

แผนธุรกิจ บริการ อาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข (Smiling pet)

ชลิภา เพ็ญภินันท์¹

บทสรุปผู้บริหาร

แผนธุรกิจบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข (Smiling Pet) เป็นธุรกิจให้บริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข มีบุคลากรรวมทั้งหมด 3 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการร้าน พนักงานตัดแต่งขน พนักงานอาบน้ำสุนัข เปิดให้บริการทุกวันจันทร์-เสาร์ เวลา 09.00-20.00 น.

เนื่องจากธุรกิจ Smiling Pet เป็นธุรกิจด้านการบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสัตว์ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานบริการโดยตรง ดังนั้นคุณภาพการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการจึงจำเป็นต้องรักษาระดับการให้บริการเหนือคู่แข่ง โคนเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ถูกคาดหวังในรูปแบบที่หลากหลาย นอกจากนี้ยังมีการเก็บข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ถูกคาดหวังจากประสบการณ์ในอดีต เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์พิจารณาปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการต่อไป

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการ เป้าหมายหลักอยู่ในช่วงเกณฑ์อายุตั้งแต่ 26-50 ปี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 บาทขึ้นไปและอาศัยอยู่ในบริเวณตำบลเกาะหลักและในระหว่างวันมีผู้คนสัญจรในบริเวณร้านเป็นจำนวนมาก ผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณใกล้เคียง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ บุคคลที่มีอายุระหว่าง 22-25 ปีและ 51 ปี ขึ้นไป ที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,000-20,000 บาทและอาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงตำบลเกาะหลัก เช่น ตำบลห้วยทราย ตำบลคลองวาฬ เป็นต้น

การดำเนินธุรกิจ ภาพรวมคู่แข่งในตลาดมีการแข่งขันลักษณะธุรกิจประเภทเดียวกัน แต่เป็นการแข่งขันที่ไม่ค่อยรุนแรงมากนัก ทั้งนี้ธุรกิจมีการดำเนินนโยบายด้วยการให้บริการ โดยการเน้นที่มีเครื่องมือที่ครบถ้วน หลากหลายพร้อมทั้งสร้างการรับรู้ การจําจดให้กับกลุ่มเป้าหมาย

ในส่วนของแผนการเงิน กิจการคาดว่าจะใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในการทำธุรกิจประมาณ 900,000 บาท และปีที่ 1 กิจการมีกำไรตั้งแต่ปีแรกที่ดำเนินงานเป็นเงิน 354,973 บาท

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ธุรกิจบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข (Smiling Pet)

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

บทนำ

เนื่องจากปัจจุบันสภาพทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้นตามไปด้วย การดำรงชีวิตเต็มไปด้วยการแข่งขัน ผู้คนมีความรีบเร่งและความเครียดกันอย่างมาก การนำสุนัขหรือสัตว์เลี้ยงมาเลี้ยง จึงเป็นทางเลือกหนึ่ง ซึ่งช่วยผ่อนคลายความเหงาและคลายความเครียดได้และสำหรับเมืองไทย เกือบทุกบ้านที่เลี้ยงสุนัขไว้ มีจุดประสงค์ที่แตกต่างไปจากเดิม มิได้เป็นเพียงไว้เพื่อป้องกันอาชญากรรม แต่สัตว์เลี้ยงแทบจะกลายมาเป็นสมาชิกภายในครอบครัว เพื่อเป็นเพื่อนเล่นของเด็ก เพื่อแก้เหงา ทั้งนี้เพราะสัตว์เลี้ยงเหล่านี้ สามารถให้ความเพลิดเพลินและรักษาสุขภาพจิตทางอ้อมได้อีกด้วย ด้วยเหตุผลต่างๆ เหล่านี้ สุนัขจึงเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น เห็นได้จากความดูแลเอาใจใส่และการให้ความสำคัญของเจ้าของเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้ธุรกิจทางด้านความงามของสุนัขมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

“Love me Love my dog” เป็นคำกล่าวที่ยืนยันถึงความรัก ความสัมพันธ์ระหว่างคนรักสุนัขกับสุนัขตัวโปรด จึงไม่แปลกใจที่ผู้เป็นเจ้าของสุนัขจะดูแลเอาใจใส่สุนัขตัวโปรดในเรื่องอาหารการกิน การฝึก สอนนิสัย สุขภาพและการป้องกันรวมถึงการอาบน้ำ และการเสริมสวยสุนัข ธุรกิจเสริมความงามแก่สุนัข อาทิเช่น การให้บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขน การจำหน่ายอาหาร การจำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น เป็นธุรกิจเกี่ยวกับสุนัขที่มีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดด เริ่มตั้งแต่อาหารเม็ด บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขน เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ โรงแรม สปา เป็นต้น ธุรกิจเสริมความงามแก่สุนัขที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่มีรายใหญ่ สถานเสริมความงามของสัตว์เลี้ยงจึงยังไม่สามารถรองรับความต้องการของผู้มาใช้บริการได้ ด้วยเหตุผลที่กล่าวผู้จัดทำจึงมีความสนใจที่จะลงทุนเปิดธุรกิจ ร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข (Smiling pet)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข (Smiling pet)

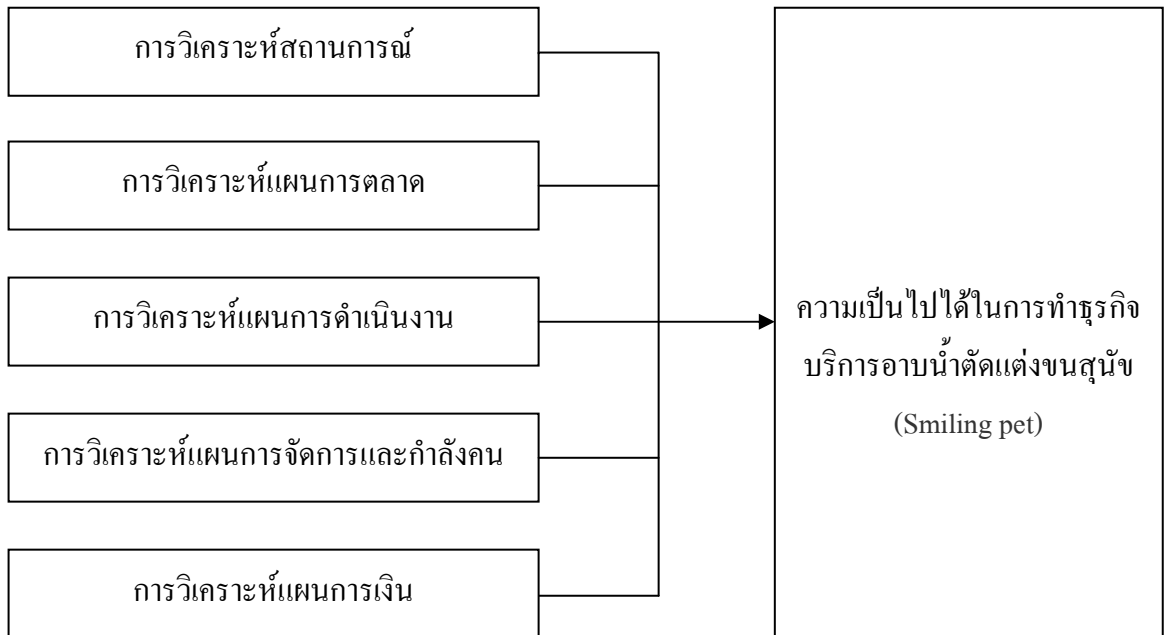
ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข (Smiling pet)

2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาในการทำการศึกษาตั้งแต่เดือนมกราคม – พฤษภาคม

2558

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข (Smiling pet)

นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

2. ร้านอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข หมายถึง สถานที่ประกอบกิจการที่ให้บริการเกี่ยวกับการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข

3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. ท่าเล ที่ตั้งใกล้กับตลาดเมืองประจวบคีรีขันธ์ ง่ายต่อการพบเห็นทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่ายและมีพื้นที่จอดรถสะดวกสบาย

2. การบริการมีความหลากหลาย

3. การบริการเน้นการสร้างและการรักษาภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเป็นหลัก

4. ให้บริการด้วยบุคลากรที่มีความชำนาญ

5. อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ สะอาด ผ่านการอบฆ่าเชื้อโรค

6. ระยะเวลาในการเปิดมากกว่าคู่แข่ง คือเปิดบริการทุกวันจันทร์ถึงวันเสาร์ ตั้งแต่ 09:00–20:00 น. ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่ง

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. เป็นร้านใหม่ ต้องใช้เวลาในการปรับตัวเข้ากับระบบงานและลูกค้า

2. เป็นร้านใหม่ ซึ่งจะมีจำนวนลูกค้าที่รู้จักไม่มากนัก

3. ผู้ประกอบการยังขาดประสบการณ์ในการบริหารร้านบริการสัตว์เลี้ยง

4. มีต้นทุนในการบริหารสูงในด้านบุคลากรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญชำนาญเฉพาะด้าน

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. เนื่องจากสภาพแวดล้อมของสังคมไทยในปัจจุบันเปลี่ยนไป ส่งผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนไป คนเกิดความเร่งรีบ แต่ความเครียดมากขึ้น จึงมีแนวโน้มในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมากขึ้น เพื่อต้องการความผ่อนคลาย

2. ผู้บริโภคมีแนวโน้ม ต้องการความสะดวกสบายในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยง สืบเนื่องมาจากสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้คนในสังคมต้องทำงานแข่งกับเวลา จึงอาจจะไม่

มีเวลาพอในการดูแลสัตว์เลี้ยงของตนเอง ดังนั้น การบริการ อาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข จึงเป็นทางเลือกที่ดี

3. จุดประสงค์ของการเลี้ยงสุนัขเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยเลี้ยงไว้เฝ้าบ้านกลายมาเป็นสมาชิกของครอบครัวเพื่อเป็นเพื่อนเล่นของเด็กและเพื่อแก้เหงาสำหรับผู้ใหญ่ทำให้สุนัขมีบทบาทมากขึ้นได้รับความเอาใจใส่ดูแลจากเจ้าของมากขึ้น

4. ภาคเอกชนให้การส่งเสริมในการเลี้ยงสุนัขอย่างต่อเนื่อง

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ที่ขาดความแน่นอน รวมถึงสภาพสังคมและการเมืองที่ยังไม่มีความชัดเจน ทำให้คนส่วนใหญ่มีการใช้เงินอย่างระมัดระวัง

2. ลูกค้ายังขาดความเชื่อมั่นในการเข้ารับบริการ เนื่องจากเป็นกิจการใหม่

3. เนื่องจากประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ และมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้เป็นการยากต่อการควบคุมคุณภาพกับการให้บริการ

● การวิเคราะห์แผนการตลาด

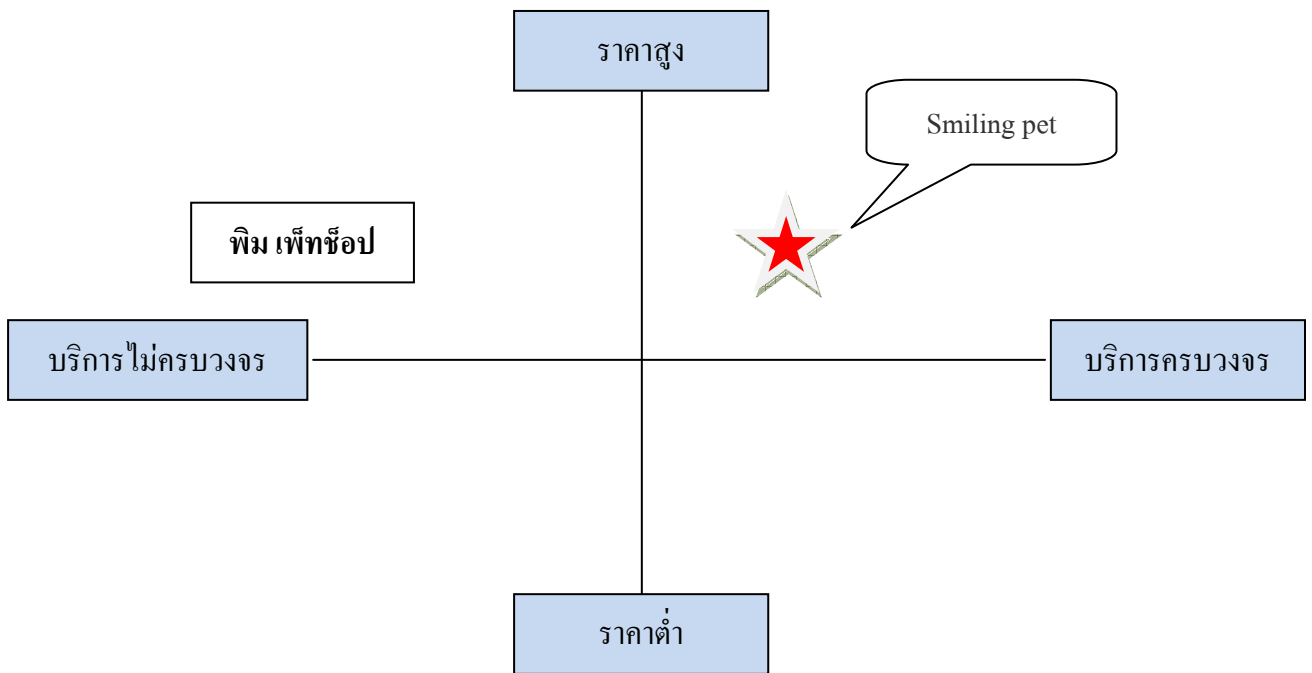
การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T : Target Market)

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือ บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 26-50 ปีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 บาทขึ้นไป และอาศัยอยู่ในตำบลเกาะหลัก

2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองคือ บุคคลที่มีอายุระหว่าง 22-25 ปี และ 51 ปีขึ้นไป ที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,000 บาท-20,000 บาท และอาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงตำบลเกาะหลัก เช่น ตำบลห้วยทราย ตำบล คลองวาฬ เป็นต้น

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P : Positioning)

ธุรกิจบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข (Smiling pet) มุ่งเน้นตอบสนองการให้บริการลูกค้าในพื้นที่ให้บริการ จึงมีความพยายามในการจัดการรับรู้ที่ลูกค้าเป้าหมายมีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป้าหมายของการกำหนดตำแหน่งคือ การกล่าวเน้นถึงคุณสมบัติที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีความโดดเด่นขึ้นในใจของลูกค้า



จากภาพการแสดงการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) เนื่องจากกิจการเป็นกิจการที่เปิดใหม่ ยอดขายและการเข้ามามีส่วนแบ่งในตลาดเป็นสิ่งสำคัญ การตั้งราคาไม่แพง จึงเป็นโอกาสเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงการบริการและการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการได้ง่าย โดยมีการตั้งราคาแต่ละบริการ

กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับธุรกิจอาบน้ำตัดแต่งขนสุนัข เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการมุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงข้อแตกต่างที่เหนือคู่แข่งหรือตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของกิจการ

Smiling pet นำเสนอสินค้าและบริการเกี่ยวกับสุนัขที่เน้นคุณภาพ ความหลากหลายและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า ในส่วนของการบริการเมื่อสุนัขมีกลิ่นไม่พึงประสงค์ในบางครั้งจึงมีความจำเป็นต้องอาบน้ำให้ นอกจากนี้การอาบน้ำยังช่วยกำจัดพยาธิภายนอกบางชนิดรวมทั้งช่วยปรับสภาพผิวที่แห้งหรือมันเกินไปการใช้แชมพูและครีมปรับสภาพขนให้

ประกอบไปด้วย

บริการหลัก

บริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข สำหรับเจ้าของสุนัขที่ต้องการความสะดวกสบาย ในการทำความสะอาดและเสริมความงามแก่สุนัขของตน

บริการเสริม

เราได้สำรวจร้านบริการเกี่ยวกับการอาบน้ำ ตัดขนสุนัขแล้ว มีความเห็นว่าถึงจะมีร้านดูแลบริการอาบน้ำ ตัดขนสุนัข ไม่ค่อยเยอะ จึงเลือกที่จะเปิดร้านในย่านที่เป็นแหล่งชุมชนและมีการจราจรที่สะดวกสบายเหมาะแก่ผู้ที่จะนำสุนัขมาใช้บริการของกิจการ

กลยุทธ์ทางด้านราคา (Price Strategy)

ในการกำหนดราคา ควรคำนึงถึงราคาที่ดี คือ ราคาที่ผู้บริโภคพอใจ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาก็จะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ต้องคำนึงถึงคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ต้นทุนสินค้า ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องและการแข่งขัน

Smiling pet ได้ใช้กลยุทธ์การตั้งเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดเป็นการเน้นยอดขาย เนื่องจากกิจการเป็นกิจการเปิดใหม่ ยอดขายและการเข้ามีส่วนแบ่งในตลาดเป็นสิ่งสำคัญ การตั้งราคาไม่แพง จึงเป็นการขยายโอกาส เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงการบริการและการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการได้ง่าย โดยมีการตั้งราคาแต่ละการบริการ ดังนั้น แพง จึงเป็นการขยายโอกาส เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงการบริการและการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการได้ง่าย โดยมีการตั้งราคาแต่ละการบริการ ดังนี้

บริการ	ขนาด S น้ำหนัก ไม่เกิน 5 กก.	ขนาด M น้ำหนัก 5.1-10 กก.	ขนาด L น้ำหนัก 10.1-20 กก.	ขนาด XL น้ำหนัก 20.1-35 กก.	ขนาด XXL น้ำหนัก มากกว่า 35 กก.
Package : A อาบน้ำ กำจัดเห็บ หมัด ตัดขน ตัดเล็บ เช็ดหู	300	350	400	450	500
Package : B อาบน้ำ ตัดเล็บ เช็ดหู	250	300	350	400	450
Package : C ตัดขน ตัดเล็บ เช็ด หู	190	250	290	340	390

กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางในการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ดังนั้นทำเลของร้านจึงจำเป็นต้องเลือกทำเลที่ดี คือ ทำเลที่ยังไม่มีคู่แข่งหรือมีคู่แข่งน้อยราย หรือทำเลที่มีเป้าหมายกลุ่มธุรกิจผ่านไปมา มีสถานที่จอดรถที่สะดวก เป็นต้น

ช่องทางการจัดจำหน่ายธุรกิจ Smiling pet คือสถานที่ ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 27/160 ถนนสละชีพ ตำบลเกาะหลัก อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000 และทำเลที่ตั้งยังตั้งอยู่ใกล้กับตลาดอำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ เป็นแหล่งชุมชน มีโรงเรียน มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมาก และมีที่จอดรถสะดวกสบาย เพียงพอ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย

กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายเป็นกิจการที่ดำเนินขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อหรือกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด มีความสนใจผลิตภัณฑ์และบริการมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจมีผลประกอบการเพิ่มขึ้น โดยร้าน Smiling dog มีการวางกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

1. สร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการบริการให้กับลูกค้า

2. เลือกใช้สื่อที่หลากหลาย มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการรับบริการสัตว์เลี้ยง หรือเรื่อง Promotion ต่างๆ
3. กระตุ้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เล็งเห็นความสำคัญของการรับบริการสัตว์เลี้ยง
4. เน้นกิจกรรมให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทดลองใช้บริการสัตว์เลี้ยง
5. เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างทั่วถึง โดยเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมราคาไม่สูงมาก เพื่อเป็นการลดต้นทุนทางด้านโฆษณา

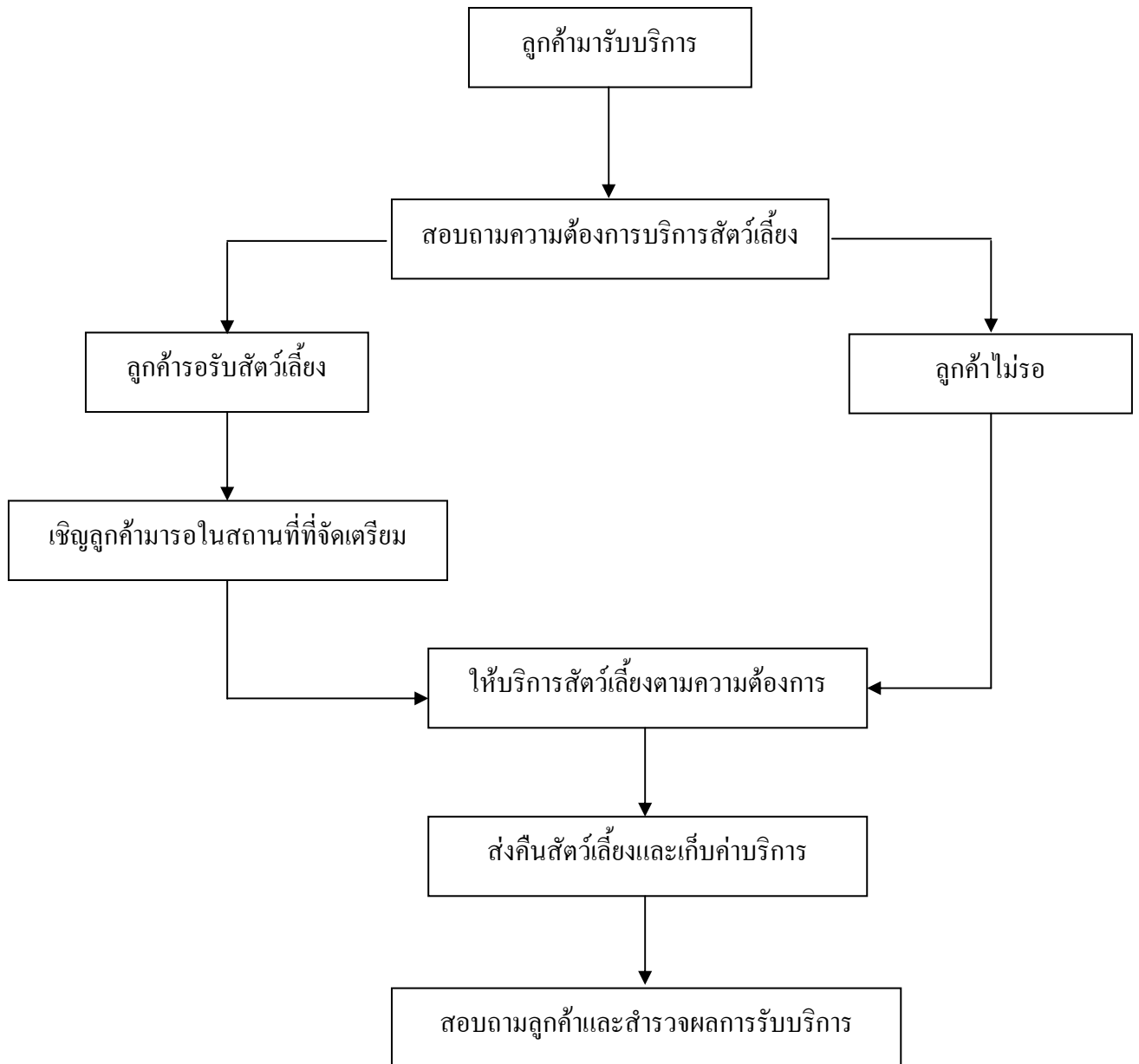
กลยุทธ์ทางด้านพนักงาน (People Strategy)

การบริการของพนักงานร้าน Smiling dog จะต้องสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถจดจำได้ พนักงานทุกคนจะได้รับการฝึกอบรมความรู้ในเรื่องการให้บริการ การอาบน้ำตัดแต่งขน เพื่อสร้างเป็นมาตรฐานของการทำงาน รวมถึงเรื่องการต้อนรับลูกค้า และความพยายามสร้างให้พนักงานมีการให้บริการด้วยใจ พนักงานก็ยังสามารถบริการลูกค้าได้อย่างดี มีความเต็มใจ และสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้

- **การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน**

กระบวนการการให้บริการ

ร้าน Smiling pet มีการคำนึงถึงคุณภาพและมาตรฐานของการบริการเป็นหลัก เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ โดยการให้บริการทุกครั้งทางร้านจะมีการให้บริการของทางร้านให้ลูกค้าทราบ และสอบถามความต้องการของลูกค้าให้ชัดเจน เพื่อความถูกต้องของการบริการ และเพื่อสร้างความพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการทุกครั้ง นอกจากนี้กิจการยังเน้นย้ำพนักงานในเรื่องของบุคลิกภาพ ทักษะที่ดีต่อผู้บริโภค รวมถึงมีทัศนคติไปในทิศทางเดียวกันกับธุรกิจ เน้นพนักงานในเรื่องของกิริยามารยาทในการวางตัวด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตัว มีการกล่าวทักทายลูกค้า พูดจาสุภาพ เอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงใจ และในเรื่องของการแต่งกายของพนักงานที่จะต้องดูสะอาดตลอดเวลา รวมถึงการแบ่งสัดส่วนในร้านนั้นมีการออกแบบให้สอดคล้องกับขั้นตอนการบริการเพื่อเป็นการลดเวลาในการรอคอยให้มน้อยที่สุด และมีการจัดสถานที่บริการสำหรับลูกค้าไว้คอยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาเข้ารับบริการ โดยจะมีนิตยสารและโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงในช่วงการรอคอย โดยมีขั้นตอนการให้บริการ ดังต่อไปนี้



1. การให้บริการสุนัข

- ถ้าลูกค้าเข้ามาใช้บริการ จะเริ่มให้บริการโดยที่พนักงานต้อนรับให้คำแนะนำและสอบถามความต้องการของลูกค้า และเชิญลูกค้ามานั่งรอในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้สำหรับการนั่งรอ จากนั้นบริการน้ำดื่มให้กับลูกค้าและหนังสือ โทรทัศน์ ตามที่ลูกค้าต้องการ

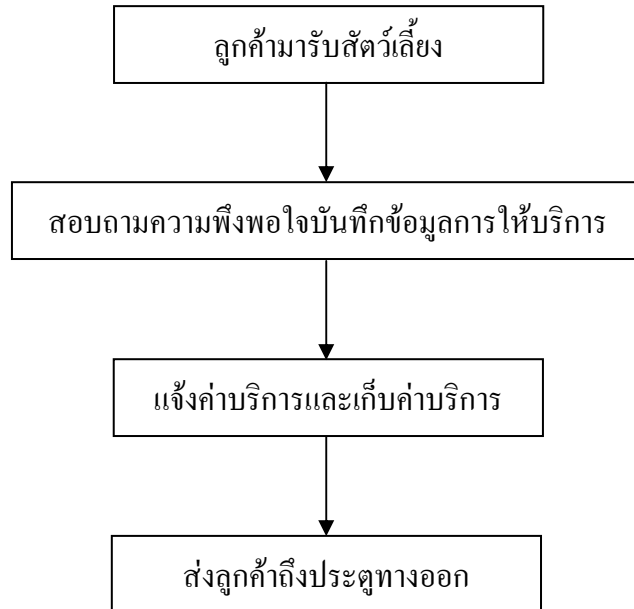
- ถ้าลูกค้าไม่รอระหว่างการบริการ ก็จะเริ่มให้บริการสุนัขตามที่รับการยืนยัน

- ให้บริการสัตว์เลี้ยงตามที่ลูกค้าเลือกและสอบถามบริการความต้องการอื่นๆ เพื่อ

ความสะอาดสบายและความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้า

- ส่งคืนสัตว์เลี้ยงให้กับลูกค้าและเก็บค่าบริการ
- เก็บรายละเอียดเจ้าของสุนัขและสุนัขเพื่อนำมาปรับใช้เป็นข้อมูลในการบริการได้อย่างเหมาะสมในครั้งต่อไป

2. การส่งคืนสุนัขแก่เจ้าของ

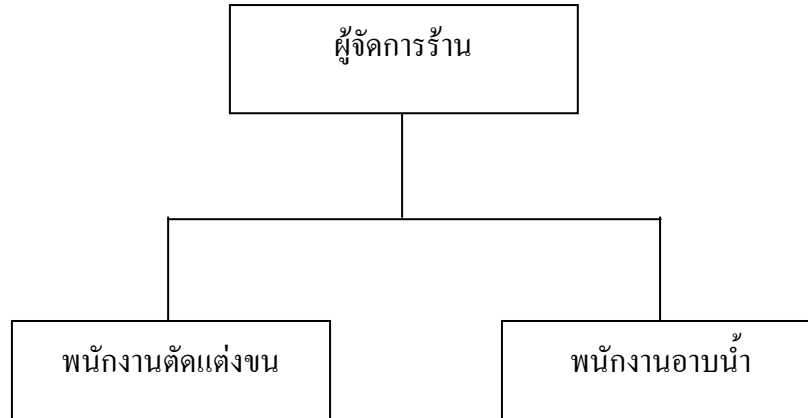


- สอบถามความพึงพอใจจากลูกค้า
- รับฟังคำติชมของลูกค้าเพื่อนำไปปรับปรุงในการใช้บริการครั้งต่อไป
- แจ้งค่าบริการลูกค้า
- กล่าวคำขอบคุณแก่ลูกค้า
- แนบใบปลิวไปกับบัตรประจำตัวสุนัข
- ส่งลูกค้าถึงประตูทางออก

- การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

ปัจจุบัน โครงสร้างการบริหารงานภายในของกิจการสามารถเขียนเป็นแผนผังได้ดังต่อไปนี้



- การวิเคราะห์แผนการเงิน

ในส่วนของแผนการเงิน กิจการคาดว่าจะใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในการทำธุรกิจประมาณ 900,000 บาท ปีที่ 1 กิจการมีกำไรตั้งแต่ปีแรกที่ดำเนินงานเป็นเงิน 354,973 บาท ปีที่ 2 มีกำไรสุทธิเป็นเงิน 407,009 บาท ปีที่ 3 มีกำไรเท่ากับ 456,260 บาท ปีที่ 4 มีกำไรสุทธิเป็น 505,598 บาท ปีที่ 5 เท่ากับ 501,379 บาท ระยะเวลาคืนทุนในโครงการคือ 5 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,875,480 บาท

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่าธุรกิจอาบน้ำสุนัข Smiling Pet ภายใต้งบเงินที่บริษัทกำหนดขึ้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

คิดดีดีก่อนจะเปิดร้าน Grooming & Petshop (ตอนที่ 1)

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.dogilike.com/board/view.php?id=7522>

Dog2Home Beauty บุกแฟรนไชส์ รับกระแสธุรกิจสุนัขรุ่ง

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก

<http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=949000000975>

ธุรกิจหมา...หมา มูลค่าที่มาอาจมองข้าม Darling Dogs Dollars Biz
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก

<http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=74641>