

แผนธุรกิจการฝึกอบรมสุนัขและให้บริการครบวงจร แบนด์ Boo Center  
แผนกลยุทธ์การตลาด การดำเนินงาน การเงิน และการลงทุน

Dog Training and Complete Service Business Plan, Boo Center Brand  
Strategic Plan for Marketing, Operations, Finance and Investment



แผนธุรกิจการฝึกอบรมสุนัขและให้บริการครบวงจร แบนด์ Boo Center  
แผนกลยุทธ์การตลาด การดำเนินงาน การเงิน และการลงทุน

Dog Training and Complete Service Business Plan, Boo Center Brand  
Strategic Plan for Marketing, Operations, Finance and Investment



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2564  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้ำคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจการฝึกอบรมสุนัขและให้บริการครบวงจร แบรินด์ Boo Center แผนกลยุทธ์  
การตลาด การดำเนินงาน การเงิน และการลงทุน

ผู้วิจัย ยศรินทร์ วัชรากร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ณัฐชา พิบูลกุลพัฒน์

ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภาพสกุล

ยศรินทร์ วัชรกร. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต (สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ),  
ธันวาคม 2564, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจการฝึกอบรมสุนัขและให้บริการครบวงจร แบรินด์ Boo Center แผนกลยุทธ์การตลาด  
การดำเนินงาน การเงิน และการลงทุน (51 หน้า)  
อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ณัฐชา พิบูลกุลพัฒน์

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระธุรกิจการฝึกอบรมสุนัขและให้บริการครบวงจร แบรินด์ Boo Center นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ 2) วิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งชั้นทางการค้า 3) วางแผนทางการเงินและการลงทุนในธุรกิจ และ 4) ศึกษาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า โดยธุรกิจที่เลือกศึกษาคือธุรกิจฝึกสุนัขและอาบน้ำตัดขน จัดอยู่ในอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยง ภายใต้ชื่อแบรินด์ Boo Center สำหรับสาเหตุที่ผู้ศึกษาเลือกศึกษาธุรกิจนี้ เนื่องจากความสนใจของตนเองและต้องการขยายธุรกิจอาบน้ำตัดขนสัตว์เลี้ยงของครอบครัว โดยใช้ชื่อแบรินด์อื่นเพื่อการขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้น

การศึกษาทั้งหมดเป็นการศึกษาการฝึกสุนัขและการให้บริการเสริมต่าง ๆ เช่น อาบน้ำตัดขน โรงแรมสุนัข ขายของทั่วไปเพื่อให้ทราบถึงความเป็นมาและขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่การลงทุนเริ่มต้น การสั่งสินค้าบางประเภทที่เราไม่ได้มีการผลิตขึ้นมาเองและการคำนวณภาษี รายได้ต่าง ๆ รวมถึงการบริหารงานโดยที่เป็นธุรกิจประเภทนี้

ในส่วนของเงินทุนที่นำมาจัดตั้งร้าน Boo Center ในปีแรกนั้น มีมูลค่าอยู่ที่ 5,500,000 บาท และผู้ศึกษาพยากรณ์ว่าจะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 3 ปี เนื่องจากกระแสความนิยมการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ทางผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ จะมีประโยชน์ต่อผู้อ่าน ซึ่งจะเหมาะสมกับผู้ที่กำลังศึกษาในด้านธุรกิจฝึกสุนัข

คำสำคัญ: การฝึกอบรมสุนัข, การให้บริการดูแลสุนัข, ร้าน Boo Center, แผนธุรกิจ

Watcharakorn, Y. Master of Management in Entrepreneurship, December 2021,  
Graduate School, Bangkok University.

Dog Training and Complete Service Business Plan, Boo Center Brand Strategic Plan for  
Marketing, Operations, Finance and Investment (51 pp.)

Advisor: Nutthacha Pibulkullapat

### ABSTRACT

Independent research, dog training and full service business, the Boo Center brand aims to 1) assess the feasibility of running a business 2) analyze markets and competitors 3) plan financial and investment in the business and 4) Study and understand customer needs. The businesses chosen to study are dog training and grooming businesses. Classified in the pet industry under the brand name Boo Center, for why the study has chosen to study this business because of their own interests and wants to expand the family's grooming business under a different brand name. For expanding customer base

All of the studies are dog training and supplementary services such as grooming, grooming, hotels, general merchandise, to understand the history and process of running a business from the initial investment. Ordering certain products that we do not produce ourselves and the calculation of income taxes and management as this type of business

As for the funding to set up a Boo Center in the first year, it is valued at 5,500,000 baht, and the study forecast that it will be able to pay back in 3 years due to the growing popularity of pet farming in Thailand. Continuously

The authors sincerely hope that this independent study will be useful to readers. Which will be suitable for those who study in the field dog training business

Keywords: Dog training business and complete service, brand Boo Center, training, hotel, grooming, selling general products.

*Keywords: Dog Training, Dog Grooming, Boo Center, Business Plan*

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดการแผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ เนื่องจากอาจารย์ณัฐชา พิบุลกุลพัฒน์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการจัดทำแผนธุรกิจ และคณาจารย์คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการทุกท่าน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแผนธุรกิจฉบับนี้ ที่ให้ความรู้คำแนะนำ รวมถึงการตรวจทาน และแก้ไข ข้อบกพร่องในงาน โดยมีการชี้แนะแนวทางการศึกษาอันเป็นประโยชน์ในการนำมาประยุกต์ใช้กับแผนธุรกิจฉบับนี้ ให้ความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี ผู้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง สำหรับความกรุณาในการสละเวลาอันมีค่าของทุกท่าน และความรู้อันล้ำค่าที่ท่านได้สอน ตลอดระยะเวลาที่ข้าพเจ้าศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณบิดา มารดา และครอบครัว ซึ่งเป็นบุคคลที่คอยให้กำลังใจ สนับสนุน และส่งเสริมทางการศึกษามาโดยตลอด

ยศรินทร์ วัชรารกร

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	6
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	6
1.4 รูปแบบของธุรกิจ (Business Model Canvas)	7
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด (สภาพอุตสาหกรรม)	8
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	9
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ	11
3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	12
3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค	13
บทที่ 4 แผนการตลาด	
4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์และบริการ	14
4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	14
4.3 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด	16
4.4 แผนงานการสื่อสารการตลาด	18
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร	19
5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน รวมถึงคุณสมบัติของ บุคลากรที่ต้องสรรหา	20
5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	21

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 (ต่อ) แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.4 นโยบายพัฒนาบุคลากร	22
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง	23
6.2 ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า	24
6.3 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ (จ้างผู้อื่นผลิต/สั่งซื้อเป็นสินค้า) - การเลือกผู้ผลิต ขอบเขตการว่าจ้าง และการบริการของ ผู้ผลิต	24
6.4 การจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ	24
6.5 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ	24
บทที่ 7 แผนการเงิน	
7.1 โครงสร้างเงินทุน	22
7.2 สมมติฐานทางการเงิน (ประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่าย การเติบโต ตัวแปร ต่าง ๆ)	28
7.3 ประมาณการงบการเงิน และวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	34
7.4 งบดุล	45
7.5 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน	48
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	
8.1 แผนฉุกเฉิน	49
8.2 แผนอนาคต	49
บรรณานุกรม	50
ประวัติผู้เขียน	51



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: แสดงจำนวนพนักงานและเงินเดือน	5
ตารางที่ 1.2: Business Model Canvas	7
ตารางที่ 2.1: การเปรียบเทียบคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	9
ตารางที่ 4.1: อัตราค่าบริการห้องพักของสุนัขที่รับบริการฝึกสุนัข	15
ตารางที่ 4.2: อัตราค่าบริการสำหรับโรงแรมรับฝากสุนัข	15
ตารางที่ 4.3: แผนการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด	17
ตารางที่ 5.1: ตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากร	20
ตารางที่ 7.1: แสดงแผนการใช้เงินลงทุนเริ่มแรก	26
ตารางที่ 7.2: แสดงแผนงบประมาณการใช้เงินทุนหมุนเวียน	27
ตารางที่ 7.3: แสดงแผนงบประมาณเงินทุนสำรอง	28
ตารางที่ 7.4: งบกำไรขาดทุนของร้าน Boo Center ในระยะเวลา 1 ปี	28
ตารางที่ 7.5: ต้นทุนขายของร้าน Boo Center ในระยะเวลา 1 ปี	30
ตารางที่ 7.6: ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	32
ตารางที่ 7.7: แสดงค่าใช้จ่ายบุคลากรในองค์กร	34
ตารางที่ 7.8: ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ปีที่ 1 – 3	34
ตารางที่ 7.9: ต้นทุนขาย	43
ตารางที่ 7.10: ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	44
ตารางที่ 7.11: การประมาณการรายได้ของร้าน Boo Center ปีที่ 1 – 3 ปี	44
ตารางที่ 7.12: แสดงงบดุลของร้าน Boo Center เป็นระยะเวลา 3 ปี	45
ตารางที่ 7.13: แสดงงบกระแสเงินสดของร้าน Boo Center เป็นระยะเวลา 3 ปี	46
ตารางที่ 7.14: ระยะเวลาคืนทุนของร้าน Boo Center	48

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ตัวอย่างการฝึกอบรมสุนัข	2
ภาพที่ 1.2: ตัวอย่างการบริการอาบน้ำและตัดขนสุนัข	3
ภาพที่ 1.3: ตัวอย่างบริการโรงแรมรับฝากเลี้ยงสุนัข	3
ภาพที่ 1.4: ตัวอย่างหน้าร้านที่มีบริการขายสินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เช่น อาหารกระสอบ กรง สายจูง ขนมหู แชมพู และยา	4
ภาพที่ 5.1: แผนผังการบริหารงานร้าน Boo Center	19
ภาพที่ 6.1: แผนที่ตั้งร้านฝึกสุนัข Boo Center	23



## บทที่ 1

### บทนำ

ธุรกิจที่ผู้ศึกษาทำการค้นคว้าและศึกษาคือ ธุรกิจการฝึกอบรมสุนัขและให้บริการครบวงจร แบรินด์ Boo Center

ธุรกิจ Boo Center เกิดขึ้นจากความสนใจและความชื่นชอบส่วนตัวของผู้ศึกษาและครอบครัวในการเลี้ยงสุนัข ประกอบกับการสนับสนุนจากครอบครัวไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเงินทุน พื้นที่ในการเปิดร้าน ข้อมูลในการดูแลสัตว์เลี้ยงและสิ่งที่สำคัญที่สุดคือความชอบที่ตรงกัน ผู้ศึกษาจึงตัดสินใจที่จะเริ่มทำธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงขึ้น โดยร้านฝึกสุนัข Boo Center นี้ ผู้ศึกษาตั้งใจจะให้ เป็นสถานที่ที่สามารถให้บริการแก่สัตว์เลี้ยงได้ครบวงจร หรือ One stop service โดยบริการหลัก ของร้านจะเป็นการฝึกสุนัขและจะมีบริการเสริมอื่น ๆ เพื่อเป็นทางเลือกและตอบสนองต่อความต้องการแก่ลูกค้าได้อย่างครบถ้วน เช่น บริการอาบน้ำ ตัดขน บริการขายอาหารสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

ในส่วนของพื้นที่ตั้งของร้านฝึกสุนัข Boo Center นั้น ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่าเป็นพื้นที่ที่ ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวของผู้ศึกษาเอง คือ เป็นพื้นที่ที่ครอบครัวของผู้ศึกษาเป็นเจ้าของ และต้องการนำพื้นที่นั้นไปบริหารให้เกิดประโยชน์ ผู้ศึกษาจึงเลือกที่จะใช้พื้นที่ตรงนั้นมาทำเป็นร้าน ฝึกสุนัข โดยตำแหน่งที่ตั้งของร้านฝึกสุนัข Boo Center คือบริเวณข้างสถานีตำรวจ ประชาชื่น ดัง ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างการฝึกอบรมสุนัข มีจุดเด่นคือ เป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีสถานที่สำคัญ ต่าง ๆ มากมาย เช่น สถานีตำรวจประชาชื่น โรงเรียน วัด ร้านค้า คอนโด หมู่บ้าน สำนักงาน ตลาดนัด เป็นต้น ถือเป็นอีกหนึ่งทำเลที่ตั้งที่ผู้ศึกษาคิดว่าน่าจะเหมาะแก่การเปิดร้านฝึกสุนัขตาม กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่มีความเร่งรีบในการใช้ชีวิตประจำวันหรือไม่มีเวลามากนักในการดูแลสัตว์เลี้ยง

สำหรับการบริหารงานของร้านฝึกสุนัข Boo Center จะเน้นการให้บริการที่ดูแลเอาใจใส่ สัตว์เลี้ยงทุกตัวที่เข้ารับบริการเสมือนกับสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมทางการ ต่าง ๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายให้ทันต่อยุคสมัยในปัจจุบัน โดยช่องทางการให้บริการหลักของ ร้านฝึกสุนัข Boo Center จะเน้นไปที่การให้บริการทางหน้าร้านเป็นหลัก สำหรับช่องทางออนไลน์จะมีไว้สำหรับการประชาสัมพันธ์และการติดต่อกับลูกค้าเพื่อให้การบริการลูกค้ามีครอบคลุมในทุก ช่องทาง

#### 1.1 แนะนำธุรกิจ

ชื่อธุรกิจ: ร้าน Boo Center

1.1.1 สถานที่ตั้ง: ร้าน Boo Center 41/1 ถนนเทศบาลนิมิตรเหนือ แขวงลาดยาว

เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

1.1.2 วิเคราะห์สถานที่ตั้ง: สาเหตุที่เลือกสถานที่ที่ตั้งดังกล่าวในการทำธุรกิจร้าน Boo Center เนื่องจากสถานที่ที่ตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนซึ่งเหมาะกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มที่ไม่มีเวลาในการดูแลสัตว์เลี้ยงหรือลูกค้าที่มีเวลาว่างก็สามารถนำสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการที่ร้านได้อย่างสะดวกสบาย เนื่องจากที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับหมู่บ้านและคอนโด ซึ่งเป็นพื้นที่อยู่อาศัยของลูกค้ากลุ่มดังกล่าว นอกจากนี้บริเวณนี้ยังมีคู่แข่งทางการค่าน้อย ยังไม่ค่อยมีการเปิดร้านฝึกสุนัขและบริการอาบน้ำตัดขนในร้านเดียวกันมากนัก จึงเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ผู้ศึกษาเลือกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ด้านสถานที่ตั้งในการทำธุรกิจ Boo Center

1.1.3 ประเภทสินค้า/บริการ: ร้าน Boo Center จัดอยู่ในอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยง เป็นธุรกิจด้านบริการฝึกอบรมสุนัข โรงแรมสัตว์เลี้ยง อาบน้ำตัดขน จัดจำหน่ายอาหารและยา รวมถึงอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงต่าง ๆ

#### 1.1.3.1 ตัวอย่างการให้บริการ

ภาพที่ 1.1: ตัวอย่างการฝึกอบรมสุนัข



ที่มา: ร้าน Bowwow. (2557). *อัลบั้มภาพ*. สืบค้นจาก

[https://www.facebook.com/bowwowcenter/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/bowwowcenter/photos/?ref=page_internal).

ภาพที่ 1.2: ตัวอย่างการบริการอาบน้ำและตัดขนสุนัข



ที่มา: ร้าน Bowwow. (2557). อัลบั้มภาพ. สืบค้นจาก

[https://www.facebook.com/bowwowcenter/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/bowwowcenter/photos/?ref=page_internal).

ภาพที่ 1.3: ตัวอย่างบริการโรงแรมรับฝากเลี้ยงสุนัข



ที่มา: ร้าน Bowwow. (2564). โรงแรมสุนัข ฝากเลี้ยงสุนัข. สืบค้นจาก

<https://bowwowcenter.com/โรงแรมสุนัข-ฝากเลี้ยงสุนัข/>.

ภาพที่ 1.4: ตัวอย่างหน้าร้านที่มีบริการขายสินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เช่น อาหารกระสอบ กรง สายจูง  
ขนม แคมพู และยา



ที่มา: ร้าน Bowwow. (2564). ร้านขายอาหารสุนัข. สืบค้นจาก <https://bowwowcenter.com/ร้านขายอาหารสุนัข/>.

#### 1.1.4 นวัตกรรม

ทางร้านเลือกใช้โปรแกรมในการคิดเงินและตรวจสอบสต็อกสินค้า พร้อมทั้งจัดทำระบบสมาชิกให้แก่ลูกค้า เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้า เพื่อนำมาวางแผนธุรกิจและจัดกิจกรรมทางการต่อไป นอกจากนี้ระบบสมาชิกยังเอื้อประโยชน์ต่อลูกค้าในส่วนของโปรโมชั่นหรือกิจกรรมต่างๆจากทางร้าน

#### 1.1.5 โครงสร้างบริหารของธุรกิจ

ธุรกิจ Boo Center ใช้การจัดผังองค์กรแบบแนวตั้ง คือ มีเจ้าของกิจการเป็นผู้คิด และวางแผนธุรกิจต่าง ๆ และมีการจัดแบ่งหน้าที่ให้แก่พนักงานที่เชี่ยวชาญในหน้าที่นั้น โดยผลการทำงานในแต่ละเดือนพนักงานจะต้องเป็นผู้รายงานต่อเจ้าของกิจการโดยตรง และในส่วนของการบริหารงานนั้นจะมีลักษณะเป็นการรวมอำนาจ คือ การตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ของธุรกิจ เจ้าของกิจการจะเป็นผู้ตัดสินใจแต่เพียงผู้เดียว โดยมีการเปิดโอกาสให้พนักงานได้เสนอความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้บริหารในการวางแผนงานและตัดสินใจ

#### 1.1.6 ทุนจดทะเบียนและจำนวนพนักงานและระดับเงินเดือน

1.1.6.1 ธุรกิจ Boo Center มีเงินลงทุนทั้งสิ้น 5,500,000 บาท

1.1.6.2 จำนวนพนักงานและระดับเงินเดือน

ธุรกิจ Boo Center มีตำแหน่งพนักงานประจำร้านทั้งหมด 4 ตำแหน่ง คือ ตำแหน่งฝึกสุนัข ตำแหน่งอาบน้ำตัดขน และพนักงานประจำหน้าร้าน โดยในระยะเริ่มธุรกิจ จะมีพนักงานตำแหน่งละ 1 คน รวมทั้งหมด 3 คน โดยมีรายละเอียดเงินเดือนตามตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1: แสดงจำนวนพนักงานและเงินเดือน

หน้าที่	จำนวนคน	เงินเดือน/คน	รวม
เจ้าของกิจการ	1	15,000.00 บาท	15,000.00 บาท
พนักงานฝึกสุนัข	1	12,000.00 บาท	12,000.00 บาท
พนักงานอาบน้ำตัดขน	1	12,000.00 บาท	12,000.00 บาท
พนักงานรับเลี้ยงสัตว์เลี้ยง	1	12,000.00 บาท	12,000.00 บาท

#### 1.1.6.3 รายชื่อหัวหน้างานแต่ละส่วนงาน (ตำแหน่ง) และหน้าที่

ในส่วนด้านการบริหารจัดการร้าน Boo center มีลักษณะเป็นการรวมอำนาจและการตัดสินใจในธุรกิจเพียงคนเดียวคือเจ้าของธุรกิจแต่เพียงผู้เดียวและมีอำนาจสูงสุดในร้าน Boo center ช่วงเวลาทำงาน 8.30 น. – 20.00 น. โดยมีการแบ่งส่วนงาน ดังนี้

1) เจ้าของกิจการ มีหน้าที่วางแผนการดำเนินงาน และตัดสินใจการดำเนินงาน ทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการให้บริการลูกค้าที่หน้าร้าน คือ ให้บริการข้อมูลแก่ลูกค้าที่เข้ามาติดต่อสอบถาม รับจองคิวการใช้บริการทั้งทางหน้าร้านและออนไลน์ ติดต่อลูกค้าเมื่อสัตว์เลี้ยงของลูกค้าได้รับบริการเสร็จ และคิดเงินเมื่อลูกค้ารับบริการเสร็จ

2) พนักงานฝึกสุนัข มีหน้าที่ ฝึกสุนัขตามตารางรายชื่อที่จำทำไว้

3) พนักงานอาบน้ำตัดขน มีหน้าที่ อาบน้ำ ตัดขนสัตว์เลี้ยงที่เข้ารับบริการ

4) พนักงานรับเลี้ยงสัตว์เลี้ยง มีหน้าที่

#### 1.1.7 ที่มาของการจัดการแผน

ผู้จัดทำแผนธุรกิจจบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจ มีความสนใจในเรื่องของสัตว์เลี้ยงและต้องการนำเอาความสนใจนี้ มาสร้างธุรกิจเป็นของตนเอง โดยเริ่มจากการขยายธุรกิจฝึกสุนัขและอาบน้ำตัดขนสุนัขของครอบครัว ซึ่งได้รับคำแนะนำจากครอบครัวว่าควรขยายสาขามายังสถานที่ตั้งที่กล่าวในหัวข้อที่ 1.11 คือ บริเวณด้านหน้าสถานีตำรวจประชาชื่น เนื่องจากความสะดวกสบายในการเดินทาง การอยู่ในย่านชุมชนสามารถทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย และอีกทั้งบริเวณยังไม่มีธุรกิจประเภทเดียวกันมาเปิดแข่งขัน ซึ่งการขยายสาขานี้ จะทำโดยการใช้ชื่อร้านใหม่

แทนการใช้ชื่อร้านเดิมคือ ร้าน Bowwow เป็นร้าน Boo Center เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ โดยที่ในระยะแรกแนวทางการดำเนินธุรกิจจะมีสมาชิกภายในครอบครัวที่ดูแลธุรกิจร้าน Bowwow มาเป็นที่ปรึกษาในเรื่องของการดำเนินธุรกิจ

## 1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

ในปัจจุบันสัตว์เลี้ยงเข้ามามีบทบาทกับชีวิตของคนเรามากขึ้น เพราะนอกจากจุดประสงค์ที่เลี้ยงไว้เพื่อเฝ้าบ้านแล้ว ผู้เลี้ยงบางคนยังเลือกที่จะเลี้ยงสัตว์เลี้ยงไว้เป็นเพื่อนที่เข้ามามีบทบาทเป็นอีกหนึ่งในสมาชิกของครอบครัว ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่มีคุณค่าทางจิตใจต่อผู้เลี้ยงเป็นอย่างมาก ดังนั้นเมื่อสัตว์เลี้ยงได้รับการเลี้ยงดูที่เปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัวแล้วนั้น ผู้เลี้ยงย่อมต้องการให้สัตว์เลี้ยงของตนมีความสุขอนามัยที่ดีที่สุดอย่างแน่นอน หนึ่งในสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้เป็นอย่างดีก็คือ บริการเสริมความงามให้แก่สัตว์เลี้ยง เพราะนอกจากสัตว์เลี้ยงจะได้รับบริการที่ดีแล้วผู้เลี้ยงยังสามารถประหยัดเวลาการดูแลในส่วนนี้ได้อีกด้วย

ธุรกิจสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยนั้นเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ในปัจจุบันมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องถึงแม้ว่าจะมีความเสี่ยงต่าง ๆ เช่น สภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น ปัจจุบันตลาดธุรกิจสัตว์เลี้ยงเฉพาะสุนัขและแมว (ไม่รวมสัตว์เลี้ยงชนิดอื่น ๆ) มีมูลค่าเกือบ 4 หมื่นล้านบาทต่อปี เติบโตเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ 10% โดยสังเกตได้จากจำนวนประชากรสุนัขเลี้ยงมีการเติบโต 10% ต่อปี โดยปัจจุบันพบว่าคนไทยสนใจเลี้ยงสุนัขพันธุ์เล็กมากกว่าสุนัขพันธุ์ใหญ่ ขณะที่อัตราการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงเฉลี่ยเท่ากับคนทั่วโลกที่ 3-5% ของรายได้ครัวเรือน โดยเฉพาะหากครอบครัวใดไม่มีเด็ก ก็จะสามารถจ่ายเงินค่าอาหารและบริการของสัตว์เลี้ยงได้สูงกว่าอัตราดังกล่าว (“ธุรกิจสัตว์เลี้ยงในไทย”, 2562)

จากการค้นคว้าหาข้อมูลจากประสบการณ์โดยตรง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และการสังเกตพฤติกรรมจากลูกค้าร้านอาบน้ำตัดขนสัตว์เลี้ยงต่าง ๆ พบว่า หนึ่งในประเภทของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการคือกลุ่มลูกค้าที่ไม่ค่อยมีเวลาในการดูแลสัตว์เลี้ยงเท่าที่ควร กล่าวคือ ลูกค้าอาจจะมียานประจำที่ต้องทำในวันธรรมดาและมีวันหยุดแค่ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งผู้ศึกษาเล็งเห็นถึงปัญหาในส่วนนี้ จึงต้องการที่จะนำปัญหาส่วนนี้มาเป็นหนึ่งในการวางกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ คือ การทำให้ร้านฝึกสุนัข Boo Center มีบริการครบจบภายในที่เดียว ซึ่งจะเป็นการช่วยให้ลูกค้าประหยัดเวลาในการใช้บริการและการตัดสินใจ คือ ลูกค้าสามารถพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการต่าง ๆ ได้อย่างครบครันเพียงแค่ว่าเข้ามาที่ร้านฝึกสุนัข Boo Center

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

1.3.1 เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ

1.3.2 เพื่อวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งทางการค้า



1.3.3 เพื่อวางแผนทางการเงินและการลงทุนในธุรกิจ

1.3.4 เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า

#### 1.4 รูปแบบของธุรกิจ (Business Model Canvas)

1.4.1 การบริการ (Service) คือ บริการฝึกสุนัข บริการรับฝากเลี้ยง บริการอาบน้ำตัดขนสุนัข มีลักษณะเป็นบริการที่ครอบคลุมอยู่ในร้านเดียว คือ ลูกค้าสามารถใช้บริการเหล่านี้ได้จบครบครันได้เมื่อมาใช้บริการที่ร้านฝึกสุนัข Boo Center

1.4.2 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model Canvas)

ตารางที่ 1.2: Business Model Canvas

Value Propositions	Customer Segment	Channels	Key Partners	Key Resource
ลูกค้าจะได้รับบริการที่ครบครันจบภายในครั้งเดียวเมื่อมาใช้บริการที่ร้าน Boo Center	กลุ่มคนเลี้ยงสัตว์ที่คอนโดหรือกลุ่มพนักงานออฟฟิศที่ไม่มีที่อาบน้ำสัตว์เลี้ยง รวมถึงกลุ่มคนที่เดินทางบ่อย	1. รับบริการโดยตรงผ่านทางหน้าร้าน Boo Center 2. รับข้อมูลข่าวสารและการติดต่อกับทางร้านผ่านทางช่องทางออนไลน์	ตัวแทนจำหน่ายอาหาร ตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง โรงพยาบาล	ทุน แรงงานที่ดิน สินค้าที่ให้บริการ

## บทที่ 2

### การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

#### 2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด (สภาพอุตสาหกรรม)

##### 2.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

ผู้ศึกษาใช้ทฤษฎี PESTEL Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

##### 2.1.1.1 ปัจจัยภายนอกด้านการเมือง (Political)

เป็นปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับนโยบายต่างๆของประเทศที่รัฐเป็นผู้กำหนด เช่น การเก็บภาษีนำเข้าสินค้า หากมีอัตราที่เพิ่มขึ้น สินค้าบางชนิดที่ทางร้านจำเป็นต้องนำเข้าเพื่อนำมาขาย จะมีมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากนโยบายการเก็บภาษีที่เพิ่มขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายของทางร้านเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

##### 2.1.1.2 ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ (Economics)

เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของเศรษฐกิจและการเงินภายในประเทศ หากเศรษฐกิจในขณะนั้น มีความผันผวนก็จะทำให้การวางแผนงานต้องใช้ความระมัดระวังเพิ่มมากขึ้น ผลกระทบด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจฝึกสุนัขและอาบน้ำตัดขน คือ การเกิดอัตราเงินเฟ้อ กล่าวคือ หากความต้องการของลูกค้าลดลงเพราะสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้น ไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้จ่ายสิ่งที่ไม่จำเป็น บริการต่าง ๆ ถือเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถเลือกที่ไม่ใช้บริการได้ในสภาพเศรษฐกิจนี้ ดังนั้นจึงทำให้ทางร้านอาจต้องปรับราคาบริการลงเพื่อยังคงกลุ่มลูกค้าไว้ ซึ่งอาจทำให้ขาดทุนได้

##### 2.1.1.3 ปัจจัยภายนอกด้านสังคม (Social)

ปัจจัยด้านสังคมเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสังคม วัฒนธรรม และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผลกระทบด้านสังคมที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ คือ หากกระแสการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงลดลงก็อาจส่งผลให้มีจำนวนลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อยลง รวมไปถึงกระแสของข่าวการทำร้ายสัตว์เลี้ยงระหว่างการใช้บริการร้านอาบน้ำตัดขนจากพนักงาน ก็เป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในการพาสัตว์เลี้ยงเข้ามาใช้บริการจากทางร้านเพราะกลัวว่าจะเกิดเหตุการณ์เช่นในข่าว

##### 2.1.1.4 ปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยี (Technology)

เป็นการวิเคราะห์ว่ามีเทคโนโลยีใดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีการนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสินค้าคงคลังและการทำการบนสื่อออนไลน์เข้ามาใช้ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทางร้านเลือกใช้ โดยผลเสียคือหากระบบอินเทอร์เน็ตล่มหรือไฟฟ้าดับ จะทำให้เทคโนโลยีเหล่านี้ล้มไปด้วย การวางแผนโครงสร้างระบบที่ดีจึงเป็นอีกเรื่องที่สำคัญในการป้องกันข้อมูลสูญหายหากเกิดเหตุฉุกเฉิน

### 2.1.1.5 ปัจจัยภายนอกด้านสภาพแวดล้อม (Environmental)

สภาพแวดล้อมของพื้นที่ตั้งร้านเป็นอีกหนึ่งเรื่องสำคัญในการนำมาวิเคราะห์ว่ามีความเหมาะสมต่อสัตว์เลี้ยงที่เข้ารับบริการหรือไม่ เนื่องจากร้านตั้งอยู่บริเวณชุมชนปัญหาที่ต้องนำมาพิจารณา คือ เรื่องของเสียงรบกวนจากสัตว์เลี้ยงที่อาจสร้างความรบกวนต่อผู้อาศัยบริเวณนั้นได้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องน้ำท่วมขังหากเกิดฝนตกหนัก ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าภายในร้านและสุขอนามัยของสัตว์เลี้ยงได้

### 2.1.1.6 ปัจจัยภายนอกด้านกฎหมาย (Legal)

การวิเคราะห์กฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม สำหรับธุรกิจร้าน Boo Center ผลกระทบจากปัจจัยด้านกฎหมาย คือ สินค้าบางชนิดไม่สามารถนำเข้ามาจำหน่ายได้ เนื่องจากยังไม่มีกฎหมายรับรองและสินค้าบางชนิดจำเป็นต้องมีใบอนุญาตทางการขาย ซึ่งอาจก่อให้เกิดความล่าช้าในการขายจากการทำเรื่องขอใบอนุญาตได้

## 2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง

### 2.2.1 คู่แข่งทางตรงและทางอ้อม

2.2.1.1 คู่แข่งทางตรง คือ ร้าน Jojohouse รามคำแหง

2.2.1.2 คู่แข่งทางอ้อม คือ ร้านขายอาหารสัตว์ทั่วไป โรงพยาบาลสัตว์ ร้านอาบน้ำ

ตัดขนในบริเวณใกล้เคียง

### 2.2.2 การเปรียบเทียบคู่แข่งทางธุรกิจ

ตารางที่ 2.1: การเปรียบเทียบคู่แข่งทางธุรกิจ

คุณสมบัติ	ร้าน Boo center	ร้าน Jojohouse
ราคา	35,000 - 42,000 บาท	25,000 - 35,000 บาท
ระยะเวลาการฝึก	2 เดือน	10 วัน
ผลิตภัณฑ์	สินค้าภายในร้านคล้ายกัน	สินค้าภายในร้านคล้ายกัน
บริการ	ฝึก อาบน้ำตัดขน ขายสินค้าทั่วไป โรงแรม	ฝึก อาบน้ำตัดขน

จากตารางที่ 2.1 สรุปได้ว่า สาเหตุที่ร้าน Boo Center นั้นมีราคาการให้บริการที่แพงกว่า เพราะทางร้านกำหนดให้สุนัขที่เข้ารับบริการฝึกอยู่ที่โรงเรียนเป็นระยะเวลา 2 เดือนและลูกค้าสามารถ

รับกลับได้ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ซึ่งต่างจากร้านคู่แข่ง คือ ร้านคู่แข่งชั้นจะให้เลิกวันที่สะดวกแล้ว เข้ามาใช้บริการ ซึ่งทำให้สุนัขได้รับการฝึกอบรมไม่สม่ำเสมอซึ่งอาจจะทำให้สุนัขไม่ได้รับการฝึกอบรมที่ได้ประสิทธิภาพ การให้บริการของร้าน Boo Center มีการให้บริการที่มากกว่า ซึ่งทำให้เห็นถึงความต่างของร้าน Boo Center และคู่แข่ง



### บทที่ 3

#### การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อธุรกิจการฝึกอบรมสุนัขและให้บริการครบวงจร แบรินด์ Boo Center ภายใต้ทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis ของร้าน Boo center เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ รายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### 3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ

##### 3.1.1 Strength (S): จุดแข็ง

3.1.1.1 เจ้าของกิจการมีประสบการณ์จากครอบครัวเกี่ยวกับการเลี้ยงสุนัขและประสบการณ์การฝึกสุนัขอย่างชำนาญ

3.1.1.2 มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ

3.1.1.3 มีการพัฒนาพนักงานในแต่ละแผนกอย่างสม่ำเสมอ

3.1.1.4 ที่ตั้งร้านอยู่ในจุดที่เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ

3.1.1.5 ภายในร้านมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร ทำให้การเข้าใช้บริการสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

3.1.1.6 การให้บริการที่ครอบคลุมต่อความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ

3.1.1.7 พนักงานฝึกอบรมสุนัขได้รับการฝึกอบรมจากผู้คุมสุนัขตำรวจ ทำให้มีความเชี่ยวชาญในการฝึกอบรมที่แท้จริง

3.1.1.8 ราคาโดยเฉลี่ยไม่แพงและสามารถเข้าถึงได้

##### 3.1.2 Weakness (W): จุดอ่อน

3.1.2.1 เป็นร้านที่เปิดใหม่ในบริเวณนั้นจึงทำให้ยังไม่เป็นที่ไว้วางใจของผู้คน

3.1.2.2 ความวิตกกังวลจากเจ้าของสัตว์เลี้ยงในเรื่องการทำร้ายสัตว์เลี้ยงขณะการฝึก

3.1.2.3 พนักงานจำนวนที่น้อยทำให้การให้บริการบางอย่างอาจล่าช้าได้

##### 3.1.3 Opportunity (O): โอกาส

3.1.3.1 ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเติบโตขึ้นทุกปี ชี้ให้เห็นถึงกลุ่มคนในปัจจุบันมีความสนใจเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้น

3.1.3.2 ความชอบสัตว์เลี้ยงมีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในประเทศไทย

3.1.3.3 การฝึกอบรมสุนัขที่ได้มาตรฐานมีการรองรับจากผู้คุมสุนัขตำรวจ

3.1.3.4 หอพักสัตว์เลี้ยงที่สะอาดได้มาตรฐาน มีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

3.1.3.5 บริเวณโดยรอบร้านมีประชากรที่เลี้ยงสุนัขจำนวนมาก และยังไม่มีธุรกิจประเภทเดียวกันมาเปิดแข่งขันในบริเวณใกล้เคียง

#### 3.1.4 Threats (T): อุปสรรค

3.1.4.1 กฎหมายเกี่ยวกับสินค้าบางชนิดที่ไม่สามารถขายได้ตามร้านเพ็ทช็อปทั่วไป และจำเป็นต้องมีใบอนุญาตในการขายสินค้าบางชนิด จึงทำให้ขาดผลกำไรในส่วนนั้น

3.1.4.2 กระแสนิยมในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงได้ง่ายทำให้เราพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้ค่อนข้างยาก

3.1.4.3 สุนัขบางตัวที่มีอายุเยอะแล้วค่อนข้างฝึกยากอาจทำให้ลูกค้าไม่พอใจได้

### 3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

#### 3.2.1 วิสัยทัศน์

การสร้างธุรกิจร้านฝึกสุนัขและบริการอาบน้ำตัดขน Boo Center ให้สามารถขยายสาขาได้หลายสาขาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกจากนี้ยังต้องสามารถสร้างแบรนด์ Boo Center ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนทั่วไปนอกจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ การเพิ่มยอดลูกค้าต่อปีและการสร้างกำไรที่เพิ่มขึ้น รวมไปถึงการดูแลสัตว์เลี้ยงให้เปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัวและการคิดค้นบริการใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

#### 3.2.2 พันธกิจ

3.2.2.1 มุ่งเน้นการให้บริการที่ถูกต้องและไม่เกิดผลเสียต่อสัตว์เลี้ยง

3.2.2.2 ไม่หยุดที่จะพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ

3.2.2.3 สำรวจความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ เพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

3.2.2.4 สำรวจความต้องการของลูกค้าที่เข้าใช้บริการว่ามีความต้องการใดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในวางแผนการขยายฐานลูกค้าได้

#### 3.2.3 เป้าหมาย

ร้าน Boo center กำหนดระยะเวลาคืนทุนไว้ที่ 3 ปี เพราะว่าในปีแรกได้ลงทุนด้วยเงินสดจำนวน 5,500,000 บาท เพื่อใช้ในการก่อสร้างตัวร้านและห้องพักสำหรับเลี้ยงขึ้นมา จึงทำการพยากรณ์การเจริญเติบโตในช่วงระยะ 1-3 ปีแรก ว่าธุรกิจจะสามารถเจริญเติบโตขึ้นปีละ 10% และในปีที่ 3 จะมีการขยายสาขาเพิ่มเติม

#### 3.2.4 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ (ผลตอบแทนที่ต้องการ)

3.2.4.1 เพื่อเพิ่มยอดขายในปีแรก 10% ทุกปี

3.2.4.2 เพื่อสร้างผลกำไร

3.2.4.3 เพื่อสร้างฐานลูกค้าให้มีจำนวนมากขึ้น

3.2.4.4 เพื่อสร้างความเชื่อใจให้กับลูกค้า

### 3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค

ผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้บริการร้าน Pet Shop ที่มีรูปแบบธุรกิจใกล้เคียงกัน โดยผลที่ได้คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการด้วยตนเองเพราะต้องการสิ่งที่ดีที่สุด ให้แก่สัตว์เลี้ยงของตนเองจึงต้องหาร้านที่มีการให้บริการที่ดีที่สุด โดยศึกษาจากประสบการณ์ส่วนตัว คำบอกเล่า รีวิวบนอินเทอร์เน็ต เป็นต้น การใช้บริการขึ้นอยู่กับคุณภาพที่ลูกค้าได้รับว่าคุ้มกับราคาที่ลูกค้าเสียไปหรือไม่ จากการสำรวจพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการซื้อของทั่วไป ร้อยละ 35.88 ใช้บริการอาบน้ำ ตัดขน ร้อยละ 32.94 ใช้บริการฝึก ร้อยละ 8.82 และใช้บริการฝากเลี้ยง ร้อยละ 22.3



## บทที่ 4

### แผนการตลาด

#### 4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบริการ

ตลาดเป้าหมายของร้าน Boo Center คือ กลุ่มลูกค้าที่มีสัตว์เลี้ยงแต่ไม่มีเวลาในการดูแล เนื่องจากต้องทำงานหรือเดินทางไกล โดยมีการแบ่งเกณฑ์ต่าง ๆ ไว้ดังนี้

- 4.1.1 เพศ ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง และเพศทางเลือก
- 4.1.2 อายุระหว่าง 18 – 60 ปี
- 4.1.3 เงินเดือนระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท
- 4.1.4 อาชีพในทุกสายอาชีพ

#### 4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

ผู้ศึกษาเลือกใช้ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของ E. Jerome McCarthy ในการกำหนดกลยุทธ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

##### 4.2.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product)

ร้าน Boo Center เป็นร้านให้บริการประเภท Pet Shop ซึ่งมีให้บริการอาบน้ำตัดขน ฟีกสุนัข โรงแรมฟลากสัตว์เลี้ยง ที่ลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้อย่างครบครันภายในที่เดียว

##### 4.2.2 กลยุทธ์การกำหนดราคา (Price)

ผู้ศึกษาเลือกใช้การตั้งราคาที่ไม่ต่ำและสูงจนเกินไปเพื่อให้ลูกค้าทุกระดับสามารถเข้ารับบริการได้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.2.2.1 บริการอาบน้ำตัดขนราคาเริ่มต้น 200 - 300 บาท

4.2.2.2 บริการฟีกสุนัข

- 1) ขนาดเล็ก (Size S) น้ำหนักน้อยกว่า 10 กิโลกรัม (< 10 kg)
- 2) ขนาดกลาง (Size M) น้ำหนักมากกว่า 10 – 20 กิโลกรัม (>10 – 20 kg)
- 3) ขนาดใหญ่ (Size L) น้ำหนัก มากกว่า 20 – 30 กิโลกรัม (>20 – 30 kg)
- 4) ขนาดจัมโบ้ (Size XL) น้ำหนักมากกว่า 30 – 45 กิโลกรัม (>30 – 45 kg)



ตารางที่ 4.1: อัตราค่าบริการห้องพักของศูนย์ที่รับบริการฝึกสุนัข

ประเภทห้องพัก	ขนาดเล็ก Size S	ขนาดกลาง Size M	ขนาดใหญ่ Size L	ขนาดใหญ่ มาก Size XL	ขนาดจัมโบ้ Size XXL
ห้องแอร์	31,000	34,000	37,000	40,000	43,000
ห้องพัดลม	22,000	25,000	28,000	31,000	34,000

- 1) ขนาดจัมโบ้ (Size XXL) น้ำหนักมากกว่า 45 กิโลกรัม (> 45 kg)
- 2) อัตราค่าบริการนี้ ไม่รวมอาหารและค่ารักษาพยาบาล โดยแบ่งจ่ายเป็น 2 งวด คือวันแรกเข้าจ่ายครึ่งของราคาฝึก และจ่ายส่วนที่เหลือในเดือนที่ 2
- 3) บริการโรงแรมรับฝากสุนัข

ตารางที่ 4.2: อัตราค่าบริการสำหรับโรงแรมรับฝากสุนัข

ประเภทห้องพัก	ขนาดเล็ก Size S	ขนาดกลาง Size M	ขนาดใหญ่ Size L	ขนาดใหญ่ มาก Size XL	ขนาดจัมโบ้ Size XXL
ห้องแอร์	600	700	800	900	1,000
ห้องพัดลม	400	500	600	700	800

#### 4.2.3 กลยุทธ์การบริหารช่องทางการจำหน่าย (Place)

4.2.3.1 ช่องทางออฟไลน์ คือ หน้าร้าน Boo Center ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ตรงข้ามกับสถานีตำรวจประชาชื่น ซึ่งบริเวณโดยรอบมีโรงเรียนหลายแห่ง อีกทั้งยังเป็นแหล่งชุมชนทำให้สามารถเป็นที่สังเกตของลูกค้าและผู้ที่ผ่านมาได้

4.2.3.2 ช่องทางออนไลน์ คือ การใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ร้านและเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการติดต่อกับลูกค้า เช่น Facebook Line Instagram เป็นต้น

#### 4.2.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion)

ร้าน Boo Center จะมีการส่งเสริมการขาย โดยการจัดทำบัตรสะสมการเข้ารับบริการให้แก่ลูกค้า เมื่อรับบริการครบ 10 ครั้ง ลูกค้าจะได้รับบริการฟรี 1 ครั้ง หรือการจัดการส่งเสริมการขาย

ตามช่วงเทศกาลวันหยุด เช่น เทศกาลปีใหม่ วันแม่ หรือวันสำคัญต่าง ๆ โดยจะจัดให้ลูกค้าร่วมกิจกรรมถ่ายรูปคู่สัตว์เลี้ยงที่มารับบริการจากทางร้าน ติดแฮชแท็กที่ทางร้านกำหนดแล้วโพสต์ลงเฟสบุ๊กพร้อมแท็กร้าน Boo Center แลกรับส่วนลดค่าบริการ 10%

#### 4.2.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

บุคลากรของร้าน Boo Center จะมีการอบรมและฝึกในด้านการบริการ การต้อนรับลูกค้า และด้านเทคนิคเฉพาะในการบริการด้านต่าง ๆ เช่น การฝึกสุนัข การอาบน้ำตัดขน และนอกจากนี้ ทางร้านจะมีการจ้างผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านมาเป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้าและอบรมพนักงาน เพื่อสร้างความแตกต่างและความประทับใจให้แก่ลูกค้า

#### 4.2.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process)

ใช้วิธีการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าตั้งแต่ครั้งแรกที่ลูกค้าเข้ารับบริการ คือ เมื่อลูกค้ามาติดต่อสอบถาม พนักงานจะสอบถามรายละเอียดและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยความสุภาพและแนะนำบริการที่คิดว่าเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเท่านั้น จะไม่มีการพยายามขายบริการอื่นที่ไม่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าหรือลูกค้าไม่สนใจ เพื่อให้ลูกค้าไม่เกิดความรู้สึกว่าถูกเสนอการขายจนเกินไป

#### 4.2.7 กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Physical Evidence)

การตกแต่งร้านจะตกแต่งให้ร้านเปรียบเสมือนสวนสนุกของสัตว์เลี้ยง บรรยากาศโดยรวมของร้านจะไม่มีการจัดร้านให้ดูแน่น เน้นความเรียบง่าย แต่สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต้องมีความสะอาดและมีสุขอนามัยที่ดีต่อลูกค้าและสัตว์เลี้ยง

### 4.3 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

#### 4.3.1 วัตถุประสงค์ทางการสื่อสาร

4.3.1.1 เพื่อเพิ่มความตระหนักรู้ของลูกค้าต่อร้าน Boo Center

4.3.1.2 เพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน Boo Center ต่อสาธารณะ

4.3.1.3 เพื่อเป็นการกระจายข่าวสารการส่งเสริมการขาย บริการ กิจกรรมต่าง ๆ ของทางร้าน

4.3.1.4 เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการติดต่อกับลูกค้าและการรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าจากหลาย ๆ ช่องทาง

#### 4.3.2 แผนการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด



#### 4.4 แผนงานการสื่อสารการตลาด

ร้าน Boo Center นั้น มีกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ร้านให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าในวงกว้าง โดยสิ่งที่ต้องการนำเสนอต่อลูกค้าในระยะแรก คือความเป็นมาของธุรกิจ ว่าธุรกิจ Boo Center นั้น เกิดขึ้นจากอะไร นอกจากนี้ ยังมีการเลือกใช้ช่องทางสื่อสารออนไลน์ในการทำการประชาสัมพันธ์ร้าน และทำให้เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการติดต่อสอบถามข้อมูลของลูกค้าเพื่อให้เกิดความเข้าถึงง่าย นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับลูกค้าที่เข้ารับบริการ หากมีการโพสต์รูปภาพและเขียนรีวิว ร้านค้าลงบนสื่อออนไลน์จะได้รับส่วนลดตามที่ทางร้านกำหนดไว้ โดยกิจกรรมนี้จะจัดเป็นระยะ ๆ ตลอดปี



## บทที่ 5

### แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

#### 5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร

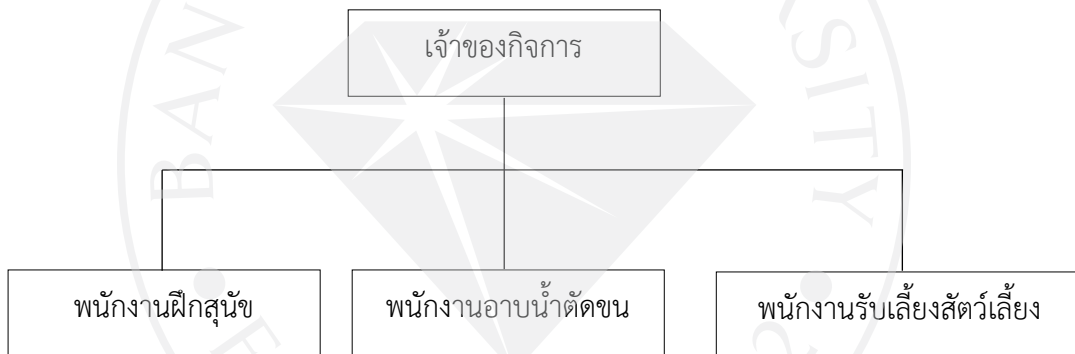
ธุรกิจการฝึกอบรมสุนัขและให้บริการครบวงจร แบรินด์ Boo Center ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดแผนก ฝ่าย และหน่วยงานของบุคลากรในองค์กร ไว้ดังนี้

##### 5.1.1 รูปแบบของธุรกิจ

ธุรกิจให้บริการฝึกสุนัข รับเลี้ยง และให้บริการอาบน้ำตัดขนแก่สัตว์เลี้ยงครบวงจร

##### 5.1.2 โครงสร้างองค์กร และผังบริหารงาน

ภาพที่ 5.1: แผนผังการบริหารงานร้าน Boo Center



จากภาพที่ 5.1 เนื่องจากร้าน Boo Center ยังเป็นร้านให้บริการสัตว์เลี้ยงขนาดเล็ก แรกเริ่มจึงมีจำนวนบุคลากรภายในร้านน้อย การตัดสินใจในการบริหารงานทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับเจ้าของร้าน และบุคคลหนึ่งอาจทำได้หลายตำแหน่งหน้าที่ ซึ่งทางร้านอาจมีการเพิ่มจำนวนบุคลากรในอนาคต

## 5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องสรรหา

ตารางที่ 5.1: ตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากร

ตำแหน่งงาน	ลักษณะงาน/หน้าที่	อัตรา	คุณสมบัติผู้ทำงาน
เจ้าของร้าน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วางแผนการดำเนินงานของร้าน</li> <li>- วางแผนการตลาดและการขาย</li> <li>- จัดทำบัญชี</li> <li>- สัมภาษณ์คนเข้าทำงาน</li> <li>- ประเมินผลงานของบุคลากร</li> <li>- เป็นผู้ตัดสินใจความเป็นไปของธุรกิจ</li> <li>- ตรวจสอบความเรียบร้อยของธุรกิจ</li> </ul>	1	
พนักงาน ฝึกสุนัข	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝึกสุนัขที่เข้ามาให้บริการให้ได้ตามมาตรฐานของร้าน</li> <li>- ประเมินสุนัขก่อนการฝึกและหลังการฝึก</li> <li>- จัดกิจกรรมพิเศษสำหรับสุนัขที่เข้ารับการฝึก</li> <li>- ดูแลความเรียบร้อยของสุนัขที่เข้ารับการฝึก</li> <li>- ให้ข้อมูลเรื่องของการฝึกแก่ลูกค้าได้</li> </ul>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพศ: ชาย หรือหญิง</li> <li>- อายุ: 18 – 40 ปี</li> <li>- การศึกษา: ป.6 ขึ้นไป</li> <li>- ประสบการณ์</li> <li>- เป็นคนรักสัตว์ เข้ากับสุนัขได้ดี</li> <li>- สุขภาพแข็งแรงไม่มีโรคประจำตัว</li> <li>- หากมีประสบการณ์มาก่อน จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ</li> </ul>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากร

ตำแหน่งงาน	ลักษณะงาน/หน้าที่	อัตรา	คุณสมบัติผู้ทำงาน
พนักงาน รับเลี้ยงสุนัข	- ดูแลสุนัขที่ถูกค่านำมาใช้บริการ - คอยสังเกตพฤติกรรมของสุนัข	1	- เพศ: ชาย,หญิง - อายุ: 18 – 40 ปี - การศึกษา: ป.6 ขึ้นไป - ประสบการณ์ - เป็นคนรักสัตว์ เข้ากับสุนัขได้ดี - สุขภาพแข็งแรงไม่มีโรค ประจำตัว - หากมีประสบการณ์มาก่อนจะ ได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ
พนักงาน อาบน้ำตัดขน	- อาบน้ำ ตัดขนสุนัข - ออกแบบทรงขนให้แก่สุนัข	1	- เพศ: ชาย,หญิง - อายุ: 18 – 40 ปี - การศึกษา: ป.6 ขึ้นไป - ประสบการณ์ - เป็นคนรักสัตว์ เข้ากับสุนัขได้ดี - สุขภาพแข็งแรงไม่มีโรค ประจำตัว - หากมีประสบการณ์มาก่อนจะ ได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

### 5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

#### 5.3.1 การคัดเลือกและการว่าจ้าง

ในการคัดเลือกและการว่าจ้างของร้าน Boo Center นั้นได้มีนโยบายคัดเลือกพนักงานแต่ละตำแหน่ง โดยมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงาน ดังนี้

5.3.1.1 ในด้านเพศ การศึกษา ความสามารถ ประสบการณ์ และคุณสมบัติของผู้ที่มาสมัครงานนั้นต้องเป็นไปตามที่ทางร้าน Boo Center กำหนด

5.3.1.2 ผู้สมัครต้องมีอายุ 18 ปีขึ้นไป

5.3.1.3 มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรง มีสุขภาพจิตที่เป็นปกติและ  
ไม่ใช้สารเสพติด

5.3.1.4 มารยาทดี สุภาพ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

5.3.1.5 เป็นผู้ที่ประพฤติต่อสังคมที่ดี ไม่มีประวัติทำร้ายผู้อื่น ไม่เคยติดคุก หรือเป็นผู้  
หลบหนีคดีอาญา

### 5.3.2 การประเมินผลการทำงาน

การประเมินผลการทำงานเป็นเครื่องมือที่จะทำให้เจ้าของกิจการรู้ถึงศักยภาพของพนักงาน  
ว่าสามารถช่วยให้ร้านประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ และเป็นเครื่องมือที่จะช่วยใน  
การพิจารณาการจ่ายเงินเดือนพิเศษประจำปี การเลื่อนตำแหน่ง และการว่าจ้างงาน

#### หลักในการประเมินผลการทำงาน

ร้าน Boo Center จะประเมินผลการทำงานจากการพิจารณาการเข้าทำงาน ความตรงต่อ  
เวลา การขาดและลางาน ความเอาใจใส่ลูกค้าและเสียงตอบรับจากลูกค้า การสังเกตจากการทำงาน  
พิจารณาออกมาเป็นแบบประเมิน เพื่อวิเคราะห์การทำงานของพนักงานและพิจารณาการให้  
ผลตอบแทนพิเศษต่อไป

### 5.3.3 การบริหารค่าตอบแทน

ทางร้าน Boo Center มีการบริหารเงินเดือนพนักงาน โดยอ้างอิงจากประสบการณ์การ  
ทำงานและตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบงาน โดยอ้างอิงจากค่าจ้างในตลาดแรงงานของประเทศ  
ไทย นอกจากนี้ ยังมีการบริหารเงินตอบแทนพิเศษหากร้านสามารถทำยอดขายได้ตรงตามเป้าหมาย  
โดยจะพิจารณาจากยอดขายที่ขายได้ในแต่ละปีและมีการให้ค่าตอบแทนพิเศษจากการประเมินผลการ  
ทำงานประจำปี

## 5.4 นโยบายพัฒนาบุคลากร

### 5.4.1 การฝึกอบรม

ร้าน Boo Center จัดให้มีการฝึกอบรมการทำงานให้แก่พนักงานทุกคนก่อนเริ่มการทำงาน  
ตามระยะเวลาที่กำหนด โดยมีเกณฑ์ในการฝึกอบรมเพื่อพิจารณาคนเข้าทำงานสำหรับผู้ผ่านเกณฑ์  
และมีการจัดอบรมให้แก่พนักงานที่ต้องการเปลี่ยนตำแหน่ง หรือการฝึกอบรมความรู้เพิ่มเติมที่  
เกี่ยวข้องกับตำแหน่งนั้น ๆ ระหว่างการทำงาน

### 5.4.2 การจูงใจบุคลากร

ร้าน Boo Center จัดให้มีการจ่ายเงินเดือนพิเศษหรือที่เรียกว่า โบนัส 1 เดือนทุกปี โดยใช้  
เกณฑ์การพิจารณาจากยอดขาย และยังมีสวัสดิการอื่น ๆ เช่น ประกันสังคม ส่วนลดพนักงาน งาน  
เลี้ยงประจำปี ชุตยูนิฟอร์ม เป็นต้น

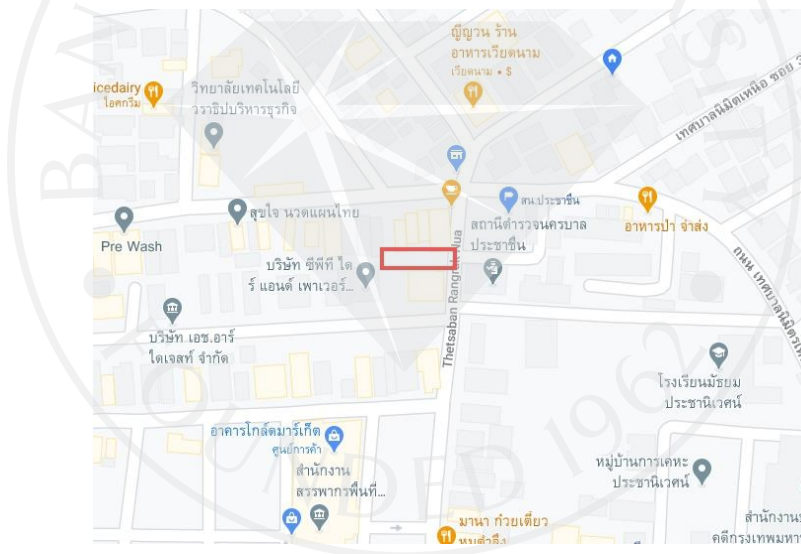


## บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

### 6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง

ธุรกิจการฝึกอบรมสุนัขและให้บริการครบวงจร แบรินด์ Boo Center เป็นธุรกิจที่มีเจ้าของเพียงคนเดียว (Sole Proprietorship) คือกิจการหรือธุรกิจที่มี “บุคคลธรรมดา” เพียงบุคคลเดียวเป็นเจ้าของกิจการ และเป็นผู้ลงทุน ไม่มีหุ้นส่วน จึงมีกรรมสิทธิ์ในสินทรัพย์ทั้งหมดของกิจการ ในขณะเดียวกันก็รับภาระหนี้สินของกิจการอย่างไม่จำกัดความรับผิดชอบเช่นกัน โดยมีขั้นตอนการจัดตั้งดังนี้

ภาพที่ 6.1: แผนที่ตั้งร้านฝึกสุนัข Boo Center



ที่มา: Google map. (2021). Map. Retrieved from <https://www.google.com/maps/>.

สถานที่ตั้ง: ร้าน Boo Center 41/1 ถนนเทศบาลนิมิตเหนือ แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 มีเนื้อที่ประมาณ 26.5 ตารางวา ตัวร้านเป็นตึก 3 ชั้น แบ่งแยกเป็นส่วน คือ ชั้นที่ 1 ขายสินค้า ห้องฝึกสุนัข ชั้นที่ 2 โรงแรมฝากเลี้ยง ชั้นที่ 3 โรงแรม เก็บสินค้า

## 6.2 ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า

การกำหนดการทำงาน (ผลิตสินค้า) Operation Plan ทางร้านได้กำหนดแผนการปฏิบัติการ Operation Plan โดยเป็นกิจการที่ซื้อมาขายไป คือไม่ได้ทำการผลิตสินค้าเองบริษัทจะมีการซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทนั้นเองโดยตรง ไม่ผ่านนายหน้า เพื่อไม่ให้โดนตัดราคาที่สูง ซึ่งสินค้าบางตัวที่มีขายในร้านเป็นสินค้าที่ต้องประกอบเองก็ทำให้ทางร้านต้องซื้อชิ้นส่วนมาประกอบเอง เช่น กระจดิ่ง โช้ เป็นต้น

## 6.3 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ (จ้างผู้อื่นผลิต/สั่งซื้อเป็นสินค้า) - การเลือกผู้ผลิต ขอบเขตการว่าจ้าง และการบริการของผู้ผลิต

ทางร้านมีการกำหนดเงื่อนไขการสั่งซื้อสินค้าจากโรงงาน และมีการตรวจสอบขั้นพื้นฐานของโรงงานผลิตสินค้าให้กับทางร้านประกอบไปด้วยเงื่อนไข ดังนี้

ตรวจสอบโรงงานให้ได้มาตรฐาน ก่อนทำการสั่งซื้อสินค้าจากโรงงานผลิตสินค้า ร้านจะทำการตรวจสอบรายชื่อโรงงานว่าถูกต้องตามกฎหมายในเว็บไซต์กรมโรงงานอุตสาหกรรมหรือไม่ และดูมาตรฐานของโรงงานว่าได้มาตรฐานการรองรับ รวมทั้งมาตรฐานที่จำเป็น ตลอดจนมาตรฐานของวัตถุดิบส่วนและผสมต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยและถูกต้องของสินค้า

## 6.4 การจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ

สำหรับธุรกิจ Boo Center ที่นอกจากการให้บริการฝึกสุนัขและอาบน้ำตัดขนสัตว์เลี้ยงแล้ว ยังมีการขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงให้แก่ลูกค้า การจัดการและควบคุมสินค้าที่เหลือในคลังจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ ที่จะสามารถช่วยลดปัญหาการเกิดสินค้าขาดแคลนหรือสินค้าเยอะมากเกินไป ซึ่งเป็นสาเหตุของการสูญเสียเวลาและเสียต้นทุนได้ การเก็บรักษาสินค้าอย่างไม่จำเป็น และเพื่อเป็นการบริหารการคลัง ร้าน Boo Center จึงได้ทำการวิเคราะห์ปัญหาที่คาดว่า จะส่งผลกระทบต่อ การเก็บรักษาสินค้าในร้านและในคลังสินค้า โดยการใช่โปรแกรมการคำนวณสินค้าคงคลัง การตัดสต็อกสินค้าแบบทันทีเมื่อมีการขายสินค้าเกิดขึ้น จากการสแกนบาร์โค้ด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่การบริหารคลังสินค้า

## 6.5 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ

ขั้นตอนและการให้บริการของทางร้านแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

6.5.1 อาบน้ำตัดขนสัตว์เลี้ยง มีขั้นตอนการให้บริการ คือ ทางร้านจะสอบถามลูกค้าถึงสุขภาพของสัตว์เลี้ยงก่อนเข้ารับบริการเสมอ เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่เชื้อสู่สัตว์เลี้ยงตัวอื่นภายใน

ร้าน จากนั้นจึงนำสัตว์เลี้ยงเข้ารับบริการ และเมื่ออาบน้ำเสร็จหากลูกค้าไม่ได้รอรับที่ร้าน ทางร้านมีบริการโทรแจ้งแก่ลูกค้าเพื่อรับสัตว์เลี้ยงคืน

6.5.2 โรงแรมฝากเลี้ยง ลูกค้าจะต้องนำสุนัขที่มีบัตรฉีดวัคซีนจากโรงพยาบาลมาแสดงกับทางร้านเพื่อเป็นการคัดกรองสัตว์เลี้ยง และต้องนำสุนัขมาซึ่งน้ำหนักถึงจะทราบราคาที่ลูกค้าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

6.5.3 ขายนินค้ำ เป็นการให้บริการขายนินค้ำทั่วไปรวมถึงการติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการของทางร้าน ปรึกษาข้อมูลต่าง ๆ ได้ทางหน้าร้าน

6.5.4 ฝึกสุนัข การให้บริการส่วนนี้เป็นการฝึกอบรมสุนัขให้มีระเบียบเรียบร้อย เชื่อฟังคำสั่งของเจ้าของทำให้สุนัขเข้ากับสุนัขตัวอื่นได้ การเข้าฝึกเป็นการฝากสุนัขไปในตัวระยะเวลาในการฝึกคือ 2 เดือน เป็นการฝึกวันเว้นวัน สามารถให้เจ้าของเข้ามาดูได้ในวัน เสาร์ อาทิตย์ เท่านั้นเพื่อให้การฝึกมีประสิทธิภาพมากที่สุด ลูกค้าติดต่อสอบถามกับทางร้านโดยตรงที่เบอร์ 090-678-5515 หรือช่องทางหน้าร้าน Boo Center ที่ตั้งอยู่บริเวณตรงข้ามสถานีตำรวจประชาชื่น

## บทที่ 7 แผนการเงิน

### 7.1 โครงสร้างเงินทุน

การเริ่มต้นของผู้ประกอบการในการทำธุรกิจนั้นจำเป็นต้องมีความชัดเจนของแผนการจัดสรรทรัพยากรที่มี รวมถึงทรัพยากรทางการเงินนั้นต้องให้เหมาะสมและเพียงพอต่อการดำเนินงานที่นำมาก่อให้เกิดรายได้และกำไร ซึ่งทรัพยากรทางการเงินถือเป็นเรื่องสำคัญในการตัดสินใจในการลงทุน ดังนั้นธุรกิจต้องจัดสรรทรัพยากรทางการเงินให้มีสภาพคล่องทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด แหล่งที่มาของเงินในการประกอบธุรกิจ

ในช่วงแรกของร้าน Boo Center มีความต้องการของเงินทุน 5,500,000 บาท ประกอบไปด้วยเงินทุนส่วนตัวของเจ้าของกิจการและมีโครงสร้างการลงทุนเป็นส่วนหนึ่งของเจ้าของทั้งหมด

7.1.1 เงินทุนสำหรับเริ่มต้น (Set-up Capital) เป็นเงินทุนสำหรับใช้เริ่มต้นธุรกิจ เช่น การซื้อเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็น ถือเป็นสินทรัพย์ของ ธุรกิจ รวมถึงการสำรองไว้เอง เป็นค่าใช้จ่ายผันแปรช่วงเริ่มต้นธุรกิจสำหรับกิจการที่ยังไม่มีรายได้

7.1.2 เงินทุนหมุนเวียน (Working Capital) เป็นเงินทุนสำหรับใช้เป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของกิจการ เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น

7.1.3 เงินทุนสำรอง (Cash Reserved) เป็นเงินทุนสำหรับสำรองไว้ในยามฉุกเฉิน กรณีมีเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดหมายหรือไม่เป็นตามที่ได้วางแผนไว้ ซึ่งจะสำรองไว้ที่ร้อยละ 10 – 12 ของเงินทุนทั้งหมด

ตารางที่ 7.1: แสดงแผนการใช้เงินลงทุนเริ่มแรก

ค่าใช้จ่าย	จำนวน (บาท)
ค่าปลูกสร้าง (อาคาร)	3,500,000
อาหารสุนัขและอื่น ๆ	80,000
คอมพิวเตอร์ร้าน + เครื่องคิดเงิน	20,000
อุปกรณ์อาบน้ำ + เครื่องเป่า	30,000
เครื่องปรับอากาศ	50,000
เฟอร์นิเจอร์	25,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.1 (ต่อ): แสดงแผนการใช้จ่ายเงินลงทุนเริ่มแรก

ค่าใช้จ่าย	จำนวน (บาท)
ชุดสุขภัณฑ์	10,000
TV	12,000
ตู้เย็น	13,000
ชุดระบบน้ำเพื่อ อุบโภาค บริโภาค	25,000
อุปกรณ์ฝึกสุนัข	5,000
รวม	3,770,000

จากตาราง 7.1 กล่าวถึงค่าใช้จ่ายแรกเริ่มในการทำธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ค่าปลูกสร้าง (อาคาร) อาหารสุนัขและอื่น ๆ คอมพิวเตอร์ร้าน + เครื่องคิดเงิน อุปกรณ์อาบน้ำ+เครื่องเป่า เครื่องปรับอากาศ เฟอร์นิเจอร์ ชุดสุขภัณฑ์ TV ตู้เย็น ชุดระบบน้ำเพื่อ อุบโภาค บริโภาค อุปกรณ์ฝึกสุนัข แล้วทางร้านมีเงินทุนเหลือ 1,730,000 บาท

ตารางที่ 7.2: แสดงแผนงบประมาณการใช้จ่ายเงินหมุนเวียน

รายการ	งบประมาณต่อเดือน (บาท)
เงินเดือนพนักงาน	51,000.00
ค่าสาธารณูปโภค	4,000.00
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน	1,000.00
ค่าใช้จ่ายน้ำมันในการขนส่ง	3,000.00
ค่าใช้จ่ายการตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์	15,000.00
ค่าใช้จ่ายในการออกแสดงสินค้า	11,000.00
รวม	85,000.00

จากตาราง 7.2 Boo Center มีแผนการใช้จ่ายเงินหมุนเวียนต่อเดือนเป็นจำนวน 85,000 บาท คาดการณ์หมุนเวียนล่วงหน้า 6 เดือน คิดเป็นเงินทุน 510,000 บาท

ตารางที่ 7.3: แสดงแผนงบประมาณเงินทุนสำรอง

รายการ	เดบิต (บาท)	เครดิต (บาท)
เงินลงทุน	5,500,000.00	
งบประมาณเงินลงทุนเริ่มต้น		3,770,000.00
งบประมาณเงินลงทุนหมุนเวียน (6 เดือน)		510,000.00
งบประมาณเงินทุนสำรอง		1,220,000.00
รวม	5,500,000.00	5,500,000.00

จากตาราง 7.3 Boo Center มีความต้องการลงทุน 5,500,000 บาท เมื่อหักงบประมาณเงินลงทุนเริ่มต้น และทุนหมุนเวียน จะเหลือทุนสำรอง 1,220,000 บาท

## 7.2 สมมติฐานทางการเงิน (ประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่าย การเติบโต ตัวแปรต่าง ๆ)

### 7.2.1 การประมาณรายได้

จากการสำรวจตลาดศูนย์ฝึกรอบรรสุนัขอัจฉริยะในประเทศไทยและการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นพบว่าราคาของการให้บริการอยู่ในตลาดช่วง 30,000 – 50,000 บาท ขึ้นไป ทำให้ลูกค้าที่ใช้บริการศูนย์ฝึกรอบรรสุนัขอัจฉริยะของร้าน Boo Center จะเริ่มต้นตั้งแต่ 30,000 บาท และมีการแบ่งชำระ

### 7.2.2 งบกำไรขาดทุน (1 ปี)

ตารางที่ 7.4: งบกำไรขาดทุนของร้าน Boo Center ในระยะเวลา 1 ปี

งบกำไรขาดทุน	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
รายได้						
รายได้จากการขาย	150,000.00	130,000.00	135,000.00	196,300.00	145,000.00	110,000.00
รายได้จากการฝึก	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.4 (ต่อ): งบกำไรขาดทุนของร้าน Boo Center ในระยะเวลา 1 ปี

งบกำไร ขาดทุน	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
รายได้						
รายได้จาก การฝากเลี้ยง	19,200.00	18,400.00	19,200.00	20,000.00	18,400.00	19,200.00
รายได้จาก อาบน้ำตัดขน	30,750.00	27,750.00	25,500.00	37,500.00	32,500.00	31,750.00
รวมรายได้	310,950.00	287,150.00	290,700.00	364,800.00	306,900.00	271,950.00

งบกำไร ขาดทุน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
รายได้จาก การขาย	160,000.00	168,500.00	125,400.00	135,600.00	180,000.00	130,000.00
รายได้จาก การฝึก	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00
รายได้จาก การฝากเลี้ยง	22,400.00	21,600.00	19,200.00	18,400.00	23,200.00	24,000.00
รายได้จาก อาบน้ำตัดขน	34,750.00	33,750.00	30,500.00	29,750.00	29,250.00	27,750.00
รวมรายได้	328,150.00	334,850.00	286,100.00	294,750.00	343,450.00	292,750.00

## 7.2.3 ต้นทุนขาย

ตารางที่ 7.5: ต้นทุนขายของร้าน Boo Center ในระยะเวลา 1 ปี

ต้นทุนขาย	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
รายได้จากการขาย	150,000.00	130,000.00	135,000.00	196,300.00	145,000.00	110,000.00
กำไรขั้นต้น 20%	30,000.00	26,000.00	27,000.00	39,260.00	29,000.00	22,000.00
รายได้จากการฝึก	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00
กำไรขั้นต้น 80%	88,800.00	88,800.00	88,800.00	88,800.00	88,800.00	88,800.00
รายได้จากการฝากเลี้ยง	19,200.00	18,400.00	19,200.00	20,000.00	18,400.00	19,200.00
กำไรขั้นต้น 80%	15,360.00	14,720.00	15,360.00	16,000.00	14,720.00	15,360.00
รายได้จากอาบน้ำตัดขน	30,750.00	27,750.00	25,500.00	37,500.00	32,500.00	31,750.00
กำไรขั้นต้น 50%	15,375.00	13,875.00	12,750.00	18,750.00	16,250.00	15,875.00
กำไรขั้นต้น	149,535.00	143,395.00	143,910.00	162,810.00	148,770.00	142,035.00

ต้นทุนขาย	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
รายได้จากการขาย	160,000.00	168,500.00	125,400.00	135,600.00	180,000.00	130,000.00
กำไรขั้นต้น 20%	32,000.00	33,700.00	25,080.00	27,120.00	36,000.00	26,000.00

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 7.5 (ต่อ): ต้นทุนขายของร้าน Boo Center ในระยะเวลา 1 ปี

ต้นทุนขาย	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
รายได้จากการฝึก	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00	111,000.00
กำไรขั้นต้น 80%	88,800.00	88,800.00	88,800.00	88,800.00	88,800.00	88,800.00
รายได้จากการฝากเลี้ยง	22,400.00	21,600.00	19,200.00	18,400.00	23,200.00	24,000.00
กำไรขั้นต้น 80%	17,920.00	17,280.00	15,360.00	14,720.00	18,560.00	19,200.00
รายได้จากอาบน้ำตัดขน	34,750.00	33,750.00	30,500.00	29,750.00	29,250.00	27,750.00
กำไรขั้นต้น 50%	17,375.00	16,875.00	15,250.00	14,875.00	14,625.00	13,875.00
กำไรขั้นต้น	156,095.00	156,655.00	144,490.00	145,515.00	157,985.00	147,875.00

## 7.2.4 ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด

ตารางที่ 7.6: ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด

ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
เงินเดือน	51,000.00	51,000.00	51,000.00	51,000.00	51,000.00	51,000.00
ค่าเช่า	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าน้ำ	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
ค่าไฟ	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
ค่าโทรศัพท์	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.6 (ต่อ): ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด

ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
ค่าใช้จ่ายการตลาด	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
ค่าเสื่อมราคา	14,583.33	14,583.33	14,583.33	14,583.33	14,583.33	14,583.33
รวมค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	76,083.33	76,083.33	76,083.33	76,083.33	76,083.33	76,083.33
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	73,451.67	67,311.67	67,826.67	86,726.67	72,686.67	65,951.67
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	14,690.33	13,462.33	13,565.33	17,345.33	14,537.33	13,190.33
กำไรสุทธิ*	58,761.33	53,849.33	54,261.33	69,381.33	58,149.33	52,761.33

ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
เงินเดือน	51,000.00	51,000.00	51,000.00	51,000.00	51,000.00	51,000.00
ค่าเช่า	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าน้ำ	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
ค่าไฟ	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
ค่าโทรศัพท์	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
ค่าใช้จ่ายการตลาด	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
ค่าเสื่อมราคา	14,583.33	14,583.33	14,583.33	14,583.33	14,583.33	14,583.33

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.6 (ต่อ): ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด

ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
รวมค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	76,083.33	76,083.33	76,083.33	76,083.33	76,083.33	76,083.33
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	80,011.67	80,571.67	68,406.67	69,431.67	81,901.67	71,791.67
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	16,002.33	16,114.33	13,681.33	13,886.33	16,380.33	14,358.33
กำไรสุทธิ*	64,009.33	64,457.33	54,725.33	55,545.33	65,521.33	57,433.33

จากตารางข้างต้น เป็นการประมาณยอดขายและสินค้าภายใน 1 ปี รายได้ที่มาจากบริการอาบน้ำตัดขน การฝึกสุนัข โรงแรมรับฝากเลี้ยงและขายสินค้าทั่วไป รายได้เป็นการประมาณการจากยอดผู้ใช้บริการ ซึ่งการแบ่งผลกำไรจะอยู่ที่ อาบน้ำตัดขน 50% ฝึก 80% โรงแรม 80% ขายสินค้า 20% โดยวันที่การใช้บริการเยอะจะเป็นวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ และในช่วงเทศกาล กำไรขั้นต้นก่อนหักค่าใช้จ่าย 1,799,070 บาท คิดเป็นกำไรสุทธิภายใน 1 ปีแรก 295,970 บาท

#### 7.2.2 การประมาณการค่าใช้จ่าย

จากแผนการดำเนินงานและแผนการจัดการองค์กร Boo Center ดำเนินธุรกิจในรูปแบบนิติบุคคล ช่วงเริ่มกิจการร้าน Boo Center เลือกทำเลที่ตั้งของร้านในลักษณะที่มีกลุ่มคนที่เลี้ยงสัตว์ รวมถึงบริเวณโดยรอบไม่มีร้านที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน ทำให้การเปิดกิจการใหม่มีคู่แข่งน้อย แต่มีการสร้างตึกเป็นตัวร้านทำให้มีค่าใช้จ่ายที่สูง มีบุคลากร 4 คน ประกอบด้วย เจ้าของกิจการ (ผู้จัดการร้าน) 1 คน และพนักงานดูแลส่วนงานต่าง ๆ จำนวน 3 คน

ตารางที่ 7.7: แสดงค่าใช้จ่ายบุคลากรในองค์กร

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน (บาท)	เงินเดือนสุทธิ (บาท)
เจ้าของกิจการ (ผู้จัดการร้าน)	1	12,750.00	12,750.00
พนักงานอาบน้ำตัดขน	1	12,750.00	12,750.00
พนักงานรับเลี้ยงสุนัข	1	12,750.00	12,750.00
พนักงานฝึกสุนัข	1	12,750.00	12,750.00
รวม			51,000.00

### 7.3 ประมาณการงบการเงิน และวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

#### 7.3.1 งบกำไรขาดทุน 3 ปีแรก

ตารางที่ 7.8: ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ปีที่ 1 – 3

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
รายได้			
สินค้า สมาร์ทฮาร์ท โกลด์ สุนัขโต สูตร พิตแอนด์เฟิร์ม7+ (300 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย ต่อถุง	265.00	265.00	265.00
ยอดขาย	26,500.00	29,150.00	31,800.00
สินค้า สมาร์ทฮาร์ท ครีมี่ ทรีต สุนัข 15g. (4ซอง/แพ็ค)	100.00	110.00	120.00
ราคาขายต่อถุง	59.00	59.00	59.00
ยอดขาย	5,900.00	6,490.00	7,080.00
ราคาขาย ต่อถุง	879.00	879.00	879.00
ยอดขาย	87,900.00	96,690.00	105,480.00
สินค้าสมาร์ทฮาร์ท สุนัขพันธุ์เล็ก พิตแอนด์เฟิร์ม (2,000 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขายต่อถุง	1,275.00	1,275.00	1,275.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.8 (ต่อ): ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ปีที่ 1 – 3

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
<b>ยอดขาย</b>	127,500.00	140,250.00	153,000.00
สินค้าสมาร์ทฮาร์ท สุนัขโต ทุกรสชาติ (10,000 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย ต่อถุง	545.00	545.00	545.00
<b>ยอดขาย</b>	54,500.00	59,950.00	65,400.00
สินค้า โรยัลคานิน มินิ อะเดอท์ (Mini Adult)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย ต่อถุง	1,990.00	1,990.00	1,990.00
<b>ยอดขาย</b>	199,000.00	218,900.00	238,800.00
สินค้า โรยัลคานิน มินิ อะเดอท์ (Mini Adult) (200 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย ต่อถุง	360.00	360.00	360.00
<b>ยอดขาย</b>	36,000.00	36,000.00	36,000.00
สินค้า โรยัลคานิน มีเดียม พัพพี (Medium Puppy) (400 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย ต่อถุง	850.00	850.00	850.00
<b>ยอดขาย</b>	85,000.00	93,500.00	102,000.00
สินค้า โรยัลคานิน แมกซ์ซี่ พัพพี (Maxi Puppy) (1,500 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	1,990.00	1,990.00	1,990.00
<b>ยอดขาย</b>	199,000.00	218,900.00	238,000.00
สินค้า อาหารกระป๋องสุนัขโรยัลคานิน (สูตร Adult light Calorie Dilution) (195 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	45.00	45.00	45.00
<b>ยอดขาย</b>	4,500.00	4,950.00	5,400.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.8 (ต่อ): ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ปีที่ 1 – 3

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
สินค้า อาหารกระป๋องสุนัขโรยัลคานินสูตร Junior Appetite Stimulation (195 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	45.00	45.00	45.00
<u>ยอดขาย</u>	4,500.00	4,950.00	5,400.00
สินค้า อาหารกระป๋องสุนัขโรยัลคานินสูตร Mature+8 Appetite Stimulation (195 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	45.00	45.00	45.00
<u>ยอดขาย</u>	4,500.00	4,950.00	5,400.00
สินค้า อาหารกระป๋อง สุนัขโต Apro I.Q. ขนาด (400 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	35.00	35.00	35.00
<u>ยอดขาย</u>	3,500.00	3,850.00	4,200.00
สินค้า อาหารกระป๋อง สุนัขโต เพตดีกรี (1,150 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	125.00	125.00	125.00
<u>ยอดขาย</u>	12,500.00	13,850.00	15,000.00
สินค้า อาหารลูกสุนัข เพตดีกรี รสตับ ผัก และนม (1,500 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	145.00	145.00	145.00
<u>ยอดขาย</u>	14,500.00	15,950.00	17,400.00
สินค้า อาหารลูกสุนัข เพตดีกรี รสนม (สูตรหย่านม) (1,500 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	145.00	145.00	145.00
<u>ยอดขาย</u>	14,500.00	15,950.00	17,400.00
สินค้า อาหารสุนัข ซีซาร์ (100 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	40.00	40.00	40.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.8 (ต่อ): ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ปีที่ 1 – 3

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
ยอดขาย	4,000.00	4,400.00	4,800.00
สินค้า อาหารสุนัข บัซซ์ ขนาด ( 1,500 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	99.00	99.00	99.00
ยอดขาย	9,900.00	10,890.00	11,880.00
สินค้า เพตดีกรี มินิ สุนัขพันธุ์เล็ก (ทุกரசชาติ) (1,300 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	145.00	145.00	145.00
ยอดขาย	14,500.00	15,950.00	17,400.00
สินค้า เพตดีกรี มินิ สุนัขพันธุ์เล็ก (ทุกரசชาติ) (2,700 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	257.00	257.00	257.00
ยอดขาย	25,700.00	28,270.00	30,840.00
สินค้า เพตดีกรี มินิ สุนัขโตพันธุ์เล็ก (ทุกரசชาติ) (8,000 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	559.00	559.00	559.00
ยอดขาย	55,900.00	61,490.00	67,080.00
สินค้า เพตดีกรี ลูกสุนัข รสไก่ไข่และนม (15,000 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	963.00	963.00	963.00
ยอดขาย	96,300.00	105,930.00	115,560.00
สินค้า เพตดีกรี สุนัขโต (ทุกரசชาติ) (1,500 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	150.00	150.00	150.00
ยอดขาย	15,000.00	16,500.00	18,000.00
สินค้า เพตดีกรี สุนัขโต (ทุกரசชาติ) (10,000 g)	100.00	110.00	120.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.8 (ต่อ): ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ปีที่ 1 – 3

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
ราคาขาย	590.00	590.00	590.00
<u>ยอดขาย</u>	58,900.00	64,790.00	70,680.00
สินค้า ไอโรซีน ดีอก (เจลบำรุงเลือดสำหรับ สุนัข) (80 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	165.00	165.00	165.00
<u>ยอดขาย</u>	16,500.00	18,150.00	19,800.00
สินค้า ไอโรซีรอน แคท (เจลบำรุงเลือดสำหรับ แมว) (30 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	165.00	165.00	165.00
<u>ยอดขาย</u>	16,500.00	18,150.00	19,800.00
สินค้า เมกา-แคล 60 Tab	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	310.00	310.00	310.00
<u>ยอดขาย</u>	31,000.00	34,100.00	37,200.00
สินค้า นมแพะสเตอริไลส์ (I Love SmartHeart) (400 cc)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	60.00	60.00	60.00
<u>ยอดขาย</u>	6,000.00	6,600.00	7,200.00
สินค้า นมผงแบร์รี่ ลูกสุนัข (30 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	145.00	145.00	145.00
<u>ยอดขาย</u>	14,500.00	15,950.00	17,400.00
สินค้า นมแพะผง ซีรีชัย (20g X 10 ซอง)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	245.00	245.00	245.00
<u>ยอดขาย</u>	24,500.00	26,950.00	29,400.00
สินค้า เกลือแร่ เพ็ทมีไลท์ 15g. (กลืนดับ) (แพ็ค 12 ซอง)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	264.00	264.00	264.00

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 7.8 (ต่อ): ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ปีที่ 1 – 3

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
ยอดขาย	26,400.00	29,040.00	31,680.00
สินค้า Hepo-Liquid (อาหารเสริมสำหรับ ตับ) (100 ml.)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	299.00	299.00	299.00
ยอดขาย	29,900.00	32,890.00	35,880.00
สินค้า BIZ-CAL (60 Tab) บีช-แคล	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	295.00	295.00	295.00
ยอดขาย	29,500.00	32,450.00	35,400.00
สินค้า AirLax แอร์-เล็ก (เจลระบาย) (100 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	235.00	235.00	235.00
ยอดขาย	23,500.00	25,850.00	28,200.00
สินค้า แผ่นรองซับ BOKDOK (ทุกขนาด)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	205.00	205.00	205.00
ยอดขาย	20,500.00	22,550.00	24,600.00
สินค้า บ็อกด็อก ผ้าอ้อม สุนัข (ทุกไซส์)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	135.00	135.00	135.00
ยอดขาย	13,500.00	14,850.00	16,200.00
สินค้า เบทเทอร์ หัวจุงนิเกิ้ล (ทุกไซส์)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	120.00	120.00	120.00
ยอดขาย	12,000.00	13,200.00	14,400.00
สินค้า คอกเหล็ก ไซส์ S	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	535.00	535.00	535.00
ยอดขาย	53,500.00	58,850.00	64,200.00
สินค้า คอกเหล็ก ไซส์ M	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	750.00	750.00	750.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.8 (ต่อ): ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ปีที่ 1 – 3

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
ยอดขาย	64,000.00	70,950.00	77,400.00
สินค้า คอกเหล็ก ไซส์ L	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	750.00	750.00	750.00
ยอดขาย	75,000.00	82,500.00	90,000.00
สินค้า ควิกลิงค์สแตนเลส 4 มม.	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	85.00	85.00	85.00
ยอดขาย	8,500.00	9,350.00	10,200.00
สินค้า ควิกลิงค์สแตนเลส 5 มม.	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	90.00	90.00	90.00
ยอดขาย	9,000.00	9,900.00	10,800.00
สินค้า ควิกลิงค์สแตนเลส 6 มม.	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	107.00	107.00	107.00
ยอดขาย	10,700.00	11,770.00	12,840.00
สินค้า ควิกลิงค์สแตนเลส 8 มม.	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	145.00	145.00	145.00
ยอดขาย	14,500.00	15,950.00	17,400.00
สินค้า ซีล้อย อัดแท่ง ขนาด (1,000 g)	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	70.00	70.00	70.00
ยอดขาย	7,000.00	7,700.00	8,400.00
สินค้า แผ่นสแลทพลาสติก สีดำ ขนาด 30 x 100 ซม	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	205.00	205.00	205.00
ยอดขาย	20,500.00	22,550.00	24,600.00
สินค้า ไซ้ล้าม ข้อตรง 2.0 mm.	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	80.00	80.00	80.00
ยอดขาย	8,000.00	8,800.00	9,600.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.8 (ต่อ): ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ปีที่ 1 – 3

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
สินค้า โพลีเอทิลีน ขัดตรง 2.5 mm.	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	85.00	85.00	85.00
ยอดขาย	8,500.00	9,350.00	10,200.00
สินค้า โพลีเอทิลีน ขัดตรง 3 mm.	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	107.00	107.00	107.00
ยอดขาย	10,700.00	11,770.00	12,840.00
สินค้า โพลีเอทิลีน ขัดตรง 3.5 mm.	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	129.00	129.00	129.00
ยอดขาย	12,900.00	14,190.00	15,480.00
สินค้า บ็อกค็อก ที่ตัดทลายแนว ขนาด กว้าง 10 x ยาว.25 ซม.	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	25.00	25.00	25.00
ยอดขาย	2,500.00	2,750.00	3,000.00
สินค้า AGS Collar กันเลีย S	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	86.00	86.00	86.00
ยอดขาย	8,600.00	9,460.00	10,320.00
สินค้า AGS Collar กันเลีย M	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	97.00	97.00	97.00
ยอดขาย	9,700.00	10,670.00	11,640.00
สินค้า AGS Collar กันเลีย L	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	107.00	107.00	107.00
ยอดขาย	10,700.00	11,770.00	12,840.00
สินค้า AGS Collar กันเลีย XL	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	129.00	129.00	129.00
ยอดขาย	12,900.00	14,190.00	15,480.00
สินค้า แชมพู แบร์ริง ขนาด 300cc	100.00	110.00	120.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.8 (ต่อ): ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ปีที่ 1 – 3

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
ราคาขาย	75.00	75.00	75.00
<u>ยอดขาย</u>	7,500.00	8,250.00	9,000.00
สินค้า แชมพู แบร์ริง ขนาด 600cc	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	118.00	118.00	118.00
<u>ยอดขาย</u>	11,800.00	12,980.00	14,160.00
สินค้า แชมพู แบร์ริง ขนาด 1,200cc	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	235.00	235.00	235.00
<u>ยอดขาย</u>	23,500.00	25,850.00	28,200.00
สินค้า แชมพู เซนการ์ด 200ml	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	70.00	70.00	70.00
<u>ยอดขาย</u>	7,000.00	7,700.00	8,400.00
สินค้า แชมพู เซนการ์ด 350ml	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	95.00	95.00	95.00
<u>ยอดขาย</u>	9,500.00	10,450.00	11,400.00
สินค้า แชมพู เซนการ์ด 1,000ml	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	235.00	235.00	235.00
<u>ยอดขาย</u>	23,500.00	25,850.00	28,200.00
สินค้า แชมพูสุนัข สมาร์ทฮาร์ท 350ml สูตรกำจัดเห็บ-หมัด	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	95.00	95.00	95.00
<u>ยอดขาย</u>	9,500.00	10,450.00	11,400.00
สินค้า เพียวกรีน โลชั่นเซ็ดหู 140 cc	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	86.00	86.00	86.00
<u>ยอดขาย</u>	8,600.00	9,460.00	10,320.00
สินค้า Defong น้ำหอม 100ml.	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	155.00	155.00	155.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.8 (ต่อ): ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ปีที่ 1 – 3

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
<u>ยอดขาย</u>	15,500.00	17,050.00	18,600.00
สินค้า โลชั่นเซ็ดหู บ็อกต็อก 100ml.	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	64.00	64.00	64.00
<u>ยอดขาย</u>	6,400.00	7,040.00	7,680.00
สินค้า บ็อกต็อก ครีมทาโรคผิวหนัง 100 ml	100.00	110.00	120.00
ราคาขาย	70.00	70.00	70.00
<u>ยอดขาย</u>	7,000.00	7,700.00	8,400.00
<u>รายได้สุทธิ</u>	1,901,800.00	2,091,980.00	2,828,160.00

ตารางที่ 7.9: ต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
อาหารสุนัข	1,160,000.00	1,276,000.00	1,392,000.00
อาหารเสริมวิตามิน	218,300.00	240,130.00	261,960.00
อุปกรณ์	393,700.00	433,070.00	472,440.00
แชมพู โลชั่น สเปรย์	129,800.00	142,780.00	155,760.00
รวมต้นทุนขาย	1,901,800.00	2,091,980.00	2,282,160.00
อัตราส่วนต้นทุน	80%	80%	80%
กำไรสุทธิขั้นต้น	1,521,440.00	1,673,584	1,825,728.00
อัตราส่วนกำไร	20%	20%	20%
กำไรสุทธิ	380,360.00	418,396.00	1,825,728.00

ตารางที่ 7.10: ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
เงินเดือน	612,000.00	612,000.00	612,000.00
ค่าเช่า	0.00	0.00	0.00
ค่าน้ำ	12,000.00	12,000.00	12,000.00
ค่าไฟ	42,000.00	42,000.00	42,000.00
ค่าโทรศัพท์	12,000.00	12,000.00	12,000.00
ค่าใช้จ่ายการตลาด	60,000.00	60,000.00	60,000.00
ค่าเสื่อมราคา	22,600.00	22,600.00	22,600.00
รวมค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	760,600.00	760,600.00	760,600.00
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	1,038,470.00	1,178,996.00	1,217,032.00
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	742,500.00	816,750.00	898,425.00
กรณีไม่ได้เสียแบบเหมา	207,694.00	224,220.00	252,592.00
กำไรสุทธิ	830,776.00	896,883.60	1,010,371.32

จากตารางข้างต้นแสดงถึงผลกำไรขาดทุนในระยะเวลาปีที่ 1-3

ตารางที่ 7.11: การประมาณการรายได้ของร้าน Boo Center ปีที่ 1 – 3 ปี

ประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กำไรสุทธิ	708,856.00	774,963.60	888,451.32

จากตารางข้างต้น เป็นการกล่าวถึงการประมาณการรายได้ของร้าน Boo Center พบว่า ในปีที่ 1 บริษัทได้กำไร 830,776 บาท เนื่องจากในปีแรกมีการลงทุนสูงเพราะมีการสร้างตัวอาคารขึ้นมา ทำให้มีค่าใช้จ่ายในช่วงแรกเป็นจำนวนมากและเป็นการเปิดตลาดใหม่ ซึ่งทำให้กลุ่มคนยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ซึ่งในปีที่ 2 และ 3 มีการทำกำไรเพิ่มมากขึ้น และมีการเจริญเติบโตขึ้น ปีละ 20%

## 7.4 งบดุล

ตารางที่ 7.12: แสดงงบดุลของร้าน Boo Center เป็นระยะเวลา 3 ปี

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
สินทรัพย์			
หัก: ค่าเสื่อมราคาสะสม**	175,000.00	350,000.00	525,000.00
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสด**	2,8071,070.00	4,012,560.50	5,454,383.75
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์ถาวร			
ค่าสิ่งปลูกสร้าง (อาคาร)**	3,500,000.00	3,500,000.00	3,500,000.00
คอมพิวเตอร์	20,000.00	-	-
อุปกรณ์อาบน้ำ+เครื่องเป่า	30,000.00	-	-
เครื่องปรับอากาศ	50,000.00	-	-
เฟอร์นิเจอร์	25,000.00	-	-
ชุดสุขภัณฑ์	10,000.00	-	-
TV	12,000.00	-	-
ตู้เย็น	13,000.00	-	-
ชุดระบบน้ำเพื่อ อุปโภค บริโภค	25,000.00	-	-
อุปกรณ์ฝึกสุนัข	5,000.00	-	-
รวมสินทรัพย์ (ไม่มีอาคาร)	190,000.00	190,000.00	190,000.00
รวมสินทรัพย์	6,561,070.00	7,702,560.50	9,144,383.75
รวมสินทรัพย์-หักค่าเสื่อม	6,386,070.00	7,177,560.50	8,094,383.75
หนี้สินและทุน			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย	177,214.00	193,740.90	222,112.83

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.12 (ต่อ): แสดงงบดุลของร้าน Boo Center เป็นระยะเวลา 3 ปี

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินกู้ธนาคาร	-	-	-
เงินกู้ - เจ้าหนี้คุณ ก	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น			
ทุน - ส่วนตัว	5,500,000.00	5,500,000.00	5,500,000.00
กำไรขาดทุนสะสม	-	708,856.00	1,483,819.60
กำไร/ขาดทุน	708,856.00	774,963.60	888,451.32
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	6,208,856.00	6,983,819.60	7,872,270.92
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	6,386,070.00	7,177,560.50	8,094,383.75

จากตารางที่ 7.12 อาคารทางบัญชีต้องมีการคิดค่าเสื่อมราคาด้วยในอัตรา 5% ต่อปี และไม่มีการซื้อสินทรัพย์เพิ่มในปีถัดไปภาษีเงินได้นิติบุคคลถึงกำหนดชำระสิ้น พฤษภาคม ปีถัดไป จึงต้องมียอดค้างชำระ ณ สิ้นปี กำไรขาดทุนสะสมปีแรกเท่ากับศูนย์ เนื่องเป็นการดำเนินการปีแรกหลังจากกำหนดตัวเลขทุกตัวแล้วมีผล diff จึงนำผล diff ไปกระทบกับบัญชีเงินสด และทำแบบเดียวกันในปีที่ 2 และ 3 ไม่มีลูกหนี้การค้า เนื่องจากขายเงินสดเท่านั้น

ตารางที่ 7.13: แสดงงบกระแสเงินสดของร้าน Boo Center เป็นระยะเวลา 3 ปี

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
กระแสเงินสด-กิจกรรมดำเนินงาน			
กำไรสุทธิ	708,856.00	774,963.60	888,451.32
ค่าเสื่อมราคา	175,000.00	175,000.00	175,000.00
ภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่ม	177,214.00	16,526.90	28,371.93
ลูกหนี้การค้า			
เจ้าหนี้การค้า			
สินค้าคงเหลือ			

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 7.13 (ต่อ): แสดงงบกระแสเงินสดของร้าน Boo Center เป็นระยะเวลา 3 ปี

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
รวมกระแสเงินสด-กิจกรรมดำเนินงาน	1,061,070.00	966,490.50	1,091,823.25
กระแสเงินสด-กิจกรรมลงทุน			
สินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น	-3,690,000.00	175,000.00	350,000.00
อาหารสุนัข			
อุปกรณ์ กรง			
อุปกรณ์ ยา			
อุปกรณ์ สบู่			
คอมพิวเตอร์			
อุปกรณ์อาบน้ำ+เครื่องเป่า			
เครื่องปรับอากาศ			
เฟอร์นิเจอร์			
ชุดสุขภัณฑ์			
TV			
ตู้เย็น			
ชุดระบบน้ำเพื่อ อุปโภค บริโภค			
อุปกรณ์ฝึกสุนัข			
รวมกระแสเงินสด-กิจกรรมการลงทุน	-3,690,000.00	175,000.00	350,000.00
กระแสเงินสด-กิจกรรมจัดหาเงิน			
เพิ่มทุน	5,500,000.00		
ดอกเบี้ย			
รวมกระแสเงินสด-กิจกรรมจัดหาเงิน	5,500,000.00		
เงินสดสุทธิ เพิ่มขึ้น (ลดลง) ในงวด	2,871,070.00	1,141,490.50	1,441,823.25

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.13 (ต่อ): แสดงงบกระแสเงินสดของร้าน Boo Center เป็นระยะเวลา 3 ปี

รายการ	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
บวก เงินสดต้นงวด	-	2,871,070.00	4,012,560.50
รวมเงินสด	2,871,070.00	4,012,560.50	5,454,383.75
เงินสดสิ้นงวด	2,871,070.00	4,012,560.50	5,454,383.75

### 7.5 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน

ตารางที่ 7.14: ระยะเวลาคืนทุนของร้าน Boo Center

ระยะเวลาคืนทุน	มากกว่า 3 ปี
IRR	-27.47924%
NPV	-4,734,094.00

## บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ

### 8.1 แผนฉุกเฉิน

#### 8.1.1 กรณีเกิดผลทางลบต่อธุรกิจ

จัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมมากที่สุด เช่น การให้ลูกค้าใหม่ได้ลองใช้บริการฟรี 1 ครั้ง การลดราคาค่าบริการ เป็นต้น นอกจากนี้อาจมีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ เช่น การแจกของรางวัลเมื่อยอดค่าบริการถึงตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ การจัดให้บริการใหม่ ๆ เป็นต้น หรือแนวทางการแก้ปัญหาที่ต้องแก้จากการลดต้นทุน เช่น ลดปริมาณการสั่งซื้ออุปกรณ์ที่ใช้ภายในร้าน การประหยัดทรัพยากรที่จำเป็นให้ได้มากที่สุด การลดเงินเดือนและจ้างออกของพนักงานจะเป็นทางเลือกสุดท้ายในการแก้ปัญหา

#### 8.1.2 กรณีเกิดผลกระทบทางบวกต่อธุรกิจ

จัดให้มีกิจกรรมที่เพิ่มยอดขายและยอดลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง หาแนวทางการให้บริการใหม่ ๆ แก่ลูกค้าเพื่อเพิ่มความสนใจให้แก่ลูกค้า การประชาสัมพันธ์ร้านในระดับที่กว้างขึ้น

### 8.2 แผนอนาคต

ในอนาคตหากผลประกอบการอยู่ในเกณฑ์ดีที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จะมีการขยายสาขาออกไปตามพื้นที่ต่างๆในกรุงเทพและปริมณฑล มีการจ้างพนักงานเพิ่ม มีการเพิ่มบริการและสินค้าที่วางขายภายในร้าน เพิ่มพื้นที่สื่อในการประชาสัมพันธ์ร้าน การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ที่ของรางวัลมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

### บรรณานุกรม

- ธุรกิจสัตว์เลี้ยงในไทยโตแตะ 4 หมื่นล้าน. (2562). สืบค้นจาก  
<https://www.bangkokbiznews.com/news/849080>.
- ร้าน Bowwow. (2557). อัลบั้มภาพ. สืบค้นจาก  
[https://www.facebook.com/bowwowcenter/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/bowwowcenter/photos/?ref=page_internal).
- ร้าน Bowwow. (2564). ร้านขายอาหารสุนัข. สืบค้นจาก <https://bowwowcenter.com/ร้านขายอาหารสุนัข/>.
- ร้าน Bowwow. (2564). โรงแรมสุนัข ฟากเลี้ยงสุนัข. สืบค้นจาก  
<https://bowwowcenter.com/โรงแรมสุนัข-ฟากเลี้ยงสุนัข/>.
- Google map. (2021). Map. Retrieved from <https://www.google.com/maps/>.



**ประวัติผู้เขียน****ชื่อ-นามสกุล**

ยศรินทร์ วัชรากร

**อีเมล**

yotsarin.watch@bumail.net

**ประวัติการศึกษา**ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจ