

สารนิพนธ์  
เรื่อง  
แผนธุรกิจบุญบันดาล 360 องศา

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วันที่ 10 ตุลาคมพ.ศ. 2557



นางสาวกนิษฐา สุขนทหงส์  
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์  
Ph.D. (International Business)  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง  
Ph.D. (Human Resource Management)  
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.  
คณบดี  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวิวงศ์  
Ph.D. (Engineering Management)  
กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจ งบประมาณ 360 องศา ฉบับนี้ สำเร็จเรียบร้อยได้ด้วยความอนุเคราะห์ จากบุคคลหลายๆท่าน ที่มีต่อผู้ศึกษาเป็นอย่างดี ซึ่งได้รับความช่วยเหลือ สนับสนุน โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ รวมถึงชี้แนะข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆให้เรียบร้อย รวมถึงการเอาใจใส่มาโดยตลอด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิศารุ้งเรือง ที่กรุณาสละเวลา มาเป็นประธานและกรรมการสอบสารนิพนธ์ ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ และประสบการณ์ซึ่งผู้ศึกษาได้นำมาประกอบการค้นคว้า และขอขอบคุณแหล่งข้อมูล รวมถึงผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติม ในเรื่องของธุรกิจทำบุญ และความรู้ด้านการตลาด ซึ่งช่วยสนับสนุนให้การศึกษาในครั้งนี้ได้สำเร็จลุล่วงได้

ท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณบุคคลในครอบครัว ที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนในเรื่องของการศึกษาเสมอมา และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่วิทยาลัยการจัดการมหิดล และเพื่อนๆนักศึกษาปริญญาโททุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกมาโดยตลอดระยะเวลาการศึกษา

กนิษฐา สุคนธ์หงส์

## บทสรุปผู้บริหาร

“การบนบาน” และ “การแก้บน” ทั้ง 2 เรื่องนี้ สำหรับคนต่างชาติที่ไม่ใช่คนไทยแล้วนั้น อาจจะดูเหมือนว่าเรื่องดังกล่าวนี้ดูเป็นเรื่องงมงาย ไร้สาระ ที่พิสูจน์ไม่ได้ด้วยหลักการทางวิทยาศาสตร์ แต่ถ้าสำหรับชาวไทยแล้ว การบนบานและการแก้บน ถือว่าจะเป็นเรื่องใกล้ตัวสำหรับคนไทยเป็นอย่างมาก อาจจะเรียกได้ว่าเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับการดำเนินชีวิตของคนไทยในสังคมมาอย่างยาวนานก็ว่าได้ เพราะการบนบานนั้นเป็นพฤติกรรมปกติอย่างหนึ่งของคนไทยโดยทั่วไป ที่แสดงออกถึงความเชื่อ ความศรัทธาต่อผีसाงเทวดา หรือว่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อันอาจจะเป็นพระพุทธรูป เทพเจ้า หรือศาลเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ต่างๆ ที่ตนเองเคารพและหวังให้เป็นที่พึ่งพาทางใจ

ในปัจจุบันกล่าวได้ว่ามีพุทธศาสนิกชนที่ให้ความสนใจในการเข้าวัดเพื่อทำบุญในวันสำคัญทางศาสนาเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทยกว่าร้อยละ 90 นั้นนับถือศาสนาพุทธ และประเทศในแถบเอเชียโดยส่วนใหญ่อย่างประเทศลาว ก็มีประชากรกว่าร้อยละ 75 นับถือศาสนาพุทธ ประเทศพม่ามีประชากรกว่าร้อยละ 90 ที่นับถือศาสนาพุทธเช่นเดียวกัน และมีลักษณะการทำบุญที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้ธุรกิจสังฆทานและชุดสังฆภัณฑ์นั้น อาจเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูง และน่าจับตามอง จากการสำรวจข้อมูลในช่วงเทศกาลวันมาฆบูชาที่ผ่านมาพบว่า ในช่วงเทศกาลวันมาฆบูชาส่งผลให้ตลาดรวมของธุรกิจสังฆทานและชุดสังฆภัณฑ์มีความคึกคักมากขึ้น และคาดว่าจะส่งผลให้ยอดขายเติบโตกว่า 20-30% จากช่วงปกติ ซึ่งเห็นได้จากกลุ่มลูกค้าที่จับจ่ายซื้อสินค้าในช่วงวันหยุดตามห้างสรรพสินค้าและร้านตัวแทนจำหน่ายเครื่องสังฆภัณฑ์ (ข้อมูลจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 2557)

การเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมปัจจุบันมีผลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์อยู่มาก ทั้งในด้านความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน การทำงานแข่งขันกับเวลา ความเหนื่อยล้าจากการจราจรที่ติดขัด ปัจจัยดังกล่าวจึงกลายเป็นช่องว่างของบริษัทในรูปแบบดิจิทัล

บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จึงขอเสนอทางเลือกให้กับลูกค้าที่ต้องการความถูกต้องในการไหว้พระ ขอมพร สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รวมถึงการแก้บน และไม่มีเวลา เนื่องจากการจัดเตรียมชุดทำบุญไหว้พระ ขอมพร สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และแก้บน ในแต่ละครั้งจะมีขั้นตอนการเตรียมของที่ยุ่งยาก และเสียเวลา อีกทั้งการจราจรในปัจจุบันที่ไม่เป็นใจให้เดินทางไปตามห้างสรรพสินค้า รวมถึงยังเสียเวลากับการหาที่จอดรถ ทางบริษัทฯ ได้มีการจัดชุดไหว้พระขอมพร ที่มีความถูกต้อง

## บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

และมีการนำส่งสินค้าและบริการจนถึงมือลูกค้า โดยมีการรับประกันเวลาส่งในเวลาที่เหมาะสมตามที่ลูกค้าต้องการ โดยกลยุทธ์หลักที่กำหนดคนั้น ได้กำหนดผ่าน Marketing Mix 4Ps) ซึ่งได้แก่ ในส่วนของผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่าย, และกิจกรรมส่งเสริมการขาย

รูปแบบของธุรกิจ บุญบันดาล 360 องศา เป็นแบบ Business to Customer เน้นช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ เป็นหลัก เพื่อตอบโจทย์ให้กับลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบายที่ต้องการความถูกต้องในการไหว้พระ ขอพร สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และแก้บนและลดความยุ่งยากในการจัดเตรียมของทำบุญในการไหว้พระแต่ละครั้ง

ทางผู้จัดทำจึงได้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ โดยคาดการณ์วงเงินเริ่มต้นที่จะใช้ในการจัดตั้งบริษัทอยู่ที่ 3,000,000 บาท ส่วนผลตอบแทนของการลงทุนในครั้งนี้คาดว่าบริษัทจะมีระยะเวลาคืนทุนและทำกำไรได้ภายใน 5 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ : NPV (คิดที่อัตราคิดลด 10% ในระยะเวลา 3 ปี) เท่ากับ 2,701,167.87 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 75.1%

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฉ
<b>บทที่ 1 ความเป็นมาของธุรกิจ</b>	<b>1</b>
ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ	1
ความน่าสนใจในธุรกิจ	2
รายละเอียดผลิตภัณฑ์	4
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ	5
วิสัยทัศน์	6
พันธกิจ	6
เป้าหมายทางธุรกิจ	7
กลยุทธ์ทางธุรกิจ	7
<b>บทที่ 2 ลักษณะและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ</b>	<b>8</b>
ภาพรวมอุตสาหกรรมในประเทศไทย	8
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	10
การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ - Five Forces)	14
การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก	17
<b>บทที่ 3 แผนการตลาด</b>	<b>21</b>
เป้าหมายทางการตลาด	21
สมมติฐานในการพยากรณ์ยอดขาย	21
การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	22

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
กลยุทธ์ทางการตลาด	24
กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)	24
กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	28
กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	30
กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย (Promotion)	31
<b>บทที่ 4 แผนการดำเนินงานและการผลิต</b>	<b>33</b>
ทำเลที่ตั้ง	33
กระบวนการจัดซื้อสินค้าและส่งมอบให้ลูกค้า	34
การบริหารสินค้าคงคลังคลัง	34
<b>บทที่ 5 แผนการบริหารและจัดการองค์กร</b>	<b>36</b>
รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	36
ลักษณะการบริหารงาน	36
แผนผังโครงสร้างองค์กร	37
<b>บทที่ 6 แผนการเงิน</b>	<b>40</b>
สมมติฐานทางการเงินและบัญชี	40
งบต้นทุนโครงการ	41
งบกำไรขาดทุนโดยประมาณ	45
งบดุลโดยประมาณ	46
งบกระแสเงินสดโดยประมาณ	47
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	48
การคำนวณมูลค่าสุทธิและผลตอบแทนการลงทุน	48
การจัดการความเสี่ยง	49
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>52</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>53</b>

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
กลยุทธ์ทางการตลาด	24
กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)	24
กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	28
กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	30
กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย (Promotion)	31
<b>บทที่ 4 แผนการดำเนินงานและการผลิต</b>	<b>32</b>
ทำเลที่ตั้ง	32
กระบวนการจัดซื้อสินค้าและส่งมอบให้ลูกค้า	33
การบริหารสินค้าคงคลังคลัง	33
<b>บทที่ 5 แผนการบริหารและจัดการองค์กร</b>	<b>35</b>
รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	35
ลักษณะการบริหารงาน	35
แผนผังโครงสร้างองค์กร	36
<b>บทที่ 6 แผนการเงิน</b>	<b>39</b>
สมมติฐานทางการเงินและบัญชี	39
งบต้นทุนโครงการ	40
งบกำไรขาดทุนโดยประมาณ	44
งบดุลโดยประมาณ	45
งบกระแสเงินสดโดยประมาณ	46
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	47
การคำนวณมูลค่าสุทธิและผลตอบแทนการลงทุน	47
การจัดการความเสี่ยง	48
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>51</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>52</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ตารางเม็ดเงินทำบุญสะพัตแยกตามรายภาค	12
2 เงินสะพัตในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการทำบุญแยกรายภาค (ล้านบาท)	13
3 การแข่งขันและคู่แข่ง เปรียบเทียบทางด้านคุณภาพ	23
4 การแข่งขันและคู่แข่ง เปรียบเทียบทางด้านความหลากหลายของสินค้าและบริการ	23
5 การแข่งขันและคู่แข่ง เปรียบเทียบทางด้านราคาของสินค้าและบริการ	23
6 แสดงราคา ชุดไหว้พระ ขอพร ประกอบด้วย รูปควันน้อย, เทียนขี้ผึ้งและกำ อธิษฐาน	29
7 แสดงราคาชุดผักภัตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ	29
8 แสดงราคาชุดสังฆทานของใช้ / ชุดสังฆทานอาหารเสริม	29
9 แผนการบริหารงาน	37
10 งบต้นทุนโครงการ	40
11 สถิติประชากรกรุงเทพมหานครที่มีการประกอบกิจการทางศาสนา	41
12 สถิติประชากรกรุงเทพมหานครที่มีการประกอบกิจการทางศาสนาในวันสำคัญ ทางศาสนา (วันมาฆบูชา/วิสาขบูชา/อาสาฬหบูชา) และวันประเพณี	42
13 ประมาณการรายได้ต่อปี	42
14 รายละเอียดต้นทุนสินค้าขาย	43
15 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	43
16 ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	43
17 งบกำไรขาดทุนโดยประมาณ	44
18 งบดุลโดยประมาณ	45
19 งบกระแสเงินสดโดยประมาณ	46
20 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	47



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพความศรัทธาของผู้คนที่มีต่อหลวงพ่อโศธร	9
2	ประชาชนที่ไปขอพร สักการะ เสด็จพ่อ ร. 5 บริเวณหน้าลานพระบรมรูปทรงม้า	10
3	โครงสร้างการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันใช้หลักการ Five Force Model	14
4	การวางตำแหน่งสินค้าและบริการ บุญบันดาล 360 องศา	24
5	ชุดตัดกบาตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ	26
6	ชุดสังฆทานเครื่องใช้/อาหารเสริม สำหรับพระสงฆ์	28
7	ช่องทางการจัดจำหน่ายของ บุญบันดาล 360 องศา	30
8	ตัวอย่างพื้นที่สำหรับโชว์สินค้า	32
9	แผนผังโครงสร้างองค์กร บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด	36

## บทที่ 1

### โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

#### ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ

ในอดีตมนุษย์มีความเชื่อและความหวาดกลัวต่อปรากฏการณ์ทางธรรมชาติต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นฟ้าผ่า ฟ้าร้อง สุนัขปรายตา จันทรุปราคา เป็นต้น ซึ่งมนุษย์ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเกิดจากสิ่งใด เนื่องจากยังไม่มีหลักการทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการพิสูจน์ความจริงในสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน มนุษย์จึงมีการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเป็นการลดความหวาดกลัว และเพื่อหาสิ่งคุ้มครองตนเองให้ปลอดภัย การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นวัฒนธรรมทางความคิดที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อก่อให้เกิดความมั่นคงทางด้านจิตใจ เนื่องจากความสุขที่เกิดขึ้นในจิตใจนั้นเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

สืบเนื่องจากความเชื่อและความศรัทธาของผู้คนในปัจจุบันเกี่ยวกับความศรัทธาที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อันส่งผลต่อการดำเนินชีวิต อาจเป็นเพราะมนุษย์โดยทั่วไปยังมีความปราถนาในเรื่องลาภยศสรรเสริญและความสุข ความเชื่อถือในอำนาจที่ช่วยคลายทุกข์ บารมีอันคุ้มครองให้เกิดความสุข และอสังขระย์บันดาลที่คลให้เกิดความสำเร็จรุ่งเรือง จึงเป็นสิ่งร้อยรัดจิตใจของผู้คนไว้อย่างแน่นเหนียว เมื่อใดที่เกิดความสิ้นหวังหรือทุกข์ร้อนในชีวิต ชาวบ้านมักใช้ชีวิตบนบานศาลกล่าว กับหลวงพ่อกับ หรือ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ ที่ตนเคารพนับถือ เพื่อให้ได้สิ่งอันต้องประสงค์หรือเพื่อจัดความทุกข์นั้น ครั้นเมื่อตนได้สิ่งอันประสงค์ ความเลื่อมใสศรัทธาก็ยิ่งทวีมากขึ้น จึงเห็นได้ว่า ในประเทศไทย มีการประกอบพิธีทางศาสนาเป็นประจำ

“การบนบาน” และ “การแก้บน” ทั้ง 2 เรื่องนี้ สำหรับคนต่างชาติที่ไม่ใช่คนไทยแล้วนั้น อาจจะดูเหมือนว่าเรื่องดังกล่าวนี้ดูเป็นเรื่องงมงาย ไร้สาระ ที่พิสูจน์ไม่ได้ด้วยหลักการทางวิทยาศาสตร์ แต่ถ้าสำหรับชาวไทยแล้ว การบนบานและการแก้บน ถือว่าเป็นเรื่องใกล้ตัวสำหรับคนไทยเป็นอย่างมาก อาจจะเรียกได้ว่าเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับการดำเนินชีวิตของคนไทยในสังคมมาอย่างยาวนานก็ว่าได้ เพราะการบนบานนั้นเป็นพฤติกรรมปกติอย่างหนึ่งของคนไทยโดยทั่วไป ที่แสดงออกถึงความเชื่อ ความศรัทธาต่อผีसाงเทวดา หรือว่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อันอาจจะเป็นพระพุทธรูป เทพเจ้า หรือศาลเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ต่างๆ ที่ตนเองเคารพและหวังให้เป็นที่พึ่งพาทางใจ

สำหรับ “การบนบาน” นั้นเป็นการไปขอความช่วยเหลือจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และมีการให้คำมั่นสัญญาต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ว่าจะให้บางสิ่งบางอย่างที่เชื่อ หรือคาดว่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้นๆ โปรดปราน เป็นเครื่องตอบแทน ซึ่งเมื่อสัมฤทธิ์ผลแล้วก็ต้องมีการทำตามคำสัญญาที่ได้ตั้งจิตอธิษฐานไว้ โดยมีการนำเครื่องตอบแทนที่วางนั้นมาให้ตามที่บนบานไว้ ซึ่งเรียกว่าเป็น “การแก้บน” นั้นเอง และ “การแก้บน” ต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในแต่ละสถานที่นั้น ก็มักจะมีเรื่องราวและรูปแบบของการแก้บนแบบต่างๆ ที่หลากหลาย อย่างเช่น การบนถวายดอกไม้ ถวายไข่มุก หัวหมู ถวายละครรำ หรืออะไรอื่นๆ อีกมากมายตามแต่ละบุคคลที่จะทำการบนบานและแก้บนกัน และการแก้บนก็อาจจะมีเรื่องราวของการแก้บนแบบแปลกๆ ที่มีความน่าสนใจอยู่ไม่น้อย อย่างเช่นการแก้บนที่ “วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร” ซึ่งที่นี่มีการแก้บนแบบแปลกๆ เฉพาะท้องถิ่นที่ชาวบ้าน ซึ่งเป็นชุมชนริมคลองบางกอกน้อยนับถือปฏิบัติสืบต่อกันมาอย่างยาวนาน

### ความน่าสนใจในธุรกิจ

ในเมืองไทยมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครองมากมาย จนบางครั้งมีชื่อเสียงร่ำลือไปถึงต่างประเทศ ดึงดูดให้ผู้คนที่มีความเลื่อมใสเดินทางข้ามน้ำข้ามทะเลมากราบไหว้ขอพรตลอดเวลา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียงในวงกว้าง เช่น “หลวงพ่อโสธร” ความศักดิ์สิทธิ์ขององค์หลวงพ่อบ้าน เวลาที่ใครทุกข์ร้อนก็จะบนบานขอพรจากหลวงพ่อ ให้บิณฑบาตให้หายป่วย “หลวงพ่อบ้างแดง” เป็นพระพุทธรูปปางสมาธิ สร้างด้วยโลหะสัมฤทธิ์ สิ่งที่น่าสนใจคือ ที่ปากของหลวงพ่อบ้างแดงสดเหมือนมีผู้นำปลีสดไปทาไว้ ผู้เฒ่าผู้แก่ย่านนั้นยืนยันว่าเห็นท่านปากแดงแบบนี้มาตั้งแต่เกิด แม้แต่ปู่ย่าตายายของท่านเหล่านี้ก็บอกว่าเห็นท่านปากแดงแบบนี้มาตั้งแต่เกิดเหมือนกัน ของที่นำมาบูชาท่าน รูป เทียน ดอกไม้ กล้วย และหมากพลู “สมเด็จพระเจ้าตากสิน” ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ที่ทรงเปี่ยมไปด้วยความกล้าหาญ ความเมตตาและเสียสละต่อประชาชนชาวไทยอย่างหาที่เปรียบมิได้ เรื่องที่บนบานนั้น ส่วนมากที่จะได้นั้นเป็นทุกเรื่องที่ดีคือร้อน “พระบรมรูปทรงม้า หรือ เสด็จพ่อ ร. 5” คนที่มาไหว้นั้นมีความเชื่อในการพระราชทาน ให้มีโชคลาภในการประกอบอาชีพ งานที่ทำสะดวกคล่อง การปลดหนี้ หรือถูกรังแก ค้าขาย เมตตามหานิยม “กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ (เสด็จเตี่ย)” ผู้วางรากฐานกิจการกองทัพเรือและก่อตั้งโรงเรียนนายเรือจนได้รับขนานนามว่า “พระบิดาของทหารเรือไทย”

อันที่จริงแล้ว ยังมีอีกหลายสถานที่ๆ คนไทยนิยมจัดโปรแกรมทัวร์ไปไหว้พระเพื่อความสิริมงคล ก็ด้วยความที่สถานที่เหล่านั้นมีชื่อเป็นต่อ และมีความหมายเป็นมงคล ได้แก่

ศาลหลักเมือง (ตัดเคราะห์ ต่อชะตา ให้มีบุญวาสนาบารมี), ศาลเจ้าพ่อเสือ (เสริมอำนาจบารมี), วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร (เดินทางปลอดภัย มีมิตรที่อยู่รอบกาย), วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร (คุ้มครองให้แคล้วคลาดปลอดภัย เอาชนะอุปสรรคทั้งปวง), วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร หรือวัดโพธิ์ (อยู่ร่มเย็นเป็นสุข), วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือวัดพระแก้ว (มีจิตใจผ่องใสบริสุทธิ์ตั้งรัตนไตร), วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร (ให้มีชื่อเสียงและมีคนนิยมชมชอบ), วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร (มีวิสัยทัศน์กว้างไกล), วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร (มีชีวิตรุ่งโรจน์สดใส), วัดบวรนิเวศวิหาร (พบแต่สิ่งดีงามเลิศ), วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร (มีความคิดที่เป็นสิริมงคล มีความมั่นคงตั้งขุนเขา)

แนวโน้มของการสร้างวัดวาอารามที่เพิ่มขึ้นในประเทศไทย (อ้างอิงจากการเก็บข้อมูลสถิติจำนวนวัดในประเทศไทย ที่ได้มาจากหนังสือข้อมูลพื้นฐานทางพระพุทธศาสนา ของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ประกอบกับข้อมูลบางส่วนจาก [www.dhammathai.org](http://www.dhammathai.org) ตั้งแต่ปี 2547-2555 เป็นเวลา 9 ปี พบว่าจำนวนวัดในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี จากจำนวน 40,717 วัด ในปี 2547 มาเป็น 43,810 วัด ในปี 2555 เพิ่มขึ้น 3,093 วัดใน 9 ปี เฉลี่ยมีวัดเพิ่มขึ้นทุกปี ปีละ 344 วัด) ก็จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการกำหนดความต้องการไหว้พระทำบุญในอนาคต เนื่องจากวิถีชาวพุทธที่ต้องไหว้พระ ทำบุญเป็นประจำ อีกทั้งเรื่องของการทำบุญไหว้พระ ขอพรเสริมดวง ก็ดูเหมือนจะมีอิทธิพลต่อคนในปัจจุบันมากขึ้น จากการสำรวจพบว่า การสวดมนต์วันรูปเป็นจำนวนมาก และเป็นระยะเวลาาน สามารถก่อให้เกิดโรคมะเร็งปอดได้ ดังนั้น เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องใช้รูปเป็นประจำ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อีกทั้งยังเล็งเห็นถึงพฤติกรรมและความเชื่อของคนไทยเรื่องของการบนบานขอสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามสถานที่ต่างๆ ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก

การดักบาตรเป็นประเพณีอย่างหนึ่งที่ชาวพุทธยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล ชาวพุทธเชื่อกันว่าเป็นการสร้างกุศลและแผ่กุศลให้กับญาติผู้ล่วงลับ ทำให้หลายคนเลือกสรรอาหารที่รสชาติอร่อยหรือเป็นของโปรดของแต่ละบุคคล จนลืมนำถึงปัญหาสุขภาพของพระภิกษุที่จะตามมาจากการใส่บาตรที่ไม่ได้โภชนาการ ผลการสำรวจสุขภาพพระสงฆ์จากทั่วประเทศว่า พระสงฆ์เกินครึ่งมีปัญหาด้านสุขภาพ โดยเฉพาะอาการเจ็บป่วยจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจขาดเลือด ภาวะไขมันในเลือดสูง และยังพบว่าพระสงฆ์เกือบครึ่งมีน้ำหนักเกินเกณฑ์มาตรฐาน โดยมีการศึกษาพบว่าสาเหตุหนึ่งที่ทำให้พระสงฆ์อาพาธเป็นโรคเรื้อรัง อาจเกิดจากอาหารที่ประชาชนนิยมนำมาใส่บาตร ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นอาหารไขมันสูง หรือเป็นอาหารที่ไม่ถูกหลักอนามัย พร้อมกันนี้ยังพบว่าพระสงฆ์ดื่มกาแฟและเครื่องดื่มชูกำลังในระดับเกินความเหมาะสม

สังฆทานเป็นวิธีการทำบุญอย่างหนึ่งของพุทธศาสนิกชนซึ่งเป็นพิธีกรรมที่สืบทอดกันมายาวนานตั้งแต่สมัยพุทธกาล คือ ในช่วงต้นพุทธกาลพระนางมหาปชาบดี ซึ่งเป็นพระแม่น้า ทรงต้องการถวายผ้าจีวรแก่พระพุทธองค์ แต่พระพุทธองค์ทรงแนะนำให้พระนางถวายแก่พระสงฆ์ โดยทรงให้รรดาธิบายว่า เมื่อถวายแก่พระสงฆ์ ย่อมจะมีอานิสงส์มากกว่าถวายแก่พระองค์เป็นการเฉพาะ พระนางมหาปชาบดีโคตรมีทรงอนุวัตตามพุทธคำรัสนั้น ตั้งแต่นั้นมา ชาวพุทธจึงถือกันว่าการถวายสังฆทาน เป็นมหากทานที่ทำให้มีอานิสงส์มาก เพราะเป็นการถวายทานที่ไม่ยึดติดเฉพาะเจาะจงตัวบุคคลซึ่งแสดงถึงความเมตตากว้างขวาง ซึ่งจะเป็นผลทำให้ได้บุญมาก (พระครูปลากรู 2551) กิจกรรมที่สำคัญทางพุทธศาสนามีต่อเนื่องตลอดทั้งปี เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา รวมถึงวันพระอีกด้วย กิจกรรมทางประเพณีไทยต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานศพ ขึ้นบ้านใหม่ ตั้งศาลเจ้าที่ เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้ล้วนมีพิธีทางพุทธศาสนาในพิธีเสมอ ในการทำพิธีทางศาสนาได้มีการถวายสังฆทานแก่พระภิกษุสงฆ์ในการเข้าร่วมในพิธีทางพุทธศาสนาต้องมีการเตรียมการ ข้าวของเครื่องใช้ในการทำพิธี ซึ่งมีมากมายหลากหลายอย่าง เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป ในสังคมเมือง ผู้คนต่างมีภาระในการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างมาก ทำให้มีเวลาน้อยลง ดังนั้นด้วยสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ความเร่งรีบในชีวิตประจำวันและเวลาที่จำกัด อีกทั้งต้องการความสะดวกสบาย ประกอบกับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าบรรจุในชุดสังฆทานที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน ก็อาจจะทำให้ผู้บริโภคใส่ใจการเลือกซื้อชุดสังฆทานเพิ่มขึ้น การที่จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินธุรกิจได้ในระยะยาว สิ่งสำคัญคือการเน้นในเรื่อง “คุณภาพของสินค้า” ถือเป็นหัวใจหลักของธุรกิจสังฆทาน เนื่องจากในอดีตการทำธุรกิจสังฆทานที่ประสบปัญหาสินค้าหมดอายุ หรือสินค้าบางอย่างไม่เหมาะสมกับพระสงฆ์ ก่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อธุรกิจสังฆทาน รวมถึงบรรจุภัณฑ์ของชุดสังฆทานก็เช่นเดียวกัน โดยส่วนใหญ่จะพบว่าชุดสังฆทานจะบรรจุมาในลักษณะของถังน้ำสี่เหลี่ยม หรือสี่เหลี่ยม อีกทั้งสินค้าทุกอย่างได้ถูกบรรจุลงไปจนถึงสังฆทานเรียบร้อยแล้ว บางวัดมีถังสังฆทานพลาสติกเหลือใช้เยอะมาก จนทางวัดต้องนำออกไปจำหน่าย

### รายละเอียดผลิตภัณฑ์

จากความน่าสนใจและโอกาสข้างต้น ทางบริษัทฯ จึงมีแนวคิดที่จะทำธุรกิจบริการ ชุดทำบุญสำหรับไหว้พระ ขอมพร และสะเดาะเคราะห์ ชุดตักบาตร และชุดสังฆทานของใช้/สังฆทานอาหารเสริม ซึ่งในแต่ละผลิตภัณฑ์จะมีความแตกต่างจากสินค้าที่มีอยู่ในท้องตลาด ได้แก่ ชุดทำบุญ

ไหว้พระขอพร ประกอบไปด้วย รูปหอมจากธรรมชาติ ควันน้อย และเทียนจี๊ซิ่ง พร้อมกับบทสวด และคำอธิษฐานที่ถูกต้องรวมไปในแพคเกจ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และตอบโจทย์ให้กับลูกค้า ที่ที่ไม่มีความรู้ในเรื่องของการไหว้พระ ขอพรอย่างถูกต้อง และต้องการความสะดวกสบาย ยกตัวอย่างเช่น การไปไหว้เพื่อขอพรพระตรีมูรติ มีอะไรที่ต้องจัดเตรียมบ้าง มีบทสวดพิเศษอย่างไร และต้องไปช่วงเวลาใดจึงจะเหมาะสม รวมทั้งคำอธิบายต่างๆใส่เข้าไปในแพคเกจให้ลูกค้าด้วย (พร้อมกันนี้ จึงได้แนบตัวอย่างของบทสวดมนต์ และสิ่งที่จะต้องเตรียมมาด้วย) เช่น หากต้องการ ไหว้พระตรีมูรติ จะต้องเตรียมสิ่งของต่างๆดังนี้ 1.กุหลาบสีแดง 9 ดอก / พวงมาลัยดอกกุหลาบ 1 พวง ( เป็นสัญลักษณ์แห่งความรัก หรืออีกนัยหนึ่งคือเป็นสัญลักษณ์ของ โลภะ ความเป็นมงคลและ พลังชีวิต ) 2. รูปสีแดง 9 ดอก 3. เทียนสีแดง 1 เล่ม ( คน โสด ) เทียน 1 คู่ ( สำหรับคนที่มีคู่อยู่แล้ว และจะถือเคล็ดด้วยการต้องประกบให้เทียนทั้ง 2 เล่ม แนบชิดกัน เพื่อความแนบแน่นในชีวิตรัก / แต่ หากใครยังไม่มีคู่ อาจสื่อความหมายไปที่ว่า เพื่อไม่ให้ชีวิตรักโดดเดี่ยว มีคู่โดยเร็วไว ) 4.ผลไม้ 5. อาจนำสิ่งของไปบูชาเพิ่มเติมได้ แต่ควรเป็นสีแดง จะดีมาก วันเวลาที่จะไปทำการไหว้ขอพร ไหว้ วันพฤหัสบดี ตอนเช้าเวลา 09.30 น. และ ตอนกลางคืน เวลา 21.30 น. วิธีการในการไหว้ขอพร 1. จุดธูปเทียนแล้วนำเทียนไปปักไว้ตรงจุดที่จัดเอาไว้ 2. นั่งตรงบริเวณด้านหน้าเทวรูป 3. พนมมือขึ้น พร้อมรูปและดอกกุหลาบ / พวงมาลัย รวมถึงมีบทสวดให้ด้วย

อีกทั้งยังมีแนวคิดที่จะจัดทำชุดตักบาตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ และชุดสังฆทานของ ใ้ใช้ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของพระสงฆ์ รวมถึงสังฆทานอาหารเสริม โดยสรรหาของใ้ที่มี คุณภาพ และจำเป็นต่อพระสงฆ์ในแต่ละโอกาสมาจำหน่าย อีกทั้งเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถ เลือกสินค้า และจัดชุด ได้ตามความต้องการอีกด้วย ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ในหลากหลายระดับ ราคา

## รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด ดำเนินธุรกิจโดยการก่อตั้งเป็นบริษัทจำกัด โดยมีผู้ ก่อตั้งจำนวน 6 คน มีความเชื่อและความศรัทธาในการทำบุญ ไหว้พระ ขอพร สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อีกทั้งเล็งเห็นถึงความยุ่งยากในการจัดเตรียมของเพื่อไหว้พระ ขอพร แก่คน ในแต่ละครั้ง มีความ ยุ่งยาก และใช้เวลา ทางบริษัทฯ จึงได้นำเสนอแนวคิด “บริการชุดทำบุญ” รูปแบบใหม่ที่แตกต่าง จากธุรกิจแบบดั้งเดิมที่ลูกค้าจะต้องเดินเข้ามาหาสินค้าในร้านจัดจำหน่าย โดยหัวใจหลักจะอยู่ที่การ ให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภคในเรื่องคุณภาพสินค้าและการบริการที่ตอบสนองต่อความสะดวกสบาย

ของผู้บริโภคก่อนที่จะไปทำการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และความรู้ความถูกต้องในการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในแต่ละสถานที่ที่ตนเคารพนับถือ ทางบริษัทฯจะเป็นผู้จัดหาสินค้าสำเร็จรูปเพื่อนำมาจำหน่าย และบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและสวยงามพร้อมที่จะนำออกจำหน่ายให้แก่ลูกค้า หรือการเลือกซื้อตามความต้องการของลูกค้าได้ตามความพอใจ โดยอาศัยช่องทางหลักในการจัดจำหน่าย คือช่องทางออนไลน์ และ Stand alone shop ซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ และมีบริการจัดส่งถึงที่ (Delivery Services)

ชื่อธุรกิจ: บุญบันดาล 360 องศา

รูปแบบของการจำหน่ายสินค้าและบริการแบ่งออกเป็นดังนี้

1. จำหน่าย รูปหอมควันน้อย และเทียนจีผึ้ง พร้อมคำอธิษฐาน
2. จำหน่าย ชุดدابัตรอาหารแห้ง
3. จำหน่าย ชุดสังฆทานของใช้ / สังฆทานอาหารเสริม
4. จัดท้าวไร้วพระ ขอพร เพื่อสะเดาะเคราะห์ แก้ชง

### วิสัยทัศน์ (Vision)

ONE STOP SERVICE ในการให้บริการ จัดเตรียมชุดไหว้วพระ ขอพร สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ต่างๆ และบริการจัดส่งให้ถึงมือลูกค้าก่อนนำไปไหว้อย่างถูกต้อง ในแต่ละสถานที่ที่ตนเคารพนับถือ และได้รับความนิยม **“นึกถึงเรื่องขอพร นึกถึง “บุญบันดาล 360 องศา”**

### พันธกิจ (Mission)

1. มีความมุ่งมั่นที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพครบถ้วนเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2. ให้คำปรึกษา และนำเสนอบริการที่ครบวงจร
3. มองหาพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมาย

## เป้าหมายทางธุรกิจ (Business Goal)

1. เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)
  - สร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมาย สร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ที่ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในการลงมือทำ เพื่อเป็นอีกทางเลือกสำหรับผู้บริโภค
  - ยอดขายเฉลี่ย ในปีแรกอยู่ที่ 4 ล้านบาท
2. เป้าหมายระยะกลาง (ระยะเวลา 3-5ปี)
  - สร้างความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
  - สร้างยอดขายให้เติบโตขึ้น อย่างน้อยปีละ 10%

## กลยุทธ์ทางธุรกิจ

รูปแบบทางธุรกิจ บุญบันดาล 360 องศา เป็นแบบ Business to Customer เน้นช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์เป็นหลัก เพื่อตอบโจทย์ให้กับลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบาย และต้องการความถูกต้องในการไหว้พระ ขอมพร สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และแก้บน และลดความยุ่งยากในการจัดเตรียมของทำบุญในการไหว้พระในแต่ละครั้ง ดังนั้นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ จึงต้องสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการ (Differentiate) เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในรูปแบบสินค้าและบริการที่โดดเด่น ทางบริษัทฯ จะมีการจัดเตรียมสินค้าที่มีคุณภาพ มีความสดใหม่ รวมถึงแตกต่างจากสินค้าที่มีขายโดยทั่วไปในท้องตลาด อันได้แก่ ชุดไหว้พระ ขอมพร ซึ่งประกอบไปด้วย รูปปั้นน้อย พร้อมเทียนไขผึ้ง และคำอธิษฐาน, ชุดผักบวชอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ, ชุดสังฆทานของใช้ และ ชุดสังฆทานอาหารเสริม รวมถึงทิวไร้วพระ ขอมพร ซึ่งจะนำชุดไหว้พระ ขอมพร ใส่เข้าไปในแพคเกจทิวไร้วด้วย ทั้งนี้การทำการตลาดจะเน้นไปที่การทำ Online Service โดยการทำให้ Website, FACEBOOK, Line, Instagram ซึ่งเป็นช่องทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในโลกปัจจุบัน และในอนาคตมีการวางแผนที่จะติดต่อกับ Net Idol และ Influencer เพื่อมาช่วยทำการตลาดให้สินค้าเป็นที่รู้จักอีกด้วย



## บทที่ 2

### ลักษณะและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

#### ภาพรวมอุตสาหกรรมในประเทศไทย

เนื่องจากศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติ การกราบไหว้บูชาหรือการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาจำเป็นต้องใช้รูปเป็นวัสดุสำคัญ ประกอบกับประเทศไทยมีวัด ศาลเจ้า กิจกรรมที่เกี่ยวกับศาสนาอยู่เป็นจำนวนมาก รวมทั้งการกราบไหว้บูชาพระประจำบ้าน ความต้องการใช้รูปจึงขึ้นอยู่กับกรประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรมดังกล่าว ทั้งนี้ในปัจจุบันปริมาณความต้องการใช้รูปโดยเฉลี่ยมีเป็นจำนวนมากกว่า 1 ล้านดอก ต่อปี สำหรับแนวโน้มในอนาคตขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งความเชื่อถือ ศรัทธาที่มีต่อการประกอบพิธีทางศาสนา ตลอดจนแนวโน้มของการสร้างวัดวาอารามที่เพิ่มขึ้นก็จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการกำหนดความต้องการใช้รูปในอนาคต ขณะเดียวกันรูปเป็นสินค้าประเภทที่ใช้แล้วหมดไปทำให้ความต้องการรูปจะต้องมีอยู่อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งแนวโน้มที่จะส่งออกรูปไปยังประเทศในเอเชียที่มีวัฒนธรรมทางศาสนาใกล้เคียงกับไทย ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่คาดว่าตลาดรูปจะยังคงมีแนวโน้มสดใส

ทุกวันนี้มีคนมากกว่าครึ่งโลก ยึดถือวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีมาแต่โบราณ คือจุดรูปเพื่อสักการะเทพเจ้า เทวดา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ บรรพบุรุษ ในพิธีกรรมต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นงานบุญ งานแต่ง ขึ้นบ้านใหม่ กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ บนบานศาลกล่าวต่าง ๆ ของศาสนาทั้งฮินดูและพุทธศาสนา โดยมีความเชื่อว่าควันหอมนี้เป็นเครื่องบูชาสิ่งที่ตนเคารพสักการะจนอาจจะเรียกได้ว่าเป็น **“สัญลักษณ์แห่งศรัทธา”** เพราะทุกพิธีกรรมเหล่านั้นใช้รูปทั้งสิ้น มีความเกี่ยวพันกันมาตั้งแต่เกิด จนกระทั่งสิ้นลมหายใจ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อจุดบูชาสิ่งที่ตนเคารพสักการะ รวมไปถึงการจุดเพื่อผ่อนคลาย โดยใช้กันทุกวันในทุกห้วงแห่งในปริมาณที่มากจนไม่สามารถคาดเดาได้ว่ามีปริมาณเท่าไร ซึ่งรูปที่ใช้กันอย่างมหาศาลนี้ ในท้องตลาดมีรูปมากมายหลายตราห้อยที่ผลิตออกมาเพื่อจำหน่ายและแข่งขันกัน

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้เคยสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสังฆทาน พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของคนกรุงเทพฯ ในการซื้อเครื่องสังฆทานสำเร็จรูปประมาณเดือนละ 300-500 บาท/ครัวเรือน หรือตกประมาณ 800 ล้านบาท/ปี โดยร้านที่คนกรุงเทพฯ นิยมซื้อเครื่อง

สังฆทานมากที่สุด คือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านจำหน่ายเครื่องสังฆภัณฑ์ รองลงมา คือ ร้านค้าทั่วไปและร้านค้าในวัด ประเมินว่าเม็ดเงินที่กระจายอยู่ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสังฆทานจะมีมูลค่าสูงถึง 10,000 ล้านบาท ในขณะที่สินค้าสังฆภัณฑ์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาเติบโตสูงถึงร้อยละ 10-15 ทุกปี



ภาพที่ 1 ภาพความศรัทธาของผู้คนที่มิต่อหลวงพ่อโสธร



ภาพที่ 2 ประชาชนที่ไปขอพร สักการะ เสด็จพ่อ ร. 5 บริเวณหน้าลานพระบรมรูปทรงม้า

### การวิเคราะห์อุตสาหกรรมภายนอก (External Environment Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก หรือสภาพแวดล้อมระดับมหภาค คือการวิเคราะห์เหตุการณ์ หรือปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และประเมินถึงผลกระทบ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนด และดำเนินกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบันที่สภาพแวดล้อมระดับมหภาคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก อันได้แก่ สภาพแวดล้อมทางประชากรศาสตร์ สภาพแวดล้อมทางสังคม สภาพแวดล้อมทางการเมือง สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ พบว่าสังคมไทยปัจจุบันนี้นิยมเสริมชะตาชีวิตและอนาคตด้วยพิธีกรรม มีการบนบาน บวงสรวงฯ ด้วยความเชื่อว่าสรรพสิ่งมีเทพเจ้าครอบครองอยู่และคุ้มครองรักษา รับรู้การกระทำของมนุษย์ เช่น แม่น้ำ ต้นไม้ ป่า สิงขร อาคารบ้านเรือน เป็นต้น ใน

เมื่อมนุษย์ได้รับผลจากการกระทำที่ตนปรารถนาแล้วก็จะคิดตอบสนองคุณความดีของเทพเหล่านั้น อันเนื่องจากอิทธิพลของพระพุทธรูปศาสนาที่สอนให้กตัญญูต่อบุคคลหรือสิ่งทีให้คุณแก่ตน (อ้างอิง: 2556/พระครูสิริรัตนาวุฒิ รศ.ดร./ การบนบานบวงสรวง : แนวคิด หลักการ อิทธิพลต่อสังคมไทย)

ในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา ก่อนขึ้นปีใหม่ทุกๆ ปี จะมีคำทำนายปีชง ปีใหม่จึงเป็นช่วงเทศกาล “แก้ชง” สถานที่ทางศาสนาหลายๆ แห่งจึงจัดแพคเกจสำหรับการสะเดาะเคราะห์ไว้ตามความเชื่อของโหราศาสตร์ชาวจีน ที่มาจากการจับสังเกตของกลุ่มดาว เชื่อว่าปีชงคือ การมีพลังที่มองไม่เห็นมากระแทกดวงชะตา ดังนั้นจึงต้องทำพิธีสะเดาะเคราะห์ “แก้ชง” เมื่อคนไทยรับเอาความเชื่อ “ปีชง” เข้ามา การมองหาสถานที่ประกอบพิธีกรรมจึงเริ่มตามมา สถานที่ที่กล่าวถึงจะต้องเป็นที่ที่ได้รับความเลื่อมใสของผู้คนอีกด้วย (อ้างอิง: 9 เมษายน 2555/ Thaipublica.org)

อีกทั้งความเครียดจากปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ส่งผลให้เมื่อคนเราเกิดความเครียด หรือมีความทุกข์มากๆ ก็อยากที่จะทำบุญ ไหว้พระ เพื่อสร้างความสบายใจ ซึ่งจะเห็นได้จากผู้คนจำนวนมากทยอยที่หลั่งไหลไปเข้าวัดทำบุญ ทั้งในวันสำคัญทางศาสนา และเทศกาล

ในปัจจุบันกล่าวได้ว่ามีพุทธศาสนิกชนที่ให้ความสนใจในการเข้าวัดเพื่อทำบุญในวันสำคัญทางศาสนากันมากขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทยกว่าร้อยละ 90 นั้นนับถือศาสนาพุทธ และประเทศในแถบเอเชียโดยส่วนใหญ่อย่างประเทศลาว ก็มีประชากรกว่าร้อยละ 75 นับถือศาสนาพุทธ ประเทศพม่ามีประชากรกว่าร้อยละ 90 ที่นับถือศาสนาพุทธเช่นเดียวกัน และมีลักษณะการทำบุญที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้ธุรกิจสังฆทานและชุดสังฆภัณฑ์นั้น อาจเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูง และน่าจับตามอง จากการสำรวจข้อมูลในช่วงเทศกาลวันมาฆบูชาที่ผ่านมาพบว่า ในช่วงเทศกาลวันมาฆบูชาส่งผลให้ตลาดรวมของธุรกิจสังฆทานและชุดสังฆภัณฑ์มีความคึกคักมากขึ้น และคาดว่าจะส่งผลให้ยอดขายเติบโตกว่า 20-30% จากช่วงปกติ ซึ่งเห็นได้จากกลุ่มลูกค้าที่จับจ่ายซื้อสินค้าในช่วงวันหยุดตามห้างสรรพสินค้าและร้านตัวแทนจำหน่ายเครื่องสังฆภัณฑ์ (ข้อมูลจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 2557)

บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด สำรวจ “พฤติกรรมการทำบุญของคนไทย” จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1,291 คน โดยเป็นการสำรวจเชิงคุณภาพในระหว่างวันที่ 1-13 กุมภาพันธ์ 2548 การสำรวจครั้งนี้กระจายกลุ่มตัวอย่างตามภาค โดยแยกตามสัดส่วนของจำนวนประชากรของแต่ละภาค และกระจายตามอายุและเพศ โดยการกระจายอายุและเพศของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสัดส่วนอายุของประชากรในแต่ละภาคตามสถิติประชากรของสำนักงานสถิติแห่งชาติ เนื่องจากพิจารณาเห็นว่าอายุและเพศเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมการทำบุญนั้นแตกต่างกัน ซึ่งจากการสำรวจพบว่าพฤติกรรมการทำบุญของคนไทยทำให้เกิดเม็ดเงินสะพัดในธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ

ทำบุญในแต่ละปีสูงถึง 3,300 ล้านบาท โดยคำนวณจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการไปทำบุญแต่ละครั้ง และความถี่ในการไปทำบุญของคนไทยในแต่ละภาค ซึ่งเม็ดเงินสะพัดนั้นกระจายไปตามธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับประเภทของการทำบุญ

โดยสามารถคำนวณเม็ดเงินสะพัดจากพฤติกรรมการทำบุญของคนไทยแยกตามรายภาคได้ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ตารางที่เม็ดเงินทำบุญสะพัดแยกตามรายภาค

ภาค	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาทต่อคนต่อปี)	เม็ดเงินสะพัด (ล้านบาท)
กรุงเทพฯและปริมณฑล	1,512	760
ภาคกลาง	1,032	750
ภาคเหนือ	672	550
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	492	1,100
ภาคใต้	516	160
เฉลี่ยทั่วประเทศ	804	3,300

ที่มา : โพลล์บริษัท ศูนย์วิจัยกิจการไทย จำกัด

จะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการทำบุญของไทยเท่ากับ 804 บาทต่อคนต่อปี ซึ่งประเมินเป็นเม็ดเงินสะพัดได้ประมาณ 3,300 ล้านบาท โดยคำนวณจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อปีและความถี่ในการไปทำบุญในแต่ละปี ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกตามรายภาคแล้วคนกรุงเทพฯและปริมณฑลเป็นแชมป์ในแง่ของค่าใช้จ่ายในการทำบุญเฉลี่ยต่อคนสูงที่สุด โดยมีค่าใช้จ่ายในการทำบุญเฉลี่ย 1,512 บาทต่อคนต่อปี รองลงมาคือภาคกลาง 1,032 บาทต่อคนต่อปี ภาคเหนือ 672 บาทต่อคนต่อปี ภาคใต้ 516 บาทต่อคนต่อปี และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 492 บาทต่อคนต่อปี อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเม็ดเงินสะพัดในการทำบุญในแต่ละภาคซึ่งคำนวณจากกลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าจะไปทำบุญ และความถี่ในการไปทำบุญของกลุ่มตัวอย่างแล้ว ปรากฏว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเม็ดเงินสะพัดจากพฤติกรรมการทำบุญมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ 1,100 ล้านบาท แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างในภาคตะวันออกเฉียงเหนือระบุว่ามีการทำบุญต่อคนอยู่ในระดับต่ำ แต่ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการทำบุญมากกว่าภาคอื่นๆ รองลงมาคือ กรุงเทพฯและปริมณฑล 760 ล้านบาท ภาคกลาง 750 ล้านบาท ภาคเหนือ 550 ล้านบาท และภาคใต้ 160 ล้านบาท

จากการสำรวจพบว่า มีหลากหลายธุรกิจได้รับอานิสงส์ โดยในแต่ละภาคนั้นแต่ละธุรกิจจะได้รับอานิสงส์มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประเภทของการทำบุญของคนไทยแต่ละภาค ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เงินสะพัดในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการทำบุญแยกภูมิภาค (ล้านบาท)

	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	กลาง	เหนือ	ตะวันออก เหนือ	ใต้	เฉลี่ยทั้ง ประเทศ
ใส่บาตร	160.36	159.00	143.55	262.90	37.60	742.50
ถวายสังฆทาน	153.52	163.5	102.85	227.70	25.60	656.70
กฐิน/ผ้าป่า	101.08	113.25	110.55	173.80	21.76	495.00
บริจาคเงิน	114.00	72.00	69.85	143.00	25.60	432.30
บริจาคสิ่งของ	46.36	33.75	20.35	47.30	9.92	168.30
ปล่อยสัตว์มีชีวิต	39.52	50.25	20.90	36.30	6.88	165.00
สะเคาะเคราะห์	24.32	36.00	16.50	59.4	6.88	135.30

ที่มา : โพลล์บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด

นอกจากนี้เป็นที่น่ายินดีว่าคนไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนิยมทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา วันสำคัญของตนเองและครอบครัว และเทศกาลสำคัญ จากการสำรวจพบว่าเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งรวมทั้งวัยเด็กและวัยรุ่นก็ยังคงระบุว่าจะไปทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังสำรวจพบว่านอกจากการทำบุญแล้วกิจกรรมทางศาสนาอื่นๆที่คนไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างปฏิบัติ 3 อันดับแรก คือ การสวดมนต์ การนั่งสมาธิ และการฟังเทศน์ ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องที่น่ายินดีที่คนไทยยังคงให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางศาสนาอื่นนอกจากการทำบุญ โดยจากผลการสำรวจพบว่าประโยชน์ที่คนไทยคิดว่าได้รับจากการทำบุญและการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทางศาสนา คือ ประโยชน์ในทางจิตใจ โดยการทำบุญมีส่วนอย่างมากต่อการทำให้จิตใจสงบ ซึ่งมีผลต่อเนื่องให้สามารถแก้ไขปัญหามากๆได้ดีขึ้น และศาสนานั้นเป็นที่พึ่งทางใจที่ดีที่สุด สามารถช่วยผ่อนคลายความเครียด ผ่อนคลายปัญหาที่หนักให้ทุเลาเบาบางลงได้มากที่สุดหากมีการปฏิบัติธรรมอย่างจริงจัง รวมทั้งพระสงฆ์ยังเป็นผู้ที่รับฟังที่ดีและเป็นผู้ที่แนะแนวทางในการแก้ปัญหาต่างๆได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ  
(แรงกดดัน 5 ประการ-Five Forces)



ภาพที่ 3 โครงสร้างการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันใช้หลักการ Five Force Model  
ที่มา : The Five Competitive Forces that Shape Strategy” by Michael E. Porter

แรงกดดันที่ 1: กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่  
(Threat of New Entrance)

อุตสาหกรรมบริการชุดทำบุญเป็นธุรกิจขนาดเล็กใช้เงินลงทุนไม่มาก สินค้าไม่มีความแตกต่างกันมากนัก อีกทั้งใช้เงินลงทุนไม่มาก ทำให้คู่แข่งสามารถเข้ามาทำธุรกิจนี้ได้  
ง่าย

จากการวิเคราะห์ข้างต้น สรุปได้ว่า ในส่วนของคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดมีความ  
เป็นไปได้ไม่ยากนัก จึงถือเป็นผลลบต่ออุตสาหกรรม

## แรงกดดันที่ 2: ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

### (Competitive Rivalry within an Industry)

มีผู้ประกอบการจำนวนมากทั้งร้านค้าเอกชน, ร้านตัวแทนจำหน่ายสังฆภัณฑ์ รวมถึงการทำบุญกับทางวัดในรูปแบบของผู้บริจาคเงินเพื่อทำนุบำรุงสิ่งต่างๆมากมาย เช่น บริจาคเงินร่วมทำบุญค่าน้ำค่าไฟ บริจาคเงินร่วมทำบุญเพื่อเป็นค่าทุนการศึกษา สามเณร เป็นต้น จะเห็นได้จากในระยะ 4-5 ปี ที่ผ่านมา ก่อนขึ้นปีใหม่ทุกๆ ปีจะมีคำทำนายปีชง ปีใหม่จึงเป็นช่วงเทศกาล “แก่งเซ่ง” สถานที่ทางศาสนาหลายๆ แห่งจึงจัดแพ็คเกจสำหรับการสะเดาะเคราะห์ไว้ เพื่อบริการพร้อมคำอธิบายทุกขั้นตอนของการแก้กรรมว่าจะต้องทำอะไร ที่ไหน แบบไหน และอย่างไรดังนั้นแนวโน้มความต้องการใช้บริการชุดทำบุญในอนาคตจึงมีอัตราการเติบโตอย่างสม่ำเสมอ แนวโน้มคนทำบุญมากขึ้น (มูลค่าของการทำบุญของคนไทยมีมากกว่า 2,000 ล้านบาทต่อปี และมูลค่าของตลาดสินค้าสังฆภัณฑ์เติบโตประมาณร้อยละ 10 ต่อปี : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) ซึ่งต้องใช้สินค้าประเภทนี้มากขึ้น

จากการวิเคราะห์ข้างต้น สรุปได้ว่า ในส่วนของภาวะความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมนี้นั้น สภาพการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง จึงถือเป็นผลลบต่ออุตสาหกรรม

## แรงกดดันที่ 3: ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)

สินค้าทดแทนที่ใช้ในปัจจุบันเพื่อวัตถุประสงค์ให้เกิดความสบายใจ ได้แก่ การสวดมนต์ไหว้พระที่บ้าน, นั่งวิปัสสนากรรมฐาน, ปล่อยสัตว์มีชีวิต รวมถึงการบริจาคเงินให้กับโรงพยาบาลสงฆ์ เพื่อช่วยเหลือพระภิกษุสงฆ์ที่อาพาธ และ การบริจาคเงินให้สถานสงเคราะห์เด็กอ่อน หรือสถานสงเคราะห์คนชรา เป็นต้น สืบเนื่องจากข่าวความประทุพติที่ไม่เหมาะสมของพระสงฆ์ ส่งผลให้ผู้คนเลื่อมความศรัทธา และอาจส่งผลให้ทำบุญน้อยลง อาจมีผู้คนบางส่วนเลือกที่จะไม่ไปทำบุญกับพระสงฆ์ที่วัด แต่เลือกที่จะทำกิจกรรมดังที่ได้กล่าวข้างต้นมาแล้ว

จากการวิเคราะห์ข้างต้น สรุปได้ว่า ในส่วนของความเสี่ยงจากสินค้าทดแทนภายในอุตสาหกรรมนี้นั้นยังมีความเสี่ยงสูงอยู่ จึงถือเป็นผลลบต่ออุตสาหกรรม



#### แรงกดดันที่ 4: อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customer)

ผู้ซื้อมีทางเลือกมากมายในอุตสาหกรรมนี้ ได้แก่ ร้านค้าเอกชน, ร้านตัวแทนจำหน่าย สัมพันธ์กัน รวมถึงการทำบุญกับทางวัดในรูปแบบของคู่บริจาคเงินเพื่อทำนุบำรุงสิ่งต่างๆมากมาย เช่น บริจาคเงินร่วมทำบุญค่าน้ำค่าไฟ บริจาคเงินร่วมทำบุญเพื่อเป็นค่าทุนการศึกษาสามเณร

จากการวิเคราะห์ข้างต้น สรุปได้ว่า ในส่วนของอำนาจต่อรองของผู้ซื้อในอุตสาหกรรมนี้มีอำนาจต่อรองสูง เนื่องจากมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ผู้ซื้อมีทางเลือก และ *Switching cost* ต่ำ จึงถือเป็นผลลบต่ออุตสาหกรรม

#### แรงกดดันที่ 5: อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining Power of Supplier)

สินค้าที่นำมาจัดทำเป็นบริการชุดทำบุญเป็นสินค้าที่หาได้ทั่วไปตามท้องตลาด สามารถหาซื้อจาก Supplier ใดก็ได้ รวมถึงมีผู้ผลิตจำนวนมาก และไม่มีความแตกต่างกันระหว่างผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier) แต่ละราย อาจมีความแตกต่างกันบ้างในเรื่องของราคา แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณการซื้อแต่ละครั้ง

จากการวิเคราะห์ข้างต้น สรุปได้ว่า ในส่วนของอำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบในอุตสาหกรรมนี้นั้น มีไม่มาก ทางบริษัทจะมีโอกาสเพิ่มอำนาจการต่อรองด้านราคาและคุณภาพเหนือกว่าผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier) จึงถือเป็นผลบวกต่ออุตสาหกรรม

#### สรุป

จากการพิจารณาแรงกดดันในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ประการแล้ว พบว่า การที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจให้อุตสาหกรรมบริการชุดทำบุญนี้มีความน่าสนใจ เนื่องจาก แนวโน้มคนทำบุญมากขึ้น (มูลค่าของการทำบุญของคนไทยมีมากกว่า 2,000 ล้านบาทต่อปี และมูลค่าของตลาดสินค้าสัมพันธ์เติบโตประมาณร้อยละ 10 ต่อปี : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) และใช้เงินลงทุนไม่มากนัก ถึงแม้การแข่งขันจะรุนแรง มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก แต่หากทางบริษัทฯ นำเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่าง สามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้ การที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจให้อุตสาหกรรมนี้ก็มีความน่าสนใจไม่ใช่น้อย

## การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (SWOT ANALYSIS)

### จุดแข็ง (Strength)

- มีการนำเสนอบริการ ได้แก่ *บริการชุดทำบุญ ชุดไหว้พระ ชุดขอพร ชุดแก้บน* และให้คำปรึกษาในเรื่องของการไหว้พระ ขอพร แบบครบวงจร โดยครอบคลุมถึงการใส่บาตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ การทำสังฆทานของใช้ และการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ ในสถานที่ที่ได้รับความนิยม
- สินค้าที่นำมาจำหน่าย มีคุณภาพดี เหมาะสม ใช้งานได้จริง ใหม่ และสด
- เป็นการให้ความรู้ที่ถูกต้องในการทำบุญ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการไหว้พระ ขอพร ต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของแต่ละสถานที่ต่างๆ อย่างถูกต้องแม่นยำ
- มีการ endorsement โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือได้ในเรื่องของการทำบุญ ไหว้พระ ขอพร อาทิเช่น อาจารย์ลักษณ์ เรขานิเทศน์ , หมอช่าง เป็นต้น
- เป็นบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าล่วงหน้า เพื่อให้ลูกค้ามีสินค้าก่อนไปทำบุญ
- มีบริการให้ความรู้ แนะนำเรื่องการขอพรไหว้พระอย่างถูกต้องตามพิธีการ โดยอาจารย์หรือพระสงฆ์ที่ได้รับความเชื่อถือ
- รับประกันการจัดส่ง (On Time Delivery)
- ออนไลน์ Service : Timeless and Accessibility

### จุดอ่อน (Weakness)

- ตัวสินค้าและบริการยังไม่เป็นที่รู้จัก
- ราคาสูงเมื่อเทียบกับสินค้าที่มีอยู่ในท้องตลาดปัจจุบัน เนื่องจากทางบริษัทฯ มีการบริการจัดส่งให้ถึงมือลูกค้า
- เนื่องจากมีการจัดทำสินค้าตามคำสั่งของลูกค้าทำให้ต้องมีการ Stock สินค้าเอาไว้เป็นจำนวนมาก

- ข้อมูลสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั่วประเทศมีมาก ทำให้ต้องใช้เวลาในการสร้างฐานข้อมูล และยืนยันข้อมูลที่ถูกต้อง

### โอกาส (Opportunity)

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความศรัทธา และความเชื่อในเรื่องการประกอบพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ
- เนื่องจากเป็นธุรกิจความเชื่อ ความศรัทธา และสร้างความสบายใจของคน ดังนั้นปัจจัยเรื่องปัญหาเศรษฐกิจ และสังคมไม่น่าจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบในทางลบ แต่ในทางตรงกันข้ามจะเป็น โอกาสในทางบวกของธุรกิจ เพราะคนไทยน่าจะหันมาพึ่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อความสบายใจมากขึ้น ในช่วงที่ไม่สบายใจ
- อุตสาหกรรมบริการชุดทำบุญเป็นธุรกิจขนาดเล็กไปจนถึงขนาดกลาง มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี โดยที่ความต้องการขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น และการประกอบพิธีกรรม หรือความเชื่อทางศาสนาที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง
- แนวโน้มของการสร้างวัด/สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่เพิ่มขึ้น
- การจะเปิดเสรีทางการค้า AEC ก็เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ช่วยเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจ
- รัฐบาลมีการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเพิ่มมากขึ้น
- คู่แข่งขันที่ทำธุรกิจในลักษณะใกล้เคียงกันยังมีไม่มาก ทำให้ยังมีโอกาสในทางธุรกิจอยู่มาก
- โอกาสในการทำบุญไหว้พระขอพรของแต่ละบุคคลมีบ่อยขึ้น ทั้งตามเทศกาลต่างๆ หรือเพื่อความสบายใจส่วนตัว
- เนื่องจากเป็นธุรกิจบริการให้ความสะดวกสบายในการทำบุญไหว้พระ จึงเป็นแรงจูงใจหรือโอกาสในการทำบุญได้มากขึ้น

### อุปสรรค (Threat)

- พฤติกรรมของคนที่ยังไม่คุ้นเคยกับการเตรียมพร้อมก่อนไปทำบุญ เนื่องจากสถานที่ต่างๆ ก็มีร้านค้าและบริการอยู่แล้ว ตอนไปถึงสถานที่นั้นๆ คนเหล่านี้จึงไม่เห็นความสำคัญของการเตรียมของก่อนไปทำบุญ
- ธุรกิจไหว้พระขอพรตามสถานที่ต่างๆ รวมถึงร้านค้าเอกชนมีการแข่งขันกันมาก ทั้งในเรื่องจำนวนของร้านค้าและราคา โดยเฉพาะบางที่ที่วัด หรือสถานที่เหล่านั้น เป็นผู้จัดเตรียมขายของกับคนที่ไปเคารพ
- แนวโน้มการแข่งขันจากคู่แข่ง เนื่องจากการเข้าและออกธุรกิจทำได้ไม่ยาก เทคโนโลยีไม่ซับซ้อนมาก อาจส่งผลให้มีการลอกเลียนแบบได้ง่าย จึงสามารถมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นในอนาคต
- ความเชื่อเรื่องวิทยาศาสตร์มีมากขึ้น ส่งผลให้ความเชื่อเรื่องการไหว้พระขอพร ลดลง
- ความขัดแย้งเรื่องศาสนา รวมไปถึง การประพาดิตนไม่เหมาะสมของพระสงฆ์ ส่งผลให้ผู้คนเสื่อมความศรัทธา
- เนื่องจากธุรกิจเน้นเรื่องความเร็ว และทันเวลา การจราจรที่มีปัญหาในปัจจุบัน ซึ่งอาจมีผลกระทบกับการส่งของให้ลูกค้า ทั้งในเรื่องของเวลาการจัดส่งและตัวสินค้าชำรุดเสียหายด้วย
- สภาพดินฟ้าอากาศ อาจจะปั่นป่วนจัญให้คนไม่สามารถเดินทางไปสถานที่นั้นๆ ได้

จากการวิเคราะห์ SWOT ข้างต้น พบว่า โอกาสในธุรกิจนี้ คือ ความต้องการใช้สินค้าจะสวนทางกับเศรษฐกิจ เนื่องจาก ช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดี คนไม่สบายใจ ต้องการที่พึ่ง สิ่งแรกๆ ที่คนเราจะนึกถึง ก็คือ การไหว้พระ ขอพร บนบานศาลกล่าวเพื่อให้ได้สิ่งที่หวัง อีกทั้งอุตสาหกรรมนี้ก็มีแนวโน้มโตเพิ่มขึ้น อันจะเห็นได้จากการสร้างวัดเพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา อีกทั้งวิถีชีวิตคนปัจจุบันที่ไม่ค่อยมีเวลา อันเนื่องมาจาก สภาพการจราจรที่ติดขัด ทางบริษัทฯ จึงมีแนวคิดที่จะเสนอธุรกิจชุดไหว้พระทำบุญ โดยการจัดชุดไว้ให้ก่อน หรือลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้เอง และทางบริษัทฯ จะทำการจัดชุดให้อย่างสวยงาม สำหรับจุดอ่อน เรื่องราคาสินค้า และตราสินค้าที่ยังไม่เป็นที่รู้จักนั้น

ทางบริษัทฯ ได้นำเสนอบริการจัดส่งสินค้าจนถึงมือลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าที่ไม่มีเวลา และต้องการความสะดวกสบาย อีกทั้งจัดเตรียมสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและมั่นใจได้ว่า จะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพไปใช้ และไปทำบุญ ทุกชิ้น จึงนำมาซึ่งกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) โดยการนำเอาโอกาสมาแก้ไขจุดอ่อนที่บริษัทฯ มีอยู่



### บทที่ 3

#### แผนการตลาด

#### เป้าหมายทางการตลาด

- เป้าหมายระยะสั้น (1 ปี)
  - สร้างชื่อ “บุญบันดาล 360 องศา” ให้เป็นที่รู้จัก
  - ส่วนแบ่งตลาดของรูปหอม 1% (เนื่องจากชุดไหว้พระ ขอพร แก้วบน มีรูปหอมเป็นส่วนประกอบหลัก) ชุดตัดบัตรอาหารแห้ง และ ชุดสังฆทาน 0.1% ของมูลค่าตลาดรวม
- ระยะปานกลาง (3 ปี)
  - ส่วนแบ่งตลาดของรูปหอม 0.2% ชุดตัดบัตรอาหารแห้ง และ ชุดสังฆทาน 0.1% ของมูลค่าตลาดรวม
- ระยะยาว (5 ปีขึ้นไป)
  - ส่วนแบ่งตลาดของรูปหอม 0.2% ชุดตัดบัตรอาหารแห้ง และ ชุดสังฆทาน 0.1% ของมูลค่าตลาดรวม

#### สมมติฐานในการพยากรณ์ยอดขาย

- พยากรณ์ยอดขาย บริษัทบุญบันดาล 360 องศา จำกัด สามารถ Share ส่วนแบ่งตลาดของรูปหอม 1% (เนื่องจากชุดไหว้พระ ขอพร แก้วบน มีรูปหอมเป็นส่วนประกอบหลัก) ชุดตัดบัตรอาหารแห้ง และ ชุดสังฆทาน 0.2% ของมูลค่าตลาดรวม
- ดังนั้นในปีแรกจึงพยากรณ์ยอดขายไว้ที่ 4 ล้านบาท และในปีที่ 2 เป็นต้นไปเพิ่มขึ้นปีละ 10%

## การแบ่งส่วนลูกค้า/ ผู้บริโภค การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

### การแบ่งส่วนลูกค้า/ ผู้บริโภค (Segmentation)

#### กลุ่มเป้าหมายหลัก

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทุกเพศ มีอายุระหว่าง 25-59 ปี
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับ B- ขึ้นไป เป็น 1<sup>st</sup> Jobber ที่มีกำลังซื้อ มีรายได้ 15,000 บาท ขึ้นไป
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีพฤติกรรมความเชื่อและความศรัทธาในเรื่องของการขอพรสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อลดความหวาดกลัว ไม่มั่นใจ และหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ เพื่อให้รู้สึกปลอดภัย และเป็นตัวช่วยเสริมสิริมงคลให้แก่ชีวิต และมีความเชื่อว่าการกระทำพิธีกรรมต่างๆ สามารถลดบันดาลในสิ่งที่เขาเหล่านั้นต้องการได้ และเกิดความสมหวัง และเมื่อได้รับพรสมดังที่อธิษฐาน แล้วก็ทำพิธีแก้บน
- ลูกค้าที่มีพฤติกรรม ชอบความสะดวกสบาย เนื่องจากทางร้านมีบริการจัดชุด และจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้า
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีพฤติกรรมที่ใช้สื่อออนไลน์เป็นประจำ

#### การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

บริษัท บุญบันดาล 360 องศา ได้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นผู้ที่นำเสนอบริการ แบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียว one stop service โดยให้บริการชุดทำบุญ ชุดไหว้พระ ชุดขอพร ชุดแก้บน และให้คำปรึกษาในเรื่องของการทำบุญ ไหว้พระ ขอพร แบบครบวงจร โดยครอบคลุมถึงการใส่บาตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ การทำสังฆทานของใช้ รวมถึงสังฆทานอาหารเสริม และการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ ในสถานที่ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลในการไหว้พระ ขอพร แก้บน ต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในแต่ละสถานที่ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ พร้อมบริการจัดชุดทำบุญ และมีบริการจัดส่งสินค้าและบริการตามสถานที่และเวลาที่ลูกค้าต้องการ

ตารางที่ 3 การแข่งขันและคู่แข่ง เปรียบเทียบทางด้านคุณภาพ

รายชื่อคู่แข่ง	ระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์คู่แข่งเมื่อเทียบกับของกิจการ		
	ดีกว่า	เท่ากัน	ด้อยกว่า
1. สัมพันธ์		X	
2. บุญรักษา		X	
3. อื่นๆ*			X

ตารางที่ 4 การแข่งขันและคู่แข่ง เปรียบเทียบทางด้านความหลากหลายของสินค้าและบริการ

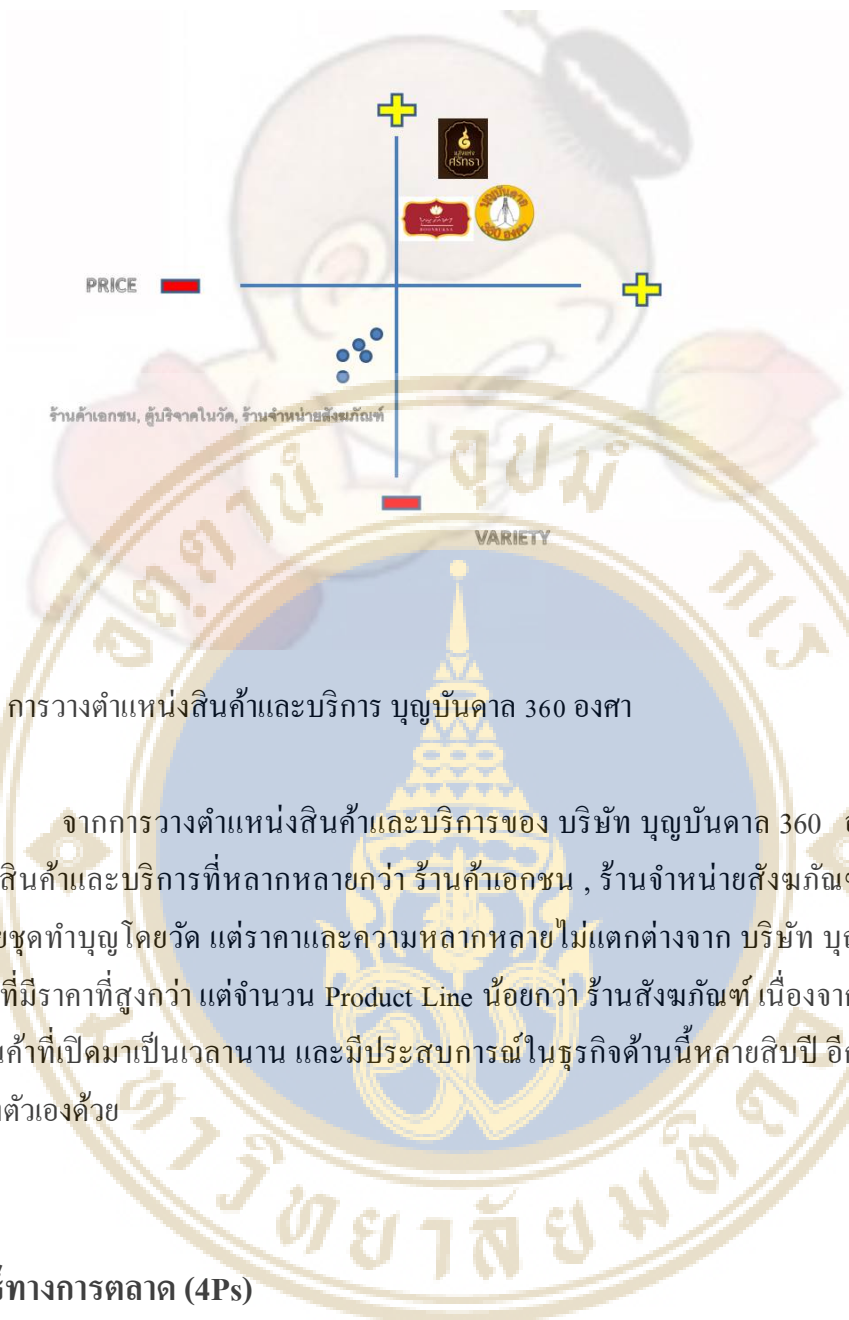
รายชื่อคู่แข่ง	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คู่แข่งเมื่อเทียบกับของกิจการ		
	ดีกว่า	เท่ากัน	ด้อยกว่า
1. สัมพันธ์	X		
2. บุญรักษา		X	
3. อื่นๆ*			X

ตารางที่ 5 การแข่งขันและคู่แข่ง เปรียบเทียบทางด้านราคาของสินค้าและบริการ

รายชื่อคู่แข่ง	ระดับราคาของผลิตภัณฑ์คู่แข่งเมื่อเทียบกับของกิจการ		
	สูงกว่า	เท่ากัน	ต่ำกว่า
1. สัมพันธ์			X
2. บุญรักษา		X	
3. อื่นๆ*			X

\* อื่นๆ ได้แก่ ร้านจำหน่ายสัมพันธ์, ร้านค้าเอกชน และตู้บริจาคที่วัด





ภาพที่ 4 การวางตำแหน่งสินค้าและบริการ บุญบันดาล 360 องศา

จากการวางตำแหน่งสินค้าและบริการของ บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด นั้นพบว่า มีสินค้าและบริการที่หลากหลายกว่า ร้านค้าเอกชน , ร้านจำหน่ายสังฆภัณฑ์ และร้านค้าที่จำหน่ายชุดทำบุญโดยวัด แต่ราคาและความหลากหลายไม่แตกต่างจาก บริษัท บุญรักษา มากนัก ในขณะที่มีราคาที่สูงกว่า แต่จำนวน Product Line น้อยกว่า ร้านสังฆภัณฑ์ เนื่องจากร้านสังฆภัณฑ์เป็นร้านค้าที่เปิดมาเป็นเวลานาน และมีประสบการณ์ในธุรกิจด้านนี้หลายสิบปี อีกทั้งมีร้านค้าส่งเป็นของตัวเองด้วย

#### กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)

##### กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)

ผลิตภัณฑ์ที่ บุญบันดาล 360 องศา ได้ทำการจำหน่าย มีดังนี้

1. บริการชุดทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และ ชุดแก่นบน
2. ชุดตัดบาตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ
3. ชุดสังฆทานของใช้ และชุดสังฆทานอาหารเสริม

#### 4. ธุรกิจทัวร์ไหว้พระ ทำบุญ

##### 1. บริการชุดทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และ ชุดเก็บเงิน

- จัดทำชุดเพื่อบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยจะเน้นในเรื่องของ ความถูกต้องในการนำไปใช้
- ชุดเพื่อบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ได้จัดชุดไว้แล้วได้แก่ ชุดไหว้/ชุดขอพร/ชุดเก็บเงิน หลวงพ่อโสธร, พระพรหมเอราวัณ, พระพิฆเนศ, พระสีวลี, พระตรีมูรติ, เสด็จพ่อ ร.5, ไหว้ราหู และ มี Option ให้ลูกค้าเลือกเองได้
- มีการนำสินค้ามาจัดชุดให้มีความสวยงาม และบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
- สินค้าที่นำมาจัดเป็นชุด จะทำการเลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด ใหม่ ปลอดภัย และมีวันหมดอายุระบุไว้บนตัวสินค้าด้วย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ดังนี้
  - ธูปที่นำมาจัดเป็นชุด จะใช้ธูปที่ผลิตจากธรรมชาติ และมีวันน้อย ซึ่งไม่ส่งผลต่อสุขภาพ
  - เทียนจี๊ผึ้ง ไม่มีส่วนผสมของพาราฟิน ที่เป็นสารก่อให้เกิดมะเร็ง เมื่อนำมาใช้เป็นเทียนจะไม่เกิดน้ำตาเทียนและมีวันที่น้อยกว่าธูปหรือเทียนธรรมดาอย่างมาก
  - ดอกไม้สด เป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้ดอกไม้สด) ทางบริษัทฯ มี Supplier ที่เชื่อถือได้ และจัดส่งดอกไม้ที่ไม่ใส่สารที่ก่อให้เกิดมลพิษ

##### 2. ชุดدابัตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ

- จัดทำชุดدابัตรอาหารแห้ง ทำการเลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด ใหม่ ปลอดภัย และมีวันหมดอายุระบุไว้บนตัวสินค้าด้วย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยวัตถุดิบที่เลือกสรรมาจะเป็นวัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพทั้งหมด เช่น ข้าวกล้อง, ข้าวซ้อมมือ, งาดำ, ลูกเดือย, เต้าหู้ทรงเครื่อง, น้ำขิงผง,นมถั่วเหลือง เป็นต้น พร้อมธูปควันน้อย และ เทียนจี๊ผึ้ง



ภาพที่ 5 ชุดตักบาตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ

### 3. ชุดสังฆทานของใช้ และชุดสังฆทานอาหารเสริม

- จัดชุดสังฆทานของใช้ เพื่อให้พระสงฆ์ได้สิ่งของที่มีคุณภาพ และนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เปลี่ยนจากถังสังฆทาน เป็นผ้าจิวร หรือผ้าขนหนู เพื่อให้ทุกอย่างที่นำมาใส่ในชุดสังฆทาน พระสงฆ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด จากผลการสำรวจจากรายการจุดเปลี่ยน ที่ได้ระบุถึงสิ่งของสำคัญ 10 อย่างที่พระสงฆ์จะได้อำนาจ และมีประโยชน์มากที่สุด (ที่มา: รายการจุดเปลี่ยน) ตัวสินค้าจะเรียงลำดับจากความจำเป็นมากที่สุด ไปน้อยสุด ดังนี้

1. เครื่องเขียน สมุด ปากกา ดินสอ เนื่องจากพระสงฆ์ต้องเรียนพระปริยัติธรรม และจดกำหนดนัดหมายต่างๆ ช่วยจำ บางรูปท่านเป็นเหรียญคุณดูแลค่าใช้จ่าย ยิ่งต้องใช้มาก แต่ไม่ค่อยมีใครถวายเครื่องเขียนเหล่านี้ พระท่านจึงต้องไปเดินหาซื้อเองเสมอ
2. ใบมีด โกนตราขนนก (Feather) หรือยิลเลตต์ พระสงฆ์ต้องโกนผมทุกวันโกน (ก่อนวันพระ 1 วัน) แต่ใบมีดที่หืออื่นพระใช้โกนผมแล้วเจ็บ หรืออาจจะทำให้เลือดออกได้ จึงใช้แค่ 2 ยี่หื้อนี้ (โกนครั้งแรกใช้ใบมีดตราขนนกที่คมกว่า ตามด้วยยิลเลตต์ซ้ำอีกครั้ง เพื่อเก็บความเรียบร้อย)
3. ผ้าไตรจีวร ที่มีความยาวพอที่จะนุ่งห่มได้ มีความหนาพอเหมาะสม เพราะผ้าที่ติดมากับถังเหลือง มักจะสั้นเต๋อและบาง ทำให้พระท่านขาดความมั่นใจ และเสียภาพลักษณ์ที่ดีของสงฆ์ ผู้ใดถวายผ้าไตรจีวร ได้อานิสงส์มากนั้
4. หนังสือธรรมะ สารคดี นิติสาร หรือที่ให้ความรู้ด้านอื่นๆ เนื่องจากพระสงฆ์ มีหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนา จึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ที่แตกฉานทั้งทางธรรม และรู้ทันข่าวสารบ้านเมือง เพื่อจะได้สาธกยกตัวอย่างให้ชาวบ้านเข้าใจได้แจ่มแจ้ง การถวายหนังสือเหล่านี้จึงถือเป็น

ต้นทุนแห่งธรรมทาน ให้พระท่านได้นำไปต่อยอดกระจายสู่ผู้อื่นได้อีกมาก ทั้งยังถือเป็นการลงทุนที่ไม่มีความเสี่ยง

5. **รองเท้า** (ยกเว้นพระนิกายธรรมยุต) พระสงฆ์ต้องเดินบิณฑบาตร ชุตงค์ไปเรียนหนังสือ ไปกิจนิมนต์ หรืออาจต้องทำงานที่ใช้แรงงานในวัด เช่น ก่อสร้าง ทำสวน สิ่งที่ต้องรับภาระหนักก็คือ “รองเท้า” มักจะขาด เสียหาย อยู่บ่อยๆ นั่นเอง รองเท้าจึงถือเป็นอีกสิ่งที่มีความสำคัญไม่แพ้อย่างอื่น
  6. **ยาหลักๆ** ที่จำเป็น **ยาสามัญประจำบ้าน** ยาแก้ปวดหัว ปวดท้อง ยาแก้ไอ แก้ไข้ ลดกรดในกระเพาะอาหาร ยาใส่แผลสด แผลเปื่อย แผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก แผลพุพอง เป็นหนอง ผิวหนังอักเสบ เป็นหนอง และอีกสารพัด
  7. **ผ้าขนหนูสีสุภาพ** เพราะผ้าขนหนูที่ติดมากับถังเหลืองมักหยาบ เล็ก และคุณภาพต่ำ จนเอามาใช้ไม่ได้ในชีวิตจริง
  8. **ชุดคอมพิวเตอร์** จะพิจารณาถวายคอมพิวเตอร์แต่วัดที่ขาดแคลน ในช่วงงานกฐิน ผ้าป่า
  9. **น้ำยาเช็ดพื้น** พระท่านจะได้นำไปให้ลูกศิษย์ใช้ถูกกุฏิ ศาลา อุโบสถ เพราะนอกจากจะช่วยผ่อนแรงในการทำความสะอาดและสลายคราบแล้ว บางยี่ห้อยังช่วยฆ่าเชื้อโรคที่อยู่ในมูลนกพิราบ ปัสสาวะสุนัข แมว หนู เห็บหมัด ได้อีกด้วย
  10. **แชมพู** เมื่อพระท่านไม่มีผมมาปกป้องหนังศีรษะ ทั้งความร้อน ฝุ่นละออง เชื้อโรคต่างๆ ก็จะเข้าถึงหนังศีรษะของท่านได้โดยตรง แคมการรักษาสมดุลความชุ่มชื้นของหนังศีรษะก็จะเสียไป เพราะไม่มีผมปกคลุม ทำให้หนังศีรษะของพระแห้ง และเกิดโรคผิวหนังอยู่เสมอ เช่น คันตุ เป็นต้น สำหรับ ดินค้ำข้างต้นจะนำมาใช้จัดชุดสังฆทานของใช้ที่จำเป็นสำหรับพระสงฆ์ โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้ำเลือกได้ตามความพอใจ
- จัดชุดสังฆทานอาหารเสริม (เป็นทางเลือกให้กับลูกค้ำที่ต้องการส่งเสริมสุขภาพให้แก่พระสงฆ์)



ภาพที่ 6 ชุดสิ่งมทานเครื่องใช้/อาหารเสริม สำหรับพระสงฆ์

#### 4. ธุรกิจทัวร์ไหว้พระขอพร

- เป็นการเพิ่ม Product line ของธุรกิจชุดทำบุญข้างต้น โดยจะนำผู้คนที่มีความเชื่อและความศรัทธาในเรื่องเดียวกัน ไปไหว้พระ ทำบุญ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และแก้บนในสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ เช่น ทัวร์ไหว้พระตามปีเกิด, ทัวร์ไหว้พระตามปีชง, ทัวร์ไหว้พระวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องของโชคลาภ, ทัวร์ไหว้พระที่มีชื่อเสียงในเรื่องของการขอบุตร เป็นต้น โดยใช้บริการ Agency ที่น่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียง

### กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

#### นโยบายการกำหนดราคาขาย

กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ Mark up 40% สำหรับช่องทางการขายปลีก ซึ่งราคาขายมี

ดังนี้

**ตารางที่ 6 แสดงราคา ชุดไหว้พระ ขอพร ประกอบด้วย รูปควันน้อย, เทียนจี๊ผึ้งและคำอธิษฐาน**

รายการ	ราคาขาย (บาท)
ชุดรูป 3 ดอก	29
ชุดรูป 5 ดอก	39
ชุดรูป 9 ดอก	59
ชุดรูป 16 ดอก	99

**ตารางที่ 7 แสดงราคาชุดตัดกบาตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ**

รายการ	ราคาขาย (บาท)
ชุดตัดกบาตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ (เล็ก)	59
ชุดตัดกบาตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ (กลาง)	79
ชุดตัดกบาตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ (ใหญ่)	99

**ตารางที่ 8 แสดงราคาชุดสังฆทานของใช้ / ชุดสังฆทานอาหารเสริม**

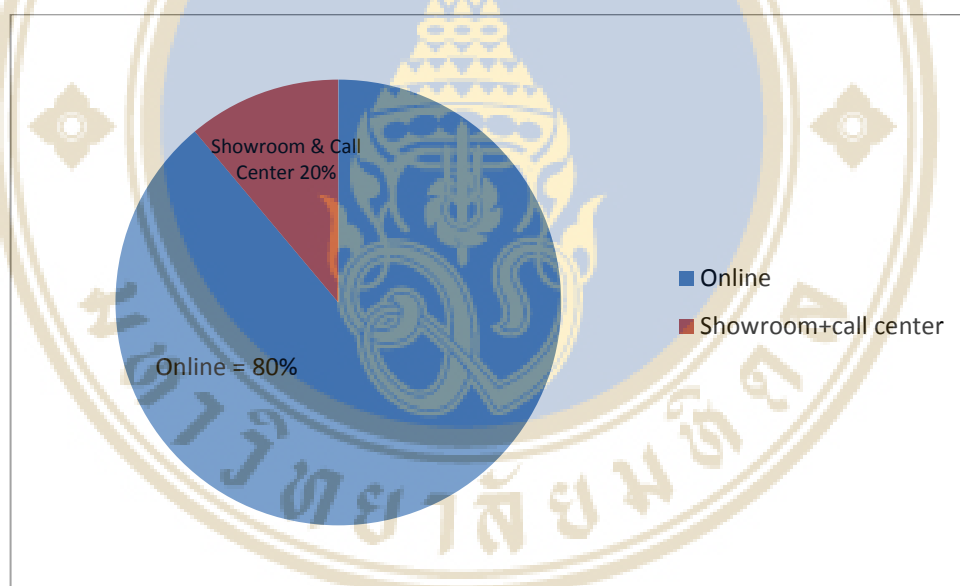
รายการ	ราคาขาย (บาท)
ชุดสังฆทานของใช้ (ขนาดเล็ก)	199
ชุดสังฆทานของใช้ (ขนาดกลาง)	599
ชุดสังฆทานของใช้ (ขนาดใหญ่)	799
ชุดสังฆทานอาหารเสริม	ราคาขึ้นอยู่กับชนิดและขนาดของอาหารเสริม

**ท้าวไร่ไหว้พระ ขอพร**

ราคาท้าวไร่ขึ้นอยู่กับสถานที่ และจำนวนผู้ร่วมเดินทาง โดยจะนำผลิตภัณฑ์ชุดไหว้พระ ขอพร ใส่เข้าไปในแพคเกจท้าวไร่ด้วย

## กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

- ช่องทางหลัก ได้แก่ ออนไลน์ Service โดยการทำให้ website, FACEBOOK, Line, Instagram เนื่องจากเป็นช่องทางการจำหน่ายที่มีค่าใช้จ่ายน้อย และมีประสิทธิภาพ ซึ่งลูกค้าสามารถติดต่อกับทางบริษัทฯ ได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตาม และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- Call Center ลูกค้าสามารถติดต่อ Call center ได้ทุกวันตั้งแต่ เวลา 08:00-20:00 น.
- Stand alone shop เป็นสำนักงานใหญ่ของ บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด ลูกค้าสามารถเข้ามาเลือกชม และซื้อสินค้าได้ทุกวันตั้งแต่ เวลา 08:00-20:00 น.
- Delivery มีบริการส่งสินค้า โดยคิดเงินตามระยะทางจริง



ภาพที่ 7 ช่องทางการจัดจำหน่ายของ บุญบันดาล 360 องศา

## กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย (Promotion)

มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นการรับรู้ตราสินค้าและสร้าง Brand ให้เป็นที่รู้จัก ทางบริษัท ฯ จะมีการจัดกิจกรรม ดังต่อไปนี้

- มีการออกงานตามสถานที่ไหว้พระ ขอพร เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย โดยจัดทำใบปลิวแจกลูกค้า และให้ลูกค้า Scan QR Code เพื่อนำมาสมัครสมาชิก และได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้า
- มีการจัดทำ Membership มีส่วนลด 10% สำหรับการซื้อสินค้าและบริการ และมีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล (รางวัลใหญ่จะเป็นกิจกรรมทัวร์ไหว้พระที่จัดโดยบริษัทฯ)
- มีการทำ Promotion บนหน้าเว็บไซต์ โดยให้ลูกค้านำฉลากสินค้ามา Subscribe และจะได้ส่วนลด
- มีการเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้า ได้แก่ วัน เดือน ปี เกิด ความต้องการพิเศษของลูกค้า (สิ่งที่ลูกค้ามุ่งหวังอยากจะได้ เช่น เรื่อง โชคลาภ, เรื่องการเงิน, เรื่องความรัก เป็นต้น) เพื่อที่จะสามารถจัดทำ Package พิเศษ สำหรับลูกค้าแต่ละคน
- มีโปรแกรม CSR เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าและบริการจากทางร้าน ทุกๆ 1 บาท จะรวบรวมเงินที่ได้ไปบริจาคตามวัด หรือ สถานที่ต่างๆ ที่ต้องการความช่วยเหลือทั้งในด้านการเงินและสิ่งของ เช่น สถานสงเคราะห์เด็กอ่อน, สถานสงเคราะห์คนชรา เป็นต้น
- มีการเก็บภาพประทับใจ อันได้แก่ รูปภาพ และ Clip รวมถึงมีการ Upload เพื่อทำการแชร์ในช่องทาง Online ได้แก่ Facebook, Instagram, Twitter, Line เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทฯ (โดยทางบริษัทฯ จะขออนุญาตทางลูกค้า ก่อนที่จะทำการเผยแพร่) และนำส่งให้ลูกค้า สำหรับเก็บไว้เป็นที่ระลึกเมื่อลูกค้าได้มาใช้บริการทัวร์ไหว้พระ ขอพร และ/หรือ แก້บนสิ่งศักดิ์สิทธิ์กับทางบริษัทฯ โดยทางบริษัทฯ จะจัดเตรียมช่างภาพ และนำส่งรูป หรือคลิปวิดีโอไปให้



## บทที่ 4

### แผนการดำเนินงานและการผลิต

#### ทำเลที่ตั้ง

สำนักงานใหญ่ และ Stand Alone Shop ของบริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 2/1361 ถนนประเสริฐมนูกิจ แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่ในทาวน์โฮม 3 ชั้น โดยชั้นล่างจะจัดเป็นพื้นที่สำหรับโชว์สินค้า เพื่อให้ลูกค้าจะได้เข้ามาเลือกสินค้าเพื่อจัดชุดได้ สำหรับชั้น 2 และชั้น 3 จะจัดเป็นพื้นที่ของสำนักงาน และเก็บ Stock สินค้า



ภาพที่ 8 ตัวอย่างพื้นที่สำหรับโชว์สินค้า

## กระบวนการจัดซื้อสินค้าและส่งมอบให้ลูกค้า

บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด จะเป็นผู้จัดหาสินค้าสำเร็จรูปเพื่อนำมาจำหน่าย และบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามพร้อมที่จะนำออกจำหน่ายให้แก่ลูกค้า โดยอาศัยช่องทางหลักในการจัดจำหน่าย คือช่องทางออนไลน์ และ Stand alone shop ซึ่งจัดทำเป็นสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ลูกค้าสามารถเข้ามาเลือกชมสินค้าที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ สั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ หรือทางโทรศัพท์ที่ลูกค้าสามารถเข้ามาเลือกชมสินค้า รวมถึงบรรจุภัณฑ์ได้ และมีการบริการจัดส่งถึงที่ นอกจากนี้ยังครอบคลุมไปถึงการบริการทัวร์ไหว้พระ ขอมพร เคารพสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ไหว้พระ แก้วรอม รวมถึงให้บริการในงานพิธีทางศาสนา ที่เข้ามาเป็นบริการเสริม ทำให้ธุรกิจดูมีความน่าสนใจมากขึ้น

### สินค้าสำเร็จรูปที่นำมาจำหน่ายได้แก่

1. รูปหอม ควันน้อย
2. เทียนจี๊ตึ้ง
3. ก่อ่งสำหรับใส่ชุดไหว้พระ ขอมพร
4. ชุดตัดกบาตรอาหารแห้ง
5. ชุดสังฆทานของใช้ และ ชุดสังฆทานอาหารเสริม

### การบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด จะใช้วิธีการบริหารสินค้าคงคลังแบบ First Expire date First Out หมายถึง สินค้าใดที่จะหมดอายุก่อน จะจำหน่ายออกไปก่อน เพื่อลดความเสียหายจากสินค้าหมดอายุและไม่ให้เกิดการสูญเสีย โดยทางบริษัทฯ จะมีการตรวจเช็คสินค้าทุกๆ 15 วัน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่นำออกไปจำหน่าย จะเป็นสินค้าที่สด ใหม่

สำหรับสินค้าที่จะมีการจัดเก็บสินค้าสำรองเพื่อขาย คือ ชุดรูปควันน้อย จำนวน 3 ดอก 5 ดอก 9 ดอก และ 16 ดอก ตามลำดับ โดยประมาณการจำนวนสินค้าสำรองเพื่อขาย คิดเป็นร้อยละ 5 ของจำนวนยอดขายต่อปี เฉลี่ยเดือนละเท่าๆกัน

ประมาณการยอดขายต่อปี คำนวณมาจาก ส่วนแบ่งตลาดจำนวน ร้อยละ 5 ของจำนวนประชากรที่นับถือศาสนาพุทธในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และมีการประกอบกิจกรรมทางศาสนาในวันสำคัญทางศาสนา ได้แก่ วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา และวันอาสาฬหบูชา และวันประเพณี และส่วนแบ่งตลาดจำนวน ร้อยละ 1 ของประชากรที่ตักบาตร และทำสังฆทานในวันสำคัญทางศาสนา

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ ตารางที่ 3 จำนวนประชากร อายุ 15 ปีขึ้นไป ที่นับถือศาสนาพุทธ จำแนกตามหมวดอายุ การประกอบกิจการทางศาสนา/ เขตการปกครองและภาค พ.ศ. 2548



## บทที่ 5

### แผนการบริหารและจัดการในองค์กร

#### รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด ก่อตั้งธุรกิจเป็นแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ โดยมีผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 3 คน แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของผู้ถือหุ้น 3 หุ้น หุ้นละ 1,000,000 บาท

บริษัทได้จดทะเบียนก่อตั้งเมื่อ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2557 โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 3,000,000 บาท โดยดำเนินรูปแบบการประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรูปหอมจากธรรมชาติ ควนน้อย ไร้สารก่อมะเร็ง และอุปกรณ์หลักที่ใช้เกี่ยวกับรูป ได้แก่ เทียนจีฟิ่ง พร้อมทั้งแบบทาสวดภาวนาสำหรับการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และเครื่องสักการะที่ต้องใช้ในการขอพรแต่ละครั้ง และมีบริการดีลิเวอรีสินค้าจนถึงมือลูกค้า รวมถึงจัดทำชุดตัดบาตรอาหารแห้งเพื่อสุขภาพ และสังฆทานของใช้ รวมถึงสังฆทานอาหารเสริม ในแบบฉบับตามที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระ ขอพร

#### ลักษณะการบริหารงาน

บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด เริ่มดำเนินการโดยผู้ก่อตั้งคือ นายชวนะ เจริญแล้วดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการวางแผนและกำหนดนโยบายการบริหารงานในส่วนต่าง ๆ นอกจากนั้นยังรับผิดชอบในการวิเคราะห์สภาพตลาด และการแข่งขัน ตลอดจนการวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม และการควบคุมเรื่องการบริหารเงินทุน

บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด ดำเนินธุรกิจขนาดกลาง จึงมีการวางโครงสร้างองค์กรแบบแนวราบที่ไม่มีความซับซ้อน มีสายการบังคับบัญชาที่สั้น ซึ่งมีข้อดีคือสามารถตัดสินใจได้รวดเร็ว บริษัทยังมุ่งเน้นในการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการสูงสุดของลูกค้าได้

## แผนผังโครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 9 แผนผังโครงสร้างองค์กร บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด

จากแผนภูมิโครงสร้างองค์กร บริษัท บุญบันดาล 360 องศา จำกัด มีการจัดแบ่งโครงสร้างองค์กรโดยแบ่งตามหน้าที่ ประกอบด้วย 4 แผนกหลัก คือ เจ้าหน้าที่ขายและจัดซื้อ เจ้าหน้าที่หีบห่อ และพนักงานส่งสินค้า

รายชื่อทีมบริหาร  
กรรมการบริษัท  
นายชวนะ เจริญแล้ว

ทีมบริหารและผู้ร่วมหุ้น  
นายพบทอง สวัสดิ์  
น.ส.จุรีพร จิระภัทรศิลป์

ตารางที่ 9 แผนการบริหารงาน

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	หน้าที่
กรรมการผู้จัดการ	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดเป้าหมายและแผนการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และพันธกิจของบริษัท</li> <li>ควบคุมและดูแลการทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย และฝ่ายจัดซื้อ เพื่อให้การจัดซื้อเป็นไปอย่างมีคุณภาพ</li> <li>วางแผนการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการ ตรวจสอบสินค้าให้ได้ตามมาตรฐาน</li> <li>ดูแลในด้านการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าให้มีคุณภาพ และพร้อมจัดส่งไปยังผู้บริโภคต่อไป ตลอดจนการบริหารการจัดการในด้านวัตถุดิบและปริมาณสินค้า คงคลังให้มีความสมดุลมากที่สุด</li> </ul>
เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย และจัดซื้อ	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดูแลในเรื่องของการจัดซื้อ และติดต่อประสานงานกับผู้ผลิตวัตถุดิบ</li> <li>ดูแล Showroom ที่เปิดสำนักงานขาย</li> <li>รับ Order จากลูกค้าทั้งทางโทรศัพท์ และ ลูกค้าออนไลน์</li> <li>ดูแล Website และเช็คคำสั่งซื้อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า</li> <li>ดูแลด้านงานเอกสารทั่วไป การจัดซื้อเครื่องมือและวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต</li> </ul>
พนักงานบัญชีและการเงิน	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดูแลบริหารการจัดการในฝ่ายการบัญชีการเงิน การทำบัญชีเงินเดือนของพนักงานและการจ่ายเงินให้เจ้าหน้าที่การค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ</li> </ul>
เจ้าหน้าที่บรรจุกัณฑ์	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>ตรวจสอบสินค้าก่อนที่จะทำการจำหน่ายให้อยู่ในสภาพที่ดี พร้อมทั้งจะนำออกจำหน่าย</li> <li>ทำการหีบห่อสินค้า ตามใบสั่งซื้อที่ได้มาจากเจ้าหน้าที่ขาย และจัดซื้อ</li> </ul>

**ตารางที่ 9** แผนการบริหารงาน (ต่อ)

เจ้าหน้าที่จัดส่ง สินค้า	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตรวจสอบปริมาณสินค้าคงคลัง และเช็ควันหมดอายุของสินค้าแต่ละชนิด เพื่อให้มั่นใจได้ว่า สินค้ามีคุณภาพ และคงความสดใหม่ เพื่อที่จะพร้อมบริการให้แก่ลูกค้า</li> </ul>
เจ้าหน้าที่จัดส่ง สินค้า	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• รับใบสั่งงานจากเจ้าหน้าที่ขาย และทำการวางแผนเส้นทางเพื่อส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้เร็วที่สุด</li> </ul>

**แผนพัฒนาบุคลากร**

สำหรับแผนพัฒนาบุคลากรนั้น ทางบริษัทฯ ยังไม่มีแผนสำหรับพัฒนาบุคลากรในช่วง 3 ปีแรก เนื่องจากเป็นช่วงเริ่มต้นธุรกิจ



## บทที่ 6

### แผนการเงิน

#### สมมติฐานทางการบัญชีและการเงิน

1. ยอดขาย ประมาณการ 4,000,000 บาท
  - ในปีที่ 2 เป็นต้นไป เพิ่มขึ้นปีละ 10%
2. เงินสำรองในการจัดเก็บสินค้าคงเหลือ เดือนละ 500,000 บาท
3. ซื้อวัตถุดิบ และขายสินค้าด้วยเงินสด
4. ผลิตล่วงหน้าเพื่อขายในเดือนถัดไป (สำหรับแพคเกจจูป)
5. ค่าเช่าสถานที่จ่ายในอัตรารายเดือนๆ ละ 15,000 บาท ปีละ 180,000 บาท จ่ายล่วงหน้า 1 ปี
6. ค่าสาธารณูปโภคเดือนละ 15,000 บาท เพิ่มขึ้นปีละ 10%
7. ค่าขนส่งเดือนละ 8,000 บาท เพิ่มขึ้นปีละ 5%
8. ค่าแรงเพิ่มขึ้นปีละ 10%
9. สวัสดิการคนงานคิด 5% ของเงินเดือน
10. แหล่งเงินทุน มาจากส่วนของผู้ถือหุ้น จำนวน 3,000,00 บาท
11. Tax Rate 2556-2559 20%
12. นโยบายการจ่ายปันผล 5% ของกำไรสุทธิตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป



ตารางที่ 10 งบต้นทุนโครงการ

รายการ	รวมจำนวน เงินทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ทุนของ เจ้าของ
		เจ้าหนี้การค้า (หนี้ระยะสั้น)	เงินกู้ (หนี้ระยะยาว)	
<b>1. เงินทุนหมุนเวียน</b>				
1.3 สินค้าสำเร็จรูปสำรอง	500,000.00			500,000.00
1.4 วัสดุสิ้นเปลือง	10,000.00			10,000.00
1.6 เงินสด สำรองในการดำเนินงาน	2,060,000.00			2,060,000.00
<b>รวมเงินทุนหมุนเวียน (1)</b>	<b>2,570,000.00</b>	-	-	<b>2,570,000.00</b>
<b>2. สินทรัพย์ถาวร</b>				
2.1 ค่าตกแต่งภายใน	200,000.00			
2.5 เครื่องใช้สำนักงาน	40,000.00			40,000.00
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร (2)</b>	<b>240,000.00</b>	-	-	<b>240,000.00</b>
<b>3. รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน</b>				
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	10,000.00			10,000.00
3.2 สิทธิการใช้สินทรัพย์ระยะยาว	180,000.00			180,000.00
<b>รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน (3)</b>	<b>190,000.00</b>	-	-	<b>190,000.00</b>
<b>รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น (1) + (2) + (3)</b>	<b>3,000,000.00</b>	-	-	<b>3,000,000.00</b>

ตารางที่ 11 สถิติประชากรกรุงเทพมหานครที่มีการประกอบกิจการทางศาสนา

การประกอบกิจการทางศาสนา	หมวดอายุ (ปี) Age group (years)				
	รวม	15 - 19	20 - 24	25 - 59	60 ปีขึ้นไป
<b>กรุงเทพมหานคร</b>					
<b>สวดมนต์</b>	<b>6,461,049</b>	<b>639,016</b>	<b>772,952</b>	<b>4,395,560</b>	<b>653,521</b>
ไม่เคย	3,875,398	421,386	555,293	2,653,867	244,852
เคย	2,585,651				
ทุกวัน	1,297,503	109,881	68,157	838,484	280,980
วันเสาร์ - อาทิตย์	117,648	5,134	23,752	83,522	5,240
วันพระ	406,700	27,296	36,033	275,596	67,776
ช่วงเข้าพรรษา	60,321	4,874	1,498	50,422	3,527
วันมาฆบูชา/วิสาขบูชา/อาสาฬหบูชา	173,911	20,365	12,760	123,386	17,400
วันประเพณี	329,895	33,483	53,986	236,488	5,939
อื่น ๆ	177,607	16,597	21,473	117,334	22,203
ไม่ทราบ	22,066	-	-	16,462	5,604
<b>ตักบาตร</b>	<b>6,461,049</b>	<b>639,016</b>	<b>772,952</b>	<b>4,395,560</b>	<b>653,521</b>
ไม่เคย	919,774	181,737	140,215	528,273	69,549
เคย					
ทุกวัน	300,483	4,083	20,336	191,154	84,910
วันเสาร์ - อาทิตย์	302,063	11,816	30,107	228,623	31,517
วันพระ	1,232,710	80,498	114,456	865,110	172,646
ช่วงเข้าพรรษา	198,868	18,087	13,743	152,815	14,223
วันมาฆบูชา/วิสาขบูชา/อาสาฬหบูชา	533,570	61,003	52,581	374,342	45,644
วันประเพณี	2,473,586	258,527	332,843	1,678,559	203,657
อื่น ๆ	463,589	23,264	66,020	348,534	25,771
ไม่ทราบ	36,404	-	2,651	28,150	5,604
<b>ถวายสังฆทาน</b>	<b>6,461,049</b>	<b>639,016</b>	<b>772,952</b>	<b>4,395,560</b>	<b>653,521</b>
ไม่เคย	1,864,886	274,763	288,259	1,157,519	144,345
เคย					
ทุกวัน	26,649	-	2,141	19,598	4,911
วันเสาร์ - อาทิตย์	84,050	8,242	16,052	55,656	4,100
วันพระ	125,446	5,186	10,021	92,317	17,922
ช่วงเข้าพรรษา	320,149	22,189	48,078	228,267	21,614
วันมาฆบูชา/วิสาขบูชา/อาสาฬหบูชา	379,883	31,519	43,732	266,968	37,665
วันประเพณี	2,829,382	240,596	290,863	1,976,512	321,411
อื่น ๆ	780,789	56,522	71,155	557,164	95,949
ไม่ทราบ	49,814	-	2,651	41,559	5,604

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

**ตารางที่ 12** สถิติประชากรกรุงเทพมหานครที่มีการประกอบกิจการทางศาสนาในวันสำคัญทางศาสนา (วันมาฆบูชา/วิสาขบูชา/อาสาฬหบูชา) และวันประเพณี

กิจกรรมทางศาสนา	จำนวน (คน)
สวดมนต์	503,806
ถวายสังฆทาน	3,209,265
ตักบาตร	3,007,156

ประมาณการรายได้ของบริษัท บุญบันดาลา 360 องศา จำกัด ได้มาจากส่วนแบ่งตลาดจากสถิติประชากรกรุงเทพมหานครที่มีการประกอบกิจการทางศาสนาในวันสำคัญทางศาสนา ได้แก่ วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา และวันอาสาฬหบูชา และวันประเพณี บริษัทฯ สามารถ Share ส่วนแบ่งตลาดของรูปหอมเท่ากับ 1% ชุดตักบาตรอาหารแห้ง และ ชุดสังฆทาน 0.2% ของมูลค่าตลาดรวมตามลำดับ

**ตารางที่ 13** แสดงประมาณการรายได้ต่อปี

สินค้าขาย	จำนวน (ชิ้น/คน)	ราคาขายเฉลี่ย (บาท)	รวมเป็นเงิน (บาท)
ชุดไหว้พระ ขอพร	17,471	52	908,492
ชุดตักบาตร	6,014	79	475,106
ชุดสังฆทาน	6,419	532	3,414,908
รวม			4,798,506

ตารางที่ 14 รายละเอียดต้นทุนสินค้าขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
				%	%	%
สินค้าคงเหลือต้นงวด	500,000.00	82,560.00	86,688.00	11.11	1.67	1.59
บวก ซื้อสินค้า	1,638,930.00	1,720,876.50	1,806,920.33	36.41	34.75	33.17
บวก ค่าขนส่งออก	96,000.00	100,800.00	105,840.00	2.13	2.04	1.94
หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	82,560.00	86,688.00	91,022.40	1.83	1.75	1.67
บวก ค่าเสื่อมราคา	8,000.00	8,000.00	8,000.00	0.34	0.40	0.38
บวก วัสดุสิ้นเปลือง	180,000.00	180,000.00	180,000.00	8.33	6.11	5.37
รวมต้นทุนสินค้าขาย	2,340,370.00	2,005,548.50	2,096,425.93	51.99	40.50	38.49

ตารางที่ 15 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
FB sponsor	60,000	60,000	60,000
ค่าออกบูทตามวัด	40,000	40,000	40,000
จัดทำป้ายบริจาควัด	50,000	50,000	50,000
ค่าทำเว็บไซต์	24,000	24,000	24,000
รวม	174,000	174,000	174,000

ตารางที่ 16 ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
เงินเดือนผู้บริหาร	300,000	330,000	363,000
เงินเดือนพนักงาน	360,000	396,000	435,600
ค่าประกันสังคม	33,000	36,300	39,930
รวม	693,000	762,300	838,530

ตารางที่ 17 งบกำไรขาดทุนโดยประมาณ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
<b>รายได้:</b>				%	%	%
ยอดขายสินค้า	4,501,499.00	4,951,649.00	5,446,814.00	100.00	100.00	100.00
**หัก ต้นทุนสินค้าขาย**	2,340,370.00	2,005,548.50	2,096,425.93	51.99	40.50	38.49
กำไรขั้นต้น	2,161,129.00	2,946,100.50	3,350,388.08	48.01	59.50	61.51
<b>หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน :</b>						
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	174,000.00	174,000.00	174,000.00	3.87	3.51	3.19
ค่าใช้จ่ายทางการบริหาร	693,000.00	762,300.00	838,530.00	15.39	15.39	15.39
ค่าเช่าสถานที่	-	180,000.00	180,000.00			
ค่าสาธารณูปโภค	180,000.00	198,000.00	217,800.00	4.00	4.00	4.00
รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน (ตัดจ่าย)	190,000.00	-	-	4.22	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	1,237,000.00	1,314,300.00	1,410,330.00	27.48	26.54	25.89
กำไรจากการดำเนินงาน	924,129.00	1,631,800.50	1,940,058.08	20.53	32.95	35.62
บวก รายได้อื่น	-	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักดอกเบี้ย	924,129.00	1,631,800.50	1,940,058.08	20.53	32.95	35.62
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-
= กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	924,129.00	1,631,800.50	1,940,058.08	20.53	32.95	35.62
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล/ บุคคลธรรมดา	184,825.80	326,360.10	388,011.62	4.11	6.59	7.12
= กำไร/ขาดทุน สุทธิ	924,129.00	1,305,440.40	1,552,046.46	20.53	26.36	28.49

จากการประมาณการงบกำไรขาดทุนของบริษัทฯ พบว่าทางร้านสามารถทำกำไรได้ในปีแรกของการดำเนินการ โดยในปีแรกบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 4,501,499 บาท ต้นทุนสินค้าขาย , ค่าใช้จ่ายทางการตลาด การขาย และการบริหาร เท่ากับ 2,340,370 บาท และ 924,129 บาท ตามลำดับ เมื่อหักภาษีเงินได้แล้ว จึงมีกำไรสุทธิเท่ากับ 924,129 บาท และมีกำไรต่อเนื่องไปทุกๆปี คิดเป็น ร้อยละ 20.53, 26.36 และ 28.49 ในปีที่ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 งบดุล โดยประมาณ

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
<b>(1)สินทรัพย์หมุนเวียน</b>				%	%	%
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	3,419,569.00	4,870,415.70	6,487,779.28	83.2	87.7	90.5
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
สินค้าสำเร็จรูป	82,560.00	86,688.00	91,022.40	2.0	1.6	1.3
งานระหว่างทำ				-	-	-
วัตถุดิบคงคลัง				-	-	-
วัสดุสิ้นเปลือง	10,000.00	10,000.00	10,000.00	0.2	0.2	0.1
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน (1)</b>	<b>3,512,129.00</b>	<b>4,967,103.70</b>	<b>6,588,801.68</b>	<b>85.5</b>	<b>89.4</b>	<b>91.9</b>
<b>(2)สินทรัพย์ถาวร</b>						
เครื่องใช้สำนักงาน	40,000.00	40,000.00	40,000.00	1.0	0.7	0.6
เฟอร์นิเจอร์	200,000.00	200,000.00	200,000.00			
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	8,000.00	16,000.00	24,000.00	0.2	0.3	0.3
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร (2)</b>	<b>232,000.00</b>	<b>224,000.00</b>	<b>216,000.00</b>	<b>5.6</b>	<b>4.0</b>	<b>3.0</b>
<b>(3)สินทรัพย์อื่น</b>						
รายจ่ายในการเตรียมการรอดำเนินการ				-	-	-
สิทธิการใช้สินทรัพย์ระยะยาว				-	-	-
<b>รวมสินทรัพย์อื่น ๆ (3)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>(A) รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น</b>	<b>4,108,954.80</b>	<b>5,555,929.50</b>	<b>7,169,627.48</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
<b>(4)หนี้สิน</b>						
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
ภาษีค้างจ่าย	184,825.80	326,360.10	388,011.62	4.5	5.9	5.4
รายจ่ายอื่น ๆ ค้างจ่าย				-	-	-
เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-	-
<b>รวมหนี้สิน (4)</b>	<b>184,825.80</b>	<b>326,360.10</b>	<b>388,011.62</b>	<b>4.5</b>	<b>5.9</b>	<b>5.4</b>
<b>(5)ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
ทุน-ของผู้ถือหุ้น	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	73.0	54.0	41.8
บวก กำไร/ขาดทุน สะสม	924,129.00	2,229,569.40	3,781,615.86	22.5	40.1	52.7
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น (5)</b>	<b>3,924,129.00</b>	<b>5,229,569.40</b>	<b>6,781,615.86</b>	<b>95.5</b>	<b>94.1</b>	<b>94.6</b>
<b>(B) รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>4,108,954.80</b>	<b>5,555,929.50</b>	<b>7,169,627.48</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 19 งบกระแสเงินสดโดยประมาณ

รายการ	ก่อนดำเนินการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
<b>เงินสดรับจริง</b>				
ขายสินค้า/บริการ		4,501,499.00	4,951,649.00	5,446,814.00
รับชำระหนี้		-	-	-
รายได้อื่น		-	-	-
<b>รวมเงินสดรับ (1)</b>	<b>-</b>	<b>4,501,499.00</b>	<b>4,951,649.00</b>	<b>5,446,814.00</b>
<b>เงินสดจ่ายจริง</b>				
จ่ายในการดำเนินงาน				
ซื้อสินค้า	500,000.00	1,638,930.00	1,720,876.50	1,806,920.33
ซื้อวัสดุสิ้นเปลือง	10,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00
ค่าขนส่งออกในการขายสินค้า		96,000.00	100,800.00	105,840.00
ค่าสาธารณูปโภค		180,000.00	198,000.00	217,800.00
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด		174,000.00	174,000.00	174,000.00
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		693,000.00	762,300.00	838,530.00
ค่าภาษีจ่าย			184,825.80	326,360.10
จ่ายในการลงทุน				
ซื้อเครื่องใช้สำนักงาน	40,000.00			
ค่าออกแบบตกแต่ง	200,000.00			
จ่ายรายจ่ายในการเตรียมการ	10,000.00			
จ่ายค่าสิทธิในการใช้สิทธิทรัพย์สินระยะยาว	180,000.00			
<b>รวมเงินสดจ่าย (2)</b>	<b>940,000.00</b>	<b>3,141,930.00</b>	<b>3,500,802.30</b>	<b>3,829,450.43</b>
<b>เงินสดสุทธิ</b>	<b>- 940,000.00</b>	<b>1,359,569.00</b>	<b>1,450,846.70</b>	<b>1,617,363.58</b>
บวก เงินสด (ยกมาจากงวดก่อน)		2,060,000.00	3,419,569.00	4,870,415.70
บวก ทุนของเจ้าของ	3,000,000.00			
บวก เงินกู้				
บวก เจ้าหนี้การค้า(หนี้ระยะสั้น)				
หัก จ่ายเงินคืนหนี้เจ้าหนี้การค้า(หนี้ระยะสั้น/OD)		-	-	-
หัก จ่ายดอกเบี้ยเจ้าหนี้การค้า(หนี้ระยะสั้น/OD)		-	-	-
หัก จ่ายชำระคืนเงินต้น(เงินกู้ระยะยาว)		-	-	-
หัก จ่ายชำระดอกเบี้ย		-	-	-
<b>= เงินสดคงเหลือ สุทธิ (ยกไป)</b>	<b>2,060,000.00</b>	<b>3,419,569.00</b>	<b>4,870,415.70</b>	<b>6,487,779.28</b>

จากภาพรวมของการประมาณการงบกระแสเงินสดข้างต้นพบว่า บริษัทฯ มีกระแสเงินสดเป็นบวก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ มีกระแสเงินสดเพียงพอสำหรับการดำเนินงาน ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อมูลดังกล่าวข้างต้น พบว่า บริษัทฯ มีกระแสเงินสดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี

**ตารางที่ 20** การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
<b>1. วัดสภาพคล่องทางการเงิน</b>			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน	15.00	14.00	16.00
<b>2. วัดความสามารถในการทำกำไร</b>			
อัตรากำไรขั้นต้น	48.01	59.5	61.51
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	27.53	39.95	42.62
อัตรากำไรสุทธิ	27.53	31.96	34.09
อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม	27.62	25.45	22.8
อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	29.23	27.18	24.18
<b>3. วัดประสิทธิภาพการจัดการเงินทุนหมุนเวียน</b>			
ระยะเวลาในการเก็บสินค้าคงคลัง (วัน)	13	16	16
<b>4. วัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง</b>			
อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	0.06	0.06	0.06
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน	0.06	0.06	0.06

**การคำนวณมูลค่าสุทธิและผลตอบแทนของการลงทุน**

การคำนวณมูลค่าของบริษัทฯ จะใช้วิธีการคำนวณจากกระแสเงินสดของบริษัทฯ ที่ได้จากการประมาณการ ได้ดังนี้

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) 75.1%

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) คือ 2,701,167.87 บาท

โดยที่ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period) ของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ จะสามารถสร้างกระแสเงินสดกลับคืนให้คุ้มกับเงินที่ลงทุนเข้าไป ซึ่งจะได้ระยะเวลาคืนทุน 5 เดือน



## การจัดการความเสี่ยง (Risk Management)

ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจมีดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)
2. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)
3. ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)
4. ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk)
5. ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)
6. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

### 1. ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market risk)

1. การลอกเลียนแบบ
2. การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่
3. ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าที่กำหนดไว้

### วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสี่ยง

1. รักษาชื่อเสียงและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการบริการให้สม่ำเสมอ สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวสินค้า เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดกระแสความต้องการสินค้าเฉพาะช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง
2. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตวัตถุดิบเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ หรือมีทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากรณีมีแนวโน้มที่คาดว่าวัตถุดิบจะขาดแคลน
3. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยนำ CRM มาเป็นเครื่องมือ

### 2. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

1. งบประมาณไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน
2. การเปลี่ยนแปลงด้านตลาดสินค้า และการเงิน เช่น การเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบ

### วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านการเงิน

1. จัดสรรเงินทุนสำรองไว้เพื่อเป็น Cash Flow กับธนาคารเอาไว้ เพื่อให้มีเงินสดเพียงพอในการสั่งซื้อวัตถุดิบ
  2. หาแหล่งเงินทุนสำรองเพื่อช่วยในการกระจายความเสี่ยงทางการเงิน และยังช่วยเพิ่มช่องทางของแหล่งเงินทุนสำรองเพื่อนำไปจัดสรรงบประมาณต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
  3. ติดตามอัตราการแลกเปลี่ยนและติดตามข่าวความเคลื่อนไหวของราคาวัตถุดิบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดจำหน่ายในเรื่องของทิศทางการปรับราคาขึ้นลง เพื่อที่จะได้เตรียมทำแผนสำรองไว้กรณีที่สินค้าขาดตลาด
- 3. ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)** คือ ความเสียหายทางการเงินและที่มิใช่การเงินที่อาจเกิดแก่บริษัทจากการขาดเงินสดทำให้บริษัทไม่สามารถจ่ายเงินตามภาระผูกพันเต็มจำนวน หรือ ตรงเวลา
- บริษัทมีสภาพคล่องในการชำระหนี้สิน จากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ดังนั้นจึงไม่มีความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง
4. **ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk)** เกิดขึ้นเมื่อคู่สัญญาหรือลูกค้าไม่ปฏิบัติตามภาระผูกพันและ เป็นผลให้เกิดความเสียหายขึ้น
- บริษัทไม่มีความเสี่ยงด้านเครดิต เนื่องจากขายสินค้าและรับเป็นเงินสด
5. **ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)**
    1. พนักงานขายขาดทักษะ ความรู้ ความเข้าใจอย่างถูกต้องแท้ในเรื่องสินค้าและบริการที่นำมาจำหน่าย
    2. ความเสี่ยงจากการอาศัยระบบปฏิบัติการต่างๆ จากภายนอกบริษัท (Outsource) ในการนำส่งสินค้าและบริการให้บริษัทฯ

### วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสียด้านปฏิบัติการ

1. ควบคุมมาตรฐานพนักงานฝ่ายขายโดยการคัดเลือกพนักงานที่มีความสามารถ และมีการอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาทักษะการขายให้แก่พนักงานฝ่ายขายเพื่อทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ
2. การตรวจสอบการทำงานของ Outsource อยู่สม่ำเสมอ รวมถึงการสำรวจหา Outsource สำรองแหล่งอื่นๆ ด้วย เพื่อการกระจายความเสี่ยงเพื่อว่าบริษัท Outsource ปัจจุบันเกิดมีปัญหาในการดำเนินงานให้กับบริษัทฯ

### 6. ความเสียด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

1. การส่งเสริมการตลาด หากมีการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดผิดพลาด อาจส่งผลให้สินค้าไม่เป็นที่ถูกใจลูกค้าต้องการ หรือไม่ได้ออกขายตามเป้าหมาย
2. การบริหารงานที่กำหนดกลยุทธ์ผิดพลาด จึงนำไปสู่วิสัยทัศน์ และเป้าหมายขององค์กรที่ผิดพลาดเช่นเดียวกัน
3. การไม่สามารถนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ตามแผนกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทได้

### วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสียด้านกลยุทธ์

1. เน้นการสร้าง Brand Awareness โดยจัดกิจกรรมทางการตลาดให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่องในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ให้ลูกค้ารับรู้และยอมรับในวงกว้าง
2. ผลักดันทีมฝ่ายขายให้เข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง โดยสร้างความสัมพันธ์อันดีกับฐานลูกค้าเก่าไว้ด้วย
3. หมั่นจัดประชุมเพื่อทบทวน ตรวจสอบและพัฒนากลยุทธ์ต่างๆ ว่าสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ เป้าหมายขององค์กรหรือไม่ พร้อมกับมีการติดตามผล ถ้าไม่นำไปสู่วิสัยทัศน์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ ต้องมีการประชุม และตกลงกันใหม่ อีกทั้งยังต้องติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดในภาพรวม เพื่อติดตามความเปลี่ยนแปลงซึ่งจะมีผลต่อบริษัทฯ อีกด้วย

## บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 2555

กมล หิมาลัย. (2556) *สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พลิกชะตาชีวิตร้าย*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ

สำนักพิมพ์เพชรประกาย

พงศ์ศรีณย์ พลศรีเลิศ. (15 กรกฎาคม 2556). *ไอเดียธุรกิจช่วงเข้าพรรษา*. บทความจากสถานีวิทยุ

ครอบครัวข่าว FM106 MHz

พระครูสิริรัตนานุวัตร, รศ. ดร. (2556). *แนวคิด หลักการ อิทธิพลต่อสังคมไทย. การขนาน*

*บวงสรวง. การค้นคว้าแบบอิสระพุทธศาสนมหาบัณฑิต(พระพุทธศาสนา)*

สุภกร เขียมชนทัต. (2554). *ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านสังฆภัณฑ์ในเขตเทศบาลเมือง*

*บางศรีเมือง จังหวัดนนทบุรี: กรณีศึกษาผู้เดินทางมาทำบุญ ณ วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร.*

*การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย,*

*มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*

ศุภนุช คุณวรวินิจ. (2546). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังฆภัณฑ์ของ*

*ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*

*สาขาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2554). *พฤติกรรมการณ์ลงปีใหม่เดือนรับปี 2554 ของคนกรุงเทพฯ. วันที่*

*ค้นข้อมูล 22 เมษายน 2555, เข้าถึงได้จาก*

[http://www.thaihealth.or.th/healthcontent/special\\_report/18924](http://www.thaihealth.or.th/healthcontent/special_report/18924).

สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, เข้าถึงได้จาก <http://www.dhammadhai.org>