

## การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจเปิดร้านบริการสุนัข “เฮ้าส์ ออฟ ด็อก” เพื่อให้บริการสุนัขใน จังหวัดขอนแก่น

### Feasibility Stud of Investment in Dog’s Service Shop “House of Dog” in Khon Kaen Province

สุทธิพร ภูริพพา (Suthipron Bhurappa)\* พงษ์ธร สุวรรณชาติ (Pongthorn Suwantada)\*\*

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์คือ ออกแบบรูปแบบธุรกิจร้านบริการสุนัข ตามรูปแบบธุรกิจ CANVAS และศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านบริการสุนัข ในจังหวัดขอนแก่น ตามรูปแบบธุรกิจที่ออกแบบไว้ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงสุนัขที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน กำหนดตำแหน่งบริการในตลาด ร้านเฮ้าส์ ออฟ ด็อก (HOUSE OF DOG) จะให้บริการสุนัขแบบครบวงจรด้วยความใส่ใจ เน้นคุณภาพการบริการทุกขั้นตอน เป็นร้านบริการสุนัขระดับห้าดาวในราคาดมตรภาพ พบว่า มีความเป็นไปได้ทางทั้ง 4 ด้าน คือ ทางด้านตลาด ทางด้านเทคนิค ทางด้านการจัดการ และด้านการเงิน ซึ่งมีความเป็นไปได้ในการลงทุน โครงการมีความเป็นไปได้ทางการเงินเนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 60.34.54% ซึ่งมากกว่าต้นทุนเงินทุนของโครงการ โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,837,601.25 บาท และมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 4.11 ปี เมื่อพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิซึ่งมีค่าเป็นบวกและอัตราผลตอบแทนของการลงทุนแล้ว ดังนั้นโครงการนี้คุ้มค่าแก่การลงทุน แสดงให้เห็นว่าการเปิดร้านบริการสุนัข เป็นโครงการที่น่าสนใจ

#### ABSTRACT

The objective of this study was a Business services designed to dog base on CANVAS business model and study the possibility of investing in service of dogs in Khon Kaen Province. The questionnaire sample who shepherd dogs living in Muang District, Khon Kaen Province was number 400 cases. Positioning in the market, HOUSE OF DOG will provide turnkey with high care, highs quality service every step and dogs service is a five star but low price. The study found that the project is financially feasible because the Internal Rate of Return on investment (IRR) of 60.34%, which is more than the capital cost of the project. The net present value (NPV) of 2,837,601.25 baht (discount rate equal to 10%) when deciding on a project basis. Net present value is greater than 0 and a payback period of the project is 4.11 years. A consideration of the project which is the net present value is positive and the return of the investment, the project is worth the investment it shows that the opening of a doge service, it is a very interesting project. The results of the study analyze of the marketing, the technique, the management and the financial feasibility. The study found that there is a possibility to investment.

**คำสำคัญ:** การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุน, การบริการ, พฤติกรรมผู้บริโภค

**Keywords:** Feasibility study, service, the marketing

\*นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

\*\*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายสัตวแพทย์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

ในปัจจุบันแนวโน้มที่ครอบครัวทั่วโลกหรือแม้กระทั่งประเทศไทยเองมีจำนวนบุตรลดลง พร้อมการลดขนาดของครอบครัวลง จากครอบครัวขนาดใหญ่เป็นครอบครัวขนาดเล็ก สังคมปัจจุบันมีจำนวนคนที่ครองตัวเป็นโสดมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้คนเหล่านั้นจำนวนไม่น้อยหันไปเลี้ยงสัตว์เพื่อให้เป็นเพื่อนคลายเหงา เมื่อนานวันจึงเกิดเป็นความรักความผูกพันต่อสัตว์ที่เลี้ยงมากขึ้น ทำให้สัตว์เลี้ยงของบางครอบครัวมีสถานะไม่ต่างจากสมาชิกคนหนึ่งของครอบครัว ธุรกิจที่เกี่ยวกับการดูแลและการให้บริการสัตว์เลี้ยงจึงเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตเป็นอย่างมาก ในปัจจุบัน นายกษมาคม อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทย ระบุถึงแนวโน้มของสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยปี 2558 ว่า ยอดนิยม 5 อันดับแรก คือ 1.สุนัข 2.แมว 3.ปลาสวยงาม 4.สัตว์ปีก และ 5.สัตว์เลี้ยงลูก ส่วนอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทย มีมูลค่า 1.5 หมื่นล้านบาท มีโอกาสเติบโตสูงถึง 15% ในปีนี้ และน่าจะเติบโตไม่ต่ำกว่า 10% ในปี 2558 เช่น อุปกรณ์ทำความสะอาดอัตโนมัติ หรือ บริการรับส่ง เพ็ท เซอร์วิส ที่ตอบสนองใจที่คนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบัน ผู้เลี้ยงสัตว์ให้ความสำคัญในการเลี้ยงสัตว์อย่างดี เสมือนหนึ่งเป็นสมาชิกในครอบครัว หาข้อมูล ศึกษาหาความรู้ถึงการเลี้ยงดู เอาใจใส่ ดูแลเป็นอย่างดี ทั้งอาหาร สุขอนามัย การบำรุงรักษา พาไปหาหมอ ฉีดวัคซีน อาบน้ำตัดขน ออกกำลังกาย พาไปออกกำลังกายด้วย ส่วนพฤติกรรมของคนเลี้ยงสัตว์พบว่ามีการใช้จ่ายมากขึ้นเรื่องอาหารที่เหมาะสม ถูกต้องตามโภชนาการ ค่ารักษาพยาบาล อุปกรณ์เครื่องใช้ เสื้อผ้าต่างๆ เป็นต้น

แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจจะค่อนข้างผันผวนและขาดความเป็นเสถียรภาพ แต่ปัจจุบันคนไทยมีแนวโน้มให้ความสนใจและเลี้ยงสัตว์มากขึ้น โดยเฉพาะสุนัขที่ยังคงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เป็นอันดับ 1 ได้รับการยอมรับว่าเป็นเพื่อนแสนดีของมนุษย์ แนวโน้มในปัจจุบันคนส่วนใหญ่มักเลือกเลี้ยงสุนัขพันธุ์เล็ก เพราะเสียค่าใช้จ่ายน้อย การขนย้าย

สะดวก ใช้พื้นที่ในการเลี้ยงน้อย เหมาะกับครอบครัวขนาดเล็กหรือคนโสด โดยพันธุ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่ ชิววา ปอมเมอเรเนียน ส่วนสุนัขพันธุ์ใหญ่ที่นิยมคือ โกลเด้นรีทริฟเวอร์ เป็นต้น

จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา ความเจริญ เศรษฐกิจ หน่วยงานราชการบางหน่วยงาน และการคมนาคม ที่สำคัญของภูมิภาคอีสานตอนกลาง มีจำนวนประชากรจดทะเบียนรวมถึงประชากรแฝงรวมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและหนาแน่นประมาณ 450,000 คน ยังพบว่าเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดขอนแก่น เช่น ขอนแก่นลิงค์ มีการประกาศขายและบริการเกี่ยวกับสุนัขเป็นจำนวนมาก ผู้ศึกษาจึงมองว่าตลาดเกี่ยวกับธุรกิจสุนัขในจังหวัดขอนแก่นมีแนวโน้มเติบโตและยังมีความต้องการสินค้าและบริการ ซึ่งในปัจจุบันการเลี้ยงสุนัขของคนรุ่นใหม่เลี้ยงดูสุนัขให้เป็นอย่างดี ซึ่งต่างจากในอดีตมาก จึงทำให้ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับสุนัขเพิ่มมากขึ้นเป็นเท่าตัว ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจสูงนี้ขึ้น ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อบริการเพิ่มมากขึ้นแม้จะประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ในช่วงที่ผ่านมา แต่ผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับสุนัขยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง แนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจร้านบริการสุนัข เช่น อาบน้ำตัดขนสุนัข นวดสปาสุนัข โรงแรมสุนัข เป็นต้น ถือได้ว่าเป็นธุรกิจทำเงินทำทอง หากอยู่ในทำเลที่ดี มีลูกค้าประจำ สำหรับคนที่รักสุนัขแล้ว ลูกค้านี้ส่วนมีความต้องการการดูแล ความเอาใจใส่ และการได้รับบริการเป็นอย่างดีจากร้านบริการ บางแห่งให้บริการเสริมต่อขอดี้อีกมากมาย เช่น ให้บริการครบเครื่องเรื่องสุนัข, สระว่ายน้ำอุ่นในร่ม, อาบน้ำ ตัดขน-สปา, อาบน้ำ (น้ำอุ่น, แชมพูและครีมนวด, ตัดเล็บ, ทำความสะอาดหู) รับผิดชอบสุนัขทั้งแบบ ไป-กลับ เป็นต้น ดังนั้นผู้ศึกษามีความประสงค์ที่ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนรูปแบบธุรกิจร้านบริการสำหรับสุนัขในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นข้อมูล

ตัดสินใจในการประกอบธุรกิจบริการเกี่ยวกับสุนัขต่อไป

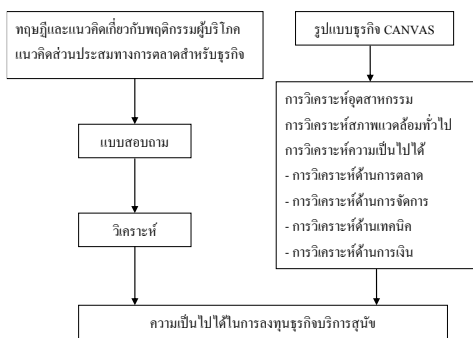
**วัตถุประสงค์**

เพื่อศึกษาและออกแบบรูปแบบธุรกิจร้านบริการสุนัข และศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านบริการสุนัข ในจังหวัดขอนแก่น ตามรูปแบบธุรกิจที่ออกแบบไว้ โดยศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบด้วยความเป็นไปได้ 4 ด้าน ดังนี้

- 2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านตลาด
- 2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค
- 2.3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการบริหารจัดการ
- 2.4 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

**วิธีดำเนินงาน**

การศึกษาคั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการออกแบบรูปแบบธุรกิจการให้บริการสุนัขใช้รูปแบบธุรกิจ CANVAS โดยศึกษาข้อมูลจากแหล่งความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือ เอกสารวิชาการวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องงานวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจร้านบริการสุนัข ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

วิธีการออกแบบรูปแบบธุรกิจการบริการสุนัขผู้ศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์ กับผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจร้านบริการสุนัขซึ่งประกอบด้วย สัตวแพทย์จากโรงพยาบาลสัตว์ และเจ้าของกิจการธุรกิจบริการสุนัข นำผลการสัมภาษณ์ไปวิเคราะห์ให้ได้รูปแบบธุรกิจการบริการสุนัขที่ประกอบด้วยรายละเอียด 9 ส่วนที่สำคัญต่อธุรกิจ แล้วจึงนำรูปแบบธุรกิจที่ได้ไปทดสอบความเป็นไปได้ในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) กลุ่มลูกค้า 2) คุณค่าที่นำเสนอ 3) ช่องทางเข้าถึง 4) สายสัมพันธ์ลูกค้า 5) ทรัพยากรที่สำคัญ 6) งานหลักที่ทำ 7) หุ้นส่วนหลัก 8) โครงสร้างต้นทุน และ 9) รูปแบบรายได้

ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้เลี้ยงสุนัขที่อาศัยอยู่เขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

$$n = \frac{0.05(1-0.05)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ตำราเรียน หนังสือ รายงานผลการวิจัย บทความ และทำการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมทางอินเทอร์เน็ต

**ผลการศึกษา**

**1. ผลการออกแบบรูปแบบธุรกิจ**

การออกแบบรูปแบบธุรกิจใช้รูปแบบธุรกิจ CANVAS ที่ประกอบด้วย 9 ส่วนที่สำคัญต่อธุรกิจ คือ 1) กลุ่มลูกค้า 2) คุณค่าที่นำเสนอ 3) ช่องทางเข้าถึง 4) สายสัมพันธ์ลูกค้า 5) ทรัพยากรที่สำคัญ 6) งานหลักที่ทำ 7) หุ้นส่วนหลัก 8) โครงสร้างต้นทุน และ 9) รูปแบบรายได้ การออกแบบผู้ศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์ กับผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจร้านบริการสุนัขซึ่ง

ประกอบด้วย สัตวแพทย์จากโรงพยาบาลสัตว์ และ  
เจ้าของกิจการธุรกิจบริการสุนัข ผลการออกแบบธุรกิจ  
ดังนี้

### 1.1 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments, CS)

ลูกค้าที่ใช้บริการร้านบริการสุนัข “เข้าส์  
ออฟ ดีอ็อก” คือ เจ้าของผู้เลี้ยงสุนัขที่อาศัยอยู่เขต  
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่นิยมใช้บริการอาบน้ำ  
ตัดขน หรือ ฟากเลี้ยงสุนัข เป็นต้น ตามร้านให้บริการ  
และสามารถจ่ายค่าบริการที่สูงกว่าร้านตัดขนสุนัข  
ทั่วไปเล็กน้อย

### 1.2 คุณค่าที่นำเสนอ (Value Proposition, VP)

เจ้าของผู้เลี้ยงสุนัข จะได้รับความ  
สะดวกสบาย ทันสมัย สะอาด และเป็นมืออาชีพซึ่งมี  
ความชำนาญ ในการดูแลสุนัขแต่ละสายพันธุ์  
ให้บริการที่บ้าน ด้วยรูปแบบบริการที่หลากหลาย ครบ  
วงจร และทันสมัย มีที่จอดรถยนต์สะดวกสบาย ซึ่ง  
ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการเลือกซื้อบริการ เช่น  
อาบน้ำ, ตัดเล็บ, เช็ดหู, ไถ (ท้อ, ก้น, อุ้งเท้า), บีบต่อม  
พร้อมแจกผ้าพันคอ และติดโบว์ สีสน ทำสปา (Spa)  
นวดตัวสุนัข นวดขน โปรตีนบำรุงขน ซิลกี้แฮร์ โคล  
ทส์ โลชั่นบำรุงขน สเปรย์แต่งขนบำรุงขนให้กับสุนัข

1. บริการหลัก คือ การบริการอาบน้ำ ตัด  
แต่งขนสุนัข
2. บริการเสริม (มีบริการจัดส่งถึงบ้าน)  
มีดังนี้

2.1 การขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ  
สุนัข เช่น ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และสินค้า  
เกี่ยวกับการเสริมสวยให้สุนัข ทั้งแชมพู น้ำมันชโลม  
ให้ขนเงางาม น้ำยากำจัดเห็บ หมัด เลือสำหรับสุนัข  
แชมพูอาบน้ำ สเปรย์จัดสิ่งสกปรก แผ่นเช็ดตัว  
แผ่นเช็ดคราบน้ำตา สเปรย์ดับกลิ่นกายหมา น้ำหอม  
สุนัข โคลโลจีสุนัขกลิ่นต่างๆ แปรงสีฟันและยาสี  
ฟันจัดคราบหินปูน น้ำยาทำความสะอาด ช่องปาก  
สุนัข น้ำยาและอุปกรณ์ทำความสะอาดใบหูสุนัข  
 เป็นต้น (มีบริการจัดส่งถึงบ้าน)

2.2 สายจูงสุนัข ขนมนและของเล่น  
ต่างๆ เช่น กระดุกปลอม ลูกบอล ฯลฯ สินค้าเหล่านี้ทำ  
ให้สีสัน ของร้าน สะอาดตามากขึ้น ที่สำคัญ  
ผู้ประกอบการต้องมีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายด้วย (มี  
บริการจัดส่งถึงบ้าน)

2.3 อาหาร อาหารเสริม  
อาหารแห้ง และวิตามินสำหรับสุนัขสุนัข (มีบริการ  
จัดส่งถึงบ้าน)

### 3. บริการอื่นๆ ได้แก่

3.1 สปา นวดตัวสุนัข นวดขน  
โปรตีนบำรุงขน ซิลกี้แฮร์ โคลทส์ โลชั่นบำรุงขน  
สเปรย์แต่งขนบำรุงขนให้กับสุนัข (มีบริการจัดส่งถึง  
บ้าน)

3.2 โรงแรมสุนัข (Dog Hotel) มี  
ประเภทฝากเลี้ยงระหว่างวัน (Dog Day Care) และฝาก  
เต็มวัน 24 ชั่วโมง ได้รับการดูแลอย่างดี มีลูกบอล ของ  
เล่น ไว้ให้ในห้องนอน ตอนเย็นจะได้ออกกำลังกายวิ่ง  
เล่น ราคาเริ่มต้นที่ 200 บาท มีจำนวน 20 ห้อง สำหรับ  
สุนัขขนาดใหญ่ 5 ห้อง สุนัขขนาดกลาง 5 ห้อง สุนัข  
ขนาดเล็ก 10 ห้อง ไม่รวมอาหาร สามารถที่จะดู  
ถ่ายทอดสดสุนัขของเราจากกล้องวงจรปิดผ่านทาง  
โทรศัพท์มือถือ หรือบริการ facetime ให้ผู้เลี้ยงกับและ  
สุนัขได้พบกันผ่าน Social online กันตลอด และมี  
ผู้ดูแลสุนัข 24 ชั่วโมง แคมบริการส่งสุนัขถึงบ้าน

3.3 บริการรับ-ส่ง ร่างสัตว์เลี้ยงไป  
ยังวัด รวมทั้งพิธีกรรมทางศาสนา นับแต่การสวด การ  
เผา เก็บกระดูก ลอยอังคาร จำหน่ายโลง และกล่องเก็บ  
กระดูก (มีบริการถึงบ้าน)

### 1.3 ช่องทางเข้าถึง (Channels, CH)

บ้านเลขที่ 69/155 ถ.สีหราชเดโชไชย ต.  
บ้านเปิด อ.เมือง จ.ขอนแก่น เป็นบ้านเช่าเนื้อที่ 963  
ตารางวา อยู่ในซอย ร.8 ใกล้สนามบินขอนแก่น ใกล้  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น ดังภาพที่ สามารถเดิน  
ทางเข้าออกได้สะดวก

#### 1.4 สายสัมพันธ์ลูกค้า (Customer

##### Relationships, CR)

เนื่องจากกลุ่มลูกค้า คือ เจ้าของผู้เลี้ยงสุนัข ที่ให้ความสำคัญกับสุนัขที่เลี้ยง ดังนั้นความน่าเชื่อถือของความเป็นมืออาชีพที่มีความชำนาญของพนักงานที่ให้บริการ และและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ทางร้านแสดงใบประกาศนียบัตรรับรองเพื่อความมั่นใจให้กับเจ้าของผู้เลี้ยงสุนัข มุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบระยะยาว จะทำให้ลูกค้าไว้วางใจให้ความเชื่อถือ ข้อมูลของสุนัขทุกรายจะถูกเก็บไว้ในระบบ CRM ของทางร้าน เพื่อใช้ในการทำกิจกรรมทางการตลาด เช่น ส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้กับสุนัข ส่งข้อมูลด้านการดูแลสุนัข จัดงานเลี้ยงให้กับสุนัขในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น

#### 1.5 ทรัพยากรที่สำคัญ (Key Resources, KR)

1) ทรัพยากรบุคคล จำเป็นจะต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและชำนาญเฉพาะด้านการดูแลสุนัขแต่ละสายพันธุ์ ต้องทำให้งานที่ออกมามีคุณภาพ น่าเชื่อถือ ทรัพยากรหลักที่สำคัญมีดังนี้ คือ ผู้จัดการร้านเป็นผู้ดูแลภาพรวมของการดำเนินกิจการและบริหารจัดการองค์กรเบื้องต้น บุคลากรมีจำนวน 9 คน ซึ่งประกอบไปด้วยดังนี้ พนักงานตัดขนและทำสปาจำนวน 4 คน พนักงานทำความสะอาด 1 คน พนักงานรับจ่ายเงิน 1 คน พนักงานบัญชี 1 คน พนักงานบริการทั่วไป 1 คน

2) แหล่งเงินทุนได้มาจากเจ้าของโดยไม่มี

จำเป็นต้องกู้เงินจากธนาคาร

3) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุนัขต่างๆ

4) เครื่องมือ เช่น ที่ตัดขน ไคร์เป่าแห้ง

อ่างอาบน้ำ เป็นต้น

#### 1.6 งานหลักที่ทำ (Key Activities, KA)

1. บริการหลัก คือ การบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข

2. บริการเสริม คือ การขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุนัข สายจูงสุนัข ขนมหงและของเล่นต่างๆ อาหาร อาหารเสริม อาหารแห้ง และวิตามินสำหรับสุนัขสุนัข (มีบริการจัดส่งถึงบ้าน)

3. บริการอื่นๆ ได้แก่ สปา (Spa) โรงแรมสุนัข (Dog Hotel) มีประเภทฝากเลี้ยงระหว่างวัน (Dog Day Care) และฝากเต็มวัน 24 ชั่วโมง และบริการรับ-ส่ง

#### 1.7 หุ้นส่วนหลัก (Key Partnerships, KP)

ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลสุนัข อาหาร และอาหารเสริม เสื้อผ้า ตัวแทนจำหน่ายพันธุ์สุนัข เป็นต้น

#### 1.8 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure, CS)

การประมาณเงินลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีรายละเอียด ดังนี้

1) เงิน ลง ทุน (Investment Cost) เงินลงทุนจะประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ และเครื่องมือที่ใช้ในสำนักงาน ค่าปรับปรุงสถานที่ (Capital Expenditure) และ เงิน ทุน หมุน เวียน (Working Capital)

2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expenses) ประกอบด้วยค่าวัสดุที่ใช้ในการดูแลสุนัข

3) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (Selling, General and Administrative Expenses) ประกอบด้วย ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าคอมมิชชั่นพนักงาน ค่าฝึกอบรม ค่ารักษาประกันสุขภาพพนักงาน ค่าประกันสังคม ค่าน้ำมัน ค่าส่งเสริมการตลาด ค่าเลี้ยงรับรอง ค่าวัสดุสำนักงาน ค่าโทรศัพท์ ค่าจ้างทำความสะอาด ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ค่าเช่าอาคาร และค่าภาษีป้าย

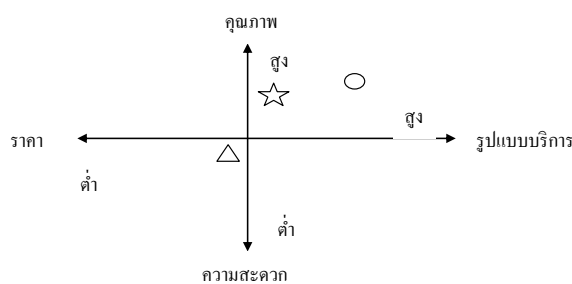
#### 1.9 รูปแบบรายได้ (Revenue Streams, RS)

รายได้มาจากการให้บริการการบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข การขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุนัข สายจูงสุนัข ขนมหงและของเล่นต่างๆ อาหาร อาหารเสริม อาหารแห้ง และวิตามินสำหรับสุนัขสุนัข (มีบริการจัดส่งถึงบ้าน) และบริการอื่นๆ ได้แก่ สปา (Spa) โรงแรมสุนัข (Dog Hotel) มีประเภทฝากเลี้ยงระหว่างวัน (Dog Day Care) และฝากเต็มวัน 24 ชั่วโมง และบริการรับ-ส่ง

จากการรวบรวมข้อมูลผลจากแบบสอบถาม คือ ผู้เลี้ยงสุนัขที่อาศัยอยู่เขตเทศบาล อำเภอเมือง

จังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีดังต่อไปนี้

**ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด**  
 พบว่า มีความเป็นไปได้ในการลงทุน และอุตสาหกรรมนี้มีน่าสนใจในระดับค่อนข้างสูง โดยสามารถเข้ามาแบ่งส่วนแบ่งการตลาดไปด้วย ด้วยรูปแบบบริการที่หลากหลาย ครบวงจร และทันสมัย มีที่จอดรถยนต์สะดวกสบาย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการเลือกซื้อบริการ จึงต้องกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยแบ่งส่วนตลาด แบ่งตามพฤติกรรมบริโภค เพศ อายุ รายได้ อาชีพ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว แล้วกำหนดตลาดเป้าหมาย คือ ผู้ที่ชื่นชอบเลี้ยงสุนัข ทั้งเพศหญิงและชาย อายุระหว่าง 20 – 60 ปี รายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทต่อเดือน ทุกอาชีพ ทุกสถานภาพ และกำหนดตำแหน่งบริการในตลาดร้านเฮาส์ ออฟ ด็อก (HOUSE OF DOG) จะให้บริการสุนัขแบบครบวงจรด้วยความใส่ใจ เน้นคุณภาพการบริการทุกขั้นตอน เป็นร้านบริการสุนัขระดับห้าดาว ในราคามิตรภาพ โดยทำการเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีความคล้ายคลึงกันทางธุรกิจ พบว่ามี 2 แห่ง ซึ่งเปรียบเทียบในด้านคุณภาพ ราคา ความสะดวก และรูปแบบบริการ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ตำแหน่งทางการตลาดร้านเฮาส์ ออฟ ด็อก

- หมายเหตุ: ☆ แทนร้านเฮาส์ ออฟ ด็อก  
 △ แทนร้านเอ  
 ○ แทนร้านบี

**ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ**

พบว่า มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เพราะการวางแผนจำนวนพนักงานที่เพียงพอในการดำเนินกิจการ มีการคัดเลือก จัดสรร และมอบหมายภาระหน้าที่ให้เหมาะสมกับพนักงานทุกคน ให้พนักงานทุกคนผ่านการอบรมในการดูแลสุนัข พนักงานตัดขนต้องผ่านการหลักสูตรตัดขนและมีทักษะการตัดขนสุนัขเป็นอย่างดี มีการจัดอบรมพนักงานเรื่องการให้บริการทุกสัปดาห์ และส่งอบรมนอกสถานที่เพื่อเพิ่มทักษะการดูแลสุนัขให้ได้มาตรฐานและชำนาญ ที่มีประสบการณ์และชำนาญเกี่ยวกับสุนัขประจำร้านทุกวันที่เปิดบริการ โดยเจ้าของเป็นผู้วางแผนในการดำเนินกิจการ และผู้จัดการร้านเป็นผู้ดูแลภาพรวมของการดำเนินกิจการ และบริหารจัดการองค์กรเบื้องต้น บุคลากรมีจำนวน 9 คน ซึ่งประกอบไปด้วยดังนี้ พนักงานตัดขนและทำสปา จำนวน 4 คน พนักงานทำความสะอาด 1 คน พนักงานรับจ่ายเงิน 1 คน พนักงานบัญชี 1 คน พนักงานบริการทั่วไป 1 คน โดยจ่ายค่าจ้างตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าจ้างพนักงาน

ตำแหน่ง	จำนวน	ค่าตอบแทน (บาท)	รวม (บาท)
ผู้จัดการร้าน	1	15,000	15,000
พนักงานตัดขนและทำสปา	4	3,000 - 3,500 รายได้จากการตัดขน และทำสปา	16,000
พนักงานทำความสะอาด	1	6,500	6,500
พนักงานรับจ่ายเงิน	1	6,500	6,500
พนักงานบัญชี	1	3,000	3,000
พนักงานบริการทั่วไป	1	6,500	6,500
รวมทั้งสิ้น			79,500

และใช้เงินทุนเริ่มต้น โครงการ จำนวน 2,000,000 บาท เป็นการระดมทุนจากสมาชิกในครอบครัว มีทั้งหมด 3 หุ้นส่วน กำหนดส่งคืนเงินต้นหลังดำเนินการไปแล้ว 3 เดือน คืนทุกเดือนนับจากเดือนที่ 3 ระยะเวลา 4 ปี โดยไม่มีดอกเบี้ย แบ่งเป็น 26.3%, 26.3%, 26.3% และ 21.1% ตามลำดับ มีระบบ

การจำแนกสินค้าคงคลังเป็นหมวดเอบีซี (ABC) สุดท้ายได้มีการวางแผนเพื่อป้องกันปัจจัยวิกฤตที่มีโอกาสเกิดขึ้น

**ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค** พบว่าทำเลที่ตั้ง อยู่ในซอย ร.8 ใกล้สนามบินขอนแก่น ใกล้มหาวิทยาลัยขอนแก่น การศึกษาความเป็นไปได้ พิจารณาจาก คือ ระยะทางจากไม่ไกลเกินไป มีความเป็นไปได้อันเนื่องมาจากการเช่าบ้านในช่วงเวลาทั้งโครงการคือ 5 ปี มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบตามที่ต้องการ ในระยะเวลาการเช่าช่วงแรกเป็นเวลา 5 ปี โดยกำหนดค่าเช่าใน ปี ที่ 1 เท่ากับ 20,000 บาทต่อเดือน และเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ในทุกๆปี ดังนั้นในปี ที่ 2 กำหนดค่าเช่าเท่ากับ 24,000 บาทต่อเดือน ในปีที่ 3 เท่ากับ 28,800 บาทต่อเดือน ในปีที่ 4 เท่ากับ 34,560 บาทต่อเดือน ในปีที่ 5 เท่ากับ 41,472 บาทต่อเดือน โดยเจ้าของเป็นผู้เสียภาษีโรงเรือนและภาษีบำรุงท้องถิ่นเอง สรุปว่ามีความเป็นไปได้ในการเอาอคา ดังกล่าว มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ไฟฟ้า น้ำประปาเพียงพอและมีความสะดวกในการเดินทางเพราะตั้งอยู่ใกล้ใจกลางเมืองขอนแก่น การกำจัดขยะและของเสียสามารถจัดการให้สอดคล้องกับข้อกำหนดกฎหมาย ขยะหรือของเสียที่ในดำเนินการโดยเทศบาลนครขอนแก่น สัปดาห์ละสองครั้งขยะทั่วไป สรุปว่าสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนตามที่ต้องการการวิเคราะห์ความเป็นไปได้อันเนื่องมาจากการหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมสรุปว่ามีความเป็นไปได้สำหรับที่ตั้งดังกล่าว

**ผลการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน** พบว่า มีความเป็นไปได้ทางการเงินเนื่องจากมีการระดมเงินทุนจากครอบครัว จำนวน 2,00,000 บาท หากใช้เงินลงทุนเบื้องต้นทั้งสิ้นเพียง 1,900,000 บาท จะได้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 60.34% และมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 4.11 ปี โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,837,601.25 บาท

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเชิงลึกด้านการดูแลสุนัขที่ในแต่ละสายพันธุ์ โรคที่เกิดขึ้นกับสุนัข วิธีการดูแลและรักษา หรือข้อมูลอื่นๆ ที่ช่วยให้ร้านมีมาตรฐานการดูแลที่ถูกต้องเหมาะสม

2. ควรมีการศึกษาสถานการณ์ทั่วไปและภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมตลอดเวลา เพื่อให้ทราบถึงโอกาสและภาวะคุกคามที่อาจจะเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการค้าเนินกิจการ และศึกษาจุดอ่อนจุดแข็งของกลุ่มคู่แข่ง คู่แนวโน้มนโยบายใหม่ที่เข้ามาเพื่อจัดทำกลยุทธ์องค์กรในอนาคต

3. ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มเติมจากการศึกษาความเป็นไปได้อันเนื่องมาจากการลงทุนธุรกิจในครั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ประโยชน์ในทางการตลาด ให้สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ได้เหมาะสม

### กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระนี้สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากผู้ทำการศึกษาได้รับความกรุณาอย่างสูงจากท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้ความช่วยเหลือ แนะนำทางการทำการศึกษา ตลอดจนช่วยตรวจสอบข้อบกพร่องต่างๆ ในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ ทำให้การศึกษานี้ดำเนินไปได้ด้วยดี และสำเร็จได้โดยสมบูรณ์ ผู้ทำการศึกษาขอขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ช่วยประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ทั้งในห้องเรียนตามหลักสูตรวิชาการบริหารจัดการและเทคนิควิชาที่นำมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน และส่งเสริมให้มีความก้าวหน้าในอาชีพการงานสืบต่อไป

ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้กำเนิดอบรม เลี้ยงดูมาด้วยความรักความอบอุ่น และเป็นกำลังสำคัญช่วยผลักดันให้มีความขยันหมั่นเพียร รวมถึงครอบครัวที่รักอย่างยิ่งที่คอยให้กำลังใจการศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อน MBA รุ่น 20 ที่ช่วยเหลือ  
และนำร่วมกิจกรรมด้านการศึกษาแก่ผู้ทำการศึกษา  
ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

กมลเสถียร สันติเวชกุล. (2553). การศึกษาความเป็นไป  
ได้. กรุงเทพฯ: โอกรูป เพรส.

กัลยารัตน์ ชีระชนชัยกุล. (2556). การบริหารทรัพยากร  
มนุษย์. กรุงเทพฯ: บริษัท ส.เอเชียเพรส  
(1989).

นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุคมศรี. (2554).  
ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 21,  
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

มดิชน. (2555). ตามไปดู "อิเรียน" ร้านน้องหมา ครบ  
วงจรโซเชียล. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2558,  
จาก [http://www.dogilike.com/board/  
view.php?id=4685](http://www.dogilike.com/board/view.php?id=4685)

รุ่งรวิน เตชเสถียร. (2557). ความเป็นไปได้ในการ  
ดำเนินธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์เล็กครบ  
วงจร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี  
เพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มประเทศอาเซียน.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยบูรพา.

รุจิอาภา สังข์ปาน. (2554). แผนธุรกิจร้านเสริมสวย  
สุนัข "Dog Lover". การศึกษาอิสระ  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

วรรณพร พุทธภูมิพิทักษ์ และกัญญามาน อินทว้าง.  
(2554). ทฤษฎีองค์การและการจัดการ.  
พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.

สนุก ออนไลน์ จำกัด. (2555). ธุรกิจเสริมสวยสุนัข แก่  
ใจรักก็ทำได้. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม  
2558, จาก [http://money.sanook.com/  
55784/](http://money.sanook.com/55784/)

สมเกียรติ เอี่ยมกาญจนาลัย. (2554). กลยุทธ์การตลาด  
เพื่อการแข่งขัน. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). การวิจัยการตลาด. พิมพ์  
ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.

สุวรรณ ศรีนรินทร์. (2551). คู่มือวิเคราะห์  
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ:

หจก. ซีแอนซ์เอ็น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุค  
ใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล. (2550).  
พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับมาตรฐาน =  
Consumer Behavior. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อุทิศ ศิริวรรณ. (2549). การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่  
3. กรุงเทพฯ: วิรัตน์ เอ็ดดวูเคชั่น

อมรรวม รังกุล. (2556). การบริหารทรัพยากรมนุษย์.  
พิมพ์ครั้งที่ 1. ขอนแก่น: หจก. โรงพิมพ์  
คลังนานาวิทยา.

อมรรวม รังกุล. (2556). การจัดการองค์กร. พิมพ์ครั้งที่  
1. ขอนแก่น: หจก. โรงพิมพ์คลังนานา  
วิทยา.

อุชดา เหลาเจษฎา. (2556). แผนธุรกิจร้านอาบน้ำสุนัข  
DOG'S HOME. การศึกษาอิสระปริญญา  
โทหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ  
มหาวิทยาลัยรังสิต

Brigham, Eugene F., Houston, Joel F., Jun-Ming,  
Hsu, Kee Kong, Yoon, & Bany-Arifin,  
A.N. (2014). Financial Management. 3rd  
ed. Singapore: Cengage Learning Asia.





Easybiznezz. (2558). คนบ้านดาลใจ: แพรนไซส์  
DOG2HOME BEUATY. ค้นเมื่อ 25  
พฤษภาคม 2558, จาก  
[http://easybiznezz.com/biz\\_rec.php?biz\\_id=173](http://easybiznezz.com/biz_rec.php?biz_id=173)

Dessler, Gary. (2013). Human Resource  
Management. 13<sup>th</sup> ed. Boston: Pearson.

Kotler, P. & Keller, Kevin L. (2012). Marketing  
Management. 14<sup>th</sup> ed. Boston: Pearson.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business  
Model Generation. Hoboken, N.J.: John  
Wiley & Sons, Inc.