

แผนธุรกิจร้านเสื้อผ้าสำหรับสุนัขและเจ้าของ “Puppy Love”



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

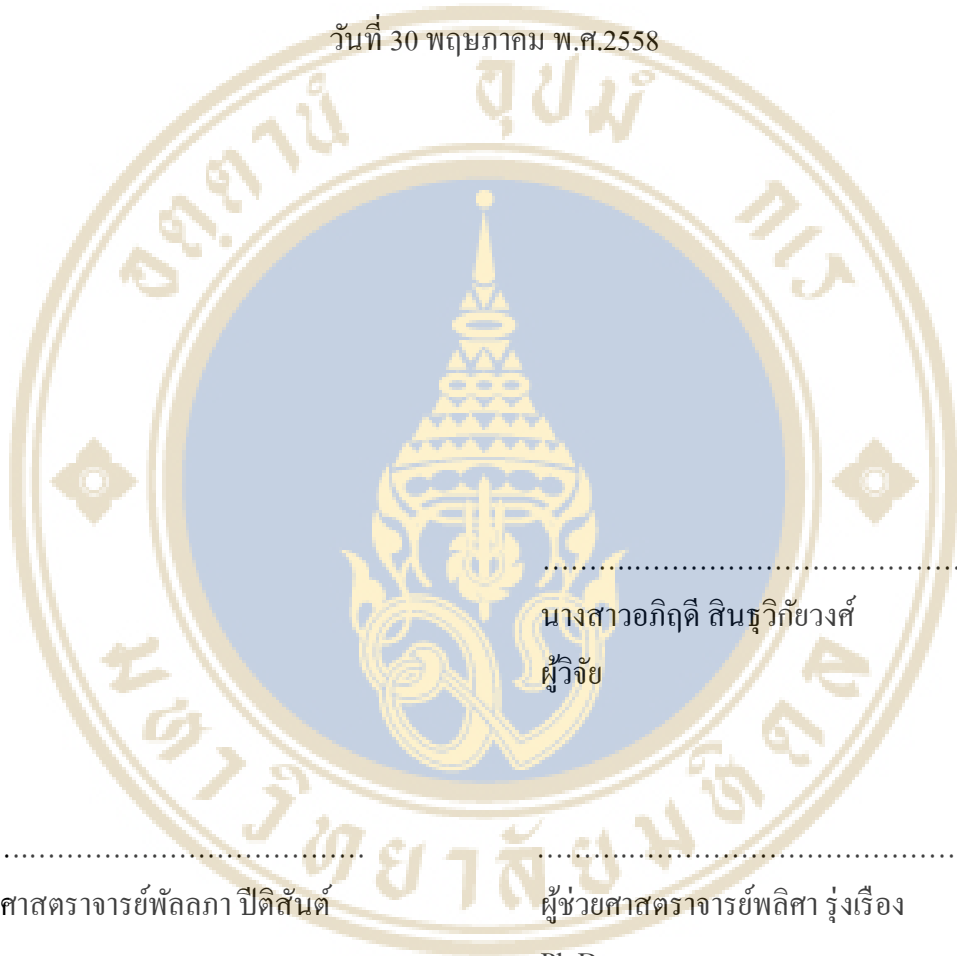
เรื่อง

แผนธุรกิจร้านเสื้อผ้าสำหรับสุนัขและเจ้าของ “Puppy Love”

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ.2558



นางสาวภิกษิตี สินธุวิทย์วงศ์
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา รุ่งเรือง

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวิวงศ์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังศ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและเสนอแนะแนวทางในการศึกษา ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้ ด้วยความเอาใจใส่และให้กำลังใจในการทำสารนิพนธ์เสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์ รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่กรุณาสละเวลามาเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขสารนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณะอาจารย์ตั้งแต่การศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และตลอดจนคณะอาจารย์ในระดับปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ตลอดมา จนทำให้ผู้เขียนมีความรู้และความเข้าใจด้านธุรกิจ และทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จอย่างลุล่วงด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่คอยให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด รวมไปถึงขอบคุณเพื่อนๆหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้เขียนจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา

ท้ายที่สุดนี้ ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจและเป็นแนวทางในการประกอบการศึกษารวมทั้งการประกอบธุรกิจ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้ และขออภัยมา ณ ที่นี้

อภิฤดี สิ้นธุวิภัยวงศ์

บทสรุปผู้บริหาร

ความนิยมในการเลี้ยงสุนัขของคนไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี เป็นผลพวงมาจากไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของคนในเวลานี้ ที่นิยมแต่งงานช้าลงหรือแต่งงานแล้วไม่มีลูก นอกจากนี้กลุ่มเพศที่สามก็หันมานิยมเลี้ยงสุนัขเพื่อทดแทนการมีลูก หรือคนสูงอายุจะเลี้ยงให้อยู่เป็นเพื่อน ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มีกำลังซื้อสูงจึงมีการเลี้ยงดูสุนัขเป็นอย่างดี ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ออกมามากมาย โดยดูได้จากมูลค่าผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงของไทยเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงอย่างเสื้อผ้าสุนัข

และเนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อเสื้อผ้าสัตว์เลี้ยง ที่ผู้เลี้ยงมองว่าสุนัขสามารถสวมใส่เสื้อผ้าได้ทุกวันทุกโอกาสเหมือนกับแฟชั่นของคน ประกอบกับพฤติกรรมของคนเลี้ยงที่มักจะพาสุนัขเดินทางไปด้วยตามี่ต่างๆ การถ่ายรูปสุนัขลง Social Network รวมถึงความต้องการให้สัตว์เลี้ยงตัวโปรดได้สวยหล่อไม่ต่างจากเจ้าของ ร้าน Puppy Love เล็งเห็นถึงโอกาสนี้จึงวางแผนพัฒนาเสื้อผ้าสำหรับสุนัขและเจ้าของขึ้น

ร้าน Puppy Love ดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าสำหรับสุนัขและเจ้าของ จุดแข็งของทางร้าน Puppy Love คือการใช้ลายผ้าที่เหมือนกันระหว่างสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ รวมถึงการออกคอลเลคชั่นใหม่ทุกๆ สองสัปดาห์โดยคำนึงถึงแฟชั่นและเทศกาลสำคัญต่างๆ

ร้าน Puppy Love ได้ตั้งเป้าหมายที่จะ “เป็นผู้นำด้านเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสุนัขและเจ้าของ โดยมุ่งเน้น ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ” ด้วยการออกแบบที่มีเอกลักษณ์ การใส่ใจการเลือกวัตถุดิบที่คุณภาพดีเพื่อให้งานออกมาสวยงาม มีความคงทน และมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน คู่คุณค่า คู่ราคา

และหลังจากที่ได้ประมาณการยอดขายในระยะเวลา 5 ปี ซึ่งในปีแรกจะมีการเปิดสาขาแรกที่ K-Village คาดว่าจะมียอดขายประมาณ 2,385,720 บาท และประมาณการว่า ในปีที่ 2 จะมียอดขายเพิ่มขึ้น 10% และ เพิ่ม 8% ในปีที่ 3 ในปีที่ 4 จะมีการขยายสาขาไปที่ เมกะบางนา ทำให้จะมียอดขายเพิ่มขึ้น 100% จากปีที่ 3 และในปีที่ 5 จะเพิ่มขึ้นประมาณ 30% จากปีที่ 4

ตั้งแผนธุรกิจที่ทางร้าน Puppy Love วางไว้ ด้วยเงินลงทุนเริ่มต้น จำนวน 750,000 บาท ร้าน Puppy Love จะสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 13 เดือน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ซ
บทที่ 1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.1 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ	1
1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ	3
1.3 ข้อมูลทั่วไป	3
1.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์	4
1.5 Vision/Mission	5
1.6 Business Model	5
1.7 Business Goal	6
1.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	6
บทที่ 2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด	7
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	7
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Analysis)	9
2.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจเดี่ยวห้าตัวเดี่ยว (โมเดล Five Forces Industry Analysis)	12
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในธุรกิจ (Competitive Analysis)	13
2.5 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	
แผนการดำเนินงาน	21
3.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	21
3.2 สถานที่ตั้ง	21
3.3 แผนผังร้าน	24
3.4 โครงสร้างองค์กร	25
3.5 ลักษณะงานและความรับผิดชอบ	25
3.6 แผนการว่าจ้างพนักงาน และ โครงสร้างค่าตอบแทน	27
3.7 กระบวนการผลิต กระบวนการให้บริการและ การจัดจำหน่าย	28
บทที่ 4	
แผนการตลาด	31
4.1 การแบ่งส่วนการตลาด	31
4.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Market Targeting)	32
4.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning)	32
4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategic)	37
บทที่ 5	
แผนการเงิน	43
5.1 สมมติฐานทางการบัญชีและการเงิน (ประมาณการทางการเงินของกิจการใน อนาคต 5 ปี)	43
5.2 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	53
5.3 ประมาณการงบดุล	54
5.4 งบกระแสเงินสด	55
5.5 ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period)	55
5.6 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)	55
5.7 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value: NPV)	56

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6	
ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ	57
6.1 ความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ควบคุมไม่ได้	57
6.2 ความเสี่ยงด้านการควบคุมคุณภาพสินค้า	57
6.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุน	58
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	60
ภาคผนวก ก รายละเอียดการเลือกโฆษณา	60
ภาคผนวก ข รายละเอียดการเลือกเว็บไซต์สำเร็จรูป	62
ภาคผนวก ค รายละเอียดการเลือกจักรเย็บผ้า	64
ภาคผนวก ง การคำนวณค่าไฟฟ้า	66
ประวัติผู้วิจัย	68



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	แสดงถึงโครงสร้างค่าตอบแทนในช่วงระยะเวลา 5 ปี	27
4.1	แสดงราคาสินค้าของร้าน Puppy Love ช่วงปีที่ 1 -2	38
4.2	แสดงราคาสินค้าของร้าน Puppy Love ช่วงปีที่ 3 - 5	39
5.1	แสดงประมาณการ โครงการลงทุน	43
5.2	แสดงประมาณการยอดขาย (จำนวน)	44
5.3	แสดงราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย ในปีที่ 1-2	45
5.4	แสดงราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย ในปีที่ 3-5	45
5.5	แสดงประมาณการยอดขาย (รายได้)	46
5.6	แสดงต้นทุนวัตถุดิบ (เนื้อสุนัข แบบธรรมดา)	46
5.7	แสดงต้นทุนวัตถุดิบ (เนื้อสุนัข แบบมีหมวก)	47
5.8	แสดงต้นทุนวัตถุดิบ (เนื้อเจ้าของเนื้อเซ็ด/เนื้อยัด)	47
5.9	แสดงต้นทุนวัตถุดิบ (เนื้อเจ้าของแบบชุดกระโปรง)	47
5.10	แสดงต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ย (ต้นทุนแปรได้ต่อหน่วย) ต่อปี	48
5.11	แสดงแรงงานในการขายและบริหาร ต่อปี	49
5.12	แสดงค่าโซหุ้ยในการผลิต (ต่อปี)	50
5.13	แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)	50
5.14	แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี)	51
5.15	แสดงค่าเสื่อมราคาในการผลิต	51
5.16	แสดงเจ้าหนี้การค้า	51
5.17	แสดงสต็อกสินค้าสำเร็จรูป	52
5.18	แสดงสต็อกวัตถุดิบ	52
5.19	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน	53
5.20	แสดงประมาณการงบดุล	54
5.21	แสดงงบกระแสเงินสด	55

สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	แสดงจำนวนสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยปี 2011	1
1.2	แสดงมูลค่าและการเติบโตของสินค้าและบริการตลาดสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย	2
1.3	แสดงสัญลักษณ์ของร้าน (Logo)	4
1.4	แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสุนัขที่เข้าชุดกับเจ้าของ	5
2.1	แสดงมูลค่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทย	8
2.2	แสดงบรรยากาศในงาน Pet Expo Thailand 2014 ที่มาจากนิตยสาร Positioning	10
2.3	แสดง 10 อันดับสุนัขยอดนิยมในประเทศไทย ปี 2014	11
2.4	แสดง Logo ร้าน Doggy Dress Room	14
2.5	แสดงตัวอย่างสินค้าร้าน Doggy Dress Room	15
2.6	แสดง Logo ร้าน Mamapetshop	15
2.7	แสดงตัวอย่างสินค้าร้าน Mamapetshop	16
2.8	แสดง Logo ร้าน Doggy Couture	17
2.9	แสดงบรรยากาศร้าน Doggy Couture	18
3.1	แสดงแผนที่โครงการ K-Village พระรามสี่	22
3.2	แสดงบริเวณด้านหน้าโครงการ K-Village	22
3.3	แสดงแผนที่ร้าน Puppy Love ในโครงการ K-Village	23
3.4	แสดงแผนผังภายในร้าน Puppy Love	24
3.5	แสดงแผนผังองค์กร	25
3.6	แสดงกระบวนการผลิต แบบ Made to stock	28
3.7	แสดงกระบวนการผลิต แบบ Made to Order	28
3.8	แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้าหน้าร้าน	29
3.9	แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้าหน้าผ่านช่องทาง Online	30
4.1	แสดง Logo ร้าน Doggy Dress Room	33
4.2	แสดงตัวอย่างสินค้าร้าน Doggy Dress Room	33

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
4.3	แสดง Logo ร้าน Mamapetshop	34
4.4	แสดงตัวอย่างสินค้า ร้าน Mamapetshop	34
4.5	แสดง Logo ร้าน Doggy Couture	34
4.6	แสดงบรรยากาศร้าน Doggy Couture	35
4.7	แสดงการวางตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	36

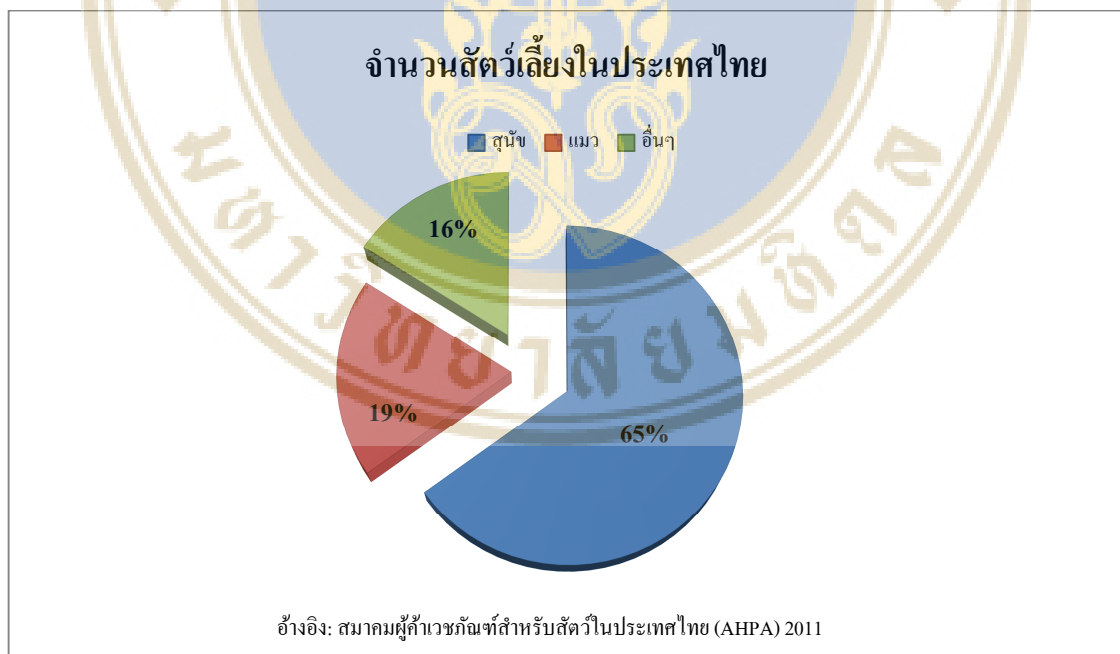


บทที่ 1

ความเป็นมาของธุรกิจ

1.1 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ

“สุนัขเป็นสิ่งเดียวในโลกที่รักคุณได้มากกว่าที่คุณรักตัวเอง”¹ วาตะของ Josh Billings นักเขียนชาวอเมริกัน เชื่อว่าประโยชน์นี้จะโดนใจบรรดาผู้รักสุนัขเป็นอย่างมาก และอาจถือได้ว่าเป็นอีกเหตุผลสำคัญข้อหนึ่งในการเลี้ยงสุนัข เพราะเมื่อยิ่งใกล้ชิดก็ยิ่งรัก ด้วยความน่ารัก แสนรู้ และช่วยคลายเหงา ทำให้การเลี้ยงสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะสุนัขเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน โดยอ้างอิงข้อมูลจากสมาคมผู้ค้าเวชภัณฑ์สัตว์ในประเทศไทยในปี 2555 ระบุว่า ประเทศไทยมีแมวและสุนัขรวมกันกว่า 9 ล้านตัว คิดเป็นสัดส่วน สุนัข 65 เปอร์เซ็นต์ แมว 19 เปอร์เซ็นต์ และสัตว์เลี้ยงอื่นๆ 16 เปอร์เซ็นต์ ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 : จำนวนสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยปี 2011

¹ที่มา วาตะของ Josh Billings นักเขียนชาวอเมริกัน, ธุรกิจหมา...หมา มูลค่าที่ไม่อาจมองข้าม Darling Dogs Dollars Biz ,<http://info.gotomanager.com/>

นอกจากนี้ บรรดาผู้ที่รักสัตว์ได้ปรับเปลี่ยนสถานะของ “สัตว์เลี้ยง” ให้กลายเป็น “สิ่งมีค่า” ทางความรู้สึก นิยามของสัตว์เลี้ยง จากการเลี้ยงไว้เฝ้าบ้าน ก็กลายเป็น “เพื่อน” หรือบางคนถึงกับนิยามว่าเป็น “ลูก” ดังนั้นจึงจะเห็นจากพฤติกรรมการเลี้ยงที่เปลี่ยนไป ผู้เลี้ยงเริ่มใส่ใจกับการดูแลสัตว์เลี้ยงมากขึ้น ทั้งเรื่องของอาหาร ที่อยู่ กิจกรรมต่างๆ เสื้อผ้า เครื่องประดับ หรือของเล่น ส่งผลให้ “ธุรกิจเพื่อคนรักสุนัข” มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

และเมื่อศึกษาไปถึงมูลค่าและการเติบโตของสินค้าและบริการตลาดสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย พบว่าในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเจริญเติบโตที่เพิ่มสูงขึ้นมาก ดังแสดงในภาพที่ 1.2 โดยในปี 2538 มีมูลค่า 2,000 ล้านบาท ต่อมาในปี 2553 มีมูลค่า 7,000 ล้านบาท หรือเติบโตคิดเป็นมูลค่า 5,000 ล้านบาท ในช่วง ปี 2538-2553 และในปี 2555 มีมูลค่า 12,000 การเติบโตเพิ่มขึ้นอีก 5,000 ล้านบาท โดยใช้เวลาเพียงแค่ 2 ปี และยังคงคาดการณ์ว่า ตลาดสัตว์เลี้ยงจะยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับเป็นโอกาสสำหรับผู้ที่มีสนใจในธุรกิจสินค้าและบริการเพื่อสัตว์เลี้ยง ที่จะเข้าสู่การทำธุรกิจ รวมถึงผู้ที่ประกอบการธุรกิจสินค้าและบริการเพื่อสัตว์เลี้ยง ที่จะขยายกิจการเพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้น



อ้างอิง: สมาคมผู้ค้าเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ในประเทศไทย (AHPA) 2011

ภาพที่ 1.2 : มูลค่าและการเติบโตของสินค้าและบริการตลาดสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย

1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ

จากมูลค่าของตลาดสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะสุนัข ที่เติบโตอย่างก้าวกระโดดในช่วงห้าปีที่ผ่านมา รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อเสื้อผ้าสัตว์เลี้ยง จากความจำเป็น เช่น กั้นหนาว กั้นสัตว์เลี้ยงเลียเลียแผล กันยุง ฯลฯ เป็น Fashionable things โดยผู้เลี้ยงมองว่า สุนัขสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน ทุกโอกาส เหมือนกับแฟชั่นคน ประกอบกับพฤติกรรมของคนเลี้ยงที่มักจะพาสุนัขเดินทางไปด้วยตามที่ต่างๆ การถ่ายรูปสุนัขลงเครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมถึงความต้องการให้สัตว์เลี้ยงตัวโปรดได้สวยหล่อไม่ต่างจากเจ้าของ

และแม้ว่าเสื้อผ้า เครื่องประดับสำหรับสุนัข อาจมีผู้ผลิตหรือจำหน่ายอยู่แล้วหลายราย แต่ก็ยังขาดการสร้างแบรนด์อย่างจริงจัง การจะหาร้านที่มีสไตล์แฟชั่นอินเตอร์นด์แบบเสื้อผ้าคนนั้นก็ค่อนข้างจะหาได้ยาก เพราะมีร้านที่ขายเสื้อผ้าสุนัขแบบแฟชั่นนั้นมีน้อย ซึ่งร้านขายเสื้อผ้าทั่วไปที่เราเจอนั้น ก็จะมีเสื้อผ้าแบบทั่วไปที่เน้นราคาถูก อีกทั้งความต้องการก็ยังมีอยู่จำนวนมาก จึงถือว่าธุรกิจนี้มีความน่าสนใจมากเป็นอย่างยิ่ง

1.3 ข้อมูลทั่วไป

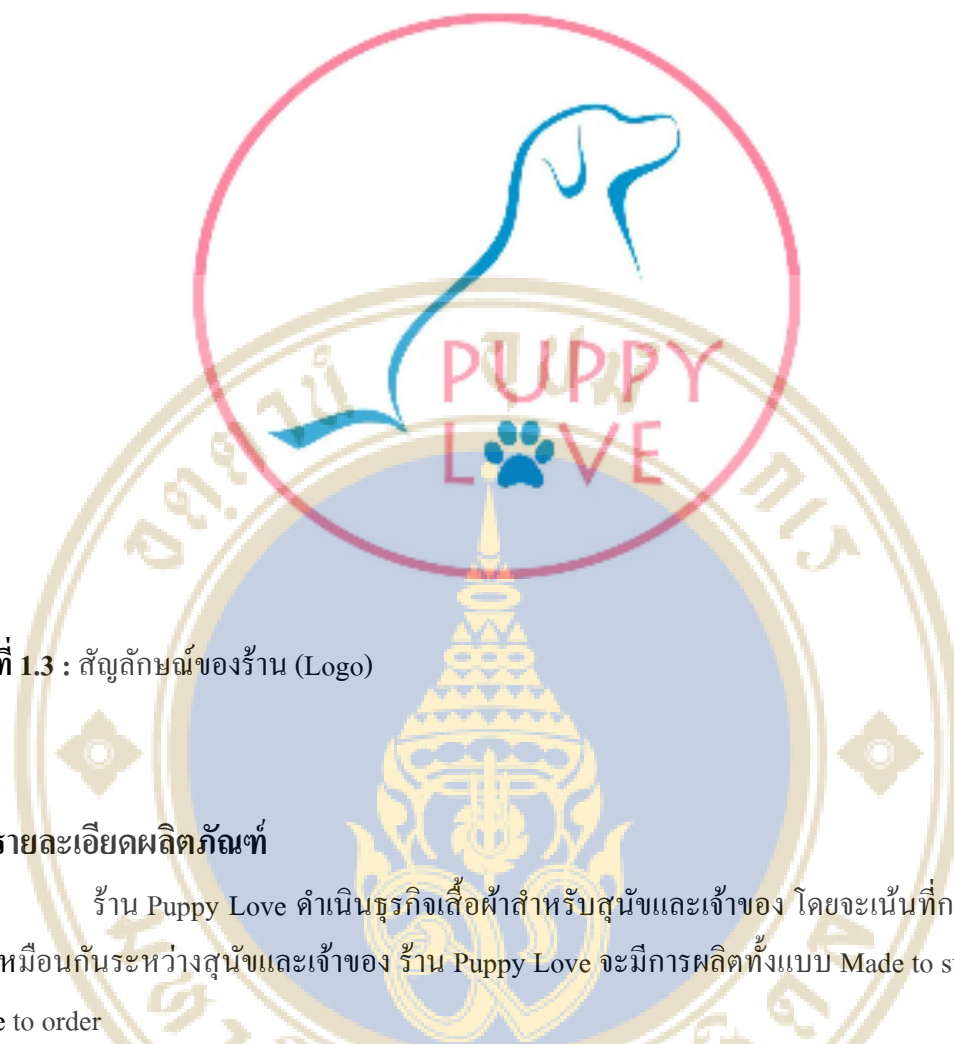
ชื่อร้าน Puppy Love

สถานที่ตั้ง โครงการ K-Village พระรามสี่

สไตล์ร้าน

Puppy Love เพื่อคุณและสัตว์เลี้ยงที่คุณรัก

สัญลักษณ์ของร้าน (Logo)



ภาพที่ 1.3 : สัญลักษณ์ของร้าน (Logo)

1.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ร้าน Puppy Love ดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าสำหรับสุนัขและเจ้าของ โดยจะเน้นที่การใช้ลายผ้าที่เหมือนกันระหว่างสุนัขและเจ้าของ ร้าน Puppy Love จะมีการผลิตทั้งแบบ Made to stock และ Made to order

แบบ Made to Stock คือทางร้านจะทำการออกแบบรูปแบบของเสื้อผ้าสำหรับสุนัขและเจ้าของ รวมถึงเลือกสรรลายผ้าใหม่ๆ โดยอิงกับแนวโน้มของแฟชั่น และสอบถามความต้องการของลูกค้า เพื่อทำออกมาเป็นคอลเลกชันใหม่ ทุกสองสัปดาห์โดยเน้นเสื้อสุนัขขนาดเล็ก ทางร้านจะขายเสื้อผ้าทั้งเป็นชุดคือ เสื้อของเจ้าของและเสื้อของสุนัข หรือสามารถแยกซื้อเฉพาะเสื้อสุนัขหรือเสื้อของเจ้าของได้ รวมถึงทางร้านจะมีการทำเสื้อผ้าตามเทศกาลต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจกับลูกค้าเช่น คริสต์มาส วาเลนไทน์ ตรุษจีน สงกรานต์ รวมถึงเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับออกงานต่างๆ สำหรับสัตว์เลี้ยง สิ่งพิเศษอีกอย่างหนึ่งคือ ทางร้านจะบริการปักชื่อให้กับเสื้อผ้าด้วย โดยเมื่อลูกค้าซื้อเสื้อผ้านกับทางร้านแล้วสามารถรอเพื่อให้ทางร้านปักชื่อให้ได้ทันที

แบบ Made to order คือทางร้านจะรับตัดเย็บตามความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถ นำแบบคร่าวๆที่อยากได้มาปรึกษาทางร้าน ทางร้านจะพูดคุยเพื่อสรุปความต้องการ รวมถึงวัดขนาดเพื่อสั่งผลิตเป็นรายตัวได้ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของร้าน Puppy Love แสดงไว้ในภาพที่ 1.4



ภาพที่ 1.4 : ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสุนัขที่เข้าชุดกับเจ้าของ

1.5 Vision/Mission

Vision

ร้าน Puppy Love มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำด้านเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสัตว์เลี้ยง โดยมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

Mission

1. ออกแบบ และ พัฒนาเสื้อผ้าให้ ทันสมัยและตรงกับความต้องการของลูกค้า
2. รักษาคุณภาพการตัดเย็บให้ได้มาตรฐาน
3. ใส่ใจบริการ และให้คำปรึกษาในการเลือกซื้อเสื้อผ้า

1.6 Business Model

ร้าน Puppy Love จะเป็นร้านที่จำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าของสุนัขและเจ้าของเน้นที่ความเป็นเอกลักษณ์คล้ายกันระหว่าง สุนัขและผู้เลี้ยง จะมีการผลิตทั้งแบบ Made to stock และ Made to order โดยทางร้านจะทำการออกแบบสินค้า และจ้าง Outsourcing เพื่อผลิต ดำเนินการจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้านที่ K-Village และให้ลูกค้าสั่งทางออนไลน์โดยจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์

1.7 Business Goal

เป้าหมายระยะสั้น กำหนดแล้วเสร็จภายใน 1 ปี

1. เปิดหน้าร้าน สาขาแรกที่ K-village พระรามสี่
2. มียอดขายรวมเดือนละ 150,000 บาท ขึ้นไป
3. ออกคอลเลคชั่นใหม่ สองแบบ ทุกๆ สองสัปดาห์
4. เพิ่มสินค้าประเภทเครื่องประดับ ตกแต่ง เช่น สร้อยคอ ปЛОกคอ โบว์ หมวก

เป้าหมายระยะปานกลาง กำหนดแล้วเสร็จภายใน 3-5 ปี

1. ขยายสาขาใหม่ที่ห้าง Mega Bangna
2. มียอดขายรวมเดือนละ 300,000 บาท ขึ้นไป

เป้าหมายระยะยาว กำหนดแล้วเสร็จ 5 ปีขึ้นไป

1. มีโรงงานตัดเย็บเป็นของตัวเอง
2. มีการส่งออกเสื้อผ้า ไปยังต่างประเทศเช่น ในแถบเอเชียและอเมริกา
3. มียอดขายรวมเดือนละ 600,000 บาท ขึ้นไป

1.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. ลูกค้าจดจำสินค้าของร้านได้ และลูกค้ามี Brand awareness เมื่อนึกถึงเสื้อผ้าสุนัข และเจ้าของ จะนึกถึง ร้าน Puppy Love
2. มีการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ อาทิเช่น ให้ร่วมสนุกโดยการให้โพสรูปถ่ายคู่กับสุนัข โดยใส่เสื้อผ้าลายเดียวกันเพื่อร่วมชิงรางวัลของทางร้าน
3. ลูกค้ามีการบอกต่อ (Word of mouth) เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จัก
4. มีการให้บริการที่ดี จัดส่งสินค้ารวดเร็ว โดยทางร้านจะมีการรับประกันว่าลูกค้าจะได้รับสินค้าภายใน 3 วัน (กรุงเทพฯ และปริมณฑล) ส่วนต่างจังหวัดจะได้รับสินค้าภายใน 5 วัน หากลูกค้าได้รับสินค้าล่าช้า ทางร้านจะมอบส่วนลดพิเศษให้สำหรับการซื้อสินค้าในครั้งต่อไป

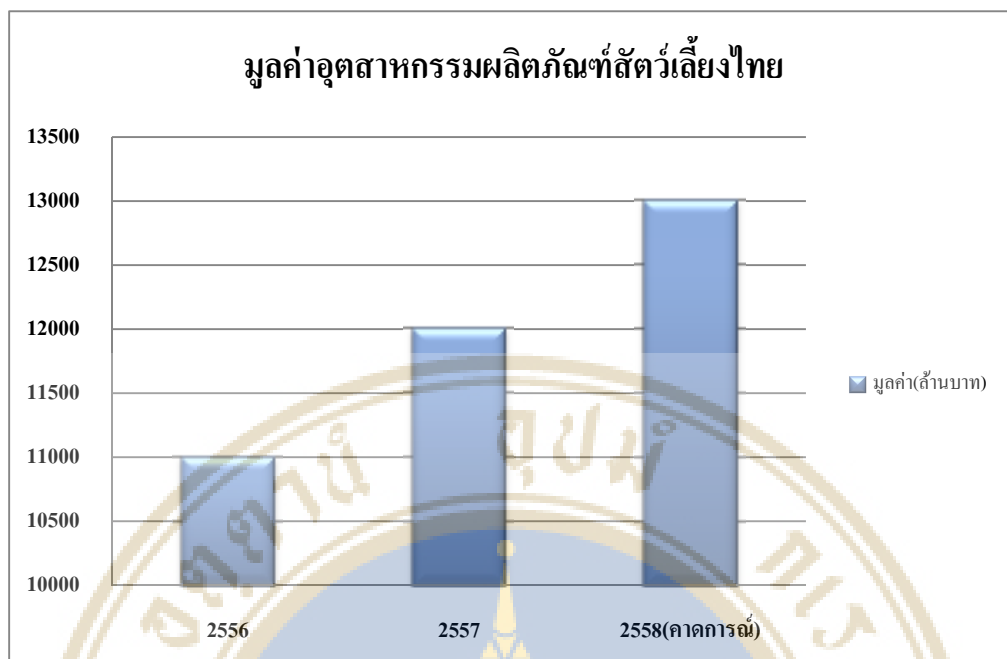
บทที่ 2

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ปัจจุบันในกลุ่มของผู้ที่รักสุนัขในประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญและปฏิบัติกับ “เพื่อนรักสี่ขา” เฉกเช่นเดียวกับสมาชิกคนหนึ่งในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นการดูแลเอาใจใส่เรื่องอาหารการกิน ของเล่น เสื้อผ้า หรือการให้ความสำคัญในการทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน และด้วยความดูแลเอาใจใส่ ความผูกพันและความรักของเจ้าของที่มีต่อสัตว์เลี้ยง ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยเล็งเห็นถึง โอกาสที่จะเข้ามาจับจองส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง ดังจะเห็นได้จากร้าน Pet shops ร้านตัดขน คลินิกสัตว์เลี้ยง ที่กระจายตัวอยู่ทั่วทั้งกรุงเทพมหานครและตามเมืองต่างๆ

อ้างอิงจากข้อมูลของสมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทย ก็ช่วยยืนยันถึงความนิยมในการเลี้ยงสัตว์ของคนไทยว่ามีอัตราการเติบโตทุกปี โดยดูได้จากมูลค่าผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงของไทยเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี โดยข้อมูลในปี 2556 ระบุว่า มูลค่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทยมีอยู่ประมาณ 11,000 ล้านบาท ต่อมาในปี 2557 เพิ่มขึ้นเป็น 12,000 ล้านบาท และทางสมาคมยังคาดการณ์ต่อไปในปี 2558 นี้ว่ามูลค่าของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงของไทยจะเพิ่มขึ้นเป็น 13,000 ล้านบาท ดังแสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 : มูลค่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทย

(อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง ทั้งอาหารเม็ดและอาหารกระป๋อง และอื่นๆ อาทิ ขนม แยมพู เสื้อผ้า ปลอกคอ ฯลฯ)

มูลค่าของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทยข้างต้น สามารถจำแนกเป็นตลาดสัตว์เลี้ยงประเภทต่างๆ ได้ดังนี้ 1. สุนัข (60%) 2. แมว (20%) 3. ปลา (10%) 4. สัตว์เล็ก (กระต่าย ชินชิล่า แกสปี)(6%) 5. สัตว์ปีก (3%) 6. สัตว์เลี้ยงคลาน (0.8%) 7. อื่นๆ (0.2%) โดยภาพรวมจะเห็นว่าสุนัขได้รับความนิยมมากที่สุดคือเกินครึ่งของมูลค่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง ด้วยสุนัขมีคุณสมบัติของความเป็นเพื่อนรู้ใจที่คนต้องการ มีความฉลาดและแสนรู้ ทำให้ครองใจผู้เลี้ยงมาเป็นอันดับ 1

นอกจากนี้โอกาสของตลาดยังประกอบด้วยปัจจัยบวก ด้วยรูปแบบการอยู่อาศัยของผู้คน ขนาดครอบครัวที่เปลี่ยนไปอยู่อาศัยคอนโดมิเนียมและเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น ผู้คนไม่มีบุตรเยอะขึ้น จึงเป็นปัจจัยให้มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อนและสมาชิกในครอบครัวมากขึ้น การใช้จ่ายเงินให้กับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น และด้วยลักษณะที่อยู่อาศัยที่เล็กลงส่งผลให้เลี้ยงสัตว์ขนาดเล็กลงด้วย

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Analysis)

โดยสามารถสรุปสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกโดยใช้ PEST Model Analysis ได้ดังนี้

2.2.1 ปัจจัยด้านการเมือง นโยบายหรือกฎเกณฑ์ของภาครัฐ (Political factors)

การเปิดเสรีด้านการค้าบริการและการลงทุนระหว่างกันของ 10 ประเทศสมาชิกอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC จะส่งผลให้ตลาดประชากรมีจำนวนรวมกันถึงเกือบ 600 ล้านคน ในทางการตลาดย่อมจะก่อให้เกิดทั้งโอกาสและภัยคุกคามทางธุรกิจ เช่น อาจส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงจากในอาเซียน เช่น อาหารสัตว์, ขนม, แคมพู, เสื้อผ้าสัตว์เลี้ยง เป็นต้น เข้ามาตีตลาดภายในประเทศไทยได้ แต่หากทางผู้ประกอบการของไทยยังสามารถรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดีเอาไว้ได้ คาดว่าจะเป็นโอกาสที่ดีให้กับผู้ประกอบการในการส่งออกเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพราะแรงงานในประเทศไทยได้รับการยอมรับในเรื่องฝีมือและคุณภาพของงาน

และแม้ในช่วงที่มีเหตุการณ์บ้านเมืองตึงเครียด แต่กลับพบว่าบรรดาคนรักหมารักแมว จูงสัตว์เลี้ยงมาเดินเล่นเลือกซื้อสินค้ากันอย่างคึกคัก เช่นในงาน “Pet Expo Thailand 2014” จัดขึ้นที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์แสดงให้เห็นว่า สถานการณ์ทางการเมืองที่ตึงเครียดไม่มีผลลบมากนักกับอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยง หรืออาจเป็นไปได้อีกหนึ่งหนึ่งว่าเหตุการณ์บ้านเมืองที่ตึงเครียด ทำให้คนมาเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพื่อผ่อนคลายมากขึ้น



ภาพที่ 2.2 : บรรยากาศในงาน Pet Expo Thailand 2014 ที่มาจากนิตยสาร Positioning

2.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economics Factors)

แม้ในสถานะที่เศรษฐกิจในประเทศประสบปัญหาอยู่ในขณะนี้ แต่ในธุรกิจขายเสื้อผ้าสุนัขนั้นมีช่องทางและโอกาสในการขายสินค้าอยู่มาก เพราะในในตลาดเสื้อผ้าสุนัขที่ขายกันตอนนี้ส่วนมากเป็นเสื้อผ้าที่มีคุณภาพต่ำและไม่มีรูปแบบให้เลือกเท่าที่ลูกค้าต้องการ ทำให้มีลูกค้าอีกมากที่ต้องการเสื้อผ้าสุนัขที่มีคุณภาพสูงตัดเย็บอย่างดี และสามารถออกแบบได้ตามความต้องการของตัวเอง ทำให้ตลาดกลุ่มนี้มีแรงซื้อมากพอที่จะทำให้ธุรกิจนี้สามารถเติบโตได้

2.2.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)

เมื่อคนเมืองหันมานิยมเลี้ยงสุนัขเป็นสัตว์เลี้ยงคู่ใจข้างกาย ไว้เป็นทั้งเพื่อนยามเหงาเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว ซึ่งเป็นผลพวงมาจากไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของคนในเวลานี้ ที่นิยมแต่งงานช้าลง หรือแต่งงานแล้วไม่มีลูก นอกจากผู้หญิงที่นิยมเลี้ยงแล้ว ยังมีกลุ่มเพศที่สามก็หันมานิยมเลี้ยงเพื่อทดแทนการมีลูก หรือคนสูงอายุจะเลี้ยงไว้ห้อยู่เป็นเพื่อน ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มีกำลังซื้อสูง จึงมีการเลี้ยงคู่สัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดี

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมในการเลี้ยงสุนัขที่เปลี่ยนไป สายพันธุ์ของสุนัขที่คนนิยมเลี้ยงก็เปลี่ยนไปด้วย จากเดิมที่นิยมเลี้ยงสุนัขตัวใหญ่ ปัจจุบันคนก็หันมานิยมเลี้ยงสุนัขพันธุ์เล็กมากขึ้น เพราะดูแลง่ายสามารถพาไปเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ได้สะดวก เหมาะกับสังคมเมืองและ

คอนโดหลายแห่งก็อนุญาตให้สามารถเลี้ยงสุนัขพันธุ์เล็กได้ จากข้อมูล 10 อันดับสุนัขยอดนิยมในประเทศไทยปี 2014 จากเว็บไซต์กระทู้กระทู้คอม พบว่าสุนัขที่นิยมเลี้ยงมากที่สุดอันดับหนึ่งคือชิววา อันดับสองคือปอมเมอเรเนียน อันดับสามคือชิสุ ซึ่งทั้งสามพันธุ์ที่กล่าวมานั้นเป็นสุนัขพันธุ์เล็ก ดังแสดงในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 : 10 อันดับสุนัขยอดนิยมในประเทศไทย ปี 2014

และจากปัจจัยที่คนเมืองหันมานิยมเลี้ยงสุนัขมากขึ้นก็ส่งผลให้ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี และยังทำให้มีสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องตามมาอีกมากมาย โดยเฉพาะการที่คนเมืองนิยมเลี้ยงและแต่งตัวให้กับสุนัขพันธุ์เล็กเหล่านั้น ส่งผลบวกต่อธุรกิจเสื้อผ้าสุนัขให้เติบโตมากขึ้นไปด้วย

2.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technologies Factors)

การพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลต่อเทคโนโลยีการตัดเย็บ ทำให้เครื่องเย็บผ้ามีคุณภาพมากขึ้นสามารถปักงานได้รวดเร็วสวยงามมากขึ้นและยังมีราคาที่ถูกลงด้วย นอกจากนี้เทคโนโลยียังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ช่วยในการทำการตลาดได้รวดเร็วมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเป็น การเพิ่มช่องทางในการขายสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีอย่างการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์

2.3 การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในธุรกิจเสื้อผ้าสัตว์เลี้ยง (โมเดล Five Forces Industry Analysis)

2.3.1 แรังกดดันที่ 1: กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ (ต่ำ)

ในธุรกิจธุรกิจเสื้อผ้าสัตว์เลี้ยงนั้น ผู้ประกอบการสามารถเข้าในตลาดได้ง่าย เนื่องจากต้นทุนในการทำธุรกิจค่อนข้างต่ำ เป็นธุรกิจที่ไม่ได้มีความซับซ้อนและไม่ถูกผูกขาดโดยผู้ขายรายใดรายหนึ่ง ทำให้มีผู้สนใจผลิตเสื้อผ้าสุนัขขึ้นมาขายกันอย่างทั่วไป

2.3.2 แรังกดดันที่ 2: ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (ปานกลาง)

ในปัจจุบันจะพบว่าการขายเสื้อผ้าสัตว์เลี้ยงส่วนใหญ่ จะเป็นการขายเสื้อผ้าที่เน้นราคาถูกและมีคุณภาพต่ำ ส่วนใหญ่จะมีรูปแบบที่คล้ายๆกันรับมาจาก supplier ที่เดียวกัน ไม่มีรูปแบบให้เลือกมากนักเพราะตลาดส่วนใหญ่เห็นว่า ผู้ซื้อนั้นจะซื้อเสื้อผ้าให้กับสุนัข เพื่อที่จะให้ความอบอุ่นหรือใส่เพื่อป้องกันคนที่ร่วงออกมา ทำให้เกิดช่องว่างของสินค้าที่มีคุณภาพ Premium ซึ่งมีอยู่อย่างจำกัด เพราะยังมีผู้ซื้ออีกมากมายที่ต้องการที่จะซื้อเสื้อผ้าที่มีความสวยงามมีความเป็นเอกลักษณ์ให้กับสุนัขของตนเอง

Puppy Love ได้เล็งเห็นถึงโอกาสของธุรกิจเสื้อผ้าสุนัขที่เน้นสวยงามของเสื้อผ้า ความโดดเด่นมีเอกลักษณ์รวมทั้งความพิเศษ ที่จะมีเสื้อผ้าของเจ้าของ จากการออกแบบของร้านเพื่อให้เสื้อผ้าของร้านไม่เหมือนกับร้านอื่นๆ

2.3.3 แรงกดดันที่ 3: ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (ต่ำ)

ในธุรกิจเสื้อผ้าของทางร้าน Puppy Love นั้น สินค้าที่จะทดแทนได้คือ เสื้อผ้าสุนัขที่มีคุณภาพต่ำกว่าและราคาถูกกว่า แต่สำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่จะมาเลือกสินค้าของร้านนั้นเป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดีและมีเอกลักษณ์แตกต่างจากร้านอื่นๆ จึงอาจจะไม่ส่งผลกระทบต่อมากนัก

2.3.4 แรงกดดันที่ 4: อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (ต่ำ)

ร้านเสื้อผ้าสุนัขส่วนใหญ่ในตลาดจะเป็นร้านที่รับสินค้ามาขาย ไม่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ดังนั้นร้าน Puppy Love ที่มีรูปแบบของเสื้อผ้าสุนัขเฉพาะของร้านที่มีความแตกต่างทำให้ผู้ซื้อเต็มใจที่จะซื้อด้วยราคาที่สูงกว่าร้านอื่นๆ ทำให้อำนาจต่อรองของผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายนั้นลดลง

2.3.5 อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (ปานกลาง)

เนื่องจากร้าน Puppy Love เป็นธุรกิจเกี่ยวกับเสื้อผ้า ดังนั้นวัตถุดิบหลักของร้านคือผ้า ซึ่งผ้าของทางร้านนั้นจะเลือกจากร้านจำหน่ายผ้าหลายรายไม่ได้ขึ้นอยู่กับรายใดรายหนึ่ง ทำให้ไม่มีรายใดผูกขาดการขายกับทางร้าน และทางร้านจะมีการสั่งผ้าในจำนวนมากสำหรับผลิตสินค้าใน Stock ดังนั้นก็จะมีอำนาจต่อรองกับทางร้านจำหน่ายผ้าให้ได้ราคาที่ถูกลง

สำหรับการจ้างร้าน OEM เพื่อตัดเย็บนั้น ทางร้านมีการจ้างร้าน OEM หลายรายเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง และลดอำนาจการต่อรองของร้าน OEM

2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในธุรกิจ (Competitive Analysis)

ในส่วนของการวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่งจะเป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งในธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าสัตว์เลี้ยง โดยมีทั้งคู่แข่งในธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าสัตว์เลี้ยงแบบมีหน้าร้านในเขตกรุงเทพมหานคร และคู่แข่งในธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าสัตว์เลี้ยงแบบออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.4.1 DOGGYDRESSROOM



ภาพที่ 2.4 : Logo ร้าน Doggy Dress Room

รูปแบบธุรกิจ : จำหน่ายเฉพาะทาง Internet แต่สามารถเข้าไปดูสินค้าที่บ้านที่หมู่บ้านบัวหลวงได้

สถานที่ตั้ง : หมู่บ้านบัวหลวง เลขที่ 28/26 หมู่ 4 ซอยรามอินทรา 19 ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ

Website : <http://www.doggydressroom.com/>

รายละเอียดสินค้า : จำหน่ายชุดสุนัขหลากหลายสไตล์ในราคาสบายกระเป๋า (ปลีก-ส่ง) และรับออกแบบตัดเย็บชุดสุนัข ชุดประกวด ชุดแฟนซี ชุดแต่งงาน ชุดเดินแฟชั่นต่างๆสำหรับสุนัขทุกๆขนาด

ราคา : เริ่มต้น 150 บาท สำหรับ เสื้อผ้าทั่วไป

เริ่มต้น 500 บาท สำหรับ เสื้อผ้าสั่งตัด

กลุ่มลูกค้า : กลุ่มครอบครัวที่เลี้ยงสุนัข และ กลุ่มคนที่เลี้ยงสุนัขเพื่อประกวด

จุดแข็ง : มีบริการรับออกแบบตัดเย็บชุดสุนัข ชุดประกวด ชุดแต่งงาน รวมถึงชุดสำหรับประกวดต่างๆ และไม่รับเย็บงานโหล

จุดอ่อน : ต้องนัดแนะกับทางร้านเพื่อเข้าไปดูชุด และไม่มีหน้าร้านสวยงามเพื่อดึงดูดลูกค้า



ภาพที่ 2.5 : ตัวอย่างสินค้า ร้าน Doggy Dress Room

2.4.2 Mamapetshop



ภาพที่ 2.6 : Logo ร้าน Mamapetshop

รูปแบบธุรกิจ : บริการอาบน้ำ ตัดขน สุนัขและแมว จำหน่ายอุปกรณ์สุนัขและแมว เสื้อผ้าน่ารักๆ ของใช้ต่างๆ สำหรับสัตว์เลี้ยง

สถานที่ตั้ง : เลขที่ 95/2 หมู่ 2 ซอยเฉลิมพระเกียรติ65 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 แขวง ดอกไม้ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

Website : <http://www.mamapetshop.com/>

รายละเอียดสินค้า : จำหน่ายชุดสุนัขหลากหลายสไตล์ในราคาสบายกระเป๋า (ปลีก-ส่ง)

ราคา : เริ่มต้น 39 บาท สำหรับ เสื้อผ้าสุนัข Size เล็ก

กลุ่มลูกค้า : กลุ่มครอบครัวที่เลี้ยงสุนัข

จุดแข็ง : สินค้าราคาถูก รวมถึงมีบริการอาบน้ำตัดขนครบวงจร

จุดอ่อน : เสื้อผ้ามีลักษณะเป็นเสื้อผ้าโหล ไม่มีเอกลักษณ์เท่าที่ควร ไม่มีบริการตัดเย็บเสื้อผ้าตามความต้องการลูกค้า



ภาพที่ 2.7 : ตัวอย่างสินค้าร้าน Mamapetshop

2.4.3 Doggy Couture



ภาพที่ 2.8 : Logo ร้าน Doggy Couture

รูปแบบธุรกิจ : นำเข้าสินค้าเสื้อผ้าสุนัข ที่นอนสุนัข รถเข็นสุนัข กระเป๋าใส่สุนัข
แบบแปลกๆแบรด์ดัง และมีลูกสุนัขสายพันธุ์ดีจำหน่าย

สถานที่ตั้ง : โครงการ K- Village พระรามสี่ เลขที่ 93-95 สุขุมวิท 26 แขวง คลองเตย
เขต คลองเตย กรุงเทพฯ

Website: ไม่มี Website ของตัวเอง แต่มีฝากขายตาม Website ต่างๆ เช่น
www.taradplaza.com/doggycouture/

รายละเอียดสินค้า : จำหน่ายชุดสุนัขหลากหลายสไตล์โดยเน้นสินค้านำเข้า ทำให้มี
ราคาสูง

ราคา : เริ่มต้น 300 บาท สำหรับ เสื้อผ้าสุนัข

กลุ่มลูกค้า : กลุ่มครอบครัวที่เลี้ยงสุนัข

จุดแข็ง : มีความหลากหลายของสินค้า และมีลูกสุนัขพันธุ์ดีจำหน่าย

จุดอ่อน : ราคาสินค้าค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นการนำเข้า และมีจำหน่ายเฉพาะ เสื้อผ้า
สำหรับสุนัขพันธุ์เล็กเท่านั้น ไม่มีบริการตัดเย็บเสื้อผ้าตามความต้องการลูกค้า



ภาพที่ 2.9 : บรรยากาศ ร้าน Doggy Couture

2.5 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

2.5.1 จุดแข็ง

2.5.1.1 Puppy Love มีคอลเลกชันเสื้อผ้าสำหรับสัตว์เลี้ยงและเจ้าของโดดเด่นที่ใช้ลายผ้าที่เหมือนกันระหว่างสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการใส่เสื้อผ้าใน Theme เดียวกันกับสุนัข

2.5.1.2 ร้าน Puppy love ให้ลูกค้าสามารถนำแบบชุดของสุนัขที่ต้องการมาปรึกษากับทางร้านเพื่อดำเนินการตัดเย็บชุดที่ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด

2.5.1.3 ทางร้าน Puppy Love มีนักออกแบบของตัวเองทำให้รูปแบบของทางร้านมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนกับร้านอื่นๆ โดยทางร้านจะออกสินค้าคอลเลกชันใหม่ ในทุกๆ 2 สัปดาห์ โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มแฟชั่น รวมถึงเทศกาลสำคัญต่างๆ

2.5.1.4 ทางร้านใส่ใจการเลือกวัตถุดิบที่คุณภาพดี เพื่อให้งานออกมาสวยงามมีความคงทน และอายุการใช้งานที่ยาวนานคุ้มค่าคุ้มราคา รวมถึงเน้นการใช้เนื้อผ้าที่นุ่ม

ระบายความร้อนได้ดีซึ่งจะช่วยทำให้สุนัขมีความรู้สึกสบายตัวเวลาสวมใส่

2.5.1.5 ทางร้านออกแบบเสื้อผ้าสุนัขด้วยมาตรฐานและขนาดที่เหมาะสมกับสุนัขช่วยทำให้สุนัขสวมใส่ได้อย่างสบายไม่อึดอัด ไม่ขัดขวางการเคลื่อนไหวและวิสัยทัศน์

2.5.2 จุดอ่อน

2.5.2.1 ในระยะแรกทางร้านจะเน้นการผลิตสินค้าขนาด 0-4 เฉพาะสุนัขขนาดเล็ก ถ้าผู้ซื้อต้องการเสื้อผ้าสำหรับสุนัขขนาดใหญ่จะต้องสั่งตัดเป็นพิเศษ ซึ่งจะใช้เวลาเพิ่มมากขึ้น

2.5.2.2 ทางร้านจะเน้นการผลิตสินค้าจำนวนต่อแบบไม่มากเพื่อลดการมีจำนวนสินค้าเยอะ ทำให้ไม่สามารถขายส่งสินค้าจำนวนมากๆได้ในระยะแรก หรืออาจทำให้ลูกค้าต้องรอสินค้าหากลูกค้าต้องการสินค้าที่จำหน่ายหมดแล้ว เนื่องจากต้องใช้เวลาในการสั่งตัดเสื้อผ้าใหม่

2.5.3 โอกาส

2.5.3.1 ร้านค้าที่เกี่ยวกับเสื้อผ้าของสุนัขมีอยู่จำนวนน้อย เมื่อเทียบกับจำนวนสุนัขที่มีเจ้าของ

2.5.3.2 ปัจจุบันจำนวนร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ โดยเฉพาะสำหรับสุนัขมีน้อย ซึ่งส่วนมากจะเน้นสินค้าที่มีเกรดระดับล่างเน้นราคาถูกแต่ไม่เน้นความสวยงามแปลกใหม่

2.5.3.3 พฤติกรรมของผู้เลี้ยงที่เปลี่ยนไป ผู้เลี้ยงบางส่วนนิยมเลี้ยงเป็นลูกและมีการแต่งตัวเพื่อพาไปเที่ยวนอกบ้าน

2.5.3.4 เมืองไทยเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติในการผลิตเสื้อผ้าสัตว์เลี้ยง

2.5.3.5 มีการรวมกลุ่มของประชาคมอาเซียน AEC ในปี 2558 ทำให้เกิดโอกาสที่ดีในการพัฒนาเสื้อผ้าสัตว์เลี้ยงเพื่อส่งออกไปยังประเทศอื่นๆในกลุ่ม Asian ได้

2.5.3.6 การพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลดีต่อประสิทธิภาพในการผลิตเสื้อผ้า ทำให้ระยะเวลาในการปักผ้าสั้นลงรวมถึงมีความสวยงามมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ทำการตลาดได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย

2.5.4 อุปสรรค

2.5.4.1 มีร้านขายเสื้อผ้าสุนัขราคาถูกจำนวนมากทำให้ลูกค้าที่ไม่เน้นความสวยงามเลือกซื้อร้านที่ราคาถูกกว่า แม้ว่าจะได้สินค้าที่คุณภาพต่ำกว่า

2.5.4.2 ความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้เลี้ยงได้

จากการวิเคราะห์การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis) พบว่าธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าสุนัขมีความน่าสนใจในการลงทุน ด้วยการใช้ Puppy Love มีจุดแข็งที่การใช้ลายผ้าที่เหมือนกันระหว่างสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าจากการที่ร้านค้าที่เกี่ยวกับเสื้อผ้าของสุนัขมีอยู่จำนวนน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนสุนัขที่มีเจ้าของ ทำให้ร้าน Puppy Love น่าจะสามารถเข้าถึงและดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่รักสุนัขให้มาใช้ผลิตภัณฑ์ของทางร้านได้ไม่ยาก



บทที่ 3

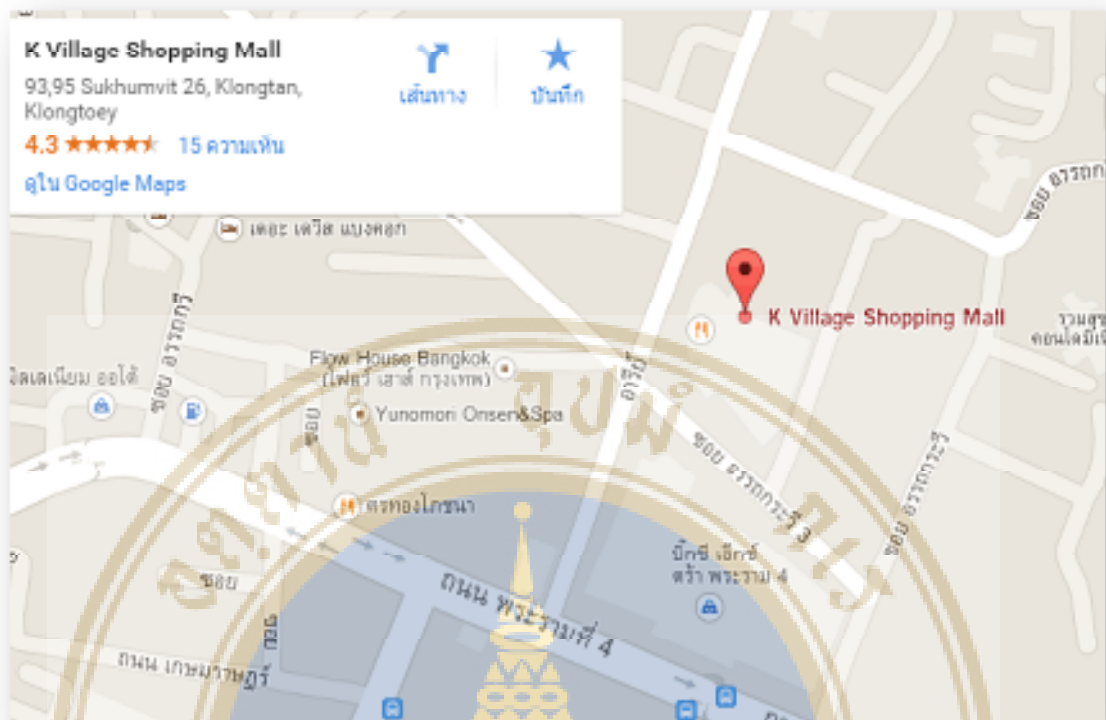
แผนการดำเนินงาน

3.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

ร้าน Puppy Love ดำเนินธุรกิจขายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสุนัขและเจ้าของ โดยเน้นการออกแบบที่มีสไตล์และการตัดเย็บที่มีคุณภาพ โดยมีรูปแบบธุรกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียวคือนางสาว อภิญญา สินธุวิทย์วงศ์ โดยจะเป็นการลงทุนโดยใช้เงินสดประมาณ 750,000 บาท

3.2 สถานที่ตั้ง

ร้าน Puppy Love ตั้งอยู่ที่โครงการ K- Village พระรามสี่ เลขที่ 93-95 สุขุมวิท 26 แขวง คลองเตย เขต คลองเตย กรุงเทพฯ



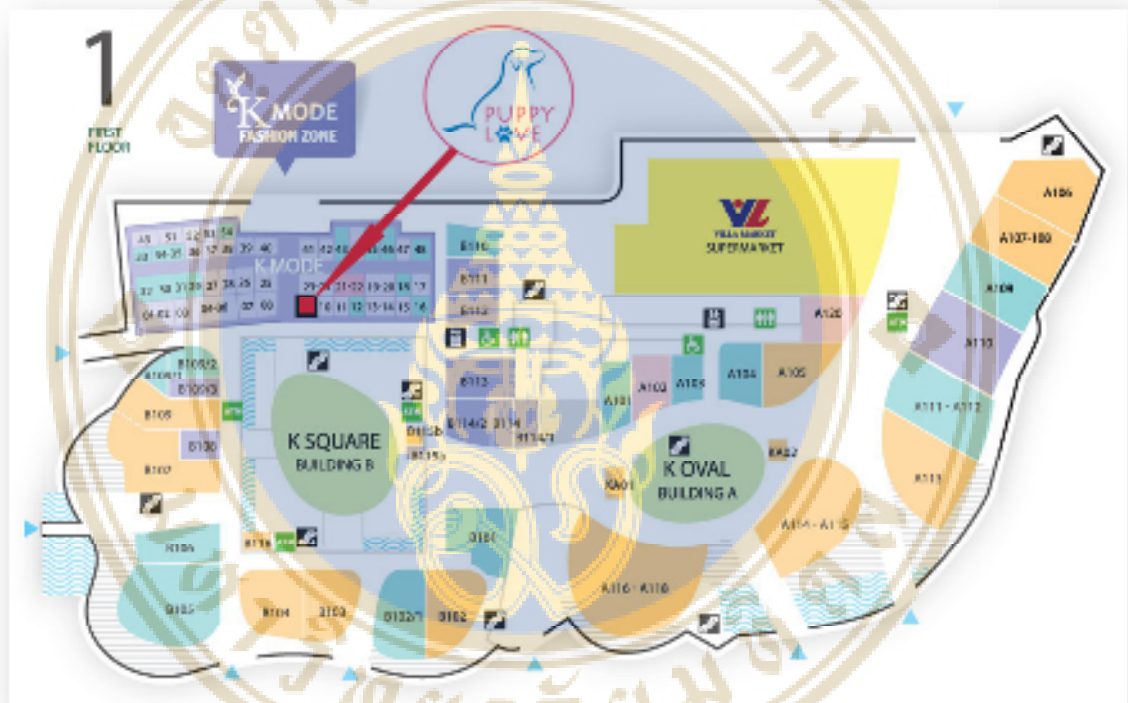
ภาพที่ 3.1 : แผนที่โครงการ K-Village พระรามสี่



ภาพที่ 3.2 : บริเวณด้านหน้าโครงการ K-Village

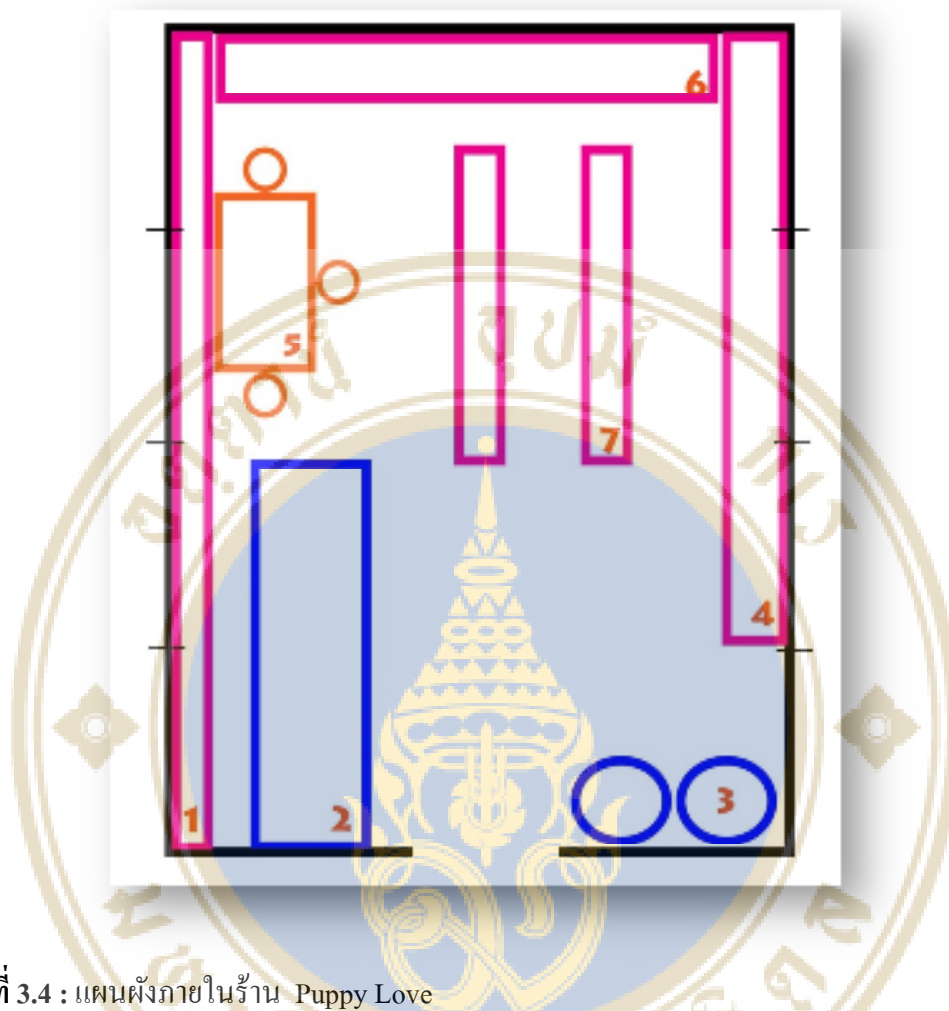
K Village คอมมูนิตี้ มอลล์ มีร้านค้ากว่า 100 ร้าน แบ่งเป็นโซนแฟชั่น คาเฟ่แอนด์ เรสโตรองท์ เบเกอรี่ช้อป ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารเกาหลีแบบเทรดิชั่นนัล สปาแอนด์บิวตี้ ห้องเล่นคุณแม่และเด็ก ผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง สินค้าเทคโนโลยีและงานอดิเรก แต่ละโซนสร้างบรรยากาศที่ร่มรื่น เป็นแหล่งช้อปปิ้งที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์คนเมืองหนุ่มสาวรุ่นใหม่วัยทำงาน หรือครอบครัว และสิ่งทีพิเศษของคอมมูนิตี้ มอลล์แห่งนี้คือ เปิดโอกาสให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงสามารถ พาสุนัขและแมวมาเดินเล่นด้วยได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้สายจูง อยู่ในรถเข็นหรือในกระเป๋า

โดย ร้าน Puppy Love จะตั้งอยู่ใน โครงการ K-Village Zone K Fashion ซึ่งจะเป็น โซนที่รวมสินค้าทั้งเสื้อผ้าและของใช้ต่างๆ



ภาพที่ 3.3 : แผนที่ร้าน Puppy Love ในโครงการ K-Village

3.3 แผนผังร้าน



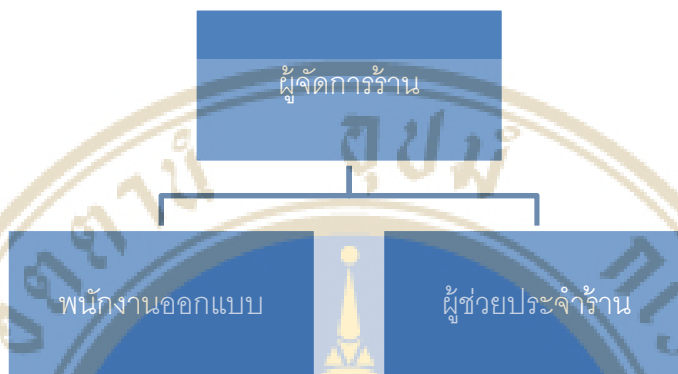
ภาพที่ 3.4 : แผนผังภายในร้าน Puppy Love

ร้าน Puppy Love มีขนาดประมาณ 12 ตารางเมตร ด้านหน้าร้านมีความกว้างประมาณ 3 เมตร ลึกประมาณ 4 เมตร การจัดวางสิ่งของและอุปกรณ์ ต่างๆภายในร้านเป็นดังนี้คือ

- หมายเลข 1,4,6 และ 7 คือบริเวณจัดแสดงสินค้า โดยจะมีทั้งแบบแขวนเสื้อผ้าที่ราวและแบบจัดวางบนชั้น
- หมายเลข 2 คือเคาเตอร์หน้าร้าน จะอยู่ทางซ้ายมือเมื่อเปิดประตูเข้าร้าน ใช้สำหรับคิดเงินลูกค้าและให้บริการปักชื้อบนเสื้อผ้า
- หมายเลข 3 คือหุ่นแสดงเสื้อผ้า โดยจะมีทั้งหุ่นสุนัขและหุ่นของเจ้าของ โดยจะสับเปลี่ยนตามแต่ละ Collection ที่ออกมาใหม่
- หมายเลข 5 คือ พื้นที่สำหรับลูกค้านั่งรอ หรือขอคำปรึกษา

3.4 โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างของ Puppy Love เป็นโครงสร้างแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) ที่ไม่ซับซ้อนและไม่มีจำนวนพนักงานมากเกินไป ดังนั้นการออกแบบแผนผังองค์กรจึงจัดวางตำแหน่งตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่จำเป็นดังนี้



ภาพที่ 3.5 : แผนผังองค์กร

3.5 ลักษณะงานและความรับผิดชอบ

3.5.1 ผู้จัดการร้าน

- วางแผนกลยุทธ์ของบริษัท และวางแผนพัฒนาธุรกิจ
- วางแผนการเงิน และดูแลด้านบัญชี
- ทำบัญชีรายรับรายจ่าย
- วางแผนกลยุทธ์การตลาด
- ออกแบบสื่อโฆษณา สำหรับการประชาสัมพันธ์ร้าน

3.5.2 พนักงานออกแบบและดูแลหน้าร้าน

- ศึกษาเทรนด์ เสื้อผ้าและสำรวจความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาแบบสินค้า
- ออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสุนัขและเจ้าของ
- คัดเลือกและจัดซื้อผ้าและวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ

- ดูแลจำนวนสินค้าและวัตถุดิบ
- ติดตามงานและตรวจสอบสินค้าในกระบวนการผลิต
- ดูแลการขายโดยให้คำแนะนำกับลูกค้า ให้บริการปักชื่อบนสินค้าและเก็บเงินจากลูกค้า

3.5.3 ผู้ช่วยประจำร้าน

- ดูแลความเรียบร้อยของร้าน เช่น เปิด-ปิดหน้าร้านตามเวลา, ทำความสะอาดร้าน และ จัดเรียงสินค้าให้สวยงาม
- ดูแลการขายโดยให้คำแนะนำกับลูกค้า และ ให้บริการปักชื่อบนสินค้าและเก็บเงินจากลูกค้า
- ประชาสัมพันธ์ และอัปเดตข้อมูลสินค้าใน เฟซบุ๊ก/อินสตาแกรม



3.6 แผนการว่าจ้างพนักงาน และ โครงสร้างค่าตอบแทน

ตารางที่ 3.1 : โครงสร้างค่าตอบแทนในช่วงระยะเวลา 5 ปี

ตำแหน่ง	ปีที่ 1			ปีที่ 2			ปีที่ 3		
	จำนวน	เงินเดือน	รวมต่อปี	จำนวน	เงินเดือน	รวมต่อปี	จำนวน	เงินเดือน	รวมต่อปี
ผู้จัดการร้าน	1	15,000	180,000	1	15,750	189,000	1	16,538	198,450
พนักงานออกแบบและดูแลหน้าร้าน	1	12,000	144,000	1	12,600	151,200	1	13,230	158,760
ผู้ช่วยประจำร้าน	1	9,000	108,000	1	9,450	113,400	1	9,950	119,400
รวม	3	36,000	432,000	3	37,800	453,600	3	39,718	476,610

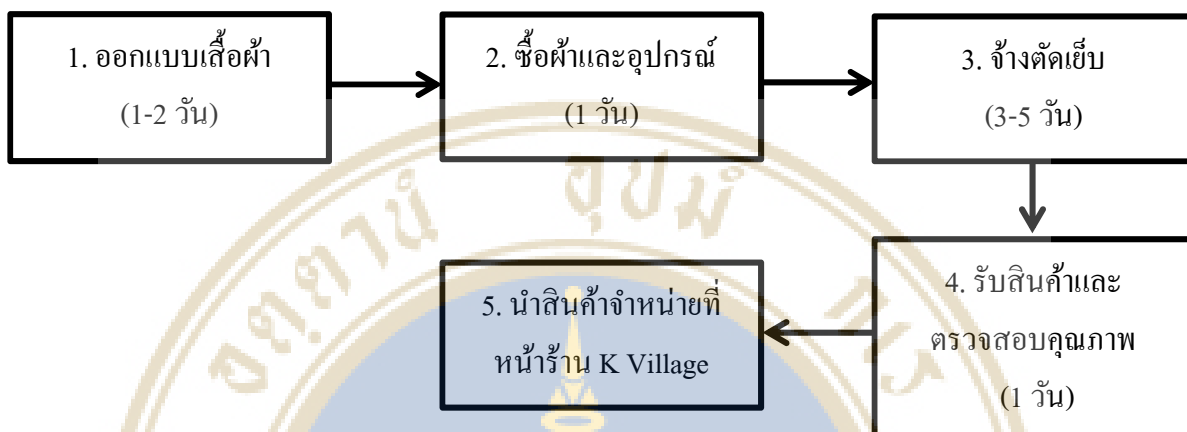
ตำแหน่ง	ปีที่ 4			ปีที่ 5		
	จำนวน	เงินเดือน	รวมต่อปี	จำนวน	เงินเดือน	รวมต่อปี
ผู้จัดการร้าน	2	17,364	416,745	2	18,233	437,582
พนักงานออกแบบและดูแลหน้าร้าน	2	13,892	333,396	2	14,586	350,066
ผู้ช่วยประจำร้าน	2	10,450	250,800	2	11,000	264,000
รวม	6	41,706	1,000,941	6	43,819	1,051,648

*** หมายเหตุ : ทางร้านเพิ่มเงินเดือนให้พนักงาน ปีละประมาณ 5-6

3.7 กระบวนการผลิต กระบวนการให้บริการและ การจัดจำหน่าย

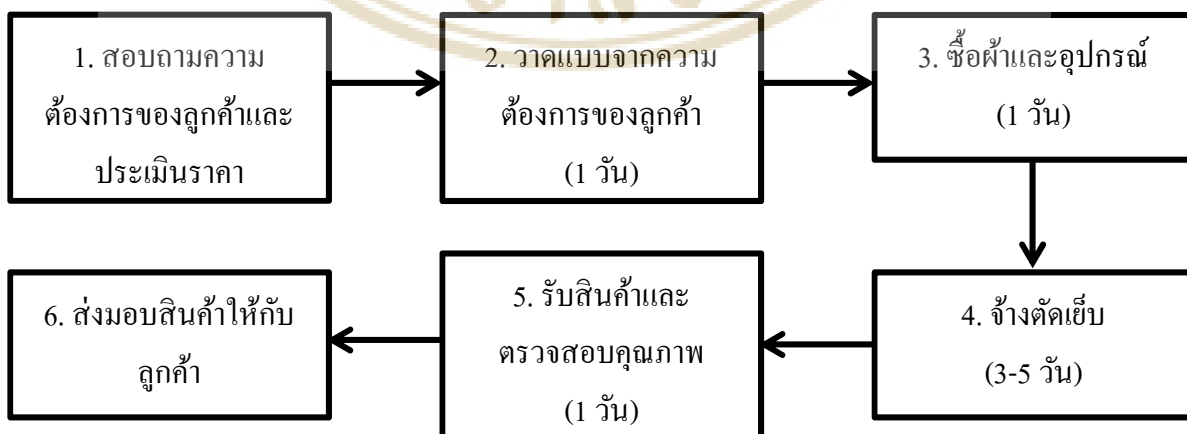
3.7.1 กระบวนการผลิต ร้าน Puppy Love จะมีการผลิตทั้งแบบ Made to stock และ

Made to order



ภาพที่ 3.6 : กระบวนการผลิต แบบ Made to stock

สำหรับการผลิต แบบ Made to Stock แสดงไว้ในภาพที่ 3.6 จะเริ่มจากทางร้านจะทำการออกแบบรูปแบบเสื้อผ้า โดยอิงกับแนวโน้มของแฟชั่นในขณะนั้น และการสำรวจความต้องการของผู้เลี้ยงสุนัข โดยจะใช้เวลาประมาณ 1-2 วัน เมื่อได้แบบแล้วทางร้านจะทำการเลือกซื้อผ้าและอุปกรณ์ จากตลาดพาหุรัด เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก เมื่อได้ผ้าและอุปกรณ์ครบแล้วทางร้าน จะส่งแบบพร้อมผ้าและอุปกรณ์ให้กับร้าน OEM เพื่อตัดเย็บ ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 3-5 วัน เมื่องานเรียบร้อยดีแล้วจึงจะทำการรับสินค้าและตรวจสอบคุณภาพ ก่อนที่จะนำสินค้ามาวางขายที่หน้าร้าน ซึ่งกระบวนการทั้งหมดจะใช้เวลาประมาณ 9 วัน

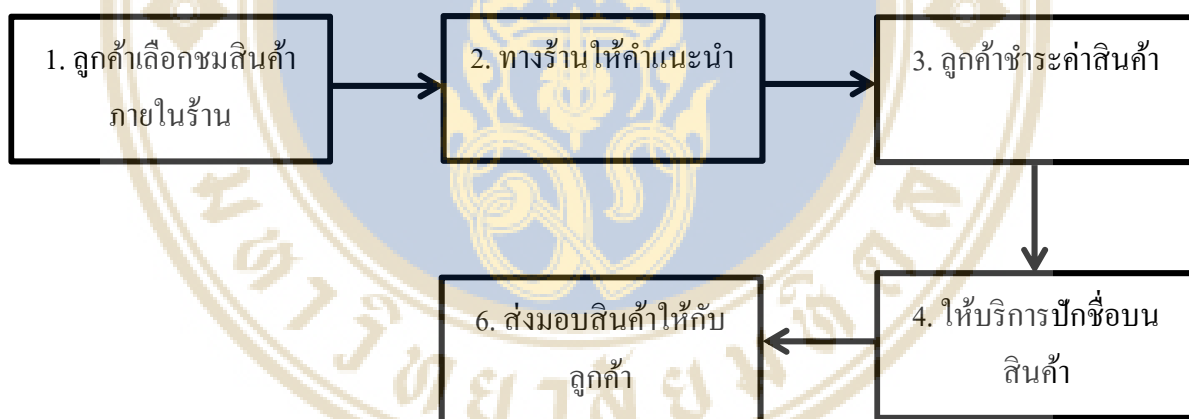


ภาพที่ 3.7 : กระบวนการผลิต แบบ Made to Order

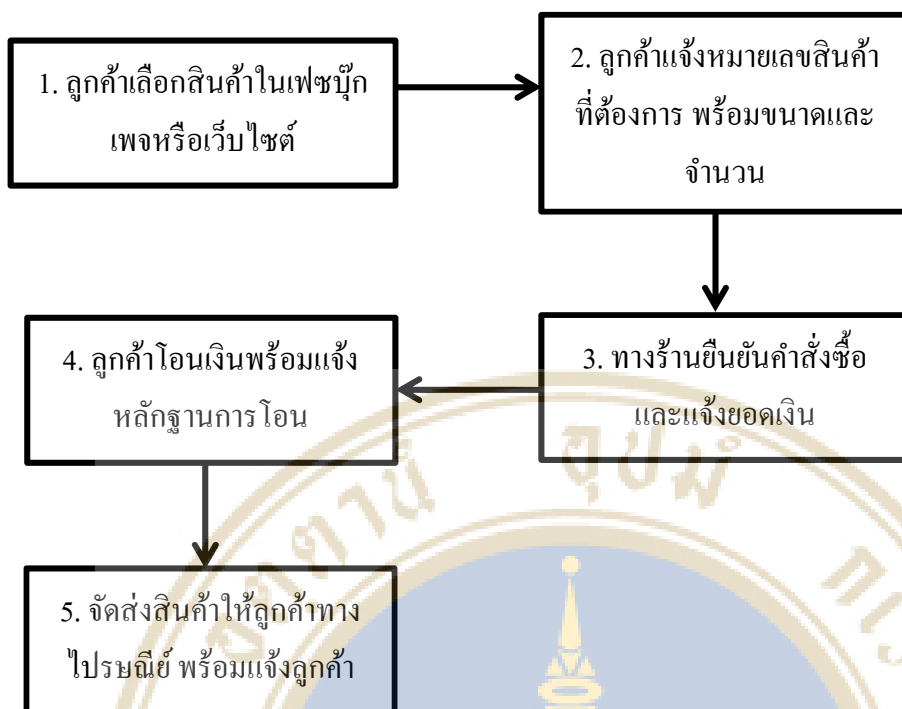
สำหรับการผลิตแบบ Made to Order แสดงไว้ในภาพที่ 3.7 จะเริ่มจากทางลูกค้าจะนำแบบที่ต้องการมาให้ทางร้าน ทางร้านจะสอบถามความต้องการจากลูกค้าเพิ่มเติมทั้งเรื่องของแบบ เนื้อผ้า อุปกรณ์ตกแต่ง เพื่อประเมินราคาก่อนให้ลูกค้าตัดสินใจ หลังจากนั้นจึงวาดแบบสำหรับส่งร้านตัดเย็บซึ่งจะใช้เวลาไม่เกิน 1 วัน และทางร้านจะทำการเลือกซื้อผ้าและอุปกรณ์จากตลาดพาหุรัด เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก เมื่อได้ผ้าและอุปกรณ์ครบแล้ว ทางร้านจะส่งแบบพร้อมผ้าและอุปกรณ์ให้กับ ร้าน OEM เพื่อตัดเย็บ ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 3-5 วัน เมื่องานเรียบร้อยดีแล้ว จึงจะทำการรับสินค้าและตรวจสอบคุณภาพ ก่อนที่จะนำสินค้ามาส่งมอบให้กับลูกค้า กระบวนการทั้งหมดจะใช้เวลาประมาณ 9 วัน

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่าย ทางร้านจะมีหน้าร้านที่ K Village พระรามสี่ และจะมีการทำเฟชบุ๊กเพจและเว็บไซต์ เพื่อส่งสินค้าให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าและทางร้านจะทำการจัดส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์

3.6.2 กระบวนการให้บริการ แบ่งออกตามช่องทางการจัดจำหน่ายคือ แบบขายทางหน้าร้าน และการขายทาง Internet โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 3.8 : กระบวนการให้บริการลูกค้าหน้าร้าน



ภาพที่ 3.9 : กระบวนการให้บริการลูกค้าผ่านช่องทาง ออนไลน์

กระบวนการให้บริการลูกค้าผ่านช่องทาง ออนไลน์ สำหรับการจัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ เมื่อมีการยืนยันคำสั่งซื้อแล้ว ทางร้านจะมีการรับประกันว่าลูกค้าจะได้รับสินค้าภายใน 3 วัน(กรุงเทพ และปริมณฑล) ส่วนต่างจังหวัดจะได้รับสินค้าภายใน 5 วัน หากลูกค้าได้รับสินค้าล่าช้า อันเนื่องมาจากความผิดพลาดของทางร้าน ทางร้านจะมอบส่วนลดพิเศษให้สำหรับการซื้อสินค้าในครั้งต่อไป

บทที่ 4

แผนการตลาด

แนวคิดของ Puppy Love ในการทำการตลาดและสร้างธุรกิจคือ มุ่งเน้นให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดในสินค้าและบริการของร้าน ดังนั้น Puppy Love จึงได้วางแนวทางในการทำธุรกิจโดยยึดลูกค้าเป็นหลักทั้งในด้านของการออกแบบ การตัดเย็บ และคุณภาพของสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่พึงพอใจและตรงความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยที่การวางแนวธุรกิจโดยยึดลูกค้านั้นจะทำให้ Puppy Love จะสามารถแข่งขันในธุรกิจของการขายเสื้อผ้าสุนัขได้ เพราะตอนนี้เสื้อผ้าของสุนัขในตลาดจะเป็นรูปแบบที่คล้ายคลึงกันและสินค้าไม่ได้คุณภาพ ทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าในแบบที่ไม่เหมือนกับร้านอื่นๆ พร้อมทั้งคุณภาพของสินค้าทั้งผ้าและการตัดเย็บที่มีความสวยงาม เมื่อทราบถึงความต้องการของลูกค้าแล้วทาง Puppy Love จะทำการวางกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ทางด้านราคา กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึง การวางแผนทางการตลาดที่ถูกต้อง เพื่อที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้

4.1 การแบ่งส่วนการตลาด

โดยมีการแบ่งส่วนการตลาดโดยใช้ปัจจัย 2 ส่วน ดังนี้

4.1.1 การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)

ร้าน Puppy Love นั้นตั้งอยู่ที่ K-village บริเวณเขตคลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร โดยที่ในพื้นที่ของร้านนั้น โดยรอบจะมีพื้นที่ๆมีผู้คนกลุ่มเป้าหมายอาศัยและทำงานอยู่อย่างหนาแน่นเช่น พร้อมพงษ์ อโศก คลองเตย สาทร เพลินจิต เป็นต้น และด้วย K-village เป็น Community mall ในลักษณะ Open air ซึ่งเปิดโอกาสให้ลูกค้าพาสุนัขเข้ามาเดินเล่นได้ ร้านค้าร้านอาหารต่างๆที่ไม่ได้อยู่ห้องแอร์ก็ยินดีต้อนรับบรรดาสัตว์เลี้ยงต่างๆ ด้วย

4.1.2 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม (Behaviorist Segmentation)

ร้าน Puppy Love จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสุนัขและเจ้าของที่จะเน้นถึงคุณภาพและรูปแบบของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ดังนั้นลูกค้าหลักของ Puppy Love คือกลุ่ม

ของคนที่เลี้ยงสุนัขที่ต้องการเสื้อผ้าของสุนัขที่มีคุณภาพดีและมีเอกลักษณ์ของตัวเอง เพราะเสื้อผ้าของสุนัขที่อยู่ในตลาดนั้นเป็นสินค้าที่ไม่มีความแตกต่าง และคุณภาพไม่สูงมาก ทำให้มีลูกค้ากลุ่มที่ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงอยู่มาก

4.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Market Targeting)

ร้าน Puppy Love ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักของทางร้านคือ เพศชายหรือหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปทุกกลุ่มอาชีพ มีสุนัขเป็นสัตว์เลี้ยงโดยเน้นที่สุนัขพันธุ์เล็กเช่น ชิวว่า ปอมเปอเรเนียน ชิสุ บิ๊ก เป็นต้น ผู้เลี้ยงมีความต้องการที่จะแต่งตัวสัตว์เลี้ยงของตัวเองให้มีความสวยงามมากขึ้น โดยที่ผู้เลี้ยงกลุ่มนี้ต้องการความแตกต่างของสินค้าที่ไม่ได้มีทั่วไปในท้องตลาดและมีคุณภาพที่ดี เป็นกลุ่มคนที่มีรายได้เพียงพอที่จะสามารถที่จะหาเสื้อผ้าที่มีคุณภาพสูงและมีความสวยงามให้กับสัตว์เลี้ยงของตัวเองได้

4.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning)

ร้าน Puppy Love ดำเนินธุรกิจออกแบบและจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสุนัขและเจ้าของ โดยเน้นการออกแบบที่มีสไตล์และการตัดเย็บที่มีคุณภาพ ทางร้านจึงนำคู่แข่งขนาดกลางที่จำหน่ายเสื้อผ้าสุนัขมาเปรียบเทียบในการวางตำแหน่งทางการตลาด ดังต่อไปนี้

รายชื่อร้านคู่แข่งที่นำมาเปรียบเทียบ ได้แก่

1. ร้าน Doggy Dress Room



ภาพที่ 4.1 : Logo ร้าน Doggy Dress Room

รายละเอียดสินค้า : จำหน่ายชุดสุนัขหลากหลายสไตล์ มีบริการรับออกแบบตัดเย็บชุดสุนัข รวมถึงชุดสำหรับประกวดต่างๆ และไม่รับเย็บงานโหล

ราคา: เริ่มต้น 150 บาท สำหรับ เสื้อผ้าทั่วไป

เริ่มต้น 500 บาท สำหรับ เสื้อผ้าสั่งตัด



ภาพที่ 4.2 : ตัวอย่างสินค้า ร้าน Doggy Dress Room

2. ร้าน Mamapetshop



ภาพที่ 4.3 : Logo ร้าน Mamapetshop

รายละเอียดสินค้า : จำหน่ายชุดสุนัขหลากหลายสไตล์ในราคาสบายกระเป๋า (ปลีก-ส่ง)
ราคา : เริ่มต้น 39 บาท สำหรับ เสื้อผ้าสุนัข Size เล็ก



ภาพที่ 4.4 : ตัวอย่างสินค้า ร้าน Mamapetshop

3. ร้าน Doggy Couture

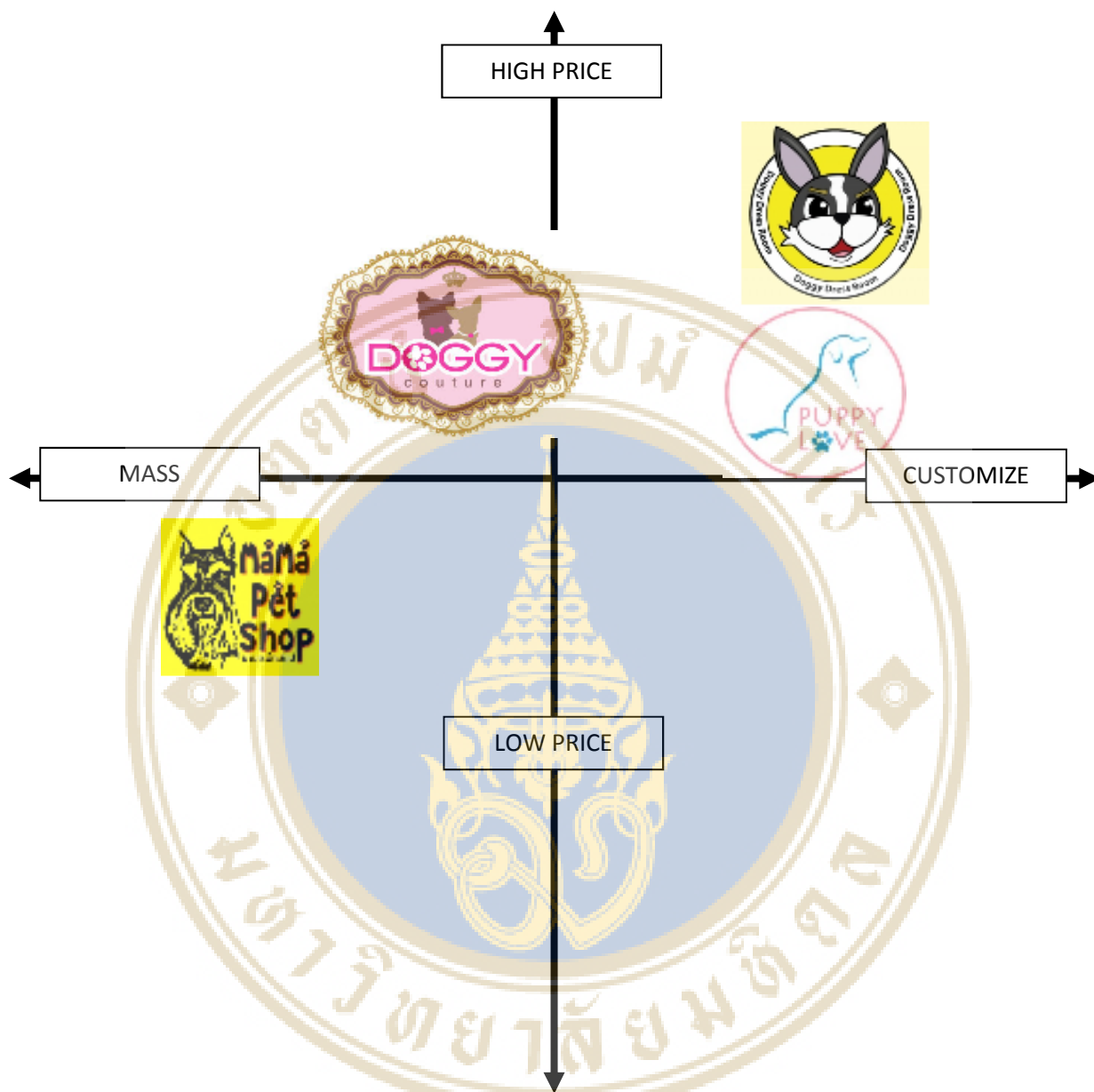


ภาพที่ 4.5 : Logo ร้าน Doggy Couture

รายละเอียดสินค้า : จำหน่ายชุดสุนัขหลากหลายสไตล์โดยเน้นสินค้านำเข้า ทำให้มี
ราคาสูง ไม่มีบริการตัดเย็บเสื้อผ้าตามความต้องการลูกค้า
ราคา : เริ่มต้น 300 บาท สำหรับ เสื้อผ้าสุนัข



ภาพที่ 4.6 : บรรยากาศ ร้าน Doggy Couture



ภาพที่ 4.7 : การวางตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategic)

เพื่อให้ธุรกิจร้าน Puppy Love ที่จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสุนัขและเจ้าของเป็นไปตามเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้ จึงได้มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้หลักการตลาด 4P เป็นหลัก โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product & Service)

ผลิตภัณฑ์ของร้าน Puppy Love คือเสื้อผ้าสำหรับสุนัขและเจ้าของ ซึ่งถูกออกแบบอย่างพิถีพิถันโดยพนักงานออกแบบของร้าน ซึ่งจะทำการออกแบบโดยเน้นที่ความสอดคล้องกันระหว่างเจ้าของและสุนัขให้เป็นคอลเลกชันเดียวกัน นอกจากนี้การออกแบบยังคำนึงถึงสรีระและความสบายในการสวมใส่เพื่อไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนไหว หลังจากที่ได้รูปแบบของเสื้อผ้าที่สวยงามแล้ว ทางร้าน Puppy Love เลือกลงใช้วัตถุดิบ เช่น ผ้า และ เครื่องประดับที่มีคุณภาพดี เพื่อให้สวมใส่สบายระบายความร้อนได้ดีให้การสัมผัสที่นุ่มนวล มีการตัดเย็บที่พิถีพิถันโดยการเลือกร้าน OEM ตัดเย็บที่มีผลงานดี เพื่อให้สินค้าของร้านมีคุณภาพที่ดีสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของร้าน

ด้านการบริการของร้าน ทางร้านมีบริการตัดเย็บเสื้อผ้าตามความต้องการของลูกค้าเพียงลูกค้านำรูปแบบที่ถูกใจมาปรึกษากับทางร้าน ทางร้านก็จะให้คำแนะนำและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดี พนักงานของร้านจะบริการด้วยความใส่ใจกระตือรือร้นให้ความรักและห่วงใยส่วนตัวของลูกค้าเปรียบเสมือนสัตว์เลี้ยงของตัวเอง

4.4.2 กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา

ร้าน Puppy Love จะมีการกำหนดราคาสินค้าในแต่ละแบบ รวมถึงมีการจัดเป็นแพ็คเกจสินค้าโดยมีการจับคู่กันระหว่างเสื้อผ้าสุนัขและเสื้อผ้าของเจ้าของ ซึ่งจะมีส่วนลดพิเศษกับทางลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นแพ็คเกจด้วย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- ราคาสินค้าของร้าน Puppy Love ช่วงปีที่ 1-2 มีการลดราคาสินค้าเฉลี่ยประมาณ 10% หากลูกค้าซื้อสินค้าที่จัดไว้ เป็นแพ็คเกจดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 : ราคาสินค้าของร้าน Puppy Love ช่วงปีที่ 1 -2

ประเภท	ราคา (บาท)	ส่วนลด จัดชุดรวม (บาท)	ส่วนลด จัดชุดรวม (%)
เสื้อสุนัข แบบธรรมดา (1)	290	-	
เสื้อสุนัขแบบมีหมวก (2)	350	-	
เสื้อเจ้าของเสื้อเชิ้ต/เสื้อยืด (3)	490	-	
เสื้อเจ้าของแบบชุดกระโปรง (4)	690	-	
จัดชุดรวม (1) + (3)	720	60	8
จัดชุดรวม (1) + (4)	890	90	9
จัดชุดรวม (2) + (3)	750	90	11
จัดชุดรวม (2) + (4)	850	90	10
จัดชุดรวม (2) + (3) + (4)	1,350	180	12

- ราคาสินค้าของร้าน Puppy Love ช่วงปีที่ 3-5 จะมีการปรับราคาสินค้าขึ้นประมาณ 8-10% ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 : ราคาสินค้าของร้าน Puppy Love ช่วงปีที่ 3-5

ประเภท	ราคาเดิม (บาท)	ราคาใหม่ (บาท)	ส่วนลด จัดชุด รวม (บาท)	ส่วนลด (%)
เสื้อสุนัข แบบธรรมดา (1)	290	320	-	
เสื้อสุนัขแบบมีหมวก (2)	350	390	-	
เสื้อเจ้าของเสื้อเชิ้ต/เสื้อยืด (3)	490	540	-	
เสื้อเจ้าของแบบชุด กระโปรง (4)	690	750	-	
จัดชุดรวม (1) + (3)	720	790	70	8
จัดชุดรวม (1) + (4)	890	950	100	10
จัดชุดรวม (2) + (3)	750	840	90	10
จัดชุดรวม (2) + (4)	850	1040	100	9
จัดชุดรวม (2) + (3) + (4)	1,350	1490	190	12

4.4.3. กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ร้าน Puppy Love ได้จัดเตรียมช่องทางการให้บริการลูกค้าไว้ทั้งหมด 2 ช่องทางด้วยกัน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกใช้บริการของร้านได้โดยสะดวกยิ่งขึ้น และเพื่อให้ร้านสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว โดยมีช่องทางการให้บริการดังนี้

4.4.3.1 ร้าน Puppy Love ที่โครงการ K-Village พระรามสี่

ร้าน Puppy Love ที่โครงการ K-Village พระรามสี่ตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของร้าน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้ามาใช้บริการของร้านได้โดยสะดวก กลุ่มลูกค้าสามารถสัมผัสได้ถึงบรรยากาศภายในร้านอันแสนอบอุ่นและเป็นมิตรจากการตกแต่งร้านด้วย รูปแบบและ โทนสีที่อบอุ่น น่ารัก พร้อมทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายยังสามารถสัมผัสตัวอย่างสินค้าจริงที่จัดวางโชว์ภายในร้าน นอกจากนี้ภายในร้านยังมีพนักงานขายที่สุภาพและพร้อมจะให้บริการอย่างเต็มที่และยังคอยให้คำแนะนำต่างๆ ที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีต่อร้านและกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

4.4.3.2 อินเทอร์เน็ต (Internet)

ทางร้าน Puppy Love ได้จัดทำเว็บไซต์ของร้าน (www. PuppyLove.com) รวมถึงเฟชบุ๊กเพจและทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในหน้าเว็บไซต์ซึ่งมีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ได้แก่ ความเป็นมา แผนที่และการเดินทาง รูปร้านที่ดูสวยงามและสะอาด รายละเอียดราคาสินค้า บริการ มีหน้า Promotion ประจำเดือนหรือเทศกาลสำคัญ แนะนำชมร้านค้า ทั้งนี้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ของร้านโดยสามารถเลือกและดูราคาสินค้า โดยทางร้านจะกำหนดรหัสสินค้าไว้ และเมื่อลูกค้ามีความประสงค์สั่งซื้อ ลูกค้าสามารถศึกษารายละเอียดสินค้าพร้อมแจ้งชื่อที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์และส่งข้อความสั่งซื้อสินค้า หลังจากนั้นข้อมูลจะส่งไปยังข้อมูลของร้าน ซึ่งทางร้านจะตรวจสอบทุกวันว่ามีรายการสั่งซื้อเข้ามาหรือไม่ และดำเนินการโทรศัพท์ติดต่อกลับไปยังลูกค้าเพื่อยืนยันการสั่งซื้อสินค้าพร้อมแจ้งให้ลูกค้าโอนเงินค่าสินค้ากลับมาทางร้าน พร้อมส่งหลักฐานการโอนเงินผ่านบัญชีกลับมายังร้านค้า ทางร้านก็จะเร่งดำเนินการส่งสินค้าตามชื่อและที่อยู่ของลูกค้าที่ได้มีการยืนยันไว้

4.4.4. กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย

4.4.4.1 โฆษณา (Advertising)

เนื่องจากร้าน Puppy Love เพิ่งเปิดดำเนินการเป็นครั้งแรก ดังนั้นร้านจึงมีการจัดเตรียมการโฆษณาในช่วงก่อนเปิดร้าน 2 สัปดาห์ จนถึง 2 เดือนแรกที่เปิดกิจการ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ถึงข้อมูลของสินค้าและบริการต่างๆ ของร้าน รวมถึงเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมในวันเปิดร้าน และเข้ามาซื้อสินค้าภายในร้าน โดยทางร้านได้วางแผนสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ดังนี้

- นิตยสารสัตว์เลี้ยงรายเดือน ทางร้านได้ซื้อพื้นที่โฆษณาเพื่อลงโฆษณาร้านในนิตยสารสัตว์เลี้ยงรายเดือน ตลอดระยะเวลา 2 เดือนแรก ทั้งนี้ ทางร้านมุ่งสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงของร้าน นั่นคือ กลุ่มที่ซื้อนิตยสารสัตว์เลี้ยง โดยจะลงโฆษณาในตำแหน่งเนื้อใน ราคา 1000 บาท

- ใบปลิว โปสเตอร์ โดยทางร้านจะทำการแจกใบปลิวให้กับกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มลูกค้าทั่วไปในบริเวณพื้นที่ K Village เป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ และติดใบปลิวบริเวณชั้นวางสินค้าภายในร้าน สำหรับโปสเตอร์ ทางร้านจะดำเนินการติดโปสเตอร์ภายในบริเวณ K Village โดยจะมีรายละเอียดของกิจกรรมและโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ

- ป้ายโฆษณา จัดทำป้ายโฆษณาหน้าร้านในช่วงระหว่างตกแต่งร้าน เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าที่ผ่านมารถาบ

- ประชาสัมพันธ์ผ่านหน้าเว็บไซต์ร้าน รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ชื่อดัง และกลุ่มเป้าหมายนิยมใช้ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ โดยสามารถลิงค์เข้ามายังเว็บไซต์ของร้านเพื่อดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้

4.4.4.2 ส่วนลดและของที่ระลึก

- การมอบส่วนลด ร้าน Puppy Love ได้วางแผนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดในการมอบ ส่วนลดพิเศษให้กับกลุ่มลูกค้าในช่วงที่จัดทำโปรโมชั่นต่างๆ เช่น ส่วนลดพิเศษสำหรับการเปิดร้านใหม่ ส่วนลดพิเศษฉลองครบรอบ 1 ปีของร้าน เป็นต้น

- การมอบของที่ระลึก ร้าน Puppy Love ได้จัดเตรียมของที่ระลึกให้กับลูกค้าในกรณี ที่ซื้อสินค้าของร้านครบตามที่กำหนด จำกัดจำนวน 200 ชิ้น โดยของที่ระลึกดังกล่าวจะเป็นพวกกุญแจที่มีโลโก้ร้านเพื่อเป็นการต่อยอดซื้อร้านให้กับลูกค้า

4.4.4.3 การจัดทำแพ็คเกจ

ทางร้าน Puppy Love จัดทำสินค้า เป็นแพ็คเกจ โดยจับคู่ระหว่างเสื้อผ้าสุนัขและเสื้อผ้าของเจ้าของ โดยสินค้าที่จับคู่กันเป็นแพ็คเกจจะมีราคาที่ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ การซื้อสินค้าแยกแต่ละรายการ ลูกค้าจะรู้สึกถึงความคุ้มค่าต่อราคามากขึ้น

4.4.4.4 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

ร้าน Puppy Love ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางขึ้น ด้วยวิธีการร่วมออกบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ เช่น งานประกวดสุนัข งาน Pets Expo

มีการประชาสัมพันธ์ทางเฟซบุ๊กและจัดกิจกรรมให้ผู้เลี้ยงสุนัขร่วมสนุก โดยการโพสรูปถ่ายคู่กับสุนัขเพื่อร่วมชิงรางวัลของทางร้าน

4.4.4.5 โปรแกรมการตลาดสำหรับกิจกรรมเปิดตัวร้าน

- วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ในสินค้าและบริการรวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของร้าน Puppy Love ต่อกลุ่มเป้าหมาย

- ระยะเวลาการจัด สำหรับกิจกรรมวันเปิดงาน 1 วัน สำหรับโปรโมชั่นพิเศษตลอดระยะเวลา 1 เดือนหลังจากกิจกรรมเปิดงาน

- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางร้าน Puppy Love จะแบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ

- ช่วงก่อนเปิดร้าน ร้านจะจัดเตรียมใบปลิวจำนวน 1,000 แผ่น ไปสเตอร์สีขนาด A3 จำนวน 50 แผ่น ซึ่งระบุถึงชื่อร้าน สถานที่ตั้งของร้าน สินค้าของร้าน กิจกรรมต่างๆในวันเปิดร้าน รวมถึงของที่ระลึกภายในงาน เพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายมาร่วมกิจกรรม โดยทาง

ร้านจะทำการแจกใบปลิวให้กับกลุ่มเป้าหมายและติดโปสเตอร์ดังกล่าวภายในบริเวณ K-Village ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีพระรามสี่ และห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัสพระรามสี่

- ช่วงหลังจากร้านเปิดดำเนินการแล้ว ร้านจะจัดเตรียมใบปลิว จำนวน 500 แผ่นต่อเดือนและโปสเตอร์สีขนาด A3 จำนวน 20 ใบ เพื่อทำการโฆษณาถึงกิจกรรมและรายการส่งเสริมการขายของร้านตลอดช่วง 2 เดือนหลังจากที่ร้านเปิดดำเนินการแล้ว โดยร้านจะยังคงแจกใบปลิวให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เดินซื้อของภายในบริเวณ K-Village และบริเวณใกล้เคียง

- โปรโมชันพิเศษสำหรับวันเปิดงานและภายใน 2 เดือนหลังจากร้านเปิดดำเนินการ มีรายละเอียดดังนี้

- โปรโมชันสำหรับวันเปิดงาน

- 1) มอบส่วนลดการซื้อสินค้าภายในงาน 15%
- 2) รับของที่ระลึก เช่น พวงกุญแจรูปโลโก้ร้าน (100 ชิ้น)

- โปรโมชันภายใน 2 เดือนหลังจากวันเปิดงาน :

- 1) มอบส่วนลดการซื้อสินค้าภายในร้าน 10%
- 2) รับของที่ระลึก เช่น พวงกุญแจรูปโลโก้ร้าน(100 ชิ้น)

- ผลที่คาดว่าจะได้รับ กลุ่มเป้าหมายหลักของร้าน โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าภายในบริเวณพื้นที่ของร้านรู้จักและรับรู้ถึงตราสินค้าของร้าน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี มีลูกค้าประจำร้าน

บทที่ 5 แผนการเงิน

5.1. สมมติฐานทางการบัญชีและการเงิน (ประมาณการทางการเงินของกิจการในอนาคต 5 ปี)

5.1.1 งบต้นทุนโครงการ

งบต้นทุนโครงการเป็นการประมาณรายการสินทรัพย์และจำนวนเงินที่ลงทุนก่อนเริ่มโครงการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงจำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาเงินลงทุน ซึ่งอาจมาจากส่วนของเจ้าของหรือกู้ยืมเงินมาลงทุน

ตามการประมาณการโครงการลงทุนในธุรกิจร้าน Puppy Love พบว่า ธุรกิจมีความต้องการเงินทุนรวม 750,000 บาท โดยมีแหล่งเงินทุนมาจากเจ้าของทั้งจำนวน โดยมีรายละเอียดต้นทุนโครงการดังแสดงในตารางที่ 5.1 ดังนี้

ตารางที่ 5.1 : ประมาณการโครงการลงทุน

เงินลงทุนในโครงการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	
- ค่าทำกิจกรรมการตลาดและทำเว็บไซต์	40,000
- ค่ามัดจำการเช่าร้าน	150,000
- ค่าปรับปรุงและตกแต่งร้าน	80,000
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	50,000
เงินสดหมุนเวียนในกิจการ	430,000
รวม	750,000

ค่าทำกิจกรรมการตลาด และทำเว็บไซต์ แบ่งออกเป็น

- เว็บไซต์สำเร็จรูป และ Domain name 4,000 บาท (MakeWebeasy.com)
- ค่าลงนิตยสาร สื่อรักสัตว์เลี้ยง 2,000 บาท
- ใบบปลิว และโปสเตอร์ 10,000 บาท
- ของที่ระลึก(พวงกุญแจ 200 ชิ้น) 6,000 บาท
- ค่ากิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นๆ 18,000 บาท

5.1.2 ประเมินการยอดขายเฉลี่ย (จำนวนชิ้น) ปีที่ 1-5 ประเมินการจากยอดขายหน้าร้าน 70%, ช่องทางออนไลน์ 30% โดยสำรวจจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสุนัขในแถวพระรามสี่ ประเมินการเป็นดังนี้ ในปีที่ 2 เติบโตขึ้น 10 %, ปีที่ 3 เติบโต ลดลงที่ 8 % เนื่องจากมีการปรับราคาสินค้าขึ้น 10 % ในปีที่ 4 จะเติบโตขึ้น 100 % เนื่องจากขยายสาขาไปยังห้าง เมกะ บางนา และในปีที่ 5 จะเติบโตขึ้น 30%

ตารางที่ 5.2 : ประเมินการยอดขาย (จำนวน)

หน่วย : ชิ้น

คิดเป็นร้อยละของการเติบโตเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า		-	10%	8%	100%	30%
	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	เสื้อสุนัข แบบธรรมดา	2,400	2,640	2,851	5,702	7,413
สินค้า 2	เสื้อสุนัขแบบมีหมวก	1,440	1,584	1,711	3,421	4,448
สินค้า 3	เสื้อเจ้าของเสื้อเชิ้ต/เสื้อยัด	1,440	1,584	1,711	3,421	4,448
สินค้า 4	เสื้อเจ้าของแบบชุดกระโปรง	1,080	1,188	1,283	2,566	3,336
	รวม	6,360	6,996	7,556	15,111	19,645
	เฉลี่ย ต่อเดือน	530	583	630	1,259	1,637

5.1.3 ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย คำนวณจากราคาลด 10% ของราคาเต็มสินค้า เนื่องจากเมื่อขายสินค้าเป็นแพ็คเกจราคาจะลดลงมา 10% จากราคาเต็ม

ตารางที่ 5.3 : ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย ในปีที่ 1-2

	ชื่อสินค้า	ราคาเต็ม(บาท)	ราคาขายเฉลี่ย (บาท)
สินค้า 1	เสื้อสูนัข แบบธรรมดา	290	261
สินค้า 2	เสื้อสูนัขแบบมีหมวก	350	315
สินค้า 3	เสื้อเจ้าของเสื้อเชิ้ต/เสื้อยืด	490	441
สินค้า 4	เสื้อเจ้าของแบบชุดกระโปรง	690	621

ในปีที่ 3 จะมีการปรับราคาสินค้าขึ้นประมาณ 10% เพื่อสอดคล้องกับต้นทุนต่างๆที่มีการปรับตัวสูงขึ้นในทุกปี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5.4 : ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย ในปีที่ 3-5

	ชื่อสินค้า	ราคาเต็ม(บาท)	ราคาขายเฉลี่ย (บาท)
สินค้า 1	เสื้อสูนัข แบบธรรมดา	320	288
สินค้า 2	เสื้อสูนัขแบบมีหมวก	390	351
สินค้า 3	เสื้อเจ้าของเสื้อเชิ้ต/เสื้อยืด	540	486
สินค้า 4	เสื้อเจ้าของแบบชุดกระโปรง	750	675

5.1.4 ประมาณการยอดขายเฉลี่ย (รายได้) ในปีที่ 1-5 คำนวณจากยอดขาย (จำนวนชิ้น) คูณกับ ราคาเฉลี่ยต่อชิ้นเป็นดังนี้ ในปีที่ 2 เติบโตขึ้น 10 % , ปีที่ 3 เติบโต ลดลงเป็น 8 % เนื่องจากมีการปรับราคาสินค้าขึ้น 10 % , ในปีที่ 4 จะเติบโตขึ้น 100 % เนื่องจากขยายสาขาไปยังห้าง เมกะ บางนา และในปีที่ 5 จะเติบโตขึ้น 30%

ตารางที่ 5.5 : ประมาณการยอดขาย (รายได้)

หน่วย : บาท

คิดเป็นร้อยละของการเติบโตเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า		-	10%	8%	100%	30%
	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	เสื้อสูนัข แบบธรรมดา	626,400	689,040	821,146	1,642,291	2,134,979
สินค้า 2	เสื้อสูนัขแบบมีหมวก	453,600	498,960	600,463	1,200,925	1,561,203
สินค้า 3	เสื้อเจ้าของเสื้อเชิ้ต/เสื้อยืค	635,040	698,544	831,410	1,662,820	2,161,666
สินค้า 4	เสื้อเจ้าของแบบชุดกระโปรง	670,680	737,748	866,052	1,732,104	2,251,735
	รวม	2,385,720	2,624,292	3,119,070	6,238,140	8,109,583
	ยอดขายต่อเดือน	198,810	218,691	259,923	519,845	675,799

5.1.5 ต้นทุนวัตถุดิบ (ต้นทุนแปรได้ต่อหน่วย) ได้แก่ ค่าผ้า ค่าจ้างตัดเย็บ และค่าอุปกรณ์ตกแต่ง ซึ่งจะแตกต่างกันออกไปตามชนิดของสินค้า โดยมีสมมุติฐานว่า ค่าผ้า ค่าจ้างตัดเย็บ และค่าอุปกรณ์ตกแต่งจะมีการปรับขึ้นทุกปี เฉลี่ยปีละ 5 % ดังนี้

- เสื้อสูนัข แบบธรรมดา

ตารางที่ 5.6 : ต้นทุนวัตถุดิบ (เสื้อสูนัข แบบธรรมดา)

หน่วย : บาท/ชิ้น

วัตถุดิบ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ผ้า	40.00	42.00	44.10	46.31	48.62
2. ค่าจ้างตัดเย็บ	18.00	18.90	19.85	20.84	21.88
3. อุปกรณ์ตกแต่ง	5.00	5.25	5.51	5.79	6.08
รวม	63.00	66.15	69.46	72.93	76.58

- เลือีสู่้นั้แบบมีหวมก

ตารางที่ 5.7 : ต้นทุนวัสดุคิบ (เลือีสู่้นั้แบบมีหวมก)

หน่วย : บาท/จัน

วัสดุคิบ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ผ้า	50.00	52.50	55.13	57.88	60.78
2. ค่าจ้างตัดเย็บ	22.00	23.10	24.26	25.47	26.74
3. อุปกรณ์ตกแต่ง	10.00	10.50	11.03	11.58	12.16
รวม	82.00	86.10	90.41	94.93	99.67

- เลือีสู่้ของเลือีสู่้/เลือีสู่้

ตารางที่ 5.8 : ต้นทุนวัสดุคิบ (เลือีสู่้ของเลือีสู่้/เลือีสู่้)

หน่วย : บาท/จัน

วัสดุคิบ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ผ้า	100.00	105.00	110.25	115.76	121.55
2. ค่าจ้างตัดเย็บ	45.00	47.25	49.61	52.09	54.70
3. อุปกรณ์ตกแต่ง	18.00	18.90	19.85	20.84	21.88
รวม	163.00	171.15	179.71	188.69	198.13

- เลือีสู่้ของแบบชุดกระโปรง

ตารางที่ 5.9 : ต้นทุนวัสดุคิบ (เลือีสู่้ของแบบชุดกระโปรง)

หน่วย : บาท/จัน

วัสดุคิบ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ผ้า	130.00	136.50	143.33	150.49	158.02
2. ค่าจ้างตัดเย็บ	55.00	57.75	60.64	63.67	66.85
3. อุปกรณ์ตกแต่ง	20.00	21.00	22.05	23.15	24.31
รวม	205.00	215.25	226.01	237.31	249.18

5.1.6 ต้นทุนวัตถุดิบ (ต้นทุนแปรได้ต่อหน่วย) เฉลี่ยต่อปี ในปีที่ 1-5 โดยคำนวณจาก ต้นทุนวัตถุดิบต่อชิ้น คูณกับยอดยอดขายต่อปี โดยมีรายละเอียดดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 5.10 : ต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ย(ต้นทุนแปรได้ต่อหน่วย) ต่อปี

หน่วย : บาท

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. เสื้อสูนัข แบบธรรมดา	151,200	174,636	198,037	415,878	567,674
2. เสื้อสูนัขแบบมีหมวก	118,080	136,382	154,658	324,781	443,326
3. เสื้อเจ้าของเสื้อเชิ้ต/เสื้อยืด	234,720	271,101	307,429	645,601	881,246
4. เสื้อเจ้าของแบบชุดกระโปรง	221,400	255,717	386,644	811,952	1,108,315
รวม	725,400	837,837	1,046,768	2,198,213	3,000,561

5.1.7 แรงงานในการขายและบริหาร โดยในปีที่ 1-3 จะมีผู้จัดการร้าน พนักงาน ออกแบบและดูแลหน้าร้าน และผู้ช่วยประจำร้าน ตำแหน่งละ 1 คน ส่วนในปีที่ 4 และ 5 จะมี ผู้จัดการร้าน พนักงานออกแบบและดูแลหน้าร้าน และ ผู้ช่วยประจำร้านเพิ่มเป็นตำแหน่งละ 2 คน เนื่องจากขยายสาขาที่ 2 ที่ห้าง เมกะ บางนา และบริษัทมีนโยบายเพิ่มเงินเดือนให้พนักงาน ปีละ ประมาณ 5-6 %

ตารางที่ 5.11 : แรงงานในการขายและบริหาร ต่อปี

ตำแหน่ง	ปีที่ 1			ปีที่ 2			ปีที่ 3		
	จำนวน	เงินเดือน	รวมต่อปี	จำนวน	เงินเดือน	รวมต่อปี	จำนวน	เงินเดือน	รวมต่อปี
ผู้จัดการร้าน	1	15,000	180,000	1	15,750	189,000	1	16,538	198,450
พนักงานออกแบบและดูแลหน้าร้าน	1	12,000	144,000	1	12,600	151,200	1	13,230	158,760
ผู้ช่วยประจำร้าน	1	9,000	108,000	1	9,450	113,400	1	9,950	119,400
รวม	3	36,000	432,000	3	37,800	453,600	3	39,718	476,610

ตำแหน่ง	ปีที่ 4			ปีที่ 5		
	จำนวน	เงินเดือน	รวมต่อปี	จำนวน	เงินเดือน	รวมต่อปี
ผู้จัดการร้าน	2	17,364	416,745	2	18,233	437,582
พนักงานออกแบบและดูแลหน้าร้าน	2	13,892	333,396	2	14,586	350,066
ผู้ช่วยประจำร้าน	2	10,450	250,800	2	11,000	264,000
รวม	6	41,706	1,000,941	6	43,819	1,051,648

5.1.8 ค่าโสหุ้ยในการผลิต (ต่อปี) ได้แก่ ค่าขนส่งวัตถุดิบไปยังร้านรับตัดเย็บ และค่าขนส่งสินค้าพร้อมขายมายังร้าน

ตารางที่ 5.12 : ค่าโสหุ้ยในการผลิต (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ค่าขนส่ง	18,000	24,000	30,000	48,000	54,000
รวม	18,000	24,000	30,000	48,000	54,000

5.1.9 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี) ร้าน Puppy Love จะเน้นการทำการตลาดผ่านทางเฟซบุ๊กการทำโฆษณาทางเว็บไซต์ รวมถึง มีการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด อื่นๆ เช่น การลงโฆษณาในหนังสือสัตว์เลี้ยง การแจกใบปลิว การทำแจกของที่ระลึกต่างๆ โดยมีงบประมาณในแต่ละปีดังนี้

ตารางที่ 5.13 : ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ค่าประชาสัมพันธ์ทางการตลาด	40,000	40,000	50,000	80,000	50,000
รวม	40,000	40,000	50,000	80,000	50,000

5.1.10 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี) ได้แก่ ค่าเช่าร้าน ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์

หน่วย : บาท

ตารางที่ 5.14 : ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าร้าน	240,000	240,000	240,000	600,000	600,000
ค่าไฟ	24,000	24,000	24,000	40,000	40,000
ค่าโทรศัพท์	7,200	7,200	7,200	14,400	14,400
รวม	271,200	271,200	271,200	654,400	654,400

5.1.11 ค่าเสื่อมราคาในการผลิต ได้แก่ เครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับปักชื้อ โดยคิดระยะเวลา 10 ปี ทางร้านมีเครื่องจักรสำหรับปักชื้อ 1 เครื่อง ราคา 30,000 บาท ในปีที่ 1 และในปีที่ 4 ทางร้านซื้อเครื่องจักรสำหรับปักชื้อเพิ่มอีกหนึ่งเครื่อง ราคา 30,000 บาท สำหรับใช้ที่ร้านสาขาเมกะบางนา

ตารางที่ 5.15 : ค่าเสื่อมราคาในการผลิต

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เครื่องจักรอุปกรณ์	3,000	3,000	3,000	6,000	6,000
รวม	3,000	3,000	3,000	6,000	6,000

5.1.12 เจ้าหนี้การค้า ทางร้านจะมีการเก็บสินค้าเตรียมไว้สำหรับขายที่เป็นสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว โดยจะเก็บสินค้าเพื่อไว้สำหรับขาย ประมาณ 0.5 เดือน

ตารางที่ 5.16 : เจ้าหนี้การค้า

หน่วย: บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เจ้าหนี้การค้า	30,225	34,910	43,615	91,592	125,023
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	30,225	4,685	8,705	47,977	33,431

5.1.13 สต็อกสินค้าสำเร็จรูป ทางร้านจะมีการเก็บสินค้าเตรียมไว้สำหรับขายที่เป็นสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว โดยจะเก็บสินค้าเพื่อไว้สำหรับขาย ประมาณ 0.5 เดือน

ตารางที่ 5.17 : สต็อกสินค้าสำเร็จรูป

หน่วย: บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	31,100	36,035	44,990	93,842	127,523
สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	31,100	4,935	8,955	48,852	33,681

5.1.14 สต็อกวัตถุดิบ ทางร้านจะมีการสำรองวัตถุดิบสำหรับผลิต โดยสำรองไว้สำหรับผลิต ประมาณ 1 เดือน

ตารางที่ 5.18 : สต็อกวัตถุดิบ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกวัตถุดิบ	60,450	69,820	87,231	183,184	250,047
สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	60,450	9,370	17,411	95,954	66,862

5.2 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

จากการประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่าย ต้นทุนต่างๆทำให้ทางผู้บริหารของ Puppy Love สามารถประมาณการงบกำไรขาดทุนตลอด 5 ปี แสดงอยู่ในตารางด้านล่าง

โดยที่จะเห็นได้ว่า ร้าน Puppy Love นั้นสามารถคืนทุนได้ตั้งแต่ปีที่สอง และมีกำไรเพิ่มขึ้นทุกๆปี

ตารางที่ 5.19 : ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	2,385,720	2,624,292	3,119,070	6,238,140	8,109,583
ต้นทุนขาย					
- วัสดุดิบ และ ค่าจ้างเย็บ	725,400	837,837	1,046,768	2,198,213	3,000,561
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	3,000	3,000	3,000	6,000	6,000
- ค่าเสียหายในการผลิต	18,000	24,000	30,000	48,000	54,000
รวมต้นทุนขาย	746,400	864,837	1,079,768	2,252,213	3,060,561
กำไรขั้นต้น	1,639,320	1,759,455	2,039,302	3,985,927	5,049,022
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	432,000	453,600	476,610	1,000,941	1,051,648
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	58,000	58,000	58,000	100,000	100,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	40,000	40,000	40,000	80,000	50,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	271,200	271,200	271,200	654,400	654,400
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	801,200	822,800	845,810	1,835,341	1,856,048
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	838,120	936,655	1,193,492	2,150,586	3,192,974
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	838,120	936,655	1,193,492	2,150,586	3,192,974
ภาษีเงินได้ (20%)	167,624	187,331	238,698	430,117	638,595
กำไรสุทธิ	670,496	749,324	954,794	1,720,469	2,554,379

5.3 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 5.20 : ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	1,100,171	1,900,875	2,899,008	4,828,648	7,421,915
- ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	31,100	36,035	44,990	93,842	127,523
- สต็อกวัตถุดิบ	60,450	69,820	87,231	183,184	250,047
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,191,721	2,006,730	3,031,229	5,105,675	7,799,485
สินทรัพย์ถาวร					
- ค่ามัดจำการเช่าร้าน	-	-	-	-	-
- ค่าปรับปรุงและตกแต่งร้าน	-	-	-	-	-
- เครื่องจักรอุปกรณ์	30,000	30,000	30,000	60,000	60,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	290,000	290,000	290,000	420,000	420,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	320,000	320,000	320,000	480,000	480,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	61,000	122,000	183,000	289,000	395,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	259,000	198,000	137,000	191,000	85,000
รวมสินทรัพย์	1,450,721	2,204,730	3,168,229	5,296,675	7,884,485
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สิน					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	30,225	34,910	43,615	91,592	125,023
รวมหนี้สินหมุนเวียน	30,225	34,910	43,615	91,592	125,023
หนี้สินระยะยาว					
รวมหนี้สิน	30,225	34,910	43,615	91,592	125,023

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ส่วนของเจ้าของ					
- เงินลงทุน	750,000	750,000	750,000	1,110,000	1,110,000
- กำไรสะสม	670,496	1,419,820	2,374,614	4,095,083	6,649,462
รวมส่วนของเจ้าของ	1,420,496	2,169,820	3,124,614	5,205,083	7,759,462
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	1,450,721	2,204,730	3,168,229	5,296,675	7,884,485

5.4 งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 5.21 : งบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	(750,000)	670,496	749,324	954,794	1,720,469	2,554,379
- ค่าเสื่อมราคา	-	61,000	61,000	61,000	106,000	106,000
กระแสเงินสดสุทธิ	-	731,496	810,324	1,015,794	1,826,469	2,660,379

5.5 ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period)

หมายถึงระยะเวลาที่เงินสดรับสุทธิที่เกิดจากการดำเนินงานของโครงการเท่ากับเงินลงทุนที่จ่ายเริ่มแรกพอดี โดยไม่ได้คำนึงถึงเรื่องค่าของเงินตามเวลา

โครงการใดมีระยะเวลาคืนทุนที่สั้นกว่าจะบอกถึงสภาพคล่องที่ดีกว่า และมีความเสี่ยงต่ำกว่าในโอกาสที่จะได้เงินลงทุนคืน สำหรับโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 13 เดือน

5.6 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

คืออัตราส่วนลดหรืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายเท่ากับพอดีกับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับที่เกิดขึ้นตลอดอายุโครงการ ซึ่งก็คือการหาอัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เท่ากับศูนย์นั่นเอง

โดยโครงการนี้มี IRR เท่ากับ 116.49% ที่ระยะเวลา 5 ปี

5.7 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value: NPV)

เป็นการหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับที่เกิดจากโครงการในแต่ละงวดมารวมกัน แล้วเปรียบเทียบกับมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนตอนเริ่มต้นโครงการ โดยกำหนดอัตราส่วนลดหรือผลตอบแทนที่ต้องการ

หาก $NPV = 0$ แสดงว่าโครงการนั้นคุ้มทุนพอดี

$NPV > 0$ แสดงว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนสูงกว่าที่ต้องการหรือคาดหวังไว้

$NPV < 0$ แสดงว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนต่ำกว่าที่คาดหวัง

ที่อัตราผลตอบแทน 116.49% ระยะเวลา 5 ปี ร้าน Puppy Love นี้มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ หรือ NPV เท่ากับ 3,861,141 บาท แสดงว่า โครงการนี้ให้ผลตอบแทนสูงกว่าที่ต้องการหรือคาดหวังไว้

สรุปด้านแผนการเงินและความน่าลงทุน

สำหรับโครงการแผนธุรกิจเสื้อผ้าสุนัข Puppy Love มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 13 เดือน และที่อัตราผลตอบแทน(IRR). 116.49% ที่ระยะเวลา 5 ปี และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ หรือ NPV เท่ากับ 3,861,141 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโครงการให้ผลตอบแทนสูงกว่าที่คาดหวังไว้ ทำให้แผนธุรกิจเสื้อผ้าสุนัข Puppy Love มีความน่าสนใจในการลงทุน



บทที่ 6

ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ

ร้าน Puppy Love ได้มีการประเมินความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ เพราะถือเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักในการกำหนดกลยุทธ์และแผนธุรกิจในแต่ละปี โดยจะต้องมีการติดตามและควบคุมความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เป็นไปตามทิศทางและเป้าหมายของทางร้าน

ทั้งนี้ความเสี่ยงจากการทำธุรกิจร้านเสื้อผ้าสำหรับสุนัขและเจ้าของที่ทางร้านได้ประเมินไว้ได้แก่

6.1 ความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ควบคุมไม่ได้

ปัญหาจากสภาพแวดล้อมภายนอกเช่น การก่อการร้าย การประท้วงปิดถนน การเมืองหรือน้ำท่วม ซึ่งส่งผลกระทบต่อตรงลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อสินค้าที่หน้าร้านและส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้าน เพราะยอดขายของร้านนั้นส่วนใหญ่จะมาจากลูกค้าที่มาซื้อของที่ร้าน ซึ่งในสามปีแรก Puppy Love จะมีอยู่สาขาเดียวคือที่ K-Village

แนวทางแก้ไข คือในภาวะไม่ปกติทางร้านจะหันมาใช้ช่องใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น เช่น ขายผ่านทางเว็บไซต์ของทางร้านหรือเฟซบุ๊กของร้าน เพราะการขายสินค้าออนไลน์นั้น ถึงแม้ลูกค้าจะไม่สามารถออกจากบ้านได้แต่ก็สามารถเลือกซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ และอีกแนวทางแก้ไขคือ ในปีที่ 4 จะมีการเปิดอีกสาขาที่เมกะบางนาซึ่งสถานที่ตั้งห่างจาก K-Village ทำให้เกิดการกระจายความเสี่ยงในการที่ลูกค้าจะสามารถเลือกสถานที่ที่จะมาซื้อสินค้าของทางร้านได้มากขึ้น

6.2 ความเสี่ยงด้านการควบคุมคุณภาพสินค้า

เนื่องจากทางร้านไม่ได้มีการตัดเย็บเสื้อผ้าเอง โดยเสื้อผ้าสุนัขและเจ้าของภายในร้านทั้งหมดจะมาจากจ้างตัดเย็บ ซึ่งอาจทำให้ทางร้านไม่สามารถควบคุมคุณภาพของงานตัดเย็บได้ทั้งหมด เช่นถ้าทางผู้ตัดเย็บนั้นมีการเปลี่ยนพนักงานตัดเย็บ หรือพนักงานที่มีความสามารถในการตัดเย็บลาออก ก็อาจจะส่งผลให้คุณภาพของสินค้าที่ได้ ลดลง

แนวทางแก้ไขจะต้องมีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรกับทางผู้ตัดเย็บถึงการรับประกันคุณภาพของสินค้า หากพบสินค้าที่มีปัญหาจะมีการดำเนินการหรือการแก้ไขอย่างไร และทางร้าน Puppy Love จะต้องมีการตรวจสอบสินค้าทั้งหมดก่อนที่จะทำการรับสินค้าทุกครั้ง

6.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุน

ต้นทุนต่างๆที่อาจมีการเพิ่มขึ้นในอนาคตส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นได้ ทั้งราคาผ้า วัสดุอุปกรณ์ตกแต่ง รวมถึงต้นทุนการจ้างตัดเย็บเสื้อผ้าด้วย ซึ่งต้นทุนต้นทุนการจ้างตัดเย็บเสื้อผ้า อาจมีความเปลี่ยนแปลงได้ เช่น มีการปรับค่าแรงขั้นต่ำ ทางบริษัทรับจ้างเย็บผ้าก็จำเป็นที่จะต้องขึ้นราคาจ้างเย็บผ้ากับทางร้าน Puppy Love

แนวทางแก้ไขอาจจะมีการทำสัญญาเรื่องราคากับทางผู้ขายไว้ล่วงหน้าว่า ในระยะเวลาที่กำหนด จะคิดราคาค่าจ้างเย็บผ้า ต้องขายสินค้าให้กับทางบริษัทด้วยราคาเท่านี้ หรือต้องมีการหาผู้ขายไว้หลายราย เพื่อเป็นทางเลือกในการหาผู้ขายที่ให้ราคาที่เหมาะสมที่สุด

บรรณานุกรม

- 10 อันดับสุนัขยอดนิยมในไทย ปี 2014, <http://www.kapook.com/>
ข้อมูลร้านค้า Pet Zone, <http://www.kvillagebangkok.com/>
เจาะเคล็ดอาชีพเด็ด SMEs เลือกล้ำหมา , www.sme.go.th
ธุรกิจหมา...หมา มูลค่าที่ไม่อาจมองข้าม Darling Dogs Dollars Biz , <http://info.gotomanager.com/>
เว็บไซต์สำเร็จรูปและการบริการ, <http://www.makewebeasy.com/>
สัตว์เลี้ยงแสนรัก...ตลาดหมื่นล้าน, <http://www.positioningmag.com/>
สมาคมผู้ค้าเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ในประเทศไทย (AHPA) , <http://www.thaiahpa.com/>
อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สินค้าสัตว์เลี้ยงไทย , 5 พฤศจิกายน 2557, <http://www.smartsme.tv/>
Pet Lover Business ธุรกิจคลังสัตว์เลี้ยง, <http://www.bangkokbiznews.com/>

ภาคผนวก ก

รายละเอียดการเลือกโฆษณาในนิตยสารสื่อรักสัตว์เลี้ยง ทางร้านPuppy Love เลือกลงโฆษณาในนิตยสารสื่อรักสัตว์เลี้ยงเนื่องจาก มียอดจำหน่ายสูงถึงประมาณเดือนละ 30,000 ฉบับ และเป็นนิตยสารที่ตีพิมพ์มายาวนานกว่า 20 ปี



ภาพที่ 1 : นิตยสารสื่อรักสัตว์เลี้ยง

ข้อมูลทั่วไปของนิตยสาร

วางจำหน่ายครั้งแรก ปี พ.ศ.2537
ออกจำหน่ายทุกวันที่ 3-4 ของทุกเดือน
ยอดพิมพ์จำนวน 30,000 ฉบับ / เดือน
ยอดจำหน่าย กรุงเทพ 60% ต่างจังหวัด 40%
ขนาดนิตยสาร 21 x 29.7 ซม.
จำนวนหน้า 200-220 หน้า
พิมพ์ระบบออฟเซต สีสี่และขาวดำ
ราคา 75 บาท

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้อ่านหลัก ทุกเพศ / วัย / ครอบครัว
อายุเฉลี่ย 15 - 45 ปี

เพศ ชาย 35% หญิง 65%
รายได้เฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไป

จัดจำหน่ายโดย นานาสาส์น บริษัท อภิวัดน์มีเดีย จำกัด /

- ศูนย์หนังสือชั้นนำทั่วประเทศ
- โรงพยาบาลสัตว์ / คลินิกรักษาสัตว์ ทั่วประเทศ
- ร้านเพ็ทช็อป กรุ๊ปมิ่ง ทั่วประเทศ /
- สมาชิกนิตยสารสี่รักสัตว์เลี้ยง ทั่วประเทศ

อัตราค่าโฆษณา

ตารางที่ 1 อัตราค่าโฆษณานิตยสารสี่รักสัตว์เลี้ยง

ปกหน้า (ด้านใน)	20,000	บาท
ปกหลังสี่สี (ด้านนอก)	27,500	บาท
ปกหลังสี่สี (ด้านใน)	20,000	บาท
หน้า Position (หน้า 2 - 21)	20,000	บาท
Strip Ad.ด้านบนปก	14,000	บาท
โลโก้) แบนด์สินค้า หน้าปก (2.5x3.5 cm.)	7,000	บาท
หน้า 4 สี เนื้อใน (ไม่ระบุตำแหน่งหน้า)	16,500	บาท
หน้า 4 สี เนื้อใน ครึ่งหน้า (แนวนอน)	8,500	บาท
หน้าขาว(เต็มหน้า) ดำ เนื้อใน-	7,000	บาท
หน้าขาว(ครึ่งหน้า) ดำ เนื้อใน-	4,000	บาท
ช่อง 2 สี)6 x 8.5 cm.) ตลาดนัดสัตว์เลี้ยง	800	บาท
หน้าแทรกพิเศษในเล่ม กระจายแจ้ง	30,000	บาท
ตำแหน่งเนื้อใน ระบุหน้าขาวเพิ่มค่าใช้จ่าย	1,000	บาท

ที่มา: <http://www.thailandpets.com/>

ภาคผนวก ข

รายละเอียดการเลือกเว็บไซต์สำเร็จรูป ทางร้านPuppy Love เลือกเว็บไซต์สำเร็จรูปจาก [MakeWebEasy](#) เนื่องจากมีระบบที่รองรับการทำงานครบถ้วน มีระบบบริหารไฟล์ข้อมูลรองรับ SEO และมีระบบรองรับการขายสินค้าผ่านหน้าเว็บไซต์ โดยทางร้านจะเลือกแพคเกจ Basic ซึ่งมีครบทุกความต้องการของทางร้าน

ตารางที่ 1 : รายละเอียดการทำเว็บไซต์สำเร็จรูปของ MakeWeb Easy

Package name	Starter	Basic	Standard	Professional
B Price/ 1 Year	฿1,600.00	฿2,900.00	฿5,200.00	฿8,900.00
B Price/ 3 Year (20%)	฿3,800.00	฿6,900.00	฿12,500.00	฿22,000.00
B Price/ 5 Year (25%)	฿5,900.00	฿9,900.00	฿19,500.00	฿34,000.00
Domain name (.com , .net , .org , .name , .biz , .info)	390 บาท ต่อปี		ฟรี Domain name	
	.co.th/.ac.th/.go.th หรือ .th อื่น (มีเอกสารประกอบการจดทะเบียน : ค่าไว้จ่ายเพิ่มเติม 856 บาท/1 ปี)			
พื้นที่เว็บไซต์ (Disk space)	1 GB	2 GB	5 GB	10 GB
จำนวนคนเข้าเว็บไซต์ (Bandwidth)	20 GB	Unlimited	Unlimited	Unlimited
สำรองข้อมูลประจำวัน, รายเดือน, รายปี	✓	✓	✓	✓
Template	20	20	50	Unlimited
จำนวนหน้าเพจ	Unlimited	Unlimited	Unlimited	Unlimited
จำนวนภาษา (Multi language)	1	1	2	8
Facebook Login			✓	✓
จำนวนเนื้อหาในเว็บไซต์				
หมวดหมู่และเนื้อหา (ข่าว, บทความ)	Unlimited	Unlimited	Unlimited	Unlimited
ระบบปฏิทินกิจกรรม Calendar	1	1	1	1
คำถามที่พบบ่อย FAQ	1	1	1	1
Contact us (จัดการข้อความหน้า Contact us)	✓	✓	✓	✓
ระบบอัลบั้มรูป Album (จำนวนอัลบั้ม)	10	30	Unlimited	Unlimited
ระบบเว็บบอร์ด (จำนวนห้องสนทนา)	2	5	10	Unlimited
ระบบสร้างฟอร์ม Dynamic Form		5	10	Unlimited
ระบบสมาชิก Member (จำนวนสมาชิก)		500	2000	Unlimited
ตั้งค่าเว็บไซต์				
Favicon (ไอคอนหน้า Url เว็บไซต์)	✓	✓	✓	✓
Error 404 (จัดการข้อความหน้า Error 404)	✓	✓	✓	✓
ระบบบริหารไฟล์ File manager				
รองรับไฟล์รูปภาพ gif, jpg, png	✓	✓	✓	✓
รองรับไฟล์เอกสาร Words /Excel /PDF (.doc, .docx, .pdf, .xls, .xlsx, .ppt)	✓	✓	✓	✓
รองรับไฟล์วีดีโอจาก Youtube	✓	✓	✓	✓

รองรับ SEO/ติดอันดับ Google				
รองรับการติดตั้ง Google Analytics	✓	✓	✓	✓
ตั้งค่า Meta tag, Title Tag, Keywords	✓	✓	✓	✓
ตั้งชื่อ Url และใช้ Title Tag ในแต่ละเพจได้	✓	✓	✓	✓
เชื่อมต่อกับ Social Network (Facebook, twitter, Instagram, Google Plus) ได้	✓	✓	✓	✓
รองรับไฟล์ VDO จาก Youtube	✓	✓	✓	✓
E-Commerce				
ระบบ Shopping Cart	✓	✓	✓	✓
จำนวนสินค้า		Unlimited	Unlimited	Unlimited
ระบบสต็อกสินค้า (Stock)	✓	✓	✓	✓
หมวดหมู่สินค้า		Unlimited	Unlimited	Unlimited
ระบบการจัดส่งสินค้า (Shipping)	✓	✓	✓	✓
เชื่อมต่อระบบรับเงินจากบัตรเครดิต (Payment gateway)		Paypal, Paysbuy	Paypal, Paysbuy	Paypal, Paysbuy
ระบบรายงาน (รายงานการสั่งซื้อสินค้า, รายงานยอดขาย)	✓	✓	✓	✓
สมัครสมาชิกด้วย Facebook		✓	✓	✓
Plug-In				
Zopim Live Chat	✓	✓	✓	✓
Histats	✓	✓	✓	✓
Truehits	✓	✓	✓	✓

The screenshot shows a website for 'BabieBrand' with a navigation menu containing 'Home', 'About Us', 'Product', 'Article', and 'Contact Us'. Below the menu is a banner for a 'NEW COLLECTION STRIPE' featuring a group of children in striped clothing. The banner includes a 'Shop now' button and placeholder text: 'Quisque edipiscing nisi non magna edipiscing rutrum. Vivamus quis mi ultrac metus elementum frugiat. Pellentesque laoream felis, porttitor vitae mattis sed.'

ภาพที่ 2 : ตัวอย่างเว็บไซต์สำเร็จรูปจาก MakeWebEasy

ที่มา: <http://www.makewebeasy.com/>

ภาคผนวก ก

รายละเอียดการเลือกจักรเย็บผ้าสำหรับบริการปักชื่อและตกแต่งเสื้อผ้าให้กับลูกค้า ทางร้านPuppy Love เลือกชุดปักจักรพร้อมอุปกรณ์จาก Embroidery Unit For Renova Touch ซึ่งสามารถปักชื่อต่างๆได้ทันที



ภาพที่ 3 : จักรเย็บผ้าพร้อมอุปกรณ์ ELVIRA

รายละเอียด

- เครื่องแรกที่มีการออกแบบอักษรภาษาไทยบรรจุไว้ในตัวเครื่องให้เลือกปักได้เลย โดยไม่ต้องใช้โปรแกรมสร้างลายปัก ไม่ต้องเชื่อมต่อจักรเย็บผ้ากับคอมพิวเตอร์หรือแทปเลต
- ปักชื่อนักเรียน ปักอักษรย่อ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ
- มีลายปักน่ารักอื่นๆ เช่น การ์ตูน ผลไม้ ลายควิลท์
- มี USB พอร์ต สามารถปักลายจาก Flash Drive Memory คุณจึงเพิ่มลายปักหรือโลโก้ได้ตามต้องการ
- ราคา 29,900 บาท



ภาพที่ 4 : ตัวอย่างงานปักชื่อจาก จักรเย็บผ้า ELVIRA

ที่มา: <http://elvira.co.th/product/>

ภาคผนวก ง

การคำนวณค่าไฟฟ้า

ค่าไฟฟ้าหลักของทางร้าน คือ เครื่องปรับอากาศ โดยทางร้านใช้เครื่องปรับอากาศขนาด 12000 BTU ซึ่งมีความเหมาะสมกับร้านขนาด 12 ตารางเมตร และคำนวณค่าไฟฟ้าโดยเทียบจากพลังงานที่เราใช้ในการเปิดเครื่องปรับอากาศชั่วโมง

$E = (\text{ค่า BTU/hr ของเครื่องปรับอากาศ}) / (\text{EER})$

โดย ค่า EER (Energy Efficiency Ratio) = Output Cooling Energy in BTU/Input Electrical Energy in Wh. สำหรับเครื่องปรับอากาศประหยัดไฟเบอร์ 5 จะมีค่า EER อยู่ที่ประมาณ 11

ดังนั้น $E = 12,000/11$

$= 1,091 \text{ วัตต์}$

$= 1.091 \text{ กิโลวัตต์}$

ถ้าเปิดเครื่องปรับอากาศเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง ทุกวันจะใช้ไฟเท่ากับ

$1.091 \times 10 \times 30 = 328 \text{ กิโลวัตต์/เดือน หรือ } 328 \text{ หน่วยต่อเดือน (1 หน่วย = 1}$

กิโลวัตต์)

นอกจากเครื่องปรับอากาศแล้วทางร้านPuppy Love ประมาณการว่าจะมีการใช้ไฟฟ้าสำหรับอุปกรณ์อื่นๆ เช่น จักรสำหรับปักชื้ออีกประมาณ 100 หน่วย/ เดือน ดังนั้นในปีแรกทางร้าน Puppy Love จะมีการใช้ไฟประมาณ 428 หน่วย / เดือน โดยคิดเป็นค่าไฟฟ้าประมาณ 1,837 บาท คำนวณจากเวปไซต์ของการไฟฟ้านครหลวง โดยเลือกประเภทที่ กิจการขนาดเล็กโดยมี 2 รายละเอียดดังนี้

2.1 อัตราปกติ

อัตรารายเดือน

	ค่าพลังงานไฟฟ้า(บาท/หน่วย)	ค่าบริการ(บาท/เดือน)
2.1.1 แรงดัน 12 - 24 กิโลโวลต์	3.4230	312.24
2.1.2 แรงดันต่ำกว่า 12 กิโลโวลต์		46.16
150 หน่วย (กิโลวัตต์ชั่วโมง) แรก (หน่วยที่ 1 – 150)	2.7628	
250 หน่วยต่อไป (หน่วยที่ 151 – 400)	3.7362	
เกินกว่า 400 หน่วย (หน่วยที่ 401 เป็นต้นไป)	3.9361	

ภาพที่ 5 : อัตราค่าไฟฟ้าสำหรับกิจการขนาดเล็ก

ส่วนที่ 1 ค่าไฟฟ้าฐาน

1.1 ค่าพลังงานไฟฟ้า

15 หน่วย(กิโลวัตต์ชั่วโมง)แรก (หน่วยที่ 1 – 15)	27.95	บาท
10 หน่วยต่อไป (หน่วยที่ 16 – 25)	25.03	บาท
10 หน่วยต่อไป (หน่วยที่ 26 – 35)	27.55	บาท
65 หน่วยต่อไป (หน่วยที่ 36 – 100)	203.98	บาท
50 หน่วยต่อไป (หน่วยที่ 101 – 150)	161.58	บาท
250 หน่วยต่อไป (หน่วยที่ 151 – 400)	934.05	บาท
เกินกว่า 400 หน่วย (หน่วยที่ 401 เป็นต้นไป)	110.21	บาท

รวม **1,490.35** บาท

1.2 ค่าบริการ

8.19 บาท

รวมค่าไฟฟ้าฐาน

1,498.54 บาท

ส่วนที่ 2 ค่าไฟฟ้าผันแปร (F_p)

จำนวนพลังงานไฟฟ้า x ค่า F_p 212.33 บาท

ส่วนที่ 3 ค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%

(ค่าไฟฟ้าฐาน + ค่า F_p) x 7/100 119.76 บาท

รวมเงินค่าไฟฟ้า

1,830.63 บาท

ภาพที่ 6 : การคำนวณเงินค่าไฟฟ้าต่อเดือนของร้าน Puppy Love

ที่มา: <http://www.rung-ruengair.com/>

<http://www.mea.or.th/>