

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจ
บริษัทผลิตรายการบอร์ดเกมเพื่อประชาสัมพันธ์
และจัดจำหน่ายบอร์ดเกม (BOARD's WAY)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ.2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ซึ่งไม่อาจนำมากล่าวได้ทั้งหมด ซึ่งผู้มีประคุณท่านแรกและผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณคือ คุณพ่อและคุณแม่ที่คอยสนับสนุนและอบรมสั่งสอนเสมอมา ท่านที่ สอง คือ ดร. ธนพล วีราสา อาจารย์ผู้สอนผู้ให้ความรู้ข้อคิด คำแนะนำตรวจทาน และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ทุกขั้นตอน เพื่อให้การเขียนสารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ที่สุด ท่านที่ สาม คือ ดร. อาศิษ ัญญะ โปธิ หัวหน้าผู้คอยสนับสนุนปัจจัยต่างๆที่เกื้อหนุนให้ผู้วิจัยสามารถใช้เวลากับการเรียนได้อย่างเต็มที่ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้ นอกจากนี้ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณ อาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ และ อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ ผู้ให้ความรู้และคำปรึกษาในการทำแผนธุรกิจ และขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ในทุกๆด้าน จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ประสบความสำเร็จ

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อสุรพงษ์ บุญประกอบ และคุณแม่มยุรี อุดมสุวรรณกุล ที่คอยอบรมสั่งสอนและเป็นกำลังใจเสมอมา ขอขอบคุณนางสาวธนวรรณ นิชมณฑนาทรัพย์ และนางสาวพุดิพร ลีลานิตย์กุล ที่คอยช่วยเหลือร่วมมือในการศึกษาและพัฒนาแผนธุรกิจนี้จนสำเร็จ

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่คอยสนับสนุนให้ความคิดเห็น สละเวลาแบ่งปันข้อมูลอันมี และให้กำลังใจในการศึกษาค้นคว้าตลอดมา

เดชชาติ บุญประกอบ

บทสรุปผู้บริหาร

หากพูดถึงเกมกระดาน สำหรับหลายๆ คน อาจจะนึกถึงหมากฮอส หมากกรุก หรือเกมเศรษฐี นั่นเป็นเพราะเกมกระดานรูปแบบใหม่ในประเทศไทยยังไม่ได้ถูกนำเสนอหรือเผยแพร่อย่างสม่ำเสมอและกว้างขวาง ถ้าเทียบกับประเทศชั้นนำของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา เยอรมัน ฯลฯ ซึ่งให้ความสำคัญและสนับสนุนธุรกิจเกมกระดานหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “บอร์ดเกม”

BOARD'S WAY เป็นบริษัทผลิตรายการเกี่ยวกับบอร์ดเกมโดยมีจุดกำเนิดจากความชอบในการเล่นบอร์ดเกมไปสู่จุดมุ่งหมายที่จะขยายฐานผู้เล่นบอร์ดเกมให้มากขึ้น โดยเน้นการสื่อสารถึงความสนุกที่ได้รับและความผูกพันที่เพิ่มมากขึ้นจากการเล่นบอร์ดเกม โดยแต่เดิมรายได้หลักมาจากยอดผู้เข้าชมและได้ค่าโฆษณาจากช่องทาง Youtube เท่านั้น

จากการศึกษาพบว่ารายได้จากยอดผู้เข้าชมนั้นไม่มากพอต่อรายจ่ายเนื่องจากกลุ่มผู้เล่นบอร์ดเกมมีจำนวนไม่มากนัก อาจมองได้ว่าเป็นตลาดเฉพาะ (Niche Market) แต่มีกำลังในการจับจ่ายค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงต้องมีการปรับแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย จึงเปลี่ยนจากการหารายได้จากผู้เข้าชม เป็นการขอสปอนเซอร์จากผู้ผลิตบอร์ดเกมเพื่อผลิตรายการสำหรับเกมนั้นๆ โดยเฉพาะ และขายบอร์ดเกมทั้งขายส่งและขายปลีกผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีแผนการดำเนินงานในด้านการถ่ายทำรายการจะเน้นการถ่ายทำตามร้านบอร์ดเกมเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านบอร์ดเกม เกม และสร้างพันธมิตรทางการค้าในอนาคต ในส่วนของแผนการดำเนินงานในด้านการขายบอร์ดเกมในช่วงแรกจะเริ่มขายผ่านช่องทาง Social Media (Facebook) เพื่อสื่อสารให้ผู้ที่ติดตามรายการรับรู้ว่าเป็นช่องทางในการหาซื้อบอร์ดเกมเช่นกัน และในระหว่างนั้นจะเริ่มพัฒนาเว็บไซต์สำหรับขายออนไลน์ซึ่งวางแผนไว้ว่าจะแล้วเสร็จภายในต้นปี 2560 ซึ่งจะใช้เป็นช่องทางหลักในการขายส่งบอร์ดเกมให้ร้านบอร์ดเกมต่างๆ และเป็นช่องทางใหม่ให้ผู้เล่นสามารถมาค้นหาและสั่งซื้อได้ง่ายขึ้น

ซึ่งจากการประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินพบว่า รายได้หลักจะมาจากการขายบอร์ดเกมที่ประมาณร้อยละ 90 ส่วนที่เหลือเป็นค่าสปอนเซอร์และโฆษณาในรายการบอร์ดเกม โดยจากการประเมินโครงการระยะเวลา 5 ปี ใช้ทุนเริ่มต้น 1.3 ล้านบาท เป็นค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานและค่าอุปกรณ์ต่างๆ 3 แสนบาท และเป็นเงินหมุนเวียนของบริษัท 1 ล้านบาท โดยเป็นเงินในส่วนของผู้ถือหุ้น 1 ล้านบาท และเป็นเงินกู้ยืมจากกรรมการ 3 แสนบาท โครงการจะมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 10,543,664 บาท และให้อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) ที่

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

135.67% ใช้ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 4 เดือน มีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ขายบอร์ดเกมได้ 1,737 กล่อง ขายสปอนเซอร์รายการบอร์ดเกมไนท์ 4 เทป และบอร์ดเกมไนท์ unbox 1 เทป



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ	4
บทที่ 2 ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบธุรกิจ	8
2.1 ภาพรวมของบริษัท	8
2.2 รูปแบบธุรกิจ (Business Model)	9
2.3 รูปแบบของการทำรายได้ (Revenue Model)	10
2.3.1 ผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor)	10
2.3.2 รายได้จากการขายบอร์ดเกม	10
2.4 ลักษณะของสินค้าและรายละเอียดสินค้า	11
2.4.1 บอร์ดเกมต่างๆ	11
2.4.2 รายการบอร์ดเกม	12
2.5 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ	15
2.5.1 Function benefit	15
2.5.2 Emotional benefit	15
2.5.3 Social Benefit	15
บทที่ 3 แผนการดำเนินงาน	16
3.1 ทำเลที่ตั้ง	16
3.2 การวางแผนด้านการผลิต	17
3.2.1 ระยะเวลาในการถ่ายทำรายการ	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.2 สถานที่ถ่ายทำ	17
3.3 กระบวนการดำเนินงาน	18
บทที่ 4 การบริหารและจัดการองค์กร	19
4.1 รายละเอียดคณะผู้บริหาร	19
4.2 โครงสร้างองค์กร	20
4.2.1 Producer	20
4.2.2 Creative	20
4.2.3 Editor	20
4.2.4 Sales	20
บทที่ 5 แผนการเงิน	21
5.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน	21
5.2 ที่มาของรายได้	22
5.2.1 รายได้จากการขาย	22
5.2.2 การประมาณการต้นทุน	23
5.3 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	25
5.4 ประมาณการกระแสเงินสด	27
5.5 ประมาณการงบดุล	28
5.6 การประเมินโครงการ	29
บทที่ 6 ความเสี่ยงและแผนการรับมือ	30
6.1 ด้านความเสี่ยงจากภายในองค์กร	30
6.1.1 ความเสี่ยงจากการสต็อกสินค้า	30
6.1.2 ความเสี่ยงจากการเลิกแสดงของนักแสดง	30
6.2 ด้านความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก	30
6.2.1 ความเสี่ยงจากการขายสปอนเซอร์ไม่ได้	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.2.2 ความเสี่ยงจากความนิยมในการเล่นบอร์ดเกมลดลง	31
บรรณานุกรม	32
ภาคผนวก	33
ภาคผนวก ก รายชื่อร้านบอร์ดเกมและเว็บไซต์ต่างๆ	34
ภาคผนวก ข ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำรายการ	37
ภาคผนวก ค ผลสำรวจจากผู้เล่นบอร์ดเกม	39
ประวัติผู้วิจัย	42



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้น	19
5.1	การใช้ไปของเงินทุนและการลงทุนในทรัพย์สินในปีที่ 1	21
5.2	รายละเอียดการใช้ไปของเงินทุนในส่วนของเครื่องจักรอุปกรณ์	22
5.3	รายละเอียดการใช้ไปของเงินทุนในส่วนของอุปกรณ์สำนักงาน	22
5.4	แสดงปริมาณการขาย ตามประมาณการยอดขาย (หน่วยปี)	23
5.5	แสดงราคาขายตามประเภทสินค้า	23
5.6	ประมาณการรายได้ต่อปี	23
5.7	ต้นทุนบอร์ดเกม	23
5.8	ต้นทุนรายการ Board Game Night	24
5.9	ต้นทุนรายการ Board Game Night unbox	24
5.10	เงินเดือนแรงงานในการผลิต พัฒนา และให้บริการ	24
5.11	เงินเดือนแรงงานในการขายและบริการ	24
5.12	ค่าใช้จ่ายโซฮู๊ยในการผลิต	24
5.13	ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	25
5.14	ค่าใช้จ่ายทางการขายและบริการ	25
5.15	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	26
5.16	ประมาณการกระแสเงินสด	27
5.17	ประมาณการงบดุล	28

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 เกม Dixit	1
1.2 เกม Coup	2
1.3 เกมหมากรุก	2
1.4 เกม Dead of Winter	3
1.5 เกม Power grid	4
1.6 ตัวอย่างเว็บไซต์ของร้านบอร์ดเกมและเว็บบอร์ด	5
1.7 แสดงตำแหน่งที่ตั้งบอร์ดเกมคาเฟ่ในกรุงเทพฯและภาคกลาง	5
1.8 ตัวอย่างรายการบอร์ดเกม	6
1.9 แสดงจำนวนผู้ติดตามใน fan page Facebook	7
1.10 แสดงจำนวนผู้ติดตามใน YouTube	7
2.1 ตราแสดงสินค้า	8
2.2 รูปแบบธุรกิจ	9
2.3 การนำเสนอผู้สนับสนุนรายการ	10
2.4 รูปแบบการสั่งซื้อบอร์ดเกมผ่านช่องทางออนไลน์	11
2.5 ตัวอย่างบอร์ดเกม	12
2.6 เกม Exploding kitten เกมที่ระดมเงินทุนได้มากที่สุดในเว็บไซต์ kickstarter ปี 2015	12
2.7 รายการบอร์ดเกมไนท์	13
2.8 รายการบอร์ดเกมไนท์ unbox	13
2.9 แสดงขั้นตอนการผลิตรายการบอร์ดเกม	14
3.1 ตัวอย่างร้านบอร์ดเกมที่ใช้ในการถ่ายทำรายการบอร์ดเกมไนท์	16
3.2 สำนักงาน	17
3.3 แผนการดำเนินงาน	18
4.1 คณะผู้ก่อตั้งและบริหาร	20

บทที่ 1

บทนำ

ในอดีตหากพูดถึงบอร์ดเกมหรือเกมกระดาน หลากๆ คนก็จะนึกถึง เกมหมากรุก เกมหมากล้อม เกมเศรษฐี เป็นต้น จนกระทั่งในปี 1991 นักออกแบบเกมชาวเยอรมัน ได้มีการ ออกแบบบอร์ดเกมใหม่คือ เกม Catan (ได้รับความนิยมจนถึงปัจจุบัน) ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนของวงการ บอร์ดเกม ทำให้วงการบอร์ดเกมกลับมามีสีสันและเกิดการพัฒนายิ่งอย่างต่อเนื่อง มีเกมใหม่ๆ เกิดขึ้น มากมายและเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งกระแสบอร์ดเกมได้รับความนิยมอย่างล้นหลามในทวีปยุโรป งามไปถึง สหรัฐอเมริกา และปัจจุบันเริ่มแพร่หลายในทวีปเอเชีย เช่น จีน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และไทย เป็นต้น โดย หากวิเคราะห์ตามรูปแบบการเล่นจะสามารถแบ่งบอร์ดเกมออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1) Family games เป็นเกมที่เน้นสร้างปฏิสัมพันธ์ (แบบเป็นมิตร) ระหว่างผู้เล่น เน้นการพูดคุยเชิงเจรจา คอยกันค้าขายแลกเปลี่ยน และอาจมีหลอกหลอกันบ้างในระดับพอดี แต่จะไม่ เห็นการต่อสู้ที่รุนแรงในเกมแบบนี้ ระบบไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย ใช้เวลาเล่นไม่นาน เหมาะกับผู้เล่น ใหม่ๆ และ ผู้เล่นที่ชอบบรรยากาศการเล่นที่เป็นมิตร เช่น เกม Dixit ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 เกม Dixit

2) Party games เกมที่เหมาะสมจะเล่นในกลุ่มเพื่อนๆ งานเลี้ยงปาร์ตี้ แน่นอนว่าเกม ประเภทนี้เข้าใจง่าย ไม่เน้นเนื้อหา ระบบไม่ซับซ้อนใช้เวลาเล่นไม่นาน เน้นความสนุกของผู้เล่นใน กลุ่มเป็นหลัก เกมพวกนี้ส่วนใหญ่จึงกล่องเล็ก พกพาสะดวก แน่นอนว่าถ้าเราเล่นเกมแบบ

ครอบครัว อาจต้องอยู่ในบรรยากาศหนึ่ง แต่เวลาอยู่กับเพื่อนสนิทแล้ว การได้เกทับ หลอกล่อเป็นอะไรที่สนุกและเฮฮากว่า Party Games จึงมีรูปแบบเน้นให้ได้แข่ง ได้แก่ง โต้แย้ง มากกว่าเกมประเภทอื่น เช่น เกม Coup ดังแสดงในภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 เกม Coup

3) Abstract games เกมประเภทนี้ไม่มีธีม ถ้ามีก็แค่ให้มีสีสันและเข้าใจง่าย ประเด็นหลักจะเน้นที่วิธีการเล่น ซึ่งก็แตกต่างกันไป วิธีชนะแล้วแต่เกมจะกำหนด ส่วนใหญ่เป็นเกมประเภทแข่งกันสองคน วิธีเล่นไม่ซับซ้อนต้องใช้ความคิดและการวางแผน ยกตัวอย่างง่ายๆ คือ หมากรุก ดังแสดงในภาพที่ 1.3 ที่วิธีเล่นง่าย แต่ถ้าจะเล่นจริงจังแล้วก็จะเป็นเกมใช้ความคิดมากพอสมควร



ภาพที่ 1.3 เกมหมากรุก

4) Thematic games เกมประเภทนี้ เน้นที่ “ธีม” (Theme) เป็นหลัก มีเนื้อเรื่อง เนื้อหาแน่น มีที่ไปที่ไป มีรายละเอียดในตัวละคร ความเป็นมา ฮีโร่ เผ่าต่างๆ ในเกม มีลักษณะความสามารถ เอกลักษณะเฉพาะตัว ระบบของเกมมักมีส่วนที่ทำให้เกิดการปะทะกันโดยตรงระหว่างผู้เล่น และ หลายเกมมี “โชค” เข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้เล่นจะสนุกหรือไม่ขึ้นอยู่กับ ผู้เล่นบางกลุ่มเรียกเกม

ประเภทนี้ว่า Ameritrash เหตุเพราะ เกมแนวนี้ส่วนใหญ่เริ่มมาจากฝั่งอเมริกา ในขณะที่ Eurogame ที่เน้นการวางแผนและระบบ เริ่มจากเยอรมันและโซนยุโรป

เสน่ห์อย่างหนึ่งของเกมประเภทนี้คือ การเล่าเรื่อง (Narrative) ผู้เล่นจะสนุกหรือไม่อยู่ที่ว่า เข้าถึงเนื้อเรื่องได้มากแค่ไหน คนน่าจะพาผู้เล่นเข้าสู่โลกของเกมได้ลึกพอที่จะอินไปกับมันหรือไม่ สังเกตว่าเกมประเภทนี้จะมีเนื้อหามาให้ มีรายละเอียด การ์ดเกือบทุกใบต้องมีชื่อ มีเรื่องเล่า หรือ แม้แต่เสียงประกอบในบางกลุ่มที่ชอบเล่นที่ระบบ แล้วเน้นที่การเล่น โดยไม่อ่านหรือข้ามส่วนเนื้อเรื่องไป จะพบว่าผู้เล่นมักเจอประสบการณ์ต่างๆ กับเกมประเภทนี้ ในขณะที่ ผู้เล่นที่อินไปกับเนื้อเรื่อง จะรู้สึกได้ว่า 2-4 ชั่วโมงในเกม เหมือนกับการพาเขาและเพื่อนไปผจญภัยในโลกหนึ่ง เช่น เกม Dead of Winter ดังแสดงในภาพที่ 1.4



ภาพที่ 1.4 เกม Dead of Winter

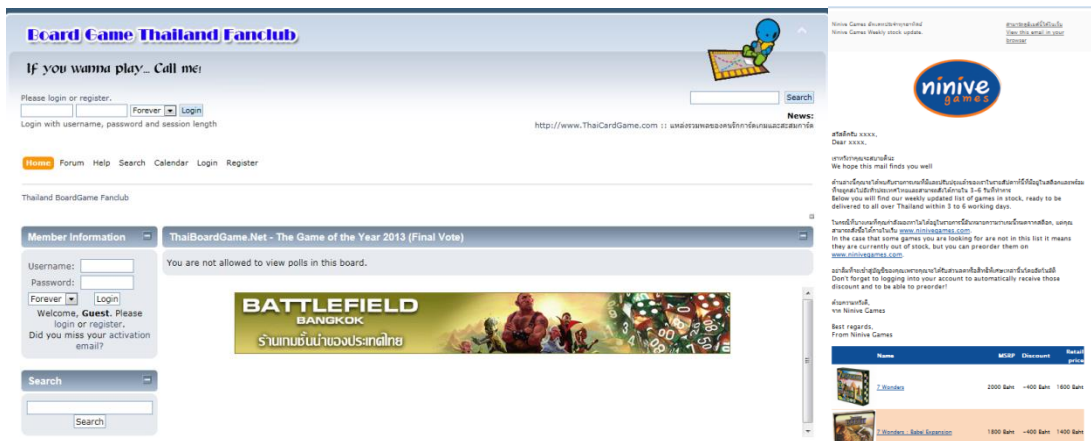
5) Strategy games เกมวางแผนถูกออกแบบมาอย่างดีจะทำให้เกมมีเสน่ห์ สำหรับ เกมประเภทนี้ระบบเกมเป็นสิ่งสำคัญมากและ การได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นในโต๊ะ เป็นส่วนหนึ่งของระบบของเกมได้ด้วยซิมหรือเนื้อหา มีบทบาทบ้าง แม้บางเกมอาจไม่ได้เป็นสิ่งสำคัญ หรือ สอดคล้องกับระบบของเกมนัก แต่ก็ยังคงขาดไม่ได้ เกมประเภทนี้จึงเหมาะกับคนที่สนุกกับการคิดอย่างเป็นระบบ จนไปถึงระดับที่ชอบกับการ “เผาสมอง” (BURN) แล้วมีความสุข ชอบการแข่งขัน ทุกอย่างวัดกันที่การวางแผน เช่นเกม Power grid ดังแสดงในภาพที่ 1.5



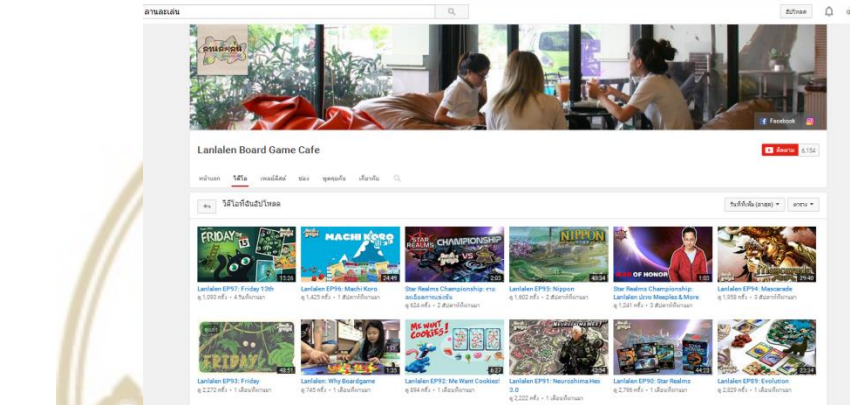
ภาพที่ 1.5 เกม Power grid

1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ

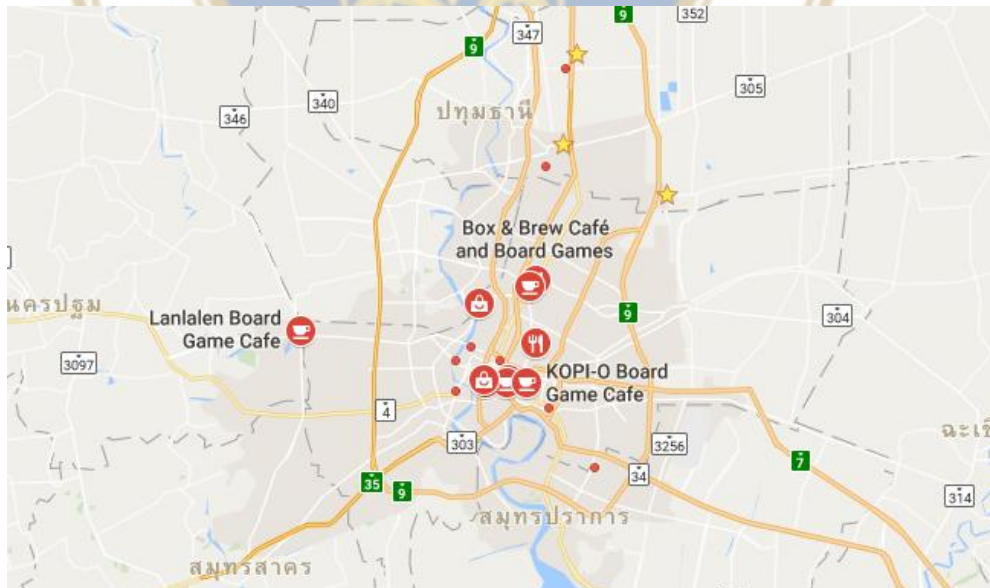
ในปัจจุบันกันธุรกิจที่เกี่ยวกับบอร์ดเกมก็มีแนวโน้มการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาของบริษัทฯพบว่า ในช่วงปีที่ผ่านมามีร้านบอร์ดเกมคาเฟ่กว่า 66 ร้านทั้งใน กรุงเทพมหานคร และกระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ อีกทั้งยังพบว่ายอดขายบอร์ดเกมเติบโตขึ้นปีละ 10-20% โดยร้านบอร์ดเกมจะมีแหล่งที่ซื้อบอร์ดเกมเพื่อไปจำหน่ายและเปิดให้เล่นในร้านร่วมกันอยู่ประมาณ 3 ร้าน ได้แก่ ร้านลานละเล่น, ร้านนินิว, ร้านแบทเทิลฟิลด์ ทั้ง 3 ร้านนี้ นอกจากจะมีหน้าร้านแล้วยังเป็นตัวแทนในการสั่งซื้อบอร์ดเกมจำนวนมากจากต่างประเทศเพื่อแบ่งจำหน่าย ซึ่งทั้ง 3 ร้านก็มีแนวทางในการประชาสัมพันธ์ตัวเองแตกต่างกันไป เช่น ร้านนินิวมีการทำเว็บไซต์เพื่อสั่งซื้อบอร์ดเกมโดยใช้ระบบสมัครสมาชิกให้สำหรับร้านบอร์ดเกมคาเฟ่ที่ต้องการซื้อจำนวนมากในราคาพิเศษ, ร้านแบทเทิลฟิลด์มีการรับปริ๊นเตอร์เกม และมีกลุ่มคนที่เป็นคนขับเคลื่อนวงการบอร์ดเกมด้วยเว็บบอร์ดและ Facebook Fan page, ร้านลานละเล่นมีการทำวิดีโอแนะนำบอร์ดเกมที่มีจำหน่ายลงในช่องทาง YouTube ของตัวเอง แสดงในภาพที่ 1.7



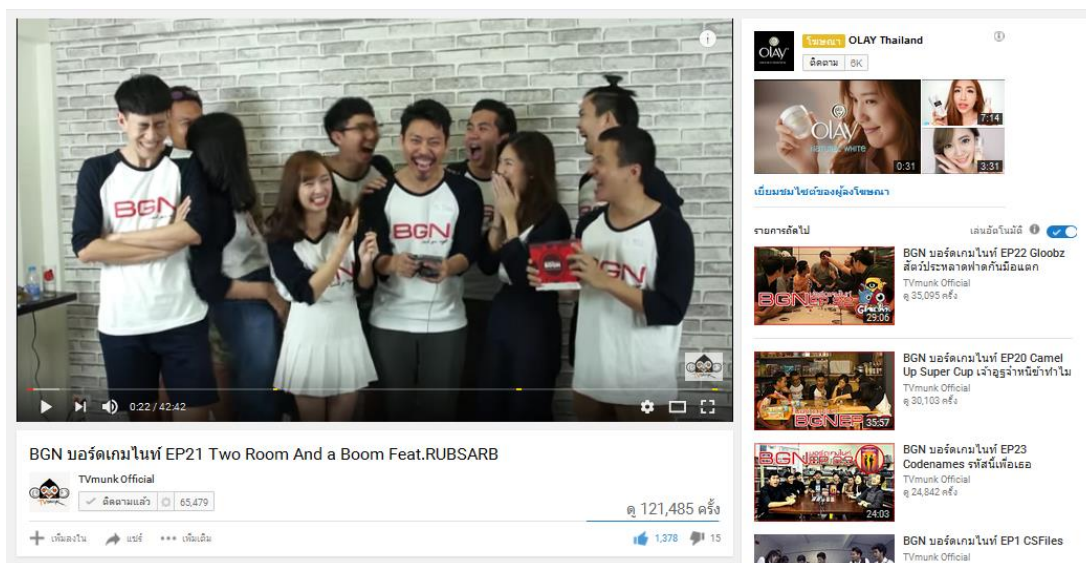
ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างเว็บไซต์ของร้านบอร์ดเกมและเว็บบอร์ด



ภาพที่ 1.7 แสดงตำแหน่งที่ตั้งบอร์ดเกมคาเฟ่ในกรุงเทพฯและภาคกลาง



บริษัทฯ จึงเห็นโอกาสในการเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์บอร์ดเกมให้เข้าถึงคนจำนวนมากด้วยเนื้อหารายการที่สนุกสนานและเข้าถึงง่าย ด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์ในการถ่ายทำและตัดต่อ รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเสพย์สื่อวิดีโอของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นมาอย่างต่อเนื่องทำให้ร้านผู้แทนจำหน่ายสามารถประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีจำหน่ายและผู้ชมเองก็สามารถเข้าถึงบอร์ดเกมได้โดยผ่านช่องทางของรายการ



ภาพที่ 1.8 ตัวอย่างรายการบอร์ดเกม

โดยตัวชี้วัดที่สำคัญคือจำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้นในแต่ละช่องทาง ซึ่งคาดว่าในอนาคตจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอีกอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

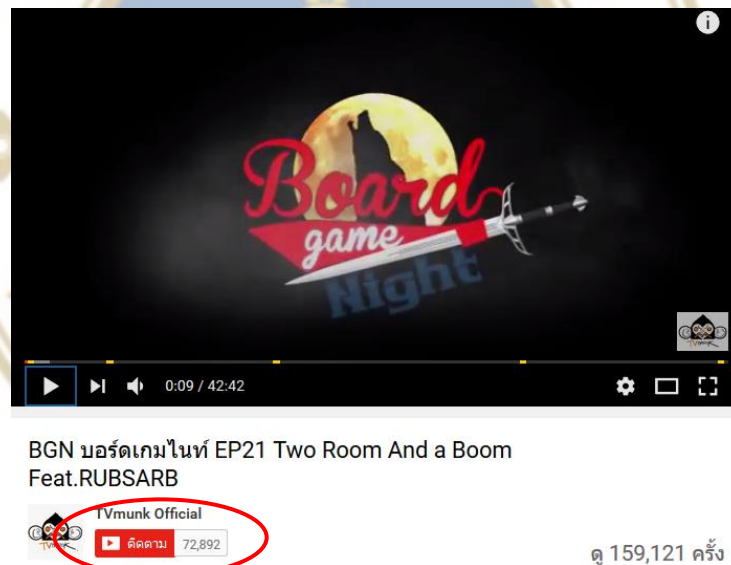
ยอด Subscribe YouTube Channel TVmunk	:	72,892
ยอด ไลค์เพจเฟซบุ๊กบอร์ดเกมไนท์	:	5,403 (ข้อมูล ณ วันที่

3 ตุลาคม 2016)

บริษัทฯ จึงเล็งเห็นว่าธุรกิจการประชาสัมพันธ์บอร์ดเกมผ่านรายการบอร์ดเกมมีแนวโน้มการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งรายการยังเป็นสื่อกลางทำให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงบอร์ดเกมได้



ภาพที่ 1.9 แสดงจำนวนผู้ติดตามใน fan page Facebook



ภาพที่ 1.10 แสดงจำนวนผู้ติดตามใน YouTube

บทที่ 2

ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบธุรกิจ

2.1 ภาพรวมของบริษัท

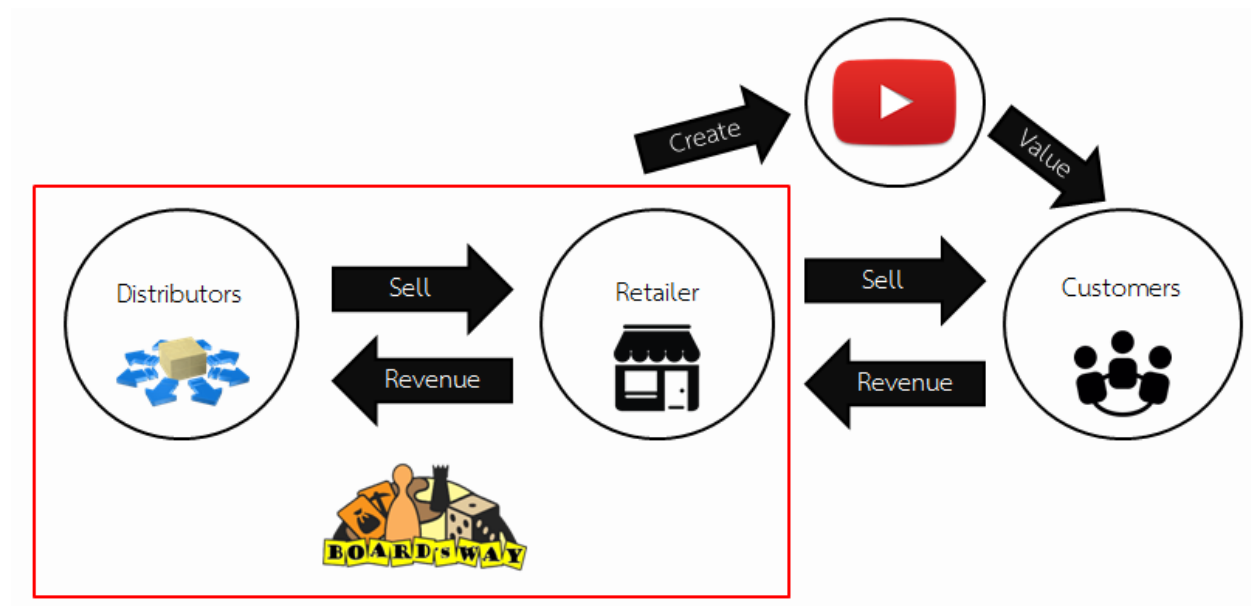
- ชื่อ : บริษัท บอร์ดเวย์ จำกัด BOARD'S WAY CO., LTD
- รูปแบบธุรกิจ : บริษัทผลิตรายการและจำหน่ายบอร์ดเกม
- สินค้า : 1.รายการสอนวิธีการเล่นและเล่นบอร์ดเกมให้ดูเป็นตัวอย่าง
2.รายการแนะนำบอร์ดเกมและอุปกรณ์ภายในกล่อง
3.บอร์ดเกมต่างๆ
- วิสัยทัศน์ : เป็นผู้นำตลาดด้านการผลิตรายการบอร์ดเกมในประเทศไทย และเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงบอร์ดเกมของผู้เล่น
- พันธกิจ : ผลิตรายการเกี่ยวกับบอร์ดเกมโดยรักษามาตรฐานอย่างต่อเนื่องทั้งในเรื่องความสนุกและเวลาในการออกอากาศ คือ 3 ครั้งต่อเดือนมียอด subscribe ใน YouTube เกิน 100,000 ภายในปี 2559 เป็นช่องทางแรกที่ลูกค้าจะนึกถึงเมื่อต้องการซื้อบอร์ดเกม
- เป้าหมาย : มีรายได้จากการขายบอร์ดเกมเพิ่มขึ้น 10% ทุกปีได้สปอนเซอร์ในการผลิตรายการทุกตอน
- ตราสินค้า :



ภาพที่ 2.1 ตราแสดงสินค้า

‘BOARD’S WAY เส้นทางของคนรักบอร์ดเกม’ โดยซื้อบริษัทบอร์ดเวย์ล๊อกับชื่อถนน Broadway ในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา จึงใช้คำพ้องเสียงมาเล่นคำ โดยเน้นการใช้สีเหลืองที่มีความหมายถึงความสนุกสนาน สดชื่น เพื่อสื่อถึงการใช้ทักษะ และความสนุกสนานในการเล่นบอร์ดเกม

2.2 รูปแบบธุรกิจ (Business Model)



ภาพที่ 2.2 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจของ BOARD'S WAY คือ ผู้ผลิตรายการรีวิวบอร์ดเกมเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้และฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น รวมถึงเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายบอร์ดเกม นอกจากนี้รายการยังเป็นตัวกลางในการสร้าง community ให้กับผู้ที่สนใจบอร์ดเกมอีกด้วย

2.3 รูปแบบของการทำรายได้ (Revenue Model)

รูปแบบการทำรายได้มี 2 รูปแบบคือ

2.3.1 ผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor)

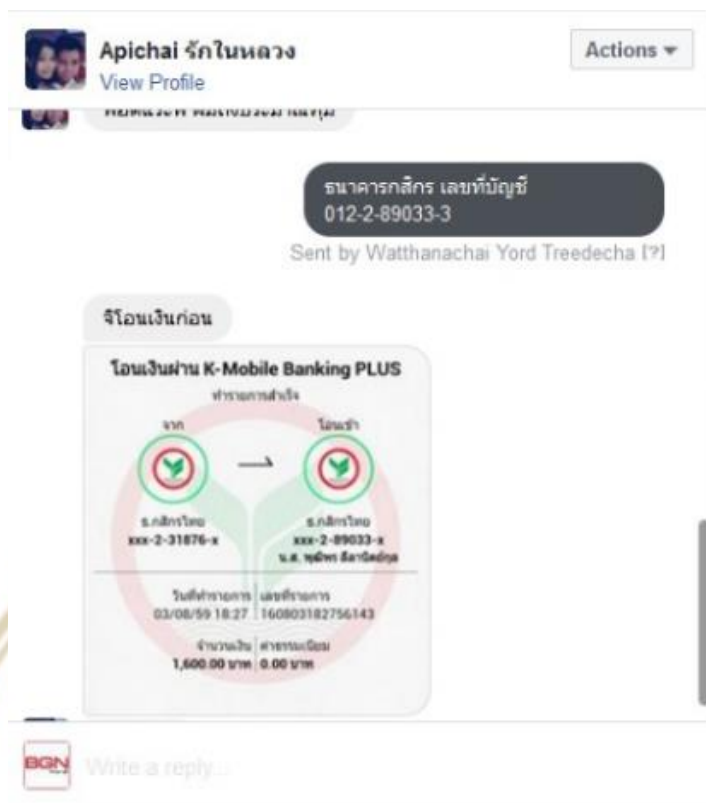
โดยผู้จัดจำหน่ายบอร์ดเกมที่ต้องการหาช่องทางในการประชาสัมพันธ์บอร์ดเกมจะใช้รายการในการสร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดความต้องการในสินค้าดังกล่าวอย่างแสดงในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 การนำเสนอผู้สนับสนุนรายการ

2.3.2 รายได้จากการขายบอร์ดเกม

บริษัทฯ ได้มีการจำหน่ายบอร์ดเกมผ่านรายการ โดยปัจจุบันมีการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ดังแสดงในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 รูปแบบการสั่งซื้อบอร์ดเกมผ่านช่องทางออนไลน์

2.4 ลักษณะของสินค้าและรายละเอียดสินค้า

สินค้าของ BOARD's WAY แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) บอร์ดเกม และ 2) รายการบอร์ดเกม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.4.1 บอร์ดเกมต่างๆ

โดยที่ BOARD's WAY จะเป็นตั้งแต่ผู้นำเข้าไปจนถึงการเป็นผู้จัดจำหน่ายบอร์ดเกม บริษัทฯจะเน้นการขายบอร์ดเกมใหม่ๆที่ยังไม่มีการนำเข้าหรือซื้อลิขสิทธิ์ในประเทศไทย เช่น เกม Exploding kitten (เป็นเกมที่ระดมเงินทุนได้มากที่สุดในเว็บไซต์ kickstarter ปี 2015 คิดเป็นจำนวนเงินประมาณ 8.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีจำหน่ายในไทย ดังแสดงในภาพที่ 2.5 และ 2.6



ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างบอร์ดเกม



This is a card game for people who are into kittens and explosions and laser beams and sometimes goats.

[Buy it now!](#)

Created by
Elan Lee

219,382 backers pledged \$8,782,571 to help bring this project to life.

ภาพที่ 2.6 เกม Exploding kitten เกมที่ระดมเงินทุนได้มากที่สุดในเว็บไซต์ kickstarter ปี 2015

2.4.2 รายการบอร์ดเกม

โดยแบ่งออกเป็น 2 รายการคือ รายการบอร์ดเกมไนท์ และ รายการบอร์ดเกมไนท์ unbox โดยในส่วนนี้ลูกค้าของ BOARD'S WAY คือสปอนเซอร์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริษัทไปสู่กลุ่มลูกค้าที่เป็น board gamer

2.4.2.1 รายการบอร์ดเกมไนท์ คือรายการที่รีวิวและสอนวิธีการเล่นบอร์ดเกมที่มีจุดเด่นอยู่ที่การนำเสนอที่มีความแตกต่างจากรายการอื่น เน้นความสนุกสนาน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร ทำให้เป็นที่จดจำของผู้รับชม ดังแสดงในภาพที่ 2.7



BGN บอร์ดเกมไนท์ EP8 One Night คินเดยวก็เสียวได้

ภาพที่ 2.7 รายการบอร์ดเกมไนท์

2.4.2.2 รายการบอร์ดเกมไนท์ unbox คือรายการที่นำเสนอว่าในกล่องเกมนั้นมีอะไรบ้าง คุ่มค่ากับการที่จะซื้อหรือไม่ ซึ่งในท้ายรายการทางทีมก็จะทำการประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอสถานที่ที่สามารถหาซื้อได้ และมีการนำเสนอขายเกมผ่านรายการด้วย แสดงในภาพที่ 2.8



BGN บอร์ดเกมไนท์ แกะ/กล่อง/เกม EP3 The Game Of Life

TVmunk Official
 65,438

ดู 10,679 ครั้ง

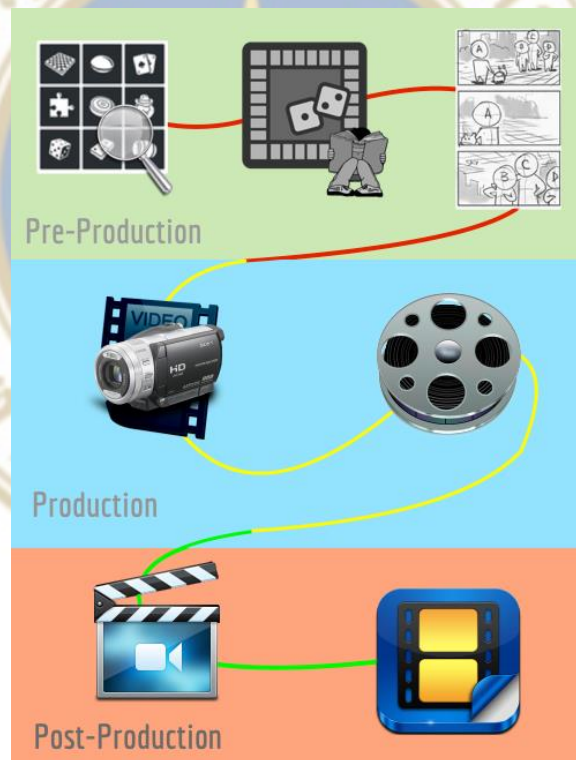
ภาพที่ 2.8 รายการบอร์ดเกมไนท์ unbox

2.4.2.3 ขั้นตอนการผลิตรายการ ในการผลิตรายการแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

Pre-Production – ขั้นตอนการเตรียมการก่อนการถ่ายทำ เพื่อให้วันถ่ายทำจริงราบรื่นที่สุด ตั้งแต่การหาข้อมูลเกมที่จะใช้ถ่ายรายการ ศึกษากฎ/วิธีเล่น ลองเล่นเพื่อทำความเข้าใจ ทำแผนการถ่ายเรียงตามเวลาว่าจะถ่ายอะไรก่อนหลัง นัดแนะกับทีมงานในตำแหน่งต่างๆ ว่ามีหน้าที่รับผิดชอบอะไรบ้าง

Production – วันถ่ายทำจะทำตามแผนที่วางไว้ในช่วง Pre-production โดยเมื่อเกิดปัญหาต้องแก้ไขเฉพาะหน้า หน้าที่ในวันถ่ายทำ เช่น โปรดิวเซอร์ควบคุมการผลิต , ผู้กำกับคุณภาพรวมของรายการ, ตากล้องถ่ายวิดีโอ, สวัสดิการดูแลเรื่องอาหารและน้ำดื่ม เป็นต้น

Post-Production – การตัดต่อจากวิดีโอที่ได้ถ่ายมาใส่เสียงและกราฟฟิกตามความเหมาะสม ออกนอรัตามวันที่กำหนด



ภาพที่ 2.9 แสดงขั้นตอนการผลิตรายการบอร์ดเกม

2.5 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ

2.5.1 Function benefit

- สร้างรายการแนะนำบอร์ดเกมที่ได้มาตรฐาน
- เป็นช่องทางในการเข้าถึงบอร์ดเกม
- ลูกค้าได้รับสินค้า (บอร์ดเกม) ที่มีคุณภาพ

2.5.2 Emotional benefit

- สนุกสนาน: ผู้เล่นจะได้รับความสนุกสนานระหว่างรับชมรายการเนื่องจากรายการของเรานั้นมีจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น
- ผู้ชมและผู้เล่นจะได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างบุคคลที่อยู่ในกลุ่มของคนที่ชอบบอร์ดเกม

2.5.3 Social Benefit

- ได้พบกับคนในวงการเดียวกัน ที่มีความชอบเหมือนกัน เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน จึงเกิดสังคมของคนที่เล่นและรักบอร์ดเกม

บทที่ 3

แผนการดำเนินงาน

3.1 ทำเลที่ตั้ง

BOARD's WAY เป็นบริษัทที่ผลิตรายการบอร์ดเกมไนท์ รายการบอร์ดเกมไนท์ unbox และเป็นผู้จำหน่ายบอร์ด จึงต้องมีสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำรายการ และสต็อกสินค้าหรือบอร์ดเกมนั้นเอง โดยที่การถ่ายทำรายการจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

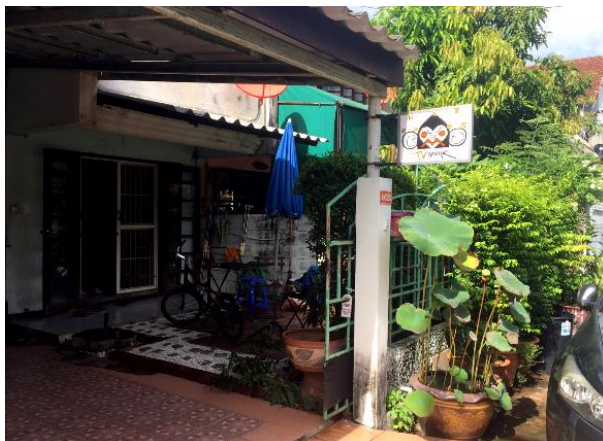
1) รายการบอร์ดเกมไนท์ จะตระเวนไปถ่ายทำตามร้านบอร์ดเกมต่างๆเพื่อให้ได้บรรยากาศและอรรถรสในการเล่นบอร์ดเกมแสดงในภาพที่ 5.1

2) รายการบอร์ดเกมไนท์ unbox จะถ่ายทำที่สำนักงานเนื่องจากอยากให้ความเป็นกันเองและประหยัดต้นทุนเพราะเป็นแค่เพียงการแกะกล่องเกมเท่านั้น

ดังนั้น BOARD's WAY จึงเลือกเช่าบ้านของหุ้นส่วนเพื่อใช้เป็นสำนักงาน, ผลิตรายการบอร์ดเกมไนท์ unbox รวมไปถึงการสต็อกบอร์ดเกมด้วย โดยทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ย่านเกษตรวมมิตร เนื่องจากราคาเช่าถูกและสะดวกในการเดินทางดังแสดงในภาพที่ 5.2



ภาพที่ 3.1 ตัวอย่างร้านบอร์ดเกมที่ใช้ในการถ่ายทำรายการบอร์ดเกมไนท์



ภาพที่ 3.2 สำนักงาน

3.2 การวางแผนด้านการผลิต

3.2.1 ระยะเวลาในการถ่ายทำรายการ

3.2.1.1 รายการบอร์ดเกมไนท์ มีระยะเวลาของรายการต่อเทปอยู่ที่ 20-40 นาที โดยใช้ระยะเวลาในการถ่ายทำ 1-1.5 ชั่วโมง

3.2.1.2 รายการบอร์ดเกมไนท์ unbox มีระยะเวลาของรายการต่อเทปอยู่ที่ 10-15 นาที โดยใช้ระยะเวลาถ่ายทำอยู่ 30-40 นาที

3.2.2 สถานที่ถ่ายทำ

3.2.2.1 ร้านบอร์ดเกมคาเฟ่ เพื่อคุณภาพในการถ่ายทำจึงเลือกใช้ช่วงเวลาปิดทำการของร้านบอร์ดเกมคาเฟ่ในการถ่ายทำ เช่น ร้านที่เปิด บ่ายสามโมง ทางบริษัทก็จะขอเข้าไปถ่ายทำตั้งแต่เก้าโมงเช้า และเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายทางบริษัทก็จะวางแผนที่จะถ่ายทำรายการ 3 เทป ในหนึ่งวัน

3.2.2.2 สำนักงาน เนื่องจากทีมงานในการถ่ายทำและตัดต่อนั้นประจำอยู่ที่สำนักงานอยู่แล้วจึงพร้อมที่จะทำงาน ดังนั้นช่วงเวลาในการถ่ายทำรายการเราจะเลือกช่วงเวลาที่นักแสดงสะดวกพร้อมกัน

3.3 กระบวนการดำเนินงาน



ภาพที่ 3.3 แผนการดำเนินงาน

- 1) BOARD's WAY ผลิตรายการบอร์ดเกมไนท์และบอร์ดเกมไนท์ unbox โดยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทำและตัดต่อ
- 2) ออกอากาศรายการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น YouTube , Facebook และทำการประชาสัมพันธ์บอร์ดเกมเพื่อเสนอขายให้กับลูกค้า
- 3) หลังจากลูกค้าได้รับชมรายการแล้ว และสนใจที่จะสั่งซื้อ ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์โดยเป็นการสั่งซื้อแบบ pre-order
- 4) บริษัทฯ จะทำการตรวจสอบสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าทั้งหมด สั่งซื้อไปที่ผู้จัดจำหน่ายและบรรจุสินค้าตามคำสั่งซื้อเพื่อเตรียมส่งให้กับลูกค้าทางไปรษณีย์ หรือลูกค้าสามารถมารับที่สำนักงานด้วยตนเอง
- 5) จัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าและทำการแจ้งเลขแทรคให้กับลูกค้าเพื่อจะได้ใช้ในการตรวจสอบสินค้าระหว่างการจัดส่ง
- 6) ลูกค้ารับสินค้าจากไปรษณีย์ โดยเป็นการส่ง EMS ใช้เวลาไม่เกิน 3 วัน และการลงทะเบียนใช้เวลาไม่เกิน 7 วัน ขึ้นอยู่กับพื้นที่ในการจัดส่ง และสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าอีกครั้งหนึ่ง

บทที่ 4

การบริหารและจัดการองค์กร

4.1 รายละเอียดคณะผู้บริหาร

บริษัท บอร์ดเวย์ จำกัด จัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด โดยมีเงินจากผู้ถือหุ้นทั้ง 3 คน มีเงินจัดตั้งจำนวน 1,000,000 บาท โดยจัดสรรหุ้นจำนวน 10,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท คณะกรรมการการบริหาร มีจำนวน 3 คน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้น

ลำดับที่	ชื่อผู้ร่วมทุน	สัดส่วน	จำนวนหุ้น
1	นางสาวพุดิพร ลีลานิตย์กุล	50%	5,000
2	นายเดชชาติ บุญประกอบ	25%	2,500
3	นางสาวธนวรรณ ณิชมณฑนาทรัพย์	25%	2,500

1) นางสาวพุดิพร ลีลานิตย์กุล ดำรงตำแหน่ง Chief Executive Officer วางแผน กำหนดเป้าหมาย กำหนดทิศทางขององค์กร และควบคุม จัดการในส่วนของการผลิต รายการทั้งหมด รวมถึงคัดเลือกเกมที่จะนำมาออกรายการและนำเข้ามาจัดจำหน่าย

2) นายเดชชาติ บุญประกอบ ดำรงตำแหน่ง Chief Technology Officer พัฒนาเว็บไซต์และระบบเกี่ยว IT ทั้งหมดในบริษัทฯ รวมทั้งเป็นที่ปรึกษาในส่วนของ IT ทั้งหมด

3) นางสาวธนวรรณ ณิชมณฑนาทรัพย์ ดำรงตำแหน่ง Sales and Marketing Manager ดูแลด้านการตลาด วางรูปแบบในการนำเสนอผลงาน และติดต่อประสานงานเพื่อขายสปอนเซอร์ให้กับลูกค้าออกแบบการตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่



ภาพที่ 4.1 คณะผู้ก่อตั้งและบริหาร

4.2 โครงสร้างองค์กร

ในองค์กรมีทั้งหมด 4 ตำแหน่ง ได้แก่

4.2.1 Producer

มีหน้าที่ในการวางแผน, ผลิต และบริหารรายการ

4.2.2 Creative

มีหน้าที่ออกแบบรูปแบบของรายการ นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่แปลกใหม่

4.2.3 Editor

มีหน้าที่ตัดต่อวิดีโอ ทำ graphic

4.2.4 Sales

มีหน้าที่นำเสนอรายการให้กับลูกค้า

บทที่ 5 แผนการเงิน

5.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน

BOARD's WAY มีแผนที่จะจัดจำหน่ายบอร์ดเกมออนไลน์ โดยมีการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อตอบสนองการสั่งซื้อจากรูปแบบเดิมที่ใช้ช่องทาง Social media ต่างๆ อีกทั้งยังเพิ่มกำลังการผลิต รายการบอร์ดเกมให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อขยายส่วนแบ่งการตลาดให้เร็วที่สุด โดยใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 1,275,000 บาท โดยเป็นส่วนของผู้ถือหุ้น 1,000,000 บาท และกู้ยืมจากกรรมการ 275,000 บาท คิดดอกเบี้ย 5% ต่อปี ส่วนใหญ่เป็นเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ BOARD's WAY มีการใช้ไปของเงินทุน และการลงทุนในทรัพย์สินในปีที่ 1 ตามตารางที่ 7.1 โดยมีรายละเอียดในตารางที่ 7.2

ตารางที่ 5.1 การใช้ไปของเงินทุนและการลงทุนในทรัพย์สินในปีที่ 1

รายการ	รวม
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	100,000
อุปกรณ์สำนักงาน	200,000
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	50,000
เงินทุนหมุนเวียน	925,000
รวม	1,275,000

ตารางที่ 5.2 รายละเอียดการใช้ไปของเงินทุนในส่วนของเครื่องจักรอุปกรณ์

เครื่องจักรอุปกรณ์	จำนวน	ราคา/หน่วย	รวม
Panasonic Lumix G7	1	30,000	30,000
Canon 550D	1	20,000	20,000
GoPro HERO3	1	10,000	10,000
Microphone wireless	1	20,000	20,000
ชุดไฟต่อเนื่อง	1	6,000	6,000
Led ถ่ายภาพ	1	4,000	4,000
ขาตั้งกล้อง	1	10,000	10,000
รวม			100,000

ตารางที่ 5.3 รายละเอียดการใช้ไปของเงินทุนในส่วนของอุปกรณ์สำนักงาน

บอร์ดเกม	จำนวน	ราคา/หน่วย	รวม
Computer	3	50,000	150,000
LED Monitor	6	4,000	24,000
โต๊ะคอม	6	1,000	6,000
เก้าอี้คอม	6	2,000	12,000
Printer	1	2,000	2,000
อุปกรณ์สำนักงานอื่นๆ	1	6,000	6,000
รวม			200,000

5.2 ที่มาของรายได้

5.2.1 รายได้จากการขาย

รายได้จากการขายมาจากการขายบอร์ดเกม และการขายสปอนเซอร์ในรายการบอร์ดเกม ซึ่งมีประมาณการรายได้ดังนี้

ตารางที่ 5.4 แสดงปริมาณการขาย ตามประมาณการยอดขาย (หน่วย/ปี)

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Board Game	3,840	7,680	11,520	15,360	19,200
รายการ Board Game Night	7	14	22	29	36
รายการ UnBox	2	5	7	10	12
รวม	3,850	7,699	11,549	15,398	19,248

ตารางที่ 5.5 แสดงราคาขายตามประเภทสินค้า

ชื่อสินค้า	บาท	หน่วย
Board Game	1000	กล่อง
รายการ Board Game Night	30,000	รายการ
รายการ UnBox	20,000	รายการ

ตารางที่ 5.6 ประมาณการรายได้ต่อปี

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Board Game	3,840,000	7,680,000	11,520,000	15,360,000	19,200,000
รายการ Board Game Night	216,000	432,000	648,000	864,000	1,080,000
รายการ UnBox	48,000	96,000	144,000	192,000	240,000
รวม	4,104,000	8,208,000	12,312,000	16,416,000	20,520,000

5.2.2 การประมาณการต้นทุน

5.2.2.1 ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย

ตารางที่ 5.7 ต้นทุนบอร์ดเกม

Board Game	500
จัดส่ง	90
รวม	590

*ราคาเฉลี่ยจากราคาขายส่งของบอร์ดเกมในประเทศไทย

ตารางที่ 5.8 ต้นทุนรายการ Board Game Night

นักแสดง	2,000
ทีมงาน	1,000
รวม	3,000

ตารางที่ 5.9 ต้นทุนรายการ Board Game Night unbox

นักแสดง	1000
ทีมงาน	500
รวม	1,500

5.2.2.2 ต้นทุนคงที่ ต้นทุนคงที่คำนวณจากค่าใช้จ่าย 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) เงินเดือนแรงงานในการผลิต พัฒนา และให้บริการ 2) เงินเดือนแรงงานในการขาย 3) ค่าใช้จ่ายโสหุ้ยในการผลิต 4) ค่าใช้จ่ายทางการตลาด 5) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ โดยเงินเดือนแรงงานเพิ่มขึ้น 3% ทุกปี

ตารางที่ 5.10 เงินเดือนแรงงานในการผลิต พัฒนา และให้บริการ

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
20,000	Producer	1	1	1	1	1
15,000	ตัดต่อ	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการผลิต		420,000	432,600	445,578	458,945	472,714

*ค่าแรงการผลิตเพิ่มขึ้นปีละ 3%

ตารางที่ 5.11 เงินเดือนแรงงานในการขายและบริการ

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
15,000	Sales	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการขายและบริหาร		180,000	185,400	190,962	196,691	202,592

*ค่าแรงการผลิตเพิ่มขึ้นปีละ 3%

ตารางที่ 5.12 ค่าใช้จ่ายโสหุ้ยในการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าไฟฟ้า+น้ำ+วัสดุสิ้นเปลือง	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000
ค่าโทรศัพท์	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
ค่าเช่าที่	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
Internet	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
Program	11,500	11,500	11,500	11,500	11,500
Accounting	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
รวม	156,700	156,700	156,700	156,700	156,700

ตารางที่ 5.13 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าโฆษณา	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
รวม	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000

ตารางที่ 5.14 ค่าใช้จ่ายทางการขายและบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เว็บไซต์	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
รวม	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000

5.3 ประเมินการงบกำไรขาดทุน

จากตารางประมาณงบกำไรขาดทุน หากบริษัทฯ สามารถทำได้ตามการประมาณการ ในปีแรกนั้นบริษัทฯ จะมีกำไรอยู่ที่ 735,000 บาท และในอนาคตเมื่อฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และบริษัทฯ ได้รับความนิยมนมากขึ้น ก็จะทำให้บริษัทฯ สามารถทำกำไรเพิ่มขึ้นได้ในปีต่อไป

ตารางที่ 5.15 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	4,104,000	8,208,000	12,312,000	16,416,000	20,520,000
ต้นทุนขาย					
- วัตถุดิบ	2,290,800	4,581,600	6,872,400	9,163,200	11,454,000
- แรงงานในการผลิต	420,000	432,600	445,578	458,945	472,714
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
- ค่าเสียหายในการผลิต	156,700	156,700	156,700	156,700	156,700
รวมต้นทุนขาย	2,877,500	5,180,900	7,484,678	9,788,845	12,093,414
กำไรขั้นต้น	1,226,500	3,027,100	4,827,322	6,627,155	8,426,586
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	180,000	185,400	190,962	196,691	202,592
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	294,000	299,400	304,962	310,691	316,592
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	932,500	2,727,700	4,522,360	6,316,464	8,109,995
ดอกเบี้ยจ่าย	13,750	12,375	11,000	9,625	8,250
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	918,750	2,715,325	4,511,360	6,306,839	8,101,745
ภาษีเงินได้	183,750	543,065	902,272	1,261,368	1,620,349
กำไรสุทธิ	735,000	2,172,260	3,609,088	5,045,471	6,481,396

5.4 ประมาณการกระแสเงินสด

ตารางที่ 5.16 ประมาณการกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	1,000,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	275,000	-	-	-	-
- ยอดขาย	4,104,000	8,208,000	12,312,000	16,416,000	20,520,000
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	190,900	190,900	190,900	190,900	190,900
รวมแหล่งที่มา (ก.)	5,569,900	8,398,900	12,502,900	16,606,900	20,710,900
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	350,000	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	2,867,500	5,170,900	7,474,678	9,778,845	12,083,414
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	244,000	249,400	254,962	260,691	266,592
- ดอกเบี้ยจ่าย	13,750	12,375	11,000	9,625	8,250
- ภาษีเงินได้	183,750	543,065	902,272	1,261,368	1,620,349
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	342,000	342,000	342,000	342,000	342,000
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	239,792	191,950	191,982	192,014	192,047
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	95,450	95,450	95,450	95,450	95,450
- ชำระคืนเงินกู้	27,500	27,500	27,500	27,500	27,500
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	4,363,742	6,632,640	9,299,844	11,967,493	14,635,602
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	1,206,158	2,972,418	6,175,475	10,814,882
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	1,206,158	1,766,260	3,203,057	4,639,407	6,075,298
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	1,206,158	2,972,418	6,175,475	10,814,882	16,890,180

5.5 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 5.17 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	1,206,158	2,972,418	6,175,475	10,814,882	16,890,180
- ลูกหนี้การค้า	342,000	684,000	1,026,000	1,368,000	1,710,000
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	239,792	431,742	623,723	815,737	1,007,784
- สต็อกวัตถุดิบ	95,450	190,900	286,350	381,800	477,250
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,883,400	4,279,060	8,111,548	13,380,419	20,085,215
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	0	0	0	0	0
- สิ่งปลูกสร้าง	0	0	0	0	0
- เครื่องจักรอุปกรณ์	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
- ยานพาหนะ	0	0	0	0	0
- อุปกรณ์สำนักงาน	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	60,000	120,000	180,000	240,000	300,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	290,000	230,000	170,000	110,000	50,000
รวมสินทรัพย์	2,173,400	4,509,060	8,281,548	13,490,419	20,135,215
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	190,900	381,800	572,700	763,600	954,500
รวมหนี้สินหมุนเวียน	190,900	381,800	572,700	763,600	954,500
หนี้สินระยะยาว	247,500	220,000	192,500	165,000	137,500
รวมหนี้สิน	438,400	601,800	765,200	928,600	1,092,000
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
- กำไรสะสม	735,000	2,907,260	6,516,348	11,561,819	18,043,215
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,735,000	3,907,260	7,516,348	12,561,819	19,043,215
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,173,400	4,509,060	8,281,548	13,490,419	20,135,215

5.6 การประเมินโครงการ

สมมติฐานให้ค่า $k(i)=10\%$ จากการประมาณการโครงการในเวลา 5 ปี โครงการแผนธุรกิจ BOARD's WAY จะมีมูลค่าโครงการปัจจุบัน สุทธิ (NPV) อยู่ที่ 10,543,644 บาทและให้อัตราผลตอบแทน ในการลงทุน (IRR) ที่ 135.67% ใช้ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 4 เดือน มีจุดคุ้มทุนที่การขายบอร์ดเกม 1,737 กล่อง สปอนเซอร์รายการบอร์ดเกมไนท์ 4 เทป และสปอนเซอร์รายการ unbox 1 เทป



บทที่ 6

ความเสี่ยงและแผนการรับมือ

6.1 ด้านความเสี่ยงจากภายในองค์กร

6.1.1 ความเสี่ยงจากการสต็อกสินค้า

ความเสี่ยงจากการสต็อกเกมที่มีมากเกินไปจะทำให้เกิดต้นทุนจม ทางบริษัทฯจึงมีแนวทางแก้ไขด้วยการสั่งซื้อเกมมาจำนวนหนึ่งที่คาดการณ์ว่าจะขายหมด และถ้าหากมีการสั่งซื้อเพิ่มก็สั่งจากร้านที่เป็นคู่ค้า ซึ่งให้ราคาลดมากกว่าซื้อหน้าร้าน

6.1.2 ความเสี่ยงจากการเลิกแสดงของนักแสดง

เนื่องจากคนดูติดกับภาพลักษณ์ของนักแสดงแต่ละคนที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันไป ทำให้เมื่อเวลานักแสดงคนนั้นๆไม่สามารถมาออกรายการได้ รายการก็จะเสียเรตติ้ง ทางบริษัทฯมีแนวทางแก้ไขได้โดยการปั้นนักแสดงหน้าใหม่มาสำรอง โดยอาจจะเป็นนักแสดงที่มีลักษณะคล้ายกับคนเดิม หรืออาจจะแตกต่างไปเลยก็ได้ และเมื่อมีคนใดคนหนึ่งไม่สามารถมาได้ ทีมงานก็มีนักแสดงสำรอง

6.2 ด้านความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

6.2.1 ความเสี่ยงจากการขายสปอนเซอร์ไม่ได้

เนื่องจากรายได้หลักของรายการคือการมีสปอนเซอร์ หากไม่มีสปอนเซอร์บริษัทฯก็มีแหล่งรายได้สำรอง คือการรับจ้างตัดต่อวิดีโอ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นทีมงานขายก็ต้องพัฒนาทั้งการขายและรูปแบบการนำเสนอเพื่อดึงดูดสปอนเซอร์ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

6.2.2 ความเสี่ยงจากความนิยมในการเล่นบอร์ดเกมลดลง

หากความนิยมในบอร์ดเกมลดลงในอนาคตก็จะส่งผลให้ยอดคนดูรายการลดลงด้วย ทางในการแก้ไขคือการผลิตรายการที่มีเนื้อหาที่แตกต่าง ในช่วงที่รายการบอร์ดเกมกำลังได้รับความนิยม เพื่อสร้างการรับรู้หากรายการได้รับความนิยมลดลง ก็จะมีรายการใหม่มาทดแทน



บรรณานุกรม

บอร์ดเกมคาเฟ่ ธุรกิจใหม่ที่น่าจับตามอง, 9 พฤศจิกายน พ.ศ.2558

<http://www.thaismescenter.com/แจ้งหวัะ-บอร์ดเกมคาเฟ่-ธุรกิจใหม่ที่น่าจับตามอง/>

‘บอร์ดเกม’ธุรกิจแนวใหม่ที่กำลังเติบโต

<http://www.komchadluek.net/detail/20150414/204681.html>

ทำไมถึงเล่นบอร์ดเกม <http://thaiboardgame.net/forum/index.php?topic=2655.0>

ร้านบอร์ดเกมที่น่าสนใจ <http://www.dek-d.com/board/view/3515925/>

“บอร์ดเกมคาเฟ่” การกลับมาของเกมกระดาน สร้างมิติใหม่ให้ร้านกาแฟได้ จริงหรือ

<http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000088280>

List of world championships in mind sports

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_world_championships_in_mind_sports

HOBBY GAMES MARKET CLIMBS TO \$880 MILLION

<http://icv2.com/articles/markets/view/32102/hobby-games-market-climbs-880-million>

ประวัติและความเป็นมาของเกมกระดาน https://en.wikipedia.org/wiki/Board_game

ประเภทของบอร์ดเกม <http://www.lomwong.com/?p=1658>



ภาคผนวก ก
รายชื่อร้านบอร์ดเกมและเว็บไซต์ต่างๆ

กรุงเทพและปริมณฑล

- 1) Battlefield Bangkok (สุขุมวิท ซอย 101/1)
- 2) Meeples & More (สุขุมวิท ซอยร่วมฤดี)
- 3) More Than a Game Cafe (สามย่าน ตึก I'm Park)
- 4) ลานละเล่น (ศาลายา ตรงข้าม ม.มหิดล)
- 5) Polar Play Games (พระราม 9 ตึกเดอะไนน์ เซ็นเตอร์)
- 6) Kopi-O Board Game Cafe (สุขุมวิท ซอย 33)
- 7) Ninive Game Store (สุขุมวิท พลัส ซอย 1 เชียงพระ โขนง)
- 8) Boarding Time (สุขุมวิท เฟลินจิต)
- 9) Bitbox Boardgame Cafe (แยกเกษตรศาสตร์ ซอยอมรพันธ์)
- 10) กางกระดาน (งามวงศ์วาน ซอย 58)
- 11) Rabbit Hole Board Games Party (ลาดพร้าว วังหิน)
- 12) Fine:Day Boardgame Cafe (ห้วยขวาง)
- 13) Magica Cafe (รัชดาภิเษก 42)
- 14) Momots Board Game Cafe (ทุ่งครุ ตรงข้าม ม. เทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี)
- 15) Box & Brew Cafe and Board Game (พหลโยธิน 40 เสนานิคม)
- 16) C-Train (พุทธบูชา)
- 17) Turn the Tables Board Game Cafe (อนุสาวรีย์ชัยฯ)
- 18) More More Board Game Cafe (ลาดกระบัง)
- 19) Dice Cup Board Game Cafe (จุฬาฯ ซอย 5)
- 20) Troll Cave Boardgame Cafe (ธรรมศาสตร์ รังสิต)
- 21) Hideout Boardgame Cafe (ซอยประชาธิปไตย 6)
- 22) Turn Base (ถนนราชวิถี)
- 23) FunTable (สะพานตากสิน)
- 24) Laugh & Learn (ซอยรังสิตภิรมย์ ใกล้ ม.กรุงเทพ)

- 25) One More Turn (ช. พหลโยธิน 8 - ซอยสายลม)
- 26) Hook Board Game Cafe (ถนนพระอาทิตย์)
- 27) OnBoard Cafe (พหลโยธิน 64 ใกล้ปากทางลำลูกกา)
- 28) Play 'em Up (หลัง ม.จันทร์เกษม รัชดา 36 แยก 11)
- 29) Dice & Roll Boardgame Cafe (วงศ์สว่าง 11)
- 30) Play Harbor Board Game Cafe (หน้า มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี)

หัวหิน

- 1) บ้านบอร์ดเกม

เชียงใหม่

- 1) Time Capsule Board Game Cafe:
- 2) บอร์ดเกมภูธร
- 3) Chubby Cat Board Game Café
- 4) OpenBox
- 5) Golden Goblin Games

ขอนแก่น

- 1) Khon Kaen Board Game Society

นครราชสีมา

- 1) Bored? Board Game Cafe

อุบลราชธานี

- 1) นั่งเล่นบอร์ดเกมอุบล

อุดรธานี

- 1) จุด3จุด

ร้อยเอ็ด

- 1) เพลินสเตชั่น

บุรีรัมย์

- 1) Level Up+

ภูเก็ต

- 1) Red Umbrella Cafe

เว็บรับสั่งซื้อบอร์ดเกมสำหรับคนไทย (ไม่มีหน้าร้าน)

- 1) Legendary Boardgame
- 2) TableJoyShop
- 3) BGK Thailand Boardgame Shop
- 4) Play on Board เว็บภาษาไทยเกี่ยวกับบอร์ดเกม/กลุ่มนัดเล่นเกม

- 1) Boardgame Thailand Fanclub: <http://www.thaiboardgame.net/>

- 2) ล้อมวงคอกทคอม: <http://www.lomwong.com/>

- 3) The Alchemist: <https://www.facebook.com/alchemistb...>

- 4) Bangkok Board Game Group: <http://www.bkkboardgame.com/>,
<https://www.facebook.com/Bangkokboa...>

- 5) Chiang Mai Board Game Group: <https://www.facebook.com/groups/Chi...>

- 6) Board Games by Mint (แนะนำเกมสำหรับเด็ก)
<https://www.facebook.com/BoardGames...>

บอร์ดเกมฝีมือคนไทย

- 1) Xvolution: <http://www.facebook.com/TheXvolutio...>

- 2) เกมไฟ ฟ้าชีวิต: <https://www.facebook.com/gamephaikh...>

- 3) ChessWarrior: <https://www.facebook.com/pages/Ches...>

- 4) SIM Democracy: <https://www.facebook.com/SIMDemocra...>

- 5) SimSoccer: <http://www.facebook.com/SimSoccer>

- 6) Coconut Empire: <https://web.facebook.com/coconutemp>

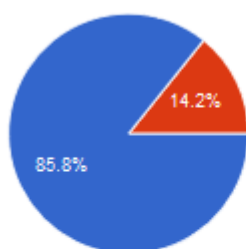
ภาคผนวก ข
ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำรายการ





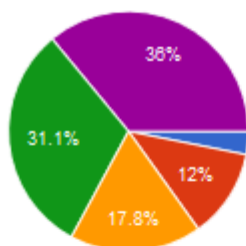
ภาคผนวก ค
ผลสำรวจจากผู้เล่นเกม

เพศ



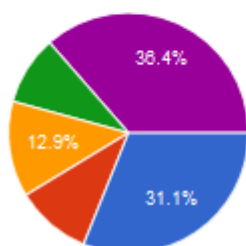
ชาย	193	85.8%
หญิง	32	14.2%

อายุ



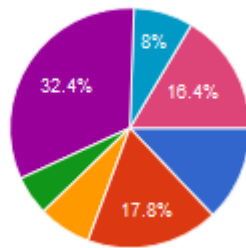
ต่ำกว่า 15 ปี	7	3.1%
15 - 18 ปี	27	12%
19 - 22 ปี	40	17.8%
23 - 28 ปี	70	31.1%
29 ปีขึ้นไป	81	36%

รายได้ต่อเดือน



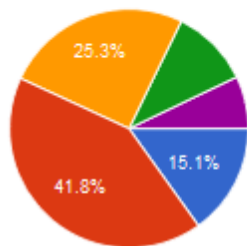
ต่ำกว่า 10,000 บาท	70	31.1%
10,001 - 15,000 บาท	23	10.2%
15,001 - 20,000 บาท	29	12.9%
20,001 - 25,000 บาท	21	9.3%
25,001 บาท ขึ้นไป	82	36.4%

คุณเล่นบอร์ดเกมมานานแค่ไหน



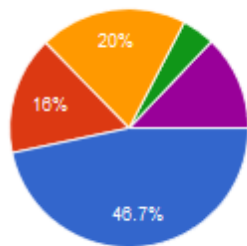
น้อยกว่า 3 เดือน	29	12.9%
3 - 6 เดือน	40	17.8%
7 - 9 เดือน	16	7.1%
10 - 12 เดือน	12	5.3%
1 - 2 ปี	73	32.4%
3 - 4 ปี	18	8%
มากกว่า 4 ปี	37	16.4%

ยอดซื้อของคุณต่อการซื้อบอร์ดเกม 1 ครั้งประมาณเท่าไร



ต่ำกว่า 1,000 บาท	34	15.1%
1,001 - 2,000 บาท	94	41.8%
2,001 - 3,000 บาท	57	25.3%
3,001 - 4,000 บาท	24	10.7%
อื่นๆ	16	7.1%

ความถี่ในการซื้อบอร์ดเกม



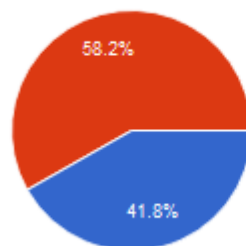
3 เดือนครั้ง	105	46.7%
2 เดือนครั้ง	36	16%
1 เดือนครั้ง	45	20%
2 ครั้งต่อเดือน	10	4.4%
มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน	29	12.9%

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อบอร์ดเกม

เงิน
อยากเล่น
ชอบ
เพื่อน
ธีมของเกม
สนุก
ความน่าสนใจของตัวเกม, บอร์ดเกมโดยคนไทย

ราคา
กลไกของเกม theme ราคา เวลาที่ใช้เล่นต่อ 1 เกม
ความชอบ
อยากได้นำสนใจ
เกมที่มีการแบ่งจำนวนผู้เล่นได้ชัดเจน เช่น เล่นได้ 2 คนเท่านั้น หรือเป็นกลุ่มใหญ่ๆ เป็นต้น
เล่นง่าย สนุก เล่นได้หลายคน จบไว
ความสนุกที่เล่นกับเพื่อน
เล่นได้หลายครั้ง ชอบ แนวเข้ากับเพื่อนๆ
อยากให้เพื่อนๆรู้จักบอร์ดเกม
review
ความสนุกของบอร์ดเกม
ชอบสะสม และ กำลังจะเปิดร้านบอร์ดเกม
ความสนุก

ละแวกบ้านมีร้านบอร์ดเกมหรือไม่



มี	94	41.8%
ไม่มี	131	58.2%

