

แผนธุรกิจ “ร้านพวงหรีด Jai-Boon ”



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

**แผนธุรกิจ “ร้านพวงหรีด Jai-Boon ”**

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2558



นางสาวขวัญใจ บุญเฮ้า

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิน ระวิวงศ์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนสารนิพนธ์ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ะวิวงศ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและเสนอแนะแนวทางในการศึกษา ค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้ ตลอดจนคณาจารย์ที่วิทยาลัยการจัดการมหิดลทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ทางทฤษฎีและถ่ายทอดประสบการณ์ในทางปฏิบัติ จนทำให้ผู้เขียนมีความรู้ความเข้าใจด้านธุรกิจ และทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ให้คำแนะนำและตรวจสอบสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์

อนึ่งผู้เขียนมีความสำนึกในพระคุณของคณาจารย์ทุกท่าน ที่เคยอบรมสั่งสอนวิชาการต่างๆ ให้กับผู้เขียน และขอสำนึกในพระคุณของ บิดา มารดา ญาติพี่น้อง และเพื่อนๆทุกคนใน สาขาการจัดการธุรกิจ รุ่น 16C ที่ได้ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้ผู้เขียน จนกระทั่งสำเร็จการศึกษา

ขวัญใจ บุญเฮ้า

แผนธุรกิจ เรื่อง “ร้านพวงหรีด Jai-Boon”

JAI-BOON WREATH SHOP BUSINESS PLAN

ขวัญใจ บุญเฮ้า 5650390

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังวงศ์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พลิศาร รุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D.

### บทคัดย่อ

ในการจัดทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้เขียนได้เลือกเขียนแผนธุรกิจร้านพวงหรีด ซึ่งให้บริการรับสั่งซื้อพวงหรีดทางออนไลน์หรือทางโทรศัพท์และดำเนินการจัดส่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จัดจำหน่ายพวงหรีดประเภทหนังสือ พวงหรีดดอกไม้สด พวงหรีดดอกไม้ประดิษฐ์ พวงหรีดดอกไม้จันทร์ พวงหรีดต้นไม้ พวงหรีดพัดลม พวงหรีดผ้า พวงหรีดนาฬิกา เป็นต้น

แผนธุรกิจนี้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย และการสำรวจสถิติต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ภาพรวมของตลาด สถานะการแข่งขันในธุรกิจ สถานการณ์แวดล้อม ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ธุรกิจพวงหรีดเป็นธุรกิจที่ยังไม่มีสินค้าทดแทน แต่อาจจะมีการเปลี่ยนรูปแบบจากพวงหรีดดอกไม้สดไปเป็นแบบอื่นๆแทน ดังนั้นผู้เขียนจึงเน้นสร้างเครือข่ายกับร้านพวงหรีดอื่นเพื่อสามารถให้บริการได้ครอบคลุมทุกประเภท และเป็นธุรกิจที่ผู้เล่นรายใหม่สามารถเข้ามาได้โดยใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก แต่จำเป็นต้องมีฝีมือและประสบการณ์หากต้องมีการประกอบพวงหรีดเอง ต้องมีเครือข่ายร้านพวงหรีดเพื่อลดต้นทุนค่าจัดส่งสินค้า อีกทั้งการมีลูกค้าประจำหรือลูกค้าองค์กรรายใหญ่ก็จะช่วยทำให้ธุรกิจนี้มีรายได้เข้ามาต่อเนื่องสม่ำเสมอ และนำไปลงทุน

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ / ร้านพวงหรีด

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
<b>บทที่ 1</b> ความเป็นมาของธุรกิจ	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ	1
1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ	2
1.3 รายละเอียดธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และบริการ	2
1.4 Vision/Mission	5
1.4.1 Vision	5
1.4.2 Mission	5
1.5 Business Model	5
1.6 Business Goal	5
<b>บทที่ 2</b> การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	<b>7</b>
2.1 การวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรมและตลาด	7
2.2 การวิเคราะห์สภาวะแข่งขันในธุรกิจ (Five Force Analysis)	9
2.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis)	11
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง	12
<b>บทที่ 3</b> แผนดำเนินการ/แผนการจัดการ	<b>14</b>
3.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	14
3.2 สถานที่ตั้ง	14
3.3 โครงสร้างองค์กร	15
3.4 Job Description	16
3.5 กระบวนการในการให้บริการ/จัดจำหน่าย	17

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 แผนการตลาด</b>	<b>18</b>
4.1 Segmentation : การแบ่งกลุ่มทางการตลาด	18
4.2 Target Market : กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด	19
4.3 Positioning : การวางตำแหน่งทางการตลาด	19
4.4 Marketing Strategy : 4P	20
4.4.1 Product กลยุทธ์ด้านสินค้า/บริการ	20
4.4.2 Price กลยุทธ์ด้านราคา	20
4.4.3 Place กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย	21
4.4.4 Promotion กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย	21
<b>บทที่ 5 แผนการเงิน</b>	<b>22</b>
5.1 สมมติฐานทางการเงิน	22
5.2 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน	23
5.3 ประมาณการยอดขาย	23
5.4 ต้นทุนสินค้า/บริการ	25
5.4.1 ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	25
5.4.2 ต้นทุนคงที่	26
5.5 งบกำไรขาดทุน	28
5.6 รายการแสดงฐานะทางการเงิน	29
5.7 งบกระแสเงินสด	31
5.8 วิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนและจุดคุ้มทุน	33
<b>บทที่ 6 แผนบริหารความเสี่ยง</b>	<b>34</b>
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>35</b>
<b>ประวัติผู้เขียนแผนธุรกิจ</b>	<b>36</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
2.1	เปรียบเทียบร้านขายพวงหรีดคู่แข่ง	13
5.1	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	23
5.2	ความสามารถในการผลิตและบริการสูงสุดต่อเดือน	23
5.3	ราคาขายต่อหน่วยของสินค้าแต่ละประเภท	24
5.4	ปริมาณการขาย/ผลิต ตามประมาณการยอดขายต่อปี	24
5.5	การประมาณการยอดขาย (ต่อปี)	25
5.6	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของสินค้าพวงหรีดหนังสือ	25
5.7	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของบริการรับสั่งพวงหรีดที่ระดับราคา 1,500 บาท	26
5.8	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของบริการรับสั่งพวงหรีดที่ระดับราคา 2,500 บาท	26
5.9	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของบริการรับสั่งพวงหรีดที่ระดับราคา 3,500 บาท	26
5.10	ต้นทุนวัตถุดิบ	26
5.11	ค่าแรงของพนักงานต่อปี	27
5.12	ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่อปี	27
5.13	ค่าใช้จ่ายในทางการตลาดต่อปี	28
5.14	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อปี	28
5.15	งบประมาณการงบกำไรขาดทุน	28
5.16	รายการแสดงฐานะทางการเงิน	30
5.17	ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน	31
5.18	งบประมาณการงบกระแสเงินสด	32

## สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	ตัวอย่างพวงหรีดหนังสือ	3
1.2	ตัวอย่างพวงหรีดดอกไม้จันทร์	3
1.3	ตัวอย่างพวงหรีดดอกไม้สด	3
1.4	ตัวอย่างพวงหรีดทางเลือกอื่นๆ	4
1.5	ตัวอย่างพวงหรีดดอกกล้วยไม้	4
2.1	สถิติจำนวนวัดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556	7
2.2	สถิติจำนวนการตายของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556	8
2.3	โครงสร้างการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันโดยใช้หลักการของ Five Forces Model	9
3.1	ตัวอย่างเว็บไซต์ของร้าน Jai-Boon	14
3.2	แผนผังโครงสร้างองค์กร	15
3.3	แผนผังการให้บริการและจัดจำหน่าย	17
4.1	การวางตำแหน่งสินค้าในตลาดพวงหรีดออนไลน์	19



## บทที่ 1

### ความเป็นมาของธุรกิจ

#### 1.1 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ

ประเทศไทยให้เสรีในการเลือกนับถือศาสนา ประชากรสามารถเลือกนับถือศาสนาต่างๆได้ตามความสมัครใจ แต่ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศร้อยละ 94.6 นับถือศาสนาพุทธ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) ประเทศไทยมีจังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศ ซึ่งกรุงเทพมหานครนั้นมีพื้นที่ 1,569 ตารางกิโลเมตร (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2557) มีประชากรตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร 5.69 ล้านคน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2557) นับถือศาสนาพุทธร้อยละ 93.2 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) เมื่อพิจารณาจำนวนวัดในเขตกรุงเทพมหานครแล้วพบว่ามีจำนวนมากถึง 452 วัด (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2558) และในปีพุทธศักราช 2555 มีสถิติจำนวนการตายของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 31,545 คน ในปีพุทธศักราช 2556 มีสถิติจำนวนการตายของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 36,770 คน (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2557) ซึ่งตามหลักของศาสนาพุทธแล้วมักมีการประกอบพิธีศพให้กับผู้เสียชีวิตเพื่อนำส่งดวงวิญญาณของผู้เสียชีวิตไปสู่สุคติสุข แปลว่าในปีหนึ่งๆนั้นจะมีการจัดงานศพในกรุงเทพมหานครเฉลี่ยอย่างน้อยประมาณ 30,000 งาน หรือวันละประมาณ 80 งาน “...ประเมินค่าใช้จ่ายในการจัดงานศพเฉลี่ยแต่ละปีสูงถึง 35,000 ล้านบาท นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการจัดงานศพยังแตกต่างกันอย่างมากในการจัดงานศพเมื่อเปรียบเทียบระหว่างกรุงเทพมหานครและเมืองธุรกิจใหญ่ๆ กับ ต่างจังหวัด โดยแตกต่างกันประมาณ 3 เท่าตัว...” (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, 2549) ดังนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานศพจึงเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

สำหรับธุรกิจพวงหรีดนั้นมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 4,300 ล้านบาท (สิรินันท์ กิตติสุข และ วณิชพล มหาอาษา, 2549) คิดเป็นร้อยละ 12.29 ของเม็ดเงินที่ใช้จ่ายในการจัดงานศพ สาเหตุที่สนใจธุรกิจพวงหรีด เนื่องมาจากการจัดงานศพแต่ละงานจะมีกลุ่มคนที่รู้จักสนิทสนม มีความเคารพนับถือในตัวผู้เสียชีวิตหรือญาติส่งพวงหรีดมาเพื่อแสดงความไว้อาลัยเป็นจำนวนมาก รวมถึงญาติของผู้เสียชีวิตเองก็นิยมส่งพวงหรีดมาตั้งในงานเพื่อแสดงความไว้อาลัยเช่นกัน จนกลายเป็นสัญลักษณ์ประจำงานศพไปแล้วว่าเมื่อไหร่มีงานศพก็จะต้องมีพวงหรีดเป็นของคู่กัน “...วัดทั่วไปใน

กรุงเทพมหานคร มีร้านขายพวงหรีดอยู่หน้าวัดประมาณ 3 ร้าน รวมทั้งร้านที่ขายดอกไม้เป็นหลักแต่มีบริการเสริมในการจัดดอกไม้เป็นพวงหรีดอีกประมาณ 2-3 ร้าน...” (ศิริพันธ์ กิตติสุข และ วณิชพล มหาอาษา, 2549) หากลองนำมาคำนวณจะได้ร้านดอกไม้ที่ทำธุรกิจพวงหรีดประมาณ 2,700 ร้านในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนแผนธุรกิจจึงมองเห็นโอกาสในการเป็นตัวแทนรับสั่งพวงหรีดทุกประเภท โดยเริ่มจากเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นอันดับแรก

ในขณะที่เดียวกันผู้เขียนแผนธุรกิจซึ่งมีประสบการณ์และอยู่ในวงการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์มาเป็นระยะเวลากว่า 3 ปี ดำเนินงานรับพิมพ์หนังสือตามสั่ง และจัดจำหน่ายหนังสือ ได้มองเห็นโอกาสที่จะสามารถนำมาต่อยอดจากธุรกิจที่ทำอยู่ในปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนส่งเสริมเพิ่มประเภทสินค้าในธุรกิจใหม่ให้มีความหลากหลายได้ นั่นคือ การทำพวงหรีดหนังสือ เพื่อให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการสั่งพวงหรีดที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้หลังจากเสร็จงานศพ โดยสามารถนำหนังสือไปบริจาคซึ่งเป็นการทำบุญอีกต่อหนึ่ง ช่วยลดปริมาณขยะ ลดภาวะโลกร้อน

## 1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ

ลูกค้าสามารถเลือกหนังสือสำหรับนำมาจัดได้เอง สำหรับสินค้าในหมวดพวงหรีดหนังสือ ส่วนบริการรับสั่งซื้อพวงหรีดทุกประเภทพร้อมจัดส่งฟรีในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ลูกค้าสามารถเลือกประเภท เลือกรูปแบบ เลือกชนิด/สีของดอกไม้ กำหนดงบประมาณได้เอง มีตัวเลือกหลากหลายจากร้านพวงหรีดที่อยู่ใกล้วัดต่างๆ เมื่อจัดส่งถึงที่หมายแล้วลูกค้าจะได้รับภาพยืนยันการจัดส่งจากร้าน อีกทั้งยังได้ร่วมบุญกับทางร้าน เนื่องจากทางร้านจะนำกำไรส่วนหนึ่งไปบริจาคให้มูลนิธิต่างๆเป็นประจำทุกปี

## 1.3 รายละเอียดธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการ

บริการรับสั่งซื้อพวงหรีดทุกประเภทผ่านทาง Website , โทรศัพท์ หรือ แอปพลิเคชัน LINE ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และให้บริการจัดส่งพวงหรีดฟรีในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลทุกวัน เวลา 8:30-20:00 น.

ผลิตภัณฑ์และบริการ :

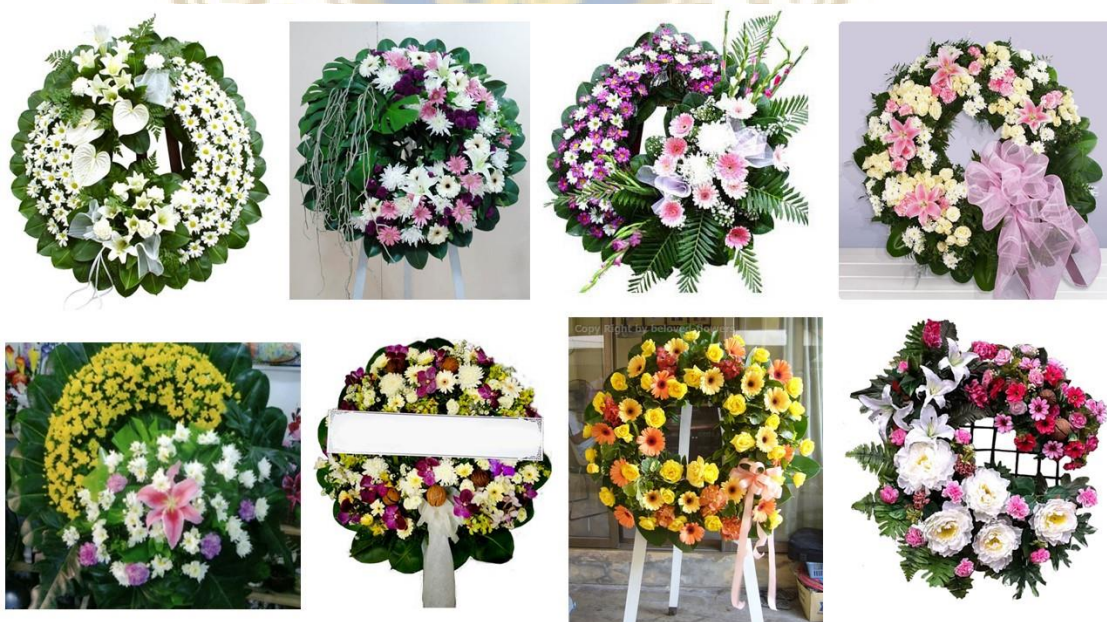
- พวงหรีดหนังสือ ดังแสดงในภาพที่ 1.1
- บริการรับสั่งพวงหรีดทุกประเภท เช่น พวงหรีดดอกไม้จันทน์, พวงหรีดดอกไม้สด, พวงหรีดทางเลือกอื่นๆ และพวงหรีดดอกไม้ด้วยไม้ ดังแสดงในภาพที่ 1.2 – 1.5 ตามลำดับ



ภาพที่ 1.1 : ตัวอย่างพวงหรีดหนังสือ



ภาพที่ 1.2 : ตัวอย่างพวงหรีดดอกไม้จันทร์



ภาพที่ 1.3 : ตัวอย่างพวงหรีดดอกไม้สด



ภาพที่ 1.4 : ตัวอย่างพวงหรีดทางเลือกอื่นๆ



ภาพที่ 1.5 : ตัวอย่างพวงหรีดดอกกล้วยไม้

## 1.4 Vision / Mission

### 1.4.1 VISION

เป็นผู้นำร้านขายพวงหรีดออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### 1.4.2 MISSION

เป็นร้านพวงหรีดออนไลน์ ที่มีแนวทางปฏิบัติดังนี้

1. มีรูปแบบการจัดพวงหรีดหนังสือที่หลากหลาย ทันสมัย ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า
2. มีพวงหรีดหลากหลายประเภทให้ลูกค้าเลือกซื้อ และให้บริการครอบคลุมเขตกรุงเทพและปริมณฑล
3. รักษามาตรฐานในการผลิตและบริการ ให้มีคุณภาพสวยงามถูกใจ ส่งทันเวลา
4. คัดเลือกร้านพวงหรีดในเครือที่มีคุณภาพทั้งในด้านการผลิตและบริการ ให้
5. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับร้านพวงหรีดในเครือ
6. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

## 1.5 Business Model

เป็นร้านขายพวงหรีดที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ หรือสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ไม่มีหน้าร้าน เน้นนำเสนอขายพวงหรีดทางเลือกรูปแบบต่างๆ ที่มากกว่าพวงหรีดดอกไม้สด ครอบคลุม ครอบคลุม ครอบคลุม ประเภท พวงหรีดที่ทุกคนต้องการ

## 1.6 Business Goal

1. สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มลูกค้าองค์กร ธุรกิจทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ กลุ่มลูกค้าโรงเรียน กลุ่มลูกค้าข้าราชการ และบุคคลทั่วไป
2. สร้างและรักษาฐานลูกค้าประจำ และขยายฐานลูกค้าประจำให้เพิ่มขึ้นในแต่ละปี
3. ขยายตลาดออกไปยังต่างจังหวัด และครอบคลุมการบริการให้ทั่วประเทศไทย

4. สร้างเครือข่ายพันธมิตรกับร้านพวงหรีดในจังหวัดต่างๆ สำหรับการเป็นคนกลางในการรับสั่งซื้อและจัดส่งพวงหรีดไปยังวัดต่างๆในประเทศไทย
5. ขยายธุรกิจให้ครอบคลุมการให้บริการในธุรกิจงานศพ เช่น การจัดดอกไม้ในงานศพ โลงศพ การลอยอังคาร ของว่าง หนังสือแจกในงานศพ เป็นต้น
6. ภายในระยะเวลา 5 ปีจะมีกำไรจากยอดขายปีละ 1,000,000 บาท



## บทที่ 2

### การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

#### 2.1 การวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรมและตลาด

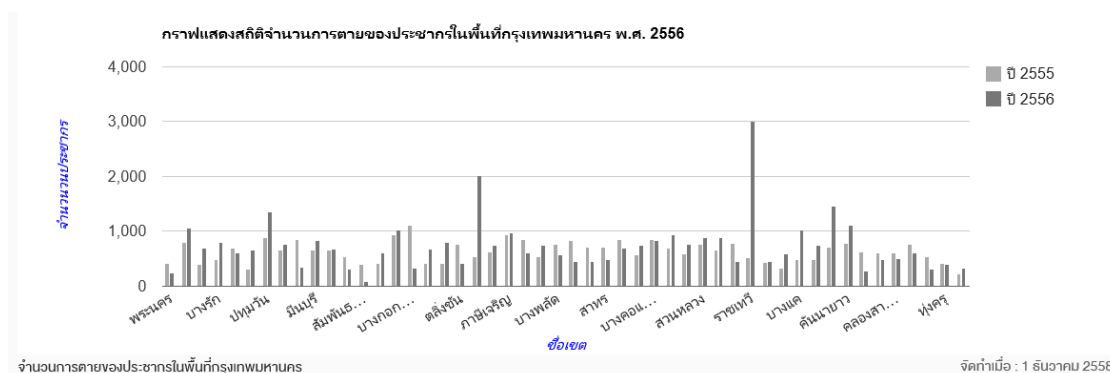
ธุรกิจพวงหรีดมีมูลค่าประมาณ 4,300 ล้านบาท ทั่วทุกพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร มีร้านขายพวงหรีดอยู่หน้าวัดประมาณ 3 ร้าน รวมทั้งร้านที่ขายดอกไม้เป็นหลัก แต่มีบริการเสริมรับจัดดอกไม้เป็นพวงหรีดอีกประมาณ 2-3 ร้าน (ศิริพันธ์ กิตติสุข และ วณิชพล มหาอาษา, 2549) และในกรุงเทพมหานครนั้นมีวัดอยู่ทั้งหมดจำนวน 452 วัด (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2558) เป็นวัดที่มีการจัดสวดและเผาศพจำนวนทั้งสิ้น 313 วัด (สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร, 2555)



ภาพที่ 2.1 : สถิติจำนวนวัดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2556

หากนำจำนวนร้านที่มีการขายพวงหรีดบริเวณวัดมาคำนวณร่วมกับจำนวนวัดในพื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อหาจำนวนร้านดอกไม้ที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับพวงหรีดและดอกไม้ที่ใช้ในงานศพจะ  
ได้ประมาณ 2,700 ร้าน



ภาพที่ 2.2 : สถิติจำนวนการตายของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2556

ในปีพุทธศักราช 2555 มีสถิติจำนวนการตายของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 31,545 คน ในปีพุทธศักราช 2556 มีสถิติจำนวนการตายของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 36,770 คน (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2557) มีอัตราการตายของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.56 และจากค่าสถิติการตายดังกล่าวอาจอนุมานได้ว่าในปีหนึ่งๆนั้นจะมีการจัดงานศพในพื้นที่กรุงเทพมหานครไม่ต่ำกว่า 30,000 งาน หรือจะมีการจัดงานศพวันละประมาณ 80 งาน

สำหรับพวงหรีดทั่วไปนั้นมี 3 ประเภท แต่ละประเภทยังได้รับความนิยมมากน้อยแตกต่างกันตามลำดับ ดังนี้ ประเภทที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ พวงหรีดที่ทำจากดอกไม้สดมีราคาประมาณ 500 – 3,000 บาท ประเภทที่ได้รับความนิยมรองลงมา คือ พวงหรีดที่ทำจากดอกไม้แห้งหรือดอกไม้ประดิษฐ์ มีราคาประมาณ 500 – 1,500 บาท และพวงหรีดประเภทที่มีผู้นิยมน้อยที่สุดและมีราคาต่ำที่สุด คือ พวงหรีดที่ใช้ผ้าขนหนูมาเป็นตัวพวงหรีด มีราคาอยู่ที่ 300 – 1,500 บาท (ศิริพันธ์ กิตติสุข และ วณิชพล มหาอาษา, 2549)

และสำหรับตลาดในปัจจุบันนี้จะเริ่มเห็นมีการสั่งซื้อพวงหรีดทางเลือกอื่นๆ ที่ไม่ใช่ดอกไม้สดกันเพิ่มขึ้นบ้างแล้ว เช่น พวงหรีดต้นไม้ พวงหรีดพัดลม พวงหรีดผ้าขนหนู (จากการสังเกตการณ์ของผู้เขียนแผนธุรกิจ, 2558) อาจเพราะมีการรณรงค์ลดภาวะโลกร้อน ลดปริมาณขยะ ผู้คนจึงหันมาให้ความสนใจในการเลือกสรรพวงหรีดที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อได้หลังจากเสร็จงาน

จากข้อมูลภาพรวมอุตสาหกรรมพวงหรีดดังกล่าวข้างต้น ผู้เขียนแผนธุรกิจวิเคราะห์ว่า ธุรกิจพวงหรีดยังคงมีความน่าสนใจในการเข้าไปลงทุนอยู่ โดยจะเลือกเข้าไปลงทุนในรูปแบบของการเป็นตัวกลาง รับสั่งซื้อพวงหรีดจากลูกค้า เน้นการนำเสนอพวงหรีดทางเลือกแบบต่างๆที่หลากหลาย เช่น พวงหรีดต้นไม้ พวงหรีดดอกไม้ พวงหรีดผ้า พวงหรีดนาฬิกา พวงหรีดพัดลม พวง

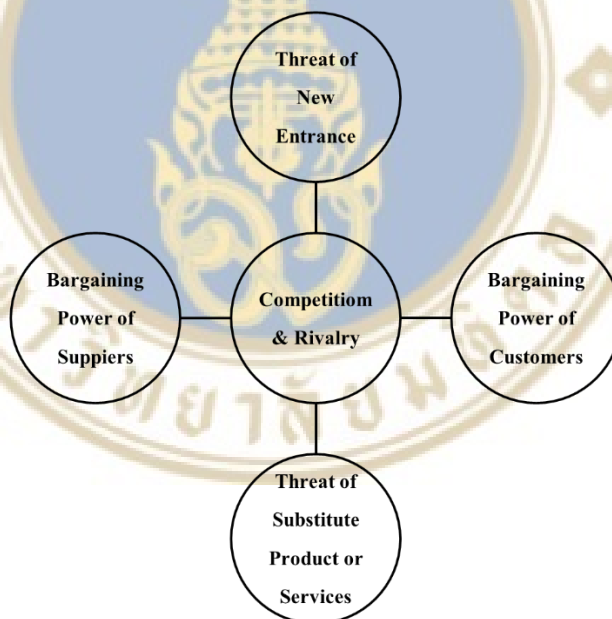


หรีดซ้อนซ้อนๆ ควบคู่ไปกับพวงหรีดดอกไม้สดให้ลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความต้องการ เนื่องจากพวงหรีดดอกไม้สดยังคงเป็นรูปแบบพวงหรีดที่นิยมมากที่สุด และเพิ่มพวงหรีดหนังสือซึ่งผู้เขียนแผนธุรกิจมีข้อได้เปรียบ มีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบมาจัดพวงหรีดเองได้

## 2.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ ( Five Forces Analysis )

การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ ทำให้ทราบถึงสถานะของอุตสาหกรรมที่ธุรกิจนั้นๆ ดำรงอยู่ เพื่อที่จะเตรียมพร้อมและรับมือกับแรงกดดันจากสิ่งรอบข้างที่มีผลต่อการทำธุรกิจ ทั้งแรงกดดันจากคู่แข่งรายใหม่ แรงกดดันภายในอุตสาหกรรม แรงกดดันจากสินค้าทดแทน แรงกดดันจากผู้ซื้อ และ แรงกดดันจากผู้จัดส่งวัตถุดิบ

การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจของ ร้านขายพวงหรีด โดยใช้หลักการของ Five Forces Model สามารถวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 5 ได้ ดังนี้



ภาพที่ 2.3 : โครงสร้างการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันโดยใช้หลักการของ Five Forces Model

ที่มา: Porter, M. (1980)

### แรงกดดันที่ 1 : กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่

- ธุรกิจพวงหรีดเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก กลุ่มแข่งขันรายใหม่เข้ามาได้ง่าย แต่จำเป็นต้องมีบุคคลากรที่มีฝีมือ มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานที่สวยงามถูกใจลูกค้า รวมถึงสามารถคิดออกแบบการจัดพวงหรีดแบบใหม่ๆ ได้ เพื่อเพิ่มตัวเลือกในการสั่งซื้อครั้งต่อไปที่ไม่ซ้ำกัน
- รูปแบบธุรกิจในการเป็นตัวกลางรับสั่งซื้อสินค้ายังใช้เงินลงทุนต่ำ ในขณะที่ไม่มีต้นทุนในส่วนของวัตถุดิบ หากสามารถสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่กว้างขวางก็สามารถเข้ามาทำธุรกิจนั้นๆ ได้โดยง่าย

### แรงกดดันที่ 2 : ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

- การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมนี้มีผู้เล่นจำนวนมาก รายร้านพวงหรีดแบบมีหน้าร้าน แบบขายออนไลน์ เฉพาะที่พอคำนวณได้จากร้านพวงหรีดที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ก็มีมากถึง 2,000 – 3,000 ร้าน (ศิริพันธ์ กิตติสุข และ วณิชพล มหาอาษา, 2549) แต่การแข่งขันถือว่าไม่ได้รุนแรงมากนัก เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นร้านเล็กๆ พึ่งพาอาศัย เอื้อประโยชน์ต่อกัน ในด้านการจัดส่งเพื่อลดต้นทุนค่าจัดส่งสินค้า

### แรงกดดันที่ 3 : ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน

- ในปัจจุบันนี้ พวงหรีดยังไม่มีสินค้าอื่นใดมาทดแทน เนื่องจากเป็นธรรมเนียมปฏิบัติของสังคมไทยในการแสดงความไว้อาลัย แสดงความเคารพต่อผู้ที่จากไป ทั้งยังถือเป็นตัวแทนของผู้มอบให้อีกด้วย

### แรงกดดันที่ 4 : อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Buyers)

- อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อมีมาก เนื่องจากมีช่องทางในการสั่งซื้อหลากหลาย มีร้านขายพวงหรีดตั้งอยู่มากมายหลายร้าน สามารถเลือกซื้อจากร้านไหนก็ได้ ถ้าไม่ถูกใจครั้งต่อไปก็เปลี่ยนร้านสำหรับการสั่งซื้อได้โดยง่าย

### แรงกดดันที่ 5 : อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Suppliers)

- อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบมีน้อย เนื่องจากในปัจจุบันนี้มีร้านพวงหรีดมากมายหลายร้าน แต่ละร้านต่างก็ต้องการเครือข่าย เราจึงสามารถเลือกติดต่อร้านอื่นที่เอื้อประโยชน์กับเราลงตัวกว่ามาแทนกันได้

## สรุป

จากการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจของ ร้านขายพวงหรีด โดยใช้หลักการของ Five Forces Model นั้นพบว่า ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่คู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ไม่ง่ายจนเกินไป ถึงแม้ว่าจะใช้เม็ดเงินในการลงทุนไม่สูงมากนักแต่ก็ต้องมีฝีมือ มีประสบการณ์ และต้องมีเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งธุรกิจพวงหรีดถือเป็นธุรกิจที่ไม่มีสินค้าทดแทน กล่าวคือ เมื่อมีงานศพ ก็ต้องมีการสั่งพวงหรีดเสมอ โดยอาจจะเป็นพวงหรีดดอกไม้ พวงหรีดหนังสือ หรือพวงหรีดอื่นๆ ใดๆ ใดอย่างหนึ่ง แม้ว่าธุรกิจนี้จะมีผู้เล่นจำนวนมาก ราย แต่ก็ไม่ได้แข่งขันกันรุนแรงมากนัก เนื่องจากรายย่อยจะพึ่งพาอาศัยกันเพื่อลดต้นทุนในการจัดส่งสินค้า

ดังนั้น ธุรกิจนี้จึงมีโอกาสและมีความน่าสนใจอยู่ในระดับหนึ่ง โดยต้องวางกลยุทธ์ที่ดี สร้างความแตกต่าง ให้การบริการที่สะดวก รวดเร็ว ง่ายในการเลือกหรือสั่งสินค้า มีพวงหรีดทุกประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

## 2.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

### Strengths (จุดแข็ง)

- เจ้าของกิจการเป็นผู้ดูแลกิจการเอง ทำให้ใกล้ชิดกับลูกค้าและสามารถดูแลลูกค้าได้ด้วยตัวเอง ทำให้เข้าใจและสามารถพัฒนาธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง
- เจ้าของกิจการใช้ทุนส่วนตัว จึงไม่ต้องมีภาระเรื่องการเงินจากธนาคาร
- ไม่ต้องเช่าพื้นที่เปิดร้านเนื่องจาก ใช้ช่องทางการขายแบบออนไลน์
- มีฐานลูกค้ารองรับ เนื่องจากคนรู้จักใกล้ชิดมีการสั่งพวงหรีดเป็นประจำ
- เจ้าของกิจการมีประสบการณ์ในธุรกิจหนังสือ ทำให้มีข้อได้เปรียบในหมวด พวงหรีดหนังสือ โดยลูกค้าสามารถเลือกหนังสือมาจัดได้หลากหลายกว่าร้านอื่น

### Weaknesses (จุดอ่อน)

- เจ้าของกิจการไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจพวงหรีดมาก่อน
- เนื่องจากเป็นร้านพวงหรีดเปิดใหม่ จึงต้องมีการทำการตลาดเพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

### Opportunities (โอกาส)

- ความนิยมในการส่งของขวัญหรือเพื่อแสดงความไว้อาลัยในงานศพ ที่กลายเป็นสัญลักษณ์ประจำวันศพไปแล้ว และยังคงเป็นที่นิยมปฏิบัติกันอยู่สืบไป
- กระแสรักโลก ส่งผลให้มีความนิยมในการเลือกซื้อของขวัญหรือการ์ดทางเลือกอื่น ๆ ที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้หลังจากเสร็จงาน ทำให้ขายสินค้าได้มากขึ้น เนื่องจากทางร้านมีของขวัญหลากหลายประเภท

### Threats (อุปสรรค)

- เศรษฐกิจที่ถดถอย ส่งผลให้การสั่งซื้อของขวัญลดน้อยลง หรือสั่งซื้อในช่วงระดับราคาที่ต่ำกว่าในภาวะสถานการณ์ปกติ
- มีการลอกเลียนสินค้าได้โดยง่าย เนื่องจากฝีมือและรูปแบบการจัดของขวัญของแต่ละร้านทั่วไปมักมีรูปแบบคล้ายกัน ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากอย่างชัดเจน

### สรุป

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของ ร้านขายของขวัญ Jai-Boon พบว่า มีจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจ และมีโอกาสทางธุรกิจอยู่มาก ด้วยตัวสินค้าของขวัญเองที่ขายได้ต่อเนื่องสม่ำเสมออยู่แล้ว การใช้เงินลงทุนส่วนตัว โดยไม่มีภาระจากการกู้ยืมเงินก็จะช่วยให้ดำเนินธุรกิจได้โดยปราศจากความกังวลใจ อีกทั้งการมีฐานลูกค้ารองรับซึ่งจะกลายมาเป็นลูกค้าประจำของทางร้านในอนาคตมาก่อนแล้วจำนวนหนึ่ง นับว่าเป็นเรื่องที่ดีในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ กระนั้นแล้วก็ยังต้องมีการตลาดประชาสัมพันธ์หากลุ่มลูกค้าใหม่อยู่เสมอ พร้อมกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีและดูแลลูกค้าปัจจุบันให้ไม่จากไปไหน มีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้ารวมถึงการให้บริการอยู่ตลอดเวลา

## 2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง

ในธุรกิจของขวัญนั้น มีผู้เล่นจำนวนมาก ราย ดังนั้นผู้เขียนแผนธุรกิจจะเลือกนำมาวิเคราะห์เฉพาะร้านขายของขวัญที่มีการจัดจำหน่ายของขวัญหนังสือ และมีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์เท่านั้น เนื่องจากใกล้เคียงกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่วางไว้มากที่สุด โดยนำประเภทสินค้า และราคา มาประกอบการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 : เปรียบเทียบร้านขายพวงหรีดคู่แข่ง

ชื่อร้าน	สถานที่	ผลิตภัณฑ์	ราคา
สำนักพิมพ์สุภาพใจ	www.booktime.co.th	พวงหรีดหนังสือดอกไม้ ประดิษฐ์ 2 รูปแบบ	1,000-1,500
สำนักพิมพ์เลี้ยงเซียง	www.lc2u.org/th	พวงหรีดธรรมทาน รัก และอาลัย มีหนังสือ ธรรมะจัดชุด 5 รูปแบบ	600
แชมป์ฟลอริส	www.champflorist.com	พวงหรีดหนังสือดอกไม้ สด 15 รูปแบบ และพวง หรีดรูปแบบอื่นๆ	1,500-2,000
Missflower2u	www.missflower2u.com	พวงหรีดหนังสือ 2 รูปแบบ และพวงหรีด รูปแบบอื่นๆ	1,500-2,500

จากตารางที่ 2.1 พบว่าร้านที่มีการจัดจำหน่ายพวงหรีดหนังสือและมีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ ในปัจจุบันที่ผู้เขียนแผนธุรกิจสืบค้นได้ ณ วันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 นั้น มีอยู่เพียง 4 ร้านเท่านั้น แบ่งเป็นร้านที่จัดจำหน่ายเฉพาะพวงหรีดหนังสือ 2 ร้าน และร้านที่จัดจำหน่ายพวงหรีดหลากหลายประเภท 2 ร้าน อีกทั้งพวงหรีดที่จัดจำหน่ายส่วนมากจะเป็นแบบจัดชุดมาแล้ว ไม่สามารถเลือกหนังสือเองได้

### สรุปโอกาสทางธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ทั้งหมดข้างต้น ธุรกิจพวงหรีดมีแนวโน้มเติบโตต่อไปได้อีกจากความต้องการของตลาดผสมกับความเชื่อ ค่านิยมของคนไทย ตราบเท่าที่มีคนตายและมีการจัดงานศพ พวงหรีดก็ยังเป็นสินค้าที่จำเป็นต้องซื้ออยู่เรื่อยไป แม้ในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัวก็ยังคงมีการซื้อพวงหรีดแต่อาจจะซื้อในช่วงราคาที่ต่ำลง หรืออาจมีการเปลี่ยนรูปแบบไปบ้างตามยุคสมัยจากดอกไม้สด เป็นดอกไม้แห้ง พัดลม หนังสือ หรืออื่นๆ แต่ทางผู้เขียนแผนธุรกิจได้วางแผนไว้แล้วว่าจะมีการให้บริการครอบคลุมพวงหรีดทุกประเภทที่มีการซื้อขายกันอยู่ในปัจจุบัน และจะทำการคิดต่อยอด ขยายรูปแบบพวงหรีดออกไปให้กว้างขึ้น เข้ากับยุคสมัย ความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงต้องให้ความสำคัญกับการหาลูกค้าไปพร้อมๆ กับการรักษาลูกค้าปัจจุบันไว้ให้ได้มากที่สุด

## บทที่ 3

### แผนดำเนินการ / แผนการจัดการ

#### 3.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

ชื่อร้าน : Jai-Boon (ร้านใจบุญ)

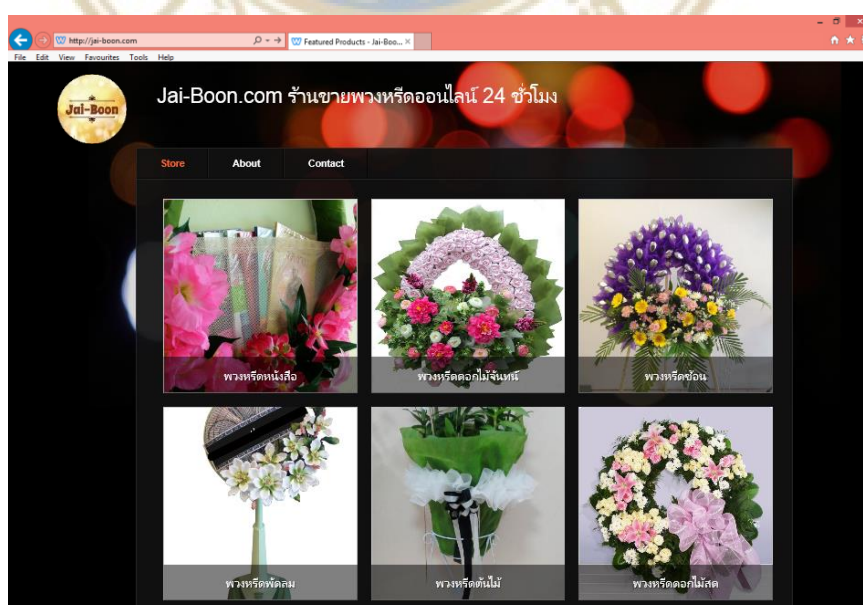
รูปแบบ : ร้านขายพวงหรีดออนไลน์ เป็นลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว

เจ้าของธุรกิจ : นางสาววิญญูใจ บุญเฮ้า

สินค้าและบริการ : จัดจำหน่ายพวงหรีดทุกประเภทได้แก่ พวงหรีดหนังสือ พวงหรีดดอกไม้จันทน์ พวงหรีดพัดลม พวงหรีดต้นไม้ พวงหรีดนาฬิกา พวงหรีดผ้า พวงหรีดช้อน พวงหรีดดอกไม้สด และให้บริการจัดส่งฟรีในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

#### 3.2 สถานที่ตั้ง

ร้านพวงหรีด Jai-Boon เป็นร้านขายพวงหรีดออนไลน์ ดังนั้นจึงไม่มีที่ตั้งของหน้าร้าน แต่จะอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์แทน โดยที่อยู่เว็บไซต์ของทางร้าน คือ <http://jai-boon.com> เมื่อเข้ามายังหน้าแรกของเว็บไซต์



ภาพที่ 3.1 : ตัวอย่างเว็บไซต์ของร้าน Jai-Boon

### 3.3 โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 3.2 : แผนผังโครงสร้างองค์กร

คุณสมบัติของพนักงานแต่ละตำแหน่ง

ผู้จัดการร้าน

- สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ทางด้านบริหารธุรกิจหรือสาขาอื่น

ที่เกี่ยวข้อง

- มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- สามารถบริหารจัดการร้าน และวางแผนงานต่างๆ ได้
- ประสบการณ์การทำงาน 2-3 ปีขึ้นไป

- เงินเดือนประมาณ 18,000-20,000 บาท

พนักงานรับออเดอร์

- จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ขึ้นไป
- เป็นคนขยัน ซื่อสัตย์ อดทน รักงานบริการ
- มีทักษะในการเจรจา สามารถรับมือกับปัญหาและแก้ไขปัญหาได้ดี
- มีความรู้และเข้าใจสินค้าแต่ละแบบ สามารถอธิบายกับลูกค้าได้
- เงินเดือนประมาณ 12,000 บาท

#### พนักงานจัดพวงหรีด

- สำเร็จการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาเกษตรศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
- มีความขยันและอดทน มีความคิดสร้างสรรค์
- เงินเดือนประมาณ 12,000 บาท

### 3.4 Job description

#### ผู้จัดการร้าน

- วางแผนงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์
- หาสมาชิกร้านพวงหรีด และคอยติดต่อกับร้านพวงหรีดในเครือ
- ดูแลเรื่องบัญชี และการชำระเงินกับร้านพวงหรีดในเครือ

#### พนักงานรับออเดอร์

- รับออเดอร์ที่มีการสั่งซื้อออนไลน์ทางเว็บไซต์
- รับออเดอร์ทางโทรศัพท์และทางแอปพลิเคชัน LINE
- ส่งต่อรายการสินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อไปยังบุคคลที่เกี่ยวข้อง
- ติดตามสถานะสินค้า เมื่อสินค้าถึงที่หมายแล้วให้ส่งรูปถ่ายพวงหรีดเพื่อแจ้งยืนยัน

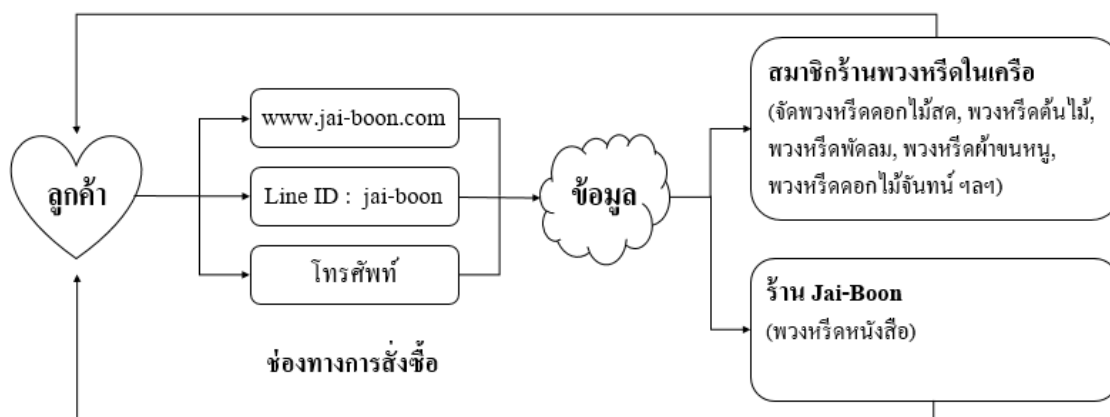
#### การจัดส่งกับลูกค้า

#### พนักงานจัดพวงหรีด

- ดูแลด้านการจัดพวงหรีดหนังสือ
- ดูแลสต็อกวัตถุดิบ และ จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการจัดพวงหรีด
- ดูแลเรื่องการจัดส่งพวงหรีดหนังสือ ไปให้ลูกค้า
- ช่วยรับออเดอร์สินค้า ในกรณีที่ว่าจากการจัดพวงหรีด



### 3.5 กระบวนการในการให้บริการ / จัดจำหน่าย



ภาพที่ 3.3 : แผนผังแสดงกระบวนการให้บริการและจัดจำหน่าย

1. ลูกค้าสั่งซื้อและชำระเงินค่าสินค้าโดยใช้ช่องทางสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ [www.jai-boon.com](http://www.jai-boon.com) หรือ สั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชัน Line ID : jai-boon หรือสั่งซื้อทางโทรศัพท์
2. ข้อมูลการสั่งซื้อพวงหรีดดอกไม้สด พวงหรีดต้นไม้ พวงหรีดพัดลม พวงหรีดผ้าขนหนู พวงหรีดดอกไม้จันทร์ จะถูกส่งต่อไปยังสมาชิกร้านพวงหรีดในเครือ
  - 2.1) ร้าน Jai-Boon ชำระค่าสินค้าให้แก่ร้านสมาชิก
  - 2.2) ร้านสมาชิกรับพวงหรีดไปส่งลูกค้า
  - 2.3) ร้านสมาชิกถ่ายรูปพวงหรีดส่งมาให้ร้าน Jai-Boon
  - 2.4) ร้าน Jai-Boon ส่งรูปพวงหรีดไปให้ลูกค้าเพื่อยืนยันการจัดส่ง
3. ข้อมูลการสั่งซื้อพวงหรีดหนังสือ ถูกส่งมายัง ร้าน Jai-Boon
  - 3.1) ร้าน Jai-Boon จัดพวงหรีดหนังสือ
  - 3.2) ร้าน Jai-Boon นำพวงหรีดไปส่งให้ลูกค้า
  - 3.3) ร้าน Jai-Boon ส่งรูปพวงหรีดไปให้ลูกค้าเพื่อยืนยันการจัดส่ง

## บทที่ 4

### แผนการตลาด

#### 4.1 Segmentation : การแบ่งกลุ่มทางการตลาด

หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดเป้าหมายเป็นวิธีการที่ใช้เพื่อแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มของผู้บริโภค โดยถือเกณฑ์ลักษณะพฤติกรรมหรือความต้องการที่แตกต่างกัน ปัจจัยในการกำหนดตลาดเป้าหมายของร้าน Jai-Boon มีดังนี้

1. ตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ (Geographic) เนื่องจากร้าน Jai-Boon เป็นร้านค้าพวงหรีดออนไลน์ จึงสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัดกรุงเทพฯและเขตปริมณฑล
2. ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) บุคคลเพศชายและเพศหญิงมีโอกาสใช้บริการร้าน Jai-Boon เท่าๆกัน โดยเฉพาะกลุ่มคนที่ทำงานในองค์กร/บริษัทใหญ่ๆจะมีโอกาสในการซื้อพวงหรีดมากกว่า เนื่องจากมีโอกาสที่จะรู้จักผู้คนที่เยอะกว่า เป็นที่เคารพนับถือ มีชื่อเสียง มีหน้าตาทางสังคม ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้มากกว่า
3. ตัวแปรด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behaviorist) พฤติกรรมการเลือกซื้อพวงหรีดออนไลน์ของผู้บริโภคเกิดจากการที่ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเดินทางไปสั่งซื้อเองที่ร้าน สามารถเลือกประเภทและรูปแบบของพวงหรีดได้หลากหลาย ได้เห็นภาพตัวอย่างสินค้าก่อนการตัดสินใจสั่งซื้อ
4. ตัวแปรด้านจิตวิทยา (Psychographic) ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมสั่งซื้อพวงหรีดกับผู้ชายประจำ เนื่องจากมีความสะดวกง่ายในการติดต่อทั้งในด้านการสั่งซื้อ การชำระเงิน รวมถึงมีความเชื่อมั่นต่อร้านประจำ ดังนั้นร้านขายพวงหรีดแต่ละร้านจึงจำเป็นต้องมีลูกค้าประจำ และรักษาลูกค้าประจำไว้กับร้าน รวมถึงพยายามขยายฐานลูกค้าประจำให้เพิ่มขึ้นอยู่เสมอ

**สรุป** การแบ่งกลุ่มทางการตลาดของร้านพวงหรีด Jai-Boon จะแบ่งกลุ่มจากผู้บริโภคที่ทำงานบริษัทหรือองค์กรใหญ่ๆทั้งชายหญิง มีตำแหน่งหรือมีฐานะทางสังคม ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล นิยมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์หรือทางโทรศัพท์ โดยเฉพาะชอบสั่งซื้อกับผู้ชายประจำ ซึ่งง่ายและสะดวกมากกว่าในการติดต่อสั่งซื้อและชำระเงิน

#### 4.2 Target Market : กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

ร้าน Jai-Boon ได้วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจากตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ตัวแปรด้านพฤติกรรมศาสตร์ และตัวแปรด้านจิตวิทยาสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มคนที่ทำงานตำแหน่งสูงๆ ในองค์กรหรือบริษัทใหญ่ๆ กลุ่มคนที่มีชื่อเสียงมีหน้าตาทางสังคม เพราะคนกลุ่มนี้มีความเป็นไปได้อาจมีโอกาสในการสั่งซื้อพวงหรีดเพื่อไปร่วมแสดงความอาลัยกับการจากไปของบุคคลที่รู้จักหรือญาติของบุคคลที่รู้จักค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นที่รู้จักของคนจำนวนมาก มีความสัมพันธ์กันทางธุรกิจ

กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ที่ต้องการสั่งซื้อพวงหรีดเพื่อแสดงความไว้อาลัยต่อญาติหรือคนรู้จักของตัวเอง ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

#### 4.3 Positioning : การวางตำแหน่งทางการตลาด

ร้านขายพวงหรีดออนไลน์ที่มีการจัดจำหน่ายพวงหรีดหนังสือด้วย ในปัจจุบันนั้นยังไม่ค่อยมีความหลากหลายของตัวเลือกสินค้า ดังนั้น ร้านพวงหรีด Jai-Boon จึงมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ โดยเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า ลูกค้าสามารถเลือกหนังสือนำมาจัดเป็นพวงหรีดเองได้ หรือเลือกจากแบบที่ทางร้านกำหนดไว้ให้ หรือหากต้องการพวงหรีดประเภทอื่นๆ ทางร้านก็มีจัดจำหน่ายเช่นกันครอบคลุมทุกประเภท เช่น พวงหรีดดอกไม้สด พวงหรีดดอกไม้แห้ง พวงหรีดต้นไม้ พวงหรีดพัดลม พวงหรีดผ้า เป็นต้น ในราคาที่ไมแพงมากจนเกินไป เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น



ภาพที่ 4.1 : การวางตำแหน่งสินค้าในตลาดพวงหรีดออนไลน์

## 4.4 Marketing Strategy : 4P

### 4.4.1 Product กลยุทธ์ด้านสินค้า/บริการ

- รูปแบบสินค้า : รับผิดชอบพวงหรีดหนังสือ ลูกค้าสามารถเลือกประเภทหนังสือได้เอง มีความหลากหลาย สามารถเลือกสีดอกไม้ประดิษฐ์และรูปแบบการจัดได้ตามความต้องการ โดยจะมีการจำลองเสมือนจริงตามแบบที่ลูกค้าเลือกไว้บนหน้าเว็บไซต์ ให้พิจารณาก่อนตัดสินใจสั่งซื้อ ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

- รูปแบบการบริการ : บริการรับสั่งซื้อพวงหรีดทุกประเภท ทางหน้าเว็บไซต์ หรือทางโทรศัพท์ โดยจะเน้นการนำเสนอที่หลากหลาย ตรงกับความต้องการของลูกค้า ง่ายในการค้นหาพวงหรีดที่ถูกต้อง โดยลูกค้าสามารถเลือกชมตัวอย่างสินค้าได้ตามช่วงระดับราคาของพวงหรีด, เลือกชมตัวอย่างสินค้าได้ตามประเภทพวงหรีด เช่น พวงหรีดหนังสือ พวงหรีดต้นไม้ พวงหรีดพัดลม พวงหรีดนาฬิกา พวงหรีดผ้า พวงหรีดดอกไม้จันทร์ พวงหรีดช้อน พวงหรีดดอกไม้สด เป็นต้น หรือสามารถเลือกชมตัวอย่างสินค้าโดยเลือกจากวัดที่จะให้จัดส่ง ซึ่งจะเป็นภาพตัวอย่างที่ใกล้เคียงของจริงมากที่สุด เนื่องจากเป็นภาพตัวอย่างจากร้านในเครือที่อยู่ใกล้วัดนั้นๆที่ทางเราจะเป็นตัวแทนติดต่อสั่งซื้อพวงหรีด ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### 4.4.2 Price กลยุทธ์ด้านราคา

จากการสำรวจตลาดพวงหรีดในจังหวัดกรุงเทพมหานครนั้น พบว่าผู้บริโภคมียุทธศาสตร์ระดับ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักเลือกสั่งพวงหรีดในระดับราคาที่คิดว่าเหมาะสมกับขนาดและความสวยงามของพวงหรีด ทั้งนี้ขึ้นกับความสนิทสนมกับผู้เสียชีวิตญาติผู้เสียชีวิต รวมถึงหน้าตาทางสังคมของผู้สั่งพวงหรีดเองด้วย เนื่องจากพวงหรีดอาจถือได้ว่าเป็นตัวแทนของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้นๆที่มาร่วมแสดงว่าไว้อาลัยต่อผู้เสียชีวิตนั่นเอง

ดังนั้น จึงจำเป็นต้องแยกรูปแบบพวงหรีดตามช่วงราคา เพื่อต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าจะได้พวงหรีดที่พอใจในราคาที่ไม่เกินไปจากงบประมาณที่ตั้งเอาไว้ โดยการตั้งราคานี้จะตั้งราคาไม่ให้แตกต่างจากคู่แข่งมากนัก โดยทางผู้เขียนแผนธุรกิจคิดกำไรโดยการตั้ง Mark-up (ยอดเพิ่ม) เป็นเปอร์เซ็นต์ของราคาทุน 50% โดยใช้สูตรการตั้งราคา คือ  $M = R - C$  สำหรับพวงหรีดหนังสือ สำหรับพวงหรีดประเภทอื่นๆที่ให้บริการรับสั่งซื้อทางผู้เขียนแผนธุรกิจคิดกำไร 30% จากราคาขายของพวงหรีดนั้นๆ

#### 4.4.3 Place กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก คือ หน้าเว็บไซต์ของทางร้าน [www.Jai-Boon.com](http://www.Jai-Boon.com) ซึ่งลูกค้าสามารถคลิกเข้าไปเลือกชมรูปแบบพวงหรีดได้โดยเลือกจากช่วงราคาของพวงหรีด เลือกจากประเภทของพวงหรีด หรือเลือกจากวัดที่จะให้จัดส่งพวงหรีด

ช่องทางการจัดจำหน่ายรอง คือ 1.) ทางร้าน Jai-Boon รับสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ โทร. 08-7656-9636 และ 2.) แอปพลิเคชัน Line ID : Jai-Boon

#### 4.4.4 Promotion กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย

- แจกนามบัตร แจก Catalog สินค้าให้กับองค์กร บริษัท หรือหน่วยงานต่างๆ
- สมัคร Google Adwords เพื่อให้เวลามีคนมาสืบค้นคำว่า พวงหรีด จะเห็นเว็บไซต์ของร้าน Jai-Boon ขึ้นมาเป็นอันดับต้นๆ
- จัดทำ Social Media เพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน ได้แก่ สร้าง Fanpage ใน Facebook, Instagram และ Line โดยจะมีการโพสต์รูปพวงหรีดแบบต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ร้าน
- สมัครเป็นสปอนเซอร์กับทาง Facebook เพื่อให้บุคคลทั่วไปมีโอกาสได้เห็นและรู้จักร้าน Jai-Boon มากยิ่งขึ้น

## บทที่ 5

### แผนการเงิน

#### 5.1 สมมติฐานทางการเงิน

1. แหล่งที่มาของเงินทุน ใช้เงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น 100% คิดเป็นเงินจำนวน 195,000 บาท
2. ขายสินค้า รับเงินสด 100%
3. ซื้อสินค้าด้วยเงินสด 100%
4. ยอดขาย ประสิทธิภาพในแต่ละปีมีอัตราเพิ่มขึ้น 10% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า
5. ประสิทธิภาพการผลการตลาด
  - ค่าประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ค่าโฆษณากับ Google, ค่าประชาสัมพันธ์กับ Facebook, ค่าทำสิ่งพิมพ์ Catalog สินค้า รวมกันปีละไม่เกิน 50,000 บาท ในช่วง 3 ปีแรก จากนั้นไม่เกินปีละ 25,000 บาท
6. ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ปีละไม่เกิน 20,000 บาท เพิ่มขึ้นปีละ 10%
7. ค่าสาธารณูปโภคอัตรา 3,000 บาท/เดือน ปีละ 36,000 บาท เพิ่มขึ้นปีละ 10%
8. คิดอัตราภาษีเงินได้เท่ากับ 20%

## 5.2 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน

การประเมินการลงทุนในการดำเนินธุรกิจของร้าน Jai-Boon โครงการนี้ต้องใช้เงินลงทุนประมาณ 195,000 บาท โดยเป็นเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของกิจการทั้งหมด 195,000 บาท ซึ่งมีรายละเอียดตามตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 5.1 : แหล่งที่มาของเงินลงทุน

เงินลงทุนในโครงการ		หน่วย :	บาท
รายการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
เครื่องคอมพิวเตอร์	30,000	30,000	-
อุปกรณ์สำนักงาน (โทรศัพท์, อุปกรณ์เบ็ดเตล็ด)	30,000	30,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน (ค่าออกแบบจัดทำและดูแลเว็บไซต์)	25,000	25,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	110,000	110,000	-
รวม	195,000	195,000	-

## 5.3 ประมาณการยอดขาย

สินค้า/บริการของร้าน Jai-Boon แบ่งเป็น 2 หมวดใหญ่คือ พวงหรีดหนังสือ ซึ่งทางร้านเป็นผู้ผลิตและจัดส่งเอง และบริการรับสั่งพวงหรีดทุกประเภท ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์แผนการเงิน โดยแบ่งตามระดับราคาขาย 1,500 บาท 2,500 บาท 3,500 บาท โดยประมาณการผลิตและบริการไว้ที่ 450 พวงต่อเดือน

ตารางที่ 5.2 : ความสามารถในการผลิตและบริการสูงสุดต่อเดือน

ความสามารถในการผลิตและบริการสูงสุดต่อเดือน			
ประเภท	ชื่อสินค้า	จำนวน/เดือน	หน่วย
สินค้า 1	พวงหรีดหนังสือ	30	พวง
สินค้า 2	รับสั่งพวงหรีด 1	150	พวง

ความสามารถในการผลิตและบริการสูงสุดต่อเดือน(ต่อ)			
ประเภท	ชื่อสินค้า	จำนวน/เดือน	หน่วย
สินค้า 3	รับสั่งพวงหรีด 2	60	พวง
สินค้า 4	รับสั่งพวงหรีด 3	30	พวง
	รวม	270	พวง

ตารางที่ 5.3 : ราคาขายต่อหน่วยของสินค้าแต่ละประเภท

ราคาขายต่อหน่วย			
ประเภท	ชื่อสินค้า	บาท	หน่วย
สินค้า 1	พวงหรีดหนังสือ	1,000	พวง
สินค้า 2	รับสั่งพวงหรีด 1	1,500	พวง
สินค้า 3	รับสั่งพวงหรีด 2	2,500	พวง
สินค้า 4	รับสั่งพวงหรีด 3	3,500	พวง

ร้าน Jai-Boon เป็นร้านขายพวงหรีดออนไลน์ที่เปิดให้บริการใหม่ จึงทำการประมาณการยอดขายเบื้องต้นในปีแรกไว้ที่ 60% ของความสามารถในการผลิตและให้บริการ โดยคาดว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องปีละ 10% ตามลำดับ

ตารางที่ 5.4 : ปริมาณการขาย/ผลิต ตามประมาณการยอดขายต่อปี

ปริมาณการขาย/ผลิต ตามประมาณการยอดขาย					หน่วย :	พวง
คิดเป็นร้อยละของปริมาณการผลิตสูงสุด		60%	70%	80%	90%	100%
ประเภท	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	พวงหรีดหนังสือ	216	252	288	324	360
สินค้า 2	รับสั่งพวงหรีด 1	2,160	2,520	2,880	3,240	3,600
สินค้า 3	รับสั่งพวงหรีด 2	432	504	576	648	720
สินค้า 4	รับสั่งพวงหรีด 3	216	252	288	324	360
	รวม	1,944	2,268	2,592	2,916	3,240



ตารางที่ 5.5 : การประมาณการยอดขาย(ต่อปี)

ยอดขาย (ต่อปี)				หน่วย :	บาท
ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
พวงหรีดหนังสือ	216,000	252,000	288,000	324,000	360,000
รับสั่งพวงหรีด 1	1,620,000	1,890,000	2,160,000	2,430,000	2,700,000
รับสั่งพวงหรีด 2	1,080,000	1,260,000	1,440,000	1,620,000	1,800,000
รับสั่งพวงหรีด 3	756,000	882,000	1,008,000	1,134,000	1,260,000
<b>รวม</b>	<b>3,672,000</b>	<b>4,284,000</b>	<b>4,896,000</b>	<b>5,508,000</b>	<b>6,120,000</b>
ยอดขายต่อเดือน	306,000	357,000	408,000	459,000	510,000

## 5.4 ต้นทุนสินค้า/บริการ

### 5.4.1 ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

ต้นทุนในส่วนของสินค้า พวงหรีดหนังสือ ร้าน Jai-Boon เป็นผู้ผลิตเอง ต้นทุนสำหรับสินค้าประเภทนี้จะประกอบไปด้วยวัสดุอุปกรณ์ต่างๆที่นำมาประกอบกันขึ้นมาเป็นพวงหรีดหนังสือ ได้แก่ หนังสือ อุปกรณ์ตกแต่ง( วงพวงหรีด, ดอกไม้ประดิษฐ์, ผ้าสำหรับหุ้มวงพวงหรีด)

ตารางที่ 5.6 : ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของสินค้าพวงหรีดหนังสือ

สินค้า 1	พวงหรีดหนังสือ			
วัตถุดิบ 1	หนังสือ	350	บาท /	พวง
วัตถุดิบ 2	อุปกรณ์ตกแต่ง	150	บาท /	พวง
	รวม	500	บาท /	พวง

ต้นทุนในส่วนของบริการ รับสั่งซื้อพวงหรีดทุกประเภท ร้าน Jai-Boon ไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง แต่จะทำหน้าที่เป็นคนกลางในการติดต่อประสานงานกับร้านพวงหรีดในเครือให้ผลิตและจัดส่งให้ลูกค้า ดังนั้นต้นทุนสำหรับบริการนี้จึงประกอบไปด้วยค่าพวงหรีดที่รวมค่าจัดส่งแล้วเพียงอย่างเดียว

ตารางที่ 5.7 : ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของบริการรับสั่งพวงหรีดที่ระดับราคา 1,500 บาท

สินค้า 2	รับสั่งพวงหรีด 1			
วัตถุดิบ 1	พวงหรีด 1	1,000	บาท /	พวง
	รวม	1,000	บาท /	พวง

ตารางที่ 5.8 : ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของบริการรับสั่งพวงหรีดที่ระดับราคา 2,500 บาท

สินค้า 3	รับสั่งพวงหรีด 2			
วัตถุดิบ 1	พวงหรีด 2	1,500	บาท /	พวง
	รวม	1,500	บาท /	พวง

ตารางที่ 5.9 : ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของบริการรับสั่งพวงหรีดที่ระดับราคา 3,500 บาท

สินค้า 3	รับสั่งพวงหรีด 3			
วัตถุดิบ 1	พวงหรีด 3	2,500	บาท /	พวง
	รวม	2,500	บาท /	พวง

ตารางที่ 5.10 : ต้นทุนวัตถุดิบ

ต้นทุนวัตถุดิบ	หน่วย :					บาท
ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
พวงหรีดหนังสือ	108,000	126,000	144,000	162,000	180,000	
รับสั่งพวงหรีด 1	2,160,000	2,520,000	2,880,000	3,240,000	3,600,000	
รับสั่งพวงหรีด 2	648,000	756,000	864,000	972,000	1,080,000	
รับสั่งพวงหรีด 3	432,000	504,000	576,000	648,000	720,000	
รวม	2,268,000	2,646,000	3,024,000	3,402,000	3,780,000	

#### 5.4.2 ต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่ คำนวณจากค่าใช้จ่าย 4 ด้าน ประกอบด้วย ค่าแรง, ค่าโซ่หุ้ยในการผลิต, ค่าใช้จ่ายทางการตลาด และค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ โดยประมาณการจ้างงาน

ตารางที่ 5.11 : ค่าแรงของพนักงานต่อปี

ตำแหน่ง	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
พนักงานจัดพวงหรีดหนังสือ	144,000	151,200	158,760	166,698	175,033
รวมค่าแรงในการผลิต (บาท)	144,000	151,200	158,760	166,698	175,033
ผู้จัดการร้าน	240,000	252,000	264,600	277,830	291,721
พนักงานรับออเดอร์	144,000	151,200	158,760	310,698	326,233
รวมค่าแรงในการขาย และบริการ (บาท)	384,000	403,200	423,360	588,528	617,954

- จำนวนพนักงานจัดพวงหรีดหนังสือ 1 คน
- จำนวนผู้จัดการร้าน 1 คน
- จำนวนพนักงานรับออเดอร์ 1 คน ในปีที่ 1-3 , เพิ่มเป็นจำนวน 2 คน ในปีที่ 4-5
- เงินเดือนพนักงานทุกตำแหน่งมีการปรับขึ้นปีละ 5%

พวงหรีดหนังสือเป็นรูปแบบพวงหรีดที่ถือว่าค่อนข้างใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักหรือนิยมมากนัก จึงเห็นว่ามีพนักงานจัดพวงหรีดหนังสือจำนวน 1 คนนั้นเพียงพอต่อการผลิตในช่วง 5 ปีแรก และหากไม่มีออเดอร์พวงหรีดหนังสือ พนักงานจัดพวงหรีดหนังสือจะมีหน้าที่ช่วยพนักงานรับออเดอร์ ในการรับออเดอร์สินค้าพวงหรีดประเภทอื่นๆ

ตารางที่ 5.12 : ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่อปี

ค่าเสียหายในการผลิต (ต่อปี)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย :	บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าไฟฟ้า+น้ำ	36,000	39,600	43,560	47,916	52,708
ค่ามอเตอร์ไซค์รับจ้าง	43,200	47,520	52,272	57,500	63,250
รวม	79,200	87,120	95,832	105,416	115,958

ตารางที่ 5.13 : ค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อปี

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)				หน่วย :	บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าโฆษณากับ Google	20,000	20,000	20,000	10,000	10,000
ค่าประชาสัมพันธ์กับ Facebook	10,000	10,000	10,000	5,000	5,000
ค่าทำสิ่งพิมพ์ Catalog สินค้า	20,000	20,000	20,000	10,000	10,000
รวม	50,000	50,000	50,000	25,000	25,000

ตารางที่ 5.14 : ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อปี

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี)				หน่วย :	บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าพื้นที่เว็บไซต์	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	12,000	13,200	14,520	15,972	17,570
ค่าโทรศัพท์	24,000	25,200	26,460	27,783	29,172
รวม	38,500	40,900	43,480	46,255	49,242

## 5.5 งบกำไรขาดทุน

ร้าน Jai-Boon คาดว่าจะมีกำไรสุทธิในปีแรกของการดำเนินการเท่ากับ 555,440 บาท และเพิ่มขึ้นในทุกๆปี

ตารางที่ 5.15 : งบประมาณการงบกำไรขาดทุน

ประมาณการงบกำไรขาดทุน				หน่วย :	บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,672,000	4,284,000	4,896,000	5,508,000	6,120,000
ต้นทุนขาย					
- วัสดุคิบ	2,268,000	2,646,000	3,024,000	3,402,000	3,780,000
- แรงงานในการผลิต	144,000	151,200	158,760	166,698	175,033
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
- ค่าเสียหายในการผลิต	79,200	87,120	95,832	105,416	115,958

ตารางที่ 5.15 : งบประมาณการงบกำไรขาดทุน (ต่อ)

ประมาณการงบกำไรขาดทุน (ต่อ)				หน่วย :	บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมต้นทุนขาย	2,494,200	2,887,320	3,281,592	3,677,114	4,073,991
กำไรขั้นต้น	1,177,800	1,396,680	1,614,408	1,830,886	2,046,009
ค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร					
- แร่งงานในการขายและ บริหาร	384,000	403,200	423,360	588,528	617,954
- ค่าเสื่อมราคาในการขาย และบริหาร	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	50,000	50,000	50,000	25,000	25,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและ บริหาร	38,500	40,900	43,480	46,255	49,242
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	483,500	505,100	527,840	670,783	703,196
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและ ภาษีเงินได้	694,300	891,580	1,086,568	1,160,103	1,342,813
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	694,300	891,580	1,086,568	1,160,103	1,342,813
ภาษีเงินได้	138,860	178,316	217,314	232,021	268,563
กำไรสุทธิ	555,440	713,264	869,254	928,082	1,074,250

## 5.6 รายการแสดงฐานะทางการเงิน

รายการแสดงฐานะทางการเงินหรืองบดุล จะแสดงให้เห็นถึงมูลค่าของทรัพย์สิน, หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้นที่คาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละปี ซึ่งในการดำเนินการปีแรก มีทรัพย์สินรวมเท่ากับ 750,440 บาท และหลังจากดำเนินการไปจนถึงปีที่ 5 จะมีทรัพย์สินรวมถึง 4,335,291 บาท รายละเอียดตามที่ได้แสดงไว้ในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.16 : รายการแสดงฐานะทางการเงิน

ประมาณการงบดุล					
	หน่วย :				บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>					
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	584,940	1,296,454	2,163,958	3,090,291	4,162,791
- ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	-	-	-	-	-
- สต็อกวัตถุดิบ	94,500	110,250	126,000	141,750	157,500
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	679,440	1,406,704	2,289,958	3,232,041	4,320,291
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>					
- ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-	-
- สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-	-	-
- เครื่องจักรอุปกรณ์	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	14,000	28,000	42,000	56,000	70,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	71,000	57,000	43,000	29,000	15,000
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>750,440</b>	<b>1,463,704</b>	<b>2,332,958</b>	<b>3,261,041</b>	<b>4,335,291</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>					
- เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
<b>หนี้สินระยะยาว</b>					
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-

ตารางที่ 5.16 : รายการแสดงฐานะทางการเงิน (ต่อ)

ประมาณการงบดุล (ต่อ)				หน่วย :	บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
- เงินลงทุน	195,000	195,000	195,000	195,000	195,000
- กำไรสะสม	555,440	1,268,704	2,137,958	3,066,041	4,140,291
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	750,440	1,463,704	2,332,958	3,261,041	4,335,291
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
<b>ผู้ถือหุ้น</b>	750,440	1,463,704	2,332,958	3,261,041	-

## 5.7 งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 5.17 : ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน

ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย :	บาท
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>แหล่งที่มาของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุน	195,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
- ยอดขาย	3,672,000	4,284,000	4,896,000	5,508,000	6,120,000
- เจ้าหน้าที่การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	3,867,000	4,284,000	4,896,000	5,508,000	6,120,000
<b>แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	85,000	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	2,491,200	2,884,320	3,278,592	3,674,114	4,070,991
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	472,500	494,100	516,840	659,783	692,196

ตารางที่ 5.17 : ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน (ต่อ)

ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน (ต่อ)				หน่วย :	บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	138,860	178,316	217,314	232,021	268,563
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	94,500	15,750	15,750	15,750	15,750
- ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	3,282,060	3,572,486	4,028,496	4,581,668	5,047,500
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	584,940	1,296,454	2,163,958	3,090,291
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	584,940	711,514	867,504	926,332	1,072,500
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	584,940	1,296,454	2,163,958	3,090,291	4,162,791

ตารางที่ 5.18 : งบประมาณการงบกระแสเงินสด

งบประมาณการงบกระแสเงินสด				หน่วย :	บาท
กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	555,440	713,264	869,254	928,082	1,074,250
- ค่าเสื่อมราคา	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000
กระแสเงินสดสุทธิ	569,440	727,264	883,254	942,082	1,088,250



## 5.8 วิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนและจุดคุ้มทุน

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน พิจารณาจากเครื่องมือในการประเมิน 3 ตัว คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ( Net Present Value : NPV ), อัตราผลตอบแทนการลงทุน ( Internal Rate of Return : IRR ) และระยะเวลาคืนทุน ( Payback Period )

### มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ( Net Present Value : NPV )

โดยใช้อัตราการคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยคาดหวัง เท่ากับร้อยละ 10 ระยะเวลา 5 ปี

มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ	2,642,266	บาท
----------------------------	-----------	-----

### อัตราผลตอบแทนการลงทุน ( Internal Rate of Return : IRR )

อัตราผลตอบแทนในการลงทุน ( IRR )	ร้อยละ	316.30
---------------------------------	--------	--------

### ระยะเวลาคืนทุน ( Payback Period )

ระยะเวลาคืนทุน	5	เดือน
----------------	---	-------



## บทที่ 6

### แผนบริหารความเสี่ยง

#### 6.1 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจร้านพวงหรีดนั้นมีคู่แข่งจำนวนมากราย ทั้งร้านขนาดเล็กและร้านขนาดใหญ่ ดังนั้น ร้านพวงหรีด Jai-Boon จึงจะมุ่งเน้นในเรื่องความหลากหลายของตัวสินค้า มีพวงหรีดหลายประเภทให้ลูกค้าเลือกซื้อ ตรงตามความต้องการในราคาที่เหมาะสม เพื่อที่จะสามารถปรับตัวได้ทันตามกระแสและยุคสมัยในขณะนั้นๆ เช่น กระแสรักษ์โลก ความนิยมพวงหรีดดอกไม้สดอาจปรับตัวลดลง แต่ทางร้านก็จะมีพวงหรีดทางเลือกอื่นๆมารองรับอย่างพวงหรีดหนังสือ พวงหรีดพัดลม พวงหรีดต้นไม้ เป็นต้น หรือหากลูกค้ามีความประสงค์จะบริจาคสิ่งของอื่นใดเป็นพิเศษเข้าวัดด้วยเพื่อให้เกิดประโยชน์สองต่อ ทางร้านก็จะมีบริการเสริมรับจัดพวงหรีดตามรายการที่ลูกค้าระบุมา แล้วนำสิ่งของนั้นๆ ไปถวายมอบให้กับทางวัดต่อไป

## บรรณานุกรม

- กองนโยบายและแผนงาน สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, รายงานการศึกษา:การกระจายตัวของ  
 ฌาปนสถานในเขตกรุงเทพมหานคร, กรกฎาคม 2555
- จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2547-2556 [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม  
 พ.ศ. 2558 <http://203.155.220.230/bmainfo/esp/pop/population56.htm>
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, งานศพ:เมื่อดเงินสะพัด35,000ล้านบาท...หลากหลายธุรกิจรับทรัพย์(มอง  
 เศรษฐกิจ ฉบับที่1869), 28 กันยายน 2549
- ศิริพันธ์ กิตติสุข และ วนิพพล มหาษา, งานวิจัยเรื่องธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการตาย, พ.ศ. 2549
- สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, รายงานทะเบียนวัด [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม  
 พ.ศ. 2558 <http://www.onab.go.th/wad/Bangkok.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สรุปผลที่สำคัญ การสำรวจสถานะทางสังคมและวัฒนธรรม พ.ศ.2554  
 [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2558  
<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/soc-culPocket.pdf>
- สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, สถิติกรุงเทพ2557 [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ.  
 2558 [http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/Logo/statistic/stat2557\(thai\).pdf](http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/Logo/statistic/stat2557(thai).pdf)