

ร้าน Dog Salon ธุรกิจบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข

Dog Salon Pet Service

ธิญา กุลวัธวัณญ

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน เป็นการกำหนดกรอบแนวความคิดและแนวทางการดำเนินปฏิบัติงาน โดยการวิเคราะห์รายละเอียดภาพรวมของธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในภายนอก การวิเคราะห์การแข่งขัน ที่มาของการแข่งขันคู่แข่งทางตรงทางอ้อม วิเคราะห์สภาพธุรกิจ วิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ข้อได้เปรียบ ทั้งจุดเด่น และจุดอ่อนของธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้ อีกทั้งคาดการณ์ค่าใช้จ่าย รายได้ กำไร ระยะเวลาคืนทุน และผลตอบแทน ให้เห็นภาพธุรกิจที่น่ามีความเป็นไปได้

แผนธุรกิจจัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจบริการประเภท เสริมสวย อาบน้ำ ตัดตกแต่งขน สุนัข ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาโอกาสในการประกอบธุรกิจและประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนสำหรับเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง ศึกษาในรูปแบบการจัดทำแผนธุรกิจโดยค้นคว้าข้อมูลและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ของกิจการและคู่แข่งซึ่งจะใช้ประกอบการตัดสินใจ กำหนดกลยุทธ์ของกิจการเพื่อสร้างความได้เปรียบที่เหนือคู่แข่ง จะนำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจและวิเคราะห์ถึงผลตอบแทนจากการลงทุนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ลงทุน

คำสำคัญ: สุนัข, เสริมสวย, บริการ, ธุรกิจจัดแต่งขน

ABSTRACT

Business plans are prepared to set clear goals. Framing the concepts and practices of work. By analyzing the detailed overview of the business. Analysis of internal and external factors Competitive Analysis A source of competitive advantage, direct, indirect competitors. Business Analysis Analysis of the competitive advantage of the strengths and weaknesses of the business to be consistent with the objectives laid down. The projected cost of revenues payback period and return to visualize business that would be possible.

Business plan prepared for salon services Bath Wrap with loads which are intended. To study the opportunity to engage and assess the feasibility of the project as a guideline for the business pet. Education in the form of a business plan by researching and analyzing factors affecting the business to understand the situation of the Company and its competitors, which are used for decision making. Strategic acquisitions to create an advantage over competitors. Will lead to success in the business and analyze the return on investment to build the confidence of investors.

Keywords: Dog, Businesses, Services, Beauty Salons, Grooming

บทนำ

ธุรกิจตัดแต่งขนสุนัข เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองคนรักสัตว์เลี้ยง ให้บริการกับสิ่งที่ลูกคำรัก ห่วง และห่วง โดยเฉพาะสุนัขและแมว อันเนื่องมาจากไลฟ์สไตล์การเลี้ยงของสัตว์เลี้ยง สุนัขและแมวของคนไทยเปลี่ยนไป คือ เลี้ยงสุนัขและแมวเหมือนดังสมาชิกในครอบครัววิถีการดำรงชีวิตเต็มไปด้วยการแข่งขัน คนมีความเร่งรีบเครียดเกิดขึ้น การนำสัตว์มาเลี้ยงเป็นทางหนึ่งซึ่งช่วยผ่อนคลายความเหงาและลดความเครียดให้ลดน้อยลงได้ดีสุนัข แมว เป็นสัตว์เลี้ยงที่เป็นที่นิยมในทุกชนชาติเป็นอย่างมากและด้วยเหตุผลต่างๆเหล่านี้ส่งผลให้จุดประสงค์ของการเลี้ยงสุนัขเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยเลี้ยงไว้เพื่อฝึกหัด เช่นการเลี้ยงสุนัขไว้เพื่อป้องกันอาชญากรรม กลายมาเป็นสมาชิกของครอบครัวเพื่อเป็นเพื่อนเล่นของเด็กและเพื่อแก้เหงาสำหรับผู้ใหญ่ ทั้งนี้เพราะสัตว์เลี้ยงเหล่านี้สามารถให้ความเพลิดเพลินและรักษาสุขภาพจิตทางอ้อม สำหรับการลงทุนธุรกิจ เสริมสวย สัตว์เลี้ยง อาจจะมีมองว่าธุรกิจนี้เริ่มต้นได้ยาก แต่ถ้าหากมีใจในการรักสัตว์เลี้ยง ก็ไม่ได้เป็นเรื่องที่ยากอีกต่อไป ธุรกิจร้านตัดแต่งขนสุนัขเกิดขึ้นจากการเลี้ยงดูและสนใจพฤติกรรมสัตว์เลี้ยง ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างคนรักสุนัขกับสุนัขตัวโปรด โดยจะดูแลเอาใจใส่สุนัขในเรื่องของอาหารการกิน การฝึกสอนนิสัย สุขภาพและป้องกัน รวมไปถึงการอาบน้ำ การเสริมสวยสุนัข ทรายปัดที่คนยังรักสุนัข ธุรกิจเสริมสวยอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข จะยังคงมีอยู่ในอนาคตต่อไป

กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

- ธุรกิจบริการสิ่งที่ควรจะต้องคำนึงก็คือความสะดวกสบายของลูกค้ารวมถึงความปลอดภัยของสัตว์เลี้ยงแสนรัก
1. DELIVERY การบริการนอกสถานที่ถือเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ในบริการอาบน้ำ – ตัดขน หรือบริการคลินิกสัตว์แพทย์ นอกสถานที่ บริการส่งอาหารสัตว์ และบริการรับศพ เคลื่อนย้ายน้องหมาไปทำพิธี
 2. ONLINE ใช้ช่องทางติดต่อสื่อสารออนไลน์ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด เพราะเป็นช่องทางการติดต่อสั่งซื้อสินค้าและบริการ
 3. GROUP จัดกิจกรรมของกลุ่มผู้รักสัตว์เลี้ยง โดยจะต้องเป็นผู้ให้บริการที่ดี สร้างความประทับใจให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีกับทางร้าน โดยอาจจะจัดกิจกรรมเพื่อขอบคุณลูกค้า ปีละ ครั้ง เพื่อเป็นการขอบคุณลูกค้า 1
 4. CARE จะต้องใส่ใจในการดูแลสัตว์เลี้ยง ให้ได้รับความสะดวกสบาย และปลอดภัยอย่างดีที่สุด โดยจะต้องใส่ใจจดจำในรายละเอียด มีความเข้าใจอุปนิสัยของแต่ละสายพันธุ์ ของผู้เลี้ยงสุนัขเจ้าของเป็นอย่างดี คำนึงด้านความรู้สึกเป็นสิ่งสำคัญ ในส่วนของทางร้าน ต้อง ซาลอน เองก็ต้องใส่ใจพนักงานโดยจะต้องคัดเลือกบุคลากรที่ดี เลี้ยงที่มีใจรักสัตว์เข้าทำงาน และมีการฝึกอบรมพนักงานให้เป็นระบบก็จะทำให้ธุรกิจมีโอกาสประสบความสำเร็จ
 5. ADAPT การบริการจะต้องมีความยืดหยุ่นบ้าง การมีกฎเกณฑ์เงื่อนไขที่มากเกินไปจะทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่อยากกลับมาใช้บริการกับทางร้านอีก
 6. TRUST สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าที่มารับบริการ ควรระมัดระวังอย่าให้ลูกค้าเสียความรู้สึก จะต้องมีความมุ่งมั่นในการที่จะรักษามาตรฐานคุณภาพในการบริการให้ดียิ่งขึ้นไปเรื่อยๆ (พงค์ศรณีย์ พลศรีเลิศ, 2557)

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันว่ามีแนวโน้ม ความต้องการของตลาดต่อธุรกิจ บริการ ร้านอาบน้ำ ตัดแต่ง ขนสุนัข

เพื่อศึกษาในรูปแบบพฤติกรรมของผู้เลี้ยงสุนัข และบริการธุรกิจ บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่ง ขนสุนัข

ระเบียบวิธีวิจัย

ขั้นตอนในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนในการศึกษาดังนี้

ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยแบ่งตามข้อมูลดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ Primary Data ทำการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้วิจัยในเขตบางแค บริเวณชุมชนในหมู่บ้าน(เศรษฐกิจ โดยเนื้อหาครอบคลุมวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัข และให้ความสำคัญกับการเลี้ยงดูแลสัตว์เลี้ยง รวมไปถึงรูปแบบและบริการที่มีความสนใจ นำมาวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลทุติยภูมิ Secondary Data เป็นวิธีการศึกษาข้อมูลจาก หนังสือ เอกสาร นิตยสาร บทความ ข่าว หนังสือพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมไปถึงงานวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นฐานข้อมูล แนวทางในการค้นคว้าศึกษาวิจัยและวางแผนธุรกิจ

การศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม Questionnaire โดยจะเป็นคำถามเปิด Opened Form และคำถามปิด Closed Form เพื่อใช้สำรวจผลทางการตลาด เพื่อดูแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนรูปแบบในการบริหารธุรกิจบริการ ร้าน อาบน้ำ ตัดแต่ง ขนสุนัข

ขั้นวิเคราะห์ความสัมพันธ์ จะเป็นการศึกษาวิเคราะห์โดยการนำข้อมูลทั้งหมดเพื่อนำมาวางแผน การบริหารร้านอาบน้ำ ตัดแต่ง ขนสุนัข

ขั้นประมวลผล ขั้นตอนสุดท้ายโดยการนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ ร้านอาบน้ำ ตัดแต่ง ขนสุนัข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ศึกษาและการสุ่มกลุ่มตัวอย่างของผู้เลี้ยงสุนัขประชากรที่ใช้ในการศึกษารวบรวมข้อมูลที่จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจข้อมูลทางการตลาด และดูแนวโน้มความต้องการของผู้เลี้ยงสัตว์ คือ ประชากรใน เขตบางแค บริเวณระแวงชุมชนหมู่บ้านเศรษฐกิจ และ ใกล้เคียง จัดทำแบบสอบถาม Questionnaire เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติ โดยมีกลุ่มประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน คน 400

วิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถามวิจัยและตัวอย่างในการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการรวบรวมเป็นแบบสอบถาม Questionnaire เพื่อถามความคิดเห็นและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง มีการแจกแบบสอบถาม Questionnaire ตามร้านค้า ตลาด ในชุมชนหมู่บ้านเศรษฐกิจโดยเจาะจง เลือกกลุ่มเป้าหมายผู้ที่บ้านเลี้ยงสุนัข ในการแจกทำแบบสอบถาม Questionnaire โดยแบ่งคำถามออกเป็น ประเภท 3

ผลสรุปการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ในเขตบางแค ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในเขตบางแค ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ รายได้เฉลี่ยรวม อาชีพ

จากการสำรวจพบว่าเพศที่นิยมเลี้ยงสุนัขจำนวนเพศ

1. หญิง คิดเป็นร้อยละ 57.8%
2. เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.2%

จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามสถานภาพมีดังนี้

1. สถานภาพโสดอยู่กับครอบครัว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 162.5%
2. สถานภาพสมรส จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8%
3. สถานภาพโสดอยู่คนเดียว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8%
4. สถานภาพสมรสไม่มีบุตร จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8%
5. สถานภาพหม้ายคิดเป็นร้อยละ 29 หย่าร้าง จำนวน/ยละ 7.3%

จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่

1. 20- 33 คน คิดเป็นร้อยละ 132ปี จำนวนละ 30%
2. 31- 41 ปี และ 40- 23 คน คิดเป็นร้อยละ 95ปี จำนวนละ 50.8%
3. ช่วงอายุมากกว่า 8 ปี คิดเป็นร้อยละ 60%

จากการสำรวจพบว่าแบบสอบถามรายได้ประชากรใหญ่จะมีรายได้อยู่ที่

1. 15, 001- 30,40 บาท เป็นจำนวน 000%
2. 30,001- 45,24 บาทจำนวน 000.8%
3. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,20 บาท มีจำนวน 000%
4. รายได้45, 001- 60,12 บาท จำนวน000.8%
5. มากกว่า 60,2 บาท ร้อยละ 000. 5%

จากการสำรวจพบว่าผู้ใช้บริการเสริมสวย ตัดแต่ง ขนสุนัข ส่วนใหญ่มีอาชีพ

1. พนักงานเอกชน31.3%
2. เป็นอาชีพค้าขาย29 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/.3%
3. อาชีพนักเรียน นักศึกษา/15.3%
4. อาชีพรับราชการ1 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/4.3%
5. แม่บ้าน 9.3%

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการเสริมสวย ตัดแต่ง ขนสุนัข ร้าน ต็อก ชาลอน

จากการสำรวจพบว่าผู้เข้ามาใช้บริการเสริมสวย ตัดแต่ง ขนสุนัข

1. เคยเข้าใช้บ้างน้อยกว่า 3 ครั้งต่อเดือนคิดเป็น 31.8%
2. เคยเข้ากรณีไม่สามารถอาบน้ำหรือตัดแต่งขนสุนัขได้คิดเป็น 29%
3. ไม่เคยเข้าใช้บริการคิดเป็น 20%
4. เคยเป็นประจำมากกว่า 19 สัปดาห์ คิดเป็น/ครั้ง 2.3%

จากการสำรวจพบว่าผู้ใช้บริการเสริมสวย ตัดแต่ง ขนสุนัข ความสนใจซื้อสินค้าชนิดใดเมื่อเข้าร้าน Pet Shop

1. ด้านคุณภาพ40 คนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 161.3%
2. ด้านราคา 23 คน ค่าเฉลี่ย 93.3%
3. สื่อโฆษณาชวนเชื่อที่นำเสนอใน TV. 70 คน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 17. 5%
4. ความคิดเห็นจากลูกค้าท่านอื่น 11 คน ค่าเฉลี่ย 45.3%
5. ประสบการณ์ในการเลือกซื้อ 7 คน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 30.5%
6. สาเหตุอื่นๆ คน 1

จากการสำรวจพบว่าผู้ใช้บริการเสริมสวย ตัดแต่ง ขนสุนัข มักใช้พิจารณาในการซื้อสินค้าส่วนใหญ่

1. อาหารสัตว์เลี้ยงคิดเป็น 43%
2. ขนมอบคิ้วคิดเป็น 20.3%
3. สิ่งของที่เป็นนวัตกรรมใหม่คิดเป็น 17. 8%
4. เสื้อผ้าของเล่นคิดเป็น 10. 5%
5. วิตามินอาหารเสริมคิดเป็น 8.5%

ช่วงเวลาดังนี้

จากการสำรวจพบว่าผู้ใช้บริการเสริมสวย ตัดแต่ง ขนสุนัข ผลสำรวจช่วงเวลาที่ต้องการมาใช้บริการ

1. ช่วงเวลา 12:00 – 15:00 น 29 ค่าเฉลี่ยคิดเป็น .%
2. ช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 26%
3. ช่วงเวลา 9:00 – 12:00น ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 20.3%
4. ช่วงเวลา 15:00 – 18:00 น19 ค่าเฉลี่ยคิดเป็น .. 3%
5. หลัง 18:00 น5 นไปค่าเฉลี่ยคิดเป็นเป็นต้น ..5%

จากการสำรวจพบว่าปัจจัยที่ทำให้อยากเลี้ยงสุนัข ผลการสำรวจสรุปได้ดังนี้

1. ไว้เพื่อผ่อนคลายความเครียดจำนวนค่าเฉลี่ยคิดเป็น 53.5%
2. ต้องการเลี้ยงให้เฝ้าบ้านค่าเฉลี่ยคิดเป็น 29. 3%
3. เพื่อนำสัตว์เลี้ยงไปแข่งประกวดค่าเฉลี่ยคิดเป็น 6. 8%
4. เลี้ยงตามค่านิยมสังคมปัจจุบันค่าเฉลี่ยคิดเป็น 5.3%
5. ต้องการเลี้ยงเพาะสายพันธุ์ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 4. 5%
6. สาเหตุอื่นๆ 0.8%

จากการสำรวจพบว่า ปัจจัยพิจารณาในการใช้บริการ ร้าน อาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข

1. ความสะอาดสวยงามในการเข้ารับบริการ ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 51.3%
2. ด้านราคาและบริการหลังการขาย ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 28. 5%
3. รูปลักษณ์ของตัวร้าน ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 12.5%
4. ชื่อเสียงของร้าน ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 6.3%

จากการสำรวจพบว่า ผลสำรวจปัจจัยด้านราคาใดที่เหมาะสมสำหรับบริการอาบน้ำ

1. ราคา 150- บาท 500 ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 64.5%
2. ราคา 18 บาท ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 120.5%
3. ราคา 500– 11 บาท ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 800%
4. ราคา 800– 5 บาท ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 1000%

จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัญหาของตัวสุนัขที่ท่านเลี้ยงมี

ดังต่อไปนี้

1. เห็น 42 หมัด ค่าเฉลี่ยคิดเป็น –%
2. ปัญหาเรื่องขนสังกะตัง ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 22.5%
3. ผิวหนังไม่ตี ตกสะเก็ด ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 13.3%
4. เรื่องฝีกัดของอุปนิสัย ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 12.8%
5. เรื่องการกิน 8.8%

จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ในการเข้าร้านเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมีดังต่อไปนี้

1. เข้า 1– 34 ครั้งต่อเดือน ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 2. 5%
2. น้อยกว่า ครั ึ่งต่อเดือน ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 34.3%
3. เข้า 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 25. 5%
4. เข้าเกือบทุกวัน ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 5.5%

จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีร้านประจำในการอาบน้ำ ตัดแต่งขน ผลการสำรวจ

1. มีร้านประจำ ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 54. 4%
2. ไม่มีร้าน ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 45. 6%

ส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการเสริมสวย อาบน้ำ ตัดแต่ง ขนสุนัข

การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ปัจจัยทางด้านประสมทางการตลาด ความรู้เกี่ยวกับความหลากหลายในสินค้าผลิตภัณฑ์ การสร้างความพึงพอใจในการรับบริการหลังการขาย และการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดที่จะเข้ารับบริการ ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของการตัดสินใจในการเข้ารับบริการ ร้านดอก ชาลอน ซึ่งเปิดให้บริการ อาบน้ำ ตัด ตกแต่งขน และ SPA OIL บริเวณชุมชนหมู่บ้านเศรษฐกิจ ถนนบางแค โดยรวมอยู่ในระดับที่สามารถเปิดให้บริการโดยจะต้องคำนึงถึง ลำดับสำคัญดังนี้

1. คุณภาพการอาบน้ำของผลิตภัณฑ์ที่ใช้แก้สัตว์เลี้ยงคิดเป็น 4.08%
2. ฝีมือ คุณภาพ หลังการนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการที่ร้านคิดเป็น 4.04%
3. บริการรับฝากเลี้ยงสุนัขกรณีเจ้าของไม่อยู่หรือเดินทางไปต่างประเทศ คิดเป็น 3.99%
4. การเลือกกลิ่นแชมพูที่ใช้ในการอาบน้ำคิดเป็น 3.96%
5. ต้องการสินค้าที่น่าสนใจและมีนวัตกรรมใหม่ๆคิดเป็น 3.94%
6. การให้บริการที่พนักงานให้คำแนะนำปรึกษาที่ดีแก่ผู้มาใช้บริการคิดเป็น 3.94%
7. เรื่องของบรรยากาศการตกแต่งภายในร้านรวมถึงความสะอาดคิดเป็น 3.93%
8. ท่าเลที่ตั้งสะดวกใกล้ที่พักอาศัยในการรับบริการในแต่ละครั้งคิดเป็น 3.92%
9. มีโปรโมชั่นเกี่ยวกับส่วนลดราคา ในการนำสัตว์เลี้ยงเข้ามาใช้บริการคิดเป็น 3.92%
10. พนักงานมีการพูดคุยและเอาใจใส่ลูกค้าคิดเป็น 3.89 %
11. บริการรับ 3 ส่ง สุนัขจากบ้านมาร้านเพื่ออาบน้ำตัดแต่งขน คิดเป็น -80%
12. ด้านข่าวสารประชาสัมพันธ์คิดเป็น 3.69%
13. มีบริการ Service ทางร้านไปอาบน้ำ ตัดตกแต่งขนที่บ้านคิดเป็น 3. 67%

อภิปรายผล

จากธุรกิจ ดังกล่าว ได้มุ่งใช้กลยุทธ์การสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้า โดยการสร้างมาตรฐานการคัดเลือกสินค้า และมาตรฐานการให้บริการในทุกๆ ด้าน โดยทำการกำหนดขั้นตอนการจัดหาและคัดเลือกสินค้าในแต่ละกลุ่ม และขั้นตอน ให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกด้านอย่างชัดเจน การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยทางร้าน ดอก ชาลอนอาจเพิ่มมูลค่าให้กับงานบริการด้วยวิธี การบริการรับส่งสุนัขถึงบ้าน ในระแวงโครงการหมู่บ้านเศรษฐกิจ เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มยอดขายการใช้บริการและเพิ่มรายได้ มีการเก็บประวัติลูกค้าที่มาใช้บริการ ทางร้านดอก ชาลอน เพื่อนำมาใช้ในการให้บริการลูกค้า สมาชิก เช่น มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆและใหม่ช่องทาง ร้านดอก ชาลอน หรือ โปรโมชั่นต่างๆในแต่ละเดือน อาจมีการส่ง Postcard หรือ SMS แจ้งแก่สมาชิกเมื่อมีสินค้าที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆของผู้รัก สัตว์ หรือ โปรโมชั่น การอาบน้ำ ตกแต่งขนสุนัข เป็นต้น

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ทางเลือกกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ (Alternatives) เพื่อเตรียมรับมือข้อผิดพลาดหรือสิ่งที่เกิดขึ้น ธุรกิจร้าน ต็อก ซาลอน มีการวางแผนสำรองฉุกเฉิน ไว้เพื่อหากผลประกอบไม่เป็นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลแนวโน้มทางการตลาด และเศรษฐกิจตลาดบริการสัตว์เลี้ยงอยู่เสมอ เพื่อนำมาปรับประยุกต์เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน
2. สังเกตการณ์พัฒนา ของร้านค้าคู่แข่ง อยู่ตลอดเวลาเพื่อนำมาใช้ในการปรับส่วนผสมทางการตลาด ให้เหนือกว่าคู่แข่ง
3. ควรสร้างจุดขายพัฒนาให้ตรงตามท้องตลาดและกลุ่มผู้เลี้ยง จัดทำข้อมูลให้ทันสมัยเพื่อสร้างจุดขายยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจค้นคว้าด้วยตนเอง (Independent Study) จสมบูรณได้เนื่องจากความอนุเคราะห์จากท่าน เสรี (สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาแผนธุรกิจนี้ ซึ่งได้ให้คำแนะนำรายละเอียดต่างๆที่ประกอบในแผนธุรกิจนี้ .ดร ทำให้แผนธุรกิจนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีอีกทั้งผู้ทำการศึกษาแผนธุรกิจนี้ต้องขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน สำหรับการถ่ายทอดความรู้วิชาต่างๆ ที่ทางผู้จัดทำได้ศึกษามาตลอด

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้และประสบการณ์ซึ่งผู้ศึกษาได้นำมาประกอบการค้นคว้าและขอบพระคุณแหล่งข้อมูลที่มีส่วนช่วยสนับสนุนให้การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ. (2557). *กลยุทธ์ธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยงแสนรัก*. สืบค้นจาก แหล่งที่มา

<https://phongzahrun.wordpress.com>