ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมรับฝากแมว (Lucky Cat Hotel)

The Requirement and Implementation of Lucky Cat Hotel

กมลทิพย์ พิทักษ์วาตินนท์

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรมรับฝากแมว 2) เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 1 ปี 3) เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจของโรมแรมรับฝากแมว 4) เพื่อศึกษาการวางแผนการตลาดของธุรกิจโรงแรมรับฝากแมวเป็นระยะเวลา 1 ปี โดยการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เลี้ยงแมวที่อยู่ในบริเวณพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัย 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับธุรกิจโรงแรมรับฝากแมว โดยให้เหตุผลว่า บางครั้งต้องไปทำธุระที่ต่างจังหวัดหรือต่างประเทศเป็นระยะเวลาหลายวันจึงจำเป็นต้องใช้บริการ เพราะไม่มีใครดูแลแมว เป็นห่วงแมว กลัวแมวหายออกจากบ้าน หรืออาจจะเกิดอุบัติเหตุ จึงจำเป็นต้องใช้บริการรับฝากเลี้ยง ทำให้อุ่นใจมากกว่าการปล่อยแมวให้อยู่บ้านเพียงลำพัง และให้ความเห็นว่าราคาที่ทางโรงแรมตั้งนั้น มีราคาที่สมเหตุสมผล ประกอบกับเป็นห้องพักส่วนตัว ไม่ได้ขังกรงและไม่พักปนกับสัตว์เลี้ยงบ้านอื่น โดยจะใช้บริการรับฝากแมวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ติดต่อกันหลายวัน ประมาณ 2-3 วัน และจะจ่ายเงินในการใช้บริการแต่ละครั้ง (ต่อแมว 1 ตัว) อยู่ที่ประมาณ 301-500 บาท โดยส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะใช้บริการรถรับ-ส่งสัตว์เลี้ยงและเลือกบริการเสริมทางการแพทย์ให้กับแมวของตัวเอง ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะหาข้อมูลโรงแรมรับฝากแมวจาก Google 2) สำหรับรายได้ของกิจการแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ รายได้จากการให้บริการโรงแรมรับฝากแมว คิดเป็นร้อยละ 39 ของรายได้ทั้งหมด รองลงมา คือ รายได้จากการจำหน่ายสินค้า Pet Shop รายได้จากการอาบน้ำตัดขนและรายได้จากการบริการรับส่งสัตว์เลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 37 ร้อยละ 21 และร้อยละ 3 ตามลำดับ 3) การดำเนินงานของธุรกิจในด้านพฤติกรรมองค์การ จะเน้นการอบรมการตัดแต่งขนให้กับสัตว์เลี้ยง เพื่อประกอบอาชีพให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และเน้นการอบรมหลักสูตรการตรวจสุขภาพสำหรับสุนัขและแมว ที่มีความแม่นยำและถูกต้องมากยิ่งขึ้น เพราะในอนาคตเรามีแผนที่จะเพิ่มการรักษาพยาบาลและการจำหน่ายเวชภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง ส่วนในด้านการเงินธุรกิจจะแบ่งเป็นเงินลงทุนของตัวเอง ได้แก่ ที่ดิน-อาคาร 15,000,000 บาท และเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 5,000,000 บาท รวมเงินลงทุนทั้งสิ้น 20,000,000 บาท และ 4) การวางแผนการตลาด จะใช้กลยุทธ์การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดโดยตรง และการขายโดยบุคคล เพื่อให้สามารถแข่งขันและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากผู้แข่งขันรายอื่นได้เพิ่มขึ้น

คำสำคัญ : ความต้องการและการดำเนินงาน

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the demand and behaviors in choosing cat hotel service, 2) to study the sales and trend in 1 year, 3) to study the operation of cat hotel and , 4) to study the marketing plan of cat hotel in 1 year. The sample of this study were 200 cat owners in Bangkok area. The research tool was the questionnaire and the data from the tool was analyzed to determine basic statistical of variables data including the test by SPSS analysis.

The results revealed that 1) the majority of the respondents were interested in cat hotels with the reasons that they had to be away for business in other provinces or abroad for several days, so they needed the hotel service as there was nobody taking care of the cats. They were also afraid that the cats might be inconvenient or missing or got into accident. Therefore, it was necessary to put them in the hotel as it relived the owners' worries than leaving the cats at home by themselves.The opinion stated that service rate of Lucky Cat Hotel was reasonable and they provided private room, not the cage or put the cats together. The owners usually used the service during long holidays for 2-3 days. The payment for each time (per 1 cat) was around 301-500 THB. The majority of the respondents were interested in the shuttle service and selected the additional medical service for their cats. Moreover, they usually found the cat hotel information from Google. 2) the income of the activities was divided into 4 parts which were cat hotel service which equaled 39% of total income. Next were pet shop sales, pet grooming and shuttle service which were 37%, 21% and 3%, respectively. 3) the business operation in term of organizational behavior would focus on pet grooming in order to be modern and in accordance with technology changes. Moreover, it also focused on the training courses for dogs and cats health screening with higher accuracy for the knowledge exchange of vet teams. It was because there was the plan to increase in nursing and medical supplies sale by themselves in the future. In term od financial, the business was divided into own investment which were land-buildings 15,000,000 THB and loan from financial institute for 5,000,000 THB which equaled 20,000,000 THB in total and 4) the marketing plan would employ advertisement, sales promotion, public relation, direct marketing and personal selling in order to be able to compete and increase the market share from other competitors.

Keywords : Demand and operation

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันครอบครัวในสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากครอบครัวใหญ่ไปสู่ครอบครัวเดี่ยวมากขึ้นบวกกับความกดดันจากการทำงานและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้แต่งงานช้าลง และมีผู้คนครองตัวเป็นโสดมากขึ้น การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงจึงเป็นตัวช่วยหนึ่งที่ช่วยให้ผ่อนคลายและคลายเหงาไปได้ และด้วยความน่ารักน่าเอ็นดูของสัตว์เลี้ยงจึงทำให้เกิดความผูกพันธ์จนเปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัวคนหนึ่ง ส่งผลให้ธุรกิจสำหรับคนรักสัตว์เพิ่มขึ้นอย่างมากมาย โดยในปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมีมูลค่า 30,000 กว่าล้านบาท เติบโตเฉลี่ยปีละประมาณ 10-15 % ต่อปี โดยตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงกินส่วนแบ่งตลาดใหญ่ที่สุด รองลงมาได้แก่ ธุรกิจบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง อาทิ โรงพยาบาล คลินิก สปา อาบน้ำตัดขน โรงเรียนฝึก โรงแรม บริการรับฝากเลี้ยง ฌาปนกิจและบริการอื่นๆ จึงทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากสนใจที่จะลงทุนในธุรกิจสัตว์เลี้ยง

จุดแข็งของธุรกิจสัตว์เลี้ยง เป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญในการให้บริการทุกขั้นตอน จึงทำให้ธุรกิจสัตว์เลี้ยงยังคงเป็นที่ต้องการของบรรดาคนรักสัตว์เลี้ยง ทั้งนี้หากธุรกิจเป็นที่รู้จักและได้รับความไว้วางใจจากผู้เลี้ยงสัตว์ในวงกว้างขวางมากขึ้น ธุรกิจสัตว์เลี้ยงจะสามารถทำกำไรได้อย่างมหาศาล รวมถึงการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจสัตว์เลี้ยงสามารถทำได้ง่าย อยู่บนพื้นฐานของความมีใจรักในการดูแลสัตว์เลี้ยง ก็มีโอกาสที่จะเข้ามาทำธุรกิจได้ง่ายขึ้นและยังเป็นธุรกิจที่ไม่ซับซ้อน สามารถเปิดตลาดได้เองหรือซื้อแฟรนไชส์จากผู้ประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอยู่ก่อนได้

แต่ทั้งนี้อุปสรรคคือ คู่แข่งเริ่มมีจำนวนมากขึ้น ทั้งจากธุรกิจเดิมที่มีอยู่ในตลาด และธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ ที่เปิดตัวออกสู่ตลาดและช่วงชิงกำลังซื้อจากลูกค้ากลุ่มเดิมเพิ่มมากขึ้น ทำให้แนวโน้มการแข่งขันในตลาดรุนแรงมากขึ้นตามลำดับ รวมถึงบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการบริการยังขาดแคลนมากในตลาด ความเชื่อมั่นของลูกค้าในคุณภาพสินค้าและการบริการ ซึ่งเป็นอุปสรรคอย่างมากสำหรับผู้ประกอบกา ที่เริ่มต้นธุรกิจ และในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ ผู้บริโภคอาจมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เพื่อประหยัดงบประมาณ ทำให้ความถี่ในการใช้บริการน้อยลง

ดังนั้นภาพรวมของธุรกิจสัตว์เลี้ยงที่เติบโตขึ้นนั้นเป็นไปตามพฤติกรรมของสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของคนในสังคม ดังนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวอยู่เสมอ ก็คือการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้นๆ อย่างสม่ำเสมอ ติดตามข่าวสารกระแสหรือเทรนด์ที่ได้รับความนิยมเพื่อนำมาต่อยอดหรือปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบรับความต้องการของลูกค้าให้ทันสถานการณ์ นอกจากนี้การเพิ่มความน่าสนใจโดยการออกสินค้าใหม่ๆหรือบริการที่จูงใจให้คนเข้ามาใช้บริการยังเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนต่อไปในระยะยาวได้อย่างแข็งแกร่ง แม้จะอยู่ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงก็ตาม

และหากพูดถึงสัตว์เลี้ยงยอดนิยม เรามักจะนึกถึงสุนัขมาเป็นอันดับแรก แต่ด้วยวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนยุคนี้ที่เป็นสังคมเมืองมากขึ้น อยู่กันแบบครอบครัวเดี่ยว มีพื้นที่อาศัยน้อยลง และยังนิยมการอยู่คอนโดมากขึ้นด้วย นั่นทำให้การเลี้ยงสัตว์ไว้เป็นเพื่อนคลายเหงามีข้อจำกัดมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะกับสุนัข ซึ่งค่อนข้างต้องการบริเวณกว้าง เหตุนี้เองที่ทำให้ “แมว” กลายเป็นสัตว์เลี้ยงทางเลือกที่เข้ามาตอบโจทย์คนยุคนี้ได้ดีกว่า เนื่องจากแมวเป็นสัตว์ที่รักสันโดษ ชอบอยู่เงียบๆ ไม่ต้องการคนไปสุงสิงมากนัก จึงทำให้ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ตัวเลขยอดการเลี้ยงแมวเพิ่มขึ้นทุกปี และกลายเป็นตลาดสัตว์เลี้ยง ที่น่าสนใจ ส่งผลถึงโอกาสธุรกิจทั้งกลุ่มสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ออกมาตอบโจทย์อย่างต่อเนื่อง เช่น คาเฟ่สัตว์เลี้ยง ธุรกิจอาบน้ำ-ตัดขน คลินิกดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยง ธุรกิจรับฝากสัตว์เลี้ยง ธุรกิจประกันภัยสัตว์เลี้ยง เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกันก็มีเจ้าของแมวจำนวนไม่น้อยที่เวลาติดธุระหรือต้องเดินทางไปต่างประเทศ ต่างจังหวัด เป็นระยะเวลาหลายวัน ต้องกังวลใจกับการหาที่ฝากเลี้ยงที่ได้มาตรฐานและไว้ใจได้เรื่องการดูแมว

โดยรายได้หลักของธุรกิจโรงแรมรับฝากแมวนั้นมาจากจำนวนของแมวที่เข้าพัก แต่การมีบริการเสริมก็ถือว่าเป็นการเพิ่มยอดขายไปในตัว และบริการเสริมของโรงแรมแมวนั้น จะมีการบริการอาบน้ำ-ตัดขนแมว สปาแมว ถือเป็นงานที่เสริมความงามให้กับสัตว์เลี้ยง ซึ่งช่างจะต้องมีเทคนิคการจัดการ มิฉะนั้นอาจเกิดบาดแผลได้ อุปกรณ์การตัดแต่งทรงขนจะต้องมีคุณภาพที่ดี งานที่ได้จึงออกมาดี จุดสำคัญคือความเชี่ยวชาญและความเอาใจใส่ของช่าง ต่อมาคือการจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์ เช่น อาหาร อาหารเสริม เสื้อผ้าและอุปกรณ์ต่างๆ (Pet Shop) ส่วนนี้เป็นส่วนที่มีกำไรมาก รองจากการบริการ อาบน้ำ-ตัดแต่งขนและสปาแมว เนื่องจากบางส่วนเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่สัตว์เลี้ยงต้องอุปโภคบริโภค

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจโรงแรมรับฝากแมวนั้น ต้องใช้กลยุทธ์ที่ดึงดูดผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคมีส่วนอย่างมากที่จะช่วยให้ลูกค้ารู้จักธุรกิจได้เร็วขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการอาจจะต้องเลือกใช้กลยุทธ์การทำการตลาดที่หลากหลายให้เหมาะสมกับสภาพตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับงบประมาณที่วางไว้ โดยกลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าสนใจนอกเหนือจากตัวสินค้าหรือบริการที่ผู้ประกอบการได้ศึกษามาแล้วว่าจะเปิดตลาดเจาะกลุ่มลูกค้าประเภทไหนแล้ว สิ่งหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้กันเลยก็คือการประชาสัมพันธ์และโปรโมชั่นที่จะนำเสนอออกไปสู่ลูกค้า ในส่วนของการประชาสัมพันธ์การทำการตลาดผ่านโลกออนไลน์ นับว่าเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นช่องทางการตลาดที่ใช้เงินทุนไม่สูงนักโดยผู้ประกอบการอาจจะเริ่มต้นสร้างเว็บไซต์ เว็บเพจหรือทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค ควรมีการทำโปรโมชั่นเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เช่น การสมัครสมาชิกและการมีโปรโมชั่นที่คุ้มค่า จะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ลูกค้าอยากจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก หรือการตกแต่งสถานที่ให้มีความแปลกใหม่ สวยงาม ทันสมัย จะเป็นจุดสนใจและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า หรือการมีขนาดห้องพักที่หลากหลายเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่ต่างกัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้น่าจะทำให้กลุ่มลูกค้าเกิดความ

ประทับใจและมีแนวโน้มเข้ามาใช้บริการซ้ำ รวมไปถึงมีทัศนคติเชิงบวกต่อทางร้านจนนำไปสู่การบอกต่อและขยายฐานลูกค้าต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้ทางผู้วิจัยเป็นเจ้าของแมวที่เคยประสบปัญหาเรื่องการรับฝากแมวมาก่อน มองเห็นปัญหาเรื่องสถานที่รับฝากแมว ไม่ว่าจะเป็นความสะอาดและราคาห้องพักที่สูงมากในประเทศไทย จึงเล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจให้บริการโรงแรมรับฝากแมวให้มีความแตกต่าง โดยจะให้การบริการในระดับพรีเมี่ยมแต่ในราคาย่อมเยาว์ และจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและพึงพอใจสูงสุด ด้วยการออกแบบโรงแรมให้เข้ากับพฤติกรรมของแมวโดยเฉพาะ และที่สำคัญโรงแรมแมวแห่งนี้ จะไม่มีการขังแมวไว้ในกรงและไม่พักรวมกับสัตว์ประเภทอื่น ทำให้เจ้าของแมวสบายใจได้เลยและไม่ต้องกังวลว่าแมวจะเครียด อีกทั้งทางโรงแรมยังมีช่องเก็บของส่วนตัวของแมวแยกไว้ภายในห้องพัก พร้อมทั้งแยกส่วนขับถ่ายและส่วนที่อยู่อาศัยไว้อย่างชัดเจน ซึ่งจะสามารถตอบโจทย์การให้บริการที่หลากหลายแก่ลูกค้าทั้งในเรื่องคุณภาพและการให้บริการ ที่สำคัญกว่านั้นเพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกว่าทางโรงแรมเราดูแลแมวทุกตัวเหมือนเป็นแมวของเรา เปรียบเสมือนบ้านหลังที่ 2 ภายใต้แบรนด์ Lucky Cat Hotel

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรมรับฝากแมว

2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 1 ปี

3. เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจของโรมแรมรับฝากแมว

4. เพื่อศึกษาการวางแผนการตลาดของธุรกิจโรงแรมรับฝากแมวเป็นระยะเวลา 1 ปี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ : ประชากรศาสตร์ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่เลี้ยงแมวที่อยู่ในบริเวณพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน

2. ขอบเขตด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล : เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 200 ชุด

3. ขอบเขตด้านเวลา : เริ่มต้นเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน – 30 มิถุนายน 2563

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ในอุตสาหกรรม

เนื่องจากเป็นธุรกิจบริการ สิ่งสำคัญคือต้องคำนึงถึง คือ ความสะดวกสบายของลูกค้า รวมถึงความปลอดภัยของสัตว์จะใช้กลยุทธ์ “DOGCAT” โดยมีรายละเอียด ดังนี้

D Doctor-สัตวแพทย์ยังคงมีอิทธิพลสูงต่อการเติบโตของสินค้าและบริการต่างๆ ในตลาดสุนัขและแมว เนื่องจากในทุกช่วงชีวิตของสุนัขและแมวจะต้องมีการไปพบสัตวแพทย์อย่างต่อเนื่องอยู่ตลอด รวมทั้งผู้เลี้ยงยังคงให้ความเชื่อถือข้อมูลจากสัตวแพทย์เป็นอันดับหนึ่ง

Delivery-มีการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของสินค้าและบริการด้วยการบริการถึงที่บ้าน เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันต่างมีเวลาที่รัดตัวและชีวิตที่เร่งรีบทำให้ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น ดังนั้นหากบริการต่างๆ สามารถเพิ่มการบริการถึงบ้านได้ก็จะช่วยให้เป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ของผู้เลี้ยงในยุคนี้ได้

O Online-ในยุคปัจจุบันเว็บไซต์และโซเชียลเน็ตเวิร์กถือเป็นปัจจัยสำคัญในการทำตลาดและช่วยให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคและเจ้าของผลิตภัณฑ์ได้ ทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจที่ลงทุนน้อยกว่าการสื่อสารการตลาดในช่องทางอื่น นอกจากนี้ ร้านค้าออนไลน์ถือเป็นหน้าร้านที่นับวันก็จะยิ่งเพิ่มจำนวน และได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้น

G Group-การได้รับการนิยมของโลกออนไลน์ได้สร้างชุมชนแห่งใหม่ของคนรักสุนัขและแมวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน นอกเหนือไปจากการรวมกลุ่มกันเป็นชมรม หรือมูลนิธิต่างๆ เนื่องจากผู้เลี้ยงมักมีการรวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ นอกจากนี้ ผู้เลี้ยงยังมีการนัดกันทำกิจกรรมพิเศษเฉพาะกลุ่มอยู่เรื่อยๆ

C Care-ผู้ประกอบการต้องมีความใส่ใจ เอาใจใส่ ดูแล และสนใจจดจำรายละเอียด มีความเข้าใจในจิตใจสัตว์เลี้ยง และผู้เป็นเจ้าของเป็นอย่างดี โดยคำนึงถึงในด้านของความรู้สึกเป็นสำคัญ

A Amplify-นอกจากที่จะสร้างธุรกิจให้เป็นธุรกิจหรือสร้างร้านให้เป็นร้านขึ้นมาได้แล้ว การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารการตลาดไปถึงผู้เลี้ยงก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน จะเห็นได้ว่าจริงๆ แล้ว บริการหลายอย่างที่ผู้เลี้ยงระบุว่าต้องการให้มีในประเทศไทยนั้น หลายๆ บริการเป็นบริการที่มีอยู่แล้วในประเทศไทยและมีหลายแห่งด้วยซ้ำ นั่นหมายถึงว่า คนไม่ทราบว่ามีร้านที่ให้บริการแบบนี้อยู่ ดังนั้น การทำการสื่อสารการตลาดไปถึงกลุ่มผู้บริโภคนั้นในแง่ของการตลาดแล้วถือว่าเป็นปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่งเลยทีเดียวที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

T Trust-การจะทำธุรกิจใดๆ ก็ตามนั้นต้องมีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับและทำให้กลุ่มเป้าหมายเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าและการบริการ ให้ได้มากที่สุด แต่การที่จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้นั้นสินค้าหรือบริการนั้นๆ จะต้องเกิดจากผู้บริโภคมีประสบการณ์ที่ดีต่อสินค้าและบริการนั้นๆ มาเป็นระยะเวลาหนึ่งอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอจะถูกยกระดับให้กลายเป็นความภักดี (Loyalty) ต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

2.แนวคิดทฤษฎีการจัดการการดำเนินงานในอุตสาหกรรม

สินค้าคงคลังในธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นสินค้าสำเร็จรูปที่จำหน่ายในร้าน เช่น อาหารแมว ทรายแมว เพื่อจำหน่ายแก่ลูกค้า เพื่อให้การดำเนินสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ต้องมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพสูงสุด กล่าวคือ ควบคุมไม่ให้มีสินค้าคงคลังมากเกินไป เพราะอาจเป็นปัญหาทั้งในเรื่องต้นทุนการเก็บรักษาที่สูง สินค้าเสื่อมสภาพ หมดอายุ นอกจากนี้ยังทำให้สูญเสียโอกาสในการนำเงินที่จมอยู่กับสินค้าคงคลังนี้ไปหาประโยชน์ในด้านอื่นๆแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีสินค้าคงคลังน้อยเกินไป ก็อาจประสบปัญหาสินค้าขาดแคลนไม่เพียงพอ (Stock Out) สูญเสียโอกาสในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้า เป็นการเปิดช่องให้แก่คู่แข่งขันและก็อาจต้องสูญเสียลูกค้าไปในที่สุด การดำเนินงานด้านการขายก็อาจต้องหยุดชะงัก ซึ่งอาจส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจในอนาคตได้ ดังนั้นจึงต้องบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่มาก หรือน้อยจนเกินไป เพราะการลงทุนในสินค้าคงคลังต้องใช้เงินจำนวนมาก และอาจส่งผลกระทบถึงสภาพคล่องของธุรกิจได้

3.แนวคิดทฤษฎีการจัดการการเงินในอุตสาหกรรม

การลงทุนเบื้องต้นสำหรับธุรกิจโรงแรมรับฝากแมว

การศึกษาเรื่อง ความต้องการและการดำเนินธุรกิจของธุรกิจโรงแรมรับฝากแมว (Lucky Cat Hotel) มีการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินเพื่อประกอบกับการตัดสินใจความเป็นไปได้ของโครงการนี้ เนื่องจากโครงการต้องมีการวางแผนและแนวทางการบริหารเงินที่ดีสำหรับการจัดสรรเงินลงทุนที่จะเข้ามาในแต่ละช่วงได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินจะทำให้ทราบข้อมูลทางการเงินที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา และในการจัดทำแผนธุรกิจ แผนการเงินเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เพราะเปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ที่มาหล่อเลี้ยงธุรกิจให้อยู่รอด การวางแผนการเงินสำหรับธุรกิจใหม่จึงเป็นการแสดงความเป็นไปได้ของธุรกิจที่เกิดขึ้น จำเป็นต้องมีการใช้เงินตั้งแต่วันที่เริ่มทำธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการที่เริ่มใหม่จะต้องทบทวนรายละเอียดต่างๆของการลงทุนในระหว่างที่กิจการยังไม่มีรายได้จากการขาย เพื่อให้ทราบว่าเงินที่นำไปใช้ลงทุนในการจัดซื้อจัดหาสินทรัพย์ของกิจการ เช่น รถยนต์ ที่ดิน อาคาร เงินเดือนพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค เงินทุนหมุนเวียนสำหรับใช้ในกิจการ แผนการเงินที่ดีจะต้องแสดงแหล่งที่มาของเงินทุนและการดำเนินงานใช้ไปของเงินทุน โดยสิ่งที่จะต้องแสดงในแผนการเงินคือประมาณการงบดุลที่จะแสดงสถานะของกิจการ ประมาณงบกำไรขาดทุนที่จะ

แสดงผลการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งแผนการเงินนี้จะต้องมีการประมาณบนความจริง ซึ่งทุนเบื้องต้น สำหรับการลงทุนในธุรกิจโรงแรมรับฝากแมวนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ

โรงแรมรับฝากแมว (Lucky Cat Hotel) เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ใช้เงินลงทุน 5,000,000 บาท ส่วนทุนหมุนเวียน ที่ต้องมีก็ประมาณ 40,000 บาทต่อเดือน รวมเบ็ดเสร็จตกปีละประมาณ 500,000 บาท โดยจะใช้เป็นค่าใช้จ่ายหลักๆ คือค่าไฟฟ้า ค่าแรงพนักงาน ทรายแมว และอุปกรณ์ของเล่นของใช้ต่างๆที่หมุนเวียน ผู้ลงทุนทำหน้าที่บริหารงานของธุรกิจทั้งหมดด้วยตนเอง เจ้าของจึงมีสิทธิในสินทรัพย์ กำไร ขาดทุนทั้งหมดแต่เพียงผู้เดียว และต้องรับผิดชอบในหนี้สินโดยไม่จำกัดจำนวน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรศาสตร์ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่เลี้ยงแมวที่อยู่ในบริเวณพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

2. พฤติกรรมด้านความคิดเห็นและความสนใจที่มีต่อโรงแรมรับฝากแมว จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

3.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจโรงแรมรับฝากแมว จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยมาตราส่วนประมาณค่าของ Likert Scale โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรมรับฝากแมว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับธุรกิจโรงแรมรับฝากแมว โดยให้เหตุผลว่า บางครั้งต้องไปทำธุระที่ต่างจังหวัดหรือต่างประเทศเป็นระยะเวลาหลายวันจึงจำเป็นต้องใช้บริการ เพราะ ไม่มีใครดูแลแมว เป็นห่วงแมวกลัวแมวหายออกจากบ้าน หรืออาจจะเกิดอุบัติเหตุ จึงจำเป็นต้องใช้บริการ รับฝากเลี้ยง ทำให้อุ่นใจมากกว่าการปล่อยแมวให้อยู่บ้านเพียงลำพัง และให้ความเห็นว่าราคาที่ทางโรงแรม Lucky Cat Hotel ตั้งนั้น มีราคาที่สมเหตุสมผล ประกอบกับเป็นห้องพักส่วนตัว ไม่ได้ขังกรงและไม่พักปนกับสัตว์เลี้ยงบ้านอื่น โดยจะใช้บริการรับฝากแมวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ติดต่อกันหลายวัน ประมาณ 2-3 วัน และจะจ่ายเงินในการใช้บริการแต่ละครั้ง (ต่อแมว 1 ตัว) อยู่ที่ประมาณ 301-500 บาท โดยส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะใช้บริการรถรับ-ส่งสัตว์เลี้ยงและเลือกบริการเสริมทางการแพทย์ให้กับแมวของตัวเอง ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะหาข้อมูลโรงแรมรับฝากแมวจาก Google

2. ผลการศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 1 ปี สำหรับรายได้ของธุรกิจโรงแรมรับฝากแมว Lucky Cat Hotel แบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 รายได้การให้บริการโรงแรมรับฝากแมวจะคิดเป็น 39% ของรายได้ทั้งหมด โดยมีการใช้บริการเฉลี่ย 3 ครั้งต่อปี โดยอ้างอิงจากแบบสอบถามดังกล่าว พบว่าผู้เลี้ยงแมวส่วนใหญ่มักจะนำแมวมาฝากเลี้ยงตามช่วงเทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่หยุดติดต่อกันหลายวัน ดังนั้นจึงประมาณการรายได้ในส่วนของการบริการโรงแรมรับฝากแมวเป็นจำนวน 3,336,250 บาทต่อปี

2.2 รายได้จากการจำหน่ายสินค้า Pet Shop จะคิดเป็น 37% ของรายได้ทั้งหมด โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 500 บาทต่อคนต่อครั้ง ดังนั้นจึงประมาณการรายได้จากการจำหน่ายสินค้า Pet Shop เป็นจำนวน 3,100,000 บาทต่อปี

2.3 รายได้จากการอาบน้ำตัดขนและสปา จะคิดเป็น 21% ของรายได้ทั้งหมด โดยมีองค์ประกอบขั้นต่ำประกอบด้วย ช่างตัดแต่งทรงขน 1 คน มีศักยภาพที่สามารถให้บริการได้ 10 ตัว ต่อ 1 วัน ใน 1 วัน ควรมีแมวมาใช้บริการ 7-8 ตัว ค่าบริการตัวละประมาณ 250-500 บาท ราคาได้โดยเฉลี่ยเฉพาะบริการนี้จะได้วันละประมาณ 2,000 บาท จุดสำคัญคือความเชี่ยวชาญและความเอาใจใส่ของช่าง ดังนั้นจึงประมาณการรายได้จากการอาบน้ำตัดขนและสปาเป็นจำนวน 1,798,900 บาทต่อปี

2.4 รายได้จากการบริการรับส่งสัตว์เลี้ยงและส่งสินค้า จะคิดเป็น 3% ของรายได้ทั้งหมด ส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง ไม่เกิน 5 กิโลเมตร ดังนั้นจึงประมาณการรายได้จากการบริการรับส่งสัตว์เลี้ยงและส่งสินค้าเป็นจำนวน 258,600 บาทต่อปี

3. การดำเนินธุรกิจของโรมแรมรับฝากแมวในด้านพฤติกรรมองค์การ โดยทางโรงแรม Lucky Cat Hotel จะแบ่งการอบรมเป็น 2 ด้าน ดังนี้

3.1 ด้านการอาบน้ำ-ตัดแต่งขนให้กับสัตว์เลี้ยง

เน้นการอบรมการตัดแต่งขนให้กับสัตว์เลี้ยง เช่น สุนัขและแมว เพื่อประกอบอาชีพให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ใช้เกี่ยวกับการตัดแต่งขน สำหรับเนื้อหาที่อบรม ได้แก่ การให้ความรู้เรื่องสายพันธุ์สุนัขหรือแมวที่ต้องตัดแต่งขน การสร้างความคุ้นเคยกับสัตว์ การฝึกความชำนาญในการใช้อุปกรณ์ และวิธีการดูแลอุปกรณ์ การแก้ไขปัญหาขนสัตว์ การเลือกใช้แชมพู และการอาบน้ำให้กับสุนัขและแมว การตัดแต่งขนขั้นพื้นฐานการตัดแต่งขนทรงแฟชั่น การสร้างเทคนิคเฉพาะตัว สำหรับอาชีพตัดขนสัตว์ ยังเป็นที่ต้องการอีกมากสำหรับตลาดคนรักสัตว์เลี้ยง ไม่ว่าจะทำงานอยู่ในคลินิกสัตวแพทย์ หรือเปิดกิจการส่วนตัว และธุรกิจโรงแรมก็กำลังขยายตัวเพิ่มขึ้น ต้องการ

คนที่มีความรัก ความเมตตาสัตว์มาร่วมงานด้วย ยิ่งมีทักษะในการดูแลสัตว์เลี้ยงก็จะทำให้คุณภาพด้านการบริการดียิ่งขึ้น และยังนำไปประกอบอาชีพส่วนตัวได้อีกด้วย

3.2 ด้านสัตวแพทย์

เน้นการอบรมหลักสูตรการตรวจสุขภาพสำหรับสุนัขและแมว ที่มีความแม่นยำและถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยการส่งไปอบรมในงานสัมนาวิชาการ และการอบรมตามที่ดรงพยาบาลและมหาวิทยาลัยต่างๆ ได้จัดขึ้น เพื่อมีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับทีมสัตวแพทย์ เพราะในอนาคตเรามีแผนที่จะเพิ่มการรักษาพยาบาลและการจำหน่ายเวชภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง

4. การวางแผนกลยุทธ์การตลาดของทางโรงแรม Lucky Cat Hotel มีรายละเอียดดังนี้

4.1 กลยุทธ์การโฆษณา

- การทำ Infographic ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการของโรงแรมแมวเราว่าทางโรงแรมแมวของเรามีบริการอะไรบ้าง เนื้อหาสั้นๆ กระชับ เข้าใจง่าย เน้นรูปภาพเยอะๆ เช่น ขั้นตอนการให้บริการของโรงแรมแมว ขนาดและราคาห้องพักของน้องแมว โดยเน้นรูปภาพและข้อความสั้นๆ

- การทำ Google Adwords คือการทำโฆษณาบนหน้าแรกของ Google โดยลูกค้าจะสามารถเห็นข้อความโฆษณาของเรา เมื่อทำการเสิร์ชหาข้อมูลที่ตรงตาม Keyword ที่เรากำหนดไว้ เช่น ลูกค้าคีย์คำว่า ” โรงแรมรับฝากแมว”ก็จะเจอหน้าแรกใน google เลย

- Video Marketing ปัจจุบันวีดีโอถือเป็นอีกช่องทางสำคัญอันหนึ่งที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ด้วยการนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาของแบรนด์ เพื่อทำให้เกิดความน่าสนใจ และทำให้เกิดการรับรู้มากขึ้น เช่น โรงแรมแมวคืออะไร?? พร้อมทั้งถ่าย Video การบริการของโรงแรมเรามีอะไรบ้าง

- Social Media เช่น Facebook, Instagram, Youtube, LINE@ และอื่นๆ อีกมากมาย อย่างที่ทราบกันดีว่า 2 ช่องทางสื่อสารหลักเห็นจะไม่พ้นFacebook และ LINE@ ข้อดีก็คือสามารถเผยแพร่ Content ได้หลากหลายรูปแบบทั้ง ข้อความ รูปภาพ วีดิโอ หรือการ Live สด อาจจะเป็นการ Live ว่าโรงแรมแมวเรามีบรรยากาศเป็นอย่างไร มีขั้นตอนการให้บริการอย่างไร สะอาดหรือไม่ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้ลูกค้าสามารถใช้ประกอบการตัดสินใจได้เร็วขึ้น

4.2 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย

- Promotion ข้อเสนอพิเศษต่าง ๆ ในรูปแบบของ Voucher และ Coupon เช่น มีส่วนลดพิเศษ 10 % สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการกับเราเป็นครั้งแรก ฯลฯ

- Social Network/Share ให้ลูกค้าเช็คอินพร้อมรีวิวการใช้บริการโรงแรมรับฝากแมวของเราว่าลูกค้าได้รับประสบการณ์อย่างไร อาจจะจูงใจด้วยส่วนลดเพื่อให้ลูกค้าท่านอื่นเห็นการรีวิว การบริการของเราไปในตัวและสนใจอยากจะพาน้องแมวมาใช้บริการของโรงแรมแมวเรา

- การจัดกิจกรรมบน Social Media เช่น การจัดกิจกรรมให้ผู้ติดตาม Like Comment หรือ Share โพสต์รูปแมวของตัวเองพร้อมเหตุผลว่าทำไมถึงอยากพาแมวใช้บริการโรงแรมเรา เหตุผลไหนดีโดนใจรับรางวัลวอยเชอร์ฟรีที่พักน้องแมว 1 ซึ่งการที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม Like Page หรือร่วมกิจกรรมกับเรา ก็จะทำให้แบรนด์ได้ผู้ติดตามมากขึ้น และการ Share ก็จะทำให้โพสต์ของแบรนด์กระจายออกไปวงกว้างขวางมากขึ้น

4.3 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

- จะใช้ Outbound Marketing หรือการใช้การตลาดแบบผลัก โดยประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media ต่าง ๆ ซึ่งข้อดีของการประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์ก็คือ สามารถใช้งบประมาณที่ต่ำได้อย่างแม่นยำ เช่น ใน Facebook ก็จะให้กลุ่มทาสแมว เพจทูนหัวของบ่าว หรือเพจโครงการรักแมว ปันน้ำใจให้แมวจร ซึ่งเป็น Page ดังใน Facebook ช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้

4.4 กลยุทธ์การตลาดโดยตรง

-จ้าง Influencer เพื่อ Review สินค้า หรือการสปอร์นเซอร์สินค้า ให้ Influencer หรือผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มเป้าหมายของเรา Review ว่ามีจุดเด่นจุดด้อยอะไรบ้างเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือกับการให้บริการ เช่น คุณซันนี่ สุวรรณเมธานนท์ เป็น 1 ในทาสแมวที่มีคนติดตามเยอะมาก อาจจะให้เขามาช่วย Review การบริการของเรา

- นำโบรชัวร์ ของธุรกิจเราไปวางตามคลินิกรักษาสัตว์หรือแจกที่งาน Pet Expo งานมหกรรมเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ถือว่าเป็นกลยุทธ์การตลาดโดยตรงเพราะเป็นสถานที่ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะต้องมาใช้บริการอยู่แล้ว

4.5 กลยุทธ์การขายโดยบุคคล

- เช่น งาน Pet Expo จะมีพนักงานและสัตวแพทย์คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องการดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยงทั่วไป เจ้าของสัตว์เลี้ยงสามารถเข้ามารับบริการต่างๆ ที่บูธเราได้ ไม่ว่าจะเป็นสุนัข แมว และสัตว์เลี้ยงทั่วๆไป เรามีทีมสัตวแพทย์เฉพาะทาง ที่พร้อมให้คำแนะนำตลอด นอกจากนี้ ยังมีแพ็คเกจสำหรับเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่ให้เฉพาะในงานนี้เท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นแพ็คเกจการพาน้องแมวมาพักที่โรงแรมเรา บริการอาบน้ำ-ตัดขน หรือการทำสปา โดย 30 รายแรกที่เข้ามาเช็คอินที่บูธและซื้อการบริการดังกล่าวจะได้ส่วนลดทำ 20% พร้อมรับของสมนาคุณ อาทิ Gift set อาหารและขนมสำหรับสุนัขและแมว

ข้อเสนอแนะ

1. เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมรับฝากแมว Lucky Cat Hotel สามารถดำเนินธุรกิจไปอย่างมีประสิทธิภาพควรมีการสร้างพันธมิตรในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจเดียวกันเพื่อสร้างความเข้มแข็ง มีการเข้าร่วมกลุ่มเพื่อจัดงานแสดงสินค้าและบริการสำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

2. ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้การสนับสนุนและผลักดันธุรกิจ SMEs ไทยให้เทียบเท่ากับนานาประเทศ พร้อมทั้งช่วยประชาสัมพันธ์ธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

เอกสารอ้างอิง

ประชาชาติธุรกิจ. (พฤษภาคม 2563).ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงโตสวนกระแสแนะผู้ประกอบการใช้ FTA หนุนส่งออก. ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2563, จาก https://www.prachachat.net/economy/news-459662

Marketeer. (พฤศจิกายน 2562).ตลาดสัตว์เลี้ยง เพื่อนแก้เหงา เติบโตเท่าไร.ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2563, จาก https://marketeeronline.co/archives/130973

ฐานเศรษฐกิจ. (พฤษภาคม 2563).อาหารสัตว์เลี้ยงขยายตัวช่วงโควิด แนะผู้ประกอบการแปรรูป.ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2563, จาก https://www.thansettakij.com/content/Macro_econ/432919

แนวหน้า. (พฤษภาคม 2562).ธุรกิจสัตว์เลี้ยงมาแรง เงินหมุนเวียนกว่า 3.5 หมื่นล้าน.ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2563, จาก https://www.naewna.com/business/412498

กรุงเทพธุรกิจ. (พฤษภาคม 2563) . 'กรมเจรจาฯ' ชี้ 'อาหารสัตว์เลี้ยง' ยังเติบโตดี.ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2563, จาก https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/879186

siampets. (เมษายน 2560). 'ก่อนลงทุน เปิดโรงแรมแมว Cat Hotel คุณต้องรู้อะไรบ้าง ? . ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2563, จาก https://siampets.blogspot.com/2019/06/Cat-Hotel-Business.html

เส้นทางเศรษฐีออนไลน์. (มิถุนายน 2561). รีโนเวตห้องแถวเก่า ทำ “โรงแรมแมว” ลูกค้าต่อคิวเพียบ!. ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2563, จาก https://www.sentangsedtee.com/exclusive/article_80226

เดลินิวส์. (ธันวาคม 2560) . โรงแรมแมว บริการรับฝาก...แนวโน้มดี. ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2563, จาก https://www.dailynews.co.th/article/615969

The Bangkok Insight. (มกราคม 2563) . มาแล้ว!! “โรงแรมแมว” รพส.ทองหล่อ เอาใจ”ทาสแมว”. ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2563, จาก https://www.thebangkokinsight.com/270524/

moscsp.ru. (ตุลาคม 2562) . วิธีเปิดโรงแรมเพื่อสัตว์: แผนธุรกิจพร้อมการคำนวณ ธุรกิจระยะยาว - โรงแรมสำหรับสัตว์. ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2563, จาก https://moscsp.ru/th/kak-otkryt-gostinicu-dlya-zhivotnyh-biznes-plan-sraschetami.html