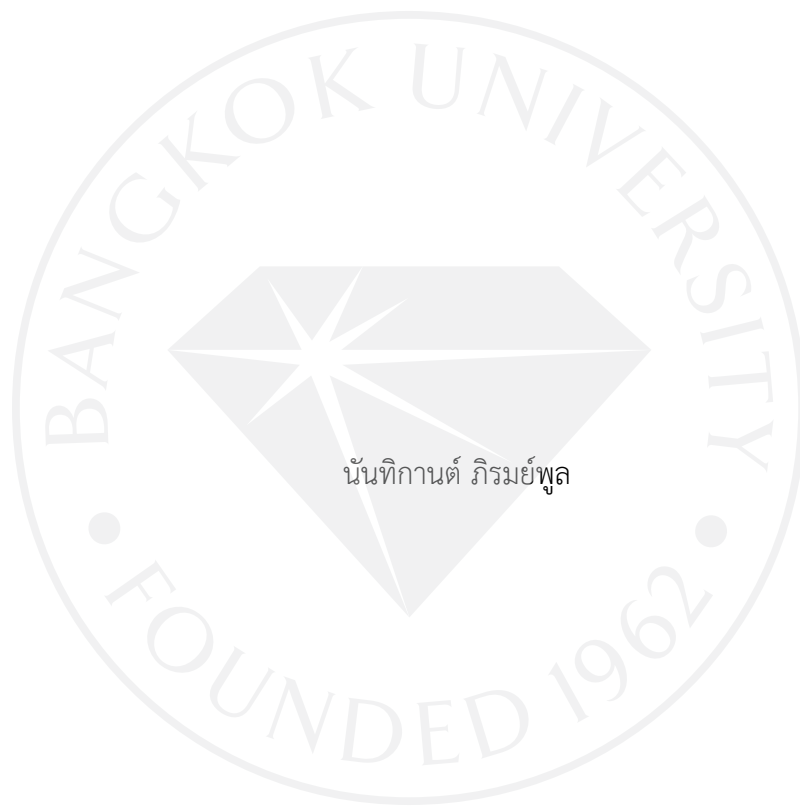
แผนธุรกิจร้าน Love Pet House

Business Plan for Love Pet House



แผนธุรกิจร้าน Love Pet House

Business Plan for Love Pet House



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



©2563

นันทิกานต์ ภิรมย์พูล

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจร้าน Love Pet House

ผู้วิจัย นันทิกานต์ ภิรมย์พูล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.สุมนา ธีรกิตติกุล)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวีพรรณ สุภาวรรณ)

(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

4 พฤษภาคม 2563

นันทิกานต์ ภิรมย์พูล. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
พฤษภาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจร้าน Love Pet House (60 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.สุมนา อีรจิตติกุล

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันสังคมได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คนมีอายุที่ยืนมากขึ้น ทักษะชีวิตของคนมีการเปลี่ยนแปลงหันมาครองโสดมากขึ้น คู่แต่งงานที่ไม่มีบุตร หรือมีบุตรยาก หลายคนจึงเลือกเลี้ยงสัตว์ไว้เป็นลูก ไม่ว่าจะป็นสุนัข หรือแมว ดังนั้น สัตว์เลี้ยงจึงเติมเต็มความเป็นครอบครัวที่สมบูรณ์ จึงทำให้คนในยุคปัจจุบันหันมาเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้น แตกต่างจากยุคก่อน สัตว์เลี้ยงจึงได้รับการดูแลเอาใจใส่มากขึ้น และผู้เลี้ยงก็ต้องการให้สิ่งที่ดีที่สุดกับสัตว์เลี้ยง เพราะสัตว์เลี้ยงเปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว ตลาดของสัตว์เลี้ยงจึงมีการเติบโตมากยิ่งขึ้น ธุรกิจให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว จึงมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งบางครั้งเจ้าของสัตว์เลี้ยงมีความจำเป็นที่จะต้องไปทำงาน หรือไปเที่ยว ต่างจังหวัดหรือต่างประเทศนั้น ไม่สามารถทิ้งสัตว์เลี้ยงไว้ได้เพียงลำพัง หรือไม่มีคนคอยดูแลให้ก็จำเป็นต้องหาสถานที่เพื่อฝากเลี้ยงให้กับสัตว์เลี้ยง ซึ่งบางที่สถานที่รับฝากนั้นไม่เพียงพอต่อความต้องการของเจ้าของสัตว์เลี้ยง ที่จะนำสัตว์เลี้ยงมาเข้ารับบริการ ต้องจองคิวล่วงหน้าเป็นเวลานาน ยิ่งโดยเฉพาะช่วงเทศกาลนั้นยิ่งไม่เพียงพอเป็นอย่างมาก นอกจากนั้นบางสถานที่ก็ไม่น่าไว้วางใจที่จะไปเข้ารับบริการ

ร้าน Love Pet House ได้กำหนดการให้บริการไว้ว่า เป็นร้านรับฝากเลี้ยงที่สร้างความแตกต่าง ดูแลสัตว์เลี้ยงอย่างดี ใส่ใจเปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว มีบริการที่ดี มีมาตรฐาน แตกต่างจากที่อื่น มีบรรยากาศที่ดี มีการบริการรับฝากเลี้ยงให้เลือกหลากหลาย มีราคาที่สูงกว่าคู่แข่งแต่ไม่มากนัก แต่คุณภาพเกินราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รักสัตว์เลี้ยง

คำสำคัญ: รับฝากเลี้ยง, บริการสัตว์เลี้ยง, สัตว์เลี้ยง, แผนธุรกิจ

Phirompoon, N. M.B.A (Small and Medium-Sized Enterprises), May 2020,
Graduate School, Bangkok University.
Business Plan for Love Pet House (60 pp.)
Advisor: Sumana Theerakittikul, Ph.D.

ABSTRACT

Presently, the society has entered the aging society and obviously much older people. The people's attitude has changed to become more single and married couple without children or infertile family. Many people have chosen to raise pet no matter it is a dog or a cat as their own children. Pets therefore are fulfilled with welcoming members as a complete family. Modern people are likely to raise more pet animals as never before making pets be taken more care of. People want to give best care to pets because pets are like family members. In consequence, the market of pet service business is remarkably growing. The striking dog and cat daycare service business is much more interesting. To meet the needs of customers, pet owners sometimes have got to work or travel to other provinces and across countries. They cannot leave pets alone and without someone to take care of them. It is necessary to find a place for its daycare service where sometimes the place has insufficient room to keep them. It is necessary for the owners who have to book for the service in advance ahead of the required day (s), especially during that festival where the pet room in the service center is always occupied. In addition, some places are not trustworthy to have their pet be taken care of.

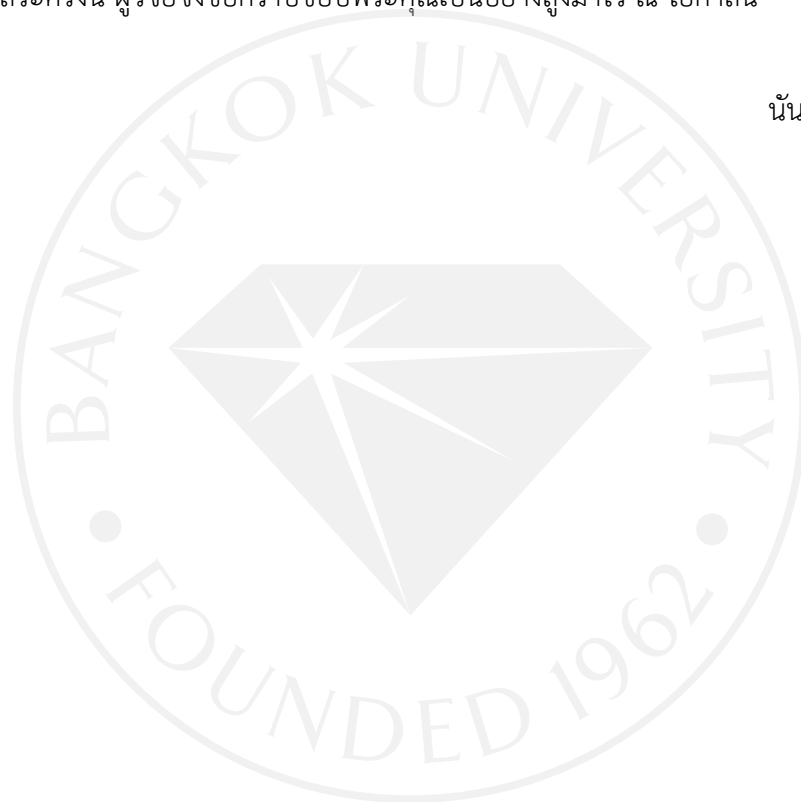
“Love Pet House” is created for the particular and distinctive service as a depository or adopted pet resort with good pet care service and friendly atmosphere like living as a family member. It has pet care service beyond standards different from other pet daycare places. The service charge of Love Pet House might be a little higher but the service quality is second to none when compared to other places' service charge. Love Pet House is the place to meet the needs of pet lovers.

Keywords: Adopt, Pet Service, Pet, Business Plan

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.สุมนา ธีรกิตติกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ที่ให้คำแนะนำ ความรู้ แนวทางการค้นคว้าวิจัย รวมถึงการตรวจทานความถูกต้องของการค้นคว้าอิสระนี้ จนการค้นคว้าอิสระสำเร็จลุล่วงเป็นที่เรียบร้อย รวมถึงอาจารย์ทุกท่านที่ถ่ายทอดวิชาความรู้ระหว่างที่ศึกษา จนสามารถนำความรู้ดังกล่าวมาประกอบการศึกษาในการค้นคว้าจนสำเร็จลุล่วง และความกรุณาจากร้านแสงทองที่ใช้ข้อมูลประกอบการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

นนทิกานต์ ภิรมย์พูล

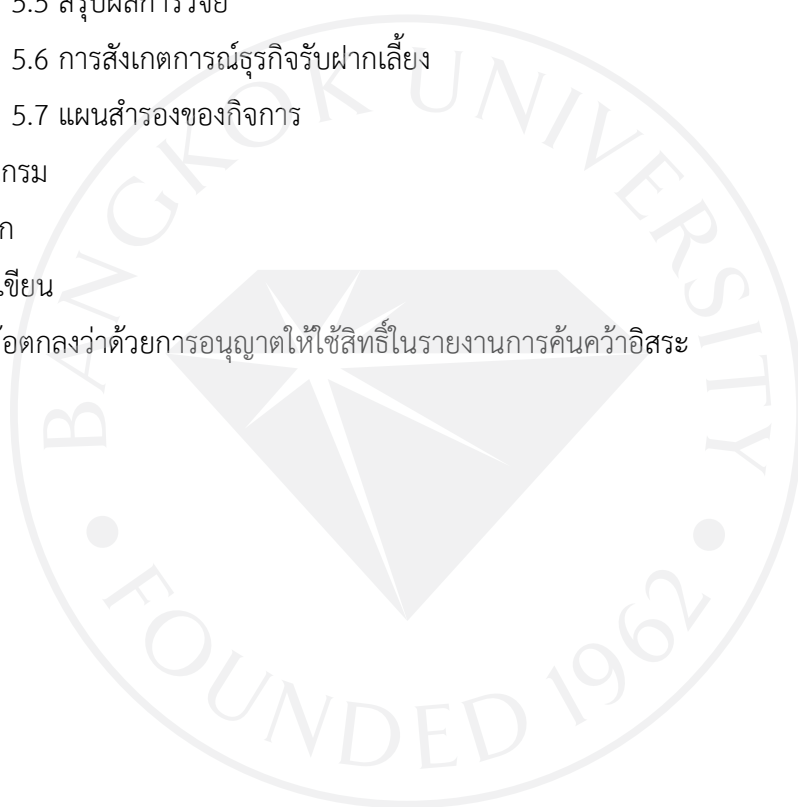


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 แนะนำธุรกิจ	2
1.3 ทำเลที่ตั้ง	3
1.4 ประเภทของสินค้า/บริการ	4
1.5 วิสัยทัศน์และพันธกิจ	4
1.6 เป้าหมายทางธุรกิจ	5
1.7 รายละเอียดของสินค้า/บริการ	5
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้	11
2.2 วิธีที่ใช้ในการดำเนินงาน	11
2.3 กรอบแนวความคิด	13
2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากสภาพแวดล้อม (SWOT)	15
3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปโดยใช้ PEST Analysis	17
3.3 การวิเคราะห์ TOWS Matrix	18
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 รูปแบบธุรกิจ	22
4.2 The Business Model Canvas	22
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	
5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและด้านทรัพยากรบุคคล	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 (ต่อ) แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	30
5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ	33
5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน	34
5.5 สรุปผลการวิจัย	43
5.6 การสังเกตการณ์ธุรกิจรับฝากเลี้ยง	44
5.7 แผนสำรองของกิจการ	49
บรรณานุกรม	51
ภาคผนวก	52
ประวัติผู้เขียน	60
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: TOWS Matrix	18
ตารางที่ 5.1: แสดงค่าแรงทางตรงและค่าแรงทางอ้อม	29
ตารางที่ 5.2: แสดงเงินเดือนพนักงานในแต่ละตำแหน่ง	30
ตารางที่ 5.3: แสดงอัตราค่าบริการรับฝากเลี้ยงแบบเป็นรายชั่วโมง	32
ตารางที่ 5.4: แสดงอัตราค่าบริการรับฝากเลี้ยงสุนัขแบบเป็นรายวัน	32
ตารางที่ 5.5: แสดงอัตราค่าบริการรับฝากเลี้ยงแมวแบบเป็นรายวัน	32
ตารางที่ 5.6: การประมาณการลงทุน	36
ตารางที่ 5.7: แสดงรายละเอียดการประมาณการรายได้ ปีที่ 1-5	36
ตารางที่ 5.8: ต้นทุนคงที่	37
ตารางที่ 5.9: ต้นทุนผันแปร	38
ตารางที่ 5.10: แสดงงบกำไรขาดทุน	38
ตารางที่ 5.11: แสดงกำไรสะสม	39
ตารางที่ 5.12: แสดงงบกระแสเงินสด	39
ตารางที่ 5.13: แสดงงบฐานะการเงิน	40
ตารางที่ 5.14: แสดงการวิเคราะห์โครงการสร้างการลงทุน	42
ตารางที่ 5.15: แสดงข้อมูลการวิเคราะห์โครงการสร้างต้นทุน	42
ตารางที่ 5.16: การสังเกตการณ์ธุรกิจรับฝากเลี้ยง	45

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ป้ายร้านรับฝากเลี้ยง	2
ภาพที่ 1.2: สถานที่ตั้งของธุรกิจ	3
ภาพที่ 1.3: แผนที่ของธุรกิจ	4
ภาพที่ 1.4: ห้องรับฝากเลี้ยงสุนัข แบบที่ 1	6
ภาพที่ 1.5: ห้องรับฝากเลี้ยงสุนัข แบบที่ 2	6
ภาพที่ 1.6: ห้องรับฝากเลี้ยงสุนัข แบบที่ 3	7
ภาพที่ 1.7: ห้องรับฝากเลี้ยงแมว แบบที่ 1	7
ภาพที่ 1.8: ห้องรับฝากเลี้ยงแมว แบบที่ 2	8
ภาพที่ 1.9: ห้องรับฝากเลี้ยงแมว แบบที่ 3	8
ภาพที่ 1.10: พื้นที่เดินเล่นภายในของแมว (1)	9
ภาพที่ 1.11: พื้นที่เดินเล่นภายในของแมว (2)	9
ภาพที่ 1.12: พื้นที่เดินเล่นภายในสุนัข	10
ภาพที่ 1.13: พื้นที่เดินเล่นภายนอก	10
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิด	13
ภาพที่ 3.1: SWOT Analysis	14
ภาพที่ 4.1: The Business Model Canvas	22
ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กร	27

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

ปัจจุบันสัตว์เลี้ยงนับว่าเป็นส่วนหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เพิ่มมากขึ้น จากการที่สังคมได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คนมีอายุที่ยืนมากขึ้น ทักษะคิดของคนมีการเปลี่ยนแปลงหันมาครองโสดมากขึ้น คู่แต่งงานที่ไม่มีบุตร หรือมีบุตรยาก หลายคนจึงเลือกเลี้ยงสัตว์ไว้เป็นลูก ไม่ว่าจะเป็นสุนัข หรือแมว ดังนั้น สัตว์เลี้ยงจึงเติมเต็มความเป็นครอบครัวที่สมบูรณ์ให้กับคนยุคนี้เนื่องด้วยการเลี้ยงสัตว์เป็นหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจ ในสภาพสังคมยุคใหม่ที่มีวิถีการดำเนินชีวิตที่เต็มไปด้วยการแข่งขันและแรงกดดัน สัตว์เลี้ยงจึงสามารถช่วยผ่อนคลายความเหงาและความเครียดที่เกิดขึ้นให้ลดน้อยลงได้ และความน่ารักน่าเอ็นดูของสัตว์เลี้ยงก็ได้ผูกใจคนเลี้ยงจนต้องให้ความสำคัญ และดูแลเอาใจใส่เป็นเสมือนเพื่อนแก้เหงา เพื่อนรู้ใจ หรือหนึ่งสมาชิกในครอบครัว จึงทำให้คนในยุคปัจจุบันหันมาเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้น แตกต่างจากยุคก่อนที่เลี้ยงไว้เฝ้าบ้าน หรือแก้เหงาเท่านั้น

จากเหตุผลดังกล่าวนี้เอง จึงมีธุรกิจแปลกใหม่ที่สนองความต้องการของคนรักสัตว์เลี้ยงเกิดขึ้นอย่างมากมาย ทำให้การเติบโตของตลาดสัตว์เลี้ยงมีแนวโน้มเติบโต และเป็นที่ต้องการทั้งทางด้านสินค้าและบริการ ธุรกิจร้านบริการสุนัข เช่น อาบน้ำตัดขนสุนัข นวดสปาสุนัข โรงแรมสุนัข เป็นต้น ถือว่าเป็นธุรกิจทำเงินทำทอง หากอยู่ในทำเลที่ดี มีลูกค้าขาประจำสำหรับคนที่รักสุนัขแล้ว ลูกค้าเหล่านี้ล้วนมีความต้องการดูแล ความเอาใจใส่ และการได้รับบริการเป็นอย่างดีจากร้านบริการ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจสูงขึ้น ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจในการใช้บริการมากขึ้น แม้จะประสบปัญหาสภาวะเศรษฐกิจ แต่ผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับสุนัขยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง แนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

จะเห็นได้ว่าธุรกิจนี้มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก จึงเล็งเห็นโอกาสและช่องทางที่จะสร้างธุรกิจให้บริการรับฝากเลี้ยงน้องหมาและน้องแมวเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี ประกอบกับมีประสบการณ์ที่สัตว์เลี้ยงมาตั้งแต่เด็ก เป็นคนที่รักสัตว์ และคลุกคลีกับคนที่เลี้ยงสัตว์เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะครอบครัว ทำให้เข้าใจความรู้สึกของคนรักสัตว์เลี้ยง ซึ่งบางครั้งเจ้าของนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องไปทำงาน หรือไปเที่ยว ต่างจังหวัดหรือต่างประเทศนั้น ไม่สามารถทิ้งสัตว์เลี้ยงไว้ได้เพียงลำพัง หรือไม่มีคนคอยดูแลให้จำเป็นต้องหาสถานที่เพื่อฝากเลี้ยงให้กับสัตว์เลี้ยง ซึ่งบางที่สถานที่รับฝากนั้น ไม่เพียงพอต่อความต้องการของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่จะนำสัตว์เลี้ยงมาเข้ารับบริการ ต้องจองคิวล่วงหน้าเป็นเวลานาน ยิ่งโดยเฉพาะช่วงเทศกาลนั้นยิ่งไม่เพียงพอเป็นอย่างมาก นอกจากนั้นบางสถานที่ก็ไม่น่าไว้วางใจที่จะไปเข้ารับบริการ ธุรกิจนี้จึงมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก

ดังนั้นจึงจะศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนรูปแบบธุรกิจร้านบริการสำหรับรับฝากเลี้ยงสำหรับสุนัขและแมว โดยใช้ชื่อร้าน “Love Pet House” แถวบริเวณแคราย ภายในซอยติวานนท์ 24 อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นข้อมูลตัดสินใจในการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสุนัขและแมวต่อไป

1.2 แนะนำธุรกิจ

ธุรกิจร้านรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว ภายใต้แบรนด์ “Love Pet House” โดยยึดหลักที่ว่า Like Family Members เปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว

ภาพที่ 1.1: ป้ายร้านรับฝากเลี้ยง



จุดเริ่มต้นของร้าน Love Pet House นั้น เริ่มต้นจากที่เป็นรักสัตว์เลี้ยง เลี้ยงทั้งสุนัขและแมว ซึ่งบางครั้งเรามีเหตุจำเป็นที่จะต้องออกไปธุระ หรือจะไปเที่ยวไหน สุนัขและแมวของเรานั้นไม่มีใครสามารถมาดูแลได้ถ้าหากเราจำเป็นต้องไปค้างคืนที่ไหน จะฝากให้ญาติดูแลให้ก็ไปรบกวนผู้อื่น ดังนั้นก็ต้องนำไปฝากเลี้ยงตามคลินิกหรือสถานที่ที่รับบริการฝากเลี้ยง ที่เป็นสถานที่ที่น่าไว้วางใจ เพราะบางทีไม่สามารถรับรู้ได้เลยว่าสุนัขและแมวของเราจะอยู่อย่างไร ดูแลดีไหม เราก็ต้องเลือกจากความน่าเชื่อถือของสถานที่บริการและการใช้บริการที่เป็นร้านประจำ ซึ่งบางครั้งจะเกิดปัญหาที่ฝากเลี้ยงนั้นเต็ม ไม่สามารถรับฝากเลี้ยงได้ ซึ่งสถานที่ให้บริการรับฝากเลี้ยงนั้นไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคถือเป็นโอกาสทางธุรกิจที่จะเริ่มต้นธุรกิจนี้

1.3 ทำเลที่ตั้ง

ภาพที่ 1.2: สถานที่ตั้งของธุรกิจ



ทางเข้าที่ 1 ด้านซอยติวานนท์ 24



ทางเข้าที่ 2 ด้านซอยเทพนม 5

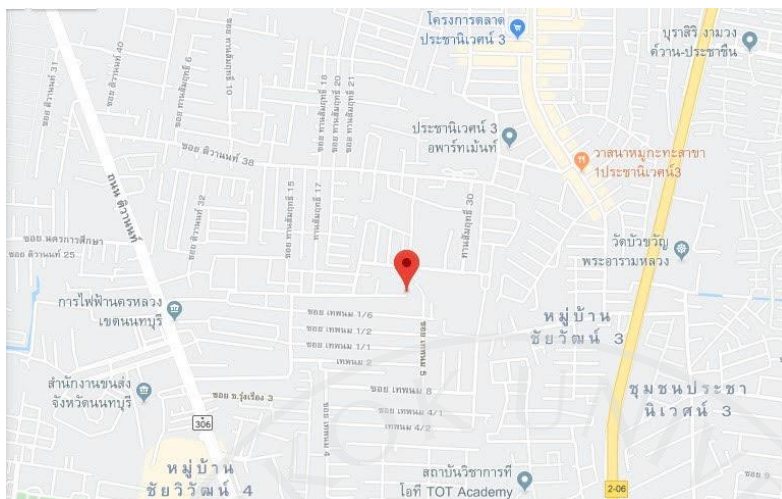
1.3.1 สถานที่ตั้งของธุรกิจ

บริเวณแถวแยกแคราย ซึ่งสามารถเดินทางสะดวก ที่ตั้งสามารถเข้าออกได้สองทาง และยังมีเส้นทางลัดเพื่อออกไปได้หลายเส้นทาง เป็นจุดศูนย์กลางของเส้นทางหลายเส้นเพื่อหลีกเลี่ยงรถติด และสถานที่นี้เป็นสถานที่ที่กว้างขวาง มีความเป็นส่วนตัว มีบรรยากาศที่ดีเหมือนสวน ห่างจากบ้านเรือนของคนอื่นพอสมควร มีพื้นที่ขนาด 400 ตารางวา

1.3.2 สถานที่ตั้ง

ตั้งอยู่ที่แยกแคราย ซอยติวานนท์ 24 ตำบล ท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

ภาพที่ 1.3: แผนที่ของธุรกิจ



ที่มา: Google.com. (2563). 33 ซอย ดิวนนธ์ 24 บางกระสอบ อำเภอเมืองนนทบุรี นนทบุรี 11000. สืบค้นจาก <https://goo.gl/maps/HUbX4tB8yoWg15aw6>.

1.2.3 จุดเด่นที่ตั้ง

เป็นสถานที่ที่เป็นจุดศูนย์กลาง เดินทางมาได้สะดวก ง่าย มีผู้คนสัญจรผ่านเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นเส้นทางลัดหลบรถติดออกไปเชื่อมต่อได้หลายทาง เช่น ถนนดิวนนธ์ งามวงศ์วาน ประชาชื่น สามัคคี แจ้งวัฒนะ ทางด่วน เป็นต้น

1.4 ประเภทของสินค้า/บริการ

ให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว ทั้งแบบรายวัน และรายชั่วโมง

1.5 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

1.5.1 วิสัยทัศน์

เป็นร้านที่บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและน้องแมว ที่ดูแลเอาใจใส่สัตว์เลี้ยงเหมือนสมาชิกในครอบครัว เป็นที่รับฝากเลี้ยงที่เป็นที่ยอมรับและเป็นที่น่าไว้วางใจให้ลูกค้ามากที่สุด ในย่านจังหวัดนนทบุรี

1.5.2 พันธกิจ

- 1) มุ่งหวังให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจากการเข้ารับบริการ การแนะนำให้มาเลือกใช้บริการรับฝากเลี้ยงที่ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด
- 2) สร้างความเชื่อมั่นโดยให้ความสำคัญและความใส่ใจในการให้บริการ ทางด้านความสะอาดและความปลอดภัย และสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการ สัตว์เลี้ยงที่ลูกค้านำมาเข้ารับบริการจะได้รับการดูแลเปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว

1.6 เป้าหมายทางธุรกิจ

ร้าน Love Pet House มีเป้าหมาย ดังนี้

- 1.6.1 สร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค สร้างเอกลักษณ์ของร้านให้ที่จำจดจำ โดยทำลักษณะเป็นเหมือนบ้านหลังที่สองของสัตว์เลี้ยง ดูแลเหมือนสมาชิกในครอบครัว
- 1.6.2 เพื่อสร้างรายได้อย่างน้อย 5% ต่อเดือน และผลกำไร คืนทุนในระยะเวลา 2 ปี
- 1.6.3 คาดหวังส่วนแบ่งทางการตลาดธุรกิจรับฝากเลี้ยงในจังหวัดนนทบุรี 30% ในปีแรกที่เปิดให้บริการ และเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10% ในปีถัดไป

1.7 รายละเอียดของสินค้า/บริการ

เป็นการให้บริการโรงแรมที่พัก รับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว เป็นบริการที่ช่วยแบ่งเบาภาระ และเพิ่มความสะดวกสำหรับผู้เลี้ยงสุนัขและแมวที่มีธุระ เช่น เดินทางไปต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ โดยสุนัขและแมวจะได้รับความสุขและได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ โดยมีรายละเอียดในการให้บริการ ดังนี้

- 1) อาหาร และ Snack
- 2) มีห้องส่วนตัวกว้าง สะอาด เตียนนุ่ม
- 3) มีเครื่องฟอกอากาศ เครื่องดักยุง ระบบป้องกันเห็บหมัด สัญญาณกันขโมย
- 4) มีของเล่น
- 5) มีพนักงานพาวิ่งเล่นสนามหญ้าและดูแลตลอด 24 ชั่วโมง
- 6) มีให้เลือกทั้งแบบห้องแอร์และแบบพัดลม
- 7) มีบริการรับฝากทั้งแบบค้างคืน ฝากชั่วคราวและฝากประจำเป็นรายเดือน
- 8) โดยก่อนเข้าพักจะมีเจ้าหน้าที่ตรวจความสะอาด เห็บ หมัด ตรวจแผล และพินบนร่างกายก่อนเข้าพัก
- 9) รับประกันความปลอดภัยเมื่อเข้าพักแล้ว

10) มีบริการส่งรูปและวิดีโออัปเดตให้เจ้าของสัตว์เลี้ยง 2 ครั้งต่อวัน หรือจะดูผ่านระบบกล้องวงจรปิดออนไลน์ 24 ชั่วโมง

1.7.1 ห้องพักสำหรับสุนัข

ภาพที่ 1.4: ห้องรับฝากเลี้ยงสุนัข แบบที่ 1



ที่มา: Pet Hotel Bangkok. (ม.ป.ป.). *Pet Hotel Bangkok บ้านหลังที่สองสุดหรูหราชของสัตว์เลี้ยงที่รัก*. สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/pet-hotel-bangkok/>.

ภาพที่ 1.5: ห้องรับฝากเลี้ยงสุนัข แบบที่ 2



ที่มา: Pet Hotel Bangkok. (ม.ป.ป.). *Pet Hotel Bangkok บ้านหลังที่สองสุดหรูหราชของสัตว์เลี้ยงที่รัก*. สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/pet-hotel-bangkok/>.

ภาพที่ 1.6: ห้องรับฝากเลี้ยงสุนัข แบบที่ 3



ที่มา: Pet Hotel Bangkok. (ม.ป.ป.). *Pet Hotel Bangkok บ้านหลังที่สองสุดหรูหราชของสัตว์เลี้ยงที่รัก*. สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/pet-hotel-bangkok/>.

1.7.2 ห้องพักสำหรับน้องแมว

ภาพที่ 1.7: ห้องรับฝากเลี้ยงแมว แบบที่ 1



ที่มา: Pet Hotel Bangkok. (ม.ป.ป.). *Pet Hotel Bangkok บ้านหลังที่สองสุดหรูหราชของสัตว์เลี้ยงที่รัก*. สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/pet-hotel-bangkok/>.

ภาพที่ 1.8: ห้องรับฝากเลี้ยงแมว แบบที่ 2



ที่มา: Pet Hotel Bangkok. (ม.ป.ป.). *Pet Hotel Bangkok บ้านหลังที่สองสุดหรูหราชองสัตว์เลี้ยงที่รัก*. สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/pet-hotel-bangkok/>.

ภาพที่ 1.9: ห้องรับฝากเลี้ยงแมว แบบที่ 3



ที่มา: Pet Hotel Bangkok. (ม.ป.ป.). *Pet Hotel Bangkok บ้านหลังที่สองสุดหรูหราชองสัตว์เลี้ยงที่รัก*. สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/pet-hotel-bangkok/>.

1.7.3 พื้นที่เดินเล่นทั้งภายใน และภายนอก ของสุนัขและแมว

ภาพที่ 1.10: พื้นที่เดินเล่นภายในของแมว (1)



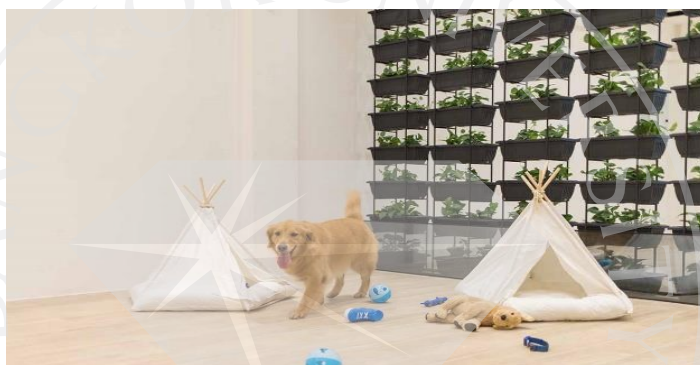
ที่มา: Pet Hotel Bangkok. (ม.ป.ป.). *Pet Hotel Bangkok* บ้านหลังที่สองสุดหรูหรรษาของสัตว์เลี้ยงที่รัก. สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/pet-hotel-bangkok/>.

ภาพที่ 1.11: พื้นที่เดินเล่นภายในของแมว (2)



ที่มา: Pet Hotel Bangkok. (ม.ป.ป.). *Pet Hotel Bangkok* บ้านหลังที่สองสุดหรูหรรษาของสัตว์เลี้ยงที่รัก. สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/pet-hotel-bangkok/>.

ภาพที่ 1.12: พื้นที่เดินเล่นภายในสุนัข



ที่มา: Pet Hotel Bangkok. (ม.ป.ป.). *Pet Hotel Bangkok* บ้านหลังที่สองสุดหรูพระราชของสัตว์เลี้ยงที่รัก. สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/pet-hotel-bangkok/>.

ภาพที่ 1.13: พื้นที่เดินเล่นภายนอก



ที่มา: Pet Hotel Bangkok. (ม.ป.ป.). *Pet Hotel Bangkok* บ้านหลังที่สองสุดหรูพระราชของสัตว์เลี้ยงที่รัก. สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/pet-hotel-bangkok/>.

บทที่ 2

วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

2.1 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้

ศึกษาความเป็นไปได้ของตลาด เพื่อนำมากำหนดรูปแบบการให้บริการที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและนำมาใช้ในการจัดทำแผนการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว เพื่อนำไปตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจในอนาคต

2.2 วิธีที่ใช้ในการดำเนินงาน

2.2.1 วิธีการดำเนินงาน

แผนธุรกิจการให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว “Love Pet House” จะใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาอธิบายลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ การศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดแผนธุรกิจให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว ได้ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม 2562 โดยการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่มีการเก็บไว้แล้ว เช่น บทความ งานวิจัย นวัตกรรม วารสาร เอกสารตีพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น ที่มีการเผยแพร่และจัดทำในรูปแบบสถิติต่าง ๆ

2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการวิจัย 2 แนวทาง คือ

- แบบสอบถาม (Questionnaire) ข้อมูลที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามของผู้ที่เลี้ยงสุนัขและแมว ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี และบริเวณใกล้เคียง จำนวน 200 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

- การสังเกตการณ์ (Observation) ข้อมูลที่ได้มาจากการสังเกตการณ์ในการเข้าใช้บริการร้านรับฝากเลี้ยงสุนัข และแมว โดยเข้าไปใช้บริการจริง สังเกตดูวิธีการให้บริการ ลักษณะการให้บริการ สถานที่ และขั้นตอนในการให้บริการแล้วทำการจดบันทึก โดยเลือกสังเกตการณ์ธุรกิจรับฝากเลี้ยงสุนัข และแมวที่อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 4 สถานที่ ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การเลือกเครื่องมือในการศึกษาโดยแบบสอบถาม (Questionnaire) และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีการสอบถามข้อมูลที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่ในส่วนสัมภาษณ์เชิงลึกจะมีการสอบถามถึงรายละเอียดที่มากกว่า และเหตุผลในแต่ละประเด็น โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อศึกษาลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย อาทิเพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ของลูกค้าในธุรกิจให้บริการความพึงพอใจในการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและความต้องการของลูกค้าในธุรกิจให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว อาทิ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ทัศนคติเกี่ยวกับร้านให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว ราคา ทำเล ที่ตั้งที่น่าสนใจ ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อรับข้อเสนอแนะ และปัญหาจากผู้ใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว

ในการใช้แบบสอบถามประมาณค่า ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

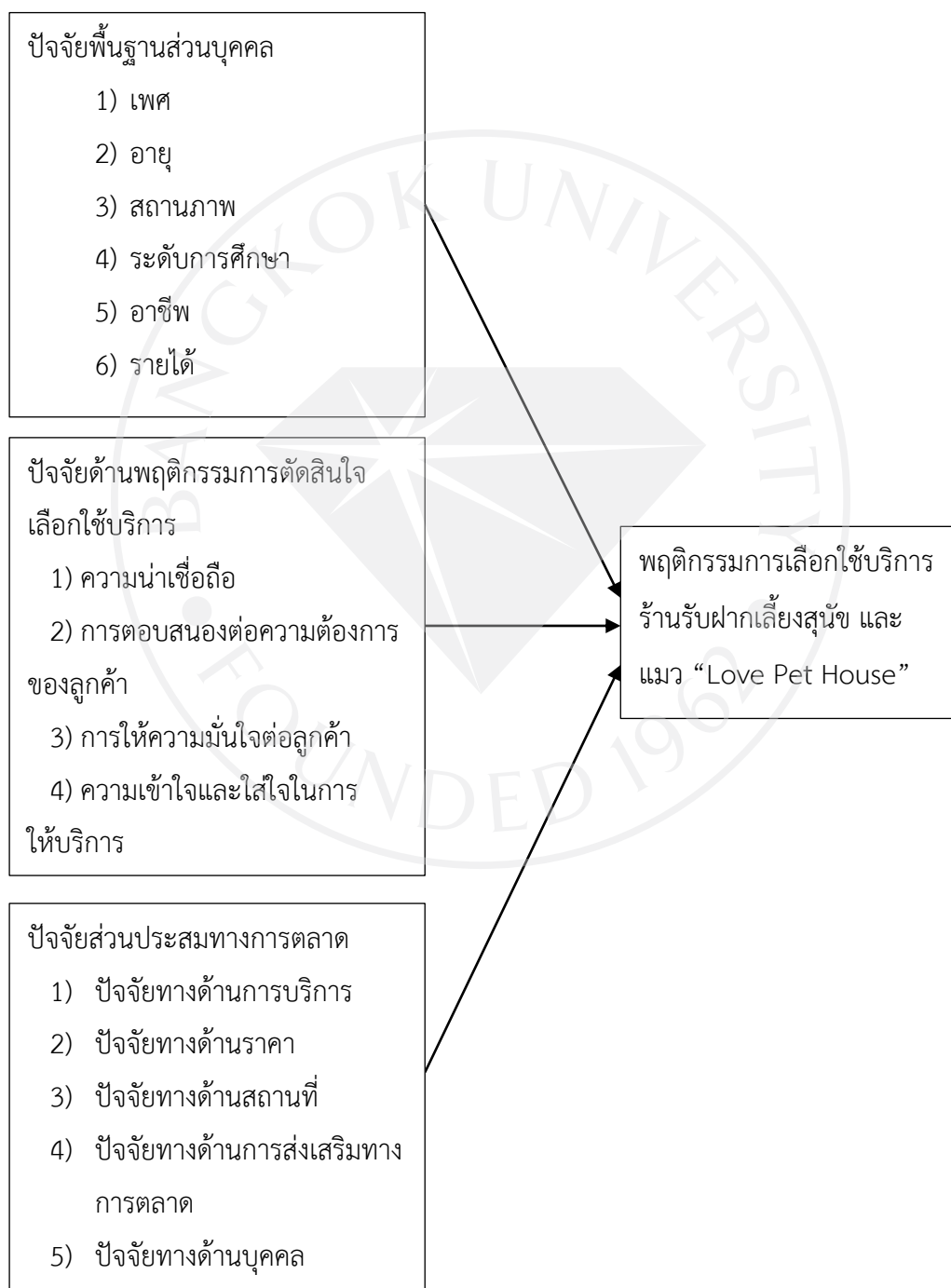
ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

2.3 กรอบแนวความคิด

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิด

ตัวแปรต้น (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

2.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติที่ได้จากการสัมภาษณ์ เป็นการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อธุรกิจรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวในปัจจุบัน และแนวโน้มของธุรกิจรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวในอนาคต เพื่อนำมาประเมินความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว บริเวณแถวแยกแคราย ภายในซอยติวานนท์ 24 จังหวัดนนทบุรี

2) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และแสดงค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

3) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าสถิติพื้นฐาน ของพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ และแสดงค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายถึงพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว

4) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว

2.4.2 สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาวิจัย มีสถิติ ดังต่อไปนี้

สถิติเชิงพรรณนา เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อธุรกิจ ภายใต้ทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis ของร้านบริการรับฝากเลี้ยง “Love Pet House” เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจโดยแบ่งเป็น ปัจจัยเสี่ยงภายในและปัจจัยเสี่ยงภายนอก รายละเอียด ดังต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากสภาพแวดล้อม (SWOT)

ภาพที่ 3.1: SWOT Analysis



ที่มา: Hildeman, G. (2015). *Using SWOT analysis to plan an uncertain future and increase organizational effectiveness*. Retrieved from <https://bit.ly/2JpHscR>.

3.1.1 Strength (S): จุดแข็ง

- 1) ผู้ก่อตั้งมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เนื่องจากเป็นผู้ที่เลี้ยงสุนัข และแมวมากกว่า 10 ปี ทำให้เข้าใจพฤติกรรมของสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดี
- 2) ร้านตั้งอยู่ใกล้ย่านชุมชน หมู่บ้าน ทำให้ความต้องการมีหลากหลาย
- 3) ทำเลที่ตั้งร้านสามารถเข้าได้ 2 ทาง มีพื้นที่กว้างขวาง มีที่จอดรถ มีเส้นทางลัดที่สามารถออกสู่ถนนใหญ่ได้หลายเส้นทางสะดวกทั้งขาไปและขากลับ

4) มีบุคลากรที่รักสัตว์เลี้ยง มีประสบการณ์ในการเลี้ยงสัตว์ และมีการพัฒนาทักษะ จัดฝึกอบรมให้กับพนักงานสม่ำเสมอ

5) ในร้านมีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างดีในการดูแลสัตว์เลี้ยง เช่น มีห้องส่วนตัวกว้าง สะอาด เตียนนุ่ม มีเครื่องฟอกอากาศ เครื่องดักยุง ระบบป้องกันเห็บหมัด สัญญาณกันขโมย ของเล่น

6) การบริการเน้นการดูแลใส่ใจสัตว์เลี้ยงเหมือนสมาชิกในครอบครัว และสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ

7) มีการทำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เน้นความเป็นกันเองต่อลูกค้า และเรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

8) สถานที่ให้บริการมีความสะอาด และมีระบบห้าเชื้อโรค

9) ระยะเวลาในการเปิดทำการมากกว่าคู่แข่ง คือ เปิดบริการทุกวันจันทร์ ถึงอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 9.00-20.00 น. ทำให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่ง

3.1.2 Weakness (W): จุดอ่อน

1) ชื่อเสียงทางธุรกิจอาจยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก จึงทำให้ลูกค้าส่วนมากยังไม่รู้จักร้าน และสถานที่ตั้ง รวมถึงการทำให้การบริการเป็นที่ยอมรับสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างฐานลูกค้า

2) ต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก ไม่ต่ำกว่า 5,000,000 บาท เนื่องจากพื้นที่ที่จะทำธุรกิจนั้น เป็นเพียงแค่ว่าที่ดินเปล่า

3) ยังขาดเรื่องบริการการรักษ และการให้บริการแบบครบวงจร

3.1.3 Opportunity (O): โอกาส

1) ตลาดธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมีอัตราแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น 10% คิดเป็นมูลค่า 3.5 หมื่นล้านบาท ซึ่งโตขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง และมีโอกาสเติบโตได้อีกในอนาคต ทำให้คนสนใจเลี้ยงสัตว์มากขึ้น

2) กระแสสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆในประเทศไทย

3) การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคมจากครอบครัวขนาดใหญ่เป็นครอบครัวที่เล็กลง รับกับสภาพสังคมยุคใหม่ ที่คนโสดมีมากขึ้น คนแต่งงานช้าลง มีลูกช้า ไม่ตั้งท้อง จึงเลือกเลี้ยงสัตว์และให้การดูแลที่ดีมากขึ้น ให้ความสำคัญเหมือนสมาชิกในครอบครัว

4) ประชาชนเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้ง่าย สามารถทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น เร็วขึ้น

5) ด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ และข้อจำกัดของร้านในเรื่องเวลาการให้บริการ ธุรกิจที่สามารถตอบสนองความสะดวกสบายของลูกค้าได้ ก็สามารถเป็นตัวเลือกของคนในยุคปัจจุบัน

3.1.4 Threats (T): อุปสรรค

- 1) นโยบายการเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำส่งผลต่อต้นทุนในเรื่องค่าใช้จ่าย และค่าจ้างพนักงาน
- 2) ด้วยธุรกิจให้บริการสัตว์เลี้ยงมีอยู่เป็นจำนวนมาก จึงเกิดการแข่งขันที่รุนแรงเพื่อแย่งชิงลูกค้า ดังนั้นจึงต้องเน้นการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพ เพื่อสามารถรับมือกับการแข่งขันและสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่ง
- 3) กระแสนิยมในประเทศไทยแปรเปลี่ยนตลอดเวลาทำให้เราโฟกัสความต้องการของลูกค้ายาก

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปโดยใช้ PEST Analysis

3.2.1 สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Factors)

ปัจจุบันประเทศไทยได้มี พระราชบัญญัติป้องกันการทารุณสัตว์ มีผลบังคับใช้แล้วเมื่อ 27 ธันวาคม 2557 เพื่อคุ้มครองสวัสดิภาพของสัตว์ พบการทารุณสัตว์ มีโทษจำคุก 2 ปี ปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงนั้น มีกฎหมายระบุว่า ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงถือเป็นธุรกิจด้านบริการด้านการบริการ จะได้รับการยกเว้นโดยไม่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ เว้นแต่มีการขายสินค้าอื่นด้วย ซึ่งโดยส่วนใหญ่ธุรกิจลักษณะนี้จะดำเนินการทั้งการให้บริการและการจำหน่ายสินค้าควบคู่กันไป โดยผู้ประกอบการที่ต้องการประกอบธุรกิจต้องขอจดทะเบียนพาณิชย์จัดตั้งธุรกิจที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์

3.2.2 สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)

สังคมในปัจจุบันมีจำนวนประชากรที่มีสถานะเป็นโสดเพิ่มขึ้น เมื่อไม่มีครอบครัว หรือภาระอื่น ทำให้มีความสามารถและกำลังในการใช้จ่ายไปกับกิจกรรมที่น่าสนใจ และบริการต่าง ๆ

3.2.3 สภาพสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Factors)

ในสังคมปัจจุบันนิยมมีลูกน้อย หรือไม่มีลูก รวมถึงการที่ประชากรของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ทำให้คนหันมาเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพื่อคลายเหงา และโดยส่วนใหญ่คือสุนัข ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด รองลงมาคือแมว ซึ่งลักษณะการเลี้ยงก็แตกต่างจากอดีตโดยสิ้นเชิง คือ ให้ความรักและการดูแลเป็นพิเศษเสมือนสมาชิกในครอบครัวคนหนึ่ง

3.2.4 สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technological Factors)

ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีบทบาทและความสำคัญในธุรกิจต่าง ๆ โดยจะนำมาใช้ในการบันทึกข้อมูลของลูกค้า การจองห้องพักสำหรับสัตว์เลี้ยง การอัปเดตโปรโมชั่นของร้านผ่าน Social Network ทำให้การกระจายข่าวสารเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เข้าถึงลูกค้าได้ถูกที่ถูกลง

3.3 การวิเคราะห์ TOWS Matrix

การวิเคราะห์ TOWS Analysis เป็นการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ ในการจับคู่ระหว่างทรัพยากรภายในธุรกิจโดยใช้ทักษะต่าง ๆ เพื่อโอกาสพร้อมทั้งความเสี่ยงต่าง ๆ จากภายนอกธุรกิจแต่ละสถานการณ์ต่าง ๆ ในช่วงจังหวะนั้น ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจ โดยการวิเคราะห์จาก ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกของธุรกิจซึ่งวิเคราะห์จาก TOWS Matrix ทำให้เกิดเป็นกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับธุรกิจ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1: TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	1) เป็นร้านที่สร้างความแตกต่างในการให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวอย่างชัดเจน 2) ทำเลที่ตั้งอยู่เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้าออกได้หลายทางและเป็นเส้นทางลัดออกสู่ถนนหลายสาย มีความร่มรื่นจากต้นไม้และสนามหญ้า สไตล์บ้านสวน 3) พนักงานที่ให้บริการ มีความรู้ความสามารถ มีความทุ่มเท มีความรักสัตว์เป็นพิเศษ และมีใจรักในการให้บริการ	1) การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง รวมถึงการทำให้การเป็นที่ยอมรับสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างฐานลูกค้า 2) ใช้เงินลงทุนในธุรกิจสูง 3) ยังขาดในเรื่องการให้บริการรักษา จำหน่ายเวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุนัขและแมว

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	<p>4) มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนและเป็นที่น่าสนใจของลูกค้าซึ่งทำให้เกิดการจดจำและนึกถึงเมื่อมีความต้องการที่จะใช้บริการ</p> <p>5) ผู้บริหารมีประสบการณ์ในการเลี้ยงสัตว์ในหลายรูปแบบ มีความรู้ด้านการจัดการและการบริหารธุรกิจการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>6) มีการเก็บข้อมูลของสุนัขและการใช้บริการ เพื่อทำระบบฐานข้อมูลสมาชิก</p> <p>7) ช่องทางในการติดต่อที่สะดวกและหลากหลาย</p>	
<p>โอกาส (O)</p> <p>1) ตลาดในธุรกิจให้บริการสัตว์เลี้ยงมีอัตราในแนวโน้มที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง</p> <p>2) การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคมจากครอบครัวขนาดใหญ่เป็นครอบครัวที่เล็กลง</p>	<p>SO Strategy</p> <p>1) เน้นจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ Love Pet House เพื่อให้ลูกค้าจดจำ</p> <p>2) สร้างการรับรู้คุณค่าที่จะได้รับในเรื่องของการให้บริการ ที่อยู่ในใจกลางเมือง แต่ยังมีสถานที่กว้างขวางและมีความเป็นธรรมชาติ</p> <p>3) ทำ CRM (Customer Relationship Management) คือ</p>	<p>WO Strategy</p> <p>1) ทำIMC (Integrated Marketing Communication) ซึ่งเป็นการทำการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าได้รู้จัก และทราบถึงธุรกิจของ Love Pet House</p> <p>2) พัฒนาบุคลากรให้สามารถทำได้หลายหน้าที่และทำงานทดแทนกันได้</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>รับกับสภาพสังคมยุคใหม่</p> <p>3) การมีบุตรยาก หรือ การเป็นโสด และ สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงเป็นยุคผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดความนิยมในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้น</p>	<p>การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าทำให้เกิดความภักดีต่อธุรกิจ หรือการแสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ และยังเก็บข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าในการเลือกใช้บริการตามความต้องการของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาไปพัฒนาและปรับปรุงแผนการตลาด ให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่นเหมือนครอบครัวเดียวกัน เมื่อมารับบริการ</p> <p>4) ทำการตลาดเพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสกับบริการและบรรยากาศที่น่าประทับใจของร้าน</p>	<p>3) ทำการเก็บข้อมูลและศึกษาความต้องการบริการทางการแพทย์</p>
<p>อุปสรรค (T)</p> <p>1) นโยบายการเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำส่งผลต่อต้นทุนในเรื่องค่าจ้างพนักงานและราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น</p> <p>2) ธุรกิจการให้บริการสัตว์เลี้ยงมีจำนวนมาก จึงเกิดการแข่งขันที่รุนแรงเพื่อแย่งชิงลูกค้า</p>	<p>ST Strategy</p> <p>1) ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกและอบรมพนักงานให้มีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ มีความเป็นมืออาชีพ ให้บริการที่เหนือระดับ รักษามาตรฐานและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและแข่งขันกับคู่แข่งได้</p> <p>2) มีการวางเส้นทางความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานเห็นถึงความก้าวหน้า และความมั่นคงในอาชีพ</p>	<p>WT Strategy</p> <p>1) ให้ค่าจ้างและสวัสดิการต่าง ๆ ของพนักงานมากกว่าหรือเท่ากับที่อื่น</p> <p>2) สร้าง Motivation คือ การสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน เพื่อมีสิ่งกระตุ้นทำให้พนักงานมีความพยายามในการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายในเรื่องของความก้าวหน้าในอาชีพ</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
ปัจจัยภายนอก		
3) การลาออกของพนักงาน หรือกิจการอื่นมาดึงตัวพนักงานทำให้เกิดการสะดุดในการทำงาน	3) มีการประเมินคุณภาพและการให้บริการจากลูกค้าที่มาใช้บริการ เพราะจะแก้ไขและปรับปรุงให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	3) ให้บริการรักษาของสัตว์ร่วมกับ คลินิกที่รู้จักและไว้วางใจ

บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

4.1 รูปแบบธุรกิจ

จากสถิติของธุรกิจสัตว์เลี้ยงทั้งหมดในปี 2562 พบว่า เติบโตต่อเนื่อง มีมูลค่ารวมสูงกว่า 2.9 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ถึง 15 เนื่องจากปัจจัยที่สำคัญในด้านสังคม เช่น คนครองโสดมากขึ้น คู่แต่งงานที่ไม่มีบุตร สื่อโซเชียลมีเดีย เกิดกลุ่มของคนรักสัตว์เลี้ยง และการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็นต้น ดังนั้น Love Pet House จึงเห็นโอกาสในการทำธุรกิจที่ให้บริการรับฝากเลี้ยงในบรรยากาศบ้านสวน โดยมีรายละเอียดในการให้บริการ ดังนี้

4.1.1 ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product)

ผลิตภัณฑ์หลักของร้านเป็นการบริการโรงแรมรับฝากเลี้ยงสุนัข และแมว ซึ่งได้แก่ การบริการห้องพักสำหรับสัตว์เลี้ยง สถานที่วิ่งเล่น และการดูแลสัตว์เลี้ยง

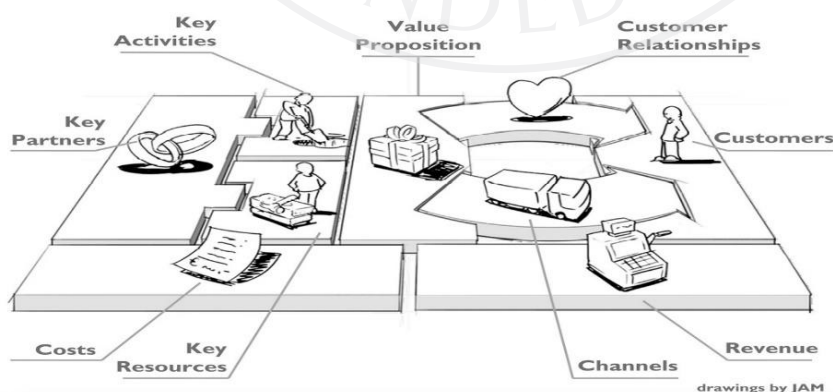
4.1.2 ผลิตภัณฑ์เสริม (Complementary Product)

ผลิตภัณฑ์เสริมของร้านแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

- 1) การจำหน่ายอาหาร และขนมเพิ่มเติมให้กับสุนัข และมาที่มาใช้บริการรับฝากเลี้ยง
- 2) อุปกรณ์ต่าง ๆ สำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Shop)

4.2 The Business Model Canvas

ภาพที่ 4.1: The Business Model Canvas



ที่มา: *Business Model Canvas*. (2015). Retrieved from <http://blog.vzmart.com/business-model-canvas/>.

4.2.1 Value Proposition

ลูกค้าที่มาใช้บริการจะได้รับการบริการที่ดีที่สุดด้วยการให้บริการรับฝากเลี้ยงดูแลสุนัข และแมว เป็นการช่วยแบ่งเบาภาระและเพิ่มความสะดวกสำหรับผู้เลี้ยงสุนัขและแมวที่มีฐานะ หรือมีความจำเป็นที่ไม่สามารถเลี้ยงสัตว์เลี้ยงของตนเองได้ในเวลาหนึ่ง ดูแลสัตว์เลี้ยงโดยทีมงานที่มีความรู้ ประสบการณ์ และมีความรักสุนัข และแมวเป็นพิเศษ ใส่ใจ ดูแล ปฏิบัติต่อสัตว์เลี้ยงเปรียบเสมือนกับสมาชิกในครอบครัว คำนึงถึงความปลอดภัยและความสุขของสุนัข และแมวมาเป็นอันดับหนึ่ง และที่สำคัญสุนัขและแมวที่มาอยู่นั้น จะได้ประสบการณ์ใหม่จากการรับฝากเลี้ยงที่ไม่ต้องอยู่กรงขังในพื้นที่ เฉพาะ แต่มีพื้นที่ให้สามารถวิ่งเล่น และสัมผัสกับธรรมชาติได้

4.2.2 Key Activities

ให้บริการรับฝากเลี้ยงดูแลสุนัข และแมว ด้วยมาตรฐานความสะอาด และความปลอดภัย จากทีมงานมืออาชีพ บุคลากรทุกคนคัดสรรมาจากบุคคลที่มีใจรักสุนัข และแมว และรักในการให้บริการ เพื่อมั่นใจว่าจะให้บริการด้วยความรักและการเอาใจใส่ในการดูแล เพื่อให้ลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมาฝากเกิดความประทับใจ และไว้วางใจ

4.2.3 Key Resources

ทรัพยากรที่สำคัญที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ คือ

- 1) ทรัพยากรบุคคล มีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในการให้บริการ ประกอบด้วย เจ้าของกิจการ ทีมงานผู้ดูแลและให้บริการ
- 2) ทรัพยากรทางธรรมชาติ มีบทบาทที่สำคัญในเรื่องของกลยุทธ์ในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้าน เพราะเป็นการสร้างความประทับใจในคุณภาพการให้บริการสุนัข และแมว ที่ได้สัมผัสบรรยากาศธรรมชาติสไตล์บ้านสวน เจ้าของก็สามารถสัมผัสและใกล้ชิดกับธรรมชาติได้ด้วยเช่นกัน
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น พื้นที่โล่งรับรองของเจ้าของสัตว์เลี้ยง สถานที่ให้บริการสถานที่จอดรถ เป็นต้น
- 4) ระบบสนับสนุนในการทำงาน เช่น ระบบข้อมูลสมาชิกของลูกค้า เว็บไซต์ของร้าน Social Media ต่าง ๆ และการนัดจองสำรองห้องพักของสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

4.2.4 Key Partners

สำหรับพันธมิตรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจรับฝากเลี้ยง Love Pet House แบ่งออกได้ดังนี้

- 1) พันธมิตรด้านการรักษาพยาบาล
- 2) โรงพยาบาลสัตว์รัตนวิเบศร์ จะเป็นผู้สนับสนุนในการตรวจรักษาสุนัขและแมวในกรณีฉุกเฉิน เมื่อสุนัขและแมวที่นำมาฝากเลี้ยงไว้เกิดป่วย หรือเกิดอุบัติเหตุขึ้น ก็จะบริการรักษาต่อในกรณีที่สุนัขหรือแมวต้องการรักษาหรือบริการทางการแพทย์

3) พันธมิตรด้านการจัดจำหน่ายอาหารสุนัขและแมว และอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง (Pet Shop)

K.U.GARDEN สาขารัตนานิเบศร์ เป็นศูนย์รวมอุปกรณ์และอาหารสัตว์เลี้ยงครบวงจร ที่มีทั้งการค้าปลีกและค้าส่ง มีสินค้าครบทุกอย่างที่ต้องการ ขายสินค้าในราคาส่ง ไม่แพง อยู่ใกล้กับสถานที่ประกอบธุรกิจ สะดวก และมีบริการส่งสินค้า จึงเลือกให้เป็นพันธมิตรในการจัดจำหน่ายอาหารสุนัขและแมว และอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง

4.2.5 Channels

ลูกค้าที่จะนำสัตว์เลี้ยงเข้ามาใช้บริการสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดได้จากหลายช่องทางที่มีการจัดทำขึ้นมาเพื่อเพิ่มความสะดวก และความรวดเร็วในการให้บริการ ดังนี้

- 1) Website ของทางร้าน และ Social Media ต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้น
- 2) ติดต่อทางโทรศัพท์หรือเดินทางไปที่ร้านโดยตรง

4.2.6 Customer Segments

1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ คนที่มีอายุ ตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่มีใจรักสุนัขและแมว เปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว มีระดับในการใช้จ่ายเพื่อสัตว์เลี้ยงในระดับที่สูง โดยจะเลือกเน้นใช้บริการให้กับสัตว์เลี้ยงที่มีมาตรฐานในระดับพรีเมียม ชื่นชอบบรรยากาศ และความสะอาดสบาย

2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ คนที่มีอายุ ตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่มีใจรักสุนัข และแมว เปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว มีระดับในการใช้จ่ายเพื่อสัตว์เลี้ยงในระดับที่เล็กน้อยถึงปานกลาง โดยจะเลือกเน้นใช้บริการให้กับสัตว์เลี้ยงที่มีราคาไม่สูงมากนัก ชื่นชอบบรรยากาศ และความสะอาดสบาย

4.2.7 Customer Relationships

สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย และบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยเพิ่มความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ และสร้างความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการได้ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าเกี่ยวกับการใช้บริการ การเก็บข้อมูลลูกค้าเบื้องต้น ความถี่ในการเข้าใช้บริการ เป็นต้น เพื่อจะได้ให้บริการลูกค้าได้ตรงตามความต้องการมากที่สุด รวมถึงให้คำแนะนำในการใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

4.2.8 Cost Structure

ธุรกิจการให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัข และแมวมมีต้นทุน ดังนี้

1) โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ	2,530,000 บาท
2) ค่าจ้าง เงินเดือนบุคลากร	172,000 บาท
3) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	500,000 บาท
4) ค่าสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายหรือใช้ในการให้บริการ	500,000 บาท
5) ค่าบำรุงรักษาและซ่อมแซม	200,000 บาท
6) ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในสำนักงาน	250,000 บาท

4.2.9 Revenue Stream

รายได้ของร้านรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวนั้น แยกได้ออกเป็น 2 ส่วน คือ

- 1) รายได้จากบริการให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว ร้อยละ 80 ถือเป็นรายได้หลัก
- 2) รายได้จากการขายอาหาร ขนม และอุปกรณ์ต่าง ๆ (Pet Shop) ร้อยละ 20 ถือเป็น

รายได้รอง



บทที่ 5 แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ในบทสุดท้ายนี้จะเป็นการนำเสนอแผนปฏิบัติการด้านการบริหารจัดการองค์กร ทรัพยากรบุคคล การจัดทำแผนกลยุทธ์ แผนการเงิน และแหล่งเงินทุน รวมทั้งการดำเนินตัวชี้วัดเพื่อประเมินผล และการวางแผนในการขยายธุรกิจไปในอนาคตของร้าน Love Pet House

5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและด้านทรัพยากรบุคคล

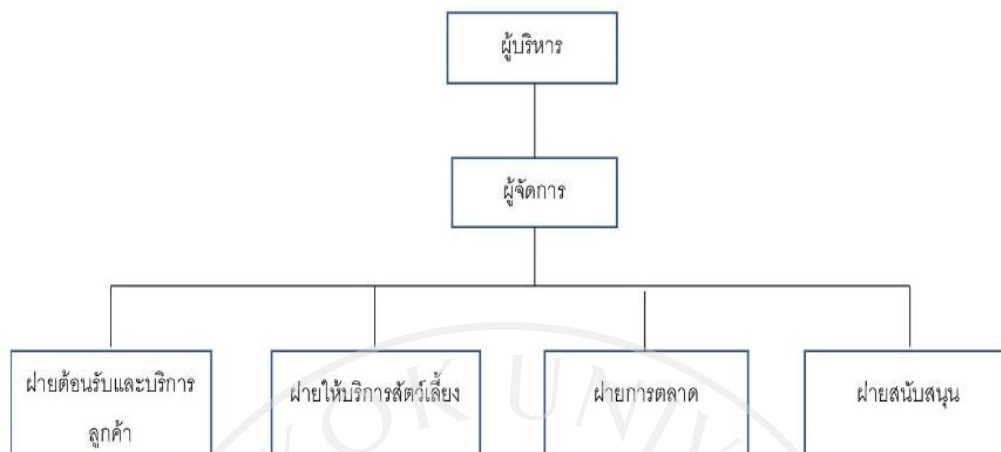
5.1.1 แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้

ธุรกิจร้าน Love Pet House เป็นธุรกิจรับฝากเลี้ยงสัตว์เลี้ยง โดยเป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดกิจการในอนาคต โดยจะนำหลักการสำรวจหรือเก็บข้อมูลทางสถิติ การสังเกตการณ์ หรือการนำหลักการพื้นฐานทางด้านกลยุทธ์ทางการตลาด การจัดการด้านบริการ การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล และการจัดการองค์กร เพื่อนำข้อมูลมาใช้ให้เหมาะสมตรงความต้องการของกลุ่มลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุดในพื้นที่ ที่จะดำเนินการธุรกิจในอนาคต ซึ่งการที่ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์และดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรต้องมีบุคลากรที่ดีมีคุณภาพและเหมาะสมกับงาน

5.1.2 โครงสร้างองค์กร

ร้าน Love Pet House ได้กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจมุ่งเน้นการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า จึงได้กำหนดโครงสร้างองค์กรให้เป็นแบบแบนราบ (Flat Organization) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานภายในองค์กรให้เกิดความรวดเร็ว คล่องตัว ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กร



ทางร้านจะแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบในตำแหน่งต่าง ๆ ดังนี้

1) ผู้บริหาร จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรมองค์กร กลยุทธ์และนโยบายในการบริหารงาน รวมทั้งเป็นผู้ประสานงานกับทุกฝ่าย เพื่อให้ธุรกิจมีระบบการจัดการและดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ผู้จัดการ จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่วางแผนการจัดการโดยภาพรวมทั้งหมด เพื่อนำพาบุคลากรภายในองค์กรให้ดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์และพันธกิจที่วางไว้ ตลอดจนทำการประเมินผลการทำงานและควบคุมในการทำงานร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ และสรุปผลการดำเนินงานของบริษัทเพื่อรายงานต่อผู้บริหาร นอกจากนี้ผู้จัดการของร้านยังต้องดูแลแก้ไขปัญหาในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า

3) ฝ่ายต้อนรับและบริการลูกค้า จำนวน 2 คน

ทำหน้าที่ในการต้อนรับและดูแลความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ แนะนำสินค้าและบริการ คิดค่าใช้จ่ายในการให้บริการ ทำบัตรสมาชิก บันทึกข้อมูลประวัติของสัตว์เลี้ยงและเจ้าของที่มาใช้บริการ แจ้งข้อมูลและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษ การรับรองควีสำรองห้องรับฝากเลี้ยงให้กับลูกค้าล่วงหน้าเพื่อเข้ารับการใช้บริการ และทำการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ตลอดจนรับข้อคิดเห็นและคำร้องเรียน

4) ฝ่ายให้บริการสัตว์เลี้ยง จำนวน 3 คน

ทำหน้าที่ในการให้บริการด้านการดูแลสัตว์เลี้ยงที่เข้ามาใช้บริการรับฝากเลี้ยง ให้อาหาร สัตว์เลี้ยง พาสัตว์เลี้ยงเดินเล่นออกกำลังกาย เพราะทางร้านมีนโยบายที่ไม่ให้สัตว์เลี้ยงอยู่ในกรงขัง

สัตว์เลี้ยง และดูแล เอาใจใส่ให้เปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว รักษาความสะอาดบริเวณห้องพัก และพื้นที่รับฝากเลี้ยง ตลอดจนดูแลบริหารสินค้าภายในร้าน เพื่อที่จะประสานงานในการจัดซื้อสินค้า และฝ่ายการตลาด เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ มีปริมาณเพียงพอ และเป็นสินค้าที่ตรงกับความ ต้องการของลูกค้า

5) ฝ่ายการตลาด จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ในการวางแผนการตลาด กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ กำหนดส่วน ประสมทางการตลาดเพื่อให้การบริการตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กำหนดไว้ สื่อสารการตลาด เพื่อให้ลูกค้ารู้จักร้าน Love Pet House และติดตามประเมินผลการทำการตลาดอยู่ตลอดเวลา เพื่อ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การทำการตลาดให้เหมาะสม

6) ฝ่ายสนับสนุน จำนวน 5 คน

ในฝ่ายนี้จะสามารถแยกออกได้เป็น 2 แผนก ได้แก่ แผนกการจัดการทั่วไป และแผนก แม่บ้านและผู้รักษาความปลอดภัย ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- แผนกการจัดการทั่วไป

ทำหน้าที่คัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ บุคลิกภาพที่ดี มีใจรักสัตว์เป็นพิเศษ ฯลฯ ปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงินให้เป็นไปตามแผนงบประมาณทางการเงิน ดูแลเรื่องค่าแรง สวัสดิการ นโยบายทางการเงิน วางแผนความก้าวหน้าในหน้าที่การงานของพนักงาน จัดซื้อสินค้าโดยต้องเลือกผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายที่มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับ ต้อง มีการเปรียบเทียบราคาจากหลาย ๆ ที่ เพื่อให้ได้สินค้าที่สามารถทำกำไรได้สูง

- แผนกแม่บ้านและผู้รักษาความปลอดภัย

ทำหน้าที่ในการดูแลเรื่องความสะอาดต่าง ๆ ทั้งหมดภายในร้าน การฆ่าเชื้อตาม มาตรฐานที่กำหนด การกำจัดกลิ่น และงานทิ้งขยะ ส่วนทางด้านผู้รักษาความปลอดภัยนั้นจะทำ หน้าที่ดูแลความเรียบร้อย บริการดูแลเรื่องที่จอดรถและการจราจรเข้าออกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

5.1.3 เภมทีในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

การประเมินผลการปฏิบัติงานมีวัตถุประสงค์มากกว่าการที่จ่ายค่าจ้าง เงินเดือนให้กับ พนักงาน เพราะผลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานมีผลต่อการพัฒนางาน และมีผลต่อการ บริหารงาน ซึ่งจะมีการสังเกตจากการปฏิบัติงานและการทำงานร่วมกันกับผู้อื่น รวมถึงการเก็บข้อมูล สถิติการเข้างาน การขาด ลา มาสาย เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลการประเมิน เพื่อเป็น ตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายว่ามีความสามารถทำงานได้มี ประสิทธิภาพ เหมาะสมกับงาน สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี และสื่อสารพูดคุยกับเพื่อนร่วมงานได้ อย่างดี ทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น ไม่เกิดปัญหาขัดแย้ง นอกจากนี้วิธีการสังเกตการณ์นั้นก็ต้องมี การสอบถามพูดคุยกับพนักงาน จัดทำแบบประเมินเพื่อนร่วมงานให้กับพนักงานทุกคนให้สามารถ

แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งในการตัดสินใจให้กับเจ้าของกิจการ

5.1.2 วิธีการจูงใจและรักษาบุคลากร

มีการให้ความสำคัญกับพนักงานอยู่ร่วมกันเหมือนครอบครัว มีความเป็นกันเอง ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และเปิดรับฟังความคิดเห็นของพนักงานเพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมกับธุรกิจ สภาพแวดล้อมในการทำงานถือเป็นส่วนหนึ่งในการจูงใจให้พนักงานในการทำงาน เพราะจะเป็นส่วนช่วยให้พนักงานทำงานได้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เมื่อมีบรรยากาศในการทำงานที่ดี มีค่าจ้างที่เหมาะสม มีการพัฒนาพนักงานโดยการส่งไปฝึกอบรม มีการยกย่องชมเชยพนักงาน มีการการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน เพื่อมีสิ่งกระตุ้นทำให้พนักงานมีความพยายามในการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายในเรื่องของความก้าวหน้าในอาชีพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) โบนัส 2 ครั้งต่อปี
- 2) สวัสดิการ
- 3) ค่าล่วงเวลา (O.T.)
- 4) ส่งพนักงานฝึกอบรมเพิ่มเติมทักษะเพื่อพัฒนาให้มีความก้าวหน้าในสายอาชีพ

5.1.5 การบริหารเงินเดือนและสวัสดิการ

ร้าน Love Pet House ให้ความสำคัญกับค่าตอบแทนให้กับพนักงาน เนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นสิ่งในการดึงดูดคนที่มีความรู้ ความสามารถในการทำงาน และมีใจรักในการทำงาน ในการบริหารค่าตอบแทนให้กับพนักงานต้องมีการปรับให้มีความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพสม่ำเสมอ ค่าตอบแทนของพนักงานสามารถแยกได้เป็น 2 ทาง ดังนี้

ตารางที่ 5.1: แสดงค่าแรงทางตรงและค่าแรงทางอ้อม

ทางตรง (Direct Pay)	ทางอ้อม (Indirect Pay)
เงินเดือน	ค่าประกันสุขภาพและชีวิต
ค่าล่วงเวลา (O.T.)	ค่ารักษาพยาบาล
โบนัส	วันหยุดประจำปี
	ลาพักร้อน ลากิจ ลาป่วย
	สวัสดิการ เงินช่วยเหลือ
	สิทธิประโยชน์จากประกันสังคม

ตารางที่ 5.2: แสดงเงินเดือนพนักงานในแต่ละตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน	รวม
ผู้จัดการสาขา	1	25,000	25,000
พนักงานต้อนรับและบริการลูกค้า	1	15,000	15,000
พนักงานแคชเชียร์	1	12,000	12,000
พนักงานให้บริการสัตว์เลี้ยง	3	14,000	42,000
พนักงานการตลาด	1	20,000	20,000
พนักงานทรัพยากรบุคคล	1	18,000	18,000
พนักงานบัญชีและการเงิน	1	20,000	20,000
พนักงานทำความสะอาด	1	10,000	10,000
พนักงานรักษาความปลอดภัย	1	10,000	10,000
รวม	11		172,000

5.1.6 การจ้างบุคลากร

การจ้างบุคลากรจะเริ่มต้นจากการประกาศรับสมัครพนักงานจากช่องทางออนไลน์ และติดป้ายประกาศรับสมัคร เมื่อพนักงานผ่านการรับสมัครและได้รับคัดเลือกให้เข้ามาทำงาน ถือว่าเป็นพนักงานชั่วคราวมีการทดลองให้ทำงานเป็นเวลา 3 เดือน โดยมีค่าจ้างเงินเดือนให้ปกติ แต่เมื่อผ่านการทดลองงานก็จะเป็นพนักงานประจำของร้านและจะได้รับสวัสดิการเพิ่มเติม

5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

5.2.1 แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้

เนื่องจากกระแสตลาดสัตว์เลี้ยงที่มีการเติบโตมากขึ้นในประเทศไทย (ธนาคารกสิกรไทย, 2562) เนื่องจากสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงทำให้ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงน่าสนใจ และมีการแข่งขันที่สูง ดังนั้น ร้าน Love Pet House ได้นำแนวคิดหลักการในการทำการตลาดของ ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7 Ps, SWOT, TOWs Matrix, Five Force Model และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งการให้บริการ ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งของธุรกิจรับฝากเลี้ยง การบริการต้องอาศัยพนักงาน เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก มีลักษณะเป็น One Stop Service ที่เดียวจบ ดังนั้นการให้บริการที่ดี และเป็นตามมาตรฐานตั้งแต่ครั้งแรกที่มาใช้บริการ

มีผลต่อการรักษาลูกค้าเพื่อให้กลับมาใช้บริการซ้ำ มีความจงรักภักดีต่อธุรกิจ และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจให้ลูกค้ามากที่สุด นอกจากนี้การบริการที่ดีแล้วนั้นความโดดเด่นของบริการที่แตกต่างจากที่อื่นด้วยทำเลที่ตั้ง บรรยากาศที่เหนือระดับ ร่มรื่นไปด้วยต้นไม้และสนามหญ้าสไตล์บ้านสวนที่นำมาเป็นจุดเด่นในการให้บริการก็สามารถช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

5.2.2 นวัตกรรมที่นำมาใช้กับบริการ

เพื่อให้ธุรกิจร้านรับฝากเลี้ยง Love Pet House ให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด จึงได้มีการนำระบบ POS มาใช้ในการเก็บข้อมูลลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลพื้นฐานของลูกค้า มีการสำรองที่พักของสัตว์เลี้ยงผ่านทางออนไลน์ ทำให้ง่าย สะดวกสบายต่อการเข้าใช้บริการ เพื่อให้บริการลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีการทำการตลาดออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางสื่อสารกับผู้บริโภค สร้างความเชื่อถือและภาพลักษณ์ในการให้บริการแก่ผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจ

5.2.3 การเพิ่มมูลค่าให้กับการบริการ

การเพิ่มมูลค่าให้กับการบริการร้าน Love Pet House รับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวนั้น เป็นการสร้างความแตกต่างจากธุรกิจร้านรับฝากเลี้ยงแบบเดิม โดยการทำธุรกิจที่มีบรรยากาศที่แตกต่างมีลักษณะเป็นบ้านสวนไม่เป็นเพียงแค่อาคารพาณิชย์ทั่วไป มีการดูแล เอาใจใส่ที่ดี การรับฝากเลี้ยงนั้นก็ไม่ใช่ทำให้สุนัขหรือแมวอยู่เพียงแต่กรงขังเท่านั้น และมีพื้นที่ให้สุนัขและแมวสามารถเดินเล่นได้ มีบรรยากาศที่ดี มีการให้บริการรับฝากเลี้ยงให้เลือกที่หลากหลาย ทั้งในแบบเป็นชั่วโมงหรือเป็นวัน ซึ่งแตกต่างจากร้านรับฝากเลี้ยงแบบเดิมที่รับฝากเพียงแค่วันเดียว

5.2.4 แนวทางในการพัฒนาการบริการ

ร้าน Love Pet House ให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวเป็นหลัก เมื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้แล้วนั้น อนาคตจะมีการขยายธุรกิจเพิ่มการให้บริการอาบน้ำ-ตัดขน มีการเพิ่มพันธมิตรทางการค้าเพื่อเพิ่มบริการรักษาสัตว์เลี้ยง พักฟื้นสัตว์เลี้ยง บริการรับส่ง และขยายเพิ่มขึ้นในอนาคตเพื่อจะให้มียุทธศาสตร์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงที่ครบวงจรในทุกด้าน Pet Center มาที่เดียวครบทุกบริการ

5.2.5 การตั้งราคา

ทางร้าน Love Pet House จะมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าทั่วไป แต่จะเน้นการบริการที่มีการดูแลอย่างดี ใส่ใจมากเป็นพิเศษ และอุปกรณ์ที่สะอาด ทันสมัย พื้นที่กว้างขวาง บรรยากาศที่ดี ซึ่งการคิดค่าบริการจะแบ่งตามขนาดน้ำหนัก และการบริการที่เข้ามาใช้บริการ

ตารางที่ 5.3: แสดงอัตราค่าบริการรับฝากเลี้ยงแบบเป็นรายชั่วโมง

ชนิดของสัตว์เลี้ยง	3 ชั่วโมงแรก (บาท)	ชั่วโมงถัดไป (บาท)
แมว	80	50
สุนัข	100	50

ตารางที่ 5.4: แสดงอัตราค่าบริการรับฝากเลี้ยงสุนัขแบบเป็นรายวัน

น้ำหนัก	ห้องแอร์ ราคา (บาท)/วัน	ห้องพัดลม ราคา (บาท)/วัน
น้ำหนักน้อยกว่า 10 Kg.	300	200
น้ำหนัก 10-20 Kg.	350	250
น้ำหนัก 20-30 Kg.	400	300
น้ำหนัก 30-40 Kg.	450	350
น้ำหนักมากกว่า 40 Kg.	500	400

ตารางที่ 5.5: แสดงอัตราค่าบริการรับฝากเลี้ยงแมวแบบเป็นรายวัน

น้ำหนัก	ห้องแอร์ ราคา (บาท)/วัน	ห้องพัดลม ราคา (บาท)/วัน
น้ำหนักน้อยกว่า 2 Kg.	350	250
น้ำหนักมากกว่า 40 Kg.	400	300

5.2.6 การบริหารช่องทางการจำหน่าย

ร้าน Love Pet House มีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหน้าร้าน และเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ โดยจัดทำเพจหน้าร้านผ่าน Facebook มีการจูงใจการให้บริการล่วงหน้าผ่านทางหน้าเว็บไซต์ มีการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านผ่านหน้าเว็บไซต์เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และเป็นส่วนในการตัดสินใจของลูกค้าเพื่อเข้ามาใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีช่องทางการติดต่อทั้งแบบออนไลน์ผ่านทาง Line @ ของร้าน และแบบออฟไลน์ผ่านทางโทรศัพท์ หรือหน้าร้าน Love Pet House

5.2.7 การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

ปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงเพื่อให้ลูกค้าจดจำร้านได้นั้นตราสินค้าของธุรกิจจึงมีความจำเป็นเป็นอย่างมากที่จะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าจดจำ เพื่อที่จะกลับมาใช้บริการ หรือแนะนำ บอกต่อบริการให้กับเพื่อน หรือกลุ่มผู้ใช้บริการอื่น เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ร้านได้อีกทางให้มีความรู้จักรูปร่างมากขึ้นและมาใช้บริการ และจะได้กลุ่มลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น โดยตราสินค้าของทางร้านนั้นจะใช้สัญลักษณ์รูปภาพ และตัวอักษรภาษาอังกฤษที่สื่อออกมาทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าธุรกิจนั้นเป็นธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง

5.2.7 การสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า

ร้าน Love Pet House จะเป็นการบริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวที่มีการแตกต่างจากเดิม โดยการเน้นการดูแล เอาใจใส่ที่ดีให้เหมือนกับสัตว์เลี้ยงเป็นเสมือนสมาชิกในครอบครัวของตนเอง ดูแลเหมือนกับที่เจ้าของดูแล เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและมั่นใจที่จะใช้บริการที่จะนำสัตว์เลี้ยงมาฝาก มีบรรยากาศในการให้บริการที่โดดเด่นแตกต่างจากที่อื่น ซึ่งการบริการที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานระดับพรีเมียมแต่ราคาไม่สูงมากคุ้มค่าเกินราคา และมีโปรโมชั่นพิเศษให้กับสมาชิกของร้าน

5.2.7 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ร้านจะมีการให้บริการแบบที่เป็นกันเอง รักษาระดับคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าในการเข้าใช้บริการ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีเมื่อมาใช้บริการ มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า มีช่องทางในการติดต่อและติดตามที่สะดวกหลากหลาย มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กลุ่มลูกค้ารับทราบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจแล้วกลับมาใช้บริการอีก

5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ

5.3.1 แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้

การบริการรับฝากเลี้ยงของร้าน Love Pet House นั้น ต้องมีการดูแลสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดีทั้งในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ในการดูแล อาหาร และขนมที่จะนำมาให้สัตว์เลี้ยงรับประทานก็ต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ไม่เป็นอันตรายต่อสัตว์เลี้ยง และเปรียบเทียบราคาในแต่ละที่เพื่อเป็นการบริหารต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่จะเกิดขึ้น ดังนั้น ขั้นตอนในการจัดซื้อจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการคัดเลือกสินค้าที่ดีมีคุณภาพมาใช้ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นในภายหลังกับผู้ที่ซื้อหรือผู้ใช้บริการ

5.3.2 วิธีการสั่งซื้อเป็นสินค้า

ร้าน Love Pet House เป็นธุรกิจที่ให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว ไม่สามารถผลิตสินค้าได้เองจึงต้องมีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเข้ามาใช้ในการให้บริการ ขั้นตอนในการสั่งซื้อถือเป็นหัวใจหลักของธุรกิจที่ทำให้ลูกค้ารู้ว่าธุรกิจแตกต่างจากที่อื่น สินค้าที่ใช้ต้องมีคุณภาพที่ดี ดังนั้น

ขั้นตอนการจัดซื้อจึงต้องมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยจะมีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพ มีการเลือกผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่มีคุณภาพที่ดี มีมาตรฐาน ปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับ ตัดสินใจเลือกอย่างละเอียด รอบครอบ มีการเปรียบเทียบราคาสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายหลายที่ เพื่อให้ได้สินค้าที่ดีและมีราคาถูกที่สุด มีระยะเวลาในการจ่ายเงินที่นาน เพื่อให้ธุรกิจสามารถทำกำไรได้สูงที่สุด มากกว่านั้นก็ต้องบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาสินค้าหรือวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำธุรกิจขาดหรือไม่มีสินค้า เพราะจะทำให้ธุรกิจเกิดผลกระทบในการให้บริการ

5.3.3 การจัดการคลังสินค้าและระบบสินค้าคงเหลือ

สินค้าคงคลังในธุรกิจรับฝากเลี้ยงสุนัข และแมวส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่นำมาใช้ดูแลสุนัข และแมวเมื่อเจ้าของนำสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการ เช่น อาหาร และขนม รวมถึงสินค้าสิ้นเปลืองอื่น ๆ ที่นำมาใช้ในการดูแลสัตว์เลี้ยง เพื่อให้การบริการสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น ต้องมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพ คือ การควบคุมดูแลสินค้าในคลังสินค้าไม่ให้มีสินค้ามากจนเกินไป เพราะจะทำให้เกิดปัญหาในเรื่องต้นทุนในการเก็บรักษา สินค้าเสื่อมคุณภาพ หมดอายุ ชำรุด ถูกขโมย หรือสูญหาย นอกจากนี้ยังเสียโอกาสในการนำเงินไปลงทุนหรือหมุนเงินในธุรกิจ เนื่องจากการนำเงินมาจมกับสินค้าคงคลัง แต่ถ้าหากสินค้าคงคลังน้อยเกินไปอาจทำให้เกิดปัญหาสินค้าขาดแคลน ไม่เพียงพอ สูญเสียโอกาสในการให้บริการลูกค้า เป็นการเปิดช่องทางให้แก่คู่แข่งชั้นทางธุรกิจ และอาจจะต้องเสียลูกค้าไป

นอกจากนี้ถ้าสินค้าที่ขาดแคลนนั่นเป็นสินค้าที่สำคัญต่อการให้บริการ การบริการอาจต้องหยุดชะงัก ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจในอนาคต ดังนั้นต้องมีการบริหารคลังสินค้าให้มีสินค้าที่อยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่มากเกินไปและไม่น้อยเกินไป เพราะคลังสินค้าเป็นการลงทุนที่ต้องใช้เงินเป็นจำนวนมากพอสมควร อาจทำให้กระทบต่อสภาพคล่องของธุรกิจได้ เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพและมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง รวดเร็ว จึงได้นำระบบ POS (Point of Sale) มาใช้ควบคู่กับการใช้พนักงานตรวจสอบสต็อกสินค้า โดยระบบ POS มีหน้าที่เก็บข้อมูลในการให้บริการ และข้อมูลสต็อกสินค้า โดยจะเก็บข้อมูลทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทั้งหมด เช่น ข้อมูลของสมาชิก และสถิติผู้เข้าใช้บริการในแต่ละวัน

5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน

5.4.1 แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้

การวางแผนทางการเงินเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการเตรียมความพร้อมและนำพาธุรกิจไปสู่ความมั่นคงทางการเงิน เพื่อให้สามารถวางแผนในการบริหารจัดการเงินลงทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ต่อการดำเนินธุรกิจให้มีสภาพคล่อง และยังสามารถใช้ในการตรวจสอบรายได้ ค่าใช้จ่าย และสถานะทางการเงินของธุรกิจ เนื่องจากสินทรัพย์ในการลงทุนของร้าน Love Pet House นั้นมาจากเจ้าของกิจการเพียงคนเดียวเท่านั้น โดยหลักการที่จะนำมาพิจารณาในการดำเนินธุรกิจนั้นต้องพิจารณาจากการประมาณการลงทุน การชำระคืนเจ้าหนี้ ประมาณการงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถบอกถึงสถานการณ์ของกิจการ และยังสามารถประเมินโอกาสและความเสี่ยงของกิจการ เพื่อที่เจ้าของกิจการมาใช้ประกอบในการตัดสินใจ เพื่อบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการให้มีสภาพคล่องและมีเสถียรภาพในการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

5.4.2 แหล่งที่มาของแหล่งเงินลงทุน

เงินลงทุนของกิจการของร้าน Love Pet House รับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว มาจากเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียว โดยไม่มีการกู้ยืมเงินลงทุนมาจากธนาคารหรือแหล่งเงินทุนอื่น ดังนั้นการตัดสินใจทั้งหมดขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว โดยสินทรัพย์ในการลงทุน ได้แก่ ที่ดิน จำนวน 400 ตารางวา และเงินสด จำนวน 4,000,000 บาท

5.4.3 การประมาณจุดคุ้มทุน

เมื่อกิจการได้เริ่มลงทุนในการดำเนินกิจการแล้ว จะมีการประเมินการคุ้มทุนในการลงทุนของกิจการเพื่อหาจุดคุ้มทุนในการประกอบกิจการ โดยการพิจารณาจากยอดค่าใช้จ่ายบริการกับระยะเวลาในการลงทุนที่ได้ประมาณไว้ว่าจะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 2 ปี

5.4.4 การประเมินผลตอบแทนจากการลงทุน

ทางร้านให้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวเป็นหลัก โดยมีการให้บริการที่หลากหลายรูปแบบ หลากหลายราคา และมีการขายอาหาร ขนม และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงด้วย โดยการคิดกำไรจะคิดจากราคาของต้นทุนที่ใช้ และบวกกำไรไป 30-40%

5.4.5 การประเมินระยะเวลาในการคืนทุน

ค่าใช้จ่ายในการลงทุน การลงทุนเริ่มต้นของธุรกิจมีการลงทุนที่ค่อนข้างสูง การประเมินระยะเวลาในการลงทุน สามารถคืนทุนในระยะเวลา 1 ปี 5 เดือน

$$\begin{aligned} \text{สูตรการคำนวณ ระยะเวลาในการคืนทุน} &= \text{เงินลงทุนแรกเริ่ม/ผลตอบแทนกานลงทุน} \\ &= 4,000,000/2,684,960 \\ &= 1.5 \end{aligned}$$

ตารางที่ 5.6: การประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของ เจ้าของ	เจ้าหนี้ (เงินกู้)
สินทรัพย์ถาวร			
ค่าก่อสร้างอาคาร งานระบบไฟฟ้า ประปา และปรับอากาศ	2,530,000		-
ค่าตกแต่ง ปรับปรุงภูมิทัศน์	200,000		-
อุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์ในการ ให้บริการ	250,000		-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,980,000	2,980,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าใช้จ่ายซื้อวัตถุดิบและสินค้าเริ่มต้น	500,000	500,000	-
รวมค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน	500,000	500,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	500,000	500,000	-
เงินสำรองเผื่อขาด	20,000	20,000	-
รวมเงินทุนเริ่มต้น	4,000,000	4,000,000	-
สัดส่วนโครงสร้างต้นทุน (%)	100%	100%	-

ตารางที่ 5.7: แสดงรายละเอียดการประมาณการรายได้ ปีที่ 1-5

รายได้หลัก

การประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมยอดขายต่อวัน	20,000	24,000	28,800	34,560	41,472
ยอดขายต่อเดือน	600,000	720,000	864,000	1,036,800	1,244,160
ยอดขายต่อปี	7,200,000	8,640,000	10,368,000	12,441,600	14,929,920
การประมาณการรายได้ที่เพิ่มขึ้น 20%					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.7 (ต่อ): แสดงรายละเอียดการประมาณการรายได้ ปีที่ 1-5

รายได้รอง

การประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมยอดขายต่อวัน	5,000	5,500	6,050	6,655	7,321
ยอดขายต่อเดือน	150,000	165,000	181,500	199,650	219,615
ยอดขายต่อปี	1,800,000	1,980,000	2,178,000	2,395,800	2,635,380

การประมาณการรายได้เพิ่มขึ้น 10%

การประมาณรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สรุปยอดรายได้ของรายปี	9,000,000	10,620,000	12,546,000	14,837,400	17,565,300

ตารางที่ 5.8: ต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 5%)	2,064,000	2,167,200	2,275,560	2,389,338	2,508,805
ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ (เพิ่มขึ้น 5%)	72,000	75,600	79,380	83,349	87,516
ค่าโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ (เพิ่มขึ้น 3%)	60,000	61,800	63,654	65,564	67,531
ค่าโทรศัพท์และ ค่าอินเทอร์เน็ต (เพิ่มขึ้น 3%)	19,800	20,394	21,006	21,636	22,285
ค่าเสื่อมราคา	596,000	596,000	596,000	596,000	596,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าของใช้สิ้นเปลือง	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวมต้นทุนคงที่	2,931,800	3,040,994	3,155,600	3,275,887	3,402,137
ยอดขาย	9,000,000	10,620,000	12,546,000	14,837,400	17,565,300

ตารางที่ 5.9: ต้นทุนผันแปร

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย	2,700,000	3,186,000	3,763,800	4,451,220	5,269,590
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
รวมต้นทุนผันแปร	2,712,000	3,198,600	2,826,630	2,892,632	2,965,200

การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่/อัตรากำไรส่วนเกิน

กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย-ต้นทุนผันแปร

อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน/ยอดขาย

ตารางที่ 5.10: แสดงงบกำไรขาดทุน

การคำนวณ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จุดคุ้มทุน					
กำไรส่วนเกิน	6,288,000	7,421,400	8,768,970	10,372,289	12,281,124
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
จุดคุ้มทุนต่อปี	4,188,286	4,344,277	4,508,000	4,679,838	4,860,196
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	349,024	362,023	375,667	389,987	405,016
จุดคุ้มทุนต่อวัน	11,634	12,067	12,522	13,000	13,501
งบกำไรขาดทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	9,000,000	10,620,000	12,546,000	14,837,400	17,565,300
หัก ต้นทุนผันแปร	2,712,000	3,198,600	3,777,030	4,465,112	5,284,176
กำไรส่วนเกิน	6,288,000	7,421,400	8,768,970	10,372,289	12,281,124
หัก ต้นทุนคงที่	2,931,800	3,040,994	3,155,600	3,275,887	3,402,137
กำไรก่อนหักภาษี	3,356,200	4,380,406	5,613,370	7,096,402	8,878,987
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	0	0	0	0	0
กำไรก่อนหักภาษี	3,356,200	4,380,406	5,613,370	7,096,402	8,878,987
หัก ภาษีเงินได้	671,240	876,081	1,122,674	1,419,280	1,775,797
กำไรสุทธิ	2,684,960	3,504,325	4,490,696	5,677,122	7,103,190

อัตรากำไรเงินได้ 20%

ตารางที่ 5.11: แสดงกำไรสะสม

ยกยอดไปงบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	2,684,960	3,504,325	4,490,696	5,677,122
บวก กำไรสุทธิ	2,684,960	3,504,325	4,490,696	5,677,122	7,103,190
หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-
กำไรสะสม ปลายงวด	2,684,960	6,189,285	7,995,021	10,167,818	12,780,312

ยกยอดไปงบ กระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาษีเงินได้	671,240	876,081	1,122,674	1,419,280	1,775,797
ภาษีเงินได้ค้าง จ่ายที่เพิ่มขึ้น	671,240	204,841	246,593	296,606	356,517

ตารางที่ 5.12: แสดงงบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจากกิจกรรม ดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	2684960	3504324	4490696	5677122	7103190
บวก ค่าเสื่อมราคา	596000	596000	596000	596000	596000
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	100000	100000	100000	100000	100000
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	671240	204841	246593	296606	356517
เงินสดจากกิจกรรม ดำเนินงาน	4052200	4405165	5433289	6669728	8155707

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.12 (ต่อ): แสดงงบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจากกิจกรรม ดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์ถาวร	-	-	-	-	-
	2,980,000				
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่ม ดำเนินงาน	-500,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการ ลงทุน	-	-	-	-	-
	3,480,000				
หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
ทุนหุ้นสามัญ	4,000,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรม การจัดหา	4,000,000	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	4,572,200	4,405,165	5,433,289	6,669,728	8,155,707
บวก เงินสดต้นงวด	-	4,572,200	8,977,365	14,410,654	21,080,382
เงินสดปลายงวด	4,572,200	8,977,365	14,410,654	21,080,382	2,9236,089

ตารางที่ 5.13: แสดงงบฐานะการเงิน

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงิน ฝากธนาคาร	4,572,200	8,977,365	14,410,654	21,080,382	29,236,089
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-	-	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.13 (ต่อ): แสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมสินทรัพย์ หมุนเวียน	4,572,200	8,977,365	14,410,654	21,080,382	29,236,089
สินทรัพย์ถาวร สุทธิ	2,384,000	1,788,000	1,192,000	596,000	-
ค่าจดทะเบียน และตกแต่ง สำนักงานสุทธิ	400,000	300,000	200,000	100,000	-
รวมสินทรัพย์ ถาวร	2,784,000	2,088,000	1,392,000	696,000	-
รวมเงินสินทรัพย์	7,356,200	11,065,365	15,802,654	21,776,382	29,236,089
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
ภาษีเงินได้ค้าง จ่าย	671,240	876,081	1,122,674	1,419,280	1,775,797
หนี้สินระยะสั้น	671,240	876,081	1,122,674	1,419,280	1,775,797
รวมหนี้สิน	671,240	876,081	1,122,674	1,419,280	1,775,797
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
กำไรสะสม	2,684,960	6,189,285	7,995,021	10,167,818	12,780,312
ส่วนของผู้ถือหุ้น	6,684,960	10,189,285	11,995,021	14,167,818	16,780,312
รวมหนี้สินและ ส่วนของผู้ถือหุ้น	7,356,200	11,065,366	13,117,695	15,587,098	18,556,109

ตารางที่ 5.14: แสดงการวิเคราะห์โครงการสร้างการลงทุน

กระแสเงินสดรับตลอดโครงการ	
ปีที่	
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	-4,000,000
1 กระแสเงินสดรับ	4,572,200
2 กระแสเงินสดรับ	6,189,285
3 กระแสเงินสดรับ	7,995,021
4 กระแสเงินสดรับ	10,167,818
5 กระแสเงินสดรับ*	12,780,312

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยอัตราคิดลด	30 %
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	12,208,112
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	-4,000,000
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	8,208,112.00
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)	141%

ตารางที่ 5.15: แสดงข้อมูลการวิเคราะห์โครงการสร้างต้นทุน

รายงานการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	6.81	10.25	12.84	14.85	16.46
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	6.81	10.25	12.84	14.85	16.46
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	3.78	5.94	10.53	24.89	-
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	1.22	0.96	0.79	0.68	0.60

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.15 (ต่อ): แสดงข้อมูลการวิเคราะห์โครงการสร้างต้นทุน

รายงานการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.09	0.08	0.07	0.07	0.06

การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.36	0.32	0.28	0.26	0.24
อัตราส่วนตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.4	0.34	0.37	0.40	0.42
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	70	70	70	70	70
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	0.37	0.41	0.45	0.48	0.51
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	0.3	0.33	0.36	0.38	0.4
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	8,208,112.00				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	141%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	0.10				

5.5 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว Love Pet House ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามสามารถนำมาสรุปได้ ดังนี้

5.5.1 สรุปข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย โดยเพศหญิง ร้อยละ 58 และเพศชาย ร้อยละ 42 อายุผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 29 รองลงมา คือ อายุมากกว่า 45 ปี ร้อยละ 28.5 และน้อยที่สุด คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 2.5 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

ร้อยละ 58 รองลงมา มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 37.5 และน้อยที่สุด คือ สถานภาพหย่าร้าง ร้อยละ 4.5 ระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 21.5 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 23 และน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 21.5 อาชีพผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกค้า ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป รองลงมา คือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 38.5 และน้อยที่สุดคือธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 22.5 รายได้ต่อเดือนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 37 รองลงมา คือ 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 33.5 และน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 7 จำนวนสุนัขหรือแมวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสุนัขหรือแมว 1 ตัว ร้อยละ 55 รองลงมา คือ 2 ตัว ร้อยละ 19 และน้อยที่สุด คือ 3 ตัว ร้อยละ 11.5

5.5.2 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว

ด้านข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการรับฝากสุนัขและแมว ในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 53.5 รองลงมา คือ วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 19 และน้อยที่สุด คือ อื่น ๆ เช่น ติดธุระ ร้อยละ 9 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการฝากเลี้ยง 1 วัน ร้อยละ 62.5 รองลงมา คือ 4-5 วัน ร้อยละ 6.5 น้อยที่สุด คือ มากกว่า 5 วัน ร้อยละ 5.5 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 300 บาท ร้อยละ 38.5 รองลงมา คือ 300-500 บาท ร้อยละ 36 และน้อยที่สุดคือ 500-1,000 บาท ร้อยละ 12.5 ซึ่งในการใช้บริการรับฝากเลี้ยงกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักพบกับปัญหาเรื่องความสะดวกของร้านที่ให้บริการรับฝากเลี้ยง ร้อยละ 37.5 รองลงมา คือ ความสะอาด ร้อยละ 29 และน้อยที่สุด คือ การบริการ ร้อยละ 12

5.5.3 สรุปปัจจัยในการเลือกใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว

ด้านข้อมูลปัจจัยในการเลือกใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการรับฝากสุนัขและแมว ให้ความสำคัญมากกับด้านการให้บริการ โดยให้ความสำคัญมากกับการที่พนักงานดูแลเอาใจใส่ที่ดี รองลงมา คือ ด้านสถานที่ ที่มีความสะดวกและถูกสุขอนามัย ด้านบุคลากร พนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหาและความต้องการของลูกค้า ด้านราคา มีหลายระดับให้เลือก และน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด คือ การโฆษณา

5.6 การสังเกตการณ์ธุรกิจรับฝากเลี้ยง

การสังเกตการณ์ธุรกิจรับฝากเลี้ยงนั้น เป็นการเข้าไปเรียนรู้ในฐานะผู้รับบริการเพื่อสังเกตการณ์ในตัวธุรกิจนั้น ๆ ว่า มีภาพส่วนรวมในการให้บริการมีลักษณะอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของผู้ศึกษา โดยแบ่งเป็น 4 หัวข้อใหญ่ ๆ คือ 1) การบริการ 2) สถานที่ 3) ความสะอาด และ 4) ความสะดวกของร้าน โดยมีข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.16: การสังเกตการณ์ธุรกิจรับฝากเลี้ยง

ชื่อร้าน	การสังเกตการณ์ร้านรับฝากเลี้ยง			
	การบริการ	สถานที่	ความสะอาด	ความสะดวก
โรงพยาบาล สัตว์ Lovely Pet	เป็นร้านที่ให้บริการครบ วงจร ในรูปแบบ โรงพยาบาลรักษาสัตว์ อาบน้ำ ตัดขน รับฝาก เลี้ยง จำหน่ายอาหาร และอุปกรณ์สำหรับสัตว์ เลี้ยง ซึ่งมีลูกค้า ค่อนข้างมาก ส่วนใหญ่จะมารักษา ฉีดวัคซีน ส่วนการรับ ฝากเลี้ยงนั้นจะต้องจอง ล่วงหน้าอย่างน้อย 2-3 วัน ไม่สามารถนำไป ฝากเลี้ยงได้เลย พื้นที่มี จำนวนจำกัดต้องอยู่ ภายในกรงคอนโด ทำให้ทางร้านต้องให้ สิทธิ์สุนัขและแมวที่ป่วย ก่อน พนักงานที่ให้ บริการดูแลเอาใจ ใส่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเอง ราคา การให้บริการอยู่ที่ 300-500 บาท/คืน	ตั้งอยู่ที่ 35/39-40 ถนนรัตนานิเบศร์ ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัด นนทบุรี 11000 สถานที่เป็นอาคาร พาณิชย์ 2 คูหา 3 ชั้น ไม่มีที่ให้สุนัข และแมวสามารถ เดินเล่นได้ มีเวลา ปล่อยสุนัขและแมว เป็นเวลาช่วงเช้ากับ เย็นให้ไปขับถ่าย ข้างตึกที่เป็นพื้นปูน ที่แคบไม่กว้างมาก พื้นที่ที่จำกัดนั้นทำ ให้ที่รับฝากนั้นเป็น เพียงแค่งรงคอนโด ที่ตั้งเรียงเป็นชั้น เพียง 1 กรงต่อ 1 ตัวเท่านั้น และให้ สิทธิ์สัตว์ที่มารักษา ก่อนทำให้ไม่ เพียงพอความ ต้องการของลูกค้า	พื้นที่ในการ ให้บริการนั้น ถือว่าอยู่ใน ระดับที่สะอาด มาก เพราะมี พนักงานคอย ทำความสะอาด ตลอดเวลา ทำ ให้พื้นที่ในการ ให้บริการมี ความสะอาด และไม่มีการกั้นที่ ไม่พึงประสงค์	ร้านอยู่ติดถนน ใหญ่ ถนน รัตนานิเบศร์ เดินทางค่อนข้าง สะดวก แต่อยู่ ตรงทางแยกพอดี และเป็นโค้งทำ ให้เลี้ยวรถเข้า ร้านค่อนข้างยาก พอสมควร เนื่องจากถนนนั้น รถค่อนข้างมาก ที่จอดรถก็ ค่อนข้างน้อย เพราะร้านอยู่ติด กับร้านขายส่ง อาหารสัตว์เลี้ยง ทำให้เกิดการแย่ง ที่จอดรถกัน และ ลูกค้าของร้านมี จำนวนมากทำให้ เกิดปัญหาใน เรื่องที่จอดรถไม่ เพียงพอ

(ตารางต่อ)

ตารางที่ 5.16 (ต่อ): การสังเกตการณ์ธุรกิจรับฝากเลี้ยง

ชื่อร้าน	การสังเกตการณ์ร้านรับฝากเลี้ยง			
	การบริการ	สถานที่	ความสะอาด	ความสะอาด
คลินิกหมอช้าง	เป็นร้านที่ให้บริการรักษา สัตว์ และมี บริการเสริมเป็น การรับฝากเลี้ยง จำหน่ายอาหาร และอุปกรณ์ สำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งมีลูกค้าส่วนใหญ่จะมารับรักษา ฉีดวัคซีน ส่วน การรับฝากเลี้ยง นั้นจะฝากตอนที่ สุนัขหรือแมวป่วยเป็นส่วนใหญ่ การบริการ ค่อนข้างช้า เนื่องจากคุณหมอ เป็นผู้ดูแลทุก อย่างในร้านเพียง คนเดียว ราคาอยู่ที่ 200-500 บาท/คืน	ตั้งอยู่ที่ ตลาด ประชาณิเวศน์ 3 ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง นนทบุรี จังหวัด นนทบุรี 11000 สถานที่เป็น อาคารพาณิชย์ 1 คูหา 3 ชั้น ไม่มีที่ให้สุนัขและ แมวสามารถเดิน เล่นได้ มีเวลา ปล่อยสุนัขและ แมว พื้นที่ที่ จำกัดนั้นทำให้ที่ รับฝากนั้นเป็น เพียงแค่กรง คอนโดที่ตั้งเรียง เป็นชั้น และรวม สุนัขและแมว รวมกันไว้ในห้อง เดียวเพียงแค แยกฝั่งเท่านั้น	ความสะอาด ภายในร้านถือว่า อยู่ในระดับที่ไม่ ค่อยสะอาด เพราะคุณหมอ ดูแลร้านเพียงคน เดียว กรงที่รับ ฝากเลี้ยงก็ ค่อนข้างสะอาด แต่เห็นจากในรูป ถ่าย เนื่องจากว่า ทางร้านไม่ อนุญาตให้เข้าไป บริเวณรับฝาก เลี้ยง	ไม่ค่อยสะอาด ไม่ค่อยสะอาด เพราะป้ายชื่อร้าน ก็หายาก หมอก็ไม่ ค่อยอยู่ร้าน ต้อง โทรหาคุณหมอ ล่วงหน้า บางที่ หมอออกไปข้าง นอก ไม่ค่อยอยู่ ประจำที่ร้าน อยู่ ใกล้ตลาดทำให้ เกิดปัญหาที่จอดรถ หาที่จอดรถ ยาก และหน้าร้าน ก็สามารถจอดรถ ได้เพียงคันเดียว เท่านั้น

(ตารางต่อ)

ตารางที่ 5.16 (ต่อ): การสังเกตการณ์ธุรกิจรับฝากเลี้ยง

ชื่อร้าน	การสังเกตการณ์ร้านรับฝากเลี้ยง			
	การบริการ	สถานที่	ความสะอาด	ความสะดวก
ร้าน The Dog	เป็นร้านที่ให้ บริการอาบน้ำ ตัดขน แต่มี บริการเสริมใน การรับฝากเลี้ยง ด้วย แต่รับฝาก เลี้ยงเฉพาะลูกค้า ประจำ และรับ แค่นุ้ขนพันธุ์เล็ก เท่านั้น การ ให้บริการนั้นเป็น กันเองเพราะคุณ ป้าเจ้าของร้านทำ ธุรกิจจากการที่ รักสัตว์ ใส่ใจดูแล สัตว์เลี้ยง เหมือนกับเป็น ของตนเอง ราคา อยู่ที่ 200 บาท/ คืน	ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 2 ซอยทานสัมพันธ์ 28 ต. ท่าทราย อ. เมือง จ. นนทบุรี 11000 เป็นบ้านเดี่ยว ที่ ต่อเติมเป็นร้าน เล็ก ๆ ริมรั้ว ห้องกระจก ติด แอร์ เพื่อ ให้บริการ เป็น กรงคอนโด 2 ชั้น ประมาณ 4 กรง สามารถ อยู่ได้ 2 ตัวต่อ 1 กรง และพาสุนัข เดินเล่นที่สวน ใกล้บ้าน	ความสะอาดของ ร้านอยู่ในระดับที่ ค่อนข้างสะอาด มีการทำความ สะอาดค่อนข้าง บ่อย ไม่มีกลิ่นที่ ไม่พึงประสงค์ กรงที่รับฝากเลี้ยง ก็ค่อนข้างสะอาด ถือว่าอยู่ในระดับ ที่ดี	อยู่ภายในหมู่บ้าน การเดินทางมา ร้านนั้นค่อนข้าง สะดวก หาง่าย มี ป้ายบอกชัดเจน ที่ จอดรถสามารถ จอดได้ที่ริมถนน หน้าร้าน เนื่องจากเป็นถนน ซอยของหมู่บ้าน ถือว่าค่อนข้าง สะดวก

(ตารางต่อ)

ตารางที่ 5.16 (ต่อ): การสังเกตการณ์ธุรกิจรับฝากเลี้ยง

ชื่อร้าน	การสังเกตการณ์ร้านรับฝากเลี้ยง			
	การบริการ	สถานที่	ความสะอาด	ความสะอาด
Happy Cats House	บริการรับฝากแมว โรงแรมแมว เป็น สถานที่รับฝากเลี้ยง แมวโดยเฉพาะ ที่ให้ ความรู้สึกรอบอุ่ม เหมือนอยู่บ้าน บรรยากาศเรียบง่าย เป็นกันเอง โดยจะ ให้แมวยู่ในห้อง แบบปกติ ไม่ใส่กรง ซึ่ง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ และมี พีโรโมนแมว เฟลิเวย์ ที่ช่วยลดอาการ เครียด มีบริการรับ- ส่งถึงที่ รวมถึงยัง อัปเดตความ เคลื่อนไหวรายวัน ด้วย ราคาเริ่มต้นอยู่ ที่ 300 บาท/ห้อง	ที่อยู่: 41/94 ซอยแจ้งวัฒนะ- ปากเกร็ด 24 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 เป็นบ้านเดี่ยวที่ เปิดบริการเป็น โรงแรมแมว โดยเฉพาะ มีห้อง ที่กว้างขวางติด แอร์ ไม่ต้องให้ แมวยู่กรงซึ่ง ขนาดห้องก็ กว้างขวาง สามารถพักได้ 2 ตัว ทำให้น้องแมว เดินเล่นและออก กำลังกายได้อย่าง สะดวกสบาย	โรงแรมที่ ให้บริการนั้นถือ ว่าอยู่ในระดับที่ ค่อนข้างสะอาด ในห้องที่รับฝาก เลี้ยงนั้นจะมี กระบะทรายแมว ไว้ให้แมวใช้ สำหรับขับถ่าย ทำให้สะอาด และไม่มีกลิ่นที่ ไม่พึงประสงค์ และคอยทำ ความสะอาด บ่อย	มีบริการรับ-ส่ง ถึงที่ ถือว่า ค่อนข้าง สะดวกมาก แต่ ถ้าหากเดินทาง ไปเองนั้นก็ถือ ว่าเดินทางง่าย สะดวกระดับ หนึ่ง โรงแรม อยู่ในซอยที่ ค่อนข้างแคบ เข้าซอยไปลึก พอสมควร และไม่มีที่จอด รถ ต้องจอดรถ ที่ถนนหน้าบ้าน

จากการสังเกตการณ์ภายในร้านรับฝากเลี้ยงทั้ง 4 แห่งแล้ว วิเคราะห์ได้ว่า
การให้บริการของร้านรับฝากเลี้ยง
ส่วนใหญ่จะเป็นคลินิกรักษาสัตว์ที่มีบริการพิเศษเพิ่มเติมในเรื่องการรับฝากเลี้ยง ซึ่ง
ส่วนใหญ่จะให้สิทธิ์กับสัตว์เลี้ยงที่เข้ามารักษาก่อน ทำให้การรับฝากเลี้ยงไม่เพียงพอกับความต้องการ

ของลูกค้า หรือบ้านที่แบ่งพื้นที่เปิดให้บริการรับฝากเลี้ยงโดยจะบริการแมว หรือสุนัขอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บริการแบบค้ำคินเท่านั้น ส่วนใหญ่เจ้าของกิจการจะดูแลกิจการเองคนเดียว มีการให้บริการที่เน้นความเป็นกันเองทุกร้าน มีการส่งรูปหรือคลิปวิดีโอให้ลูกค้าได้มั่นใจในการดูแลและการให้บริการ

สถานที่ของร้านจะมี 2 ลักษณะ 1) เป็นอาคารพาณิชย์ อยู่ติดริมถนน สถานที่ที่รับฝากเลี้ยงเป็นเพียงแค่งรงขังแบบคอนกรีต ไม่มีพื้นที่ให้สุนัขหรือแมวได้เดินเล่น และสุนัขและแมวที่ลูกค้านำมาฝากเลี้ยงต้องอยู่รวมกัน 2) เป็นบ้านเดี่ยว อยู่ในซอย เปิดเป็นโรงแรมสุนัขหรือแมวอย่างใดอย่างหนึ่ง มีห้องสำหรับฝากเลี้ยง มีพื้นที่ให้สัตว์เลี้ยงสามารถเดินเล่นได้

ความสะอาดของร้านส่วนใหญ่ อยู่ในระดับที่ดี เนื่องจากความสะอาดนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรับฝากเลี้ยงนั้นใช้ในการตัดสินใจใช้บริการ และเป็นสิ่งที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

ความสะอาดของร้านส่วนใหญ่ร้านตั้งอยู่ติดริมถนน ทำให้เดินทางสะดวกสบาย แต่ไม่มีที่จอดรถ

ดังนั้น จากการศึกษาได้ศึกษาข้อมูลเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของผู้ศึกษานั้น จึงได้เกิดแนวคิดที่จัดทำแผนธุรกิจรับฝากเลี้ยงที่สร้างความแตกต่างจากธุรกิจรับฝากเลี้ยงแบบเดิม โดยบริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวได้ในที่เดียว มีการให้บริการที่ดี เป็นลักษณะโรงแรมที่เป็นบ้านสวน มีพื้นที่บริเวณกว้างให้สุนัข และแมวสามารถเดินเล่นได้ มีความโดดเด่นของบริการที่แตกต่างจากที่อื่นด้วยทำเลที่ตั้ง บรรยากาศที่เหนือระดับ ร่มรื่นไปด้วยต้นไม้และสนามหญ้าสไตล์บ้านสวนที่นำมาเป็นจุดเด่นในการให้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีทั้งที่จอดรถ พนักงานที่ให้บริการ การบริการที่หลากหลาย ที่มีการรับฝากเลี้ยงแบบชั่วคราว หรือค้ำคิน และมีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ทั้งในเรื่องมาตรฐานการบริการ ความสะอาด เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจและมาใช้บริการ ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจร้านรับฝากเลี้ยงแบบเดิม

5.7 แผนสำรองของกิจการ

ในกรณีที่ไม่สามารถดำเนินกิจการได้ตามปกติ และตามเป้าหมายที่เจ้าของกิจการได้วางไว้ เพื่อที่จะให้ธุรกิจดำเนินการต่อไปได้ แม้จะมีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบ เช่น ปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างในปัจจุบันที่เกิดปัญหาไวรัสโควิด-19 ระบาดทำให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจจำนวนมาก ดังนั้นผู้จัดทำแผนธุรกิจได้จัดทำแผนรับมือไว้ ดังนี้

ช่วงธุรกิจเมื่อมีโรคระบาดเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้ มีเงินหมุนเวียนที่สามารถจ่ายเงินเดือนให้กับพนักงานได้

5.7.1 ปรับธุรกิจจากเดิมที่เป็นแค่ธุรกิจรับฝากเลี้ยง ดูแลสัตว์เลี้ยง และจำหน่ายสินค้าแต่หน้าร้าน ปรับให้มีการขายสินค้าที่ใช้ในการอุปโภค บริโภคของสัตว์เลี้ยงผ่านช่องทางออนไลน์แบบเต็มรูปแบบ และมีการส่งสินค้าให้ลูกค้าถึงหน้าบ้าน

5.7.2 ร้านรับฝากเลี้ยง อาบน้ำ ตัดขน ต้องปิดการให้บริการเนื่องจากภาครัฐให้ปิดเมื่อเกิดโรคระบาด ดังนั้นธุรกิจจึงมีการปรับให้มีการให้บริการอาบน้ำสัตว์เลี้ยงให้ถึงบ้าน ภายในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยการจองคิวล่วงหน้า อย่างน้อย 1 วัน

5.7.3 ช่วงที่ต้องกักตัวอยู่บ้านนั้นผู้คนส่วนใหญ่ต้อง Work from Home ทำให้มีเวลาอยู่บ้านมากขึ้น ดังนั้น กิจการควรทำผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการทำความสะอาด และดูแลสัตว์เลี้ยง ขายผ่านช่องทางออนไลน์



บรรณานุกรม

คลินิกหมอช้างรักษาสัตว์. (2560). สืบค้นจาก <https://th.polomap.com/นนทบุรี/30855>.

ธนาคารกสิกรไทย. (2562). *ไลฟ์สไตล์คนยุคใหม่ ดันตลาดสัตว์เลี้ยงโต*. สืบค้นจาก https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/SMETips/Pages/Pets_Business.aspx.

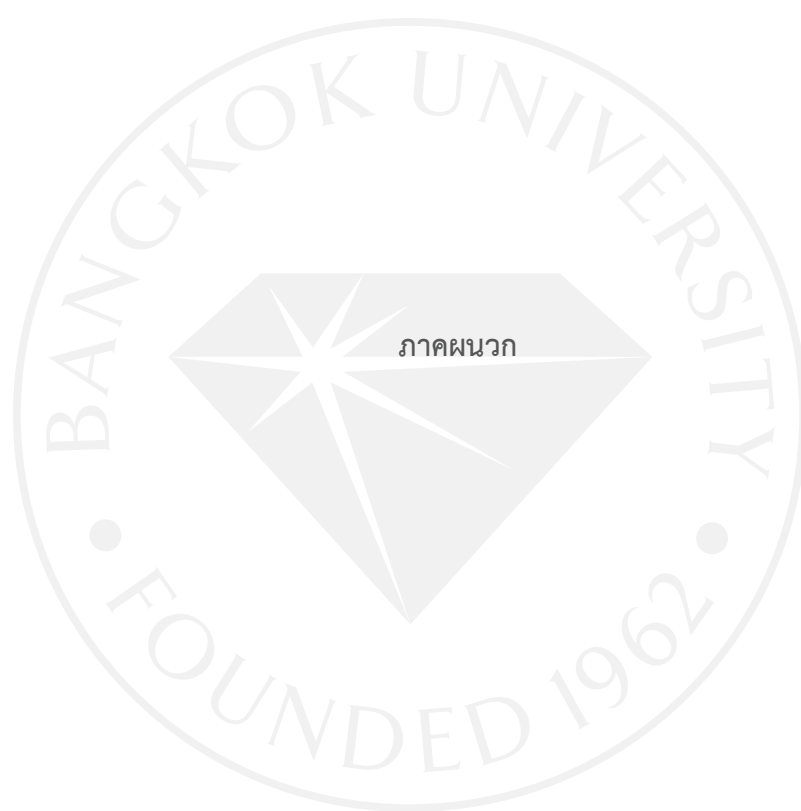
โรงพยาบาลสัตว์ *Lovely Pet*. (2561). สืบค้นจาก <https://pacheti.com/petdy/business/hospital/365/>.

Business Model Canvas. (2015). Retrieved from <http://blog.vzmart.com/business-model-canvas/>.

Google.com. (2563). *33 ซอย ติวานนท์ 24 บางกระสอ อำเภอมืองนนทบุรี นนทบุรี 11000*. สืบค้นจาก <https://goo.gl/maps/HUbX4tB8yoWg15aw6>.

Hildeman, G. (2015). *Using SWOT analysis to plan an uncertain future and increase organizational effectiveness*. Retrieved from <https://bit.ly/2JpHscR>.

Pet Hotel Bangkok. (ม.ป.ป.). *Pet Hotel Bangkok บ้านหลังที่สองสุดหรูทราของสัตว์เลี้ยงที่รัก*. สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/pet-hotel-bangkok/>.



แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านรับฝากเลี้ยง
สุนัขและแมว

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษานเฉพาะบุคคลของนักศึกษาหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมี
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว
(แบบสอบถามนี้ใช้เฉพาะผู้ที่เลี้ยงสุนัขและแมว)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1) เพศ
 - ชาย
 - หญิง
- 2) อายุ
 - ต่ำกว่า 20 ปี
 - 20-25 ปี
 - 26-35 ปี
 - 36-45 ปี
 - มากกว่า 45 ปี
- 3) สถานภาพ
 - โสด
 - สมรส
 - หย่าร้าง
- 4) ระดับการศึกษา
 - ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - ปริญญาตรี
 - สูงกว่าปริญญาตรี
- 5) อาชีพ
 - นักเรียน/นักศึกษา
 - ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 - พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง
 - ธุรกิจส่วนตัว
 - อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 6) รายได้ต่อเดือน
 - ต่ำกว่า 10,000 บาท
 - 10,000-20,000 บาท
 - 20,001-30,000 บาท
 - มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

- 7) จำนวนสุนัขหรือแมวที่เลี้ยง
- 1 ตัว 2 ตัว 3 ตัว มากกว่า 4 ตัว
- 8) ท่านใช้บริการร้านรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวบ่อยแค่ไหนต่อเดือน
- น้อยกว่า 1 ครั้ง 1-2 ครั้ง 3-4 ครั้ง
- 9) ท่านใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวจำนวนกี่วันต่อครั้ง
- 1 วัน 2-3 วัน 4-5 วัน มากกว่า 5 วัน
- 10) ท่านมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวเท่าไรต่อครั้ง
- น้อยกว่า 300 บาท 300-500 บาท
 500-1,000 บาท 1,000 บาทขึ้นไป
- 11) ท่านใช้บริการรับฝากเลี้ยงในวันใดมากที่สุด
- วันจันทร์-วันศุกร์ วันเสาร์-วันอาทิตย์
 วันหยุดนักขัตฤกษ์ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 12) ปัญหาที่ท่านพบบ่อยในการใช้บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมว (เลือกได้เพียง 1 ข้อ)
- การบริการ สถานที่ ความสะอาด ความสะดวก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

- 13) ปัจจัยต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านรับฝากเลี้ยงสุนัขและแมวของท่าน มากน้อยเพียงใด

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านบริการ					
1.1 ชื่อเสียงร้าน					
1.2 พนักงานดูแลเอาใจใส่ที่ดี					
1.3 บริการรวดเร็ว ตรงต่อเวลา					
2. ด้านราคา					
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ด้านราคา					
2.2 มีหลายระดับราคาให้เลือก					
2.3 ราคาถูกเมื่อเทียบกับคู่แข่ง					
3. ด้านสถานที่					
3.1 อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน					
3.2 มีที่จอดรถสะดวก					
3.3 ร้านตกแต่งสวยงามเข้ากับธรรมชาติ					
3.4 พื้นที่ประโยชน์ใช้สอยของตัวอาคาร					
3.5 สถานที่สะอาดถูกสุขอนามัย					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 การโฆษณา					
4.2 มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก					
4.3 โปรโมชัน					
5. ด้านบุคลากร					
5.1 พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว					
5.2 พนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหา และความต้องการของลูกค้า					
5.3 พนักงานมีความรู้เรื่องด้านการบริการในดูแลรับฝากเลี้ยง					
5.4 มีการคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ถูกต้อง					
5.5 พนักงานสุภาพ อ่อนโยน อธิษาศัยดี มีมารยาท ซื่อสัตย์					
5.6 พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสุนัข และแมว					
5.7 พนักงานใช้ภาษาสุภาพ และให้ข้อมูลกับลูกค้า ครบถ้วน					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือ



แบบการสังเกตการณ์ร้านรับฝากเลี้ยง

การสังเกตการณ์ธุรกิจรับฝากเลี้ยงนั้น เป็นการเข้าไปเรียนรู้ในฐานะผู้รับบริการเพื่อสังเกตการณ์ในตัวธุรกิจนั้น ๆ ว่ามีภาพส่วนรวมในการให้บริการมีลักษณะอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของผู้ศึกษา โดยแบ่งเป็น 4 หัวข้อใหญ่ ๆ คือ 1) การบริการ 2) สถานที่ 3) ความสะอาด และ 4) ความสะดวกของร้าน โดยมีข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางสังเกตการณ์ธุรกิจรับฝากเลี้ยง

ชื่อร้าน	การสังเกตการณ์ร้านรับฝากเลี้ยง			
	การบริการ	สถานที่	ความสะอาด	ความสะดวก

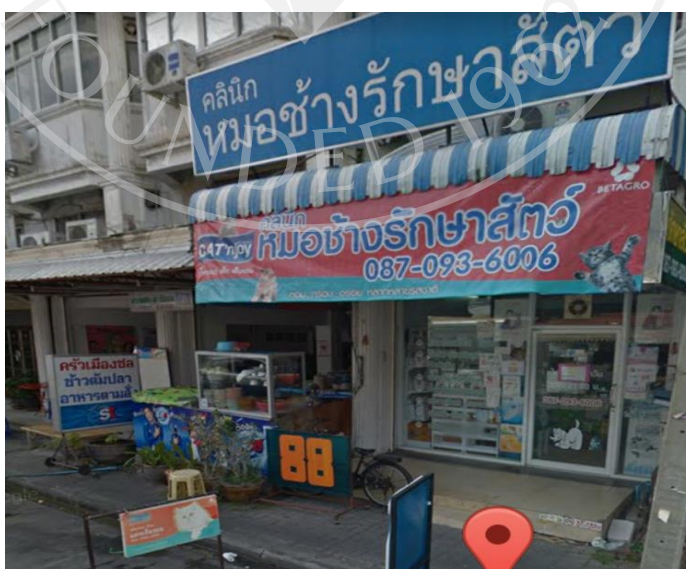
ร้านรับฝากเลี้ยงที่ไปสังเกตการณ์

1. โรงพยาบาลสัตว์ Lovely Pet



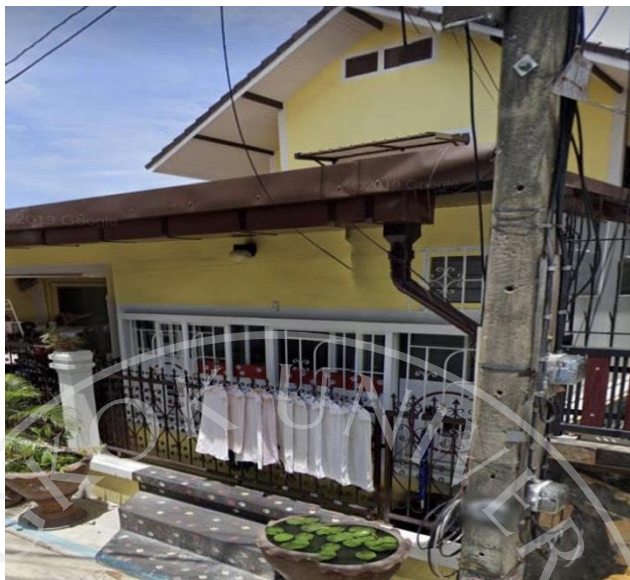
ที่มา: โรงพยาบาลสัตว์ Lovely Pet. (2561). สืบค้นจาก <https://pacheti.com/petdy/business/hospital/365/>.

2. คลินิกหมอช้าง

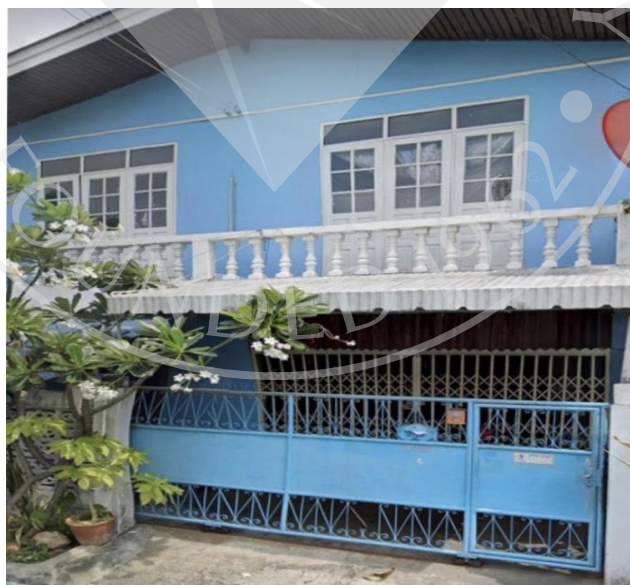


ที่มา: คลินิกหมอช้างรักชาสัตว์. (2560). สืบค้นจาก <https://th.polomap.com/นนทบุรี/30855>.

3. ร้าน The Dog Happy House



4. Happy Cat Houes



ประวัติผู้เขียน

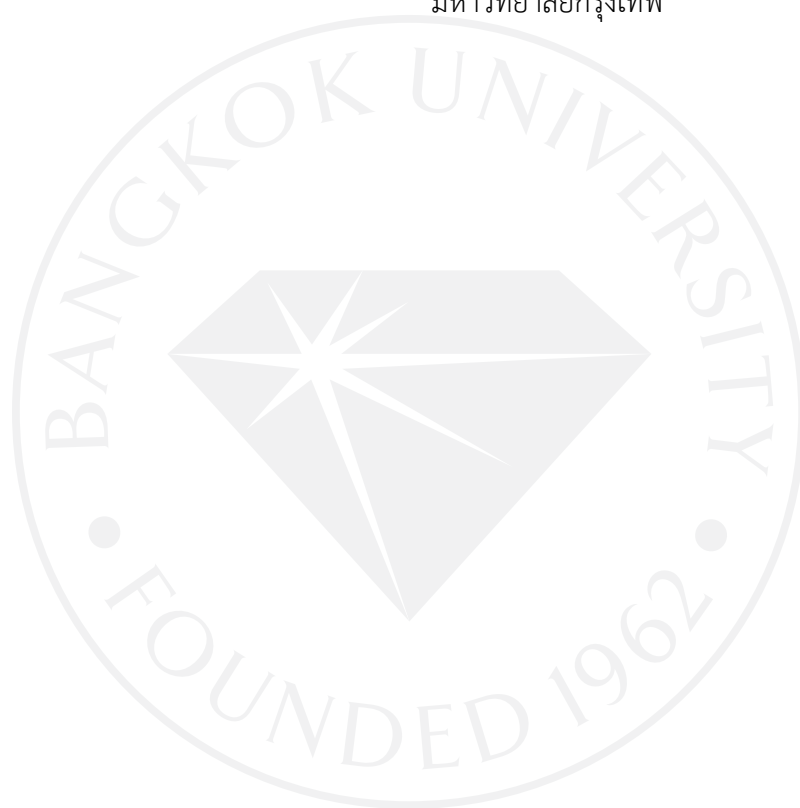
ชื่อ-นามสกุล

นันทิกานต์ ภิรมย์พูล

อีเมล

Nantikarn.phir@bumail.net

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์

วันที่ 24 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) _____ อยู่บ้านเลขที่ 33

ซอย ทิวานนท์ 24 แยก 1 ถนน ทิวานนท์ ตำบล/แขวง ท่าทราย

อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด นนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11000

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7610200433

ระดับปริญญา ตริ โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจทวบัณฑิต สาขาวิชา วิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด ปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ หัวข้อ _____ แผนธุรกิจร้าน Love Pet House

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร _____ บริหารธุรกิจทวบัณฑิต _____ ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี กำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อ สาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้ สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน ลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิใน สารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บ รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ [Redacted] ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(บันทึกงานต์...ภริมาย์พูล)

ลงชื่อ [Redacted] ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.อัญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ [Redacted] พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ [Redacted] พยาน
(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย