

แผนการเงินและความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านโดบีคอมมูนิตี้สเปซ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนการเงินและความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านโดบีคอมมูนิตีส์สเปซ  
(DOBY Community Space)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2560



ดร.บุญยิ่ง คงอาชาภัทร

กรรมการสอบ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินัยวงศ์สุรวัดน์

ประธานกรรมการสอบ

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องแผนธุรกิจ DOBY Community Space ศูนย์รวมสินค้าและบริการเกี่ยวกับตุ๊กตาและของเล่นครบวงจรฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค้นคว้าธุรกิจเกี่ยวกับตุ๊กตาและของเล่น โดยศึกษาถึงโอกาสและความเป็นไปได้ในปัจจุบันของตลาดของเล่นและแนวโน้มในอนาคต วิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ในทางการเงิน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจ และต้องการประสบความสำเร็จในธุรกิจด้านนี้ต่อไปในอนาคต

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความอนุเคราะห์ทั้งในด้านข้อมูล คำปรึกษาและคำแนะนำจากหลายๆ ท่าน ทางคณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนพล วิราสา อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและชี้แนะแนวทาง จนทำให้การเก็บข้อมูลการทำวิจัย และการวิเคราะห์ผลการวิจัยเป็นไปอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ รวมถึงขอขอบพระคุณ คุณภัทรภรณ์ กระจงเกียรติ และคุณเศรษฐชัย เฟ็งแก้ว ที่ให้คำปรึกษาด้านการจัดการธุรกิจเกี่ยวกับตุ๊กตาและของเล่น ขอขอบพระคุณ นายแพทย์เอกพงษ์ฟู สุวรรณกาศะ ที่ให้คำปรึกษาในฐานะเป็นผู้เล่นและผู้สะสมที่อยู่ในแวดวงตุ๊กตามานาน ขอขอบพระคุณ คุณเสวตรรัตน์ รุ่งโรจน์กิตติกุล และคุณศนิศา ชื่นอารมย์ ที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนและการติดต่อเป็นตัวแทนจำหน่ายตุ๊กตาทั้งในและต่างประเทศ ขอขอบพระคุณ คุณเกษมพัฒน์ วาณิชชญูญะ ที่ให้คำปรึกษาและถ่ายทอดประสบการณ์ในด้านหลักสูตรการเปิดสอน Workshop เกี่ยวกับตุ๊กตา และขอขอบพระคุณ คุณวิระภัทร บุตรงามดี ที่ให้คำแนะนำด้านการบริหารจัดการร้านเช่าพื้นที่ขายของเล่นและการสร้างบรรยากาศร้านให้เป็น Community Space

สุดท้ายนี้ คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัว คณะอาจารย์ทุกท่าน เพื่อนๆ และเจ้าหน้าที่ทุกคน ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

วาสนา ศิริวงวัฒนา

## บทสรุปผู้บริหาร

แนวคิดธุรกิจโดบีคอมมูนิตีส์เปซ เกิดจากความรักในตุ๊กตาและของเล่นทำให้เข้าใจถึงปัญหาของธุรกิจนี้ นั่นคือตัวแทนจำหน่ายสินค้าไม่น่าเชื่อถือ Workshop งานฝีมือมีน้อย พื้นที่ในการขายสินค้าของผู้ค้าออนไลน์มีอย่างจำกัด และพื้นที่ในการพบปะสังสรรค์ ทำกิจกรรมของผู้เล่นมีไม่เพียงพอกับความต้องการ ทางบริษัทจึงได้สร้างแนวคิดที่สร้างสรรค์ของร้านโดบีคอมมูนิตีส์เปซ เป็นร้านที่จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองและเติมเต็มความต้องการของคนรักตุ๊กตาและของเล่นสะสม ไม่ว่าจะเป็น BJD (Ball Jointed Doll), Animator, Blythe, Licca, Sonny Model ที่เกิดเป็นกระแสการเล่น สะสม และได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง มี Workshop สำหรับผู้รักงานฝีมือเกี่ยวกับตุ๊กตา รวมไปถึง Community Space สำหรับกลุ่มผู้รักและหลงใหลในตุ๊กตาและของเล่นสะสมอย่างแท้จริง ร้านดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสังคมของกลุ่มผู้ขายสินค้าหรือกลุ่มผู้ให้บริการและกลุ่มผู้ซื้อสินค้าหรือกลุ่มผู้เล่น โดยมีบริการอย่างครบวงจร มีการรับประกัน มีการบริการหลังการขาย ให้คำแนะนำในการดูแลรักษา เป็นศูนย์รวมตุ๊กตา ของเล่นสะสมและอุปกรณ์ต่างๆ

ร้านโดบีคอมมูนิตีส์เปซ เป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น อยู่ติดถนนใหญ่ ตรงข้ามห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์งามวงศ์วาน ซึ่งเขตงามวงศ์วานถือเป็นแหล่งซื้อขายตุ๊กตาและของเล่นสะสมที่หลากหลาย เดินทางได้สะดวกทั้งรถโดยสารสาธารณะและรถยนต์ส่วนตัว มีที่จอดรถบริเวณร้าน เป็นทำเลที่คึกคักมาแล้วว่าสะดวกทั้งผู้อาศัยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

ร้านโดบีคอมมูนิตีส์เปซมีเป้าหมายเป็นที่รู้จัก ยอมรับและเป็นจุดนัดพบแห่งใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ชื่นชอบของเล่นสะสมประเภท Doll & Accessories และกลุ่ม Collectible Toy โดยจะคัดเลือกแบรนด์ที่มีคุณภาพ มีประสบการณ์ และมีฐานลูกค้าเป็นที่รู้จักในระดับ Top Five ให้อยู่บริเวณหน้าร้านในชั้นแรกจากทั้งหมด 3 ชั้น มีการจัด Display ตาม theme ของแต่ละแบรนด์เพื่อส่งเสริมสินค้าและดึงดูดลูกค้าเข้าร้าน ใช้กลยุทธ์ดึง Influencer ที่มีชื่อเสียง มีผลงานเป็นที่ยอมรับ มีฐานแฟนคลับ มาร่วมงานกับทางร้าน เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและมีมาตรฐาน ใช้การจัดงาน Doll Fair หรือ Mini market มาเป็นกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่าง

## บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

ผู้ขายและผู้เล่น มีการจัดประกวด Doll หรือ Toy Contest เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้แสดงผลงาน สร้าง engagement ระหว่างร้านและลูกค้า

ในการลงทุน บริษัท โดบี้คอมมูนิตี้สเปซ ใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 4,957,000 บาท โดยมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด โดยมีผู้ที่มีประสบการณ์และศึกษารุทกกิจนี้เป็นเวลาหลายปีมาร่วมในการจัดตั้ง แบ่งเป็นค่าปรับปรุงและตกแต่งร้าน 62% เงินทุนหมุนเวียนภายในร้าน 23% จัดซื้อเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ 10% และเป็นค่าใช้จ่ายอื่นๆ 5% โดยโดบี้คอมมูนิตี้สเปซจะมีรายได้หลักจากการจัดคอร์ส Workshop คิดเป็น 47% ของรายได้ทั้งหมด รายได้จากค่าเช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้าและบริการ 35% รายได้จากการขายเฟอร์นิเจอร์ตุ๊กตา 7% รายได้จากการขายสินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย และค่าเช่า Studio ถ่ายภาพ อย่างละ 4% ค่าเช่าพื้นที่ร้านเป็น Café 2% และรายได้จากตู้กาชาปองคิดเป็น 1% จากการประมาณการรายได้โดยกำหนดการให้บริการตามประมาณการในเวลารายปี คิดเป็น 50% ในปีที่ 1 และ 70% ในปีที่ 2 จากนั้นในปีที่ 3 ถึงปีที่ 5 คิดเป็น 90% เท่ากันจากประมาณการให้บริการสูงสุด บริษัทฯ คาดว่าจะมีรายได้ในปีแรก 7.7 ล้านบาท กำไรสุทธิ 1.56 ล้านบาท มีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 10.99 ล้านบาทและให้อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) 68.88 % และใช้ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 10 เดือน

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ	1
<b>บทที่ 2 ภาพรวมบริษัทและรูปแบบธุรกิจ</b>	<b>6</b>
2.1 ภาพรวมบริษัท	6
2.2 รูปแบบธุรกิจ	8
2.3 ลักษณะการบริการและรายละเอียดธุรกิจ	9
2.4 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ	13
<b>บทที่ 3 การบริหารและการจัดการองค์กร</b>	<b>15</b>
3.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร	15
3.2 โครงสร้างองค์กร	16
3.3 การบริหารองค์กรธุรกิจ	17
3.3.1 คุณสมบัติพนักงาน	17



สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 แผนการดำเนินงาน</b>	<b>20</b>
4.1 ทำเลที่ตั้ง	20
4.2 การวางแผนด้านการผลิต	22
4.3 กระบวนการดำเนินงาน	34
<b>บทที่ 5 สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน</b>	<b>42</b>
5.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน	42
5.2 ที่มาของรายได้	45
5.3 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ	50
5.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	51
5.5 ประมาณการงบกระแสเงินสด	52
5.6 ประมาณการงบดุล	53
5.7 การประเมินโครงการ	54
5.8 กรณีสถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย (กรณี Worst Case)	55
<b>บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน</b>	<b>60</b>
6.1 บทสรุปภาพรวมการทำธุรกิจ	60
6.1.1 บทสรุปขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจ	60
6.1.2 บทสรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน	61
6.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน	63
6.2.1 ข้อเสนอแนะในด้านการเติบโตของธุรกิจในอนาคต	63
6.2.2 ข้อเสนอแนะในกรณีเกิดเหตุที่ไม่คาดคิดกับบริษัท	63
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>65</b>

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
<b>ภาคผนวก</b>	<b>66</b>
ภาคผนวก ก การสังเกตการณ์ งาน Dollpaca ปี 2559	67
ภาคผนวก ข การสังเกตการณ์ งาน Doll Show ปี 2560	69
ภาคผนวก ค การสังเกตการณ์ งาน Commic Con ปี 2560	71
ภาคผนวก ง พื้นที่จัดงาน Doll Show ปี 2555 - 2559	72
ภาคผนวก จ แผนผังงาน Doll Show	73
ภาคผนวก ฉ จำนวน Brand ที่ออกงาน Doll Show ปี 2555 - 2559	74
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>75</b>





## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	9
3.1	15
3.2	17
4.1	25
4.2	28
4.3	29
4.4	30
4.5	32
4.6	32
4.7	33
4.8	33
5.1	42
5.2	43
5.3	44
5.4	45
5.5	46
5.6	46
5.7	47
5.8	47
5.9	47

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
5.10	แสดงแรงงานในการขายและบริหาร	48
5.11	แสดงต้นทุนผันแปร (ต่อปี)	48
5.12	แสดงค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	48
5.13	แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด	49
5.14	แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	49
5.15	แสดงประมาณการเงินทุนหมุนเวียน	50
5.16	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน	51
5.17	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด	52
5.18	แสดงประมาณการงบดุล	53
5.19	แสดงประมาณการงบดุล (ต่อ)	54
5.20	แสดงประมาณการให้บริการ กรณีที่สถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย	55
5.21	แสดงที่มาของเงินลงทุนในโครงการ กรณีที่สถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย	55
5.22	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน กรณีที่สถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย	56
5.23	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด กรณีที่สถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย	57
5.24	แสดงประมาณการงบดุล กรณีที่สถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย	58
6.1	แสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	61
6.2	แสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (ต่อ)	62

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงตราสินค้า	8
2.2 แสดงรูปแบบธุรกิจ	8
2.3 แสดงการออกแบบพื้นที่ให้เช่า	11
2.4 แสดง Dealer Doll แปรนต์ DollClans	12
2.5 แสดงตู้กาชาปอง (Gachapon)	12
2.6 แสดง Furniture ตู้กด	13
3.1 แสดงโครงสร้างองค์กร	16
4.1 แสดงแหล่งซื้อขายของเล่น ของสะสมทั้ง 5 แห่ง	20
4.2 แสดงตำแหน่งที่ตั้งร้าน โคบีคอมมูนิตี้สเปซ	21
4.3 แสดงอาคารที่ตั้งร้าน โคบีคอมมูนิตี้สเปซ	22
4.4 แสดงการแบ่งสัดส่วนการใช้พื้นที่	26
4.5 แสดงการแบ่งพื้นที่ในแต่ละชั้น	27
4.6 แสดงการออกแบบและจัดสรรพื้นที่ชั้น 1	28
4.7 แสดงการออกแบบและจัดสรรพื้นที่ชั้น 2	29
4.8 แสดงการออกแบบและจัดสรรพื้นที่ชั้น 3	31
5.1 แสดงการใช้ไปของเงินทุนและการลงทุนในทรัพย์สิน	43

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและโอกาสของธุรกิจ

เมื่อสังคมโลกเปิดกว้างขึ้น ทั้งในด้านสื่อสารมวลชน เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม จึงเป็นเหตุผลสำคัญ ที่ทำให้สังคมไทยต้องเผชิญกับภาวะวิกฤติในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นวิกฤติด้านการเมือง วิกฤติด้านเศรษฐกิจ วิกฤติด้านสังคม และวิกฤติด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้คนในปัจจุบันเกิดความเครียด และเบื่อหน่ายการใช้ชีวิต การเข้าสังคมกับผู้อื่น มีโลกส่วนตัวสูง เก็บตัวชอบอยู่กับตัวเองมากขึ้น แสวงหากิจกรรมที่ทำให้ตนเองผ่อนคลาย เพื่อลืมปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น สร้างโลกส่วนตัวที่ตนเองสามารถเป็นในสิ่งที่ยากเป็นและทำในสิ่งที่ยากทำได้อย่างอิสระตามจินตนาการ

การผ่อนคลายด้วยการเล่นของเล่นและตุ๊กตา หรือการทำงานอดิเรก งานฝีมือที่ตนเองสนใจและชื่นชอบ ก็เป็นอีกหนึ่งในหลายๆ กิจกรรมที่ผู้คนให้ความสนใจ ซึ่งรูปแบบในการเล่นมีทั้งเล่นเป็นงานอดิเรก ทำในเวลาว่าง ไปจนถึงเล่นและผูกพันจริงจัง จนมีของเล่นและตุ๊กตาเก็บสะสมจำนวนมาก บางคนพัฒนาจากผู้เล่นมาเป็นผู้ทำธุรกิจเกี่ยวกับของเล่นและตุ๊กตา หรืองานฝีมือที่ตนเองทำกลายเป็นสินค้าที่มีคนให้ความสนใจและเป็นที่ต้องการ เป็นงานอดิเรกที่สร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำ ทำให้เกิดอาชีพต่างๆ เกี่ยวกับของเล่นและตุ๊กตาเหล่านี้มากมาย ตัวอย่างเช่น นอกจากผู้ขายของเล่นและตุ๊กตาแล้ว ยังมีช่างบำรุงรักษา ช่างซ่อมและดัดแปลง ช่างแต่งหน้าตุ๊กตา ช่างตัดเย็บเสื้อผ้า ช่างถ่ายภาพ ช่างทำจาก ทำเฟอร์นิเจอร์สำหรับตุ๊กตา ช่างฝีมือทำของ handmade ต่างๆ ที่ในปัจจุบันยังมีน้อยและเป็นที่ต้องการของตลาดเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้เล่นจะมีหลากหลายกลุ่ม บางคนอาจจะเล่นตุ๊กตาอย่างเดียว เก็บของเล่นสะสมอย่างเดียว หรือชอบทำงานฝีมือเป็นงานอดิเรก แต่บางคนมีความชอบหลากหลาย เล่นทั้งตุ๊กตา สะสมของเล่น และชอบเรียนรู้ที่จะทำงานฝีมือเกี่ยวกับตุ๊กตา เพื่อดูแลรักษา ดัดแปลง แต่งหน้าตุ๊กตาและของเล่นของตนเอง มีเครื่องประดับ มีฉาก มีเฟอร์นิเจอร์ของตุ๊กตา สร้างโลกของตุ๊กตาที่เปรียบเสมือนตัวแทนของผู้เล่นให้เป็นไปตามจินตนาการที่ผู้เล่นเองอาจไม่สามารถทำได้ในชีวิตจริง ทำให้ปัจจุบัน เกิดร้านค้าเกี่ยวกับของเล่นและ

ตุ๊กตา และสถานที่สอนงานฝีมือต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย เพื่อรองรับความต้องการและปรับให้เข้ากับ lifestyle ของคนในยุคนี้ ที่ต่างต้องการหลีกเลี่ยงจากปัญหา ความวุ่นวาย และความเครียดที่สะสมในแต่ละวัน เพื่อผ่อนคลายไปกับโลกในจินตนาการส่วนตัว ใช้เวลาไปกับสิ่งที่ตนเองรัก และไปพบปะกับคนที่ชื่นชอบและหลงใหลในสิ่งเดียวกัน

ทางทีมงานได้สำรวจตลาด โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการและกลุ่มผู้เล่นหรือผู้ซื้อ ดังนี้

กลุ่มผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการแบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย ได้แก่

1. กลุ่มผู้ขายสินค้าประเภท Ball Joint Doll (BJD)สำรวจจากงาน Doll Show ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าและบริการเกี่ยวกับตุ๊กตา ที่จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง คืองาน Dolltopia และงาน DollPaCa ตั้งแต่ปี 2555 ถึง 2559 พบขนาดพื้นที่จัดงานที่เพิ่มขึ้น และมีการเปลี่ยนแปลงสถานที่เพื่อรองรับคนที่สนใจมาร่วมงานเพิ่มขึ้นในแต่ละปี (ดูภาคผนวก ถ, ท) นอกจากนี้ จำนวนแบรนด์และผู้ขายสินค้าเกี่ยวกับ Ball Joint Doll (BJD) ต่างจับจองพื้นที่ในงานเพื่อจัดแสดงผลงาน ขายสินค้าและโปรโมทแบรนด์หรือร้านค้าออนไลน์ของตนเองเป็นจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปีเช่นกัน (ดูภาคผนวก ธ)

2.กลุ่มผู้ขายสินค้าประเภท Collectible toyสำรวจจากข้อมูลงานแสดงสินค้า Thailand Comic Con ปี 2559 มีร้านค้าออนไลน์ร่วมแสดงสินค้าประเภท Collectible toyเพิ่มขึ้นในแต่ละปี นอกจากนี้ยังพบการรวมกลุ่มของคนรักของเล่นสะสม ผ่าน Social media ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจำนวน Page หรือ Blog เกี่ยวกับ Collectible toyเกิดขึ้นจำนวนมากและมีสมาชิกหลายร้อย ไปจนถึงหลายพันคน จากการสัมภาษณ์ผู้ขาย พบว่า ส่วนใหญ่พัฒนามาจากผู้เล่น ที่เกิดการเล่นและสะสมเป็นเวลานาน จนมีของมากขึ้น หรือมีของซ้ำที่อยากจะขายเพื่อสร้างรายได้ หรืออยากแลกเปลี่ยนเพื่อได้ของที่ต้องการ และเป็นการแบ่งปันของที่ตัวเองมีให้แก่คนที่ยังไม่มีและอยากได้ นอกจากรายได้ที่ได้มาแล้ว ยังเป็นความสุขที่ได้แลกเปลี่ยน แบ่งปันกับคนที่รักของเล่นสะสมด้วยกัน และเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ปัจจุบันจึงมีผู้ขายของเล่นสะสมเพิ่มขึ้นจำนวนมาก

3.กลุ่ม Artist ที่สนใจการใช้พื้นที่สำหรับจัด Workshopสำรวจจาก Artist Page ต่างๆ พบการเกิดขึ้นของ Artist ที่สนใจรับสอน Workshop จำนวนมาก จากการสัมภาษณ์พบว่า ส่วนใหญ่ผู้เรียนต้องติดต่อผู้สอนเองโดยตรง ซึ่งเป็นการบอกปากต่อปากในวงแคบๆ และไปเรียนที่บ้านของผู้สอน ซึ่งไม่สะดวก และไม่สามารถรองรับผู้เรียนเป็นกลุ่มได้ เนื่องจากสถานที่และอุปกรณ์ไม่เอื้ออำนวย ทำให้ต้องไปเช่าสถานที่ ซึ่งก็ยังมีร้านรองรับไม่เพียงพอ เห็นได้จากการสังเกตการณ์ร้าน



เข้าพื้นที่เพื่อเปิดสอน Workshop ยังต้องมีการจองคิวล่วงหน้า ผู้เรียนต้องรอเรียนคอร์สที่สนใจ กับ ผู้สอนที่ตนเองติดตามผลงานอยู่ และจากการสำรวจ Page ของ Artist เหล่านี้ พบว่า มีผู้ติดตาม ผลงานหลายพันคน

กลุ่มผู้เล่นหรือผู้ซื้อสินค้าและบริการประเภท Doll & Collectible Toy จากการสำรวจกลุ่มผู้เล่นผ่าน Page ตุ๊กตาและของเล่นต่างๆ พบการรวมกลุ่มในแต่ละ Page เป็นจำนวนมาก โดยแบ่งกลุ่มตาม ประเภทของตุ๊กตาและของเล่นที่เล่น หลาย Page มีสมาชิกจำนวนหลายหมื่นคน จากการสัมภาษณ์ และการตอบแบบสอบถามของผู้เล่น พบว่า การรวมกลุ่มใน Social media เกิดจากไม่มีสถานที่ที่ผู้เล่นสามารถพบปะพูดคุยกันได้เป็นประจำ ไม่มีสถานที่เพื่อแสดงผลงานการแต่งหน้า แต่งตัวตุ๊กตา ไม่มีสถานที่แสดงของเล่นที่ตนเองสะสม ทุกคนใช้การวิธีการพูดคุยผ่านช่องทางออนไลน์ ใช้การ โพสต์รูปและเรื่องราวลงใน Page เพื่อแสดงตัวตนและผลงานที่ตนเองภาคภูมิใจ แต่ก็ยังไม่สามารถ เต็มเต็มความต้องการในการรวมกลุ่มได้ เท่ากับการมาพบปะตัวตนกันจริงๆ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ เล่นส่วนใหญ่ เกิดจากการรักในตุ๊กตาและของเล่นสะสมจริงๆ ไม่ใช่เพียงการเล่นตามสมัยนิยม บาง บ้านเล่นกันทั้งครอบครัว เกิดการเล่น การสะสมที่ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ตุ๊กตาหรือของเล่น กลายเป็นสิ่งของที่มีมูลค่าทางจิตใจ ที่ไม่สามารถเลิกเล่นหรือทิ้งไปได้ จากการวิเคราะห์กลุ่มผู้เล่น ทำให้ทีมผู้วิจัยพบว่า ตลาดตุ๊กตาและของเล่นนี้ อาจไม่เติบโตอย่างก้าวกระโดดหวือหวา แต่ค่อยๆ เติบโตที่ละน้อยไปเรื่อยๆ อย่างมั่นคง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบปัญหาต่างๆ ของผู้ค้าและผู้เล่น ไม่ว่าจะเป็น

- ร้านขายของเล่น ตุ๊กตา และ accessory ต่างๆ ที่เป็นลักษณะมีที่นั่งในร้าน ไว้เป็นที่ พบปะสังสรรค์และทำกิจกรรมระหว่างกลุ่มผู้เล่นด้วยกันยังมีน้อย ซึ่งบางร้านมีบรรยากาศเป็น ลักษณะปิดเฉพาะกลุ่มผู้เล่นของเล่นหรือตุ๊กตาประเภทเดียวกันเท่านั้น ทำให้ผู้เล่นกลุ่มอื่น ที่เล่น ของเล่นและตุ๊กตาประเภทอื่น รู้สึกไม่กล้าและไม่สบายใจในการไปร่วมกิจกรรม หรือรวมกลุ่มใน ร้าน

- พื้นที่ให้เช่าเพื่อขายสินค้าในร้านขายของเล่นและตุ๊กตาในปัจจุบัน มีลักษณะเป็นตู้ สี่เหลี่ยมธรรมดา ที่มีสินค้าจัดวางเรียงกันอยู่ภายในตู้ โดยขาดการสร้างสรรค์ ตกแต่งเพื่อสร้างหรือ กระตุ้นจินตนาการของผู้ซื้อ และเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า นอกจากนี้ จากการสำรวจ



ตลาดยังพบว่า พื้นที่ให้เช่าขายสินค้ายังมีไม่เพียงพอ และยังมีผู้รอต่อคิวเพื่อเช่าพื้นที่ตามร้านขายของเล่นและตุ๊กตาต่างๆ อีกมาก

- ขาดแคลนแหล่งซื้อและขายของเล่น ตุ๊กตาและ accessory ต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ โดยช่องทางการซื้อขายในปัจจุบัน นอกจากซื้อตามร้านที่มีหน้าร้านแล้ว ผู้เล่นยังนิยมซื้อขายตามร้านค้าออนไลน์ต่างๆ เสี่ยงต่อการเกิดกรณีข้อโกง ซึ่งเห็นได้ตามสื่อต่างๆ มากมาย ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อทรัพย์สินและภาพลักษณ์ของกลุ่มผู้เล่นของเล่นและตุ๊กตา

- กิจกรรมหรืองานแสดงเกี่ยวกับของเล่นและตุ๊กตายังมีน้อย ตัวอย่างเช่น งาน Doll Fair หรือ Toy expo ที่จัดขึ้นในประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันจัดขึ้นเพียงปีละ 2 ครั้งเท่านั้น ทำให้ส่วนใหญ่สังคมของผู้เล่นของเล่นและตุ๊กตา จะติดต่อกันทาง Social media ต่างๆ เป็นหลัก นานๆ ที่จะได้มาพบปะพูดคุย ออกมาเล่นกันเป็นกลุ่ม

- มีผู้สนใจขึ้นชอบการต่อโมเดลการ์ตูน และอยากเรียนรู้เกี่ยวกับการตกแต่งและดูแลตุ๊กตาด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น แต่ยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญงานฝีมือเกี่ยวกับตุ๊กตาและการทำ accessory ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นช่างบำรุงรักษา ช่างซ่อมและดัดแปลงตุ๊กตา (modify), ช่างแต่งหน้า (face up), ช่างตัดเย็บเสื้อผ้า, ช่างทำ accessory ต่างๆ ของตุ๊กตา

- สถานที่ที่สามารถจัด Workshop สอนงานฝีมือเกี่ยวกับตุ๊กตาและของเล่น ยังมีไม่เพียงพอสำหรับผู้สนใจ แต่ละคอร์สรับจำนวนผู้เรียนได้จำกัด ไม่มีการพัฒนาหลักสูตรหรือเนื้อหาในการเรียนการสอน ทำให้ขาดความต่อเนื่องเกี่ยวกับ ช่างแต่งหน้า ร้องจากมีสินค้าและบริการครบวงจร มีความน่าเชื่อถือเพราะมีหน้าร้าน มีสถานที่ตั้งชัด

จากการสำรวจตลาดของทางกลุ่มผู้ก่อตั้ง พบว่า หากมีสถานที่ขายของเล่น ตุ๊กตา accessory ต่างๆ โดยมีสินค้าและบริการครบวงจร และมี workshop การเรียนการสอนงานฝีมือเกี่ยวกับของเล่นและตุ๊กตา มีบริการหลังการขาย มีการรับประกันสินค้า มีความน่าเชื่อถือ โดยบริการทั้งในส่วนของการซ่อมแซมและดัดแปลง รวมไปถึงให้คำแนะนำในการดูแลรักษาของเล่นและตุ๊กตา โดยสามารถรวมกลุ่มพูดคุยพบปะสังสรรค์ ทำกิจกรรมร่วมกันของคนที่ชื่นชอบของเล่นและตุ๊กตาทุกประเภท จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า สนใจเป็นอย่างมากที่จะเข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้า และสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางร้านจัดขึ้น เนื่องจากมีสินค้าและบริการครบวงจร มีความน่าเชื่อถือเพราะมีหน้าร้าน มีสถานที่ตั้งชัดเจน และจากแบบสอบถาม พบว่า มีกลุ่มตัวอย่าง

สนใจเข้าใช้บริการถึงร้อยละ 91.90จึงสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ชื่นชอบของเล่นและตุ๊กตา มีความต้องการสถานที่ที่มีสินค้าและบริการเกี่ยวกับของเล่นและตุ๊กตาครบวงจร มีการจัดกิจกรรมเพื่อพบปะแสดงออกถึงความรัก ความชื่นชอบในของเล่นและตุ๊กตา เป็นสังคมหรือ community ของคนรักของเล่นและตุ๊กตาอย่างแท้จริง



## บทที่ 2

### ภาพรวมบริษัทและรูปแบบธุรกิจ

#### 2.1 ภาพรวมของบริษัท

ชื่อ:

โดบี้คอมมูนิตี้สเปซ (DOBY Community Space)

รูปแบบธุรกิจ:

ศูนย์รวมสินค้าและบริการเกี่ยวกับ Doll & Collectible Toy และ Workshop งานฝีมือของคนรักตุ๊กตา มีพื้นที่ให้เช่าสำหรับจัดกิจกรรมมากมาย ไม่ว่าจะเป็น Studio ถ่ายภาพ จัด Mini market หรือจัด Party , Meeting ต่างๆ ของกลุ่มคนที่รักและหลงใหลในสิ่งเดียวกัน

สินค้าและบริการ:

โดบี้คอมมูนิตี้สเปซ เป็นสถานที่สำหรับผู้ชื่นชอบของเล่นและตุ๊กตา ที่มีสินค้าและบริการครบวงจร รวมถึงมี Workshop การเรียนการสอนสำหรับผู้ชื่นชอบงานฝีมือและเป็นสถานที่สำหรับพบปะสังสรรค์ จัดกิจกรรมต่างๆ ถือเป็นศูนย์รวมสำหรับผู้รักและหลงใหลในตุ๊กตา ของเล่นสะสมและงานฝีมืออย่างแท้จริง

### วิสัยทัศน์:

โดบีคอมมูนิตีส์เปซ มุ่งเน้นการเติบโตอย่างมั่นคงของธุรกิจควบคู่ไปกับการเติบโตของสังคมผู้รักตุ๊กตาและของเล่นสะสม พัฒนาจากสถานที่นัดพบของกลุ่มคนกลายเป็นสังคมขนาดใหญ่ ซึ่งถือเป็นการเติบโตอย่างยั่งยืน และมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าในแง่ของงานศิลปะ เป็นพิพิธภัณฑ์ของกลุ่มคนผู้รักDoll &Collectible Toy ภายใน 5 ปี

### พันธกิจ:

- มุ่งเน้นการสร้างสังคมคุณภาพของผู้ผลิตและผู้ซื้อสินค้าเกี่ยวกับตุ๊กตา ของเล่น และชิ้นชอบในงานฝีมือ
- มุ่งเน้นการสร้างแบรนด์สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและระดับ AEC
- มุ่งเน้นการสร้างความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการ

### เป้าหมายด้านการดำเนินธุรกิจ:

เป็นผู้นำเสนอสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับตุ๊กตา ของเล่นสะสม และคอร์ส Workshop โดยนำเสนอในรูปแบบของ Community ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นแหล่งนัดพบของผู้รักในตุ๊กตา และของเล่นสะสม มาพบปะสังสรรค์ ทำกิจกรรม แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ส่งเสริมการแสดงศักยภาพของผู้เล่นและผู้ผลิตสินค้าให้ทัดเทียมกับสินค้าจากต่างประเทศ

### เป้าหมายด้านการตลาด:

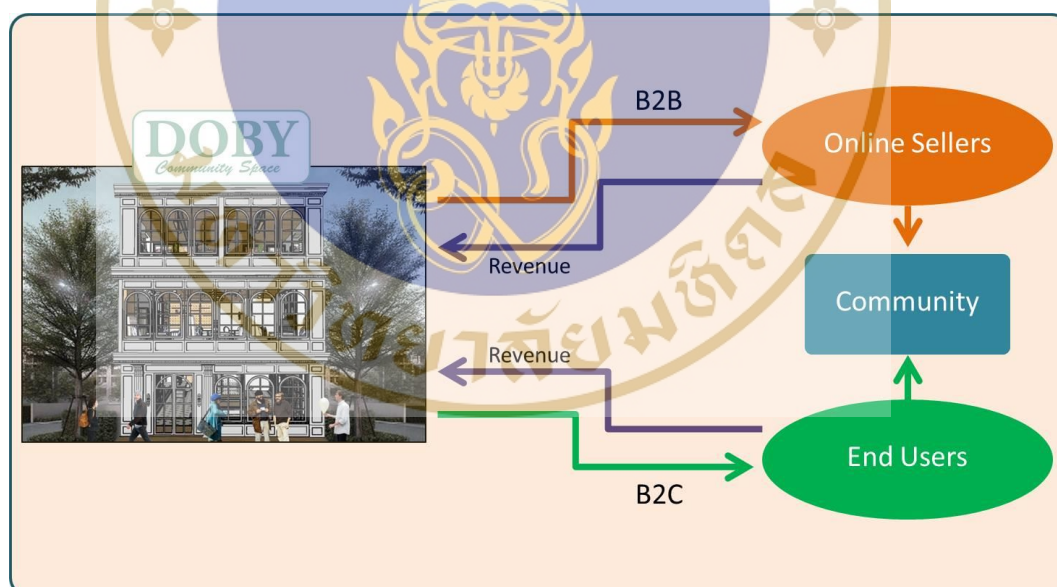
ร้าน โดบีคอมมูนิตีส์เปซ เป็นที่รู้จักและเป็นจุดนัดพบแห่งใหม่ของกลุ่มผู้ชื่นชอบของเล่นสะสมประเภท Doll & Accessories และกลุ่ม Collectible Toy ภายใน 1 ปี และขยายฐานลูกค้าทั้งกลุ่มผู้ขายและผู้ซื้อสินค้าที่เกี่ยวกับ Doll &Collectible Toy โดยการสร้าง Brand awareness อย่างต่อเนื่อง

ตราสินค้า :



ภาพที่ 2.1 แสดงตราสินค้า

2.2 รูปแบบธุรกิจ



ภาพที่ 2.2 แสดงรูปแบบธุรกิจ

## 2.3 ลักษณะการบริการและรายละเอียดธุรกิจ

โดบี้คอมมูนิตี้สเปซ ตั้งอยู่บนทำเลศักยภาพบนถนนงามวงศ์วาน เป็นคอมมูนิตี้รีเทลที่ได้รับการพัฒนาและออกแบบให้มีความเป็นเอกลักษณ์สไตล์ Vintage ผสมผสานกับ Traditional เป็นสถานที่สำหรับผู้ชื่นชอบและหลงใหลในตุ๊กตาและของเล่นสะสม ที่มีสินค้าและบริการครบวงจรและมี Workshop การเรียนการสอนงานฝีมือเกี่ยวกับตุ๊กตาและของเล่น โดยมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการสอน และมีหลักสูตรที่ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และพัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 2.1 แสดงประเภทสินค้าและบริการของร้าน

ประเภท	ลักษณะสินค้าและบริการ
<b>Space for Rent</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แปรนด์สินค้าเกี่ยวกับ Doll &amp; Collectible Toy</li> <li>- Workshop, Café, Studio</li> <li>- Community Space</li> </ul>
<b>Dealer Doll &amp; Gachapon</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Doll &amp; Collectible Toy</li> <li>- Gachapon</li> </ul>
<b>DOBY Brand</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Doll Furniture</li> </ul>

เมื่อพิจารณาตามรายได้ จะแบ่งสินค้าและบริการของร้านฯ ได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้



### 2.3.1 Space for Rent

เป็นพื้นที่ที่ออกแบบและตกแต่งไว้ให้เช่า โดยแบ่งเป็น

- พื้นที่เช่าเพื่อขายสินค้าเกี่ยวกับ Doll & Collectible Toy สำหรับผู้ค้าออนไลน์ที่ไม่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง หรือคนที่ไม่มีมือตัดเย็บเสื้อผ้าตุ๊กตา ผลิต Accessory ตุ๊กตา แล้วต้องการพื้นที่ในการขายสินค้า

- พื้นที่เช่าเพื่อจัดการเรียนการสอน Workshop สำหรับผู้ที่ต้องการพื้นที่ในการสอน Workshop งานฝีมือเกี่ยวกับตุ๊กตา เช่น ตัดเย็บเสื้อผ้าตุ๊กตา แต่งหน้า ดัดแปลงตุ๊กตา ให้เป็นไปตามคาแรคเตอร์ที่ต้องการ โดยทางร้านฯ มีครู Workshop สอนประจำร้านที่มีฝีมือและความเชี่ยวชาญ มีการคิดค้นพัฒนาการเรียนการสอนเพื่อให้คอร์สมีความต่อเนื่อง ซึ่งนอกจากบรรยากาศภายในร้านที่เหมาะสมกับการเรียนการสอนแล้ว ทางร้านยังมีบริการจัดเตรียมอุปกรณ์ในการ Workshop และมีของว่าง อาหารและเครื่องดื่มไว้บริการอีกด้วย

- พื้นที่เช่าเพื่อทำ Café ทางร้านฯ มีการจัดพื้นที่ให้เช่าเพื่อจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม สำหรับผู้มาใช้บริการ โดยมีการคัดเลือกร้านที่มีลักษณะเข้ากับบรรยากาศภายในร้าน คือ มีความน่ารัก เป็นกันเอง ลักษณะเมนูและการจัดอาหาร/เครื่องดื่ม มี concept เป็น Doll & Collectible Toy มีการตกแต่งร้านและอาหารด้วยตุ๊กตาหรือของเล่นเล็กๆ น่ารัก เป็นต้น

- พื้นที่เช่าเป็น Studio เพื่อถ่ายภาพ สำหรับผู้ที่ต้องการนำตุ๊กตาหรือของเล่นของตนเองมาถ่ายภาพใน theme ต่างๆ ตามจินตนาการ โดยทางร้านมีฉาก และเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งตาม theme ไว้ให้บริการด้วย

- พื้นที่เช่าเพื่อจัด Event, Party, Meeting (Community Space) สำหรับผู้ที่ต้องการใช้พื้นที่ในการจัดงานเพื่อพบปะสังสรรค์กัน โดยเฉพาะในกลุ่มของคนที่รัก Doll & Collectible Toy



ภาพที่ 2.3 แสดงการออกแบบพื้นที่ให้เช่า



### 2.3.2 Dealer Dolls

เป็นแบรนด์ที่คัดเลือกแล้วว่ามีความคุณภาพและได้รับความนิยมจากผู้เล่นเป็นอย่างมาก คือ DOLLCLANS โดยมีสินค้าทั้งแบบ Pre-order และพร้อมจำหน่ายที่ร้าน โดยทาง DOLLCLANS ยินดีร่วมเป็น Partner กับทางร้านฯ และวางแผนจะมีการ Co-Branding ระหว่าง DOLLCLANS และ DOBY ในอนาคต นอกจากนี้ ยังมีตู้กาชาปองไว้บริการ สำหรับผู้ที่ชื่นชอบสะสมตุ๊กตาราคาเล็กที่ หมุนจากตู้



ภาพที่ 2.4 แสดง Dealer Dollแบรนด์ DollClans



ภาพที่ 2.5 แสดงตู้กาชาปอง (Gachapon)

### 2.3.3 DOBY Brand

เป็นเฟอร์นิเจอร์ตุ๊กตาแบรนด์โดบี้ ที่ออกแบบโดยดีไซน์เนอร์ของทางร้านฯ เอง



ภาพที่ 2.6 แสดง Furniture ตุ๊กตา

## 2.4 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ

### 2.4.1 Desire/Passion

- การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน โดยใช้การ Display เป็นการเติมเต็มจินตนาการให้แก่กลุ่มผู้ผลิต ผู้ออกแบบ และผู้ขายสินค้าออนไลน์ ทำให้เห็นความพิถีพิถันในการออกแบบ เห็นความสวยงามของสินค้าชัดเจนขึ้น เป็นการส่งเสริมสินค้าทำให้น่าซื้อ น่าเก็บสะสม ตอบโจทย์ของผู้ผลิตและผู้ขายทั้งทางด้านรายได้และคุณค่าของสินค้า เกิดความภาคภูมิใจที่ลูกค้าชื่นชอบผลงานของตน

- กลุ่มผู้เล่น Doll & Collectible Toy ส่วนใหญ่ มีความชื่นชอบและหลงใหลในการเล่น และสะสมมาตั้งแต่เด็ก โดยผู้เล่นจะรู้สึกเหมือนได้ใช้ชีวิตอยู่ในโลกแห่งจินตนาการ เป็นอะไรที่

อยากเป็น ทำอะไรที่อยากทำได้อย่างอิสระ ตุ๊กตาหรือของเล่นเปรียบเสมือนตัวแทนที่บ่งบอกตัวตนของเจ้าของ กลายเป็นส่วนที่มาเติมเต็มความสุขให้กับผู้เล่น

#### 2.4.2 Knowledge/Problem Solving

- Workshop งานฝีมือเกี่ยวกับตุ๊กตาและของเล่น เป็นการถ่ายทอดความรู้และทักษะของ Artist ให้แก่ผู้ที่สนใจ ทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ฝึกฝนเพื่อทำได้ด้วยตนเองและสามารถนำความรู้ไปถ่ายทอดให้แก่ผู้อื่นต่อไปได้อีกด้วย เป็นการสืบสานความรู้และทักษะงานฝีมือด้านนี้ให้คงอยู่และเป็นการเพิ่มบุคลากรหรือช่างที่มีฝีมือเข้าสู่ตลาดตุ๊กตาและของเล่น

- การมี Workshop สอนแต่งหน้า/ดัดแปลงตุ๊กตา, ตัดเย็บชุดตุ๊กตาและการทำ accessory ต่างๆ ให้ตุ๊กตา ทำให้ผู้เล่นรู้สึกภูมิใจและมีความสุขที่ได้ตกแต่งตุ๊กตาและของเล่นที่ตัวเองรัก ผู้เล่นสามารถซ่อมแซม ดูแลตุ๊กตาได้ด้วยตนเอง เป็นการฝึกฝนงานฝีมือ เกิดความรู้และทักษะใหม่ๆ ส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และอาจเป็นงานที่สร้างรายได้ให้แก่ผู้เล่นอีกทางหนึ่งด้วย

#### 2.4.3 Connection

การจัดกิจกรรมภายในร้าน โดยมี Theme หรือตาม Season ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบ Contest, Mini Market และ Meeting ต่างๆ ล้วนจัดขึ้นสำหรับคนรัก Doll & Collectible Toy โดยเฉพาะ นอกจากเป็นการพบปะสังสรรค์ระหว่างผู้เล่นด้วยกันเองแล้ว ยังเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ของทั้งผู้ชายและผู้เล่น เกิด Connection ภายในกลุ่มผู้รักและหลงใหลในสิ่งเดียวกัน

ผู้เล่นใจเข้าร่วมกิจกรรมสามารถมาซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้า นำของที่สะสมมาโชว์ นำตุ๊กตามาเล่นด้วยกัน ผู้ร่วมกิจกรรมสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแสดงออกด้านจินตนาการอย่างเต็มที่ผ่านตุ๊กตาและของเล่น เป็นงานที่รวบรวมกลุ่มคนที่รัก Doll & Collectible Toy อย่างแท้จริง ก่อเกิดเป็นสังคมคุณภาพของผู้เล่นที่มีแต่มิตรภาพที่ดี

### บทที่ 3

#### การบริหารและจัดการองค์กร

##### 3.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร

โคบีคอมมูนิตี้สเปซ จัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด โดยมีเงินจากผู้ถือหุ้น จำนวน 5 คน ประกอบด้วยผู้ริเริ่มโครงการและนักลงทุนที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งมีทุนจดทะเบียนเป็นจำนวนเงิน 4,957,000 บาท โดยจัดสรรหุ้นจำนวน 49,570 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท มีนโยบายจ่ายปันผล 50% จากกำไรสุทธิ ตั้งแต่ปีที่ 6 เป็นต้นไป ดังรายละเอียด ตารางที่ 9

ตารางที่ 3.1 แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น

ลำดับที่	ชื่อผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน (%)	เงินลงทุน (บาท)
1	น.ส. อินทิรา อรัญศรี	175,700	35.40	1,757,000
2	น.ส. ภัทรพร ศรีชัย	120,000	24.20	1,200,000
3	น.ส. วาสนา ศิริยวัฒน์	100,000	20.20	1,000,000
4	น.ส. ภัทราภรณ์ กรรเจียกพงษ์	50,000	10.10	500,000
5	นาย เศรษฐชัย เฟื่องแก้ว	50,000	10.10	500,000
	รวม	495,700	100.00	4,957,000

##### คณะกรรมการบริหาร (Board of Director)

มีจำนวน 1 คน คือ น.ส. อินทิรา อรัญศรี ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ที่ปรึกษาแผนธุรกิจฯ มีจำนวน 4 คน ประกอบด้วย

1. น.ส. ภัทราภรณ์ กรรเจียกพงษ์

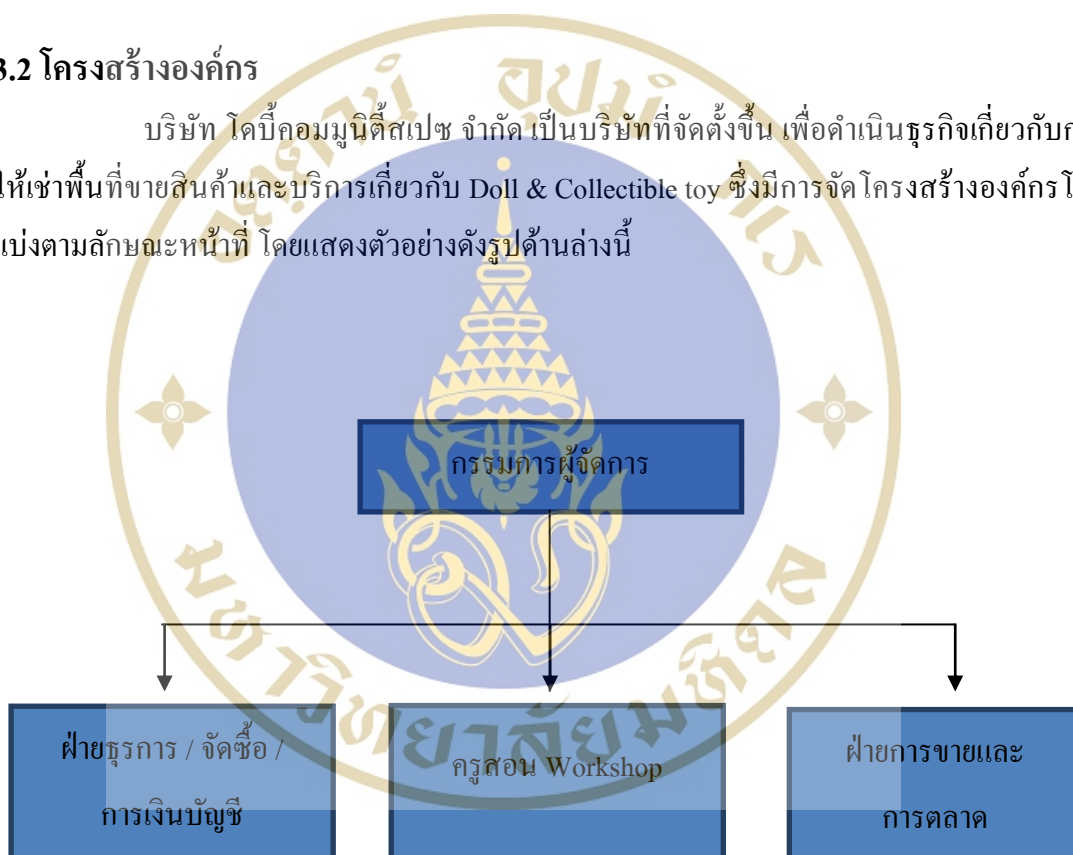
เจ้าของ Brand ชุดตุ๊กตา “Patra littledoll” ที่มีชื่อเสียงในธุรกิจนี้ และเป็นผู้มีประสบการณ์ในวงการนี้มากกว่า 10 ปี



- 2. นาย เศรษฐชัย เฟ็งแก้ว  
เจ้าของร้าน Gryffindoll ขาย Accessory ตุ๊กตา ผู้มีประสบการณ์ในวงการนี้มากกว่า 5 ปี
- 3. น.ส. เสวตรรัตน์ รุ่งโรจน์กิตติกุล  
เจ้าของบริษัทผลิตตุ๊กตา DollClans ผู้มีประสบการณ์ในวงการนี้มากกว่า 5 ปี
- 4. น.ส. ศนิศา ชื่นอารมย์  
เจ้าของบริษัทผลิตตุ๊กตา DollClans ผู้มีประสบการณ์ในวงการนี้มากกว่า 5 ปี

### 3.2 โครงสร้างองค์กร

บริษัท โคบีคอมมูนิตี้สเปซ จำกัด เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้น เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการให้เช่าพื้นที่ขายสินค้าและบริการเกี่ยวกับ Doll & Collectible toy ซึ่งมีการจัดโครงสร้างองค์กรโดยแบ่งตามลักษณะหน้าที่ โดยแสดงตัวอย่างดังรูปด้านล่างนี้



ภาพที่ 3.1 แสดงโครงสร้างองค์กร

ตารางที่ 3.2 แสดงรายละเอียดโครงสร้างองค์กรและเงินเดือนพนักงาน

ตำแหน่ง	เงินเดือน (บาท / เดือน)
ผู้บริหาร	50,000
ฝ่ายการขายและการตลาด	30,000
ครูสอน Workshop	40,000
พนักงานดูแลแต่ละโซน	12,000
พนักงานทำความสะอาด	9,000

### 3.3 การบริหารองค์กรธุรกิจ

#### 3.3.1 คุณสมบัติพนักงาน

##### Managing Director (กรรมการผู้จัดการ)

คุณสมบัติ :

- วุฒิปริญญาตรี/โท สาขาการบริหารธุรกิจและการจัดการ
- มีประสบการณ์ 10 ปี ขึ้นไป ด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์
- สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดี มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี มีใจรักงานบริการ
- มีความรับผิดชอบสูง
- มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับงานด้านการบริหารการจัดการเป็นอย่างดี
- มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน
- กล้าตัดสินใจและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- ทำงานในสภาวะกดดันได้ดี

### Sales & Marketing Executive

คุณสมบัติ :

- อายุ 25-40 ปี
- วุฒิ ปวส. -ปริญญาตรี สาขาการตลาด หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
- มีประสบการณ์ทางการขายสินค้า 1 ปีขึ้นไป
- มีประสบการณ์ด้านการขายในต่างจังหวัด (จะพิจารณาเป็นกรณีพิเศษ)
- มีความรับผิดชอบสูง
- มีความรู้ความสามารถ เชี่ยวชาญเกี่ยวกับงานด้านการตลาดเป็นอย่างดี
- มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน
- สามารถพูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษได้ในระดับพอใช้
- สามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ MS Office และ E-mail ได้
- มีทัศนคติในการทำงานที่ดี กระตือรือร้น ชอบแก้ไขปัญหาและติดตามผล รวมทั้งมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

### ครูสอน Workshop

คุณสมบัติ :

- การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป
- มีความรับผิดชอบสูง
- มีประสบการณ์การสอนมาไม่ต่ำกว่า 5 ปี
- มีความเชี่ยวชาญในด้านตุ๊กตาและของเล่นเป็นอย่างดี
- มีทัศนคติในการทำงานที่ดี กระตือรือร้น รวมทั้งมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

### พนักงานดูแลแต่ละโซน

คุณสมบัติ :

- อายุ 25-40 ปี
- วุฒิ ปวส.
- มีความรับผิดชอบสูง
- มีมนุษยสัมพันธ์ดี สามารถแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าได้
- มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน
- มีทัศนคติในการทำงานที่ดี กระตือรือร้น ชอบแก้ไขปัญหาและติดตามผล

### พนักงานทำความสะอาด

คุณสมบัติ :

- มีประสบการณ์ในการทำความสะอาด
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีใจรักการบริการ



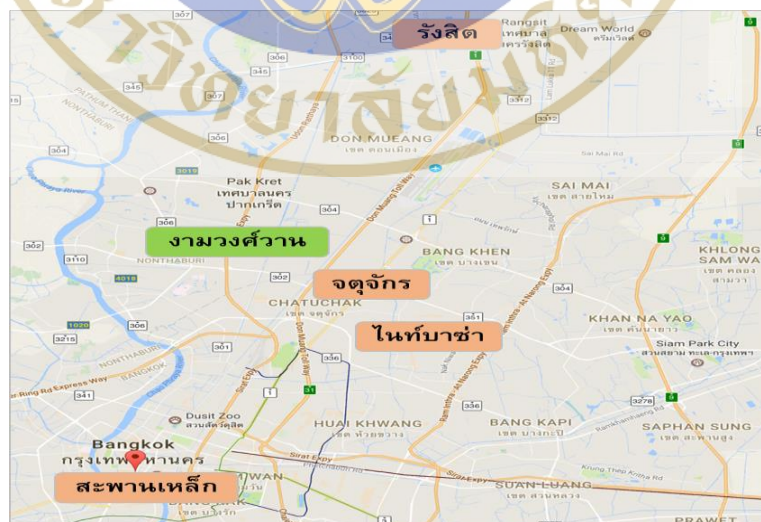
## บทที่ 4

### แผนการดำเนินงาน

#### 4.1 ทำเลที่ตั้ง

จากผลสำรวจเรื่องที่ชอบที่พิกาศัยของกลุ่มผู้เล่น Doll & Collectible Toy (ดูภาคผนวก ข ผลแบบสอบถาม) พบว่า ร้อยละ 77.09% ของกลุ่มผู้เล่น อยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล และจากข้อมูลแหล่งซื้อขายสินค้าตุ๊กตาและของเล่นสะสม มีทั้งสิ้น 5 แห่ง ได้แก่

1. จตุจักร
2. ไนท์บาซ่า
3. สะพานเหล็ก
4. งามวงศ์วาน
5. รังสิต



ภาพที่ 4.1 แสดงแหล่งซื้อขายของเล่น ของสะสมทั้ง 5 แห่ง



จากแหล่งซื้อขายตุ๊กตาและของเล่นสะสมทั้ง 5 แห่ง เขตงามวงศ์วานถือเป็นแหล่งซื้อขายตุ๊กตาและของเล่นสะสมที่หลากหลาย นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งชุมชน และแหล่งซื้อขายสินค้าอื่นๆ เนื่องจาก มีห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดหลายแห่ง รวมถึงมีโรงเรียนสอนกวดวิชาอยู่ในโซนเดียวกัน การคมนาคมสะดวก เดินทางได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็น รถโดยสารประจำทาง รถตู้ รถยนต์ส่วนตัว ซึ่งมีที่จอดรถเพียงพอ



ภาพที่ 4.2 แสดงตำแหน่งที่ตั้งร้านโคบี้คอมมูนิตี้สเปซ

จากข้อมูลดังกล่าว ที่ตั้งโครงการมีความได้เปรียบในหลายด้านดังนี้

1) ความสะดวกในการเดินทาง เนื่องจากเส้นทางอยู่ติดกับถนนงามวงศ์วาน ซึ่งมีทั้งรถโดยสารและรถตู้วิ่งผ่านหลายสาย หรือสามารถขับรถส่วนตัวมาจอดที่ร้าน ซึ่งมีบริการที่จอดรถโดยบริเวณที่ตั้งของร้าน สามารถเดินทางได้สะดวกทั้งผู้อาศัยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งเป็นกลุ่มผู้เล่นหลัก

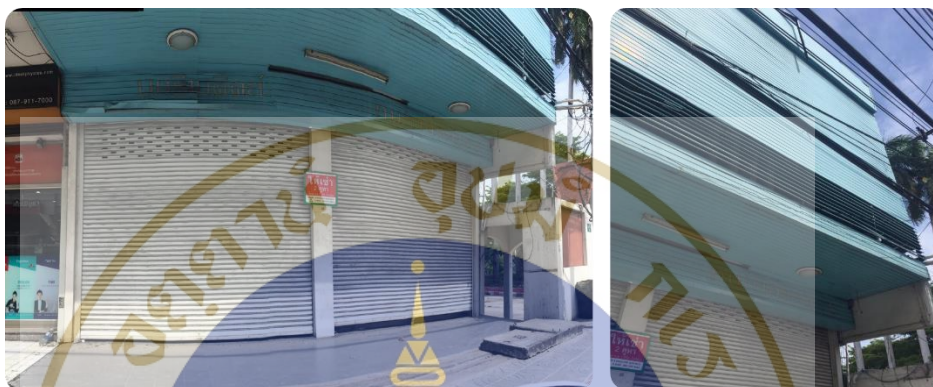
2) ห้างสรรพสินค้าใกล้เคียง ได้แก่ ห้างเดอะมอลล์งามวงศ์วาน พันทิพย์พลาซ่า โฮมโปร โลตัส ซึ่งสามารถนำรถยนต์ไปจอดได้เช่นกัน

3) เป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ เป็นแหล่ง Shopping

4) เป็นแหล่งที่สำคัญของกลุ่มผู้สะสมของเล่น เดินทางมาเพื่อซื้อขายสินค้า

## อาคาร

ที่ตั้งของร้านฯ อยู่ตรงข้ามห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์งามวงศ์วาน อาคารเลขที่ 532/1 ซอยงามวงศ์วาน ตำบลบางเขน อำเภอเมือง จ.นนทบุรี ลักษณะของอาคาร คือ อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น หน้ากว้าง 8 เมตร ลึก 17 เมตร มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 350 ตารางเมตร



ภาพที่ 4.3 แสดงอาคารที่ตั้งร้านโคบีคอมมูนิตี้สเปซ

## 4.2 การวางแผนด้านการผลิต

### 4.2.1 Business Direction

ร้าน โคบีคอมมูนิตี้สเปซ ตั้งขึ้นเพื่อเป็นพื้นที่ให้เช่าสำหรับการขายสินค้าและบริการที่ครบวงจรสำหรับกลุ่มสินค้าตุ๊กตาและของเล่นของสะสม เป็นชุมชนคุณภาพของคนรักตุ๊กตาและของเล่น โดยมีแผนระยะสั้นและระยะยาว ดังนี้

#### แผนธุรกิจระยะสั้น

ร้าน โคบีคอมมูนิตี้สเปซ มุ่งเน้นการเผยแพร่ แนะนำร้านและสินค้าให้เป็นที่รู้จักและทำให้กลุ่มเป้าหมายจดจำแบรนด์ได้ และมุ่งสร้างความน่าเชื่อถือของสินค้า โดยมุ่งเน้นให้มีการเติบโตยอดขาย 10% ต่อปี โดยเริ่มสร้างฐานลูกค้าในประเทศภายใน 2 ปี และต่างประเทศภายใน 5 ปี

## แผนธุรกิจระยะยาว

ส่งเสริมคุณค่าของสินค้าและบริการ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าและของเล่นของลูกค้ายกระดับจากงานสะสม Model ทั่วไป ให้มีคุณค่าในระดับเป็นการสะสมงานศิลปะ และสามารถมีพื้นที่ในการโชว์ผลงาน ทั้งในระดับมืออาชีพและระดับผู้เล่นทั่วไป

### สร้าง Brand Awareness

#### ปีที่ 1

- ดำเนินงานเรื่องจัดหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม
- ออกแบบและ Renovate ดึง ตกแต่งภายในให้เป็นไปตาม Concept
- ประชาสัมพันธ์การให้บริการพื้นที่ให้เช่าสำหรับผู้ค้าออนไลน์
- ทำการตลาดเพื่อสร้างฐานลูกค้า End User (กลุ่มผู้เล่น)
- เปิดร้าน

#### ปีที่ 2

- ทำการตลาด เพื่อสร้างฐานลูกค้า (CRM)
- จัดกิจกรรมเกี่ยวกับ Workshop
- เปิดตัว DOBY Community Space Magazine
- ปรับลดบางแบรนด์หรือเพิ่มแบรนด์ผู้เช่าที่มีศักยภาพ หลังจากการประเมินผลจากยอดขายและ feedback จากลูกค้า

### Consumer Top of Mind

#### ปีที่ 3

- ทำการตลาดต่อเนื่องเพื่อรักษาฐานลูกค้า (CRM)
- ขยายพื้นที่สำหรับ กลุ่ม Artist เพื่อให้มีพื้นที่ในการแสดงผลงาน
- จัด Event เพื่อแสดงผลงานของกลุ่ม Artist หรือ กลุ่มผู้ซื้อสินค้าและบริการ
- ปรับลดหรือเพิ่มแบรนด์หลังจากการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

#### ปีที่ 4

- ขยายฐานไปยังกลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องภายในร้าน เช่น จักร เครื่องมือปั้น อุปกรณ์การตัดเย็บ สำหรับลูกค้าที่ต้องใช้อุปกรณ์สำหรับการ Workshop
- ขยาย Connection ในการเป็น Dealer ของแบรนด์ตุ๊กตาจากต่างประเทศ 2-3 แบรนด์
- ปรับลดหรือเพิ่มแบรนด์หลังจากการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

## Gallery of Art

### ปีที่ 5

- สนับสนุนและให้พื้นที่ในการแสดงผลงานเกี่ยวกับตุ๊กตาและของเล่นสะสม
- ขยายการเรียนการสอน Workshop เช่น งานปั้น งานตัดเย็บ เสื้อผ้า รองเท้า และติดต่อศิลปินจากต่างประเทศ เพื่อสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งในด้านแผนการเรียนการสอน Workshop
- ขยาย segment กลุ่มอื่นๆ เช่น ตุ๊กตา Teddy Bear
- ปรับลดหรือเพิ่มแบรนด์หลังจากการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

#### 4.2.2 การวางแผนการออกแบบและจัดสรรพื้นที่

ในการวางแผนการออกแบบและจัดสรรพื้นที่ ได้นำข้อมูลความสนใจในการเช่าพื้นที่และความต้องการการซื้อสินค้าและบริการ จากการทำ Market Survey ของกลุ่มต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้ต้องการเช่าพื้นที่ขายสินค้าประเภท Doll & Accessories จากการทำ Market survey หัวข้อ ความสนใจในการเช่าพื้นที่ของร้านๆ จากผู้มาตั้งบูธขายสินค้าในงาน DollPaca 2016 และงาน Doll Show 2017 พบว่ามีผู้สนใจที่จะเช่าพื้นที่ทั้งหมด 112 แบนด์
2. กลุ่มผู้ต้องการเช่าพื้นที่ในการขายสินค้าประเภท Collectible Toy โดยผู้ตอบแบบสอบถามมาจากกลุ่มผู้ขายสินค้าออนไลน์ใน Facebook (กลุ่มปิด) ตอบรับสนใจเช่าพื้นที่ทั้งหมด 44 ราย ดังนั้น กลุ่มผู้ต้องการเช่าพื้นที่ทั้งสองกลุ่มรวมกัน มีจำนวนทั้งสิ้น 156 ราย จากการสอบถามความต้องการในการเช่าพื้นที่พบว่า มีความต้องการเช่าพื้นที่ไม่เกิน 1 ตารางเมตร เป็นสัดส่วน 100% ดังนั้น พื้นที่สำหรับเช่าขายสินค้าทั้งสองกลุ่ม ถ้าเช่าพื้นที่เฉลี่ยรายละ 1 ตารางเมตร จะต้องใช้พื้นที่ไม่ต่ำกว่า 156 ตารางเมตร
3. กลุ่มผู้ซื้อสินค้าและบริการ จากการทำ Market Survey ในหัวข้อความสนใจในการใช้บริการ พบว่า มีความสนใจในบริการต่างๆ ดังนี้

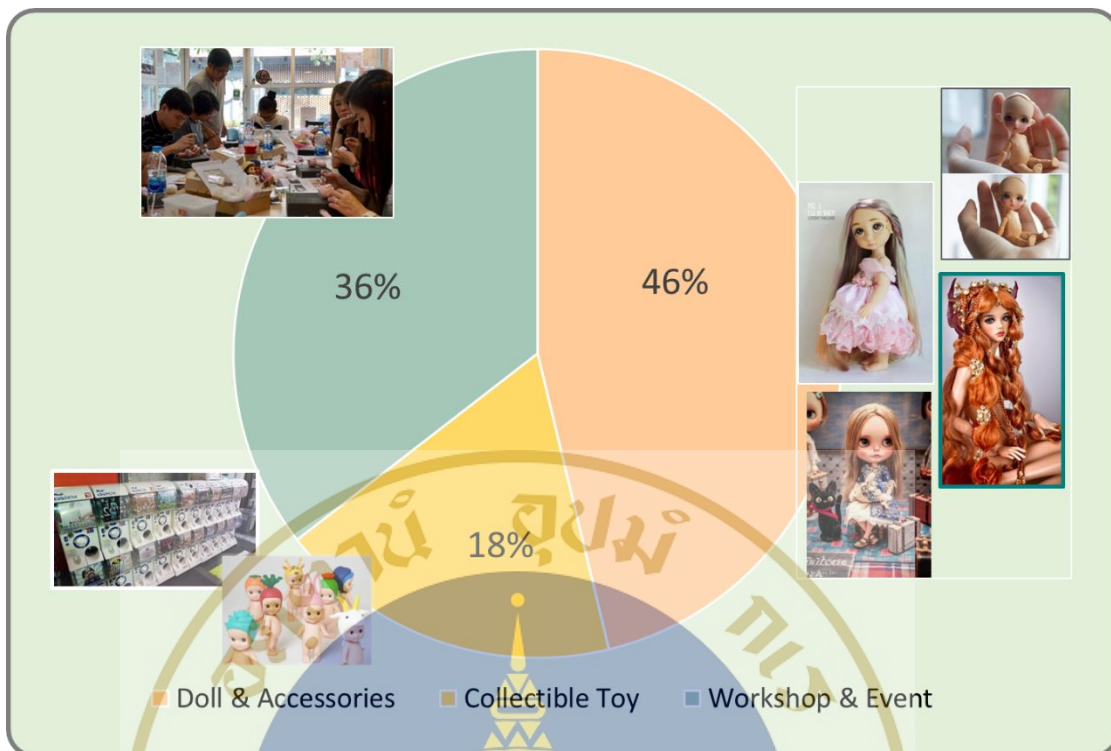
ตารางที่ 4.1 แสดงรูปแบบความสนใจในการใช้บริการ

Activity	สัดส่วน 100%
Workshop	42%
ซื้อสินค้าและบริการ	41%
Meeting	5%
Studio	4%
Mini Market	3%
Café	2%
คู่มือซ่อมแซม	2%
ตู้ภาษาปอง	1%

จากตารางที่ 4.1 พบว่า การบริการ Workshop และซื้อสินค้าและบริการ มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันรวมแล้วมากกว่า 80% ได้รับความสนใจ

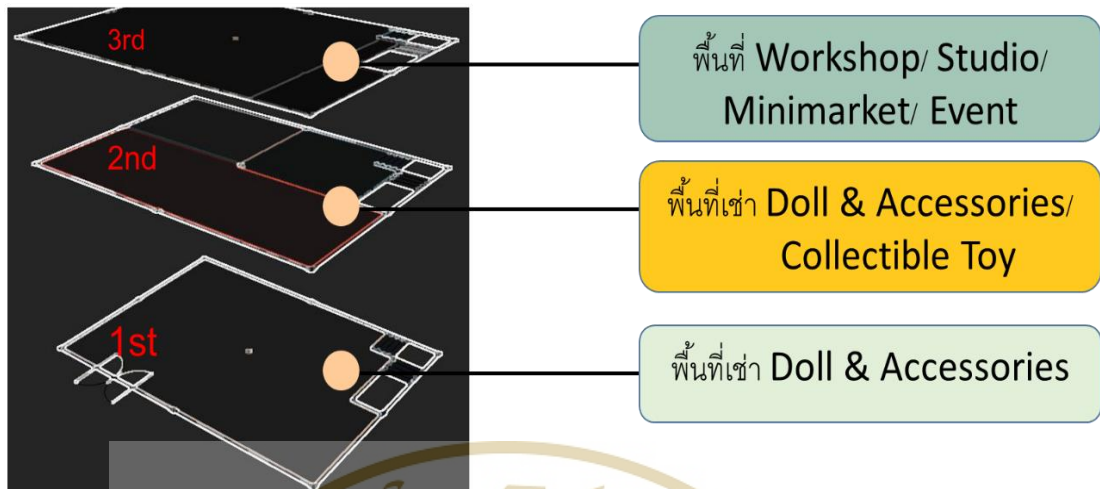
ดังนั้น จากผลการทำ Market Survey และการสัมภาษณ์ จึงได้มีการจัดสรรพื้นที่ตามความต้องการ โดยแบ่งพื้นที่สำหรับการบริการด้านต่างๆ ดังนี้





ภาพที่ 4.4 แสดงการแบ่งสัดส่วนการใช้พื้นที่

จากความต้องการและความสนใจของทั้งกลุ่มที่ต้องการเช่าพื้นที่และผู้ซื้อสินค้าและบริการ ทางร้านฯ ได้มีการออกแบบและจัดสรรพื้นที่ทั้ง 3 ชั้น และตกแต่งพื้นที่โดยพัฒนาและออกแบบให้มีความเป็นเอกลักษณ์สไตล์ Vintage Traditional & Natural Look สร้างเป็นคอมมูนิตี้รีเทลขนาด 350 ตารางเมตร มีพื้นที่ให้เช่าขายสินค้ามากกว่า 150 ร้าน โดยมีขนาดพื้นที่ให้เช่าตั้งแต่ 0.25 - 9 ตารางเมตร โดยมีการแบ่งเป็นสัดส่วน ดังนี้



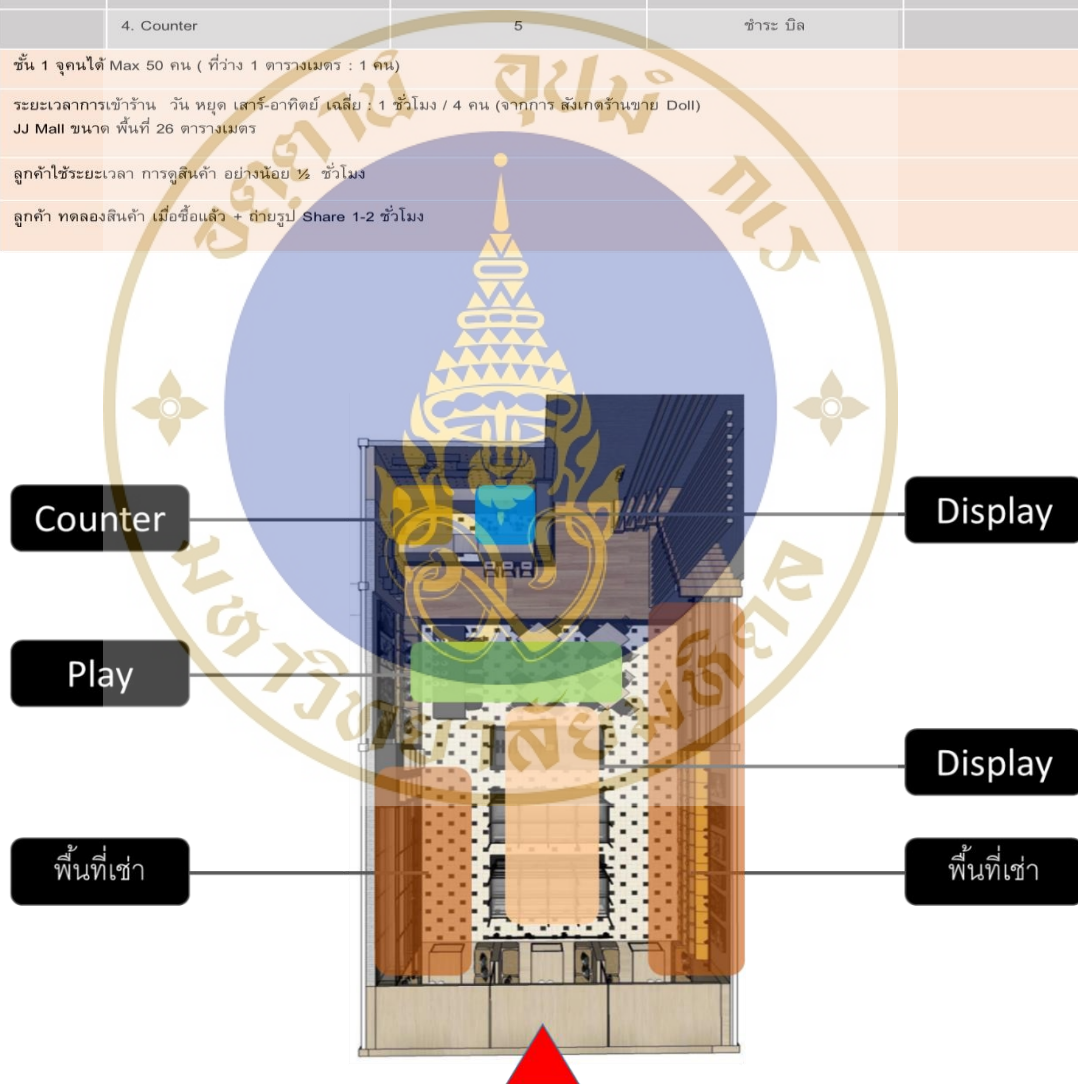
ภาพที่ 4.5 แสดงการแบ่งพื้นที่ในแต่ละชั้น

ในการแบ่งพื้นที่ตึก 3 ชั้น ที่มีขนาดหน้ากว้างตึก 8 เมตร ลึก 17 เมตร มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น ประมาณ 350 ตารางเมตร และมีพื้นที่สำหรับใช้สอยได้ชั้นละประมาณ 92 ตารางเมตร การแบ่งพื้นที่ได้ถูกแบ่งตามความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าในแต่ละกลุ่มที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน โดยถูกจัดสรรตาม Demand จากผู้สนใจเช่าพื้นที่

ชั้นที่ 1 ออกแบบพื้นที่สำหรับ กลุ่มผู้เช่า Doll & Accessory กำหนดโดยแบ่งเป็น กลุ่มแบรนด์หลัก จำนวน 5 แบรนด์ เพื่อดึงดูดผู้ซื้อสินค้าและบริการ ส่วนพื้นที่ที่เหลือจะเป็นพื้นที่ของแบรนด์ทั่วไปที่ต้องการเช่าพื้นที่ โดยแบ่งพื้นที่ไว้สำหรับจัด Display อย่างเป็นสัดส่วน นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ของร้านอาหารและเครื่องดื่ม / ที่นั่งเล่น / Counter

ตารางที่ 4.2 แสดงการจัดสรรพื้นที่ชั้น 1

Floor	การแบ่ง พื้นที่	ใช้พื้นที่ (มีพื้นที่ 92ตรม)	Activity	Brand
1	<b>1.พื้นที่เช่า &amp; Display</b>			
	พื้นที่ TINY DOLL	15	ดูสินค้า ถ่ายรูป	Brand หลัก
	พื้นที่ YO,MSD,SD Doll	25		
	พื้นที่ Blyth Doll	15		
	พื้นที่ Animator Doll	10		
	พื้นที่ Grove Doll	5		
	2.Play & Test	9	ลอง ชุด ตุ๊กตา /รองเท้า/ถ่ายรูป ขายอาหารและเครื่องดื่ม	
	3.Cafe	8		
	4. Counter	5	ชำระ บิล	
ชั้น 1 จุดคนได้ Max 50 คน ( ที่ว่าง 1 ตารางเมตร : 1 คน)				
ระยะเวลาการเข้าร้าน วัน หยุด เสาร์-อาทิตย์ เฉลี่ย : 1 ชั่วโมง / 4 คน (จากการ สังเกตร้านขาย Doll) JJ Mall ขนาด พื้นที่ 26 ตารางเมตร				
ลูกค้าใช้ระยะเวลา การดูสินค้า อย่างน้อย ½ ชั่วโมง				
ลูกค้า ทดลองสินค้า เมื่อซื้อแล้ว + ถ่ายรูป Share 1-2 ชั่วโมง				

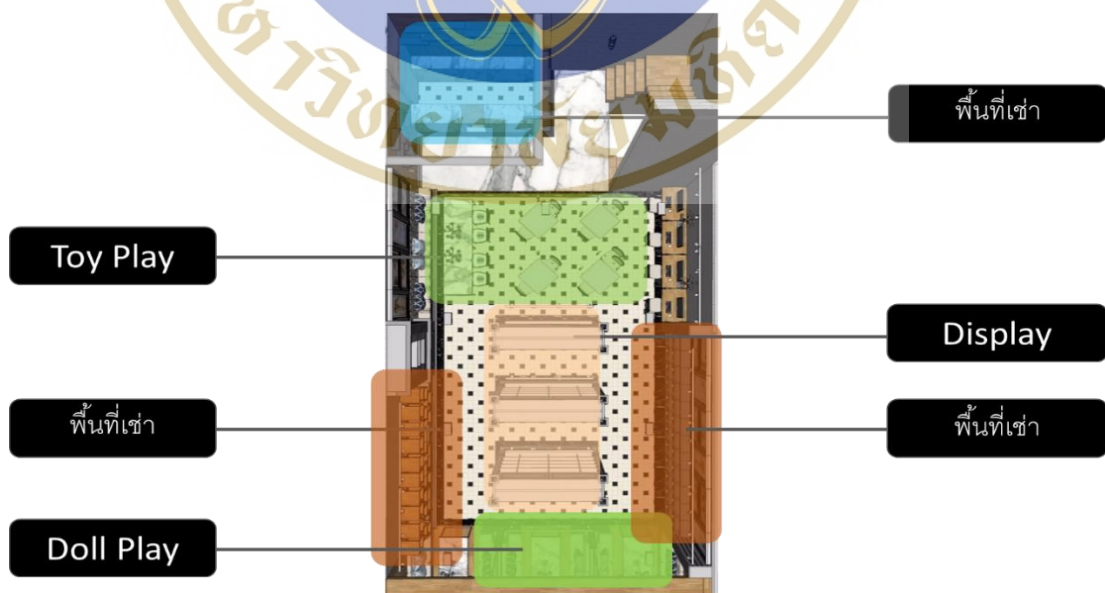


ภาพที่ 4.6 แสดงการออกแบบและจัดสรรพื้นที่ชั้น 1

ชั้นที่ 2 ออกแบบพื้นที่เป็น 2 ส่วน สำหรับกลุ่มผู้เช่า Doll & Accessory และกลุ่ม Collectible Toy โดยออกแบบพื้นที่ให้มีส่วนนั่งเล่น / พื้นที่เล่นอินเทอร์เน็ต / พื้นที่วางตู้กาชาปอง

ตารางที่ 4.3 แสดงการจัดสรรพื้นที่ชั้น 2

Floor	การแบ่ง พื้นที่	ใช้พื้นที่ (มีพื้นที่ 92ตรม)	Activity	Brand
2	1.พื้นที่เช่า & Doll Display	33		
	พื้นที่ TINY DOLL	15	ดูสินค้า ถ่ายรูป	Brand รอง
	พื้นที่ YO,MSD,SD Doll	5		
	พื้นที่ Blyth Doll	5		
	พื้นที่ Animator Doll	4		
	พื้นที่ Grove Doll	3		
2..พื้นที่เช่า กลุ่ม Collectible Toy	52			
	1. ตู้ กาชาปอง	5	Play	
	2. พื้นที่ Toy Show	44	ดูสินค้า	
	3. พื้นที่ Display	3	ถ่ายรูป	
	1. อินเทอร์เน็ต นั่งเล่น	8	เล่นเน็ต นั่งเล่น	
ชั้น 2 จุดนี้ได้ Max 50 คน ( ที่ว่าง 1 ตารางเมตร : 1 คน)				
ระยะเวลาการเข้าร้าน วัน หยุด เสาร์-อาทิตย์ เฉลี่ย : 1 ชั่วโมง / 6 คน (จากการ สังเกตร้านขาย Toy)				
Loft & Play house ขนาด พื้นที่ ประมาณ 30 -40 ตารางเมตร				
ลูกค้าใช้ระยะเวลา การดูสินค้า อย่างน้อย ½ ชั่วโมง				
ลูกค้า Play เมื่อซื้อแล้ว + ถ่ายรูป Share 1 ชั่วโมง				



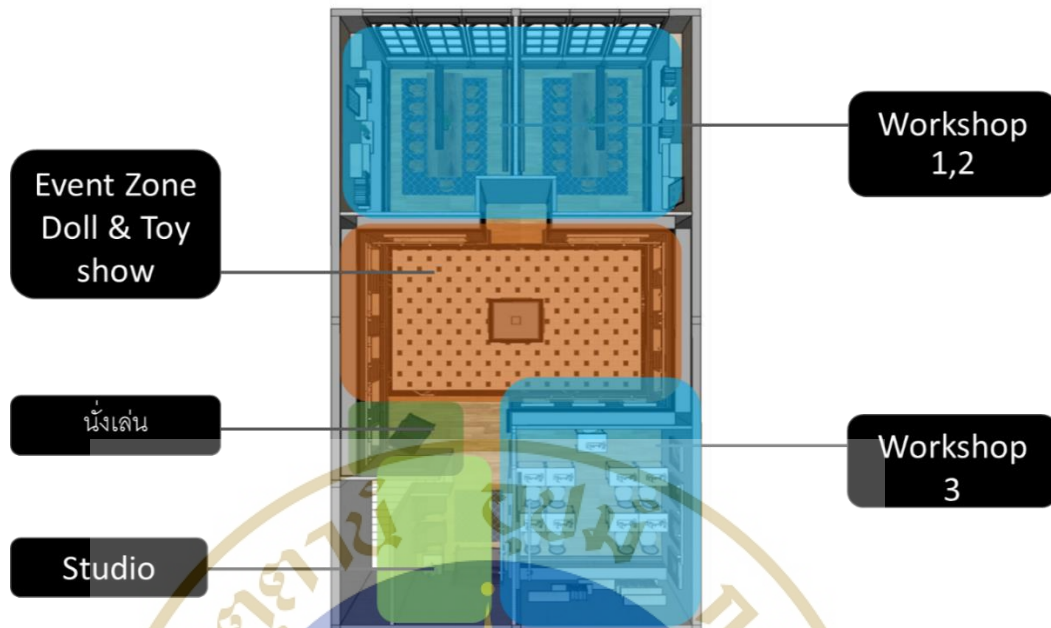
ภาพที่ 4.7 แสดงภาพการออกแบบและจัดสรรพื้นที่ชั้น 2

**ชั้นที่ 3** ออกแบบพื้นที่สำหรับ Workshop/ Studio/ Mini Market/ Event/ Meeting ต่างๆ  
 การออกแบบพื้นที่ชั้น 3 มีการแบ่งพื้นที่ให้สามารถเป็นพื้นที่ที่มีความยืดหยุ่นมากกว่า  
 ชั้น 1 และ 2 เนื่องจากเป็นชั้นที่ต้องมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย สามารถปรับเปลี่ยนไปตาม  
 เทศกาล หรือการจัดกิจกรรมในแต่ละเดือน และยังเป็นพื้นที่ที่แสดงโชว์ผลงานของร้านค้า / ผู้ซื้อ  
 สินค้าและบริการ

ตารางที่ 4.4 แสดงการจัดสรรพื้นที่ชั้น 3

Floor	การแบ่งพื้นที่	ใช้พื้นที่ (มีพื้นที่ 92 ตรม)	Activity	Brand
3	1.พื้นที่ Workshop	44	ดูสินค้า ถ่ายรูป Workshop จัด กิจกรรม	โชว์สินค้าของแต่ละ แบรนด์ ที่มี ยอดขายดี
	Room 1	16		
	Room 2	16		
	Room 3	12		
	2. Studio	8		
	3 Event Zone	5		
	4.พื้นที่ Community	10		
5. พื้นที่นั่งเล่น	10	Play		
6. พื้นที่ Doll & Toy Show	10	ดูสินค้า		
7. มุมพัก	5	พักผ่อนคลาย		
ชั้น 3 จุดได้ Max 50 คน ( ที่ว่าง 1 ตารางเมตร : 1 คน)				
ระยะเวลาการเข้าร้าน วัน หยุด เสาร์-อาทิตย์ เฉลี่ย : ทั่ววัน 10.00-18.00 (จากการ สังเกตร้านเช่า พื้นที่ )				
ลูกค้าใช้ระยะเวลา การ Workshop 10.00-18.00				





ภาพที่ 4.8 แสดงการออกแบบและจัดสรรพื้นที่ชั้นที่ 3

#### 4.2.3 การวางแผนด้านบุคคล (Human Resource Planning)

จากข้อมูลความสนใจในการมาซื้อสินค้าและใช้บริการที่ร้านฯ มีจำนวน 91.90% ที่สนใจจะมาใช้บริการ (ดูภาคผนวก จ ผลแบบสอบถาม) และช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์เป็นช่วงเวลาที่ผู้เล่นใช้เวลากับตุ๊กตาและของเล่นมากที่สุด 48.60% รองลงมา คือ เล่นทุกวัน 34.36% และเล่นเดือนละ 2-3 ครั้ง 17.04%

ร้าน โดบี้คอมมูนิตี้สเปซ มีความสามารถในการให้บริการสูงสุดตามตารางด้านล่าง

ตารางที่ 4.5 แสดงความสามารถในการให้บริการสูงสุดต่อเดือน

บริการ	จำนวน/เดือน	หน่วย
1. พื้นที่เช่าขายของ	15	ราย
2. พื้นที่ Cafe	1	ราย
3. Workshop	24	คอร์ส
4. Studio	96	ชั่วโมง
5. Dealer Doll	9	ตัว
6. ตุ๊กตาในตู้กาชาปอง	240	ตัว
7. Furniture	20	ชิ้น

ดังนั้น ในการเปิดร้านจะมีผู้มาใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ มากที่สุด และจากการมีบริการด้านต่างๆ จึงมีการวางแผนด้านบุคคล ดังนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงการจัดสรรบุคลากร

ตำแหน่ง	เงินเดือน (บาท / เดือน)	หน้าที่
ฝ่ายการขายและการตลาด	15,000	ดำเนินงานที่เป็นลักษณะ Operation ไม่ใช่ Marketing Strategy
พนักงานดูแลแต่ละชั้น	12,000	รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละชั้นและเรียนรู้ที่จะบริการลูกค้าที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มได้
พนักงานทำความสะอาด	9,000	ทำความสะอาด

1. พนักงานฝ่ายการขาย และการตลาด 1 ตำแหน่ง มีหน้าที่ในการขายพื้นที่และดำเนินงานเรื่อง Marketing ต้องมีความเข้าใจในพื้นที่และสินค้าของผู้เช่า เพื่อสามารถวางแผนการขายและการจัดการการตลาดได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

2. พนักงานดูแลแต่ละชั้น 3 ตำแหน่ง (ชั้นละ 1 คน) มีหน้าที่ในการดูแลสินค้าให้บริการลูกค้าในแต่ละกลุ่ม และสามารถสลับกลุ่มหรือชั้นได้ มีการร่วมเรียนรู้และ Share ปัญหา ร่วมกัน

3. พนักงานทำความสะอาด 1 ตำแหน่ง ดูแลทำความสะอาดทุกชั้น

4. สำหรับการจัดการทางด้านบัญชี ได้วางแผนใช้บริการ out source

ตารางที่ 4.7 แสดงการกำหนดวันและเวลาทำงาน

วัน	เวลา
อังคาร-ศุกร์	10.00 - 20.00 น.
เสาร์-อาทิตย์	9.00 - 21.00 น.

ตารางที่ 4.8 แสดงการทำงานของพนักงานในร้าน

ตำแหน่ง	Work Period
ผู้บริหาร	ตามวันและเวลาเปิดปิดของร้าน
พนักงานดูแลร้าน	ตามวันและเวลาเปิดปิดของร้าน
พนักงานด้านการตลาด การขาย	ตามวันและเวลาเปิดปิดของร้าน
ครูผู้ทำการสอน	เฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์
แม่บ้าน	เฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์

#### 4.2.4 การวางแผนด้านแรงงาน

- จัดทำ Job description
- กำหนดผู้สัมภาษณ์
- อธิบายรายละเอียดงานให้ชัดเจน
- คัดเลือกผู้สมัครงาน
- รับเข้าทำงาน
- ทำสัญญาให้ชัดเจน
- เริ่มทดลองงาน

#### 4.2.5 การวางแผนด้านการตลาด (Marketing Planning)

แบ่งเป็น 1) แผนการตลาด สำหรับการขายพื้นที่ และ 2) แผนการตลาดประจำปี

- ไตรมาสแรก ต้องทำการประชาสัมพันธ์ผ่าน Social media และลูกค้าที่ต้องการพื้นที่ในการขายสินค้าของตนเอง
  - ไตรมาสที่ 2 จัด Event เพื่อเปิดตัวร้าน และประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับรู้
  - ไตรมาสที่ 3 เพิ่มกิจกรรมและ Event เป็นระยะ เพื่อกระตุ้นการรับรู้ของลูกค้า ให้จดจำแบรนด์มากยิ่งขึ้น
  - ไตรมาสที่ 4 ทำการตลาด โดย Focus ไปยังลูกค้าแต่ละกลุ่ม
- โดยในปีที่ 2 เป้าหมายการรับรู้ของลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม ต้องได้ตามที่ตั้งไว้ 100% ปีที่ 3-4 เป็นการทำให้เป็นร้าน Top of mind ของลูกค้า และปีที่ 5 ทำ CSR ให้เหมาะสมกับธุรกิจ

#### 4.3 กระบวนการดำเนินงาน

ร้าน โดบีคอมมูนิตี้สเปซ แบ่งกระบวนการดำเนินงานสำหรับ 2 กลุ่มหลักๆ คือ

- ก) กลุ่มผู้เช่าพื้นที่
- ข) กลุ่มผู้ซื้อสินค้าและบริการ

### 4.3.1 กิจกรรมแรกเข้า

#### 4.3.1.1 กลุ่มผู้เช่าพื้นที่

- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ขายสินค้า Doll & Collectible toy
  - ประชาสัมพันธ์และนำเสนอแนวคิดของธุรกิจ
  - ดำเนินการเจรจารายละเอียดในการเช่าพื้นที่และการให้บริการ ซึ่งทางร้านจะมีการเจรจายื่นข้อเสนอที่แตกต่างกัน สำหรับผู้เช่าพื้นที่ที่เป็นแบรนด์หลักและผู้เช่าที่เป็นแบรนด์ย่อยทั่วไป
  - จัดการพาผู้เช่าเยี่ยมชมร้านและเลือกพื้นที่ รวมถึงสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ได้
  - ดำเนินการด้านเอกสาร และรายละเอียดสัญญาเช่า
- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ทำร้านอาหารและเครื่องดื่ม
  - วิเคราะห์และคัดเลือกร้านที่มีความเหมาะสมในการขายอาหารและเครื่องดื่มที่เหมาะสมกับร้านฯ
  - ประชาสัมพันธ์และนำเสนอแนวคิดธุรกิจกับผู้ที่เกี่ยวข้องเช่าพื้นที่
  - ดำเนินการเจรจารายละเอียดในการเช่าพื้นที่และการให้บริการ
  - ดำเนินการด้านเอกสาร และรายละเอียดสัญญาเช่า
- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ทำ Workshop
  - ประชาสัมพันธ์และนำเสนอแนวคิดของธุรกิจสำหรับผู้ต้องการเช่าพื้นที่ในการจัด Workshop เอง
  - ดำเนินการเจรจารายละเอียดในการเช่าพื้นที่และการให้บริการ ซึ่งทางร้านจะมีการยื่นข้อเสนอสำหรับแต่ละคอร์สแตกต่างกัน
  - ดำเนินการด้านเอกสาร และรายละเอียดสัญญาเช่า
- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่จัด Event / Party / Meeting
  - ประชาสัมพันธ์การเช่าพื้นที่ของร้าน
  - ดำเนินการเจรจาจัดสรรพื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา เพื่อเตรียมพื้นที่ล่วงหน้า
  - ดำเนินการด้านเอกสารกำหนดการชำระเงินล่วงหน้า



- กลุ่มผู้ต้องการเช่าห้อง Studio ถ่ายภาพ
  - ให้ผู้เช่าลงทะเบียนและระบุรายละเอียดต่างๆ เพื่อจองห้อง เช่น ระยะเวลา, ประเภทสินค้า, ขนาดสินค้า และ Theme ที่ต้องการ เพื่อเตรียมอุปกรณ์ให้เหมาะสม
  - กำหนดการชำระเงินล่วงหน้า

#### 4.3.1.2 กลุ่มผู้ซื้อสินค้าและบริการ

- กลุ่มผู้ซื้อสินค้า Doll & Collectible toy
  - ประชาสัมพันธ์ร้านฯ และสินค้าของแบรนด์ต่างๆ
  - สอบถามผู้ติดต่อไม่ว่าจะเป็นผ่านทางหน้าร้าน หรือออนไลน์ ถึงวัตถุประสงค์การติดต่อเรื่องซื้อสินค้าหรือรับบริการ
  - เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำถึงสินค้าและบริการในแต่ละชั้น พร้อมมอบเอกสารในการอธิบายเรื่องพื้นที่ขายสินค้า หรือถ้าต้องการให้พนักงานพาไปเยี่ยมชมร้าน ก็สามารถแจ้งเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลได้
- กลุ่มผู้ต้องการใช้บริการ Workshop
  - ประชาสัมพันธ์กิจกรรม Workshop ผ่านทางหน้าร้านและออนไลน์
  - ตรวจสอบข้อมูลการลงทะเบียนออนไลน์ ตามข้อกำหนดของทางร้าน ทางร้านอาจมีการเตรียมอุปกรณ์ให้ หรือลูกค้าต้องนำมาเอง
  - แจ้งลูกค้าเพื่อ Confirm การใช้บริการ โดยการโอนเงินล่วงหน้า หรือถ้ามีการปรับเปลี่ยน ต้องแจ้งล่วงหน้าตามข้อกำหนด
- กลุ่มผู้ต้องการ Pre-order สินค้ากับบริษัทที่ทางร้านฯ เป็น Dealer
  - รับคำสั่ง Pre-order สินค้าผ่านทางหน้าร้านหรือทางออนไลน์ ตามช่วงเวลาที่กำหนดเปิดรับ
  - ติดต่อกลับถึงผู้ที่สั่ง Pre-order และแจ้งข้อกำหนดผ่านทางหน้าร้านหรือทางออนไลน์ เช่น กำหนดการชำระเงินในรูปแบบต่างๆ
- กลุ่มผู้ต้องการใช้บริการ Doll Clinic
  - รับแจ้งปัญหาหรือความต้องการด้านต่างๆ ผ่านทางหน้าร้านหรือทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการดูแลรักษา หรือซ่อมแซม เช่น การ Re-String หรือเปลี่ยน String , บริการพ่น MSC (UV CUT) เพื่อป้องกันการเหลือง ที่เกิดจากแสงยูวี เป็นต้น

## 4.3.2 กิจกรรมระหว่างการใช้บริการ

### 4.3.2.1 กลุ่มผู้เช่าพื้นที่

- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ขายสินค้า Doll & Collectible toy
  - ประชาสัมพันธ์แบรนด์ต่างๆ ร่วมกับทางร้าน เพื่อส่งเสริมการขาย
  - จัดแสดงสินค้าที่แบรนด์นำมาขาย
  - ดำเนินการตรวจสอบการจัดพื้นที่ให้สอดคล้องกับยอดขาย
  - บริการดำเนินการส่งสินค้าให้แก่ผู้สั่งซื้อทางออนไลน์
- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ทำร้านอาหารและเครื่องดื่ม
  - ตรวจสอบพื้นที่ความเรียบร้อยของเครื่องมือและอุปกรณ์
  - ประชาสัมพันธ์อาหารและเครื่องดื่มให้แก่ผู้มาใช้บริการ
- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ทำ Workshop
  - ประชาสัมพันธ์กิจกรรม Workshop ร่วมกับผู้สอน
  - เตรียมพื้นที่และอุปกรณ์ ให้เพียงพอกับจำนวนผู้มาลงทะเบียนเรียน
  - สร้างสรรค์บรรยากาศในการเรียน ดูแลเรื่องกำหนดการและเวลา
- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่จัด Event / Party / Meeting
  - วิเคราะห์เพื่อจัดสรรพื้นที่ให้เหมาะกับ Concept หรือ Theme ในแต่ละงาน
  - ประชาสัมพันธ์งานร่วมกับทางผู้เช่า
  - จัดสรรและตรวจสอบอุปกรณ์ พื้นที่ในการจัดงาน
  - ควบคุมดูแลการตกแต่งสถานที่ร่วมกับผู้เช่า
  - ควบคุมดูแลพื้นที่เข้าออก
- กลุ่มผู้ต้องการเช่าห้อง Studio ถ่ายภาพ
  - เตรียมอุปกรณ์สำหรับการใช้งานในห้อง Studio ตามรายละเอียดที่ผู้เช่าแจ้ง
  - จัดสรรและตกแต่งพื้นที่ Studio
  - ดูแลผู้เช่าในระหว่างที่ดำเนินกิจกรรมจนจบงาน

#### 4.3.2.2 กลุ่มผู้ซื้อสินค้าและบริการ

- กลุ่มผู้ซื้อสินค้า Doll & Collectible toy
  - กลุ่มผู้ซื้อสินค้าเดินคู่ซื้อสินค้า
  - กลุ่มผู้ซื้อของเล่นในบริเวณที่จัดไว้ให้
  - กลุ่มผู้ซื้อถ่ายรูปตามอัธยาศัย
  - พนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้า ถ้าลูกค้าถาม รวมถึงคำแนะนำในการให้บริการในระบบสมาชิก
  - ให้ความร่วมมือในการขอความช่วยเหลือ เช่น พนักงานช่วยถ่ายรูปให้กับผู้ซื้อและสินค้า
- กลุ่มผู้ต้องการใช้บริการ Workshop
  - ตรวจสอบอุปกรณ์ในการทำ Workshop
  - ตรวจสอบความถูกต้องในการลงทะเบียนของผู้ใช้บริการ เมื่อถึงกำหนดเวลาในการให้บริการ
  - อำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้เรียนและผู้สอน
  - บริการอาหารและเครื่องดื่ม
  - วัดความพึงพอใจก่อนเรียน
  - ดำเนินการถ่ายรูปหลังร่วมกิจกรรม Workshop กับผู้สอน
- กลุ่มผู้ให้บริการ งาน Event , Meeting , Party
  - ตรวจสอบอุปกรณ์ในการดำเนินงาน การจัด Event ต่างๆ
  - ตรวจสอบความเรียบร้อยของพื้นที่ให้บริการ
  - จัดระเบียบในการเข้าออกงานของผู้ให้บริการ
- กลุ่มผู้ต้องการ Pre-order สินค้ากับบริษัทที่ทางร้านฯ เป็น Dealer
  - ตรวจสอบความถูกต้องรายละเอียดของสินค้าให้ตรงกัน ก่อนส่งรายการสั่งซื้อกับบริษัทต่างประเทศ
  - กำหนดช่วงระยะเวลาการโอนเงิน
  - รายงานผลเป็นระยะๆ เกี่ยวกับความคืบหน้าของสินค้า หรือปัญหาจากความล่าช้า
  - ตรวจสอบสินค้าและความถูกต้องในการสั่งเมื่อได้รับสินค้าจากบริษัทแม่

- กลุ่มผู้ต้องการใช้บริการ Doll Clinic
  - ดำเนินการดูแลรักษาสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ
  - แนะนำลูกค้าชมสินค้า หรือดูการทำงานของพนักงาน
  - ตรวจสอบสินค้าก่อนเรียกลูกค้ามารับสินค้า

### 4.3.3 กิจกรรมเมื่อออก

#### 4.3.3.1 กลุ่มผู้เช่าพื้นที่

- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ขายสินค้า Doll & Collectible toy
  - ร่วมตรวจสอบและวัดผลการตอบรับของลูกค้า รวมไปถึงการจัดพื้นที่โชว์สินค้าเพื่อพัฒนาปรับปรุงร่วมกันเป็นระยะ
  - มีกฎเกณฑ์การให้คะแนนพิเศษสำหรับร้านค้าที่มียอดขายดี และได้รับ feedback ที่ดีจากลูกค้า โดยแบรนด์กลุ่มที่ได้คะแนนพิเศษนี้จะได้เพิ่มพื้นที่จัดแสดงสินค้า และมีการประชาสัมพันธ์มากขึ้น เพื่อพัฒนากลายเป็นแบรนด์หลักของร้านต่อไป
  - ดำเนินการชำระเงินเป็นรายเดือนตามข้อกำหนด
  - วัดผลความพึงพอใจในพื้นที่ให้เช่า เช่น การเพิ่มขึ้นของลูกค้า ความเชื่อมั่นที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์ เนื่องจากมีที่ให้แสดงสินค้า เป็นต้น
- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ทำร้านอาหารและเครื่องดื่ม
  - ร่วมตรวจสอบการใช้พื้นที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงคุณภาพและมาตรฐานของร้าน
  - ดำเนินการชำระเงินเป็นรายเดือนตามข้อกำหนด
  - วัดผลความพึงพอใจในพื้นที่ให้เช่า เช่น การเพิ่มขึ้นของลูกค้า
- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่สำหรับ Workshop
  - ร่วมตรวจสอบการใช้พื้นที่ในการบริการ Workshop ในด้านความเหมาะสมของพื้นที่ กับจำนวนคน รวมไปถึงความสะดวกสบายในการทำกิจกรรมของผู้เรียนและผู้สอน
  - ดำเนินการชำระเงินเป็นรายครั้ง
  - วัดผลความพึงพอใจในพื้นที่ให้เช่า เช่น การเพิ่มขึ้นของลูกค้า บรรยากาศในการเรียนการสอน เป็นต้น

- กลุ่มผู้เช่าพื้นที่สำหรับ การจัด Event / Party / Meeting
  - ร่วมตรวจสอบการใช้พื้นที่ในการจัด Event ต่างๆ ทั้งในด้านความเหมาะสมของพื้นที่กับจำนวนคน ความสะอาดสบายในการทำกิจกรรมและการขายของ ตลอดจนอุปกรณ์ การแสดง เครื่องเสียงที่ใช้ภายในงาน
  - ดำเนินการชำระเงินเป็นรายครั้ง
  - ตรวจสอบความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่
- กลุ่มผู้ต้องการเช่าห้อง Studio ถ่ายภาพ
  - ร่วมตรวจสอบการใช้ห้อง Studio ในด้านความเหมาะสมกับประเภทและขนาดของสินค้า
  - ดำเนินการชำระเงินรายครั้ง
  - ตรวจสอบความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ในแต่ละครั้ง
- 4.3.2.2 กลุ่มผู้ซื้อสินค้าและบริการ
  - กลุ่มผู้ซื้อสินค้า Doll & Collectible toy
    - พนักงานกล่าวขอบคุณสำหรับการซื้อสินค้าและบริการ พร้อมอธิบายถึงรายละเอียดของสินค้าและการจัดกิจกรรมต่างๆ ของร้านที่ถูกค้าอาจจะไม่รู้
    - ชำระค่าสินค้า
    - ตรวจสอบความพึงพอใจในการให้บริการ
  - กลุ่มผู้ต้องการใช้บริการ Workshop
    - ถ่ายรูปผลงานเพื่อเก็บบันทึกไว้ในส่วนของการบริการ
    - แนะนำการสมัครเป็นสมาชิกของร้านเพื่อรับส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป
    - วัดความพึงพอใจหลังทำกิจกรรม workshop
  - กลุ่มผู้ใช้บริการ งาน Event / Party / Meeting
    - ถ่ายรูปในการร่วมกิจกรรม Event ต่างๆ
    - กล่าวขอบคุณเมื่อลูกค้าเริ่มทยอยออกจากงาน และประชาสัมพันธ์เชิญชวนมางานที่ร้านจะจัดในครั้งต่อไป
    - วัดความพึงพอใจในการจัดงาน



- กลุ่มผู้ต้องการ Pre-order สินค้ากับบริษัทที่ทางร้านฯ เป็น Dealer
  - แจ้งลูกค้าเกี่ยวกับรายละเอียดการได้รับสินค้า และดำเนินการส่งสินค้าให้
  - ขอความร่วมมือลูกค้าแจ้งกลับเมื่อได้รับสินค้าแล้ว เพื่อตรวจสอบคุณภาพและความถูกต้องของการจัดส่ง
  - วัตถุประสงค์ความพึงพอใจในการบริการ
- กลุ่มผู้ต้องการใช้บริการ Doll Clinic
  - ลูกค้าตรวจสอบสินค้าก่อนชำระค่าบริการ
  - ลูกค้าชำระค่าบริการ
  - วัตถุประสงค์ความพึงพอใจในการบริการ



## บทที่ 5

### วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

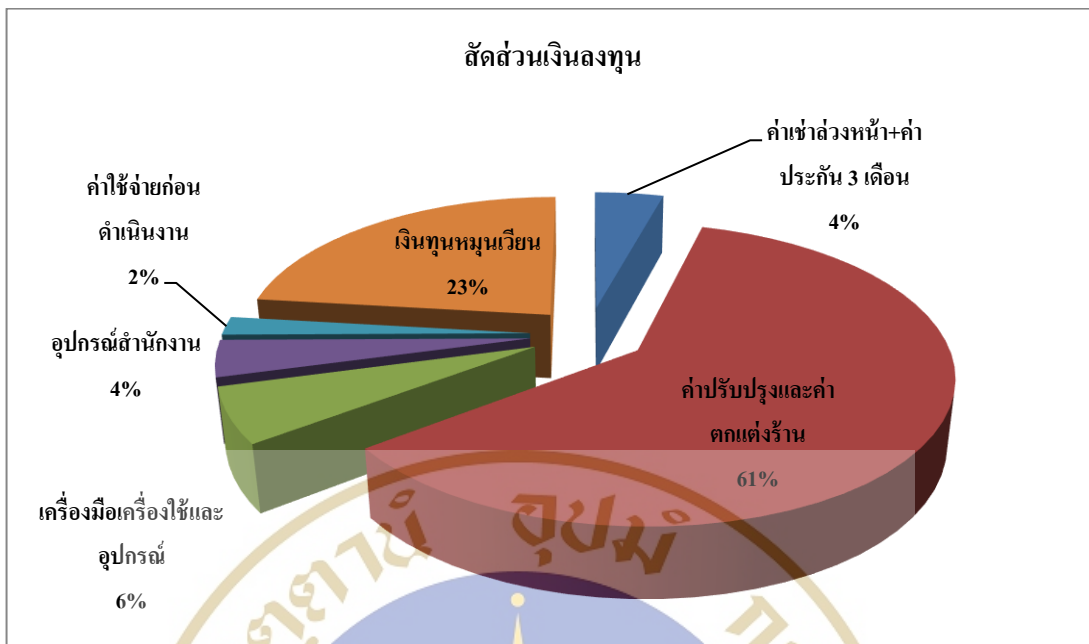
#### 5.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงินบริษัท

บริษัทมีนโยบายในการจัดหาแหล่งเงินทุน โดยมาจากเงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น 100% โดยจากประมาณการขั้นต้น พบว่า บริษัทต้องใช้จ่ายเงินลงทุนเริ่มต้น 4,957,000 บาท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงที่มาของเงินลงทุนในโครงการ

หน่วย : บาท

รายการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ค่าเช่าล่วงหน้า + ค่าประกัน 3 เดือน	210,000	210,000	-
ค่าปรับปรุงและค่าตกแต่งร้าน	3,000,000	3,000,000	-
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	300,000	300,000	-
ยานพาหนะ	-	-	-
อุปกรณ์สำนักงาน	200,000	200,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	100,000	100,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	1,147,000	1,147,000	-
<b>รวม</b>	<b>4,957,000</b>	<b>4,957,000</b>	-



ภาพที่ 5.1 แสดงการใช้ไปของเงินทุนและการลงทุนในทรัพย์สิน

ตารางที่ 5.2 แสดงรายละเอียดการตกแต่งร้าน

หน่วย : บาท

เครื่องใช้และของตกแต่ง	จำนวน	ราคา/หน่วย	รวม
เครื่องเสียง	1	12,000	12,000
โทรทัศน์ LED	3	16,000	48,000
กระถางต้นไม้ตกแต่ง	5	1,200	6,000
โต๊ะ	9	2,000	18,000
เก้าอี้	11	600	6,600
คอมไฟ	3	12,000	36,000
จักรเย็บผ้า	10	15,000	150,000
ภาพวาด	3	2,000	6,000
		<b>รวม</b>	<b>282,600</b>

ตารางที่ 5.3 แสดงรายละเอียดการตกแต่งร้าน (ต่อ)

หน่วย : บาท

ห้องน้ำ	จำนวน	ราคา/หน่วย	รวม
โถสุขภัณฑ์	3	2,500	7,500
อ่างล้างมือ	3	1,000	3,000
ก๊อกอ่างล้างมือ	3	300	900
สายฉีดชำระ	3	200	600
กระจกห้องน้ำ	3	1,800	5,400
		รวม	17,400

ส่วนสำนักงาน	จำนวน	ราคา/หน่วย	รวม
โต๊ะ	2	4,000	8,000
เก้าอี้	3	2,000	6,000
คอมพิวเตอร์	2	21,000	42,000
เครื่องมัลติฟังก์ชัน	2	7,000	14,000
โทรศัพท์มือถือ	3	13,000	39,000
เครื่องเก็บเงินสด	1	40,000	40,000
ติดตั้ง internet	1	3,000	3,000
เครื่องเขียน	1	3,000	3,000
กล่องวงจรปิด	1	35,000	35,000
ตู้เก็บเอกสาร	2	5,000	10,000
		รวม	200,000

สิ่งปลูกสร้าง	จำนวน	ราคา/หน่วย	รวม
ออกแบบและตกแต่งภายใน	1	2,942,000	2,942,000
ประตูเลื่อนอัตโนมัติ	1	58,000	58,000
		รวม	3,000,000

## 5.2 ที่มาของรายได้

### 5.2.1 รายได้จากการขายสินค้าและบริการ

การประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการของร้าน โคบี้คอมมูนิตี้สเปซ ในช่วง 5 ปีแรก เป็นดังนี้

ตารางที่ 5.4 แสดงปริมาณการให้บริการตามประมาณการ

หน่วย : ราย

คิดเป็นร้อยละของปริมาณการบริการสูงสุด	ชื่อบริการ	50%	70%	90%	90%	90%
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการ 1	ค่าเช่าพื้นที่ขายของ	90	126	162	162	162
บริการ 2	ค่าเช่าพื้นที่ Café	1	1	1	1	1
บริการ 3	ค่าเช่า Workshop	144	202	259	259	259
บริการ 5	Dealer Dolls	54	76	97	97	97
บริการ 6	ตู้กาชาปอง	1,440	2,016	2,592	2,592	2,592
บริการ 7	Furniture	120	168	216	216	216
	รวม	2,436	3,406	4,375	4,375	4,375



ตารางที่ 5.5 แสดงอัตราค่าบริการต่อหน่วย

	ชื่อบริการ	บาท	หน่วย
บริการ 1	ค่าเช่าพื้นที่ขายของ	30,000	ราย
บริการ 2	ค่าเช่าพื้นที่ Café	180,000	ราย
บริการ 3	ค่าเช่า Workshop	25,000	ราย
บริการ 4	ค่าเช่า Studio	500	ชม.
บริการ 5	Dealer Dolls	6,000	ตัว
บริการ 6	ตู้กาชาปอง	50	ตัว
บริการ 7	Furniture	4,500	ตัว

ตารางที่ 5.6 แสดงรายได้ต่อปีและต่อเดือน

หน่วย : บาท

	ชื่อบริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการ 1	ค่าเช่าพื้นที่ขาย ของ	2,700,000	3,780,000	4,860,000	4,860,000	4,860,000
บริการ 2	ค่าเช่าพื้นที่ Café	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
บริการ 3	ค่าเช่า Workshop	3,600,000	5,040,000	6,480,000	6,480,000	6,480,000
บริการ 4	ค่าเช่า Studio	288,000	403,200	518,400	518,400	518,400
บริการ 5	Dealer Doll	324,000	453,600	583,200	583,200	583,200
บริการ 6	ตู้กาชาปอง	72,000	100,800	129,600	129,600	129,600
บริการ 7	Furniture	540,000	756,000	972,000	972,000	972,000
	รวม	7,704,000	10,713,600	13,723,200	13,723,200	13,723,200
	รายได้ต่อเดือน	642,000	892,800	1,143,600	1,143,600	1,143,600

## 5.2.2.1 ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

ตารางที่ 5.7 แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ค่าเช่า Workshop

ต้นทุน 1	อุปกรณ์	8,000	บาท / คอร์ส
ต้นทุน 2	อาหาร	500	บาท / คอร์ส
	<b>รวม</b>	<b>8,500</b>	<b>บาท / คอร์ส</b>

ตารางที่ 5.8 แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ค่า Furniture

ต้นทุน 1	ต้นทุนผลิต	1,000	บาท / ตัว
ต้นทุน 2	Shipping	1,000	บาท / ตัว
	<b>รวม</b>	<b>2,000</b>	<b>บาท / ตัว</b>

## 5.2.2.2 ต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่ คำนวณจากค่าใช้จ่าย 4 ด้าน ประกอบด้วย ค่าแรงในการให้บริการและในการขายและบริหาร (เงินเดือนประจำ) ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ค่าแรงในการให้บริการและในการขายและบริหาร (เงินเดือนประจำ) โดยประมาณการค่าจ้างแรงงานพนักงานและผู้บริหารรวม 8 คน ในปี 1-3 และ 9 คน ในปี 4-5 ซึ่งมีการแจกแจงรายละเอียดตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 5.9 แสดงแรงงานในการให้บริการ

หน่วย : บาท

เงินเดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
12,000	พนักงานดูแลร้าน	3	3	3	3	3
9,000	แม่บ้าน	1	1	1	1	1
	<b>ค่าแรงในการให้บริการ</b>	<b>540,000</b>	<b>540,000</b>	<b>540,000</b>	<b>540,000</b>	<b>540,000</b>

ตารางที่ 5.10 แสดงแรงงานในการขายและบริหาร

หน่วย : บาท

เงินเดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
50,000	ผู้บริหาร	1	1	1	1	1
30,000	การตลาด การขาย (พื้นที่)	1	1	1	1	1
40,000	ครูสอน workshop	2	2	2	3	3
<b>ค่าแรงในการขายและบริหาร</b>		<b>1,920,000</b>	<b>1,920,000</b>	<b>1,920,000</b>	<b>2,400,000</b>	<b>2,400,000</b>

ตารางที่ 5.11 แสดงต้นทุนต้นแปร (ต่อปี)

หน่วย : บาท

ชื่อบริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่า Workshop	1,224,000	1,713,600	2,203,200	2,203,200	2,203,200
Furniture	240,000	336,000	432,000	432,000	432,000
<b>รวม</b>	<b>1,464,000</b>	<b>2,049,600</b>	<b>2,635,200</b>	<b>2,635,200</b>	<b>2,635,200</b>

ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ มีการแจกแจงรายละเอียดตามตารางที่ 5.12

ตารางที่ 5.12 แสดงค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำ ค่าไฟ	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
อินเทอร์เน็ต	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
โทรศัพท์	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
<b>รวม</b>	<b>96,000</b>	<b>96,000</b>	<b>96,000</b>	<b>96,000</b>	<b>96,000</b>

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด มีค่าโฆษณาในช่วง 1 ปีแรกสูงมาก โดยการใช้ Influencer คือ เจริญให้คนที่มีความเชี่ยวชาญในวงการ Doll & Collectible toy เข้ามาเช่าพื้นที่ในร้านฯ ฟรี เนื่องจากต้องเร่งสร้างการรับรู้ (Brand awareness) ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีแผนโปรโมทร้าน โดยการไปออกบูธตามงานแสดงสินค้า Doll & Collectible toy สมัาเสมอในช่วง 5 ปีแรก เพื่อให้ลูกค้ารู้จักและรับรู้ Brand ซึ่งมีการแจกแจงรายละเอียดตามตารางที่ 5.13

ตารางที่ 5.13 แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
โฆษณาผ่านสื่อ online ต่างๆ	312,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ออก Booth	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
<b>รวม</b>	<b>322,000</b>	<b>22,000</b>	<b>22,000</b>	<b>22,000</b>	<b>22,000</b>

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารร้านฯ เนื่องจากต้องตาม 4949Trend วงการ Doll & Collectible toy ของตลาดต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ฮองกง จีน ดังนั้น ผู้บริหารจำเป็นต้องเดินทางไปดูงาน Doll & Toy Event ที่ต่างประเทศ เพื่อรู้ทันกระแสความนิยมเกี่ยวกับ Doll & Collectible toy และนำมาปรับใช้ในการบริหารจัดการร้าน เพื่อให้ร้านฯ ยังอยู่ใน Trend ของตลาดต่อไป โดยมีการแจกแจงรายละเอียดตามตารางที่ 5.14

ตารางที่ 5.14 แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเดินทาง	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
ค่าไปดูงาน	-	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าเช่า	840,000	840,000	840,000	840,000	840,000
<b>รวม</b>	<b>990,000</b>	<b>1,090,000</b>	<b>1,090,000</b>	<b>1,090,000</b>	<b>1,090,000</b>

### 5.3 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

ตารางที่ 5.15 แสดงประมาณการเงินทุนหมุนเวียน

1 เดือน

หน่วย : บาท

ลูกหนี้การค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ลูกหนี้การค้า	642,000	892,800	1,143,600	1,143,600	1,143,600
ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	642,000	250,800	250,800	-	-

1 เดือน

หน่วย : บาท

เจ้าหนี้การค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เจ้าหนี้การค้า	122,000	170,800	219,600	219,600	219,600
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	122,000	48,800	48,800	-	-

1 เดือน

หน่วย : บาท

งานระหว่างทำ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
งานระหว่างทำ	205,000	253,800	302,600	302,600	302,600
งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น	205,000	48,800	48,800	-	-

1 เดือน

หน่วย : บาท

สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	122,000	170,800	219,600	219,600	219,600
สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	122,000	48,800	48,800	-	-

เงินทุนหมุนเวียน

122,000

122,000

122,000

122,000

122,000



## 5.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

บริษัทฯ คาดว่าจะมีกำไรสุทธิในปีแรกของการดำเนินการเท่ากับ 1,561,600 บาท และเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในปีต่อไป อันเป็นผลมาจากการ โปรโมทและจัด Event ในช่วงแรก

ตารางที่ 5.16 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>รายได้</b>	7,704,000	10,713,600	13,723,200	13,723,200	13,723,200
<b>ต้นทุนการให้บริการ</b>					
- ต้นทุนบริการแปรได้	1,464,000	2,049,600	2,635,200	2,635,200	2,635,200
- แรงงานในการบริการ	540,000	540,000	540,000	540,000	540,000
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000
รวมต้นทุนการให้บริการ	2,460,000	3,045,600	3,631,200	3,631,200	3,631,200
<b>กำไรขั้นต้น</b>	5,244,000	7,668,000	10,092,000	10,092,000	10,092,000
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>					
- แรงงานในการขายและบริหาร	1,920,000	1,920,000	1,920,000	2,400,000	2,400,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	322,000	22,000	22,000	22,000	22,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	990,000	1,090,000	1,090,000	1,090,000	1,090,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	3,292,000	3,092,000	3,092,000	3,572,000	3,572,000
<b>กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้</b>	1,952,000	4,576,000	7,000,000	6,520,000	6,520,000
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
<b>กำไรก่อนหักภาษีเงินได้</b>	1,952,000	4,576,000	7,000,000	6,520,000	6,520,000
ภาษีเงินได้	390,400	915,200	1,400,000	1,304,000	1,304,000
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>1,561,600</b>	<b>3,660,800</b>	<b>5,600,000</b>	<b>5,216,000</b>	<b>5,216,000</b>

## 5.5 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 5.17 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>แหล่งที่มาของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุน	4,957,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
- รายได้	7,704,000	10,713,600	13,723,200	13,723,200	0
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	122,000	48,800	48,800	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	12,783,000	10,762,400	13,772,000	13,723,200	13,723,200
<b>แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	3,810,000	-	-	-	-
- ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	2,100,000	2,685,600	3,271,200	3,271,200	3,271,200
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	3,232,000	3,032,000	3,032,000	3,512,000	3,512,000
- ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	390,400	915,200	1,400,000	1,304,000	1,304,000
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	642,000	250,800	250,800	-	-
- งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น	205,000	48,800	48,800	-	-
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	122,000	48,800	48,800	-	-
- ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	10,501,400	6,981,200	8,051,600	8,087,200	8,087,200
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	2,281,600	6,062,800	11,783,200	17,419,200
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	2,281,600	3,781,200	5,720,400	5,636,000	5,636,000
<b>เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด</b>	<b>2,281,600</b>	<b>6,062,800</b>	<b>11,783,200</b>	<b>17,419,200</b>	<b>23,055,200</b>

## 5.6 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 5.18 แสดงประมาณการงบดุล

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>					
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	2,281,600	6,062,800	11,783,200	17,419,200	23,055,200
- ลูกหนี้การค้า	642,000	892,800	1,143,600	1,143,600	1,143,600
- งานระหว่างทำ	205,000	253,800	302,600	302,600	302,600
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	122,000	170,800	219,600	219,600	219,600
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,250,600	7,380,200	13,449,000	19,085,000	24,721,000
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>					
- ที่ดินและการปรับปรุง	210,000	210,000	210,000	210,000	210,000
- สิ่งปลูกสร้าง	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
- เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	3,810,000	3,810,000	3,810,000	3,810,000	3,810,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	420,000	840,000	1,260,000	1,680,000	2,100,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	3,390,000	2,970,000	2,550,000	2,130,000	1,710,000
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>6,640,600</b>	<b>10,350,200</b>	<b>15,999,000</b>	<b>21,215,000</b>	<b>26,431,000</b>

ตารางที่ 5.19 แสดงประมาณการงบดุล (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>					
- เจ้าหนี้การค้า	122,000	170,800	219,600	219,600	219,600
รวมหนี้สินหมุนเวียน	122,000	170,800	219,600	219,600	219,600
<b>หนี้สินระยะยาว</b>	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	122,000	170,800	219,600	219,600	219,600
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
- เงินลงทุน	4,957,000	4,957,000	4,957,000	4,957,000	4,957,000
- กำไรสะสม	1,561,600	5,222,400	10,822,400	16,038,400	21,254,400
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	6,518,600	10,179,400	15,779,400	20,995,400	26,211,400
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>6,640,600</b>	<b>10,350,200</b>	<b>15,999,000</b>	<b>21,215,000</b>	<b>26,431,000</b>

## 5.7 การประเมินโครงการ

สมมติฐานให้ค่า  $k(i) = 10\%$  จากการประมาณโครงการในระยะเวลา 5 ปี โครงการแผนธุรกิจโคบีคอมพิวเตอร์สเปซ จะมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 10,989,916 บาท และให้อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ที่ 68.88% ในระยะเวลากู้เงิน 1 ปี 10 เดือน

## 5.8 กรณีสถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย (กรณี Worst Case)

กรณีสถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย ปัญหาอาจเกิดจากการประมาณการขนาดตลาด (Market size) ที่สูงเกินไป หรือสาเหตุอื่นใดก็ตาม ส่งผลให้อัตรากำไรเข้ามาเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการร้านลดน้อยลง โดยประมาณการลดลง 30% ซึ่งมีการแจกแจงรายละเอียดตามตารางที่ 5.20

ตารางที่ 5.20 แสดงปริมาณการให้บริการ กรณี Worst Case

หน่วย : ราย

คิดเป็นร้อยละของปริมาณการบริการสูงสุด		35%	49%	63%	63%	63%
	ชื่อบริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการ 1	ค่าเช่าพื้นที่ขายของ	63	88	113	113	113
บริการ 2	ค่าเช่าพื้นที่ Café	12	12	12	12	12
บริการ 3	ค่าเช่า Workshop	101	141	181	181	181
บริการ 4	ค่าเช่า Studio	403	564	726	726	726
บริการ 5	Dealer Dolls	38	53	68	68	68
บริการ 6	ตู้กาชาปอง	1,008	1,411	1,814	1,814	1,814
บริการ 7	Furniture	84	118	151	151	151
	<b>รวม</b>	<b>1,709</b>	<b>2,388</b>	<b>3,066</b>	<b>3,066</b>	<b>3,066</b>

โดยในกรณี Worst Case โครงการฯ จะมีเงินลงทุน ดังตารางที่ 5.21

ตารางที่ 5.21 แสดงที่มาของเงินลงทุนในโครงการ กรณี Worst Case

หน่วย : บาท

รายการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	210,000	210,000	-
สิ่งปลูกสร้าง	3,000,000	3,000,000	-
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	300,000	300,000	-
อุปกรณ์สำนักงาน	200,000	200,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	100,000	100,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	832,000	832,000	-
<b>รวม</b>	<b>4,642,000</b>	<b>4,642,000</b>	<b>-</b>



จากตารางที่ 5.22 สามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการฯ โดยเมื่อพิจารณาตามประมาณการในกรณีที่สถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย โครงการฯ จะมีรายได้เท่ากับ 5,446,800บาท และมีกำไรสุทธิเพียง 107,200 ในปีแรก โดยจะเริ่มมีกำไรมากขึ้นเป็น 1,624,640 ในปีถัดมา

ตารางที่ 5.22 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน กรณี Worst Case

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>รายได้</b>	5,446,800	7,553,520	9,660,240	9,660,240	9,660,240
<b>ต้นทุนการให้บริการ</b>					
- ต้นทุนบริการแปรได้	1,024,800	1,434,720	1,844,640	1,844,640	1,844,640
- แรงงานในการบริการ	540,000	540,000	540,000	540,000	540,000
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000
<b>รวมต้นทุนการให้บริการ</b>	<b>2,020,800</b>	<b>2,430,720</b>	<b>2,840,640</b>	<b>2,840,640</b>	<b>2,840,640</b>
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>3,426,000</b>	<b>5,122,800</b>	<b>6,819,600</b>	<b>6,819,600</b>	<b>6,819,600</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>					
- แรงงานในการขายและบริหาร	1,920,000	1,920,000	1,920,000	2,400,000	2,400,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	322,000	22,000	22,000	22,000	22,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	990,000	1,090,000	1,090,000	1,090,000	1,090,000
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>3,292,000</b>	<b>3,092,000</b>	<b>3,092,000</b>	<b>3,572,000</b>	<b>3,572,000</b>
<b>กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้</b>	<b>134,000</b>	<b>2,030,800</b>	<b>3,727,600</b>	<b>3,247,600</b>	<b>3,247,600</b>
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
<b>กำไรก่อนหักภาษีเงินได้</b>	<b>134,000</b>	<b>2,030,800</b>	<b>3,727,600</b>	<b>3,247,600</b>	<b>3,247,600</b>
ภาษีเงินได้	26,800	406,160	745,520	649,520	649,520
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>107,200</b>	<b>1,624,640</b>	<b>2,982,080</b>	<b>2,598,080</b>	<b>2,598,080</b>

ตารางที่ 5.23 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด กรณี Worst Case

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>แหล่งที่มาของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุน	4,642,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
- รายได้	5,446,800	7,553,520	9,660,240	9,660,240	9,660,240
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	85,400	34,160	34,160	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	10,174,200	7,587,680	9,694,400	9,660,240	9,660,240
<b>แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	3,810,000	-	-	-	-
- ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	1,660,800	2,070,720	2,480,640	2,480,640	2,480,640
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	3,232,000	3,032,000	3,032,000	3,512,000	3,512,000
- ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	26,800	406,160	745,520	649,520	649,520
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	453,900	175,560	175,560	-	-
- งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น	168,400	34,160	34,160	-	-
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	85,400	34,160	34,160	-	-
- ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	9,437,300	5,752,760	6,502,040	6,642,160	6,642,160
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	736,900	2,571,820	5,764,180	8,782,260
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	736,900	1,834,920	3,192,360	3,018,080	3,018,080
					11,800,34
<b>เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด</b>	736,900	2,571,820	5,764,180	8,782,260	0

ตารางที่ 5.24 แสดงประมาณการงบดุลกรณีที่ไม่เป็นไปตามคาดหมาย หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>					
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	736,900	2,571,820	5,764,180	8,782,260	11,800,340
- ลูกหนี้การค้า	453,900	629,460	805,020	805,020	805,020
- งานระหว่างทำ	168,400	202,560	236,720	236,720	236,720
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	85,400	119,560	153,720	153,720	153,720
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,444,600	3,523,400	6,959,640	9,977,720	12,995,800
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>					
- ที่ดินและการปรับปรุง	210,000	210,000	210,000	210,000	210,000
- สิ่งปลูกสร้าง	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
- เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	3,810,000	3,810,000	3,810,000	3,810,000	3,810,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	420,000	840,000	1,260,000	1,680,000	2,100,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	3,390,000	2,970,000	2,550,000	2,130,000	1,710,000
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>4,834,600</b>	<b>6,493,400</b>	<b>9,509,640</b>	<b>12,107,720</b>	<b>14,705,800</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>					
- เจ้าหนี้การค้า	85,400	119,560	153,720	153,720	153,720
รวมหนี้สินหมุนเวียน	85,400	119,560	153,720	153,720	153,720
รวมหนี้สิน	85,400	119,560	153,720	153,720	153,720
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
- เงินลงทุน	4,642,000	4,642,000	4,642,000	4,642,000	4,642,000
- กำไรสะสม	107,200	1,731,840	4,713,920	7,312,000	9,910,080
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,749,200	6,373,840	9,355,920	11,954,000	14,552,080
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>4,834,600</b>	<b>6,493,400</b>	<b>9,509,640</b>	<b>12,107,720</b>	<b>14,705,800</b>

### ประเมินโครงการในกรณีที่สถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย

สมมติฐานให้ค่า  $k(i) = 10\%$  จากการประมาณโครงการในระยะเวลา 5 ปี โครงการแผนธุรกิจโคบีคอมมูนิตี้สเปซ สำหรับกรณีที่สถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย จะมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 3,653,155 บาท และให้อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ที่ 33.43% ในระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 11 เดือน



## บทที่ 6

### บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน

#### 6.1 บทสรุปภาพรวมการทำธุรกิจ

แผนธุรกิจ โดบี้คอมมูนิตีส์สเปซ (DOBY Community Space) ศูนย์รวมสินค้าและบริการเกี่ยวกับ Doll & Collectible Toy และ Workshop งานฝีมือของคนรักตุ๊กตา เริ่มต้นจากการรักและหลงใหลในตุ๊กตาจึงได้มองเห็นปัญหาและโอกาสของการทำธุรกิจนี้ โดยทางกลุ่มผู้วิจัยได้มีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้าและบริการ รวมถึงการเช่าพื้นที่เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ในร้าน “DOBY Community Space” เพื่อให้ทราบถึงปัญหาของการซื้อขายและ workshop เกี่ยวกับตุ๊กตาและของเล่นที่มีในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการที่ร้าน “DOBY Community Space” เพื่อให้ทราบถึงปัญหาของร้านค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน จนกระทั่งออกมาเป็น โดบี้คอมมูนิตีส์สเปซ (DOBY Community Space)

##### 6.1.1 บทสรุปขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจ

บริษัท โดบี้คอมมูนิตีส์สเปซ (DOBY Community Space) จำกัด จัดตั้งร้านโดบี้คอมมูนิตีส์สเปซ (DOBY Community Space) อยู่ตรงข้ามห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์งามวงศ์วาน อาคารเลขที่ 532/1 ซอยงามวงศ์วาน ตำบลบางเขน อำเภอเมือง จ.นนทบุรี ลักษณะของอาคาร คือ อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น หน้ากว้าง 8 เมตร ลึก 17 เมตร มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 350 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็นชั้นที่ 1 พื้นที่สำหรับ กลุ่มผู้เช่า Doll & Accessory ชั้นที่ 2 แบ่งพื้นที่เป็น 2 ส่วน สำหรับกลุ่มผู้เช่า Doll & Accessory และกลุ่ม Collectible Toy และชั้นที่ 3 พื้นที่สำหรับ Workshop/ Studio/ Mini Market/ Event/ Meeting ต่างๆ การคมนาคมสะดวก เดินทางได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็น รถโดยสารประจำทาง รถตู้ รถยนต์ส่วนตัว ซึ่งมีที่จอดรถเพียงพอ



การบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ตามแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯนั้น ทางบริษัท โดบี้คอมมูนิตีส์เปซ (DOBY Community Space) จำกัด ได้จัดให้มีการวางแผนและแผนงานรวมทั้งหน้าที่ความรับผิดชอบงานในแต่ละตำแหน่งเพื่อให้พนักงานทุกคนได้ดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ โดยผ่านการจัดลำดับขั้นตอนสายบังคับบัญชาของแต่ละคนในแต่ละสายงาน ในด้านการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดเป็นมาตรฐานที่ดี ทางบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการทำเอกสารเพื่อตรวจสอบการทำงานในแต่ละขั้นตอน เพื่อลดความผิดพลาดและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อบริษัทฯ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

### 6.1.2 บทสรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน

ในด้านการเงินของบริษัท โดบี้คอมมูนิตีส์เปซ (DOBY Community Space) จำกัด ซึ่งเป็น ศูนย์รวมสินค้าและบริการเกี่ยวกับ Doll & Collectible Toy และ Workshop งานฝีมือของคนรักตุ๊กตา ได้ใช้ข้อมูลจากคู่แข่งหลักทางการตลาดอย่าง Valkyrie Gate, Gryffindoll, Monachome และ Mahanatoys มาเป็นจุดตั้งต้นในการคำนวณหาความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยให้ผลจากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินของธุรกิจ ดังนี้

ตารางที่ 6.1 แสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>1. วัตถุประสงค์ทางการเงิน</b>					
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	26.64	43.21	61.24	86.91	112.57
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	23.96	40.72	58.87	84.53	110.19
<b>2. วัดความสามารถในการทำกำไร</b>					
- อัตรากำไรขั้นต้น	68.07%	71.57%	73.54%	73.54%	73.54%
- อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	25.34%	42.71%	51.01%	47.51%	47.51%
- อัตรากำไรสุทธิ	20.27%	34.17%	40.81%	38.01%	38.01%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม	23.52%	35.37%	35.00%	24.59%	19.73%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	23.96%	35.96%	35.49%	24.84%	19.90%

ตารางที่ 6.2 แสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>3. วัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง</b>					
- อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	0.02	0.02	0.01	0.01	0.01
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	0.02	0.02	0.01	0.01	0.01

### 1. อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)

ทางด้านอัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทฯ ที่เกิดจากแผนธุรกิจโดบีคอมมูนิตีส์สเปซ (DOBY Community Space) บริษัทฯ มีสภาพคล่องทางการเงินที่ดีมาก เนื่องจากบริษัทไม่มีหนี้สิน ไม่มีการกู้ยืมเงิน ลงทุนในส่วนของเจ้าของ 100% จึงส่งผลให้การบริหารสภาพคล่องภายในบริษัทเป็นไปได้อย่างดี ทั้งนี้ทางบริษัทฯ ได้เครดิตทางการค้าจากเจ้าหนี้ทางการค้าจำนวน 30 วัน ซึ่งถือเป็นการบริหารสภาพคล่องทางการเงินที่ดีทั้งรายรับและรายจ่าย

### 2. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)

ทางด้านความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ที่เกิดจากแผนธุรกิจโดบีคอมมูนิตีส์สเปซ (DOBY Community Space) พบว่ามีความสามารถในการทำกำไรที่สูง โดยมีรายได้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมด โดยในปีแรก สามารถทำกำไรสุทธิได้ 1.5 ล้านบาท คิดเป็น 20% เมื่อเทียบกับรายได้ ดังนั้นประสิทธิภาพจากการทำกำไรที่เกิดจากการลงทุนในสินทรัพย์และส่วนของผู้ถือหุ้นจึงมีตัวเลขที่สูง ซึ่งตัวเลขดังกล่าวเป็นตัวบ่งชี้ถึงประสิทธิภาพโดยรวมของบริษัทฯ แสดงความน่าสนใจในการลงทุน

### 3. อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (Leverage Ratio)

ทางด้านความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทฯ ที่เกิดจากแผนธุรกิจโดบีคอมมูนิตีส์สเปซ (DOBY Community Space) พบว่าบริษัทฯ มีความสามารถในการชำระหนี้ที่สูง ซึ่งเห็นได้จากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม และหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีสัดส่วนที่ต่ำมาก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าบริษัทมีความสามารถในการชำระหนี้ที่สูง

## 6.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน

### 6.2.1 ข้อเสนอแนะในด้านการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

ทางบริษัท โดบี้คอมมูนิตี้สเปซ (DOBY Community Space) จำกัด วางกลยุทธ์การเติบโตของธุรกิจ โดยในช่วงสองปีแรกนั้นทางบริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้า โดยเลือกการคัดเลือกแบรนด์ที่ต้องการเข้าพื้นที่ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ และมีฐานลูกค้าเป็นที่รู้จักในระดับ Top Five ของธุรกิจประเภทนี้ เข้ามาจัดแสดงที่หน้าร้าน เพื่อดึงดูดลูกค้าเข้าร้านและเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านแบรนด์นั้นๆ ไปในตัว นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์การสื่อสารผ่าน Social network ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook Artist Fanpage, Instagram, Twitter และการใช้ SEO (Search Engine Optimization) ผ่าน Google search และ Google Advertising โดยใช้ Keyword หาคำที่คนนิยมใช้ในการหาข้อมูลผ่าน Google Ad Words เช่น คำว่า ศูนย์รวมของเล่นและตุ๊กตาครบวงจร, Dolls, Gunpla, Accessory, Community, DOBY House รวมไปถึงการออกบูธประชาสัมพันธ์ ในงานแสดงสินค้า Toy Thailand และงาน Doll Fair ต่างๆ จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกลุ่มมากขึ้น โดยทางบริษัทฯ อัตราการเติบโตปีละ 10% อย่างต่อเนื่อง และในช่วงปีที่สามเป็นต้นไป ทางบริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์บุกตลาดเชิงลึก เข้าถึงกลุ่ม Artist ทุกกลุ่มเพื่อให้เป็น Top of mind ในกลุ่มผู้เล่น ผู้ซื้อ ผู้เช่าพื้นที่ และเป็นพื้นที่แสดงผลงานในลักษณะ Gallery art ภายใน 5 ปี

### 6.2.2 ข้อเสนอแนะในกรณีเกิดเหตุที่ไม่คาดคิดกับบริษัท

#### 6.2.2.1 กรณียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

หากยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งอาจเกิดจาก 2 ทาง คือ ทางแรก กลุ่มผู้บริโภคไม่รู้จักร้านและผลิตภัณฑ์ภายในร้าน โดยเฉพาะ Workshop ที่มอบให้กับผู้บริโภค ดังนั้นทางบริษัทฯ จะแก้ปัญหาโดยการสื่อสารกับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ รวมทั้งจะจัดทำโปรโมชั่นพิเศษสำหรับกลุ่มลูกค้าใหม่ที่แนะนำเพื่อนมาที่ร้าน และยังมีการแจกคู่มือแจกรางวัลทุกเดือน สำหรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการในร้านอีกด้วย ทางที่สอง กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ไม่มาเช่าพื้นที่ตามที่ตั้งเป้าไว้ ดังนั้นทางบริษัทฯ จะแก้ปัญหาโดยการสื่อสารกับผู้เช่าพื้นที่ทั้งออนไลน์

และออฟไลน์มากยิ่งขึ้น พร้อมกับทำ Promotion วางขายฟรีในช่วงเดือนแรกเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้เช่าเข้ามาจับจองพื้นที่ขายสินค้าและตัดสินใจง่ายขึ้นในการเช่าพื้นที่ในร้านค่ะ

#### 6.2.2.2 กรณีโรงงานขึ้นราคาในการผลิตสินค้า DOBY

ทางบริษัทฯ มีแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็น Brand ของร้านเองหลากหลายมากยิ่งขึ้นในอนาคตอันใกล้ ซึ่งถือเป็นการต่อยอดกับทางโรงงานว่าทางบริษัทฯ จะเป็นลูกค้ารายหลักทางด้านการผลิตสินค้า เพื่อให้โรงงานเห็นถึงความสำคัญของบริษัทฯ และรักษาความสัมพันธ์อันดีต่อกันอย่างต่อเนื่อง หากแต่ทางโรงงานนั้นขึ้นราคาในการผลิตสินค้า ทางบริษัทฯ อาจจำเป็นต้องหาโรงงานเจ้าอื่น อีกหนึ่งหรือสองโรงงาน เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงต่อการขึ้นราคาเกินควรของโรงงานนี้



## บรรณานุกรม

- ฐานเศรษฐกิจ, ‘ของเล่น’ ลุ้นส่งออกโต 5% 3 ชาติอาเซียนแย่งตลาด[ออนไลน์] // หนังสือพิมพ์  
ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 37 ฉบับที่ 3,231. - 5 กุมภาพันธ์ 2560. -  
<http://www.thansettakij.com/content/128426>
- ฐานเศรษฐกิจ, ของเล่นลุ้นส่งออกขยายตัว 5% ในปี 2560 [ออนไลน์] // ศูนย์ข้อมูลการลงทุนและ  
การส่งออกในต่างประเทศ. - 5 กุมภาพันธ์ 2560. -  
<http://www.exim.go.th/NewsInfo/th/popup/popUpDetail.aspx?id=48446>
- นภาพร ไชยขันแก้ว, ตลาดของเล่นเด็ก ธุรกิจส่งออกระดับพรีเมียม [ออนไลน์] // นิตยสารผู้จัดการ  
360 องศา. - พฤศจิกายน 2552. -  
<http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=83302>
- เมธาวิ ตันเรืองเวชจรูญ, หนังสือพิมพ์ยักษ์-ซีรีส์ช่องดิจิทัล บুমสินค้าคาแรคเตอร์ [ออนไลน์] //  
กรุงเทพธุรกิจ. - 8 มกราคม 2559. -  
<http://daily.bangkokbiznews.com/detail/234599>
- Daedal Research, Global Toys Market: Trends and Opportunities (2013-2018) [รายงาน] //  
– New Report by Daedal Research, 2555.
- EUROMONITOR RESEARCH, Trends in Traditional Toys and Games [รายงาน] //  
EUROMONITOR INTERNATIONAL, เมษายน 2556.
- Matthew Hudak, Top Trends to Watch in the Global Traditional Toys and Games Industry  
[ออนไลน์] // EUROMONITOR INTERNATIONAL, มกราคม 2560.
- วิภาดา พงศ์พุทธิพูน, รูปแบบการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค: ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการซื้อขาย  
สินค้าผ่านทางออนไลน์และออฟไลน์ [รายงาน] // คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553





## ภาคผนวก ก

## การสังเกตการณ์ งาน Dollpaca ปี 2559

## รายชื่อร้านที่ออกบูชในงาน Dollpaca ปี 2559



E		F		G		H		I	
E1-E2	Parade	F1-F4	Universe	G1-G2	Di by Jum Jum	H1-H2	Monae	I1-I2	31-seven
E3-E4	Aimmy and Mew cats	F5	weeny	G3-G4	Ginger Gang	H3-H7	poonchaya	I3-I6	kodchapor palbon
E5-E8	Ursula circus	F6	Midnight zoo	G5	KoonKwang	H8	Studio D	I7-I8	MadamAnne_dollclothes
E9-E10	Little Princess	F7	Affilia	G6	LittleAmelle	H9	Mam Central	I9-I10	Blythe bajoo
E11-E13	Dream of Lifeless	F8	Kamiren	G7-G9	Minijjo	H10-H12	wake up rabbit	I11-I12	Wee World
E14	BaanLookBua	F9-F10	L'ete	G10	Sweet by nim	H13-H17	มาลีเบคเคอ	I13-I14	Mala's Doll
E15-E16	Modiclothes by vodza	F11-F15	Dollaxy	G11-G13	Foxybrowny	H18-H20	by-dee	I15-I16	Kratal's craft
E17-E20	ภคจิรา คนชื้อ	F16	Se7venDecember	G14	Moopandy Gallery	H21-H24	Kuloft	I17-I18	CLAIR
		F17-F18	Beautifulpinpin	G15	Idoll	H25-H28	Dolly Smile	I19-I20	นมจกลาน by กิ่งไม้
		F19-F20	ChuChuGang	G16	SweetRibbon Doll	H29-H30	LILLITH Doll's Jewellery	I21-I24	DOLLHOUSE SHOP
				G17	Bunnybaby	H31-H32	CozyWednesday	I25-I27	Chanya
				G18-G19	Fresh Vanilla	H33	Crafty-House	I28	VidaRosa
				G20	Big_Cats	H34	Mali Phensk	I29-I30	TJ Doll
						H35-H36	Glory Story	I31-I32	Mayu Mayu
						H37-H40	Voon_Y_Shop	I33	TT Dolls
								I34	Coral pink
								I35-I36	IDollCorner
								I37-I38	Jzavenue doll's Clothes
								I39-I40	Lazy meow meow

Sponsor zone		A		B		C		D	
S1	Lati Doll			B1-B2	Chery & Blythe			D1-D2	NIK
S2	Secretdoll	A3	Little Doll Closet	B3-B4, B17-B20	Gryffindol	C1-10, C17-C20	Gryffindol	D3-D4	Mamere24
S3	Chica Bonita	A4	Miss K-Dolly & Anna Doll Home					D5-D8	Pupa'casa
S4	Doll Hwoo	A5-A6	Chubby Penguin	B5	ChocoXChouchou			D9-D10	Enchanted Doll
S5	Dollits	A7-A8	DollClans	B6-B8	Ardeur de l'amour	C11-C15	hobbydoll	D11-D12	Memento
S6	Raccoon Doll			B9-B10	Sranroom	C16	Whitepolka	D13	orange box
S7	Bomart Doll	A9-A10	Rubyredthailand & Dollheart	B11-B12	Side story			D14-D16	La bell memoire
S8	Sadol	A11-A12	Noolek Happymade	B13-B14	Cocos Doll			D17	Strawberry Milkshake Cabonara!
S9	Valkyrie Gate	A13	Hina Gaden	B15-B16	Charlotte shop			D18	Lolita-ramia
S10	Pipos	A14-A15	Sandheart					D19	Handbagshop
S11	Darak-i	A16	MY SIS					D20	petite party minatur
S12	Dollsbe	A17-A18	NueDeeShop						
S13	LSJ Doll								
S14	Ninestyle								
S15	Mamaz doll								
S16	Provincia								



ภาคผนวก ข

การสังเกตการณ์ งาน Doll Show ปี 2560







Doll Show Thailand 2017 : Co Sponsor



โดยแบ่งเป็นขนาดและราคาดังนี้

บุช A (สีแดง) ขนาด กว้าง 90 × ลึก 45 ซม. ราคา 400/บุช

บุช B (สีเขียว) ขนาด กว้าง 90 × ลึก 75 ซม. ราคา 450/บุช

บุช C (สีน้ำตาล) ขนาด กว้าง 80 × ลึก 80 ซม. ราคา



ภาคผนวก ค

การสังเกตการณ์ งาน Commic Con ปี 2560



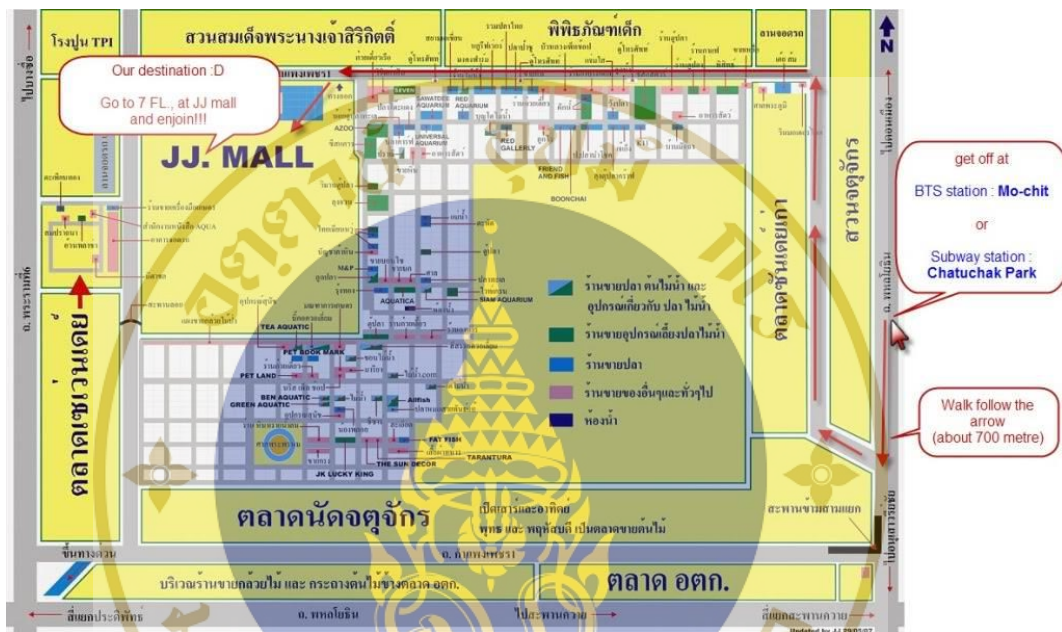
## ภาคผนวก ง

## พื้นที่จัดงาน Doll Show ปี 2555 - 2559

ปี	พื้นที่จัดงาน DOLLTOPIA	พื้นที่จัดงาน DOLLPACA	สถานที่จัดงาน
2555	600 ตร.ม	1000 ตร.ม	โรงแรมทรวงษา JJ Mall
2556	800 ตร.ม	800 ตร.ม	โรงแรมทรวงษา โรงแรมS013
2557	800 ตร.ม	1000 ตร.ม	โรงแรม Jasmine city อาคารรักตะกนิษฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
2558	800 ตร.ม	1000 ตร.ม	โรงแรม Jasmine city อาคารรักตะกนิษฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
2559	800 ตร.ม	1600 ตร.ม	โรงแรม Jasmine city Palladium Hall

ภาคผนวก จ

แผนผังงาน Doll Show



## ภาคผนวก จ

## จำนวน Brand ที่ออกงาน Doll Show ปี 2555 - 2559

