

การศึกษาความเป็นไปได้ในการเข้าสู่ตลาดธุรกิจบริษัทผลิตรายการบอร์ดเกม  
เพื่อประชาสัมพันธ์ และจัดจำหน่ายบอร์ดเกม (BOARD's WAY)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์หัวข้อบริษัทผลิตรายการบอร์ดเกมเพื่อประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายบอร์ดเกมนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจในอนาคตของบอร์ดเกม ภายใต้การออกแบบและทำสื่อประชาสัมพันธ์ คือรายการบอร์ดเกมและเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้บอร์ดเกมนั้นเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น เพื่อสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ ได้ ซึ่งสารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพล วีราสา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งให้คำปรึกษาและเสียสละเวลาชี้แนะแนวทางในการดำเนินงานและแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆ รวมถึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์กฤษกร สุขเวชรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ อาจารย์ผู้สอนวิชาการศึกษาศาสตร์ สำหรับคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ตลอดระยะเวลาในการทำสารนิพนธ์นี้

ขอกราบขอบพระคุณนายวัฒนชัย ตรีเดชา ผู้บริหารบริษัท ทีวีมิ่ง จำกัด สำหรับคำปรึกษา รวมไปถึงการให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบอร์ดเกมและการผลิตรายการ มาโดยตลอด รวมถึงกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินัย วงศ์สุรวัฒน์ และอาจารย์ธเนศ สำรังเวทย์ ที่สละเวลาและกรุณามาเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ฉบับนี้ ตลอดจนกรุณาให้คำแนะนำต่างๆ เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญ รวมถึงขอขอบคุณนางสาวพุดิพร ลีตานิตย์กุล และนายเดชชาติ บุญประกอบ และเพื่อนร่วมรุ่นสาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรมรุ่น 17C วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล สำหรับการร่วมศึกษา คำปรึกษา ความช่วยเหลือ และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับท่านอื่นๆ ตลอดจนท่านอาจารย์ และเจ้าหน้าที่ทุกท่านในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ให้คำแนะนำต่างๆ และการติดต่อประสานงานเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษา ผู้วิจัยขอมอบคุณประโยชน์ให้กับบุคคลที่ได้กล่าวมาข้างต้น และหากมีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ธนวรรณ นิชมณฑนาทรัพย์

## บทสรุปผู้บริหาร

BOARD's WAY คือบริษัทผลิตรายการบอร์ดเกมเพื่อประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่าย บอร์ดเกม โดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้บอร์ดเกมนั้นเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และต้องการขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น โดยใช้ความรู้และความเชี่ยวชาญของบุคลากรในองค์กร เพื่อผลิตและพัฒนารายการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ถ่ายทอดไปยังผู้ชมโดยผ่านช่องทางออนไลน์

หากกล่าวถึงอุตสาหกรรมบอร์ดเกมนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนคือ ตลาด บอร์ดเกมในต่างประเทศ และในประเทศไทย ซึ่งจะพบว่าตลาดบอร์ดเกมในต่างประเทศนั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากตัวชี้วัดที่สำคัญคือ มีการระดมทุนเพื่อขอเงินทุนในเว็บไซต์ Kickstarter โดยที่อุตสาหกรรมเกมนั้นเติบโตอย่างต่อเนื่องและขึ้นมาเป็นอันดับ 1 โดยมีเงินระดมทุนอยู่ที่ประมาณ 494 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นมูลค่าของบอร์ดเกมประมาณ 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมากกว่าอุตสาหกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยี ที่มีเงินระดมทุนอยู่ที่ 448 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนตลาดในประเทศไทยนั้นพบว่า มีการเติบโตของอุตสาหกรรมบอร์ดเกมได้จากการเปิดตัวของบอร์ดเกมคาเฟ่อย่างต่อเนื่อง โดยภายในระยะเวลา 2 เดือน (กันยายน-ตุลาคม 2559) มีบอร์ดเกมคาเฟ่เพิ่มขึ้นจาก 66 ร้านเป็น 80 ร้าน และยังพบว่ามีการขยายตัวของบอร์ดเกมที่เผยแพร่ทางช่องทางออนไลน์นั้นมากขึ้นด้วย นั้นหมายความว่าผู้ที่ให้ความสนใจทำธุรกิจเกี่ยวกับบอร์ดเกม และจากผลการสำรวจตลาดในประเทศไทยโดยการทำแบบสอบถามนั้นพบว่า ปัจจุบันนี้มีผู้ที่ให้ความสนใจและเริ่มเข้ามาเล่นบอร์ดเกมมากขึ้น โดยคิดเป็น 45% นั้นผู้เล่นเพิ่งรู้จักและเล่นบอร์ดเกมได้ไม่เกิน 1 ปี ซึ่งจากแบบสอบถามนี้แสดงให้เห็นว่า ในอนาคตจะมีผู้ที่ให้ความสนใจและเข้ามาเล่นบอร์ดเกมกันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจากการสอบถามผู้เล่นบอร์ดเกมนั้น ส่วนใหญ่ผู้เล่นเต็มใจที่จะซื้อบอร์ดเกมที่ชื่นชอบโดยไม่ได้คำนึงถึงเรื่องราคาเป็นหลัก

BOARD's WAY มีทีมงานและบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตรายการเพื่อนำเสนอให้กับผู้ชมหรือผู้ชื่นชอบบอร์ดเกม ทำให้บริษัทฯจึงมีฐานผู้ชมเป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทฯมีเป้าหมายว่าจะต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะได้เป็นผู้นำและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีการนำเสนอขายบอร์ดเกมผ่านทางรายการ และช่องทางออนไลน์ต่างๆ โดยที่บริษัทฯจะนำบอร์ดเกมที่ยังไม่เคยมีคู่แข่งนำมาขาย เพื่อที่จะต้องการแตกต่างและเป็นผู้ริเริ่มในการนำ

## บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

บอร์ดเกมใหม่ๆมาขาย ไม่ใช่แค่เพียงการขายบอร์ดเกมที่ได้รับคามนิยมแล้วเท่านั้น

เนื่องจากบริษัทฯ ต้องการขยายฐานลูกค้าหรือผู้ชมเพิ่มมากขึ้น ในช่วงแรกบริษัทฯ จะทำการตลาดโดยร่วมมือกับทางบอร์ดเกมคาเฟ่ โดยการนำ QR Code ไปแปะไว้ที่กล่องเกมที่รายการเคยรีวิวแล้ว ลูกค้าสามารถสแกนที่ QR Code ก็จะสามารถลิงค์ไปที่รายการได้เลย ง่ายต่อการรับชมรายการ เป็นการเพิ่มช่องทางใหม่ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย บริษัทฯ จะทำการซื้อโฆษณาทั้งในเฟซบุ๊กและยูทูป เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ให้ผู้ชมเห็นรายการของบริษัทฯ เพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงการพัฒนาเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายบอร์ดเกม ซึ่งการตลาดนี้เป็นตัวช่วยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคง



## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
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)	9
2.3.1 ผู้สนับสนุนรายการ	9
2.3.2 การขายบอร์ดเกม	10
2.4 ลักษณะของสินค้าและรายละเอียดสินค้า	11
2.4.1 บอร์ดเกมต่างๆ	11
2.4.2 รายการบอร์ดเกม	12
2.5 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ	14
2.5.1 Function benefit	14
2.5.2 Emotional benefit	14
2.5.3 Social Benefit	15
บทที่ 3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	16
3.1 ตลาดเป้าหมาย	16
3.1.1 ตลาดเป้าหมายหลัก	16
3.1.2 ตลาดเป้าหมายรอง	16
3.2 ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย	16



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 แผนการตลาด</b>	18
4.1 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)	18
4.2 เป้าหมายทางการตลาด (Goal)	18
4.3 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Objective)	18
4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)	18
4.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service Strategy)	18
4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategy)	19
4.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channel Strategy)	19
4.4.4 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC Strategy)	19
4.5 Market research and Analysis	19
4.5.1 จัดการแข่งขันบอร์ดเกม	19
4.5.2 ขายสปอนเซอร์กับบริษัทต่างๆ	20
4.5.3 ขายสปอนเซอร์กับผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายบอร์ดเกม	20
4.5.4 ทดลองขายบอร์ดเกม	21
4.5.5 ดำรวจพฤติกรรมกรรมการซื้อบอร์ดเกมของผู้เล่นในปัจจุบัน	21
<b>บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ</b>	27
<b>    บรรณานุกรม</b>	29
<b>    ภาคผนวก</b>	30
ภาคผนวก ก รายชื่อร้านบอร์ดเกมและเว็บไซต์ต่างๆ	31
ภาคผนวก ข ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำรายการ	35
ภาคผนวก ค ผลสำรวจจากผู้เล่นบอร์ดเกม	37
<b>    ประวัติผู้วิจัย</b>	40

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	แสดงจำนวนสมาชิกในกลุ่มปิดของเฟซบุ๊ก	17
3.2	แสดงจำนวนผู้ติดตามของบอร์ดเกมคาเฟ่ Fan page	17
4.1	แสดงจำนวนผู้เล่นเมื่อเทียบกับระยะเวลาในการเล่นบอร์ดเกม	21
4.2	แสดงจำนวนผู้เล่นและจำนวนกล่องเกมที่มีเมื่อเทียบกับระยะเวลาที่เล่นบอร์ดเกม	22
4.3	แสดงความถี่ในการซื้อบอร์ดเกม	24
4.4	แสดงยอดซื้อบอร์ดเกมของผู้ของผู้เล่นเล่นในแต่ละครั้ง	24
4.5	แสดงช่องทางในการซื้อบอร์ดเกมของผู้เล่น	25
4.6	แสดงปัจจัยที่ส่งผลกระทบในการซื้อบอร์ดเกม	25

## สารบัญภาพ

รูปภาพ	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	6
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	10
2.5 ตัวอย่างบอร์ดเกม	11
2.6 เกม Exploding kitten เกมที่ระดมเงินทุนได้มากที่สุดในเว็บไซต์ kickstarter ปี 2015	11
2.7 รายการบอร์ดเกมไนท์	12
2.8 รายการบอร์ดเกมไนท์ unbox	12
2.9 แสดงขั้นตอนการผลิตรายการบอร์ดเกม	13
2.10 แสดงเวลาในการดูและจำนวนการดูเพลย์ลิสรายการบอร์ดเกมไนท์	14
4.1 การทดลองจัดการแข่งขันบอร์ดเกม (บอร์ดเกมไนท์สัญจร)	20
4.2 แผนภาพแสดงสัดส่วนของผู้เล่นเมื่อเทียบกับระยะเวลาในการเล่นบอร์ดเกม	22



## สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปภาพ		หน้า
4.3	แผนภาพแสดงสัดส่วนจำนวนผู้เล่นและจำนวนกล่องเกมที่มีเมื่อเทียบกับระยะเวลาที่เล่นบอร์ดเกม	23
4.4	แผนภาพแสดงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อในการซื้อบอร์ดเกม	26



## บทที่ 1

### บทนำ

ในอดีตหากพูดถึงบอร์ดเกมหรือเกมกระดาน หลายคนก็จะนึกถึง เกมหมากกรุก เกมหมากล้อม เกมเศรษฐี เป็นต้น จนกระทั่งในปี 1991 นักออกแบบเกมชาวเยอรมันได้มีการออกแบบบอร์ดเกมใหม่คือ เกม Catan (ได้รับความนิยมจนถึงปัจจุบัน) ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนของวงการบอร์ดเกม ทำให้วงการบอร์ดเกมกลับมามีสีสันและเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีเกมใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายและเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งกระแสบอร์ดเกมได้รับความนิยมอย่างล้นหลามในทวีปยุโรป ไปถึงสหรัฐอเมริกา และปัจจุบันเริ่มแพร่หลายในทวีปเอเชีย เช่น จีน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และไทย เป็นต้น โดยหากวิเคราะห์ตามรูปแบบการเล่นจะสามารถแบ่งบอร์ดเกมออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

#### 1) Family games เป็นเกมที่เน้นสร้างปฏิสัมพันธ์ (แบบเป็นมิตร)

ระหว่างผู้เล่น เน้นการพูดคุยเชิงเจรจา คุยกันค้าขายแลกเปลี่ยน และอาจมีหลอกล่อกันบ้างในระดับพอดี แต่จะไม่เห็นการต่อสู้ที่รุนแรงในเกมแบบนี้ ระบบไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย ใช้เวลาเล่นไม่นานเหมาะกับผู้เล่นใหม่ๆ และ ผู้เล่นที่ชอบบรรยากาศการเล่นที่เป็นมิตร เช่น เกม Dixit ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 เกม Dixit

2) **Party games** เกมที่เหมาะสมจะเล่นในกลุ่มเพื่อนๆ งานเลี้ยงปาร์ตี้แน่นอนว่าเกมประเภทนี้เข้าใจง่าย ไม่เน้นเนื้อหา ระบบไม่ซับซ้อนใช้เวลาเล่นไม่นาน เน้นความสนุกของผู้เล่นในกลุ่มเป็นหลัก เกมพวกนี้ส่วนใหญ่จึงกล่่งเล็กพกพาสะดวกแน่นอนว่าถ้าเราเล่นเกมแบบครอบครัว อาจต้องอยู่ในบรรยากาศหนึ่ง แต่เวลาอยู่กับเพื่อนสนิทแล้ว การได้เกทับ หลอกล่อเป็นอะไรที่สนุก และเฮฮาว่า Party Games จึงมีรูปแบบเน้นให้โต้แย้ง โต้แกล้ง โต้อำกัน 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 แต่ถ้าจะเล่นจริงจังแล้วก็จะเป็่นเกมใช้ความคิดมากพอสมควร



ภาพที่ 1.3 เกมหมากรุก

4) **Thematic games** เกมประเภทนี้ เน้นที่ “ธีม” (Theme) เป็นหลัก มีเนื้อเรื่อง เนื้อหาแน่น มีที่ไปที่ไป มีรายละเอียดในตัวละคร ความเป็นมา ฮีโร่ เผ่าต่างๆ ในเกม มีลักษณะ ความสามารถ เอกลักษณะเฉพาะตัว ระบบของเกมมักมีส่วนที่ทำให้เกิดการปะทะกัน โดยตรงระหว่างผู้เล่น และหลายเกมมี “โชค” เข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้เล่นจะสนุกหรือไม่ขึ้นอยู่กับ ผู้เล่นบางกลุ่มเรียกเกมประเภทนี้ว่า Ameritrash เหตุเพราะ เกมแนวนี้ส่วนใหญ่เริ่มมาจากฝั่งอเมริกา ในขณะที่ Eurogame ที่เน้นการวางแผนและระบบ เริ่มจากเยอรมันและโซนยุโรป เสน่ห์อย่างหนึ่งของเกมประเภทนี้คือ การเล่าเรื่อง (Narrative) ผู้เล่นจะสนุกหรือไม่อยู่ที่ว่าเข้าถึงเนื้อเรื่อง ได้มากแค่ไหน คนนำจะพาผู้เล่นเข้าสู่โลกของเกม ได้ลึกพอที่จะอินไปกับมันหรือไม่ สังเกตว่าเกมประเภทนี้จะมีเนื้อหามาให้ มีรายละเอียด การ์ดเกือบทุกใบต้องมีชื่อ มีเรื่องเล่า หรือแม้แต่เสียงประกอบในบางกลุ่มที่ชอบเล่นที่ระบบ แล้วเน้นที่การเล่น โดยไม่อ่านหรือข้ามส่วนเนื้อเรื่องไป จะพบว่าผู้เล่นมักเจอประสบการณ์ใหม่ๆ 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** เกมวางแผนถูกออกแบบมาอย่างดีจะยิ่งทำให้เกมมีเสน่ห์ สำหรับเกมประเภทนี้ระบบเกมเป็นสิ่งสำคัญมากและ การได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นในโต๊ะ เป็นส่วนหนึ่งของระบบของเกมได้ด้วยธีมหรือเนื้อหา มีบทบาทบ้าง แม้บางเกมอาจไม่ได้เป็นสิ่งสำคัญ หรือสอดคล้องกับระบบของเกมนัก แต่ก็ยังคงขาดไม่ได้ เกมประเภทนี้จึงเหมาะกับคนที่สนุกกับการคิดอย่างเป็นระบบ จนไปถึงระดับที่ชอบกับการ “เผาสมอง” (BURN) แล้วมีความสุข ชอบการแข่งขันทุกอย่างวัดกันที่การวางแผน เช่นเกม Power grid ดังแสดงในภาพที่ 1.5

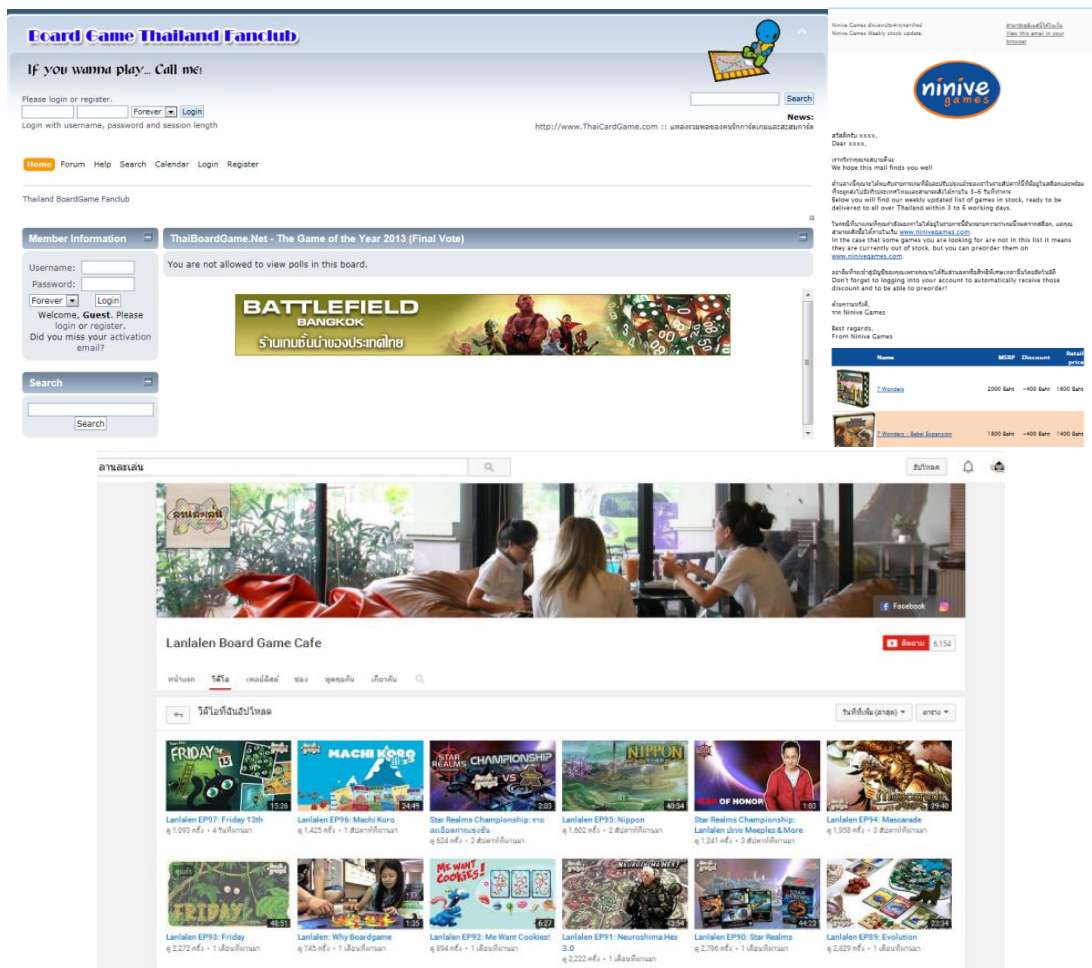


ภาพที่ 1.5 เกม Power grid

### 1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ

ในปัจจุบันกันธุรกิจที่เกี่ยวกับบอร์ดเกมก็มีแนวโน้มการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการศึกษาของบริษัทฯ พบว่า ในช่วงปีที่ผ่านมา มีร้านบอร์ดเกมคาเฟ่กว่า 66 ร้านทั้งในกรุงเทพมหานคร และกระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ อีกทั้งยังพบว่ายอดขายบอร์ดเกมเติบโตขึ้นปีละ 10-20% โดยร้านบอร์ดเกมจะมีแหล่งที่ซื้อบอร์ดเกมเพื่อไปจำหน่ายและเปิดให้เล่นในร้านร่วมกันอยู่ประมาณ 3 ร้าน ได้แก่ ร้านลานละเล่น, ร้านนินิเว, ร้านแบทเทิลฟิลด์ ทั้ง 3 ร้านนี้ นอกจากจะมีหน้าร้านแล้วยังเป็นตัวแทนในการสั่งซื้อบอร์ดเกมจำนวนมากจากต่างประเทศเพื่อแบ่งจำหน่าย ซึ่งทั้ง 3 ร้านก็มีแนวทางในการประชาสัมพันธ์ตัวเองแตกต่างกันไป เช่น ร้านนินิเวมีการทำเว็บไซต์เพื่อสั่งซื้อบอร์ดเกม โดยใช้ระบบสมัครสมาชิกให้สำหรับร้านบอร์ดเกมคาเฟ่ที่ต้องการซื้อจำนวนมากในราคาพิเศษ, ร้านแบทเทิลฟิลด์มีการรับพรีออเดอร์เกม และมีกลุ่มคนที่เป็นคนขับเคลื่อนวงการบอร์ดเกมด้วยเว็บบอร์ดและ Facebook Fan page, ร้านลานละเล่นมีการทำวิดีโอแนะนำบอร์ดเกมที่มีจำหน่ายลงในช่องทาง YouTube ของตัวเอง แสดงในภาพที่ 1.7

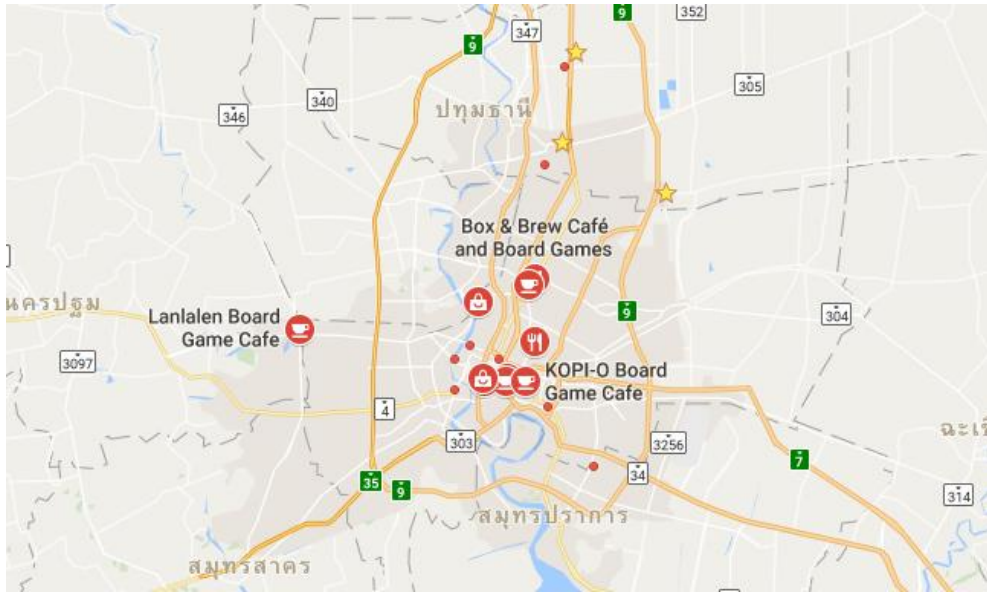




ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างเว็บไซต์ของร้านบอร์ดเกมและเว็บบอร์ด







ภาพที่ 1.7 แสดงตำแหน่งที่ตั้งบอร์ดเกมคาเฟ่ในกรุงเทพฯและภาคกลาง

บริษัทฯ จึงเห็นโอกาสในการเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์บอร์ดเกมให้เข้าถึงคนจำนวนมากด้วยเนื้อหารายการที่สนุกสนานและเข้าถึงง่าย ด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์ในการถ่ายทำและตัดต่อ รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมกระแสสื่อวิถีโอของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นมาอย่างต่อเนื่องทำให้ร้านผู้แทนจำหน่ายสามารถประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีจำหน่ายและผู้ชมเองก็สามารถเข้าถึงบอร์ดเกมได้โดยผ่านช่องทางของรายการ



ภาพที่ 1.8 ตัวอย่างรายการบอร์ดเกม

โดยตัวชี้วัดที่สำคัญคือจำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้นในแต่ละช่องทาง ซึ่งคาดว่าในอนาคตจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอีกอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

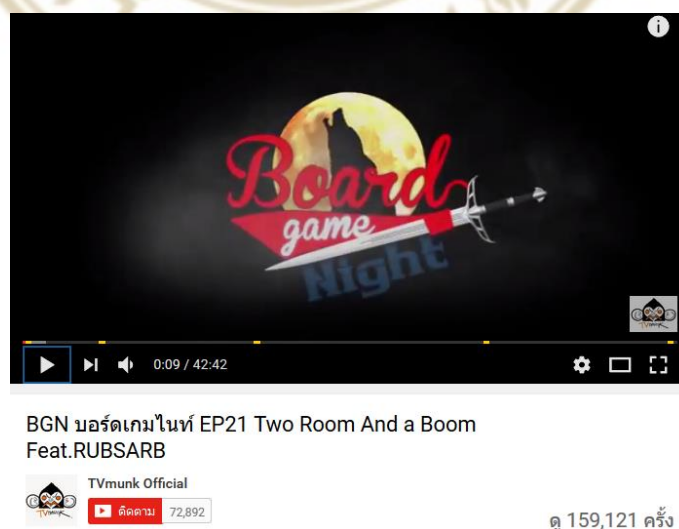
ยอด Subscribe YouTube Channel TVmunk : 72,892  
 ยอดไลค์เพจเฟซบุ๊กบอร์ดเกมไนท์ : 5,403

(ข้อมูล ณ วันที่ 3 ตุลาคม 2016)

บริษัทฯ จึงสังเกตเห็นว่าธุรกิจการประชาสัมพันธ์บอร์ดเกมผ่านรายการบอร์ดเกมมีแนวโน้มการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งรายการยังเป็นสื่อกลางทำให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงบอร์ดเกมได้



ภาพที่ 1.9 แสดงจำนวนผู้ติดตามใน fan page Facebook



ภาพที่ 1.10 แสดงจำนวนผู้ติดตามใน YouTube

## บทที่ 2

### ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบธุรกิจ

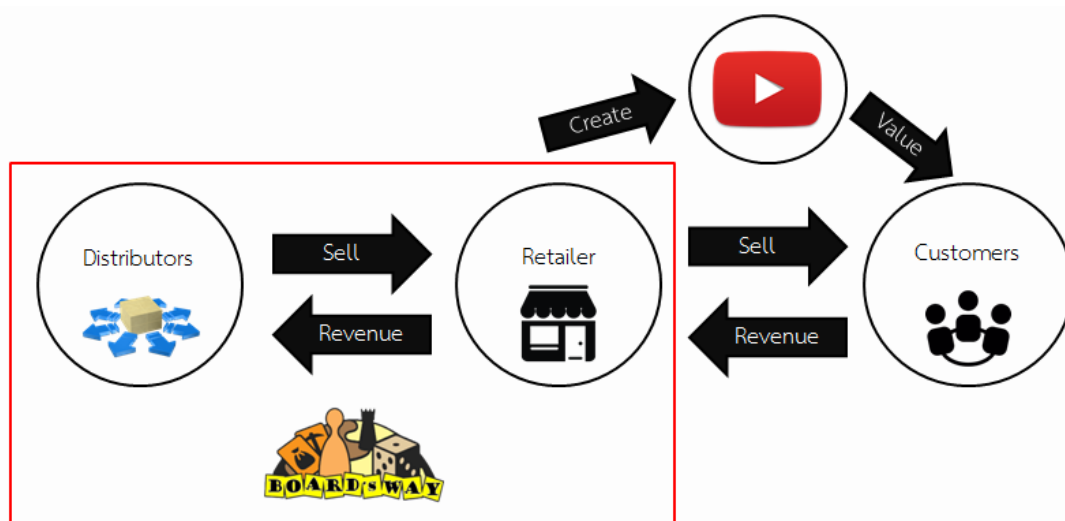
#### 2.1 ภาพรวมของบริษัท

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

ภาพที่ 2.1 ตราแสดงสินค้า

‘BOARD’s WAY เส้นทางของคนรักบอร์ดเกม’ โดยซื้อบริษัทบอร์ดเกมส์กับชื่อถนน Broadway ในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา จึงใช้คำพ้องเสียงมาเล่นคำ โดยเน้นการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความหมายถึงความสนุกสนาน 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) โดยผู้จัดจำหน่ายบอร์ดเกมที่ต้องการหา

ช่องทางในการประชาสัมพันธ์บอร์ดเกมจะใช้รายการในการสร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดความต้องการในสินค้าดังตัวอย่างแสดงในภาพที่ 2.3





ภาพที่ 2.3 การนำเสนอผู้สนับสนุนรายการ

2.3.2 การขายบอร์ดเกม 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 บริษัทจะเน้นการขายบอร์ดเกมใหม่ๆที่ยังไม่มีการนำเข้ามาหรือเคยซื้อลิขสิทธิ์ในประเทศไทย เช่น เกม Exploding kitten (เป็นเกมที่ระดมเงินทุนได้มากที่สุดในเว็บไซต์ kickstarter ปี 2015 คิดเป็นจำนวนเงินประมาณ 8.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีการจำหน่ายในไทย 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 โดยในส่วนนี้ถูกค้าของ BOARD's WAY คือ สปอนเซอร์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริษัทไปสู่กลุ่มลูกค้าที่เป็น board gamer

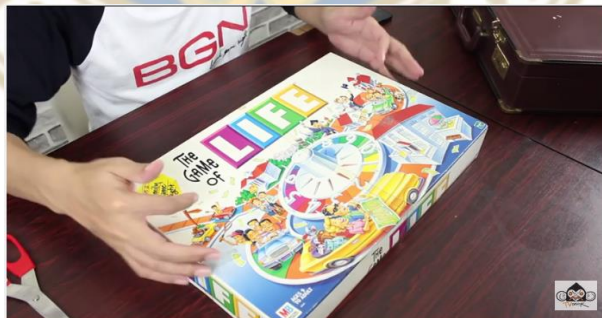
2.4.2.1 รายการบอร์ดเกมไนท์คือรายการที่รีวิวและสอนวิธีการเล่นบอร์ดเกมที่มีจุดเด่นอยู่ที่การนำเสนอที่มีความแตกต่างจากรายการอื่น เน้นความสนุกสนาน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร ทำให้เป็นที่จดจำของผู้รับชม ดังแสดงในภาพที่ 2.7



BGN บอร์ดเกมไนท์ EP8 One Night คืนเดียวก็เสียใจได้

ภาพที่ 2.7 รายการบอร์ดเกมไนท์

2.4.2.2 รายการบอร์ดเกมไนท์ unbox คือรายการที่นำเสนอว่าในกล่องเกมนั้นมีอะไรบ้าง คำนวณการที่จะซื้อหรือไม่ ซึ่งในท้ายรายการทางทีมก็จะทำการประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอสถานที่ที่สามารถหาซื้อได้ และมีการนำเสนอขายเกมผ่านรายการด้วย แสดงในภาพที่ 2.8



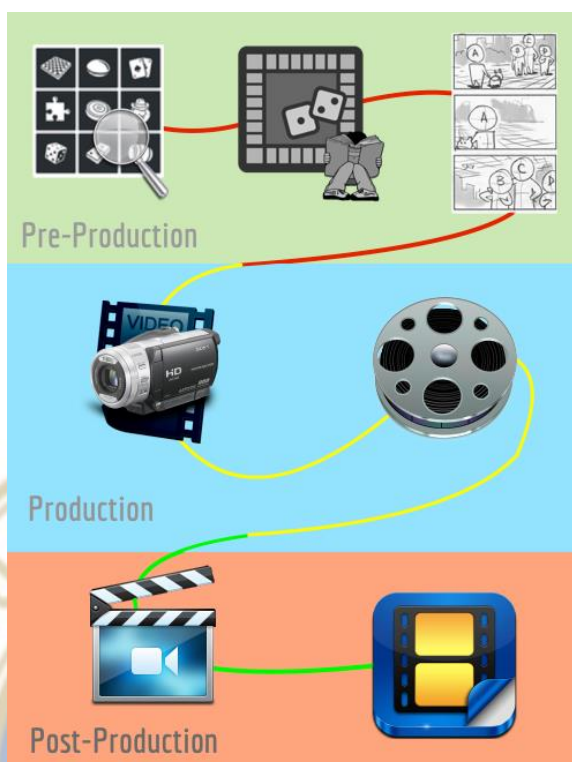
BGN บอร์ดเกมไนท์ แกะ/กล่อง/เกม EP3 The Game Of Life

TVmunk Official  
ติดตาม 65,438

ดู 10,679 ครั้ง

ภาพที่ 2.8 รายการบอร์ดเกมไนท์ unbox

### 2.4.2.3 ขั้นตอนการผลิตรายการ



ภาพที่ 2.9 แสดงขั้นตอนการผลิตรายการบอร์ดเกม

ขั้นตอนในการผลิตรายการแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) Pre-Production – ขั้นตอนการเตรียมการก่อนการถ่ายทำ เพื่อให้วันถ่ายทำจริงราบรื่นที่สุด ตั้งแต่การหาข้อมูลเกมที่จะใช้ถ่ายรายการ ศึกษากฎ/วิธีเล่น ลองเล่นเพื่อทำความเข้าใจ ทำแผนการถ่ายเรียงตามเวลาว่าจะถ่ายอะไรก่อนหลัง นัดแนะกับทีมงานในตำแหน่งต่างๆ ว่ามีหน้าที่รับผิดชอบอะไรบ้าง
- 2) Production – วันถ่ายทำจะทำตามแผนที่วางไว้ในช่วง Pre-production โดยเมื่อเกิดปัญหาต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า หน้าที่ในวันถ่ายทำ เช่น โปรดิวเซอร์ควบคุมการผลิต, ผู้กำกับดูแลภาพรวมของรายการ, ตากล้องถ่ายวิดีโอ, สวัสดิการดูแลเรื่องอาหารและน้ำดื่ม เป็นต้น
- 3) Post-Production – การตัดต่อจากวิดีโอที่ได้ถ่ายมา ใส่เสียง และกราฟฟิคตามความเหมาะสม ออกอากาศตามวันที่กำหนด

ผลการผลิตรายการตั้งแต่ มกราคม 2558 – กันยายน 2559

ประกอบกับความชื่นชอบและหลงใหลในการเล่นบอร์ดเกมกับเพื่อนๆ ตั้งแต่ปี 2555 ทางบริษัทฯ จึงอยากนำเสนอกิจกรรมการเล่นบอร์ดเกมให้กับบุคคลทั่วไปได้รู้จัก เพราะการเล่นบอร์ดเกมนอกจากจะเป็นการพัฒนาทักษะต่างๆ ในการคิด วิเคราะห์แล้ว ยังช่วยกระชับความสัมพันธ์ของผู้เล่น พักจากสังคมก้มหน้า เพื่อทำกิจกรรมที่อยู่ตรงหน้าร่วมกัน ซึ่งวิธีที่จะทำให้คนทั่วไปได้รู้จักบอร์ดเกมนั้น ทางบริษัทฯ เลือกรวบรวมเป็นรายการบอร์ดเกมที่มีความสนุกสนานเพื่อเข้าถึงคนจำนวนมากได้ โดยการผลิตรายการตั้งแต่ช่วงเดือนมกราคม 2558 จนถึงปัจจุบัน ยอดผู้ชมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังภาพที่ 1.6



ภาพที่ 2.10 แสดงเวลาในการดูและจำนวนการดูเพลย์ลิสต์รายการบอร์ดเกมไนท์

## 2.5 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ

### 2.5.1 Function benefit

- สร้างรายการแนะนำบอร์ดเกมที่ได้มาตรฐาน
- เป็นช่องทางในการเข้าถึงบอร์ดเกม
- ลูกค้าได้รับสินค้า (บอร์ดเกม) ที่มีคุณภาพ

### 2.5.2 Emotional benefit

- สนุกสนาน: ผู้เล่นจะได้รับความสนุกสนานระหว่างรับชมรายการเนื่องจากรายการของเรานั้นมีจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น
- ผู้ชมและผู้เล่นจะได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างบุคคลที่อยู่ในกลุ่มของคนที่ยื่นชอบบอร์ดเกม

### 2.5.3 Social Benefit

- ได้พบกับคนในวงการเดียวกัน ที่มีความชอบเหมือนกัน เกิดการพูดคุย แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน จึงเกิดสังคมของคนที่เล่นและรักบอร์ดเกม



## บทที่ 3

### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

#### 3.1 ตลาดเป้าหมาย

จากการสำรวจและสอบถามพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบอร์ดเกมนั้น ทำให้สามารถสรุปผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ ดังนี้

##### 3.1.1 ตลาดเป้าหมายหลัก

จะพบว่าตลาดเป้าหมายของผู้ที่เล่นบอร์ดเกมนั้นตลาดยังค่อนข้างเล็ก เนื่องจากบอร์ดเกมเป็นสินค้าที่คนที่ชื่นชอบจริงๆ จึงจะเข้ามาศึกษาและลองเล่นอย่างจริงจัง แต่ถึงแม้จะเป็นเพียงกลุ่มคนเพียงกลุ่มเล็กเท่านั้น แต่มูลค่าในตลาดนั้นถือว่าค่อนข้างสูงเลยทีเดียว โดยผู้บริโภคเป้าหมายหลักจะมีลักษณะและพฤติกรรม ดังนี้

1. เพศชาย หรือหญิง อายุระหว่าง 19-25 ปี เป็นนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มคนที่เริ่มเข้าสู่ทำงาน
2. มีความสนใจ ที่จะหากิจกรรมทำร่วมกับเพื่อนในเวลาว่าง

##### 3.1.2 ตลาดเป้าหมายรอง

นอกจากกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นผู้ที่ชื่นชอบในการเล่นบอร์ดเกมแล้ว ยังมีตลาดเป้าหมายรองที่ไม่ได้เป็นผู้ที่เล่นบอร์ดเกมเอง ซึ่งมีลักษณะและพฤติกรรมดังนี้

1. ผู้ปกครอง อายุระหว่าง 25-40 ปี
2. มีความสนใจและต้องการนำบอร์ดเกมมาใช้ในการเสริมทักษะการเรียนรู้ของเด็ก

#### 3.2 ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย

- จำนวนสมาชิกกลุ่มปิดในเฟซบุ๊กแสดงในตารางที่ 3.1
- คนกดติดตามเพจร้านบอร์ดเกมคาเฟ่ แสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนสมาชิกในกลุ่มปิดของเฟซบุ๊ก

Group	จำนวน สมาชิก (ราย)
Table top Thailand	3,946
บอร์ดเกมราชันย์ ไทยแลนด์	1,503
ซื้อ-ขาย Board Game Thailand	1,856
<b>Total</b>	<b>7,305</b>

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนผู้ติดตามของบอร์ดเกมคาเฟ่ Fan page

Facebook Fanpage	ยอด Like Page
ลานละเล่น	17,912
More than a game	9,789
Meeples&more	6,502
Kopi-o	6,332
Box&Brew	3,003
Boarding time	4,781
Ninive	2,825
<b>Total</b>	<b>50,694</b>



## บทที่ 4

### แผนการตลาด

#### 4.1 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)

BOARD's WAY เป็นผู้ผลิตรายการแนะนำบอร์ดเกมที่เป็นที่รู้จักและมีคุณภาพ เนื่องจากบริษัทฯมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญ อีกทั้งยังได้รับความไว้วางใจจากร้านบอร์ดเกมคาเฟ่ที่เข้ามาให้ความร่วมมือในการจัดการแข่งขันบอร์ดเกมในช่วงที่มีการทดลองตลาด และให้ความร่วมมือในการถ่ายทำรายการด้วย

#### 4.2 เป้าหมายทางการตลาด (Goal)

BOARD's WAY จะเป็นผู้นำทางการตลาดในด้านของการสร้างสังคมของรักบอร์ดเกมผ่านรายการที่ออกอากาศทางสื่อออนไลน์และเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายบอร์ดเกม

#### 4.3 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Objective)

มีรายได้จากการผลิตรายการบอร์ดเกมเพิ่มขึ้นปีละ 10% และทำให้บอร์ดเกมเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

#### 4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

##### 4.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service Strategy)

ผลิตรายการแนะนำบอร์ดเกม คือ รายการบอร์ดเกมไนท์และบอร์ดเกมไนท์ unbox โดยสร้างความแตกต่างโดยใช้ความสนุกสนานในการสอนเล่นบอร์ดเกม และใช้นักแสดงที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่จดจำของผู้รับชม

#### 4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategy)

BOARD's WAY เน้นการตั้งราคาโดยใช้กลยุทธ์ Value-based Pricing โดยราคาที่ได้รับจะอ้างอิงกับจำนวนผู้ที่เข้ามาชม โดยคิดราคาต่อผู้เข้าชมคนละ 1 บาท โดยถ้าผู้เข้าชมเป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้สนับสนุนก็จะทำให้ยอดวิวนั้นมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และในส่วนของการขายบอร์ดเกมจะใช้กลยุทธ์การตั้งราคา Cost-based Pricing โดยเพิ่มมูลค่าจากราคาทุนประมาณ 60% เช่น ราคาต้นทุน 500 บาท คิดราคาขาย 800 บาท ค่าขนส่ง 100 บาท

#### 4.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channel Strategy)

BOARD's WAY จะใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ในการเข้าถึงลูกค้าเป็นหลัก โดยมีการเผยแพร่รายการผ่าน YouTube และมี Fan page Facebook เพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์กันระหว่างทีมงานและผู้เล่นบอร์ดเกม รวมทั้งยังใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและข่าวสารต่างๆอีกด้วย รวมถึงการขายบอร์ดเกมผ่านช่องทางออนไลน์

#### 4.4.4 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC Strategy)

เนื่องจากทีมงาน BOARD's WAY เป็นผู้ผลิตรายการบอร์ดเกมในที และรายการรีวิwbอร์ดเกม รายการแรกของประเทศไทยจึงจะใช้ช่องทางนี้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการแข่งขันที่จะมีการจัดขึ้น ทั้งนี้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ BOARD's WAY วางกลยุทธ์ไว้มีดังนี้

##### 4.4.4.1 การประชาสัมพันธ์ (Public relations)

เป็นการสร้างให้ BOARD's WAY เป็นที่รู้จัก โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากมีต้นทุนต่ำและเข้าถึงผู้บริโภคได้มาก และกลุ่มคนเมืองที่มีแนวโน้มการบริโภคสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งช่องทางออนไลน์ที่ใช้ ได้แก่ เฟซบุ๊ก และมีการทำ Viral Marketing ผ่านทาง YouTube

### 4.5 Market research and Analysis

ทางบริษัทฯ ได้ทำการทดสอบตลาดแล้วทั้งหมด 5 วิธี ได้แก่

#### 4.5.1 จัดการแข่งขันบอร์ดเกม

จากการทดลองจัดงานเพื่อทดสอบ Business Model การขายตัวเข้าแข่งขันได้ผลสรุปดังนี้

#### 4.5.1.1 รายได้จากการขายตัวเข้าแข่งขันนั้นไม่สามารถทำกำไรได้

ครั้งที่ 1 มีผู้เข้าแข่งขัน 40 คน และขาดทุน 5,941 บาท

ครั้งที่ 2 มีผู้เข้าแข่งขัน 32 คน และขาดทุน 1,816 บาท

ครั้งที่ 3 มีผู้เข้าแข่งขัน 32 คน และขาดทุน 1,848 บาท

แต่การจัดการแข่งขันนั้นเป็นที่สนใจจากทั้งร้านบอร์ดเกมคาเฟ่และผู้เล่น



ภาพที่ 4.1 การทดลองจัดการแข่งขันบอร์ดเกม (บอร์ดเกมไนท์สัญจร)

#### 4.5.2 ขายสปอนเซอร์กับบริษัทต่างๆ

จากการสอบถามตัวแทนขายของบริษัทต่างๆ เช่น บริษัท AIS และบริษัทประกันนั้น ทางบริษัทเป็นบริษัทใหญ่ซึ่งเขามองว่าฐานลูกค้าของบริษัทฯนั้นไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายและยอดคนดูยังไม่มากพอที่จะเข้าถึง ส่วนบริษัทไดอิชิ ซึ่งเป็นบริษัทขายทุ่นลอยน้ำนั้นสนใจที่จะเป็นสปอนเซอร์ แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทาง BOARD'S WAY ไม่สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ (ทุ่นลอยน้ำ) ได้จึงทำให้ทางบริษัทขอยกเลิกไปในที่สุด จึงถือว่าการทดลองตลาดในส่วนนี้ยังไม่ประสบความสำเร็จ

#### 4.5.3 ขายสปอนเซอร์กับผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายบอร์ดเกม

จากการที่เข้าไปติดต่อเพื่อขอสปอนเซอร์รายการจากผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายบอร์ดเกม ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลจำนวน 3 ราย คือ Siam board game, Ninive, และ Polar play games ได้ผลลัพธ์คือ Siam board game ให้ความสนใจซื้อสปอนเซอร์รายการ board game night unbox ในราคา 20,000 บาทต่อ 1 ตอน และได้ซื้อและออกอากาศไปแล้ว 1 ตอน และตอนนี้อยู่ในระหว่างการพูดคุยถึงการทำตอนต่อไป

#### 4.5.4 ทดลองขายบอร์ดเกม

ในช่วงท้ายรายการ board game night unbox บริษัทฯ ได้มีการประชาสัมพันธ์เพื่อขายบอร์ดเกม โดยมีช่องทางการสั่งซื้อออนไลน์ โดยสามารถสั่งซื้อที่ BOARD's WAY ได้เลย หรือสามารถนำโค้ดส่วนลดจากบริษัทฯ ไปซื้อบอร์ดเกมได้ที่บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยในตอนแรกที่บริษัทฯ มีการประชาสัมพันธ์ขายบอร์ดเกมนั้น บริษัทฯ สามารถขายได้ 4 กล่อง โดยการสั่งซื้อจากบริษัทฯ โดยตรง และมีการนำโค้ดส่วนลดไปซื้อที่ร้านบอร์ดเกม 16 กล่อง รวมเป็นรายได้จากการขายรวม 28,000 บาท และบริษัทฯ ได้กำไรอยู่ที่ 1,600 บาท (คิดเป็น 6% จากยอดขายรวม) จากผลกำไรที่เกิดขึ้น หากบริษัทฯ ไม่ใช่ขายโดยตรงบริษัทฯ จะได้อำไรน้อย บริษัทฯ จึงคิด business model ใหม่ที่บริษัทฯ จะเป็นคนขายเอง จากยอดขายรวมที่กล่าวข้างต้นหากบริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายเองได้ทั้งหมดบริษัทฯ จะมีกำไรถึง 8,000 บาท หรือคิดเป็น 28% จากยอดขายรวม

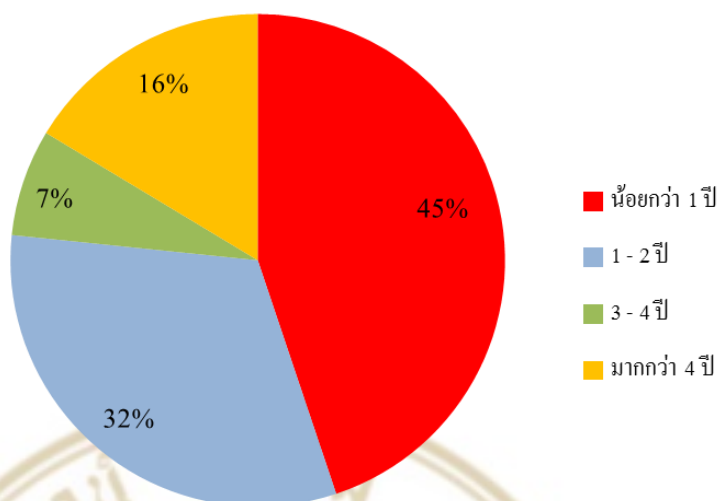
#### 4.5.5 ดำรวจพฤติกรรมการเล่นบอร์ดเกมของผู้เล่นในปัจจุบัน (โดยใช้แบบสอบถาม)

##### 4.5.5.1 จำนวนผู้เล่นรายใหม่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

จากแบบสอบถามพบว่ามีจำนวนผู้ที่เล่นบอร์ดเกมน้อยกว่า 1 ปี ถึง 45% ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาได้มีการเติบโตของจำนวนผู้เล่นเพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้ากว่า 1.5 เท่า ซึ่งเห็นว่าตลาดบอร์ดเกมในประเทศไทยมีแนวโน้มการเติบโตที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนผู้เล่นเมื่อเทียบกับระยะเวลาในการเล่นบอร์ดเกม

ระยะเวลาที่เล่นบอร์ดเกม	จำนวนผู้เล่น (คน)	%
น้อยกว่า 1 ปี	96	45%
1 - 2 ปี	68	32%
3 - 4 ปี	15	7%
มากกว่า 4 ปี	35	16%
รวม	214	100%



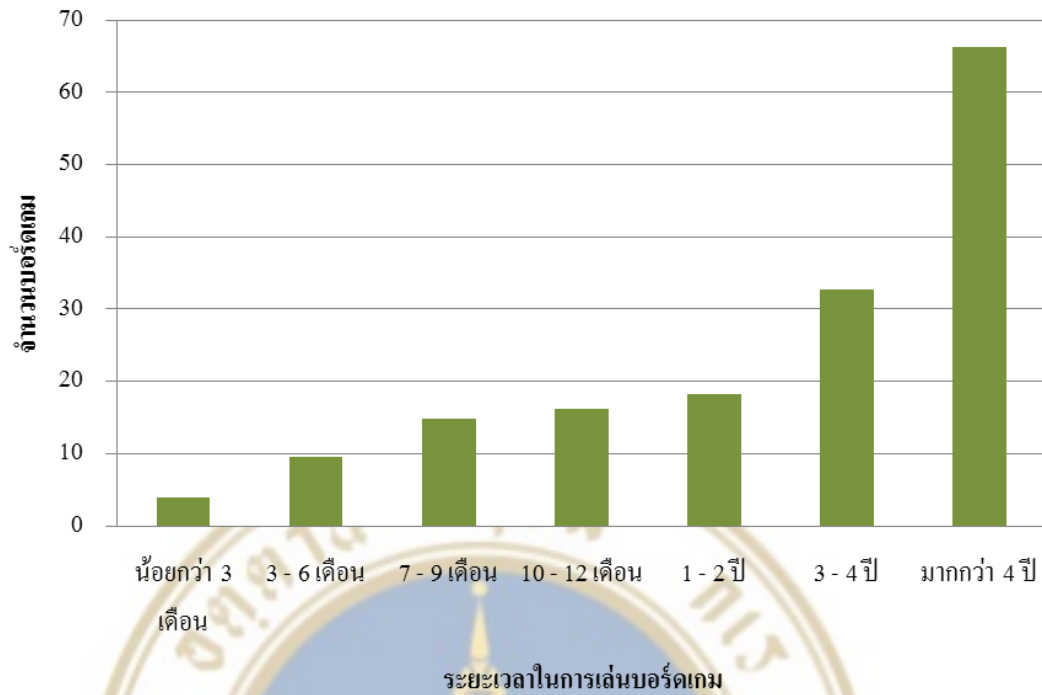
ภาพที่ 4.2 แผนภาพแสดงสัดส่วนของผู้เล่นเมื่อเทียบกับระยะเวลาในการเล่นบอร์ดเกม

#### 4.5.5.2 แนวโน้มการซื้อบอร์ดเกมอย่างสม่ำเสมอ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนผู้เล่นและจำนวนกล่องเกมที่มีเมื่อเทียบกับระยะเวลาที่เล่นบอร์ดเกม

ระยะเวลาในการเล่น	จำนวนผู้เล่น (คน)	ค่าเฉลี่ยจำนวนบอร์ดเกมที่มี (กล่อง)
น้อยกว่า 3 เดือน	29	3.89
3 - 6 เดือน	39	9.51
7 - 9 เดือน	16	14.81
10 - 12 เดือน	12	16.25
1 - 2 ปี	68	18.26
3 - 4 ปี	15	32.73
มากกว่า 4 ปี	35	66.29
<b>รวม</b>	<b>214</b>	<b>161.74</b>





ภาพที่ 4.3 แผนภาพแสดงสัดส่วนจำนวนผู้เล่นและจำนวนกล่องเกมที่มีเมื่อเทียบกับระยะเวลาที่เล่นบอร์ดเกม

จากผลสำรวจพบว่าค่าเฉลี่ยจำนวนบอร์ดเกมที่เป็นเจ้าของเมื่อเทียบกับระยะเวลาการเล่นพบว่าผู้เล่นบอร์ดเกมในภาพรวมมีการซื้อบอร์ดเกมโดยเฉลี่ยเดือนละ 1 กล่อง โดยช่วงแรกจะพบว่าผู้เล่นรายใหม่นั้นซื้อบอร์ดเกมโดยเฉลี่ยเดือนละ 1.5 กล่อง เนื่องจากผู้เล่นอยากลองเล่นเกมหลายๆแบบ เมื่อเวลาผ่านไปผู้เล่นจะรู้ว่าตัวเองชื่นชอบเกมแนวไหน จึงทำให้ในช่วง 1-2 ปีหลัง มีการซื้อเกมลดลงเพราะผู้เล่นจะเลือกซื้อเฉพาะเกมที่ตัวเองชอบ โดยค่าเฉลี่ยอยู่ที่เดือนละ 1 กล่อง สำหรับผู้เล่นที่ชื่นชอบและเล่นบอร์ดเกมมาเป็นระยะเวลามากกว่า 4 ปี จะมีพฤติกรรมการซื้อบอร์ดเกมเพื่อเก็บสะสมเพิ่มมาด้วย ทำให้มียอดซื้อเฉลี่ยเดือนละ 1.3 กล่อง และจากข้อมูลความถี่ในการซื้อบอร์ดเกมจะพบว่าความบ่อยในการซื้อบอร์ดเกมอยู่ที่ 3 เดือนครั้ง และยอดซื้อต่อครั้งจะอยู่ที่ 1,001 – 3,000 บาท เฉลี่ยโดยประมาณอยู่ที่ 1-3 กล่อง

ตารางที่ 4.3 แสดงความถี่ในการซื้อบอร์ดเกม

จำนวนครั้งในการซื้อบอร์ดเกม	จำนวนบอร์ดเกม (กล่อง)	%
3 เดือนครั้ง	100	46.73%
2 เดือนครั้ง	35	16.36%
1 ครั้งต่อเดือน	42	19.63%
2 ครั้งต่อเดือน	10	4.67%
3 ครั้งต่อเดือน	27	12.62%
<b>รวม</b>	<b>214</b>	<b>100.00%</b>

ตารางที่ 4.4 แสดงยอดซื้อบอร์ดเกมของผู้ของผู้เล่นเกมในแต่ละครั้ง

ยอดสั่งซื้อ (บาท)	จำนวนผู้เล่น (คน)	%
น้อยกว่า 1,000	35	16.36%
1,001 - 2,000	93	43.46%
2,001 - 3,000	53	24.77%
3,001 - 4,000	22	10.28%
มากกว่า 4,000	3	1.40%
ขึ้นอยู่กับเกม	8	3.74%
<b>รวม</b>	<b>214</b>	<b>100.00%</b>

จะเห็นได้ว่าถึงแม้ผู้เล่นที่เล่นบอร์ดเกมมาเป็นเวลานาน จะมีพฤติกรรมการซื้อที่ลดลง แต่จะเลือกซื้อมากขึ้น โดยจะเลือกเกมที่มีลูกเล่นมากขึ้น หรือเลือกประเภทของเกมที่ตนเองชื่นชอบ ทำให้ราคาของสินค้าต่อกล่องเพิ่มขึ้น

#### 4.5.5.3 ช่องทางในการซื้อบอร์ดเกม

ตารางที่ 4.5 แสดงช่องทางในการซื้อบอร์ดเกมของผู้เล่น

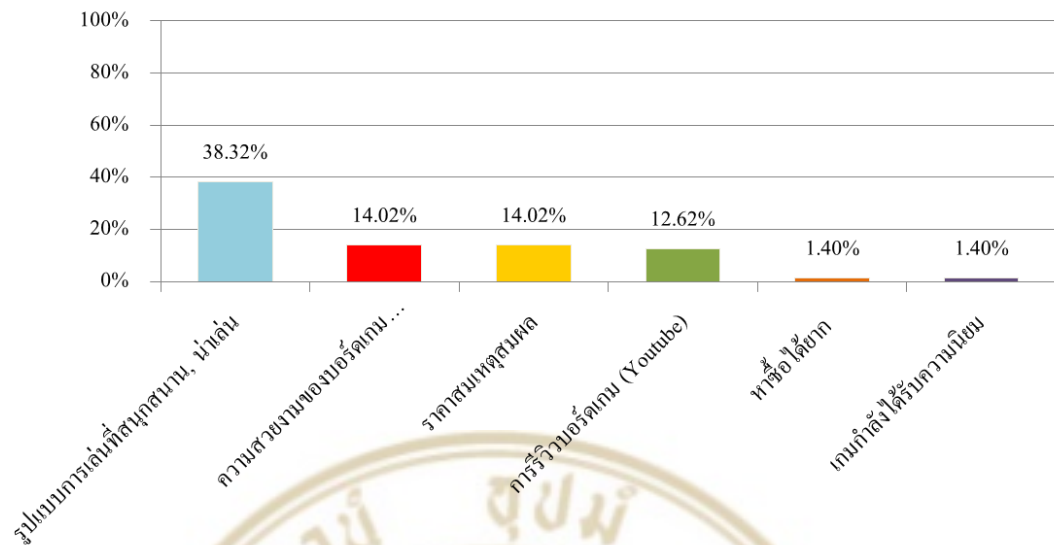
เหตุผลในการซื้อบอร์ดเกม	จำนวนผู้เล่น (คน)	%
รูปแบบการเล่นที่สนุกสนาน, นำเล่น	82	38.32%
ความสวยงามของบอร์ดเกม (Artwork)	30	14.02%
ราคาสมเหตุสมผล	30	14.02%
การรีวิวบอร์ดเกม (Youtube)	27	12.62%
หาซื้อได้ง่าย	3	1.40%
เกมกำลังได้รับความนิยม	3	1.40%

จากแบบสอบถามพบว่าจำนวนผู้เล่น 214 คนนั้นเป็นเจ้าของบอร์ดเกมกว่า 4,969 กกล่อง ช่องทางหลักที่ผู้เล่นซื้อบอร์ดเกมแบ่งออกเป็น 3 ช่องทางหลัก โดยมากกว่า 50% นั้นผู้เล่นซื้อบอร์ดเกมจากหน้าร้านบอร์ดเกมคาเฟ่ รองลงมาคือช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ต่างๆ (Amazon, EBay) คิดเป็น 20.29% อันดับต่อมาคือ 12.26% ซื้อจากเว็บไซต์ของร้านบอร์ดเกมคาเฟ่ และช่องทางอื่นๆ เช่น ได้รับเป็นของขวัญ ซื้อมือสอง ซึ่งรางวัล เป็นต้น โดยคิดเป็น 16.62%

#### 4.5.5.4 แรงจูงใจในการซื้อบอร์ดเกม

ตารางที่ 4.6 แสดงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อในการซื้อบอร์ดเกม

เหตุผลในการซื้อบอร์ดเกม	จำนวนผู้เล่น (คน)	%
รูปแบบการเล่นที่สนุกสนาน, นำเล่น	82	38.32%
ความสวยงามของบอร์ดเกม (Artwork)	30	14.02%
ราคาสมเหตุสมผล	30	14.02%
การรีวิวบอร์ดเกม (Youtube)	27	12.62%
หาซื้อได้ง่าย	3	1.40%
เกมกำลังได้รับความนิยม	3	1.40%



ภาพที่ 4.4 แผนภาพแสดงปัจจัยที่ส่งผลกระทบในการซื้อบอร์ดเกม

จากแบบสอบถามพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อบอร์ดเกมมากที่สุดคือ รูปแบบการเล่นที่สนุกสนาน คิดเป็น 38.32% , ความสวยงามของบอร์ดเกมและราคาสมเหตุสมผล 14.02%, การรีวิวบอร์ดเกม 12.62% ตามลำดับ ซึ่งถ้าดูจากยอดขายของช่องทางหน้าร้านบอร์ดเกมคาเฟ่จะพบว่าคนเล่นส่วนใหญ่จะทดลองเล่นที่ร้านก่อน ซึ่งถ้าชอบ หรือเล่นแล้วสนุกก็จะซื้อที่ร้านเลย เป็นผลทำให้ร้านเป็นช่องทางหลักในการซื้อบอร์ดเกมในปัจจุบัน

4.5.5.5 กระแสตอบรับบอร์ดเกมที่แปลเป็นภาษาไทย จากผลสำรวจพบว่า 167 คน ( 78%) สนใจ และอยากให้มีเกมแปลไทย โดยให้เหตุผลส่วนใหญ่ว่าทำให้เข้าใจเกมง่ายขึ้นและ เข้าถึงง่ายขึ้น โดยเฉพาะเด็กๆ 28 คน (13%) กังวลเรื่องคุณภาพของเกมที่แปลไทย ทั้งในเรื่องของการแปลผิดเพี้ยน และการที่ภาคเสริมไม่ยอมแปลต่อ ทำให้ไม่สามารถเล่นภาคเสริมของเกมได้ และ 19 คน (9%) มีความเห็นว่าไม่มีความจำเป็นเพราะเกมต้นฉบับก็ไม่ได้ยากเกินทำความเข้าใจ และคุณภาพเหมาะสมกับราคาอยู่แล้วซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวทำให้เห็นว่า ตลาดยังคงเปิดรับเกมที่แปลภาษาไทย ดังนั้นจึงถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ BOARD's WAY เล็งเห็นและวางแผนที่จะทำในอนาคต

จากผลการทดลองตลาดทั้งหมดที่กล่าวมา ทำให้ทางบริษัทฯ ตัดสินใจว่าจะทำธุรกิจในรูปแบบ vertical market system คือ เริ่มตั้งแต่นำเข้าเอง จัดจำหน่ายเอง และผลิตเองในที่สุด โดยนำความเชี่ยวชาญทางด้านการผลิตรายการมาเป็นตัวช่วยในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้มาซึ่งฐานลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ

จากการที่ได้มีการทดลองตลาด และสำรวจตลาดโดยการทำแบบสอบถามของผู้เล่นบอร์ดเกมนั้น พบว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมบอร์ดเกมนั้น ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องแต่เป็นไปอย่างช้าๆ จากจะเห็นได้จากแบบสอบถามที่มีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอุตสาหกรรมนี้เน้นกลุ่มลูกค้าค่อนข้างเล็ก (Niche market) ทำให้การเติบโตจึงค่อยเป็นค่อยไป แต่หากจะมองแบบเจาะลึกนั้นมูลค่าของอุตสาหกรรมบอร์ดเกมนั้นค่อนข้างสูง เพราะลูกค้าที่ชื่นชอบในการเล่นบอร์ดเกมนั้น ไม่ว่าจะราคาของบอร์ดเกมจะสูงเท่าไร ก็ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อบอร์ดเกม

จากโอกาสที่บริษัทฯ เห็น บวกกับความชื่นชอบในบอร์ดเกมของคนในองค์กรแล้วนั้น รวมไปถึงบริษัทฯ มีฐานลูกค้ามากกว่าคู่แข่ง จึงทำให้บริษัทฯ สร้างธุรกิจเกี่ยวกับบอร์ดเกมโดยเป็นการผลิตรายการเกี่ยวกับบอร์ดเกม และเป็นผู้จัดจำหน่ายบอร์ดเกม โดยเริ่มตั้งแต่การเข้ามาจัดจำหน่ายเอง และเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้ที่สนใจ เช่น บอร์ดเกมคาเฟ่ เป็นต้น

กลยุทธ์ที่บริษัทฯ วางไว้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันในตลาดได้มีดังนี้  
 นำเสนอรายการให้กับลูกค้าในรูปแบบที่มีความแตกต่าง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เข้าถึงลูกค้าหรือผู้เล่นบอร์ดเกมได้ง่าย กล่าวคือ รายการของบริษัทฯ นั้นมีความสนุกสนาน ไม่เหมือนกันรายการอื่นๆ มีความแตกต่าง ผู้ดำเนินรายการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้เป็นที่จดจำของลูกค้าหรือผู้เล่นนั่นเอง และสามารถเข้าถึงได้ง่ายไม่ว่าผู้เล่นจะอยู่ที่ไหนก็ตาม สามารถดูทางออนไลน์ได้เนื่องจากบริษัทเผยแพร่รายการผ่านช่องทางออนไลน์ คือ เฟซบุ๊ก และยูทูป นั่นเอง

พัฒนารายการอย่างต่อเนื่อง จะพบว่าบริษัทบอร์ดเวย์นั้นจะมีหลากหลายรายการสำหรับแต่ละกลุ่มลูกค้า ณ ปัจจุบัน บริษัทฯมี 2 รายการหลัก คือ รายการบอร์ดเกมไนท์ และบอร์ดเกมไนท์ unbox ซึ่งเร็วนี้ๆ เราจะมีรายการบอร์ดเกมสำหรับเด็กอีกด้วย และในอนาคตบริษัทฯ ก็จะไม่หยุดพัฒนา เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด

เพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่ คือ ณ ปัจจุบันนั้น บริษัทฯเน้นการเข้าถึงลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งบริษัทฯ เห็นว่าในอนาคต การเติบโตอาจจะลดน้อยลง จึงเริ่มมองช่องทางที่จะเพิ่มฐานลูกค้าโดยการร่วมมือกับบอร์ดเกมคาเฟ่ โดยนำ QR code รายการของเราไปติดไว้ที่กล่องเกมที่เราเคยแนะนำในรายการแล้ว เมื่อลูกค้าเห็นสามารถสแกนที่ QR code ก็จะลิงค์มาที่รายการได้ทันที



ทำให้เราได้กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ

เป็นผู้นำในตลาด นอกเหนือจากที่บริษัทฯ มีรายการแตกต่างจากคู่แข่งแล้วนั้น เราก็จะนำเข้าและจัดจำหน่ายบอร์ดเกม ที่แตกต่างจากคู่แข่งเช่นกัน บริษัทฯจะนำบอร์ดเกมที่ยังไม่มีการขายในตลาด มาจัดจำหน่ายให้กับลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างจุดยืนในการเป็นผู้นำในตลาดอีกด้วย



## บรรณานุกรม

บอร์ดเกมคาเฟ่ ธุรกิจใหม่ที่น่าจับตามอง, 9 พฤศจิกายน พ.ศ.2558

<http://www.thaimescenter.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](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](https://en.wikipedia.org/wiki/Board_game)

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



ภาคผนวก

**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 (สาธิตา 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 เชียงพระโขนง)
- 8) Boarding Time (สุขุมวิท เฟลิมจิต)
- 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) เพลินสเตรชั่น

### บุรีรัมย์

- 1) Level Up+

### ภูเก็ต

- 1) Red Umbrella Cafe

### เว็บไซต์สั่งซื้อบอร์ดเกมสำหรับคนไทย (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) ล้อมวงดอทคอม: <http://www.lomwong.com/>
- 3) The Alchemist: <https://www.facebook.com/alchemytb...>
- 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 ไขชีวิต: <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...>



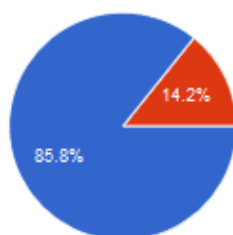
ภาคผนวก ข  
ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำรายการ





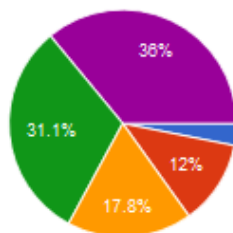
**ภาคผนวก ค**  
**ผลสำรวจจากผู้เล่นเกม**

**เพศ**



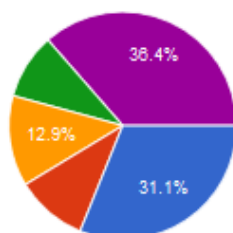
ชาย	<b>193</b>	85.8%
หญิง	<b>32</b>	14.2%

**อายุ**



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

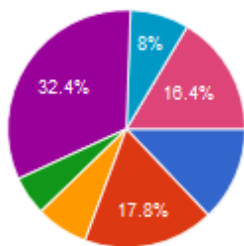
**รายได้ต่อเดือน**



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

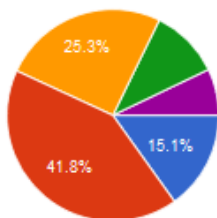


### คุณเล่นบอร์ดเกมมานานแค่ไหน



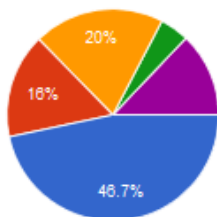
น้อยกว่า 3 เดือน	29	12.9%
3 - 6 เดือน	40	17.8%
7 - 9 เดือน	16	7.1%
10 - 12 เดือน	12	5.3%
1 - 2 ปี	73	32.4%
3 - 4 ปี	18	8%
มากกว่า 4 ปี	37	16.4%

### 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



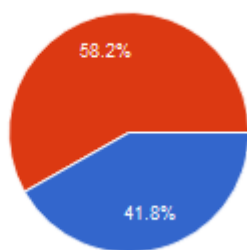
3 เดือนครั้ง	105	46.7%
2 เดือนครั้ง	36	16%
1 เดือนครั้ง	45	20%
2 ครั้งต่อเดือน	10	4.4%
มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน	29	12.9%

### ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อบอร์ดเกม

เงิน
อยากเล่น
ชอบ
เพื่อน
ธีมของเกม
สนุก
ความน่าสนใจของตัวเกม, บอร์ดเกมโดยคนไทย

ราคา
กลไกของเกม theme ราคา เวลาที่ใช้เล่นต่อ1เกม
ความชอบ
อยากได้ น่าสนใจ
เกมที่มีการแบ่งจำนวนผู้เล่นได้ชัดเจน เช่น เล่นได้ 2 คนเท่านั้น หรือเป็นกลุ่มใหญ่ๆ เป็นต้น
เล่นง่าย สนุก เล่นได้หลายคน จบไว
ความสนุกที่เล่นกับเพื่อน
เล่นได้หลายครั้ง ชอบ แนวเข้ากับเพื่อนๆ
อยากให้เพื่อนๆรู้จักบอร์ดเกม
review
ความสนุกของบอร์ดเกม
ชอบสะสม และ ก่าสั่งจะเปิดร้านบอร์ดเกม
ความสนุก

**ละแวกบ้านมีร้านบอร์ดเกมหรือไม่**



มี	94	41.8%
ไม่มี	131	58.2%