

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ของเล่นจากเปลือกหอย สำหรับเด็ก ตรา C Toys



นางสาวชญนันท์ สระนิม

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ.2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ของเล่นจากเปลือกหอย สำหรับเด็ก ตรา C-Toys

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ.2561



.....  
ธัญนันท์ สระฉิม  
ผู้วิจัย

.....  
สุเทพ นิ่มสาย ,

Ph.D

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
ศิริสุข รักถิ่น

Ph.D

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....  
ดวงพร อาภาศิลป์, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....  
ปทุมณี สัจจกมล

Ph.D

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ของเล่นสำหรับเด็ก ตรา “C Toys” สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ดร.สุเทพ นิ่มสาย และ ดร.กิตติชัย ราชมหา ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่กรุณาให้คำแนะนำและชี้แนะแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วน และ ให้ความกรุณาเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างมาก จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้มอบความรู้และประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณเพื่อนสาขาผู้ประกอบการและนักศึกษารุ่น 19B ที่คอยให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และ ให้กำลังใจที่ดีเสมอมา รวมไปถึง ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัย ที่คอยให้กำลังใจและอยู่เคียงข้างตลอดมา และผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวมา ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยหวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่บุคคลที่สนใจทำธุรกิจและหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แก่เพียงผู้เดียว

ธัญนันท์ สระจิม

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ของเล่นสำหรับเด็ก ตรา “C Toys”  
BUSINESS PLAN OF KIDS TOY BRAND ‘C TOYS’

ชัชวาลย์ สระฉิม 5950265

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D., ศิริสุข รักถิ่น, Ph.D., ปุณณมี สัจจกมล,  
Ph.D.

บทคัดย่อ

บริษัท ซีทอย จำกัด (C Toys Co.,Ltd.) เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นโดยมีแนวคิดในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของเล่นสำหรับเด็ก ภายใต้แบรนด์ “C Toys” ซึ่งเกิดจากการเล็งเห็นว่าขยะเปลือกหอยนั้นมีจำนวนมาก และพบว่าเปลือกหอยสามารถนำมาแปรรูปให้เป็นปูนขาวได้ จึงมีแนวคิดในการนำมาเป็นส่วนผสมหลักของของเล่นชิ้นนี้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับขยะเปลือกหอย โดยทำเป็นของเล่นที่เด็กสามารถผสมส่วนผสม นำไปขึ้นรูปตามแม่พิมพ์ และระบายสี ทำให้ของเล่นชนิดนี้สามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กได้หลายด้าน ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามได้ โดยกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์คือ กลุ่มพ่อแม่ ผู้ปกครอง อายุประมาณ 28 – 40 ปี ที่ใส่ใจในการพัฒนาการของเด็ก รายได้ระดับ C+ ขึ้นไป เนื่องจากบริษัทเห็นโอกาสของของเล่นเด็กในประเทศไทยที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างพัฒนาการของเด็ก ในราคาที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ โดยมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางที่หลากหลายเช่น ช่องทางออนไลน์ งานแสดงสินค้า ร้านขายของเล่น และห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากที่สุด

บริษัทฯ ใช้เงินลงทุนที่เกิดจากการรวมหุ้นและกู้จากธนาคาร 6,500,000 บาท สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 14,225,487 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 50.53% มีระยะเวลาคืนทุน (PB) ประมาณ 2 ปี 5 เดือน และมีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด 2 ปี 8 เดือน แสดงให้เห็นว่าธุรกิจมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ / ของเล่นเด็ก/ปูนเปลือกหอย

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 การวิเคราะห์แนวโน้ม Mega Trend	1
1.2 ความเป็นมาของโครงการพัฒนาแผนธุรกิจ	3
1.3 วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / ธุรกิจเป้าหมายใน	6
1.3.1 วิสัยทัศน์ (Vision)	6
1.3.2 พันธกิจ (Mission)	6
1.3.3 วัตถุประสงค์ (Objective)	6
1.3.4 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)	7
1.4 ตัวแบบธุรกิจที่นำเสนอภายใต้กรอบแนวคิด Business Model Canvas	9
1.4.1 Customer Segments: B2C	10
1.4.2 Value Proposition	11
1.4.3 Channels	11
1.4.4 Relationships	11
1.5 การวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)	12
1.5.1 Primary Activities	13
1.5.2 Support Activities	14
1.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force Analysis)	15
1.6.1 การคุกคามของผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrance) : ปานกลาง	16
1.6.2 ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry within an Industry) : สูง	16
1.6.3 ภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทน (Threat of Substitute) : สูง	17
1.6.4 อำนาจต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Customer) : สูง	17

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
1.6.5 อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining Power of Supplier) : ต่ำ	17
1.7 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)	18
1.7.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน - จุดแข็ง	18
1.7.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน – จุดอ่อน	19
1.7.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – โอกาส	20
1.7.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – อุปสรรค	20
<b>บทที่ 2 ข้อมูลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง</b>	<b>23</b>
2.1 วิธีการศึกษาวิจัย	23
2.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย	23
2.1.2 กลุ่มเป้าหมายและขนาดตัวอย่าง	23
2.1.3 ประเภทการวิจัย	23
2.1.4 วิธีการเก็บข้อมูลวิจัย	24
2.1.5 วิธีการประมวลผลการวิจัย	24
2.1.6 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย	25
2.2 สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)	26
2.3 สรุปผลการศึกษาวิจัย	27
2.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
2.3.2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก	28
2.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของเล่นเด็ก	31
2.3.4 ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys	33
<b>บทที่ 3 แผนการตลาด</b>	<b>37</b>
3.2 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง (Competitor and Competition Analysis)	37
3.1.1 คู่แข่งทางตรง	37
3.1.2 คู่แข่งทางอ้อม	39
3.2 บทวิเคราะห์และระบุ STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	43
3.2.1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)	43

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)	43
3.3.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)	43
3.3 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	44
3.3.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)	45
3.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	46
3.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place)	46
3.3.4 กลยุทธ์ด้านโปรโมชั่น (Promotion)	47
3.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร	49
<b>บทที่ 4 แผนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม และการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา</b>	<b>51</b>
4.1 บทวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือกระบวนการ	51
4.1.1 ระดับความใหม่ของนวัตกรรม	51
4.1.2 ประเภทของนวัตกรรม	51
4.1.3 แนวทางการต่อยอดการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์หรือสังคม	51
4.2 แผนกลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องและการหาประโยชน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา	52
4.2.1 กลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา	52
4.2.2 การหาประโยชน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา	53
4.3 แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร	54
<b>บทที่ 5 แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร</b>	<b>55</b>
5.1 ข้อมูลทางธุรกิจ	55
5.2 โครงสร้างองค์กร	55
5.3 แผนด้านบุคลากร	56
5.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลาและความต้องการใช้	59
5.5 ประเมินการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	60
5.6 ค่าตอบแทนอื่นๆ	61



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 6 แผนบริหารจัดการการผลิต</b>	<b>62</b>
6.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน	62
6.1.1 ระยะที่ 1 ดำเนินการตัดตั้งบริษัท	62
6.1.2 ระยะที่ 2 ดำเนินการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (.มอก)	65
6.1.3 ระยะที่ 3 ดำเนินการด้านการตลาด	66
6.1.4 ระยะที่ 4 การจัดระบบ และดำเนินงานด้านการผลิต	66
6.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	66
6.2.1 ค่าเช่าพื้นที่	66
6.2.2 ค่าสร้างโรงงานผลิต และอุปกรณ์เครื่องจักรสำหรับทำผงปูนจากเปลือกหอย	66
6.2.3 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน	66
6.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน	67
6.4 ขั้นตอนการผลิตผงปูนจากเปลือกหอย	68
6.5 ขั้นตอนการคัดเลือกและสั่งซื้ออุปกรณ์จาก Supplier	69
6.6 ขั้นตอนการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์	69
6.6.1 รับอุปกรณ์ต่างๆจาก Supplier	69
6.6.2 ทำการตรวจสอบอุปกรณ์ก่อนจัดลงบรรจุภัณฑ์	69
6.6.3 บรรจุลงบรรจุภัณฑ์ตามน้ำหนักที่กำหนดของส่วนผสมแต่ละชนิด ด้วยเครื่องบรรจุอัตโนมัติ	69
6.6.4 จัดผงปูนจากเปลือกหอยและอุปกรณ์ต่างๆ บรรจุลงบรรจุภัณฑ์	69
6.7 ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า สำหรับห้างสรรพสินค้า และร้านขายของเล่น	70
6.7.1 แสดงขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า สำหรับห้างสรรพสินค้า และร้านขายของเล่น	70
6.8 ภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท	71
<b>บทที่ 7 แผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุน</b>	<b>74</b>
7.1 สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการ	74



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7.1.1 เงินลงทุน	74
7.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	75
7.1.3 สมมุติฐานทางการเงิน	76
7.1.4 การประมาณการรายได้	77
7.1.5 การประมาณการต้นทุน	78
7.1.6 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	79
7.2 แผนการเงิน กรอบเวลา 5 ปี (จำแนกรายปี)	80
7.2.1 แผนการเงินประเภทงบกระแสเงินสด	80
7.2.2 แผนการเงิน ประเภทงบกำไรขาดทุน	81
7.2.3 แผนการเงิน ประเภทงบแสดงฐานะการเงิน	82
7.3 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน	84
7.4 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน และผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของ โครงการแบบ Scenario	85
<b>บทที่ 8 แผนบริหารจัดการความเสี่ยง</b>	<b>86</b>
8.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)	86
8.1.1 การขาดแคลนวัตถุดิบ	86
8.1.2 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	87
8.1.3 คุณภาพของสินค้า	87
8.1.4 ความเสี่ยงของเครื่องจักรชำรุด	88
8.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)	88
8.2.1 สินค้าไม่สามารถขายได้ตามที่คาดการณ์ไว้	88
8.2.2 มีผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันวางจำหน่ายในท้องตลาด	88
8.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	89
8.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)	90
8.5 บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	90
8.5.1 ระยะสั้น 1 ปี	90

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
8.5.2 ระยะกลาง มากกว่า 1 ปี และไม่เกิน 3 ปี	92
8.5.3 ระยะยาว มากกว่า 3 ปี	92
8.6 ข้อกำหนดของแผนธุรกิจ	95
8.7 แผนธุรกิจหน้าเดียว (One Page Business Plan)	96
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>97</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>99</b>
ภาคผนวก ก เอกสารยืนยันการสอบผ่านการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)	100
ภาคผนวก ข แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก	102
ภาคผนวก ค แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	113
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>128</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	อัตราการเติบโตของตลาด E-commerce	3
1.2	เป้าหมายธุรกิจปีที่ 1-5	8
1.3	การวิเคราะห์ธุรกิจจาก Business Model Canvas	9
1.4	สรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจจากแรงผลักดันทั้ง 5 ประการ	17
1.5	ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ SWOT	21
2.1	ตารางสำเร็จรูปสำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่าง	25
2.2	แสดงเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด	26
2.3	แสดงข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของเด็ก	31
2.4	แสดงข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของเด็ก	31
2.5	แสดงผลปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเด็ก	32
2.6	แสดงข้อมูลด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเด็ก	32
2.7	แสดงข้อมูลทัศนคติที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ C Toys	33
3.1	แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม	42
3.2	ค่าบริการขนส่งผ่าน Kerry Express	47
3.3	แสดงแผนดำเนินกลยุทธ์การตลาดในปีที่ 1	49
3.4	แสดงแผนดำเนินกลยุทธ์การตลาดในปีที่ 2 - 5	50
4.1	แสดงแผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพยากรที่สัมพันธ์กับปัญหา	54
5.1	แสดงตำแหน่งและจำนวนหน้าที่และความรับผิดชอบ	56
5.2	แสดงค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของธุรกิจของบริษัท ซีทอย จำกัด	59
5.3	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของปีที่ 1 แบบจำแนกรายเดือน	60
5.4	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรอบ ปี 5	60
6.1	ขในการสร้างโรงงานและสำนักงาน บริษัท ซีทอย จำกัดค่าใช้จ่าย	67
6.2	ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในโรงงานการผลิตและสำนักงานของบริษัท ซีทอย จำกัด	68
6.3	แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท ซีทอย จำกัด ในปีที่ 1-5	71

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
7.1	แสดงรายละเอียดของเงินทุนในโครงการ	74
7.2	แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน	75
7.3	แสดงสมมติฐานทางการเงินของบริษัท ซีทอย จำกัด	76
7.4	แสดงรายได้จากการขายช่องทางต่างๆ ตลอดระยะเวลา 5 ปี	77
7.5	การประมาณการต้นทุนชุดของเล่นเด็ก C Toys	78
7.6	แสดงราคาต้นทุนจากปริมาณยอดสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าทุกช่องทางจัดจำหน่าย	79
7.7	แสดงค่าขนส่งของเล่นซีทอยจากโรงงานไปยังลูกค้า	79
7.8	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรอบ 5 ปี	79
7.9	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาดปีที่ 1 - ปีที่ 5	79
7.10	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1 - ปีที่ 5	80
7.11	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1- ปีที่ 5	81
7.12	งบแสดงฐานะทางการเงินสำหรับของเล่นสำหรับเด็กของบริษัท ซีทอย จำกัด	82
7.13	แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับของเล่นสำหรับเด็กของบริษัท ซีทอย จำกัด	84
7.14	แสดงรายได้ของบริษัท ซีทอย จำกัด เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย และต้นทุน	85
7.15	แสดงผลตอบแทนการลงทุนของบริษัท ซีทอย จำกัด เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง	85
8.1	สรุปความเสี่ยงและแนวทางแก้ไข	94

## สารบัญรูปภาพ

รูป		หน้า
1.1	รายการ Shopping list ของคุณแม่	1
1.2	กราฟแสดงอัตราการเติบโตของการซื้อขายออนไลน์	2
1.3	ภาพของขยะเปลือกหอยที่เกิดขึ้นในตำบลคลอง โคลน จังหวัดสมุทรสงคราม	4
1.4	รูปผลิตภัณฑ์ชุดของเล่น C Toys	5
1.5	Supply Chain ของผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys	5
1.6	Porter's Value Chain Model	12
1.7	โครงสร้างการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ (Five Forces Model)	16
2.1	ใบประกาศนียบัตรผ่านการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย	27
2.2	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่นต่อชิ้น	28
2.3	แหล่งการเลือกซื้อของเล่นเด็ก	29
2.4	ผลเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเลือกซื้อของเล่นในสถานที่นั้นๆ	29
2.5	ผลอิทธิพลของโปร โมชั่นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของเล่นเด็ก	30
2.6	ผลการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อของเล่นเด็กเลือกซื้อ	31
2.7	ราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามยอมรับได้ สำหรับผลิตภัณฑ์ C Toys	34
2.8	ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วน of สถานที่จัดจำหน่าย	34
2.9	ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วน of ช่องทางการสื่อสาร	35
2.10	ผลการตอบแบบสอบถามในเรื่องความสนใจซื้อต่อผลิตภัณฑ์ของเล่นเด็ก C Toys	35
2.11	ผลการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกซื้อจากตัวเลือกที่มีให้	36
3.1	ตำแหน่งทางการตลาดของกลุ่มแต่ละแบรนด์	44
3.2	ตัวอย่างปูนปลาสเตอร์	38
3.3	ตัวอย่างปูนปลาสเตอร์	39
3.4	LEGO City	39
3.5	ชุดแปรงโค้ว Essentials TUB รุ่น B1157	41
3.6	ชุดบล็อกไม้ ( PlanToys Creative Blocks ของเล่นไม้เสริมทักษะสำหรับเด็กๆ )	41
5.1	โครงสร้างองค์กรของบริษัท ซีทอย จำกัด	56

## สารบัญรูป (ต่อ)

รูป		หน้า
6.1	ขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท ซีทอย จำกัด	63
6.2	เครื่องหมาย มอก.	65
6.3	ขั้นตอนการผลิตผงปูนจากเปลือกหอย	68
6.4	ขั้นตอนการเลือก Supplier	69
6.5	ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าสำหรับห้างสรรพสินค้าและร้านขายของเล่น	70





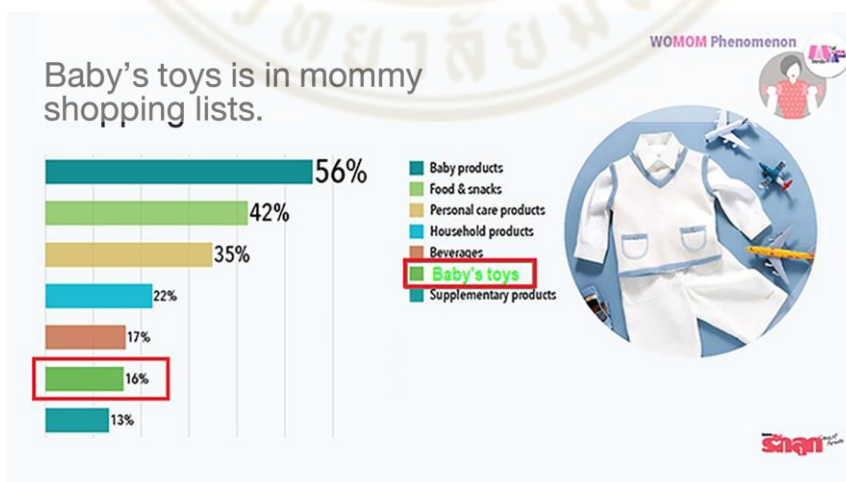
## บทที่ 1

### บทนำ

บทนี้จะอธิบายถึงแนวโน้มและภาพรวมของอุตสาหกรรม ความเป็นมาของโครงการพัฒนาแผนธุรกิจ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายในธุรกิจ แผนธุรกิจ การวิเคราะห์โซ่คุณค่า รวมถึงบทวิเคราะห์สถานการณ์หาจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรคและโอกาสขององค์กร

#### 1.1 การวิเคราะห์แนวโน้ม Mega Trend

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีของเล่นสำหรับเด็กออกมาขายมากมาย ทั้งของเล่นที่ใช้เพื่อความสนุก และของเล่นที่สามารถพัฒนาพัฒนาการด้านต่างๆของเด็กแต่ละช่วงวัยได้ ประกอบกับพ่อแม่ยุคใหม่หันมาใส่ใจในพัฒนาการของเด็กมากขึ้น ซึ่งพ่อแม่ ผู้ปกครองจะยินดีที่จะจ่ายเงินให้กับของเล่นเด็กหรือสินค้าต่างๆที่สามารถเสริมสร้างพัฒนาการทางด้านต่างๆของเด็กได้ ดังรูปที่ 1.1 จะเห็นได้ว่า คุณแม่ร้อยละ 16 มีรายการของเล่นเด็กอยู่ในลิสต์การซื้อของ ซึ่งใกล้เคียงกับสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตอย่างเครื่องคั้มและอุปกรณ์ของใช้ในบ้านต่างๆ จากผลการสำรวจนี้จึงยืนยันได้ว่า พ่อ แม่ ผู้ปกครอง ให้ความสำคัญกับของเล่นเด็กอย่างเห็นได้ชัด



รูปที่ 1.1 แสดงรายการ Shopping list ของคุณแม่

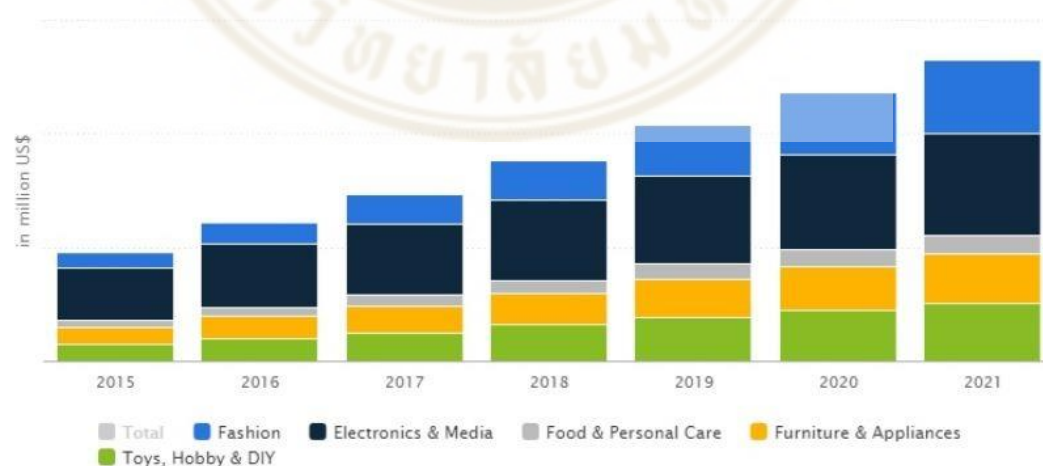
ที่มา :Forbes Thailand, (2559)



ตลาดของเล่นเด็กในเมืองไทยมูลค่ามหาศาลกว่า 10,000 ล้านบาท (ไทยรัฐออนไลน์, 2559) ภาพรวมอุตสาหกรรมของเล่นในประเทศไทยในปีที่ผ่านมามีอัตราการเติบโต 5-10% ถือว่าเติบโตเป็นอันดับต้นๆ เมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาคอาเซียน (ข่าวสดออนไลน์, 2560) อีกทั้งของเล่นยังเป็นสินค้าที่มีอัตราการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างน่าสนใจ โดยในปี 2558 ที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกของเล่น จะคิดเป็นร้อยละ 0.1 ของมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศไทย ซึ่งตลาดหลักของการขายของเล่น ไปยังต่างประเทศที่ผ่านมานั้น ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และฮ่องกง ตามลำดับ ส่วนตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงนำเข้าไปทำตลาดเพิ่ม ได้แก่ สาธารณรัฐจีน และสิงคโปร์ (SME SHIPPING, 2558)

สาเหตุที่ทำให้ของเล่นขายดีนั้น มาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาและยุโรป รวมทั้งการที่กลุ่มผู้สูงอายุหันมาให้ความสนใจของเล่นบางประเภทที่ช่วยในเรื่องของการพัฒนาความจำ และของเล่นที่สามารถใช้ในการออกกำลังกายได้ จึงเป็นการขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสินค้าของเล่น ว่าไม่ได้เป็นสินค้าที่ตอบสนองเฉพาะความต้องการของเด็กๆอีกต่อไป เรายังสามารถขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มอื่นๆ ได้ด้วย

และจากข้อมูลประชากรแยกอายุทั่วประเทศ จากสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง ปี 2560 พบว่า มีจำนวนเด็กที่อยู่ในช่วงอายุ 6 – 12 ปีทั้งหมด 5,481,302 คน ในประเทศไทย และมีอัตราการเกิดของเด็กในประเทศไทยมากถึง 702,755 คนในปี 2560 ซึ่งกรุงเทพมหานครนั้นจัดเป็นจังหวัดที่มีอัตราการเกิดสูงที่สุดของประเทศ 90,904 คน คิดเป็น 13% ของเด็กที่เกิดทั้งหมด (สำนักบริหารการทะเบียน, 2560)



Source: Statista, September 2016

รูปที่ 1.2 กราฟแสดงอัตราการเติบโตของการซื้อขายออนไลน์  
ที่มา : Statista, (2559)

## ตารางที่ 1.1 อัตราการเติบโตของตลาด E-commerce

### Thailand's E-commerce Market

	Revenue in 2016 (US\$ million)	Revenue in 2021 (US\$ million)	% Change in 2016-2021
Electronics & Media	1,117	1,774	+10%
Toys, Hobbies & DIY	398	1,029	+21%
Furniture & Appliance	391	855	+17%
Fashion	390	1,310	+27%
Food & Personal Care	154	340	+17%
<b>Total</b>	<b>2,451</b>	<b>5,307</b>	<b>+17%</b>

Note: Revenues include sales of physical goods via a digital channel to a private end user (B2C) and purchases via both desktop computer and mobile devices, but exclude digital media, digitally distributed services, B2B markets, and resale of used goods and sales between private persons.

Source: Statista

ที่มา : Statista, (2559)

นอกจากนั้นข้อมูลของ Statista รายงานว่า อัตราการเติบโตของตลาดซื้อขายออนไลน์ (E-Commerce Market Growth) นั้น ของเล่นและสินค้า DIY มีอัตราที่เติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเติบโตขึ้นถึง 21% นับจากปี 2559 ถึงปี 2564 นอกจากนี้ในปี 2559 สินค้าประเภทของเล่นและสินค้า DIY มีขนาดตลาดใหญ่เป็นอันดับที่ 2 บนการซื้อขายของออนไลน์ในประเทศไทย และทาง Statista ยังคาดการณ์ไว้อีกว่า ในปี 2561 กลุ่มสินค้าของเล่นและผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กในประเทศไทยจะมีมูลค่าตลาดมากถึง 142 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 4,686 ล้านบาท (Statista, 2559) และจากข้อมูลข้างต้นทั้งหมดที่กล่าวมานั้น ทำให้เห็นว่า มีจำนวนเด็กที่อยู่ในช่วงอายุที่เป็นเป้าหมายหลักของสินค้าจำนวนมาก รวมถึงอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมของเล่นที่น่าสนใจ ทำให้เล็งเห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจของเล่นเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับกลุ่มลูกค้าเด็กและบุคคลทั่วไปขึ้น

## 1.2 ความเป็นมาของโครงการพัฒนาแผนธุรกิจ

จากกระแสรัศมีโลกและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในหลายปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดการนำขยะที่เหลือใช้กลับมาแปรรูปเพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่ในปัจจุบัน ซึ่งอาจจะใช้งานได้อีกครั้งในลักษณะเดิม หรือแปรรูปเพื่อใช้งานในด้านอื่นๆที่แตกต่างกันไป จึงได้เล็งเห็นว่าในชุมชนระแวกสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นบ้านของคุณตา มีการทิ้งเปลือกหอยเป็นขยะมากมาย ทั้งหอยแครง หอยแมลงภู่ บ้างก็นำไปกองทิ้งไว้เป็นขยะมีกลิ่นเหม็น บ้างก็เอาไปถมที่ ขยะเปลือกหอย

นี้แทบจะไม่มีค่าอะไรเลยสำหรับชาวบ้านที่ทำอาชีพเลี้ยงหอย หรือฟาร์มหอย ซึ่งมีขยะเปลือกหอยนี้มีมากกว่า 10,000 ตันต่อปี (สรชา ไวรวิกิจ, 2557)



รูปที่ 1.3 ภาพของขยะเปลือกหอยที่เกิดขึ้นในตำบลคลองโคกลน จังหวัดสมุทรสงคราม  
ที่มา: ไทยรัฐออนไลน์, (2558)

ผู้วิจัยจึงได้คิดว่าจะสามารถนำเปลือกหอยเหล่านั้นมาแปรรูปหรือก่อให้เกิดประโยชน์  
ใดๆได้บ้าง ซึ่งจากการค้นหาข้อมูล พบว่า สามารถนำเปลือกหอยแครงมาแปรสภาพให้เป็น  
ปูนซีเมนต์ธรรมชาติ โดยผสมกับขยะเหลือบริโภคนและวัสดุเหลือใช้ได้ ซึ่งเป็นผลงานวิจัยของ ผศ.  
สรชา ไวรวิกิจ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี โดยผลงานวิจัยดังกล่าวได้รับรางวัลเหรียญเงิน  
(KIWIE 2014 Silver Prize) จาก KIWIE 2014 ประเทศเกาหลีใต้ อีกด้วย แต่ปัจจุบันยังไม่มีการนำผล  
จากวิจัยนี้มาทำเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์แบบจริงจัง มีเพียงแค่ชาวบ้านทำขายเองเล็กๆน้อยๆเท่านั้น จึง  
คิดว่าหากสามารถทำขยะเหลือใช้เหล่านี้นำมาแปรรูปเป็นสินค้าสำหรับเด็ก น่าจะสามารถทำรายได้  
ได้มากขึ้น เนื่องจากพ่อแม่และผู้ปกครองในปัจจุบันมีลักษณะที่ต้องการเลือกสิ่งที่ดี ปลอดภัย และมี  
ประโยชน์ให้กับเด็ก แล้วยังเป็นสินค้าที่ช่วยในการพัฒนาการของเด็กแล้วนั้น ยังเป็นที่ต้องการของ  
เหล่าบรรดาผู้ปกครอง และยังเข้ากับกระแสในตอนนี้ที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติ  
ไม่ก่อให้เกิดผลเสีย และยังสามารถเปลี่ยนขยะให้กลับมาเป็นเงินได้อีกด้วย

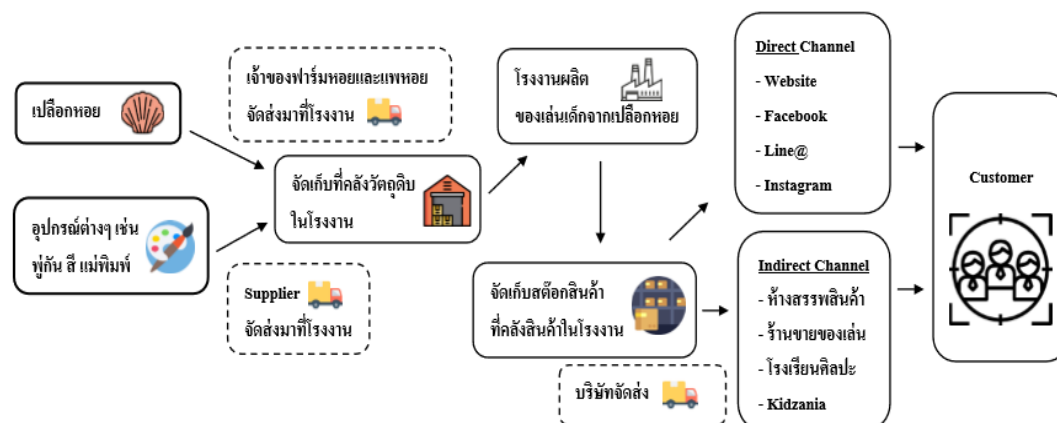
หลังจากเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจของเล่นเด็ก ผู้วิจัยจึงได้เริ่มวางแผนในการดำเนินธุรกิจสำหรับของเล่นสำหรับเด็ก ที่สามารถเสริมสร้างพัฒนาการทางด้านความคิดสร้างสรรค์ และสามารถพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กขึ้นมา ซึ่งเป็นของเล่นในรูปแบบใหม่ ที่ยังไม่เคยมีในตลาดของเล่นมาก่อน คือการทำเซตของเล่นที่เด็กสามารถผสมปูนธรรมชาติ ขึ้นรูปด้วยแม่พิมพ์ที่เลือกซื้อมาในกล่อง และระบายสีด้วยสีพิเศษที่ทำขึ้นเพื่อสามารถระบายเฉพาะบนปูนชนิดนี้ได้เท่านั้น ทำให้ในกล่องของเล่นกล่องเดียว ดังที่แสดงอยู่ในรูปภาพที่ 1.4 เด็กสามารถทำกิจกรรมได้หลายอย่าง โดยสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่ และได้ฝึกสมาธิในการทำตามลำดับขั้นตอนต่างๆด้วย ซึ่งผู้วิจัยจำเป็นต้องทำการวิจัยและค้นหาข้อมูลก่อน เพื่อนำมาวางแผนการดำเนินงาน การจัดการทีมและองค์กร แผนการผลิต แผนการตลาด และแผนการเงิน ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดนี้



รูปที่ 1.4 รูปผลิตภัณฑ์ชุดของเล่น C Toys

ซึ่งผู้วิจัยมีการวางแผนที่จะจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่ขึ้น ในรูปแบบของบริษัทจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท ซีทอย จำกัด โดยตั้งอยู่ที่ 168 ตำบล แม่กลอง อำเภอ เมือง จังหวัด สมุทรสงคราม โดยทางบริษัทจะเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายโดยตรงของผลิตภัณฑ์ของเล่นเด็กภายใต้ตราสินค้าชื่อ “C Toys” โดยจะมีลักษณะ Supply Chain ดังรูปที่ 1.5 นี้





รูปที่ 1.5 แสดง Supply Chain ของผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys

### 1.3 วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / เป้าหมายในธุรกิจ

#### 1.3.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้ผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเด็กที่สามารถช่วยพัฒนาและเสริมสร้างพัฒนาการด้านต่างๆของเด็กให้ดียิ่งขึ้น และเป็นผู้นำในตลาดของเล่นเด็กไทยที่ได้รับการยอมรับระดับโลก

#### 1.3.2 พันธกิจ (Mission)

1.3.2.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์ของเล่นให้หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

1.3.2.2 ทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมของเล่นไทย

#### 1.3.3 วัตถุประสงค์ (Objective)

เพื่อจำหน่ายของเล่นสำหรับเด็ก ที่ได้มีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์มาอย่างดี เพื่อให้เกิดความปลอดภัย และตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค ให้กับกลุ่มพ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่ให้ความสนใจกับพัฒนาการทางด้านต่างๆของเด็ก

### 1.3.4 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)

#### 1.3.4.1 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

- สร้างโรงงานและสำนักงานให้เสร็จภายในปีแรก
- คัดเลือกบุคลากรเพื่อเข้ามาทำงานให้ตรงกับความสามารถและความถนัด
- กีดกันสูตรการผลิตแบบชุมชนชาติที่ปลอดภัยกับเด็กมากที่สุดเพื่อสามารถนำมาผลิตเป็นของเล่น

#### 1.3.4.2 เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2 และปีที่ 3)

- สร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ให้รู้จักบริษัทและตราสินค้ามากขึ้น โดยเริ่มจากการจัดทำสื่อ Social Media ของ Brand C Toys เช่น Facebook Page หรือ Instagram เพื่อเล่าเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในเรื่องคุณประโยชน์ของของเล่นชนิดใหม่นี้ ทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความมีตัวตนและมั่นใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์
- ได้รับการยอมรับในเรื่องของความปลอดภัยและการเสริมสร้างพัฒนาการจากสถาบันต่างๆ รวมถึงผู้บริโภค
- มีช่องทางในการวางจำหน่าย 3 ช่องทาง เริ่มต้นจากการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Line@ Instagram และการออกบูทตามงานแฟร์ต่างๆ รวมถึงวางขายในแผนกเด็กในห้างสรรพสินค้า
- บริหารตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีฐานลูกค้าประจำที่รู้จักตราสินค้าและจำนวนติดตามในหน้า Facebook Page เพิ่มขึ้น จากจัดกิจกรรมโปรโมทสินค้าเพื่อให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก โดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อทางเลือกต่างๆ
- ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบกลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration strategy) โดยการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการทำโปรโมชันลดราคาให้กับลูกค้าตามปริมาณการสั่งซื้อ

- มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 3 % เป็นอย่างต่ำ ในปีที่ 3

#### 1.3.4.3 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 และปีที่ 5)

- ขยายพื้นที่ในการวางจำหน่ายให้กระจายครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากยิ่งขึ้นในทุกช่องทางการจัดจำหน่ายของทางบริษัท รวมถึงขยายไปยังต่างจังหวัด

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค และรักษาระดับคุณภาพให้ดีเหมือนสม่ำเสมอ
- จัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมไว้และเพิ่มลูกค้าใหม่ อย่างสม่ำเสมอ
- มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 5% ต่อปี เป็นอย่างต่ำ

ตารางที่ 1.2 เป้าหมายของธุรกิจปีที่ 1-5

ปีที่	เป้าหมาย		
	Growth	ช่องทางการจัดจำหน่าย	กิจกรรมทางการตลาด
1		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยังไม่มีการขายในปีแรก</li> <li>- สร้าง โรงงานและสำนักงาน</li> <li>- คัดเลือกบุคลากรเพื่อเข้ามาทำงานให้ ตรงกับความสามารถและความถนัด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วางแผนการผลิตและวางแผนการตลาด</li> </ul>
2-3	3 % เป็นอย่างต่ำ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่องทางออนไลน์ทั้งFacebook Page, Instagram และ Line@</li> <li>- ช่องทาง Website Official</li> <li>- จัดจำหน่ายสินค้าผ่านร้านขายของ เล่นและห้างสรรพสินค้าใน กรุงเทพมหานคร</li> <li>- ออกบูทงาน Thailand Baby &amp; Kids Best Buy และ Thailand Toy Expo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างการรับรู้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ผ่าน ทาง Social Media</li> <li>- ออกบูทงานแสดงสินค้า</li> <li>- แจกใบปลิวภายในงานแสดงสินค้า</li> </ul>
4-5	5 % เป็นอย่างต่ำ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่องทางออนไลน์ทั้งFacebook Page, Instagram และ Line@</li> <li>- ช่องทาง Website Official</li> <li>- เพิ่มการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านร้าน ขายของเล่นและห้างสรรพสินค้าใน ต่างจังหวัด</li> <li>- ออกบูทงาน Thailand Baby &amp; Kids Best Buy และ Thailand Toy Expo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างการรับรู้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ผ่าน ทาง Social Media เพื่อรักษาลูกค้าเดิมและ สร้างฐานลูกค้าใหม่</li> <li>- ออกบูทงานแสดงสินค้า</li> <li>- สร้างการรับรู้ไปยังต่างจังหวัด</li> <li>- แจกใบปลิวภายในงานแสดงสินค้า -</li> </ul>



## 1.4 ตัวแบบธุรกิจที่นำเสนอภายใต้กรอบแนวคิด Business Model Canvas

ตารางที่ 1.3 การวิเคราะห์ธุรกิจจาก Business Model Canvas

Partner Network	Key Activities	Offer / Value	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การแปรสภาพเปลือก หอยเป็นปูนขาว</li> <li>- เจ้าของฟาร์มเลี้ยง หอย , ท่าหอย</li> <li>- Supplier วัตถุดิบ และอุปกรณ์ต่างๆ เช่น แม่พิมพ์ พู่กัน จานสี เป็นต้น</li> <li>- Partner Store เช่น Kidzania Thailand , ร้าน Toys R Us , Central</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตปูนซีเมนต์จากขยะ เปลือกหอย</li> <li>- จัดเป็นชุดศิลปะ เสริมสร้างกล้ามเนื้อ มัดสำหรับเด็ก</li> <li>- จัดส่งไปฝากขายตาม ช่องทางต่างๆ รวมถึงขาย โดยตรง</li> <li>- มีการทำ Marketing ให้ เกิดการรับรู้และการซื้อ</li> </ul>	<p><b>Proposition (B – C)</b></p> <p><b>Functional Benefit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝึกทักษะความคิด สร้างสรรค์</li> <li>- พัฒนาระบบความคิดที่ มีผลต่อพัฒนาการและ การเจริญเติบโตของ สมอง</li> <li>- เสริมสร้างกล้ามเนื้อ มัดเล็กสำหรับเด็ก ทำให้ กล้ามเนื้อทำงานได้ดีขึ้น</li> <li>- ความปลอดภัยในการเล่น</li> </ul> <p><b>Emotional Benefit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รู้สึกว่าการเล่นจะทำให้ พัฒนาการของลูกดีขึ้น</li> </ul> <p><b>Advantage</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นของเล่นที่ทำจาก เปลือกหอยเจ้าแรกใน ตลาดของเล่นประเทศไทย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โฆษณาและอ็อปเททข่าวสาร ผ่าน Facebook , IG , Website ,Line@</li> <li>- ใช้ influencer ในการสร้าง การรับรู้ เช่น แม่จูนแห่งบ้าน 4 ออ</li> <li>- ให้ Blogger ที่เกี่ยวกับเด็ก review สินค้า</li> <li>- ออกบูทตามงาน Fair ที่ เกี่ยวกับเด็ก และ โรงเรียนต่างๆ เพื่อสาธิตวิธีการใช้งานและ ประชาสัมพันธ์</li> <li>- กลุ่ม Line ผู้ปกครอง</li> <li>- มีข้อมูลประกอบข้างกล่อง ชัดเจน</li> </ul>	<p><b>(B – C)</b></p> <p><b>Primary Target</b></p> <p>Buyer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พ่อ แม่ ผู้ปกครอง อายุประมาณ 28 – 40 ปี ที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานครและใส่ใจใน การพัฒนาการของเด็ก รายได้ 35,001 บาท ขึ้นไป</li> </ul> <p>Influencer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เด็กอายุ 6 – 12 ปี</li> <li>- เพื่อนของผู้ปกครอง</li> <li>- ครูสอนศิลปะ</li> <li>- กุมารแพทย์</li> </ul> <p>User</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เด็กอายุ 6 – 12 ปี</li> </ul> <p><b>Secondary Target</b></p> <p>Buyer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคคลทั่วไปที่ชอบ งานศิลปะ อายุ 18 ปี ขึ้นไป</li> <li>- รายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป</li> </ul>
	<p><b>Keys Resources</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทรัพย์สินทางปัญญา</li> <li>- เครื่องจักร</li> <li>- ทรัพยากรบุคคล</li> <li>- เปลือกหอย</li> <li>- วัตถุดิบและอุปกรณ์ ต่างๆ</li> <li>- รถยนต์ขนส่งสินค้า</li> </ul>		<p><b>Distribution Channels</b></p> <p><b>Direct Channel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Website , Facebook , Line , IG</li> </ul> <p><b>Indirect Channel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ห้างสรรพสินค้า</li> <li>- ร้าน Toys R Us</li> <li>- โรงเรียนสอนศิลปะ</li> <li>- โรงพยาบาล</li> <li>- Kidzania Thailand</li> </ul>	
<p><b>Cost Structure</b></p> <p>ต้นทุนในการผลิต = 47.6% โดยแบ่งเป็น</p> <p>ต้นทุนวัตถุดิบ (DM) = 46.6%</p> <p>ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง (DL) = 0.46%</p> <p>ค่าโสหุ้ยการผลิต (OH) = 0.58%</p> <p>ค่าใช้จ่ายการบริหาร = 17.16%</p> <p>ค่าใช้จ่ายการขาย = 4.08%</p> <p>ค่าเสื่อมราคาการบริหารและขาย = 1.07%</p> <p>โดยต้นทุนรวมทั้งหมดคิดเป็น = 69.95%</p>		<p><b>Revenue Streams</b></p> <p>รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของเล่นเด็ก C Toys</p> <p>โดยใช้วิธี Cost Plus : การคำนวณรายได้จากการบวกเพิ่มจากต้นทุน</p>		

### 1.4.1 Customer Segments : B2C

จากการค้นหาข้อมูลทฤษฎีจากเว็บไซต์พบว่า เด็กอายุระหว่าง 6 – 12 ปี เหมาะกับของเล่นที่สามารถเสริมกล้ามเนื้อและการประสานสัมพันธ์ และของเล่นเสริมความคิดและสติปัญญา ซึ่งชุดของเล่น C Toys นั้นเหมาะกับเด็กช่วงวัยนี้อย่างยิ่ง ยกตัวอย่างเช่น การฝึกผสมส่วนผสมต่างๆ ให้เข้ากัน การขึ้นรูป ระบายสี จะช่วยสร้างความแข็งแรงให้กับกล้ามเนื้อ และยังช่วยพัฒนาการทำงานประสานสัมพันธ์ระหว่างตากับมือและเพิ่มทักษะการใช้กล้ามเนื้อเพื่อประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้ และยังได้ฝึกทักษะการสังเกตและเรียนรู้ในเรื่องขนาด, ความสูง, ความลึก และรูปทรง ซึ่งเป็นพื้นฐานทางคณิตศาสตร์อีกด้วย

ในส่วนของกลุ่มเป้าหมายหลัก ทางผู้วิจัยพบว่า มีบุคคลทั่วไปที่ชอบงานในลักษณะ DIY หรืองานศิลปะอยู่จำนวนมาก ซึ่งสินค้าของเรานั้นตรงกับความต้องการของบุคคลเหล่านี้ จึงจัดกลุ่มคนที่ชอบทำ DIY และชอบทำงานศิลปะเข้าไปเป็นกลุ่มเป้าหมายรอง

ตารางที่ 1.4 แสดงกลุ่ม Primary Target

Buyer	Influencer	User
พ่อ แม่ ผู้ปกครอง อายุประมาณ 28 – 40 ปี ที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานครและใส่ใจใน การพัฒนาการของเด็ก รายได้ 35,001 บาทขึ้นไป	- เด็กอายุ 6 – 12 ปี - เพื่อนของผู้ปกครอง - ครูสอนศิลปะ - กุมารแพทย์ - Blogger - ผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่างๆ เช่น ดาราที่เป็นแม่	- เด็กอายุ 6 – 12 ปี

ตารางที่ 1.5 แสดงกลุ่ม Secondary Target

Buyer	Influencer	User
บุคคลทั่วไปที่ชอบงานศิลปะ อายุ 18 ปีขึ้นไป รายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป	- Blogger - เพื่อน - ผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่างๆ	- บุคคลทั่วไปที่ชอบงาน ศิลปะ อายุ 18 ปีขึ้นไป

### 1.4.2 Value Proposition

ผลิตภัณฑ์ของเล่นเด็ก C Toys เป็นของเล่นรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในตลาด และยังเป็นของเล่นที่สามารถเสริมสร้างกล้ามเนื้อมัดเล็กสำหรับเด็ก ทำให้กล้ามเนื้อทำงานได้ดีขึ้น ได้ฝึกทักษะความคิดสร้างสรรค์ในการระบายสี และยังสามารถพัฒนาระบบความคิดที่มีผลต่อการพัฒนาการและการเจริญเติบโตของสมอง ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ปกครองให้ความสนใจเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังเป็นการนำนวัตกรรมในการแปรสภาพเปลือกหอยให้มาเป็นผลิตภัณฑ์ของเล่นเป็นครั้งแรก ซึ่งสามารถช่วยลดขยะและนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่ากำลังมีส่วนช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมของโลกด้วย

ซึ่งผู้วิจัยสามารถเข้าถึงเจ้าของงานวิจัยของการนำเปลือกหอยมาทำเป็นปูนจากธรรมชาติ คือ ท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์สรชา ไวรวิจิตร อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี และได้สอบถามข้อมูลกับท่านโดยตรง จึงพบว่า การที่จะนำปูนธรรมชาติจากเปลือกหอยนั้นมีความเป็นไปได้จริง โดยผลงานวิจัยดังกล่าว ได้รับรางวัลเหรียญเงิน (KIWIE 2014 Silver Prize) จาก KIWIE 2014 ประเทศเกาหลีใต้ อีกด้วย

### 1.4.3 Channels

- ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงจากบริษัท โดยใช้ช่องทางเว็บไซต์ของบริษัท และ Social Media ต่างๆ ของทางบริษัท เช่น Facebook Line@ IG ซึ่งทางบริษัทจะใช้ช่องทางดังกล่าวในการสื่อสารไปยังผู้บริโภค เพื่อสร้างการรับรู้และทำการตลาดให้เกิดการซื้อ

- ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม ทางบริษัทจะใช้ช่องทางการฝากขายที่แผนกเด็กภายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ร้านขายของเล่นชื่อดังอย่าง Toys R Us วางขายในโรงเรียนสอนศิลปะสำหรับเด็ก โรงพยาบาลในแผนกเด็ก และ Kidzania Thailand เพื่อสร้างความมีตัวตนและเพิ่มการรับรู้ รวมถึงเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภคได้หาซื้อได้ง่าย และสะดวกมากขึ้น

### 1.4.4. Relationships

ลูกค้าหรือผู้บริโภคสามารถติดต่อ เพื่อสอบถามข้อมูลการสั่งซื้อ ผ่านทาง Website Facebook Line และ IG ของบริษัท ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับภายใน 24 ชั่วโมง การตอบสนองอย่างรวดเร็วนี้จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและการพูดคุยกับผ่าน Social Media นี้ยังสามารถสร้างความใกล้ชิด และผูกพันต่อสินค้าของบริษัทได้ รวมถึงประชาสัมพันธ์ผ่านทางกลุ่ม Line ผู้ปกครองอีกด้วย

นอกจากนี้บริษัทยังจะใช้ influencer ในการสร้างการรับรู้ เช่น ครอบครัวของคุณเป็ด นาคกร ,ครอบครัวคุณนানা ไร่ปี่นา, ครอบครัวคุณโอปอล ปาณิสรา และให้ Blogger ที่เขียนบทความเกี่ยวกับเด็ก รีวิวผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ มีการเขียนรายละเอียดข้างกล่องอย่างชัดเจน รวมถึงออกบูทตามงานแฟร์ที่เกี่ยวกับเด็กและโรงเรียนต่างๆ โดยมีการสาธิตวิธีการใช้งานและประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มการรับรู้และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

ลูกค้าสามารถติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูล สั่งซื้อสินค้า หรือเป็นตัวแทนจำหน่าย ผ่าน Facebook ของบริษัท ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับภายใน 24 ชั่วโมง ซึ่งจะช่วยให้เกิดการพูดคุยและใกล้ชิดโดยตรง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความผูกพันต่อสินค้าของเรา

## 1.5 การวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)



รูปที่ 1.6 Porter's Value Chain Model

ที่มา : Porter 1985, (pp. 11–15)

Value Chain Model เป็นแนวคิดที่ช่วยในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานปฏิบัติการว่าจะมีส่วนช่วยเหลือให้องค์กรธุรกิจก่อและทำให้เกิดคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างไร

โดยแบ่งกิจกรรมภายในองค์กร เป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และ กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการของบริษัท กิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### 1.5.1 Primary Activities

#### 1.5.1.1 Inbound Logistics

คัดกรองวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ มีการทำ Quality Control ทุกครั้งในการนำเข้าวัตถุดิบ และรับสินค้าจาก Supplier ต่างๆ ก่อนที่จะเข้าไปในกระบวนการของ Operations

จากการที่วิเคราะห์ในส่วนของ Inbound Logistic จะพบว่าเป็นเรื่องของ การรับสินค้าจาก Supplier โดยใช้หลักการ Low-Cost Leadership เนื่องจากสินค้าที่ทางบริษัทนั้น ต้องการ เป็นสินค้าที่สามารถหาซื้อได้ง่าย และมี Supplier หลายเจ้าให้เลือกซื้อ ทำให้บริษัทมีอำนาจ ในการต่อรองสูง เพราะไม่มี Switching Cost ในการเปลี่ยน Supplier รวมถึงมีอำนาจในการต่อรอง ราคาอีกด้วย ซึ่งนับว่าเป็นจุดแข็งอย่างหนึ่ง

#### 1.5.1.2 Operations

แปรรูปเปลือกหอยให้มาเป็นปูนจากธรรมชาติ และจัดลงบรรจุภัณฑ์ พร้อมกับอุปกรณ์ต่างๆ โดยจะมีการทำ Quality Control ทุกกล่องก่อนที่จะส่งออกไปตามจุดจำหน่ายต่างๆ

ซึ่งจากแปรสภาพจากเปลือกหอยเป็นปูนนั้น เป็นกระบวนการที่ทำได้ไม่ ยาก จึงสามารถทำเลียนแบบได้ง่าย จัดเป็นจุดอ่อนขององค์กร แต่สามารถลดความเสี่ยงนี้ได้โดยการ ใช้การจัดการเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา

#### 1.5.1.3 Outbound Logistics

การจัดส่งสินค้ามี 2 กรณี

- ส่งตรงจากบริษัทไปยังลูกค้า สำหรับลูกค้าที่สั่งซื้อผ่านทางช่องทางออนไลน์ โดยใช้บริการการจัดส่งของบริษัทเอกชน ซึ่งมีอยู่หลายเจ้า องค์กรสามารถเลือกบริษัทขนส่งที่มีเงื่อนไขที่ดีที่สุดสำหรับองค์กร



- การจัดส่งสินค้าไปยังช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ เช่น ร้านค้าและห้างสรรพสินค้า ซึ่งจะใช้รถขนส่งสินค้าของบริษัทไปส่งยังช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแต่ละจุดอย่างรวดเร็ว และตรงเวลานัดหมาย

#### 1.5.1.4 Marketing & Sales :

- ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media ของบริษัท เช่น Facebook Line@ Instagram และ Website

- รับ Order จากลูกค้า

- จัดทำ Promotion ต่างๆ

- ทำ Market Research อย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของลูกค้า

#### 1.5.1.5 Service

- จัดทำวิดีโอวิธีการเล่นลงบน Youtube และทำเป็น QR Code สกรีนลงไปบนกล่อง เพื่อให้สะดวกต่อลูกค้าในการเข้าไปรับชม

- มี Customer Service ให้บริการผ่านทาง Facebook Fanpage โดยจะได้รับการติดต่อกลับภายใน 24 ชม. โดยศูนย์ Customer Service นั้นจะอยู่ที่สำนักงานแห่งเดียว พนักงาน Customer Service จะสามารถตอบปัญหาลูกค้าได้ทุกช่องทาง ซึ่งจะเป็นการสร้างบริการแบบ Lost-Cost Leadership เนื่องจากเป็นบริการที่ใช้ต้นทุนต่ำ

### 1.5.2 Support Activities

#### 1.5.2.1 Firm Infrastructure

- การจัดการด้านต่างๆ ให้อยู่ในความเรียบร้อยและพร้อมใช้งาน เช่น การวางแผน ระบบต่างๆ ในองค์กร การจัดการด้านคุณภาพ ระบบการเงินและบัญชี กฎหมาย

#### 1.5.2.2 Human Resource Management

- วางแผนบุคลากร สรรหา ว่าจ้าง ฝึกอบรม ประเมินผลการทำงานทุกไตรมาส และจัดกิจกรรมเพื่อกระชับความสัมพันธ์และสร้างความจงรักภักดีให้กับพนักงาน

#### 1.5.2.3 Technology

- ทำ R&D เพื่อพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดในอนาคต

- ตรวจสอบและดูแลรักษาเครื่องจักรอย่างสม่ำเสมอ

- มองหาเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตอยู่เสมอ

#### 1.5.2.4 Procurement

- จัดหา Supplier วัตถุดิบและวัสดุ ที่ตรงต่อความต้องการ
- จัดหาผู้รับเหมาก่อสร้าง และเครื่องจักร โดยจะให้ผู้รับเหมากำหนดจำนวนวัสดุที่ต้องใช้ทั้งหมดและสั่งซื้อในคราวเดียว เพื่อที่จำได้ต้นทุนที่ถูกต้องที่สุด

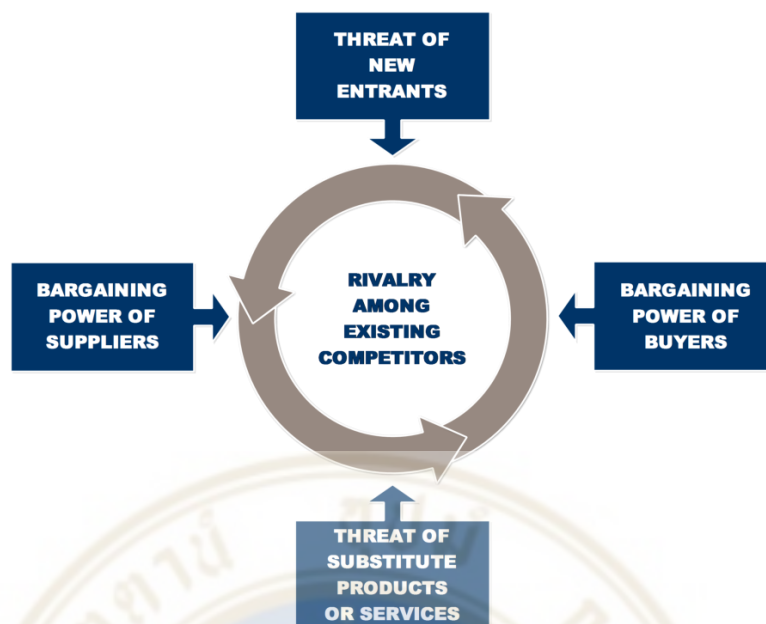
จากการวิเคราะห์ Value Chain ของธุรกิจ พบว่าในกิจกรรมหลักในส่วนของ Operation การแปรรูปจากเปลือกหอยเป็นปูนนั้น มีวิธีและขั้นตอนไม่มาก และเรายังมีผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นเจ้าของงานวิจัยการแปรสภาพเปลือกหอยเป็นปูนเป็นที่ปรึกษาทางด้านนวัตกรรม ทำให้การแปรรูปนี้เป็นไปได้อย่างแน่นอน ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของบริษัทอย่างหนึ่ง รวมถึงในเรื่องของเงินทุนที่ใช้ไม่มากนัก เนื่องจากเป็นการใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบันเข้ามาช่วยทำให้มีค่าใช้จ่ายทางด้านงานวิจัยและพัฒนาไม่มากนัก

แต่เนื่องจากสินค้าของเรายังเป็นสินค้าใหม่ในตลาด ซึ่งเป็นจุดอ่อนของสินค้า ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง การที่ใช้ Marketing & Sales เข้ามาช่วยนั้นจะสามารถทำให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น และส่วนใหญ่แล้วจะเข้าถึงทางช่องทางออนไลน์ซึ่งมีค่าใช้จ่ายไม่สูงอีกด้วย

### 1.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force Analysis)

สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจของอุตสาหกรรมของเล่นในภาพรวมสามารถวิเคราะห์ได้โดยใช้แรงผลักดันด้านต่างๆ หรือ Five Force ในการวิเคราะห์ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้





**รูปที่ 1.7** โครงสร้างการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจโดยใช้หลักของ Five Forces Model  
ที่มา: Porter, (1980)

#### 1.6.1 การคุกคามของผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrance) : ปานกลาง

- ธุรกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ของเด็กเป็นธุรกิจที่ผู้แข่งขันรายใหม่สามารถเข้ามาได้ยาก เนื่องจากต้องใช้งบลงทุนจำนวนมากในการลงทุน ในระดับด้านบาท ทำให้ผู้เล่นรายใหม่สามารถเข้ามาในธุรกิจใหม่ได้ยาก (+)

- เนื่องจากปัจจุบันมีสินค้านำเข้าจากประเทศจีนเป็นจำนวนมาก เพราะมีต้นทุนที่ต่ำกว่าหากเทียบกับการผลิตเองในประเทศไทย ผู้ประกอบการสามารถใช้วิธีการนำเข้าสินค้ามาขายแทนการผลิตเอง เนื่องจากมีราคาที่ต่ำกว่า ซึ่งทำให้ง่ายต่อการเข้ามาเป็นคู่แข่งในตลาดของเด็ก (-)

- การผลิตของเด็กให้เป็นที่ยอมรับ ต้องได้รับการรับรองจากสถาบันและมาตรฐานต่างๆ เพื่อให้สินค้าน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ซึ่งใช้เวลานานในการขอการรับรอง แต่ทุกเจ้าก็สามารถทำได้ (-)

#### 1.6.2 ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry within an Industry): สูง

- ผลิตภัณฑ์ของเด็กในท้องตลาดมีหลายยี่ห้อทั้งรายใหญ่และรายย่อย มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากตลาดของเด็กในเมืองไทยมูลค่ามหาศาลกว่า 10,000 ล้านบาท (ไทยรัฐ

ออนไลน์, 2559) ภาพรวมอุตสาหกรรมของเล่นในประเทศไทยในปีที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตมาก ถึง 5-10% และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นทั้งภายในประเทศและการส่งออก (ฐานเศรษฐกิจ, 2560) (-)

- ผลิตภัณฑ์ชุดของเล่นเด็กของทางผู้จัดทำเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน และยังสามารถเสริมสร้างพัฒนาการหลายๆด้านของเด็ก ซึ่งเป็นสิ่งที่พ่อแม่ ผู้ปกครองในยุคนี้ต้องการอยู่แล้ว อีกทั้งยังไม่มีขายในท้องตลาด ทำให้ได้เปรียบจากความเป็นผู้ผลิตรายแรกในตลาดของเล่นที่ทำของเล่นออกมาในลักษณะแบบนี้ (+)

### 1.6.3 ภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทน (Threat of Substitutes) : สูง

- สินค้าทดแทนของผลิตภัณฑ์ของเล่นเด็กมีค่อนข้างมาก เนื่องจากมีหลายผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างความเพลิดเพลินและเสริมสร้างพัฒนาการให้เด็กได้เช่นกัน เช่น เกมในโทรศัพท์ บอร์ดเกม ของเล่นชนิดอื่นๆ และกิจกรรมกลางแจ้งต่างๆ ทำให้ภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทนนั้นมีสูง (-)

### 1.6.4 อำนาจต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Customer) : สูง

- อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้บริโภคมีตัวเลือกสินค้าที่หลากหลาย เช่น ผลิตภัณฑ์ของเล่นชนิดอื่นๆ ทั้งคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้งต้นทุนในการเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการ (Switching cost) ยังต่ำอีกด้วย ทำให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้าแบรนด์อื่นได้ง่ายขึ้น (-)

### 1.6.5 อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining Power of Supplier) : ต่ำ

- อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบต่ำ เนื่องจากในเปลือกหอยซึ่งเป็นหลักที่ใช้ในการผสมปูนนั้นมีการรับซื้ออยู่น้อยและในราคาที่ต่ำ ดังนั้นหากทางบริษัททำสัญญาเหมาเปลือกหอยกับผู้ขายเปลือกหอยในระยะยาวเพื่อเป็นการยืนยันว่าผู้ขายจะได้รายได้อย่างต่อเนื่อง จะทำให้ผู้ขายมีอำนาจการต่อรองต่ำ (+)

- มีผู้จัดส่งวัสดุและอุปกรณ์ในการทำของเล่นมีอยู่เป็นจำนวนมากและแต่ละรายมีความแตกต่างกันน้อยจึงทำให้ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองสูง ผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier) มีอำนาจการต่อรองต่ำ (+)

ตารางที่ 1.6 สรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจจากแรงผลักดันทั้ง 5 ประการ

แรงผลักดันทั้ง 5 ประการ	ระดับ	ปัจจัยโดยรวม
-------------------------	-------	--------------

	ผลกระทบ	ต่อธุรกิจ
การคุกคามของผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrance)	ปานกลาง	-/+
ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry within an Industry)	สูง	-
ภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทน (Threat of Substitutes)	ต่ำ	+
อำนาจต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Customer)	สูง	-
อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining Power of Supplier)	ต่ำ	+

จากการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงผลักดันทั้ง 5 แรง (Five Forces Analysis) พบว่า ธุรกิจของเล่นมีภัยจากการคุกคามของผู้แข่งขันรายใหม่สูง แต่มีความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับที่สูง ประกอบกับผู้จัดส่งวัตถุดิบมีอำนาจในการต่อรองต่ำ จึงมองเห็นว่าธุรกิจของเล่นนี้ยังสามารถทำกำไรได้ ถึงแม้ว่าอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อจะค่อนข้างสูงก็ตาม แต่ด้วยความแปลกใหม่และเป็นรายแรกที่ผลิตของเล่นที่ผลิตจากเปลือกหอยและยังสามารถพัฒนาศักยภาพของเด็กได้หลากหลายด้าน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการ ทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่นี้สามารถนำมาเป็นจุดขายและดึงดูดความน่าสนใจให้ผู้บริโภคหันมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้นซึ่งเป็นโอกาสที่ดีให้แก่ธุรกิจ

## 1.7 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

การประเมินสถานการณ์ของบริษัทฯ สำหรับผลิตภัณฑ์ของเล่นเด็ก C Toys ทั้งจากสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน รวมทั้งโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการตัดสินใจในการบริหารจัดการ ดังนี้

### 1.7.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน จุดแข็ง -

#### 1.7.1.1 ด้านการบริหารจัดการ

- บริษัทตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบหลัก ซึ่งก็คือเปลือกหอย ทำให้หาวัตถุดิบได้ง่าย และลดค่าใช้จ่ายทางด้านการขนส่ง

- บริษัทมีขนาดเล็ก ทำให้การบริหารจัดการและการตัดสินใจภายในบริษัทสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว

#### 1.7.1.2 ด้านการผลิต

- บริษัทมีพันธมิตรที่เป็นแหล่งที่มาของเปลือกหอยอยู่แล้ว สามารถรับมาได้ในราคาที่ต่ำมาก

- บริษัทที่มีปริกษาทางด้านนวัตกรรม ทำให้สามารถเอื้ออำนวยต่อการผลิตได้

- เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่จำเป็น สามารถหาซื้อในท้องตลาด ไม่ยุ่งยากในการจัดหา

#### 1.7.1.3 ด้านการตลาด

- ของเล่นสำหรับเด็ก C Toys นี้ เป็นของเล่นรูปแบบใหม่ ทั้งในด้านของวัตถุดิบที่ช่วยลดโลกร้อน และในด้านของวิธีการเล่น ซึ่งมีความแตกต่างจากของเล่นแบรนด์อื่นๆ

- ผู้บริหารบริษัทจบการศึกษาทางด้านการตลาดมาโดยตรง สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ได้

#### 1.7.1.4 ด้านการเงิน

- เจ้าของบริษัทมีเครดิตดี สามารถยื่นกู้เงินจากธนาคารได้

### 1.7.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน – จุดอ่อน

#### 1.7.2.1 ด้านการบริหารจัดการ

- บริษัทเป็นบริษัทจัดตั้งใหม่อาจมีความยุ่งยากในการบริหารจัดการทั้งในเรื่องของการจัดการด้านเงินทุน ทรัพยากรบุคคล การดำเนินงานของบริษัทอยู่บ้างในช่วงแรก

#### 1.7.2.2 ด้านการตลาด

-- ผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ทำให้ตราสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค อาจต้องใช้เวลาในการสร้างการรับรู้

- ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้านี้น้อยในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ

#### 1.7.2.3 ด้านการผลิต

เนื่องจากวัตถุดิบหลักของผลิตภัณฑ์คือปูนจากเปลือกหอย ซึ่งเปลือกหอยในแต่ละช่วงเวลาอาจมีคุณสมบัติไม่เท่าเทียมกัน จึงอาจทำให้ไม่ได้สัดส่วนของส่วนผสมที่ถูกต้อง

### 1.7.3. วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – โอกาส

#### 1.7.3.1 สังคม

- ปัจจุบัน พ่อ แม่ และผู้ปกครอง หันมาสนใจผลิตภัณฑ์ที่สามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กมากขึ้น

- สังคมปัจจุบันมักชอบอัปเดตชีวิตผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด ลูกค้าอาจมีการแชร์บนโลกออนไลน์ ทำให้เพิ่มการรับรู้ได้

#### 1.7.3.2 สภาพตลาดของเล่นในประเทศไทย

- มีการแข่งขันที่สูงจากรายใหญ่ แต่ของเล่นเด็ก C Toys เป็นของเล่นที่แปลกใหม่ ทำมาจากส่วนผสมทางธรรมชาติ และวิธีการเล่นใหม่ๆ ซึ่งเป็นช่องว่างที่ผู้ประกอบการจะเข้ามาทำตลาดได้

#### 1.7.3.3 ด้านเทคโนโลยี

- เทคโนโลยีการผลิตและเทคโนโลยีเครื่องจักรมีความก้าวหน้ามากขึ้นทันสมัยมากขึ้น และมีราคาถูกลงกว่าในอดีตที่ผ่านมา ทำให้ธุรกิจมีต้นทุนในการผลิตที่ถูกลง ในขณะที่เดียวกันก็มีประสิทธิภาพในการผลิตเพิ่มมากขึ้น

#### 1.7.3.4 ด้านกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ

- รัฐบาลมีการสนับสนุนการลงทุนของ SME ทำให้ผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมธุรกิจในด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และงบประมาณ ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ

#### 1.7.3.5 ด้านเศรษฐกิจ

- สำนักงานเศรษฐกิจการคลังคาดว่า เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 3.8 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 3.3 – 4.3) ส่งผลให้ผู้บริโภคกล้าใช้จ่ายสูงขึ้น

### 1.7.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – อุปสรรค

#### 1.7.4.1 ด้านสินค้าทดแทน

- สินค้าทดแทนมีอยู่เป็นจำนวนมากทั้งของเล่นทั่วไป และของเล่นที่สร้างเสริมพัฒนาการของเด็กเป็นทางเลือกให้กับผู้ซื้อ ผู้ซื้อจึงมีอำนาจในการต่อรองสูง

#### 1.7.4.2 ด้านผู้บริโภค

- เนื่องจากสินค้าชนิดนี้ มีคำว่า “ปุ่น” อยู่ อาจจะทำให้ผู้บริโภค หรือ พ่อแม่ ผู้ปกครองนั้น ไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยของเด็ก



จากการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกของธุรกิจ ทำให้เห็นช่องทางการทำธุรกิจของเล่นเด็ก แต่ยังมีปัจจัยในหลายๆด้านที่ยังต้องมีการพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำธุรกิจในอนาคต โดยสรุปมาในตารางที่ 1.5 นี้

ตารางที่ 1.7 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ SWOT

ภายใน	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บริษัทตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบหลัก ทำให้หาวัตถุดิบได้ง่าย และลดค่าใช้จ่ายทางการขนส่ง</li> <li>- บริษัทมีขนาดเล็ก ทำให้การบริหารจัดการและการตัดสินใจภายในบริษัทสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว</li> <li>- บริษัทมีพันธมิตรที่เป็นแหล่งที่มาของเปลือกหอยอยู่แล้ว สามารถรับมาได้ในราคาที่ต่ำมาก</li> <li>- บริษัทมีที่ปรึกษาทางด้านวิศวกรรม ทำให้สามารถเอื้ออำนวยต่อการผลิตได้</li> <li>- เป็นของเล่นรูปแบบใหม่ ทั้งในด้านของวัตถุดิบที่ช่วยลดโลกร้อน และในด้านของวิธีการเล่น ซึ่งมีความแตกต่างจากของเล่นแบรนด์อื่นๆ</li> <li>- มีเงินทุนอยู่ไม่ต้องใช้เงินกู้จากธนาคาร</li> </ul>	<p><b>จุดอ่อน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บริษัทเป็นบริษัทจัดตั้งใหม่อาจมีความยุ่งยากในการบริหารจัดการทั้งในเรื่องของการจัดการด้านเงินทุน ทรัพยากรบุคคล การดำเนินงานของบริษัทที่อยู่บ้างในช่วงแรก</li> <li>- ผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้ตราสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค</li> <li>- ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ามีน้อยในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ</li> </ul>
-------	--	---

ตารางที่ 1 8. ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ SWOT (ต่อ)



<p><b>ภายนอก</b></p>	<p><b>โอกาส</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ปกครอง หันมาสนใจผลิตภัณฑ์ที่สามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กมากขึ้น</li> <li>- สังคมปัจจุบันมักมีความไว้วางใจผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด อาจทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค</li> <li>- สภาพตลาดของเล่นในประเทศไทย มีการแข่งขันที่สูง</li> <li>- เทคโนโลยีการผลิตและเทคโนโลยีเครื่องจักรมีความก้าวหน้ามาก ส่งผลดีต่อธุรกิจการผลิต</li> <li>- รัฐบาลมีการสนับสนุนการลงทุนของ SME</li> <li>- เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 3.8 ส่งผลให้ผู้บริโภคกล้าจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น</li> </ul>	<p><b>อุปสรรค</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สินค้าทดแทนมีอยู่เป็นจำนวนมากทั้งของเล่นทั่วไป และของเล่นที่สร้างเสริมพัฒนาการของเด็กเป็นทางเลือกให้กับผู้ซื้อ ผู้ซื้อจึงมีอำนาจในการต่อรองสูง</li> <li>- เนื่องจากสินค้าชนิดนี้ มีคำว่า “ปูน” อยู่ อาจจะทำให้ผู้บริโภค หรือ พ่อ แม่ ผู้ปกครองนั้น ไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยของเด็ก</li> </ul>
----------------------	--	---

## บทที่ 2

### ข้อมูลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

บทนี้จะกล่าวถึงวิธีการศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าประเภทของเล่นเด็ก  
สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB) และสรุปผลการศึกษาวิจัย

#### 2.1 วิธีการศึกษาวิจัย

ในการสำรวจและการวิจัยทางการตลาดได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของเล่นสำหรับเด็ก C Toys ทางบริษัททำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey  
Research) โดยการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของเล่น  
สำหรับเด็ก เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาใช้ในการวางแผนการตลาด

##### 2.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1.1.1 ศึกษาโอกาสทางการตลาดและแนวทางการพัฒนาแผนธุรกิจของ  
เล่นสำหรับเด็ก

##### 2.1.2 กลุ่มเป้าหมายและขนาดตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายในการทำการวิจัยจะเป็น พ่อ แม่ ผู้ปกครองที่มีเด็กอยู่ในบ้าน ซึ่งมี  
จำนวนมากกว่า 100,000 คน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยอ้างอิงจากการเทียบเคียง  
ตาราง Taro Yamane ที่ความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซ็นต์ (Yamane, 1967) แต่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความ  
น่าเชื่อถือและใกล้เคียงความเป็นจริงมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเป็นจำนวน 200 ชุด

##### 2.1.3 ประเภทการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูล  
จาก Primary data หรือปฐมภูมิ

#### 2.1.4 วิธีการเก็บข้อมูลวิจัย

ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้วิธีการกระจายแบบสอบถามออนไลน์ ไปทาง Facebook Fanpage ของสินค้าที่เกี่ยวกับเด็ก, Facebook ของผู้วิจัยและเพื่อนๆ รวมถึงในกระทู้ในเว็บไซต์ Pantip ห้องชานเรื่อน ที่เป็นห้องที่พูดคุยเกี่ยวกับครอบครัวและเด็ก โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการสะดวก (Convenience Sampling)

#### 2.1.5 วิธีการประมวลผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะใช้วิธีวิเคราะห์ผลด้วยเชิงสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 โดยจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด โดยอ้างอิงจากการเทียบเคียงตาราง Taro Yamane ที่ความเชื่อมั่น 90 เปอร์เซนต์ (Yamane, 1967) โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการสะดวก (Convenience Sampling)

ตารางที่ 2.1 ตารางสำเร็จรูปสำหรับใช้ในการกำหนดขนาดตัวอย่าง

ขนาด ประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน (e)					
	$\pm 1\%$	$\pm 2\%$	$\pm 3\%$	$\pm 4\%$	$\pm 5\%$	$\pm 10\%$
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1250	769	500	345	96
3,000	*	1364	811	517	353	97
3,500	*	1458	843	530	359	97
4,000	*	1538	870	541	364	98
4,500	*	1607	891	549	367	98
5,000	*	1667	909	556	370	98
6,000	*	1765	938	566	375	98
7,000	*	1842	959	574	378	99
8,000	*	1905	976	580	381	99
9,000	*	1957	989	584	383	99
10,000	5000	2000	1000	588	385	99
15,000	6000	2143	1034	600	390	99
20,000	6667	2222	1053	606	392	100
25,000	7143	2273	1064	610	394	100
50,000	8333	2381	1087	617	397	100
100,000	9091	2439	1099	621	398	100
$\infty$	10000	2500	1111	625	400	100

\* หมายถึง ขนาดตัวอย่างไม่เหมาะสมที่จะ assume ให้เป็นการกระจายแบบปกติ จึงไม่สามารถใช้สูตร  
คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้

ที่มา : (Yamane, 1967)

### 2.1.6 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย


ระยะเวลาเก็บข้อมูล ตั้งแต่ ตุลาคม 2560 ถึง มีนาคม 2561

ตารางที่ 2.2 แสดงเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด

การเก็บข้อมูลวิจัย	
กลุ่มตัวอย่าง	วิธีการ
<p>กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ซื้อ ของเล่นสำหรับเด็กใน ประเทศไทย จำนวน 200 คน</p>	<p>เก็บแบบสอบถามโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) จำนวน 200 คน โดยการกระจาย แบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยต้องการแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้</p> <p>ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ทำแบบสอบถาม</p> <p>ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก</p> <p>ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก</p> <p>ส่วนที่ 4 ทศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys</p> <p>ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม</p>

## 2.2 สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย และได้รับการอนุมัติเป็นที่เรียบร้อยแล้ว รายละเอียดตามเอกสารแนบดังนี้



**IPSR-Institutional Review Board (IPSR-IRB)**  
Established 1985

COA. No. 2017/12-299

**Certificate of Ethical Approval**

Title of Project: *A Study of the Customer Behavior and Marketing Mix Toward Buying Kids' Toys*

Duration of Project: *5 months (November 2017 - March 2018)*

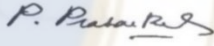
Principal Investigator (PI): *Ms. Thanyanan Srachim*

PI's Institutional Affiliation: *College of Management, Mahidol University*

Approval includes:

- 1) *Submission form*
- 2) *Research proposal*
- 3) *Questionnaire*
- 4) *Participant information sheet*
- 5) *Informed consent document*

IPSR-Institutional Review Board (IPSR-IRB) met on 28<sup>th</sup> December 2017 and decided to issue the COA to the above project.

Signature   
(Professor Emeritus Pramote Prasartkul)  
Chairman, IPSR-IRB  
Valid from January 29, 2018 to January 28, 2019

Remarks

- 1) Upon the completion of this project, the PI should inform the IPSR-IRB of such progress.
- 2) The PI is obliged to notify any modification of the research project to the IPSR-IRB.

IORG Number: IORG0002101; FWA Number: FWA00002882; IRB Number: IRB0001007

Office of the IPSR- IRB, Institute for Population and Social Research, Mahidol University, Phuttamonthon 4 Rd.,  
Salaya, Phuttamonthon district, Nakhon Pathom 73170. Tel (662) 441-0201-4 ext. 223

รูปที่ 2.1 ใบประกาศนียบัตรผ่านการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย

## 2.3 สรุปผลการศึกษาวิจัย

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คนด้วยแบบสอบถาม สามารถสรุปผลการสำรวจได้ดังนี้



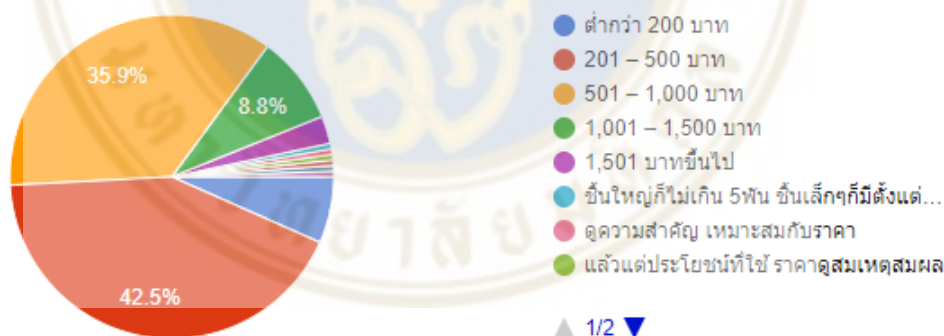
### 2.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ระดับการศึกษา ผลสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี รองลงมาคือ 46 – 50 ปี ถัดลงมาคืออายุ 31 – 35 ปี สถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี

### 2.3.2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อของเล่นเด็ก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อของเล่นเด็กน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และมักจะเลือกซื้อของเล่นที่สามารถพัฒนาพัฒนาการทางด้านความคิดสร้างสรรค์ โดยผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของเล่นมากที่สุดคือ ตนเอง และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อมากที่สุดคือ ประโยชน์ที่จะได้รับจากการเล่นของเล่น ส่วนใหญ่ซื้อตามวันเวลาที่สะดวก และมักค้นหาแหล่งซื้อของเล่นจาก Google

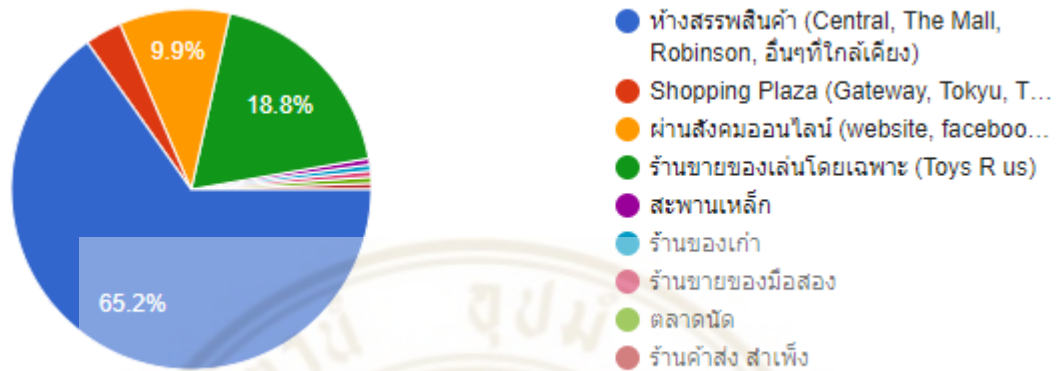
#### 2.3.2.1 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่นต่อชิ้นประมาณเท่าไร



รูปที่ 2.2 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่นต่อชิ้น

จากภาพที่ 2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการซื้อของเล่นเด็กต่อชิ้น 201 – 500 บาทเป็นอันดับที่หนึ่ง โดยคิดเป็นร้อยละ 42.5 จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด อันดับที่สองมีการใช้จ่ายเฉลี่ย 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.9 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และอันดับที่สามมีการใช้จ่ายเฉลี่ย 1,001 – 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.8 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

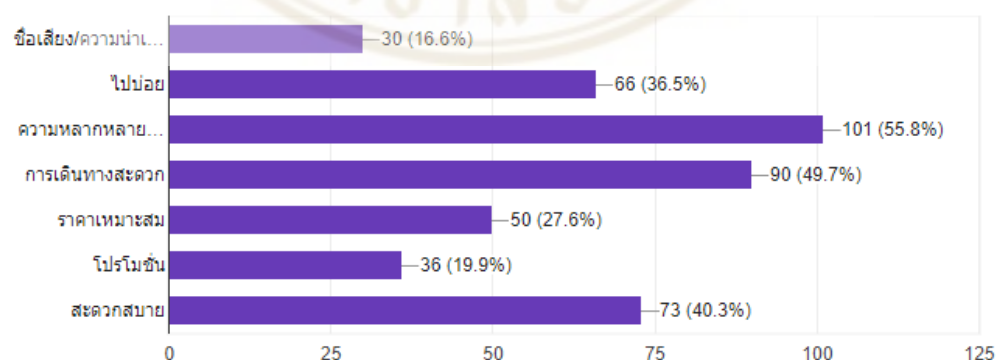
### 2.3.2.2 ส่วนมากท่านไปซื้อจากแหล่งใดมากที่สุด



รูปที่ 2.3 แสดงแหล่งการเลือกซื้อของเล่นเด็ก

จากรูปที่ 2.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อของเล่นที่ห้างสรรพสินค้าอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 65.2 อันดับสองคือร้านขายของเล่นโดยเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 18.8 และอันดับที่สามคือซื้อผ่านสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 9.9

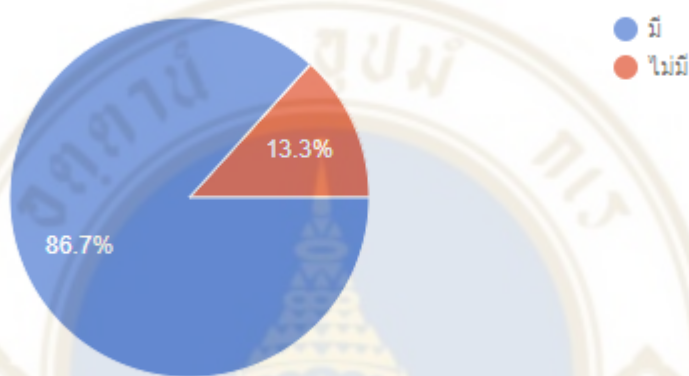
### 2.3.2.3 เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อของเล่นที่สถานที่ที่ตอบไปยังข้อก่อนหน้า



รูปที่ 2.4 แสดงผลเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเลือกซื้อของเล่นในสถานที่นั้นๆ

จากรูปที่ 2.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อของเล่นที่สถานที่นั้นๆ จากความหลากหลายของสินค้าเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 55.8 และเลือกเพราะเดินทางสะดวกเป็นอันดับที่สอง คิดเป็นร้อยละ 49.7 และอันดับที่สามคือความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 40.3

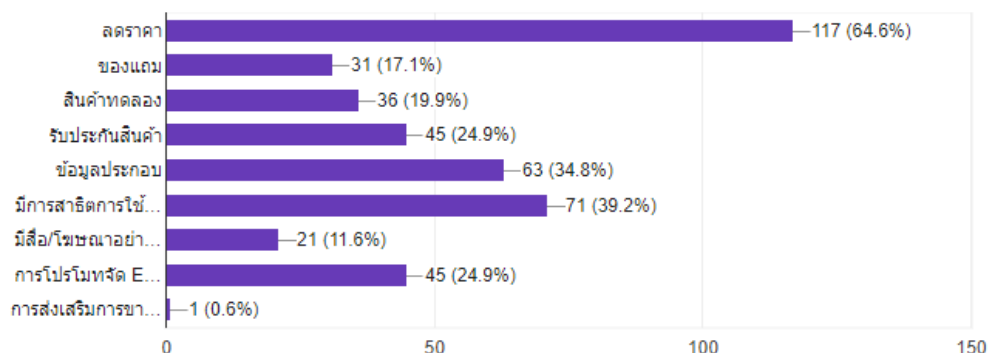
2.3.2.4 ท่านคิดว่าโปรโมชั่นใดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็กหรือไม่



รูปที่ 2.5 แสดงผลอิทธิพลของโปรโมชั่นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของเล่นเด็ก

จากรูปที่ 2.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าโปรโมชั่นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของเล่นเด็กมากถึงร้อยละ 86.7 แล้วโปรโมชั่นไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อร้อยละ 13.3

2.3.2.5 ปกติท่านเลือกซื้อของเล่นจากการส่งเสริมการขายใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



### รูปที่ 2.6 แสดงผลการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อของเล่นเด็กเลือกซื้อ

จากรูปที่ 2.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อของเล่นเด็กจากการส่งเสริมการขายจากการลดราคาเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 64.6 อันดับที่สองคือมีการสาธิตการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และอันดับที่สามคือมีข้อมูลประกอบ คิดเป็นร้อยละ 34.8

### 2.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของเล่นเด็ก

ตารางที่ 2.3 แสดงข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของเล่นเด็ก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
ประโยชน์ที่จะได้รับ	4.54	มากที่สุด
ปลอดภัย	4.50	มากที่สุด
ความแปลกใหม่	3.88	มาก
ข้อมูลบนฉลาก	3.76	มาก
ชื่อเสียงของตราสินค้า	3.72	มาก
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	3.53	มาก

จากตารางที่ 2.2 ในด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่จะได้รับและ สินค้าปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาจะเป็นความแปลกใหม่ของสินค้า, ข้อมูลบนฉลาก, ชื่อเสียงตราสินค้า และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 2.4 แสดงข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของเล่นเด็ก

ปัจจัยด้านราคา	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.52	มากที่สุด
ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	4.25	มากที่สุด
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.19	มาก
ราคาสินค้าคงที่	3.89	มาก

จากตารางที่ 2.3 ในด้านปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพและราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับปริมาณและราคาสินค้าคงที่ อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2.5 แสดงผลปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเด็ก

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
หาซื้อได้ง่าย	4.31	มากที่สุด
จัดวางอย่างเป็นหมวดหมู่ตามประเภทที่ชัดเจน	4.19	มาก
จัดวางสินค้าอยู่ในตำแหน่งที่พบเห็นง่าย	4.15	มาก
จัดสินค้าในพื้นที่พิเศษ เช่น ลาน โปร โมชั่น	3.96	มาก

จากตารางที่ 2.5 ในด้านปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการหาซื้อได้ง่ายในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็น จัดวางอย่างเป็นหมวดหมู่ตามประเภทที่ชัดเจน , จัดวางสินค้าอยู่ในตำแหน่งที่พบเห็นง่าย และ จัดสินค้าในพื้นที่พิเศษ เช่น ลาน โปร โมชั่น อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2.6 แสดงข้อมูลด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเด็ก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
ลดราคา	4.18	มาก
รับประกันสินค้า	4.14	มาก
มีการสาธิตวิธีการใช้งาน	4.02	มาก
สินค้าทดลอง	3.81	มาก
มีการโปรโมท จัด Event ณ จุดขาย	3.75	มาก
ของแถม	3.75	มาก
มีสื่อ/โฆษณา อย่างต่อเนื่อง	3.59	มาก

จากตารางที่ 2.6 ในด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการลดราคา , การรับประกันสินค้า , มีการสาธิตวิธีการใช้งาน , สินค้าทดลอง , มีการโปรโมท จัด Event ณ จุดขาย , ของแถม และการมีสื่อ/โฆษณา อย่างต่อเนื่อง ในระดับมาก

### 2.3.4 ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys

2.3.4.1 ภายหลังจากที่ท่านได้รับข้อมูลคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ C Toys แล้ว ขอให้ท่านประเมินระดับของทัศนคติของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys

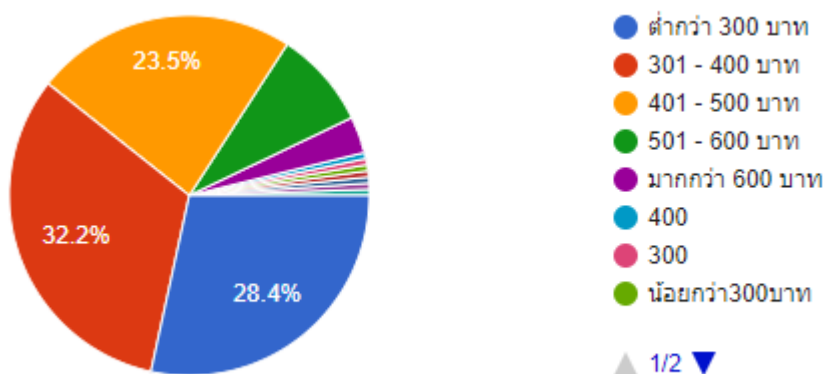
ตารางที่ 2.7 แสดงข้อมูลทัศนคติที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ C Toys

แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
เสริมสร้างพัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์	4.35	มากที่สุด
เสริมสร้างพัฒนาการทางด้านสมอง	4.18	มาก
สร้างเสริมกล้ามเนื้อมือมัดเล็ก	4.18	มาก
เป็นของเล่นรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ	3.69	มาก
ปลอดภัยสำหรับเด็ก	4.00	มาก
เป็นของเล่นที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน	3.93	มาก

จากตารางที่ 2.7 แสดงถึงทัศนคติที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ C Toys โดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก ซึ่งสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การเสริมสร้างพัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์ ในส่วนของการเสริมสร้างพัฒนาการทางด้านสมอง , สร้างเสริมกล้ามเนื้อมือมัดเล็ก , ปลอดภัยสำหรับเด็ก , เป็นของเล่นที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และเป็นของเล่นรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก

2.3.4.2 ท่านคิดว่าราคาของเล่นรูปแบบใหม่ C Toy ควรจะมีราคา มีเท่าไร ท่านถึงคิดว่าไม่แพงเกินไป อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

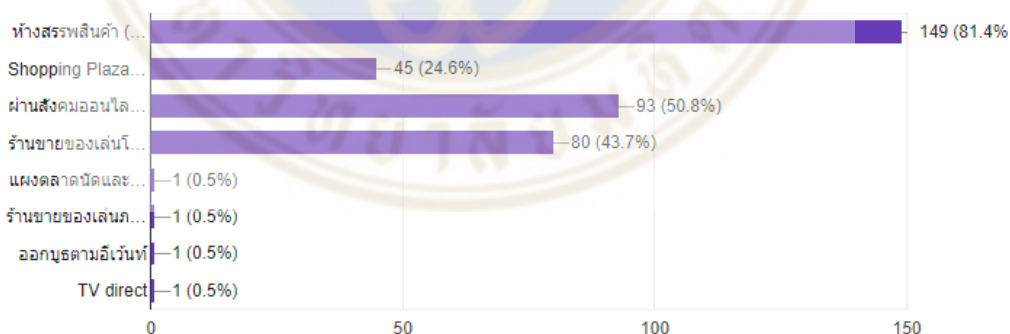




รูปที่ 2.7 แสดงราคาของผู้ตอบแบบสอบถามยอมรับได้ สำหรับผลิตภัณฑ์ C Toys

จากรูปที่ 2.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยอมรับผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys ในระดับราคา 301 – 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.2 เป็นอันดับที่หนึ่ง อันดับที่สองคือระดับราคาต่ำกว่า 300 คิดเป็นร้อยละ 28.4 และอันดับที่สามคือระดับราคา 401 – 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.5

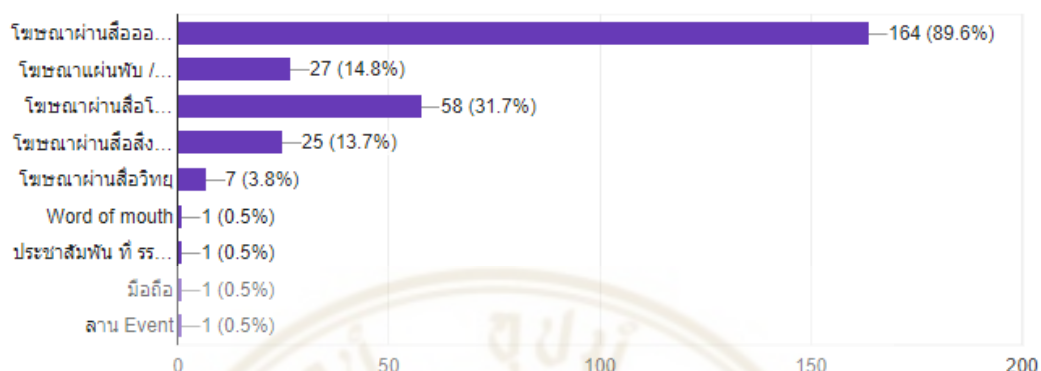
#### 2.3.4.3 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toy ควรจัดจำหน่ายที่ใดมากที่สุด



รูปที่ 2.8 แสดงข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วน of สถานที่จัดจำหน่าย

จากรูปที่ 2.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า C Toys ควรจะวางจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า เป็นอันดับที่หนึ่ง อันดับที่สองคือ ผ่านสังคมออนไลน์ และอันดับที่สามคือ ร้านขายของเล่นโดยเฉพาะ

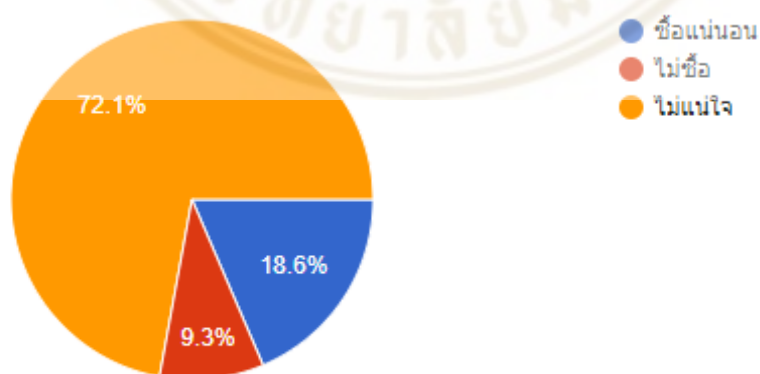
### 2.3.4.4 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ C Toy ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อใดมากที่สุด



รูปที่ 2.9 แสดงข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนของช่องทางการสื่อสาร

จากรูปที่ 2.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดเห็นว่าควรจะทำ การสื่อสารผ่านช่องทางการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง อันดับที่สองคือโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ และอันดับที่สามคือโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

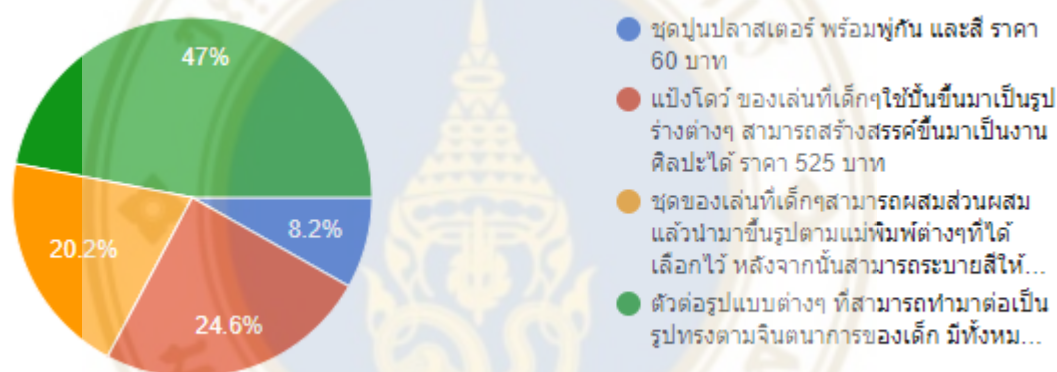
### 2.3.4.5 ถ้าผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toy มีผลดีออกวางจำหน่าย ท่านจะ ต้องการที่จะซื้อหรือไม่



รูปที่ 2.10 แสดงผลการตอบแบบสอบถามในเรื่องความสนใจซื้อต่อผลิตภัณฑ์ของเล่นเด็ก C Toys

จากรูปที่ 2.10 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่แน่ใจ ร้อยละ 72.1 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้เหตุผลว่า ยังไม่เห็นผลิตภัณฑ์ของจริง , ยังไม่แน่ใจเรื่องราคา และไม่แน่ใจเรื่องความปลอดภัย มีผู้ตอบว่า ชื่นแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้เหตุผลว่า สามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กได้ , รู้สึกปลอดภัยสำหรับเด็ก และเป็นของเล่นรูปแบบใหม่ที่ น่าสนใจ และมีผู้ตอบว่า ไม่ซื้อ ร้อยละ 9.3 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ผลิตภัณฑ์ไม่น่าสนใจ , พอใจกับของเล่นที่มีอยู่ในตลาดแล้ว และรู้สึกไม่ปลอดภัย

2.3.4.6 หากมีสินค้าให้เลือก 4 ตัวให้ท่านเลือกดังตัวอย่างด้านล่างนี้ ท่านจะเลือกซื้อสินค้าใด



รูปที่ 2.11 แสดงผลการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกซื้อจากตัวเลือกที่มีให้

จากรูปที่ 2.11 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าตัดสินใจเลือกซื้อของเล่นชนิดตัวต่อรูปแบบต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 47 เป็นอันดับที่ 1 อันดับที่สองคือแป้งโดว์ คิดเป็นร้อยละ 24.6 และอันดับที่สามคือชุดของเล่นเสริมสร้างทักษะ C Toys คิดเป็นร้อยละ 20.2

## บทที่ 3

### แผนการตลาด

บทนี้จะกล่าวถึงแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys ซึ่งจะประกอบไปด้วย บทวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ บทวิเคราะห์ ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง และส่วนผสมทางการตลาด

#### 3.1 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง (Competitor and Competition Analysis)

เนื่องจากในปัจจุบันคู่แข่งในตลาดของเล่นเด็กมีจำนวนมาก ทำให้การแข่งขันในตลาดนั้นสูง ทั้งของเล่นจากแบรนด์ชื่อดังที่วางขายในห้างสรรพสินค้า จนถึงของเล่นที่ไม่มีชื่อที่วางขายตลาดตลาดนัด ซึ่งของเล่นที่วางขายอยู่นั้นมีความหลากหลายมาก ทั้งรูปร่างหน้าตา สี สัน ขนาด ลักษณะในการเล่น นอกจากนี้ยังมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้ออีกด้วย ซึ่งผลิตภัณฑ์ของเล่นที่ออกมานั้น ผลิดมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง ที่ต้องการจะพัฒนาพัฒนาการของลูกตั้งแต่ยังเล็ก เพื่อให้พัฒนาการทุกๆด้านทำงานได้อย่างเต็มที่ ซึ่งผู้ปกครองนั้นก็มักจะมองหาของเล่นที่สามารถพัฒนาทักษะต่างๆของเด็กมาให้เด็กเล่นอยู่เสมอ

ดังนั้นทางบริษัทจึงจะเสนอผลิตภัณฑ์ของเล่นในรูปแบบที่สามารถพัฒนาทักษะหลากหลายด้าน และยังเป็นของเล่นรูปแบบใหม่ ที่ยังไม่มีเกิดขึ้น อีกทั้งส่วนผสมหลักของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ ทำมาจากเปลือกหอยเหลือใช้ ซึ่งมีความปลอดภัยและเป็นการลดขยะให้กับโลก และนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ จะทำให้เกิดความสนใจในหมู่ผู้ปกครองที่ต้องการจะหาของเล่นที่สามารถเสริมสร้างพัฒนาการให้ลูกน้อย และสนใจในสิ่งแวดล้อม หันมาทดลองซื้อไปให้เด็กๆได้เล่น

จากการสำรวจตลาดในช่วงเดือน ตุลาคม 2560 – กุมภาพันธ์ 2561 พบว่ามีของเล่นสำหรับเด็กอายุ 6 – 12 ปี นั้นมีอยู่หลายประเภทและหลายยี่ห้อ แต่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นคู่แข่งทางอ้อม ส่วนทางตรงนั้นจะมีอยู่เพียง 1 ชนิด ดังนี้

##### 3.1.1 คู่แข่งทางตรง

- ชุดระบายสีปูนปลาสเตอร์

เป็นหุ้ดระบายสีที่ประกอบไปด้วย ปูนปลาสเตอร์สูงประมาณ 4 นิ้ว มีสีให้ 6 สี และมี พู่กันมาให้ในชุด ซึ่งจัดเป็นคู่แข่งทางตรง เนื่องจากมีลักษณะการใช้งานที่คล้ายคลึงกัน และขายใน ราคาที่ถูกกว่า ส่วนใหญ่จะวางขายอยู่ตามตลาดนัด หรือจัดบูทตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป สินค้า ชนิดนี้ไม่มีหื้อที่โด่งดังตายตัว เนื่องจากการผลิตขึ้นมาของแบรนด์ท้องถิ่นแต่ละเจ้า



รูปที่ 3.1 ตัวอย่างปูนปลาสเตอร์แบบเดี่ยว

ที่มา : บีทูเฮนส์ดอทคอม, (2552)





รูปที่ 3.2 ตัวอย่างปูนพลาสติกแบบชุด  
ที่มา : บีทูเฮนส์คอตคอม, (2552)

### 3.1.2 คู่แข่งทางอ้อม

- ตัวต่อพลาสติก

เช่น ยี่ห้อ Lego เป็นของเล่นในรูปแบบตัวต่อพลาสติก ซึ่งเริ่มผลิตครั้งแรกที่เมืองบิลลุนด์ (Billund) ประเทศเดนมาร์ก โดยช่วงแรกผลิตจากไม้ เดโก้มีลักษณะเป็นชิ้นพลาสติก หลายสี และลักษณะ เหมือนก้อนอิฐมีขนาดต่างๆกัน ที่มีปุ่มและร่องเพื่อการประกอบ โดยไม่ต้องใช้กาว เพื่อให้ผู้เล่นนำไปสร้างสรรค์ต่อเป็นรูปร่างต่างๆ ปัจจุบันมีมากกว่า 6,000 ชุด



รูปที่ 3.3 LEGO City  
ที่มา: Lego, (2561)



ซึ่งนอกจากจะเป็นของเล่นใช้ฝึกทักษะที่ใช้ได้ทั้งกับเด็กและผู้ใหญ่แล้ว ยังสามารถเสริมสร้างพัฒนาการด้านต่างๆ ให้กับเด็กได้อีกมากมาย ดังนี้

พัฒนาการด้านอารมณ์และสมาธิ : การจะต่อเลโก้ตัวเล็กๆ เพื่อให้ได้ตามแบบที่ต้องการนั้น จำเป็นต้องอาศัยสมาธิ ความใจเย็น ผสมผสานกับความพยายาม จึงทำให้เด็กได้รู้จักการฝึกสมาธิและควบคุมอารมณ์ไปที่ละน้อยระหว่างที่ต่อเลโก้

พัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์ : ชิ้นส่วนตัวต่อหลากหลายชิ้นของเลโก้ สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นอาคาร ยานอวกาศ รวมถึงสิ่งต่างๆ ที่ออกมาจากจินตนาการของเด็กๆ

พัฒนาการด้านการแก้ไขปัญหา : เลโก้ไม่ได้ผลิตชิ้นส่วนออกมาเพื่อรองรับการต่อชิ้นงานทุกรูปแบบ บางครั้งเด็กจึงต้องรู้จักใช้ชิ้นส่วนที่มีอยู่ มาปรับใช้เพื่อเติมเต็มส่วนที่บกพร่องให้สมบูรณ์แบบขึ้น

- แป้งโดว์

แป้งโดว์ คือแป้งปั้นที่让孩子เล่นแทนดินน้ำมัน ช่วยส่งเสริมพัฒนาการเด็ก ในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นพัฒนาการด้านร่างกาย โดยฝึกให้เด็กได้ใช้กล้ามเนื้อมัดเล็ก ได้แก่ มือและนิ้วมือนวด คลึง และปั้นแป้งโดว์เป็นรูปต่างๆ ตามความต้องการ พัฒนาการทางด้านอารมณ์และสังคม โดยเด็กได้เล่นแป้งโดว์ด้วยความสนุกสนาน เพลิดเพลิน คุณพ่อคุณแม่และผู้ปกครองสามารถเล่นร่วมกับบุตรหลานได้ โดยเด็กจะได้พัฒนาจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ ในการปั้นแป้งโดว์เป็นรูปปร่างต่างๆ รวมถึงฝึกสมาธิมิติสัมพันธ์ทั้ง EQ และ IQ นอกจากนี้ แป้งโดว์ยังเล่นง่าย จัดเก็บสะดวก เพียงนวดให้เป็นก้อนเดียวกัน และเก็บใส่กล่องให้มิดชิด อีกทั้งไม่เป็นอันตรายต่อเด็ก เนื่องจากส่วนผสมที่ใช้ทำแป้งโดว์ไม่มีสารพิษ ปราศจากสารกันบูดใดๆ ส่วนประกอบทั้งหมดมาจากส่วนผสมที่ใช้ทำขนม 100% และใช้ส่วนผสมอาหารในการทำ แอมมีกัลลินหอม เสริมสร้างทักษะเด็กในด้านประสาทสัมผัสอีกด้วย



รูปที่ 3.4 ชุดแป้งโดว์ Essentials TUB รุ่น B1157

ที่มา : Robinson, (2561)

- ชุดบล็อกไม้




ชุดบล็อกไม้ที่ได้มาตรฐาน จะผลิตจากไม้ที่ไม่ใช้สารเคมี ตัวสีมีความปลอดภัยสูง ไม่มีส่วนผสมของสารปรอท ตะกั่ว และโลหะหนักต่างๆ ช่วยให้เด็กรู้จักแยกแยะสี และรูปทรงเรขาคณิตที่ต่างกันไป ช่วยฝึกจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ให้เด็ก ด้วยการนำบล็อกไม้มาเรียงต่อให้เป็นเมือง และรูปทรงอื่นๆ ฝึกทักษะทางภาษา ด้วยการให้เด็กหัดเล่าเรื่องตามรูปแบบจำลองของตัวเอง



รูปที่ 3.5 ชุดบล็อกไม้ (PlanToys Creative Blocks) ของเล่น ไม้เสริมทักษะสำหรับเด็กๆ

ที่มา : เบบี้แฟนซี, (2561)

ตารางที่ 3.1 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม

		คู่แข่งทางตรง	คู่แข่งทางอ้อม		
ชื่อบริษัท	บริษัท ซีทอย จำกัด	-	บริษัท เลโก้กรุ๊ป	Hasbro, Inc.	บริษัท แพลนตรีเอชเอ็นเอส จำกัด
สัญลักษณ์		-			
ผลิตภัณฑ์	C Toys		Lego	Play-Doh	Plan Toys
รูปแบบบรรจุภัณฑ์					
ราคา	399 บาท	20 – 229 บาท	240 – 4,160 บาท	295 – 1,200 บาท	550 – 2,100 บาท
จุดเด่น	ชุดสร้างเสริมทักษะรูปแบบใหม่ ซึ่งเด็กๆจะได้ทำกิจกรรมหลากหลายในกล่องเดียว	มีราคาถูก และสามารถหาซื้อได้ทั่วไป	เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง และมีหลากหลายรูปแบบให้เลือก	เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง วัสดุดีสามารถทานได้ปลอดภัยสำหรับเด็ก	เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง และผู้ผลิตของเล่นจากไม้ยางพาราปลอดสารพิษรายแรกของโลก
Green Material	✓	✗	✗	✗	✓
กลยุทธ์ด้านช่องทาง การจัดการจำหน่าย	Website , Line@ , Facebook , Toy R Us , Kidzania , แพนกของเล่นเด็กในห้างสรรพสินค้า,ออกนุท	ตลาดนัด , ออกนุท , Website , Line , Facebook	Partner website , Toy R Us , แพนกของเล่นเด็ก	Partner website , Toy R Us , แพนกของเล่นเด็ก	Website , Line@ , Facebook , PLAN TOYS FLAGSHIP STORE , ห้างสรรพสินค้า

## 3.2 บทวิเคราะห์และระบุ STP (Segmenting, Targeting, Positioning)

### 3.2.1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

ในการแบ่งส่วนทางการตลาดของของเล่นสำหรับเด็กจะทำการตลาดที่เน้นการตลาดเฉพาะกลุ่ม ใช้เกณฑ์ในการแบ่งด้านประชากรศาสตร์ภูมิภาค จิตวิทยา และพฤติกรรมดังนี้

3.2.1.1 ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) คือ ทุกเพศที่มีอายุ 28 ปีขึ้นไป ทุกเชื้อชาติ ทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษา โดยส่วนใหญ่จะเน้นที่กลุ่มพ่อแม่ และผู้ปกครองที่มีเด็กอยู่ที่บ้าน มีรายได้ระดับ C+ (รายได้ 35,001 บาทต่อเดือน) ขึ้นไป

3.2.1.2 ด้านภูมิประเทศ (Geographic Segmentation) เน้นในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอันดับแรก และจะขยายออกไปในต่างจังหวัดในระยะหลัง

3.2.1.3 ด้านจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) โดยบุคคลที่มีรูปแบบในการดูแลบุตรหลานแบบเน้นพัฒนาการของเด็ก ใส่ใจในพัฒนาการในหลากหลายด้าน

3.2.1.4 ด้านพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) มีพฤติกรรมการซื้อของเล่น ซึ่งเลือกซื้อจากคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อนำไปให้เด็กๆ ในปกครองเล่น เพื่อที่จะสามารถพัฒนาทักษะในหลายๆด้านของเด็ก ซึ่งมักจะไปเลือกซื้อของเล่นผ่านช่องทางออนไลน์ ร้านขายของเล่นและตามห้างสรรพสินค้า

### 3.2.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)

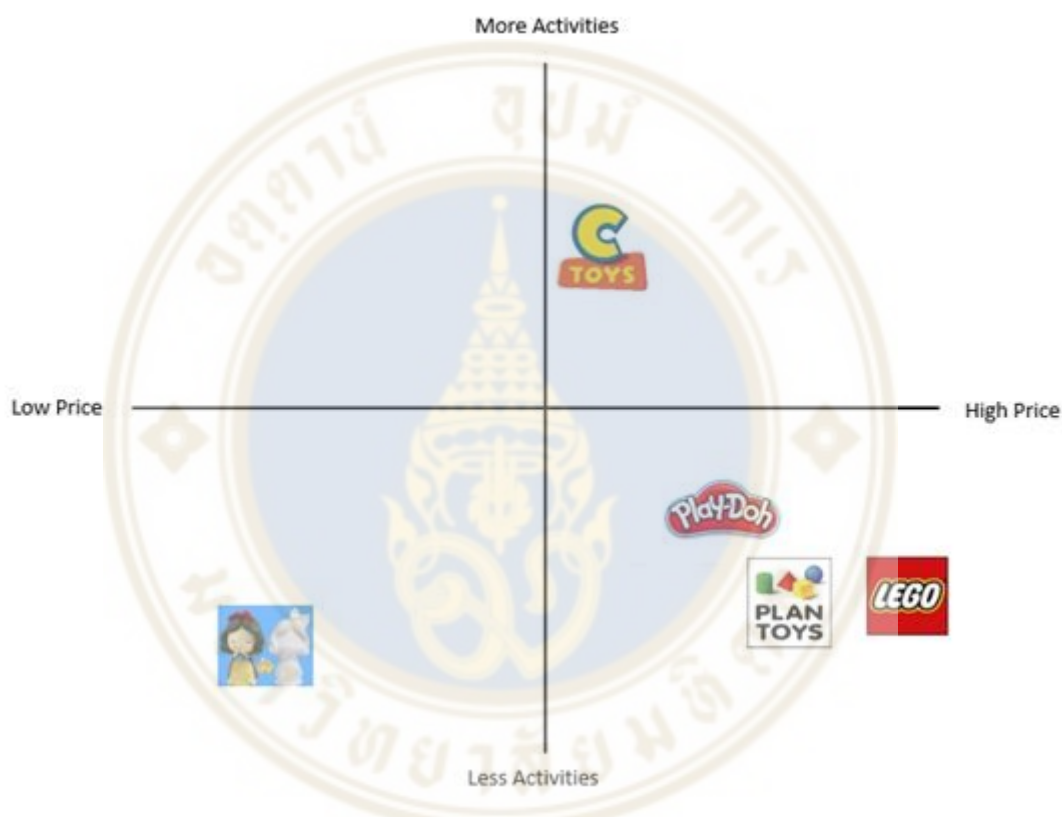
3.2.2.1 แบบ B2C กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องพัฒนาการของเด็ก และผู้ปกครองทั่วไป อายุประมาณ 26 – 40 ปี

3.2.2.2 แบบ B2C กลุ่มบุคคลทั่วไป ที่ชื่นชอบงานศิลปะ และงาน DIY

### 3.3.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)

จากการสำรวจตลาดของเล่นสำหรับเด็กพบว่า C Toys นั้น มีคู่แข่งทางตรงเป็นปูนพลาสติกเพียงอย่างเดียว เนื่องจากมีลักษณะการใช้งานที่ใกล้เคียงกันมากที่สุด ส่วนของเล่นแบรนด์ใหญ่ที่มีชื่อเสียงนั้น เป็นคู่แข่งทางอ้อม ซึ่งในแต่ละผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ใน 1 ผลิตภัณฑ์จะมีวิธีเล่นไปในทิศทางเดียว อย่างเช่น ตัวต่อ ก็มีกิจกรรมต่อตัวต่ออย่างเดียว พวกสินค้างานปั้น ก็จะเป็นการปั้นอย่างเดียว จึงสังเกตเห็นว่าผลิตภัณฑ์ C Toys สามารถสร้างความแตกต่างในเรื่องของฟังก์ชันการใช้งานของสินค้า ที่สามารถมีกิจกรรมหลากหลายในกล่องเดียว เช่น การผสม การคน ส่วนผสมให้เข้ากัน การขึ้นรูป รวมไปถึงการระบายสี ซึ่งจะสามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กได้

หลากหลายด้าน สะท้อนถึงความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญกับพัฒนาการของเด็กมากที่สุด และในอีกด้านหนึ่งคือเรื่องของแนวคิดเรื่องราคาจากการสำรวจตลาดพบว่า ผู้แข่งขันทางตรงนั้นมีราคาต่ำกว่า ด้วยคุณภาพ ลักษณะของสินค้า ส่วนผู้แข่งขันทางอ้อมมีราคาที่สูงกว่า ซึ่งราคาเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าประเภทของเล่นเด็ก โดยทาง C Toys มีการกำหนดราคาอยู่ที่ 399 บาท ซึ่งเป็นช่วงราคาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยอมรับได้มากที่สุด และสามารถแข่งขันในตลาดของเล่นในประเทศไทยได้



รูปที่ 3.6 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของกลุ่มคู่แข่งแต่ละแบรนด์

### 3.3 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

เนื่องจากสิ่งที่องค์กรกำลังจะขายนั้น เป็นประเภทผลิตภัณฑ์ จึงเหมาะที่จะใช้ 4P ของมาใช้ในการวางแผนส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งการวางแผนที่ดีจะทำให้สินค้าหรือแบรนด์เติบโตอย่างมีแบบแผน ไม่หลงไปกับสถานะเศรษฐกิจหรือความกดดันจากคู่แข่ง และยังทำให้สินค้าหรือแบรนด์นั้นๆ มีความชัดเจน เมื่อตำแหน่งในตลาดชัดเจนแล้ว ย่อมทำให้การกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ออกมาได้มีประสิทธิภาพตามไปด้วย



### 3.3.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)

“ C Toys ” เป็นชุดของเล่นสำหรับเด็กในรูปแบบของการให้เด็กสามารถผสมส่วนผสมในการขึ้นรูป โดยวัตถุดิบและส่วนประกอบของปูนนั้นผลิตมาจากธรรมชาติทั้งสิ้น ซึ่งส่วนผสมหลักของปูนคือผงเปลือกหอย ผงดิน และ ผงขุยมะพร้าว ทำให้ไม่ระคายเคืองต่อผิวหนัง เมื่อผสมเสร็จก็นำมาเทลงในแม่พิมพ์ที่ได้เลือกซื้อไว้ หลังจากที่ปูนแห้งแล้วก็ นำออกจากแม่พิมพ์ และระบายสีได้ตามใจชอบ โดยอุปกรณ์ทุกอย่างที่จำเป็นต้องใช้ เช่น ถังมือ ถ้วยผสม จานสี พู่กัน และสีที่ทำมาเฉพาะการระบายบนปูนธรรมชาตินี้จะถูกจัดไว้ให้ในกล่องเรียบร้อยแล้ว ซึ่งของเล่นรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นนี้จะสามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กในด้านต่างๆ ดังนี้

- พัฒนาการทางด้านความคิดสร้างสรรค์
- พัฒนาการทางด้านสมอง
- พัฒนาการทางด้านกล้ามเนื้อมัดเล็ก



รูปที่ 3.7 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ C-Toys

ด้านบรรจุภัณฑ์ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษและ Bioplastic ซึ่งสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ทางบริษัทจึงให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อความมั่นใจให้แก่ลูกค้า และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่บริษัท โดยสินค้าของทางบริษัทจะต้องได้รับ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือ มอก. ซึ่งเป็นข้อกำหนดทางวิชาการด้านต่างๆ ที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้กำหนด



ขึ้น เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด และเพื่อยืนยันกับทางลูกค้าว่าสินค้าของทางบริษัทมีคุณภาพและปลอดภัยสำหรับเด็ก

### 3.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

จากผลแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยินดีที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys ในช่วงราคา 301 – 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.2 เป็นอันดับที่หนึ่ง อันดับที่สองคือระดับราคาต่ำกว่า 300 คิดเป็นร้อยละ 28.4 และอันดับที่สามคือระดับราคา 401 – 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.5 ทางบริษัทจึงตั้งราคาของเล่น C Toys อยู่ที่ราคา 399 บาท ซึ่งเป็นราคาที่อยู่ในช่วงราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยินดีที่จะซื้อ และเป็นราคาที่ใกล้เคียงกับสองอันดับถัดลงมาที่ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นยอมรับได้ที่จะจ่าย

นอกจากนั้นยังเป็นการตั้งราคาแบบเลขคี่ (Odd Pricing) ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตั้งราคาในเชิงจิตวิทยา โดยผู้ผลิตหรือร้านค้าจะตั้งราคาสินค้าให้ลงท้ายด้วยเลขคี่ ที่นิยมกันมากคือการลงท้ายด้วยเลข 9 เช่น 39 บาท 99 บาท 199 บาท เป็นต้น การตั้งราคาแบบนี้ในทางจิตวิทยาจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า ของที่ขายราคาไม่แพง การลงท้ายด้วยเลขคี่ดูเหมือนว่าผู้ขายลดราคาให้แล้ว (ลดซักบาทก็ยังดีกว่าไม่ลด) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเศษก่อนที่จะขึ้นหลักต่อไป เช่น 99 บาท แทนที่จะเป็น 100 บาท ยิ่งทำให้ราคาดูต่ำลงมากในความรู้สึกของลูกค้าทั้ง ๆ ที่ส่วนต่างของราคาอยู่เพียงแค่ 1 บาท เท่านั้น

### 3.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place)

3.3.3.1 แผนกของเล่นเด็กในห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นคำตอบอันดับที่หนึ่ง ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมักจะไปเลือกซื้อของเล่น ช่องทางจัดจำหน่ายทางช่องทางนี้จึงเป็นช่องทางที่สำคัญช่องทางหนึ่ง และอาจเป็นช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายอีกด้วย

3.3.3.2 Social Media ต่างๆ ของบริษัท เช่น Facebook Instagram Line@ และ Website เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนหันมาใช้ช่องทางการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่างๆ อีกทั้งยังเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าเป็นอันดับที่ 3 ซึ่งช่องทางนี้เป็นช่องทางที่สามารถขายได้ในวงกว้าง เพราะคนทั่วประเทศสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้ ทำให้สามารถรับรู้ และสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก

3.3.3.3 ร้านขายของเล่นโดยเฉพาะ เช่น Toy R Us ซึ่งจากผลการตอบแบบสอบถามนั้น ร้านขายของเล่น โดยเฉพาะมีผู้เลือกตอบเป็นอันดับที่ 2 เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกมากมาย ทำให้ผู้ที่ต้องการเลือกซื้อของเล่น เลือกที่จะไปหาซื้อสินค้าจากแหล่งนั้น

3.3.3.4 ฝากขายที่ร้านขายของที่ Kidzania Thailand ในปัจจุบันพ่อแม่และผู้ปกครองมักสรรหากิจกรรมที่สามารถเสริมสร้างพัฒนาการให้กับเด็กๆ ซึ่ง Kidzania Thailand นั้นเป็นอีกหนึ่งสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายนั้นมักจะพาเด็กในๆไปครองไปทำกิจกรรมที่นั่น

3.3.3.5 ฝากขายที่โรงเรียนสอนศิลปะต่างๆ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ C Toys เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในหมวดของศิลปะ การวางขายที่โรงเรียนสอนศิลปะนั้นจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปพบกับผู้ที่มีโอกาสจะซื้อผลิตภัณฑ์ได้

3.3.3.6 มีบริการจัดส่งทั่วประเทศไทย ผ่าน Kerry Express เมื่อสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์หรือ Social Network ต่างๆ

ตารางที่ 3.2 ค่าบริการขนส่งผ่าน Kerry Express

ส่งไว ส่งชัวร์ ทั่วไทย Thailand's Best Parcel Delivery Services		KERRY EXPRESS		
Service ประเภทบริการ	SIZE & WEIGHT LIMITED ขนาดและ น้ำหนัก	BANGKOK NEXT DAY* ส่งชัวร์วันต่อไป	UPCOUNTRY NEXT DAY ส่งชัวร์วันต่อไป	PACKAGING MATERIAL กล่อง
Envelope	Document / Non-document เอกสาร / วัสดุอื่น 1kg	30 / 35	45 / 50	FREE
Mini	40cm 1kg	30	45	5
Seal Bag / S	60cm 5kg	65	80	FREE / 10
S+	75cm 5kg	85	100	15
M	90cm 10kg	100	115	20
M+	105cm 15kg	140	155	25
L	120cm 15kg	185	205	30
XL	150cm 20kg	290	330	-
Over size	200cm 25kg	380	420	-

ที่มา : บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด, (2549)

### 3.3.4 กลยุทธ์ด้านโปรโมชั่น (Promotion)

3.3.4.1 ใช้ Influencer ในการประชาสัมพันธ์และรีวิวสินค้า เช่น ให้ Blogger ที่ทำ Blog เกี่ยวกับเด็กหรือครอบครัว และ ดาราที่มีลูกที่อยู่ในวัยที่เหมาะสมของเล่น เช่น ครอบครัวของคุณเป็ด นาค ,ครอบครัวคุณนানা ไร่บีบีนา, ครอบครัวคุณโอบอล ปาณิสรา รีวิวสินค้า

ซึ่งการให้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในด้านของผลิตภัณฑ์เด็กนั้นรีวิวลินค้าหรือให้ลูกๆของเขานั้นใช้สินค้า จะสามารถสร้างการรับรู้ได้ในวงกว้าง และทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้นด้วย ซึ่งจะใช้ช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับสื่อมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง

3.3.4.2 โฆษณาและอัปเดตข่าวสารผ่าน Facebook , IG , Website , Line@ และ Youtube channel ของบริษัท เนื่องจากเป็นช่องทางในการรับสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจมากที่สุด ซึ่งการทำโฆษณาและอัปเดตข่าวสารผ่านทางสื่อออนไลน์เหล่านี้ จะทำให้ลูกค้าหรือผู้ที่ติดตามสื่อของบริษัทรู้สึกใกล้ชิดกับบริษัท เนื่องจากรับรู้และเห็นข้อมูลข่าวสารต่างๆ อยู่เป็นระยะ ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำตราสินค้าและอาจทำให้เป็น Brand top of mind ของลูกค้า

3.3.4.3 สร้าง Online Community บน Facebook Fanpage จะทำให้ลูกค้า นั้นสามารถเข้ามาพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวกับเด็ก ทำให้หากพ่อแม่ ผู้ปกครองนึกถึงแบรนด์เราหรือเพจของเราในการค้นหาคำตอบที่กำลังสงสัย โดยการเข้ามาพูดคุยกัน บน Facebook Fanpage

3.3.4.4 ออกบูทงาน Thailand Baby & Kids Best Buy และงาน Thailand Toy Expo 2018 รวมถึงออกบูทตามโรงเรียนต่างๆ จะทำให้เพื่อเข้าไปถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น

3.3.4.5 ทำ Video สาธิตวิธีการเล่น ลงบน Youtube Channel ของบริษัท เพื่อสาธิตวิธีการเล่นอย่างละเอียดทุกขั้นตอน รวมถึงอธิบายประโยชน์ที่จะได้รับจากการเล่นของเล่นชิ้นนี้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

3.3.4.6 ทำโปรโมชั่นลดราคาในโอกาสต่างๆ ซึ่งการลดราคาเป็นปัจจัยอันดับที่ 1 ที่ทำให้ผู้ตัดสินใจซื้อเลือกซื้อสินค้านั้นๆ การทำ Sales Promotion จึงเป็นอีกอย่างหนึ่งที่ไม่สามารถขาดไปได้

3.3.4.7 มีการแจกใบปลิวให้กับลูกค้าหรือผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์โดยตรง ตามงานแสดงสินค้าต่างๆในแต่ละปี มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ใบละ 0.29 บาท

### 3.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร

ตารางที่ 3.3 แสดงแผนดำเนินการกลยุทธ์การตลาดในปีที่ 1

กิจกรรม (Action)	ปีที่ 1												งบประมาณ	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1.ค่าใช้จ่ายในการออกบูทตามโรงเรียนในกรุงเทพและปริมณฑล														5,000
5.ค่าใช้จ่ายในการทำใบปลิว (ใบละ 0.29 บาท)														2,900
6.ค่าใช้จ่ายในการทำป้ายโฆษณา (ขนาด 60 x 160) 600 บาท/ชิ้น														1,200
7.ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสื่อออนไลน์														30,000
8.ค่ารีวิวสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ต่างๆ														100,000
9.ค่าถ่ายทำวิดีโอแนะนำผลิตภัณฑ์														50,000
<b>รวมค่าใช้จ่ายทางการตลาด</b>														<b>189,100</b>

ตารางที่ 3.4 แสดงแผนดำเนินงานกลยุทธ์การตลาดในปีที่ 2 - 5

กิจกรรม (Action)	ปีที่ 2												งบประมาณ	ปีที่ 3 - 5	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
1.ค่าใช้จ่ายในการออกบูทงาน Thailand Toy Expo														50,000	ออกงานปีละครั้ง
2.ค่าใช้จ่ายในการออกบูทงาน Thailand Baby & Kids Best Buy														50,000	ออกงานปีละครั้ง
3.ค่าใช้จ่ายในการออกบูทตามโรงเรียนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล														60,000	ออกบูทเดือนละครั้ง
4.ค่าส่วนลดการขาย (Sale Promotion) (10% จากยอดขายที่คาดการณ์ไว้)														3,318,529	10% จากยอดขายที่คาดการณ์ในแต่ละปี
5.ค่าใช้จ่ายในการทำใบปลิว (ใบละ 0.29 บาท)														29,000	แจกใบปลิวปีละ 100,000 ใบ
6.ค่าใช้จ่ายในการทำป้ายโฆษณา (ขนาด 60 x 160) 600 บาท/ชิ้น														6,000	ส่งป้ายโฆษณาใช้ในการออกบูทปีละครั้ง
7.ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสื่อออนไลน์														120,000	โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่องทุกปี
8.ค่ารีวิวสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ต่างๆ														500,000	ให้ Influencer รีวิวสินค้าอย่างต่อเนื่องทุกปี
9.ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย														240,000	เดือนละ 20,000 บาท
<b>รวมค่าใช้จ่ายทางการตลาด</b>														<b>4,373,529</b>	



## บทที่ 4

### แผนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม และการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

บทนี้จะกล่าวถึงแผนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมของบริษัท ซีทอย จำกัด บทวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ แผนกลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องและการหาประโยชน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงแผนการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพย์สินของของบริษัท

#### 4.1 บทวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือกระบวนการ

##### 4.1.1 ระดับความใหม่ของนวัตกรรม

จากการค้นหาข้อมูล ชุดของเล่น C Toys เป็นของเล่นที่มีนวัตกรรมระดับอุตสาหกรรมของเล่นไทย เนื่องจากในอุตสาหกรรมของเล่นในประเทศไทยยังไม่มีผู้ผลิตรายใด ทำของเล่นที่มีส่วนประกอบของเปลือกหอยมาก่อน

##### 4.1.2 ประเภทของนวัตกรรม

ชุดของเล่น C Toys นั้น จัดเป็นนวัตกรรมประเภท Product innovation หรือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เนื่องจากตัวนวัตกรรมที่นำมาใช้ในผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ คือ ปูนที่ผลิตจากเปลือกหอย ซึ่งเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้

##### 4.1.3 แนวทางการต่อยอดการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์หรือสังคม

จากการที่ได้พบนวัตกรรมชนิดนี้ จึงได้คิดสร้างสรรค์ออกมาเป็นชุดของเล่นเด็ก C Toys ที่นำผงปูนจากเปลือกหอย มาเป็นส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ และนำมาจัดจำหน่ายเป็นของเล่นสำหรับเด็ก เพื่อสร้างรายได้และทำการค้าเชิงพาณิชย์



## 4.2 แผนกลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องและการหาประโยชน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา

### 4.2.1 กลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา

จากการสำรวจสินทรัพย์ของบริษัท พบว่าบริษัทสามารถจัดการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาได้ดังนี้

#### 4.2.1.1 การซื้อสิทธิบัตรกระบวนการทำปูนธรรมชาติจากเปลือกหอย

บริษัทจะทำสัญญาระยะเวลา 5 ปี แบบ Exclusive ในการขอซื้อ License สิทธิกระบวนการผลิตปูนธรรมชาติจากเปลือกหอย จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งเจ้าของงานวิจัยคือ ท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ สรชา ไวรวิกิจ โดยทางเจ้าของสิทธิบัตรไม่สามารถขายสิทธิให้กับผู้ใดที่อยู่ในอุตสาหกรรมของเล่นได้ตามข้อตกลงในสัญญา เพื่อป้องกันการแข่งขันในอุตสาหกรรมของเล่น

#### 4.2.1.2 สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (Patent)

บริษัทสามารถนำสูตรการผลิตและส่วนผสมที่คิดค้นและพัฒนาขึ้นมาใหม่ไปจดทะเบียนสิทธิบัตรการประดิษฐ์ สามารถคุ้มครอง 20 ปี โดยจะชำระค่าธรรมเนียมทั้งหมดในการชำระค่าธรรมเนียมรายปีครั้งแรก 140,000 บาท ซึ่งหากมีผู้ใดประดิษฐ์งานขึ้นมาเหมือนกันทางบริษัทก็สามารถฟ้องและให้หยุดการผลิตได้ ด้วยความคุ้มครองของสิทธิบัตร ซึ่งบริษัทจะยังไม่จดในช่วงแรก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นนวัตกรรมพอที่จะจดได้ ดังนั้นบริษัทจะเริ่มจดสิทธิบัตรในผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมมากขึ้นในคราวต่อไป หลังจากที่ผลิตภัณฑ์ได้พัฒนาจนสามารถนำมาเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้

#### 4.2.1.3 อนุสิทธิบัตร (Petty Patent)

นำชุดของเล่น C Toys ซึ่งเป็นของเล่นเด็กรูปแบบใหม่ ไปจดทะเบียนอนุสิทธิบัตร คุ้มครอง 6 ปี และสามารถต่ออายุได้ 2 ครั้ง ครั้งละ 2 ปี โดยสามารถชำระค่าธรรมเนียมการจดอนุสิทธิบัตรทั้งหมด 2,000 บาท ซึ่งหากมีผู้ใดประดิษฐ์งานขึ้นมาเหมือนกันทางบริษัทก็สามารถฟ้องศาลเพื่อเรียกค่าเสียหายและส่งให้หยุดการผลิตได้จากความคุ้มครองของอนุสิทธิบัตร

#### 4.2.1.4 ลิขสิทธิ์ (Copyright)

ในส่วนของฟอนต์ อาร์ตเวิร์ค และโฆษณาต่างๆของบริษัทนั้นเป็นลิขสิทธิ์ของบริษัทตั้งแต่องานชิ้นนั้นเกิดขึ้น โดยที่ไม่ต้องจดทะเบียนใดๆ โดยบริษัทจะระบุรายละเอียดในสัญญาจ้างงานว่างานทุกชิ้นที่ทำขึ้นมาจะตกเป็นของบริษัททั้งหมด ซึ่งจะคุ้มครองได้ 50 ปีหลังจากการผลิตชิ้นงานนั้น

#### 4.2.1.5 ความลับทางการค้า (Trade Secret)

ส่วนผสมการผลิตและวิธีการผลิต จำเป็นจะต้องเก็บไว้เป็นความลับทางการค้า เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งบริษัทจะระบุนรายละเอียดการเก็บเป็นความลับทางการค้าในสัญญาจ้างงาน (Employment agreement) โดยพนักงานจะต้องเก็บข้อมูลทุกอย่างเป็นความลับของบริษัททั้งหมด หากมีบุคคลใดนำความลับออกไปเผยแพร่ บริษัทสามารถฟ้องร้องได้

ในส่วนของนักพัฒนาสูตรการผลิตที่บริษัทจ้างมาเพื่อพัฒนาสูตรที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด บริษัทจะให้นักพัฒนาเซ็นสัญญา Non-Disclosure Agreement เพื่อเป็นการตกลงว่าจะเก็บข้อมูลทุกอย่างเป็นความลับ หากมีบุคคลใดนำความลับออกไปเผยแพร่ บริษัทสามารถฟ้องร้องได้เช่นกัน

#### 4.2.2 การหาประโยชน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา

4.2.2.1 การขายผลิตภัณฑ์ บริษัทสามารถหาผลประโยชน์จากการขายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความคุ้มครองจากการจดเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ อนุสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ และความลับทางการค้าได้ โดยไม่มีผู้ใดสามารถทำเลียนแบบได้ ภายในเวลาที่ได้รับความคุ้มครอง

4.2.2.2 การขายสิทธิสิขสิทธิ์ หากในอนาคตมีผู้สนใจซื้อสิขสิทธิ์สูตรการผลิตที่ทางบริษัทได้ไปจดทะเบียนสิขสิทธิ์ไว้ ทางบริษัทสามารถขายสิขสิทธิ์นั้นได้ หากผู้ที่ต้องการซื้อ ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมของเล่นเช่นเดียวกับบริษัท

### 4.3 แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงแผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

รายการ	เดือน												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
การซื้อสิทธิบัตรกระบวนการทำปุ๋ยธรรมชาติจากเปลือกหอย													
อนุสิทธิบัตร (Petty Patent)													
ลิขสิทธิ์ (Copyright)													
ความลับทางการค้า (Trade Secret) - Employment agreement													
ความลับทางการค้า (Trade Secret) - Non-Disclosure Agreement													

## บทที่ 5

### แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร

บทนี้จะกล่าวถึงข้อมูลทางธุรกิจของบริษัท โครงสร้างองค์กร แผนด้านบุคลากร แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กร ประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และค่าตอบแทนอื่นๆของบริษัทที่มอบให้แก่พนักงาน

#### 5.1 ข้อมูลทางธุรกิจ

บริษัท ซีทอย จำกัด มีรูปแบบการดำเนินการเป็นธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายชุดของเล่นเด็ก “C Toys” โดยมีทุนจดทะเบียน 6.5 ล้านบาท

#### 5.2 โครงสร้างองค์กร

เนื่องจากบริษัท ซีทอย จำกัด เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ และเป็นบริษัทขนาดเล็ก ดังนั้นเพื่อให้ผู้บริหารสามารถดูแลบุคลากรในบริษัทได้อย่างทั่วถึง บริษัท ซีทอย จำกัด จึงมีโครงสร้างองค์กรแบบ Flat Organization โดยผู้บริหารเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ตลอดจนกลยุทธ์ในการบริหารต่างๆ โดยพนักงานของบริษัทสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ดำเนินการในบริษัทเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ



รูปที่ 5.1 แสดง โครงสร้างองค์กรของบริษัท ซีทอย จำกัด

### 5.3 แผนด้านบุคลากร

ตารางที่ 5.1 แสดงตำแหน่งและจำนวนหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรบริษัท ซีทอย จำกัด

ตำแหน่ง	จำนวน	หน้าที่รับผิดชอบ
1.กรรมการ ผู้จัดการ	1	กำหนดกลยุทธ์และแผนดำเนินงานของทั้งองค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว บริหารกิจการองค์กรให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ บริหารจัดการ ดูแลองค์กร และพนักงานทุกคนในองค์กร กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนของบุคลากรในองค์กร

ตารางที่ 5.2 แสดงตำแหน่งและจำนวนหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรบริษัท ซีทอย จำกัด  
(ต่อ)

ตำแหน่ง	จำนวน	หน้าที่รับผิดชอบ
		ทำหน้าที่เป็น HR ของบริษัท
2.ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์	1	รับผิดชอบและดูแลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ควบคุมดูแลกระบวนการผลิตวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพ วางแผนและดำเนินการผลิตวัตถุดิบ
3.ผู้จัดการฝ่ายการขายและการตลาด	1	รับผิดชอบและดูแลในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การขาย รวมถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท รับผิดชอบและดูแลงานที่เกี่ยวข้องกับช่องทางในการจัดจำหน่ายและลูกค้า ประมาณการยอดขาย สำนวณความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า
4.พนักงานขายและการตลาด	1	หาลูกค้าและช่องทางในการจัดจำหน่าย คิดและทำโปรโมชันเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง รับผิดชอบเรื่องติดตามลูกค้า การติดตามเรื่องการชำระเงิน ยืนยันการสั่งซื้อ ยืนยันสถานที่จัดส่ง และวันเวลาการรับสินค้า
5.พนักงานลูกค้าสัมพันธ์	1	ดูแลการตอบคำถามของลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ อบรมพนักงานพาร์ทไทม์ที่จะไปออกบูท ช่วยพนักงานขายติดต่อประสานงานกับลูกค้า
6.ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน	1	รับผิดชอบและดูแลในส่วนของการบริหารจัดการภาพรวมทางบัญชีของบริษัททั้งหมด รับผิดชอบและดูแลในส่วนของการบริหารจัดการภาพรวมทางการเงินของบริษัท



ตารางที่ 5.3 แสดงตำแหน่งและจำนวนหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรบริษัท ซีทอย จำกัด  
(ต่อ)

ตำแหน่ง	จำนวน	หน้าที่รับผิดชอบ
7.พนักงานบัญชี และการเงิน	1	รับผิดชอบในส่วนของค่าตอบแทนของบุคลากร
8.หัวหน้าพนักงาน	1	ดูแลและจัดการพนักงานในโรงงาน ดูแลและรับผิดชอบในการสั่งซื้ออุปกรณ์ที่ใช้ประกอบสินค้า เช็คสต็อกอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบสินค้า ดูแลและรับผิดชอบในการสั่งซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ในสำนักงาน
9.พนักงานใน โรงงาน	10	นำเปลือกหอยมาเข้าเตาเผา นำเปลือกหอยออกจากเตาเผาไปเข้าเครื่องบด นำผงเปลือกหอยเข้าเครื่องบรรจุลงซอง บรรจุวัตถุดิบและอุปกรณ์ต่างๆลงในกล่องบรรจุภัณฑ์ จัดเก็บเข้าคลังสินค้า
10.พนักงานขับรถ ส่งสินค้า	2	ทำหน้าที่ขับรถไปส่งสินค้า นำมารับสินค้าให้ลูกค้าเช่นรับสินค้าและนำกลับมาส่งให้ฝ่าย บัญชี

## 5.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลาและความต้องการใช้

ตารางที่ 5.4 แสดงค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของธุรกิจของบริษัท ซีทอย จำกัด

ตำแหน่ง	ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5	
	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)
1.กรรมการผู้จัดการ	1	50,000	1	50,000	1	52,500	1	55,125	1	57,881
2.ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์	1	30,000	1	30,000	1	31,500	1	33,075	1	34,729
3.ผู้จัดการฝ่ายการขายและการตลาด	1	23,000	1	23,000	1	24,150	1	25,358	1	26,625
4.พนักงานขายและการตลาด	1	20,000	1	20,000	1	21,000	1	22,050	1	23,153
5.พนักงานลูกค้าสัมพันธ์	1	17,000	1	17,000	1	17,850	1	18,743	1	19,680
6.ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน	1	30,000	1	30,000	1	31,500	1	33,075	1	34,729
7.พนักงานฝ่ายบัญชีและการเงิน	0	0	1	18,000	1	18,900	1	19,845	1	20,837
8.หัวหน้าพนักงาน	1	18,000	1	18,000	1	18,900	1	19,845	1	20,837
9.พนักงานในโรงงาน	5	50,000	10	100,000	10	105,000	10	110,250	10	115,763
10.พนักงานขับรถส่งสินค้า	1	15,000	1	15,000	2	30,750	2	32,288	2	33,076
<b>รวม (ต่อเดือน)</b>	<b>13</b>	<b>253,000</b>	<b>19</b>	<b>321,000</b>	<b>20</b>	<b>352,050</b>	<b>20</b>	<b>369,653</b>	<b>20</b>	<b>387,309</b>
<b>รวม (ต่อปี)</b>		<b>1,012,000</b>		<b>3,852,000</b>		<b>4,224,600</b>		<b>4,435,836</b>		<b>4,647,710</b>

## 5.5 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตารางที่ 5.5 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของปีที่ 1 แบบจำแนกรายเดือน

รายการ	เดือนที่											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
เงินเดือนบุคลากร	0	0	0	0	0	0	0	0	253,000	253,000	253,000	253,000
ค่าเงินประกันสังคม	0	0	0	0	0	0	0	0	8,250	8,250	8,250	8,250
โบนัสพนักงาน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ค่าตรวจสอบบัญชี	0	0	0	0	0	0	0	0	3,000	3,000	3,000	3,000
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>264,250</b>	<b>264,250</b>	<b>264,250</b>	<b>264,250</b>

ตารางที่ 5.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรอบ 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนบุคลากร	1,012,000	3,852,000	4,224,600	4,435,836	4,647,710
ค่าเงินประกันสังคม	33,000	135,000	144,000	144,000	144,000
<b>รวม</b>	<b>1,045,000</b>	<b>3,987,000</b>	<b>4,368,600</b>	<b>4,579,836</b>	<b>4,791,710</b>

## 5.6 ค่าตอบแทนอื่นๆ

บริษัทสมทบเงินประกันสังคมให้พนักงานที่เงินเดือนมากกว่า 15,000 บาท อยู่ที่ 750 บาทต่อเดือน และพนักงานที่มีเงินเดือน 10,000 บาท อยู่ที่ 450 บาทต่อเดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนแรก ที่พนักงานเริ่มงาน

ในส่วนของผู้ถือหุ้นนั้น บริษัทมีนโยบายการจ่ายปันผลให้กับผู้ถือหุ้นในปีที่ 4 เป็นต้นไป โดยบริษัทมีนโยบายการจ่ายปันผล ไม่น้อย



## บทที่ 6

### แผนบริหารจัดการการผลิต

บทนี้จะกล่าวถึงขั้นตอนการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน ขั้นตอนการผลิตผงปูนจากเปลือกหอย ขั้นตอนการคัดเลือกและสั่งซื้ออุปกรณ์จาก Supplier ขั้นตอนการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ ขั้นตอนการส่งสินค้าสำหรับห้างสรรพสินค้า และร้านขายของเล่น และภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท

#### 6.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

บริษัท ซีทอย จำกัด มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตละจําหน่ายชุดของเล่นสำหรับเด็กตรา “ C Toys ” ออกจําหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์แรก โดยทางบริษัทแบ่งการผลิตเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 รับเปลือกหอยจากชาวบ้านและฟาร์มเลี้ยงหอย และรับอุปกรณ์ต่างๆจาก Supplier

ส่วนที่ 2 ดำเนินการแปรสภาพจากเปลือกหอย ให้เปลี่ยนเป็นผงปูน

ส่วนที่ 3 จัดส่วนผสมและอุปกรณ์ต่างๆใส่บรรจุภัณฑ์

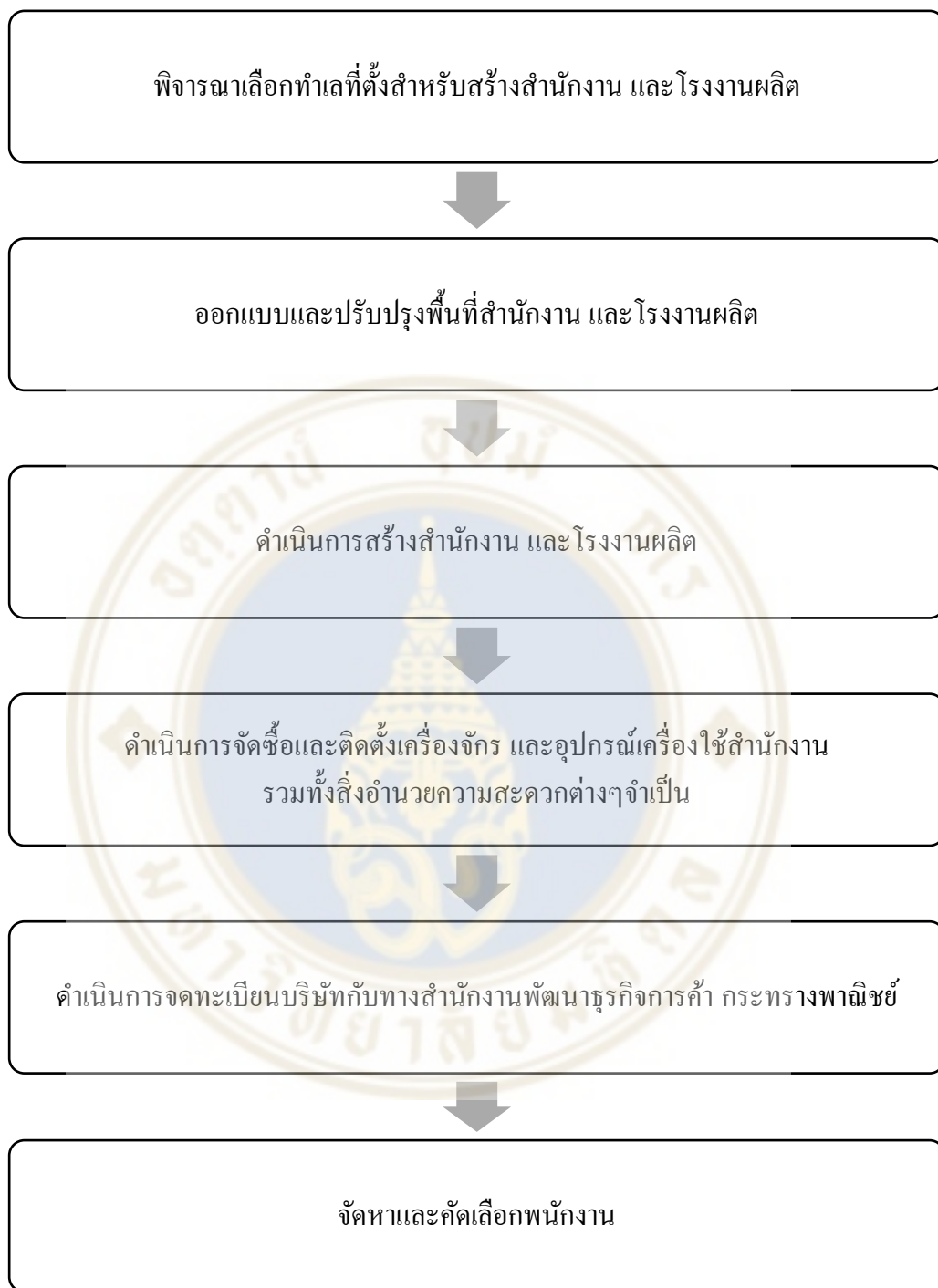
ส่วนที่ 4 การขนส่งสินค้าไปยังช่องทางจําหน่ายสินค้าต่างๆ

##### 6.1.1 ระยะที่ 1 ดำเนินการตัดตั้งบริษัท

การดำเนินการจัดตั้งบริษัท ซีทอย จำกัด ( C Toys Co.,Ltd) ในระยะเริ่มแรกมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

###### 6.1.1.1 ขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท





รูปที่ 6.1 แสดงขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท ซีทอย จำกัด

### 6.1.1.2 รายละเอียดขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท

6.1.1.2.1 พิจารณาการคัดเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับสร้างสำนักงานและโรงงานผลิต โดยพิจารณาจากใกล้แหล่งวัตถุดิบ มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกในการเดินทาง มีความเหมาะสมในการจัดตั้งสถานที่ผลิต และสำนักงาน โดยมีระบบสาธารณูปโภคที่รองรับในการผลิต ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกสถานที่ในระแวกจังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากใกล้แหล่งวัตถุดิบหลักอย่างเปลือกหอยและยังสามารถคมนาคมได้สะดวก อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก มีระบบสาธารณูปโภครองรับในการผลิต และพิจารณาถึงโอกาสที่จะได้รับผลกระทบจากจากภัยธรรมชาติ เช่น การเกิดอุทกภัย ซึ่งจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการเกิดอุทกภัยค่อนข้างน้อย เนื่องจากสามารถระบายน้ำลงแม่น้ำแม่กลองและไหลสู่ทะเลได้อย่างรวดเร็ว

6.1.1.2.2 ออกแบบและปรับปรุงพื้นที่สำนักงาน โรงงานผลิต โดยออกแบบและวางแผนผังเพื่อจัดวางเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต คนงาน วัตถุดิบ สิ่งอำนวยความสะดวกและสนับสนุนการผลิตของสถานที่ผลิตให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม จัดผังการผลิตตามการไหลของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีประสิทธิภาพการผลิตและต้องสอดคล้องมาตรฐานความปลอดภัย รวมถึงต้องออกแบบโครงสร้างสถานที่จัดเก็บ สินค้าต้องมีลักษณะที่ปิดมิดชิด และต้องสามารถป้องกันสินค้าจากการถูกทำลายโดยสภาพแวดล้อมได้ เช่น แดด น้ำ ฝน

6.1.1.2.3 ดำเนินการสร้างสำนักงาน และ โรงงานผลิต ซึ่งตั้งอยู่ที่ 168 ถนนแหลมใหญ่ ต.แม่กลอง อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม

6.1.1.2.4 ดำเนินการจัดซื้อและติดตั้งอุปกรณ์เครื่องจักร เครื่องใช้สำนักงาน รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น โดยจะพิจารณาเลือกซื้อเครื่องจักรในการผลิตให้เหมาะสมกับการผลิตปูนจากเปลือกหอยให้ปลอดภัยและสะดวกต่อการผลิต เช่น การเลือกเตาเผาให้ได้มาตรฐาน และสามารถทำอุณหภูมิให้เหมาะสมในการเผาเปลือกหอย รวมถึงพิจารณาถึงความปลอดภัยต่อพนักงานด้วย เช่น เครื่องจักรต้องไม่มีเหลี่ยมคมที่จะก่อให้เกิดอันตราย และจัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการทำงาน เช่น ถุงมือกันความร้อน เป็นต้น

6.1.1.2.5 ดำเนินการจดทะเบียนบริษัทกับทางสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ส่วนภูมิภาคที่สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสมุทรสงคราม

6.1.1.2.6 จัดหาและคัดเลือกพนักงานเข้าทำงานในตำแหน่งต่างๆ ตามคุณสมบัติที่ทางบริษัทกำหนดไว้ เพื่อที่จะเข้าร่วมงานกับบริษัท ตามแผนผังขององค์กรที่บริษัทได้วางไว้

## 6.1.2 ระยะที่ 2 ดำเนินการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)

หลังจากการดำเนินการตัดตั้งบริษัท ซีทอย จำกัด (C Toys Co.,Ltd) แล้วนั้น ในระยะต่อมา ทางบริษัทมีนโยบายในการดำเนินการขอรับการรับรองมาตรฐานด้านการผลิตของเล่น กับ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่า ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีทอย จำกัด มีความสะอาดและปลอดภัย และเป็นไปตามกฎหมายกำหนด ซึ่งมีรายละเอียดตามขั้นตอนดังนี้

6.1.2.1 ขออนุญาตผลิตจากกระทรวงอุตสาหกรรม

6.1.2.2 จัดเตรียมตัวอย่างเพื่อการทดสอบ (สมอ จะกำหนด ห้อง Lab. ที่ใช้ทดสอบ)

6.1.2.3 เมื่อตัวอย่างผ่านการทดสอบ ให้จัดเตรียมการตรวจโรงงานครั้งแรก

6.1.2.4 เมื่อผ่านขั้นตอนการตรวจโรงงานครั้งแรกเรียบร้อยแล้ว จึงจะได้รับใบอนุญาตให้ทำการผลิตและใช้ตรา ม.อ.ก บนผลิตภัณฑ์

6.1.2.5 ใบอนุญาตการผลิตจะมีผลตลอดไป จนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงใดๆในเนื้อหาของมาตรฐานนั้นๆ และเจ้าหน้าที่ ส.ม.อ จะแจ้งให้ผู้ผลิตทราบล่วงหน้า

6.1.2.6 เจ้าหน้าที่ ส.ม.อ จะมีการตรวจติดตามผลโรงงานผลิต เริ่มจากปีถัดไป ปีละครั้ง

6.1.2.7 ผู้ผลิตต้องรับผิดชอบใน ค่าใช้จ่ายใดๆเช่น การทดสอบ ใบอนุญาตการผลิต ค่าเดินทาง ค่าตรวจโรงงานผลิตครั้งแรก ค่าตรวจติดตามผล โรงงานผลิตในปีถัดไป

6.1.2.8 ผู้ผลิตมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบในทางกฎหมาย ในสินค้านั้นๆ



รูปที่ 6.2 เครื่องหมาย มอก.

ที่มา : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, (2561)

### 6.1.3 ระยะที่ 3 ดำเนินการด้านการตลาด

การดำเนินการส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อให้สินค้าของบริษัท ซีทอย จำกัด (C Toys Co.,Ltd) เป็นที่รู้จักโดยในระยะแรก มีการทำโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์, ใช้ influencer เพื่อสร้างการรับรู้, ออกบูทตามสถานที่ต่างๆ รวมถึงจัดโปรโมชั่นต่างๆเพื่อเพิ่มยอดขาย

### 6.1.4 ระยะที่ 4 การจัดระบบ และดำเนินงานด้านการผลิต

ดำเนินการจัดระบบ โดยดำเนินการตั้งแต่จัดหาเปลือกหอย , การคำนวณปริมาณในการผลิต , การดำเนินการด้านการผลิต , การจัดเก็บสินค้าคงคลัง , การรับยอดการสั่งซื้อ , การจัดส่งสินค้า ตลอดจนการรับซื้อโรงเรียนจากลูกค้า

## 6.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

### 6.2.1 ค่าเช่าพื้นที่

6.2.1.1 ค่าเช่าพื้นที่สำหรับจัดตั้งโรงงานการผลิตและสำนักงาน ซึ่งตั้งอยู่ที่ 168 ถนนแหลมใหญ่ ต.แม่กลอง อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม ซึ่งทำสัญญาเช่าระยะยาวเป็นเวลา 5 ปี ซึ่งมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 20,000 บาทต่อเดือน

### 6.2.2 ค่าสร้างโรงงานผลิต และอุปกรณ์เครื่องจักรสำหรับทำผงปูนจากเปลือกหอย

6.2.2.1 ค่าลงทุนในการสร้างโรงงาน 2,000,000 บาท

6.2.2.2 ค่าอุปกรณ์เครื่องจักรและอุปกรณ์ 2,844,960 บาท

### 6.2.3 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน

6.2.3.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน ดังตารางที่ ดังนี้

ตารางที่ 6.1 ค่าใช้จ่ายในการสร้างโรงงานและสำนักงาน บริษัท ซีทอย จำกัด

รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย	รวมเป็นเงิน
จดทะเบียนบริษัท	1	ครั้ง	27,613	27,613
ค่าก่อสร้างโรงงานและสำนักงาน	1	ครั้ง	2,000,000	2,000,000
ค่าติดตั้งเบอร์โทรศัพท์	1	ครั้ง	3,800	3,800
เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน				
โต๊ะพร้อมเก้าอี้	5	ชุด	6,000	30,000
ชั้นวางเอกสาร	1	ตู้	3,640	3,640
โต๊ะประชุมพร้อมเก้าอี้	1	ชุด	13,900	13,900
อุปกรณ์สำนักงาน				
เครื่องคอมพิวเตอร์ Laptop	5	เครื่อง	10,800	54,000
เครื่องพิมพ์มัลติฟังก์ชัน	1	เครื่อง	3,850	3,850
เร้าท์เตอร์	1	เครื่อง	1,990	1,990
โทรศัพท์ตั้งโต๊ะ	1	เครื่อง	880	880
เครื่องใช้สำนักงานเบ็ดเตล็ด	1	-	10,000	10,000
สิ่งอำนวยความสะดวก				
เครื่องปรับอากาศ	1	เครื่อง	14,900	14,900
ค่าเครื่องจักรในโรงงานผลิต				1,310,000
รวม				3,446,960

จากตารางที่ 6.1 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงานแบ่งออกเป็น 7 รายการย่อย ได้แก่ จดทะเบียนบริษัท , ค่าก่อสร้างสำนักงาน , ติดตั้งเบอร์โทรศัพท์ , เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน , อุปกรณ์สำนักงาน , สิ่งอำนวยความสะดวกและค่าเครื่องจักรในโรงงาน

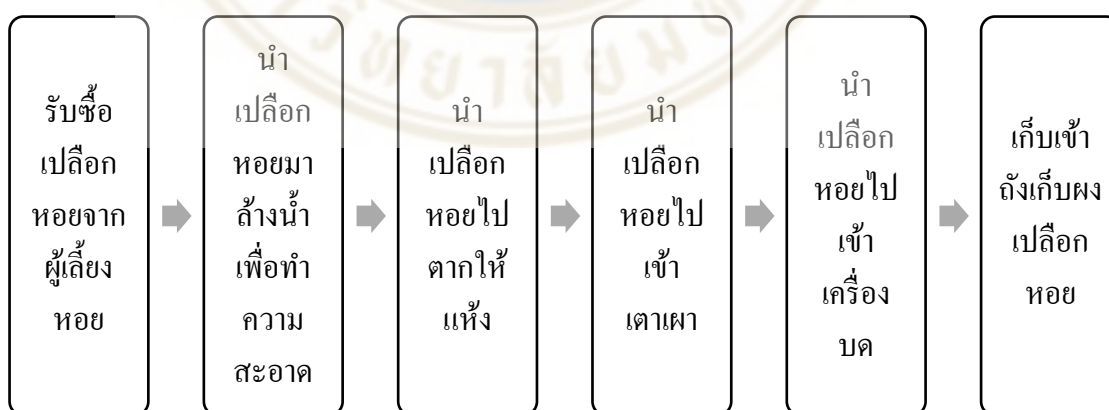
### 6.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน

แสดงค่าใช้จ่ายในสำนักงาน ดังตารางที่ 6.2 ดังนี้

ตารางที่ 6.2 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในโรงงานการผลิตและสำนักงานของบริษัท ซีทอย จำกัด

รายการ	ราคา (เดือน)	ราคา (บาท)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	-	29,213	-	-	-	-
ค่าเช่าพื้นที่(ฝ่ายขายและบริหาร20%)	4,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
ค่าน้ำ	500	2,000	6,000	6,000	6,000	6,000
ค่าไฟ	120,000	80,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000
ค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต	699	2,796	8,388	8,388	8,388	8,388
ค่าอุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด	1,000	4,000	12,000	12,000	12,000	12,000
<b>รวม</b>	<b>126,199</b>	<b>166,009</b>	<b>1,514,388</b>	<b>1,514,388</b>	<b>1,514,388</b>	<b>1,514,388</b>

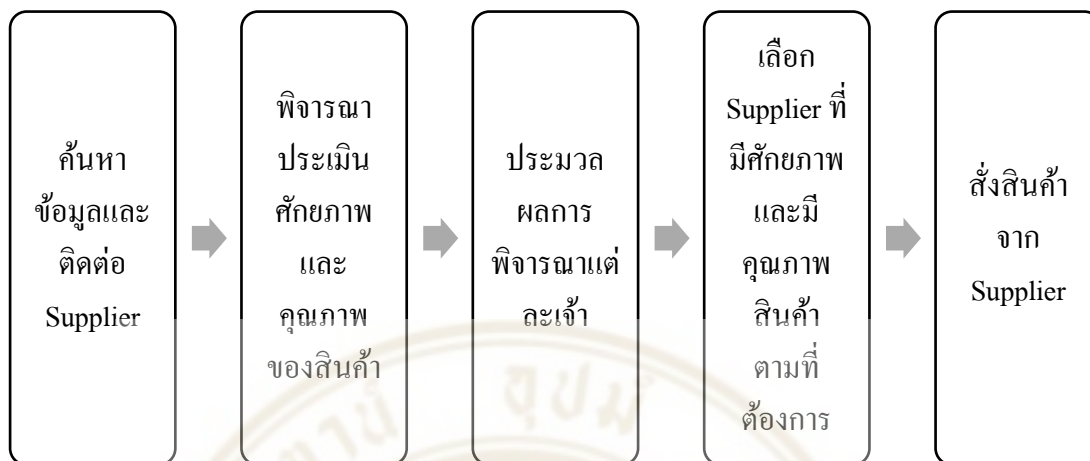
#### 6.4 ขั้นตอนการผลิตผงปูนจากเปลือกหอย



รูปที่ 6.3 แสดงขั้นตอนการผลิตผงปูนจากเปลือกหอย



## 6.5 ขั้นตอนการคัดเลือกและสั่งซื้ออุปกรณ์จาก Supplier



รูปที่ 6.4 แสดงขั้นตอนการเลือก Supplier

## 6.6 ขั้นตอนการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์

ชุดของเล่นสำหรับเด็ก C Toys มีกระบวนการผลิตที่ดำเนินแนวทางตามระบบมาตรฐานของอุตสาหกรรมของเล่น ใช้เครื่องจักรที่เหมาะสมกับการผลิตของเล่น ใส่ใจในการผลิตและมีการควบคุมการผลิตในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นตอนการรับเข้าวัตถุดิบ กระบวนการผลิตตลอดจนการจัดเก็บผลิตภัณฑ์สุดท้าย เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยและเป็นไปตามมาตรฐาน โดยมีขั้นตอนดังนี้

### 6.6.1 รับอุปกรณ์ต่างๆจาก Supplier

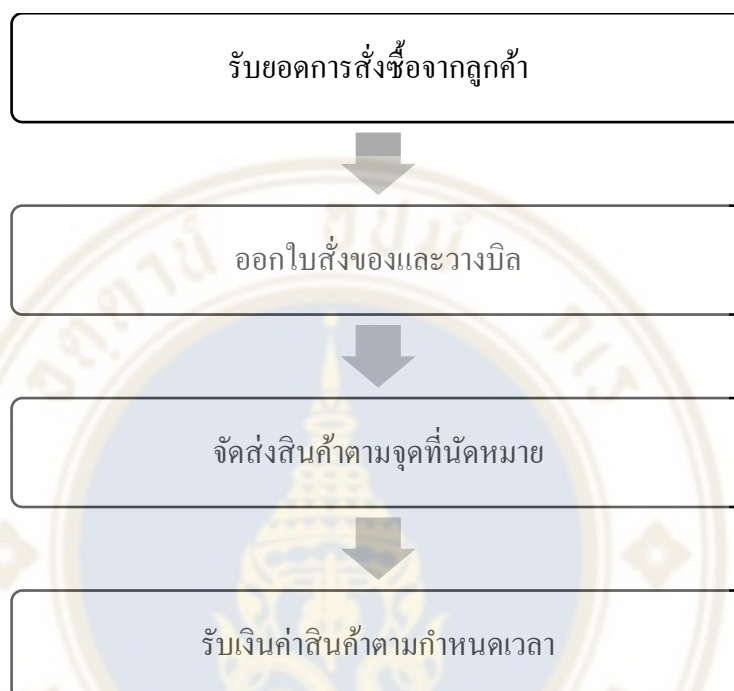
### 6.6.2 ทำการตรวจสอบอุปกรณ์ก่อนจัดลงบรรจุภัณฑ์

6.6.3 บรรจุลงบรรจุภัณฑ์ตามน้ำหนักที่กำหนดของส่วนผสมแต่ละชนิด ด้วยเครื่องบรรจุอัตโนมัติ

### 6.6.4 จัดฟงปูนจากเปลือกหอยและอุปกรณ์ต่างๆ บรรจุลงบรรจุภัณฑ์

## 6.7 ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า สำหรับห้างสรรพสินค้า และร้านขายของเล่น

### 6.7.1 แสดงขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า สำหรับห้างสรรพสินค้า และร้านขายของเล่น



รูปที่ 6.5 แสดงขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าสำหรับห้างสรรพสินค้าและร้านขายของเล่น

## 6.8 ภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท

ตารางที่ 6.3 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท ซีทอย จำกัด ในปีที่ 1- 2

การดำเนินงาน	เดือน	ปีที่ 1												ปีที่ 2											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>การจัดตั้งบริษัทและโรงงานการผลิต</b>																									
1. สร้างโรงงานและสำนักงาน																									
2. จัดซื้อและติดตั้งอุปกรณ์เครื่องจักร รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ																									
3. จดทะเบียนบริษัทกับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ ส่วนภูมิภาค																									
4. ขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(มอก.)																									
5. จดทะเบียนผลิตภัณฑ์																									
6. ขอใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน																									

ตารางที่ 6.4 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท ซีทอย จำกัด ในปีที่ 1- 2 (ต่อ)

การดำเนินงาน	เดือน	ปีที่ 1												ปีที่ 2												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
7. จัดหาและคัดเลือกพนักงาน																										
<b>การหา Supplier</b>																										
1. ค้นหาข้อมูลและติดต่อ Supplier																										
2. พิจารณาและคัดเลือก Supplier																										
3. ประมวลผลการพิจารณาแต่ละเจ้า																										
การดำเนินงาน	เดือน	ปีที่ 1												ปีที่ 2												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
4. ทำสัญญาสั่งซื้อและวางแผนการผลิต																										
<b>แผนการผลิต</b>																										
1. วางแผนจำนวนการผลิต																										
2. วางแผนการสั่งอุปกรณ์และวัตถุดิบ																										
<b>แผนการตลาด</b>																										
1. วางแผนการตลาด																										

ตารางที่ 6.5 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท ซีทอย จำกัด ในปีที่ 1- 2 (ต่อ)

การดำเนินงาน	เดือน	ปีที่ 1												ปีที่ 2												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>จำหน่ายสินค้า</b>																										
1. จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้า																										



## บทที่ 7

### แผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุน

บทนี้ประกอบไปกับการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน โครงการ และแผนการเงินต่างๆ และผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการแบบ Scenario ในบทนี้อีกด้วย

#### 7.1 สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการ

##### 7.1.1 เงินลงทุน

เงินลงทุนสำหรับบริษัท ซีทอย จำกัด มีรูปแบบการดำเนินการธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายชุดของเล่นสำหรับเด็ก ประกอบด้วยเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานและเงินลงทุนหมุนเวียน โดยรายละเอียดดังแสดงในตาราง 7.1 ดังนี้

ตารางที่ 7.1 แสดงรายละเอียดของเงินทุนในโครงการ

รายการ	มูลค่า
1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
1.1 อุปกรณ์สำนักงาน	118,260
1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสำนักงาน	14,900
1.3 รถขนส่งสินค้า	1,398,000
1.4 ค่าติดตั้งเบอร์โทรศัพท์สำนักงาน	3,800
1.5 ค่าสร้างโรงงานและสำนักงาน	2,000,000
1.6 ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์	1,310,000
2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	
2.1 การจดทะเบียนบริษัท	32,500
2.2 ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน	1,000



ตารางที่ 7.2 แสดงรายละเอียดของเงินทุนในโครงการ (ต่อ)

รายการ	มูลค่า
2.3 ขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(มอก.)	6,000
2.4 อนุสิทธิบัตร	2,000
2.5 ค่าสิทธิบัตร สัญญา 5 ปี	500,000
3.เงินทุนหมุนเวียน	1,113,540
<b>รวมมูลค่าการลงทุน</b>	<b>6,500,000</b>

### 7.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจบริษัท ซีทอย จำกัด จะใช้เงินทุนในส่วนของเจ้าของกิจการ 70% ซึ่งบริษัทมีผู้ร่วมลงทุนทั้งสิ้น 3 คน และมีจำนวนเงินลงทุนเป็นเงินทั้งสิ้น 4,550,000 บาท และกู้เงินระยะยาวจากธนาคาร 30% ซึ่งเป็นจำนวนเงิน 1,950,000 บาท โดยมีอัตราดอกเบี้ยอยู่ที่ 10.0168% เป็นระยะเวลา 5 ปี รายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้น จำนวนหุ้นและมูลค่าการลงทุน ดังแสดงในตารางที่ 7.2

ตารางที่ 7.3 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	นางสาวชญนันท์ สระนิม	22,750	50%	2,275,000
2	นายกุลโรจน์ สระนิม	11,375	25%	1,137,500
3	นางลักขณา ชี้มสกุล	11,375	25%	1,137,500
	<b>รวม</b>	<b>45,500</b>	<b>100%</b>	<b>4,550,000</b>

### 7.1.3 สมมุติฐานทางการเงิน

ตารางที่ 7.4 ตารางแสดงสมมุติฐานทางการเงินของบริษัท ซีทอย จำกัด

รายการ	สมมุติฐานทางการเงิน
หักค่าเสื่อมค่าอุปกรณ์ที่ใช้ผลิตวัตถุดิบ	10 ปี
ค่าเสื่อมราคา (ต่อปี)	แบบเส้นตรง
หักค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	10 ปี
ค่าซาก	ไม่มีนโยบายค่าซาก
ให้เครดิตการชำระเงินให้แก่ลูกหนี้การค้า	30 วัน
ได้รับเครดิตการชำระเงินจากเจ้าหนี้การค้า	30 วัน
งานระหว่างผลิต	1 วัน
สต็อกสินค้าและวัตถุดิบ	20% ของยอดขาย
สต็อกกัวัตถุดิบ	10% ของยอดขาย
อัตราเงินเฟ้อ (อ้างอิงเป้าหมายเงินเฟ้อปี 2561 จากธนาคารแห่งประเทศไทย)	เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 ต่อปี
อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนในปีที่ 3 เป็นต้นไป	เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (กรมสรรพากร, 2561)	ร้อยละ 20 ต่อปี
นโยบายการจ่ายเงินปันผล	ร้อยละ 15 ในปีที่ 4 เป็นต้นไป
เงินทุนหมุนเวียน	ไม่มีเปลี่ยนแปลงระหว่างการลงทุนใน 5 ปี
บริษัทกู้เงินระยะยาวจากธนาคาร	10.0168% ต่อปี
อัตราการเติบโตของยอดขาย	ในปีที่ 2 อยู่ที่ 3% และอัตราการเติบโตของยอดขายในปีที่ 3 – 5 อยู่ที่ 5 %
บริษัทมีบริการจัดส่งสินค้าให้กับผู้ประกอบการร้านค้าของเล่น และห้างสรรพสินค้า โดยทางบริษัท มีค่าใช้จ่ายในส่วนของน้ำมัน ค่าทางด่วนเป็นค่าใช้จ่ายในส่วนนี้	
การคำนวณครั้งนี้ไม่ได้รวม vat เข้ามา ซึ่งในความเป็นจริง อาจจะต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม อาทิเช่น vat ซื้อ vat ขาย ภาษีอื่นๆ และ เงินจาก Credit term	

### 7.1.4 การประมาณการรายได้

บริษัท ซีทอย จำกัด มีรายได้จากการจำหน่ายชุดของเล่นตรา “ C Toys ” จาก 2 ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ จำหน่ายผ่านร้านขายของเล่นและห้างสรรพสินค้าแผนกของเล่นเด็ก และจำหน่ายผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังตาราง 7.4

ตารางที่ 7.5 แสดงรายได้จากการขายช่องทางต่างๆ ตลอดระยะเวลา 5 ปี

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ห้างสรรพสินค้า</b>					
ราคาขาย (บาท)	399	399	399	399	399
จำนวนที่ขาย (กล่อง)	-	93,903	96,720	101,556	106,634
รายได้จากการขาย (บาท)	-	37,467,297	38,591,316	40,520,882	42,546,926
หักค่าฝากขาย 54%	-	(20,232,340)	(20,839,311)	(21,881,276)	(22,975,340)
<b>รวมรายได้จากการขายสุทธิ (บาท)</b>	<b>-</b>	<b>17,234,957</b>	<b>17,752,005</b>	<b>18,639,606</b>	<b>19,571,586</b>
<b>ร้านขายของเล่นโดยเฉพาะ</b>					
ราคาขาย (บาท)	399	399	399	399	399
จำนวนที่ขาย (กล่อง)	-	28,893	29,760	31,248	32,810
รายได้จากการขาย (บาท)	-	11,528,307	11,874,156	12,467,864	13,091,257
หักค่าฝากขาย 30%	-	(3,458,492)	(3,562,247)	(3,740,359)	(3,927,377)
<b>รวมรายได้จากการขายสุทธิ (บาท)</b>	<b>-</b>	<b>8,069,815</b>	<b>8,311,909</b>	<b>8,727,505</b>	<b>9,163,880</b>
<b>ช่องทางออนไลน์ของบริษัท</b>					
ราคาขาย (บาท)	399	399	399	399	399
จำนวนที่ขาย (กล่อง)	-	21,670	22,320	23,436	24,608
รายได้จากการขาย (บาท)	-	8,646,330	8,905,720	9,351,006	9,818,556

ตารางที่ 7.6 แสดงรายได้จากการขายช่องทางต่างๆ ตลอดระยะเวลา 5 ปี (ต่อ)

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมรายได้จากการขายสุทธิ (บาท)	-	8,451,300	8,704,839	9,140,081	9,597,085
รวมจำนวนที่ขาย (กล่อง)	-	144,466	148,800	156,240	164,052
รวมรายได้จากการขายทุก ช่องทาง(บาท)	-	33,756,072	34,768,754	36,507,191	38,332,551

หมายเหตุ : วิจัยคาดการณ์จำนวนยอดขายมีดังนี้จากข้อมูลประชากรแยกอายุทั่วประเทศ จากสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง ปี 2560 พบว่า มีจำนวนเด็กที่อยู่ในช่วงอายุ 6 – 12 ปีทั้งหมด 5,481,302 คน ในประเทศไทย โดยหักประชากรที่อยู่ในกลุ่มยากจนและรายได้น้อยออกไป 28.25% ตามข้อมูลการกระจายรายได้ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) และจากแบบสอบถามมีผู้ที่เคยซื้อของเล่นเด็กคิดเป็น 88.3% และมีผู้ตอบว่าต้องการซื้อของเล่นที่หายากจำนวน 20.2% แล้วหารเฉลี่ย 5 ปี จึงได้ยอดขายตั้งต้นที่ 144,464 กล่องในปีแรกที่ออกขาย และยอดขายที่เพิ่มขึ้นนั้นเกิดจากการพัฒนาสินค้าใหม่ๆเข้ามาขายเพิ่มเติมด้วย

#### 7.1.5 การประมาณการต้นทุน

การแสดงต้นทุนต่อหน่วยของของชุดเล่นสำหรับเด็ก C Toys

ตารางที่ 7.7 การประมาณการต้นทุนชุดของเล่นเด็ก C Toys

รายการ	ราคา (บาท) ต่อหน่วย	ประมาณการต้นทุน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าวัสดุดิบ	97	97	97	97	97	97
ค่าบรรจุภัณฑ์	10	10	10	10	9	9
รวม	107	107	107	107	106	106

ตารางที่ 7.8 แสดงราคาต้นทุนจากปริมาณยอดสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าทุกช่องทางจัดจำหน่าย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ปริมาณยอดสั่งซื้อสินค้า (กล่อง)	0	129,515	133,400	140,070	147,074
ต้นทุนต่อกล่อง	107	107	107	106	106
รวมราคาต้นทุน (บาท)	0	13,858,105	14,273,800	14,847,420	15,589,844

ตารางที่ 7.9 แสดงค่าขนส่งของเล่นช๊อปปิ้งจากโรงงานไปยังลูกค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
น้ำมันรถ	40,000	120,000	240,000	252,000	264,600
ค่าที่จอดรถ+ค่าทางด่วน	4,000	12,000	24,000	25,200	26,460
รวมราคาต้นทุนค่าขนส่ง	44,000	132,000	264,000	277,200	291,060

#### 7.1.6 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ

ตารางที่ 7.10 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรอบ 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน	1,012,000	3,852,000	4,224,600	4,435,836	4,647,710
ค่าประกันสังคม	33,000	135,000	144,000	144,000	144,000
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	673,409	1,514,388	1,514,388	1,514,388	1,514,388
ค่าขนส่ง	44,000	132,000	264,000	277,200	291,060
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	20,000	60,000	60,000	60,000	60,000
รวม	1,782,409	5,693,388	6,206,988	6,431,424	6,657,158

ตารางที่ 7.11 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาดปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ค่าใช้จ่ายในการออกบูทงาน Thailand Toy Expo	0	50,000	50,000	50,000	50,000
2. ค่าใช้จ่ายในการออกบูทงาน Thailand Baby & Kids Best Buy	0	50,000	50,000	50,000	50,000

ตารางที่ 7.12 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาดปีที่ 1 - ปีที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
3.ค่าใช้จ่ายในการออกบูทตาม โรงเรียนในกรุงเทพและปริมณฑล	5,000	60,000	60,000	60,000	60,000
4.ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย	0	240,000	240,000	240,000	240,000
5.ค่าส่วนลดการขาย (10% จากยอดขายที่คาดการณ์ไว้)	0	3,318,529	3,418,085	3,588,989	3,768,438
6.ค่าใช้จ่ายในการทำใบปลิว (ใบละ 0.29 บาท)	2,900	29,000	29,000	29,000	29,000
7.ค่าใช้จ่ายในการทำป้ายโฆษณา (ขนาด 60 x 160) 600 บาท/ชิ้น	1,200	6,000	6,000	6,000	6,000
8.ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสื่อ ออนไลน์	30,000	120,000	120,000	120,000	120,000
9.ค่ารีวิวสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ ต่างๆ	100,000	798,000	798,000	798,000	798,000
10.ค่าถ่ายทำวิดีโอแนะนำผลิตภัณฑ์	50,000	0	0	50,000	0
<b>รวมค่าใช้จ่ายการตลาด</b>	<b>189,100</b>	<b>4,671,529</b>	<b>4,771,085</b>	<b>4,991,989</b>	<b>5,121,438</b>

## 7.2 แผนการเงิน กรอบเวลา 5 ปี (จำแนกรายปี)

### 7.2.1 แผนการเงินประเภทงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 7.13 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรจากการดำเนินงาน	-	(2,714,222)	10,411,772	10,441,902	11,260,442	12,076,093
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	-	131,000	131,000	131,000	131,000	131,000

ตารางที่ 7.14 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1 - ปีที่ 5 (ต่อ)



รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	-	355,826	355,826	355,826	355,826	355,826
เจ้าหน้าที่การค้า	-	20,630	1,278,911	38,544	53,052	68,546
ลูกหนี้การค้า	-	0	(2,774,472)	(83,234)	(142,885)	(150,030)
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	-	0	(3,093,017)	(92,791)	(128,042)	(165,692)
วัตถุดิบคงคลัง	-	0	(1,546,509)	(46,395)	(64,021)	(82,846)
ดอกเบี้ยจ่าย	-	(181,067)	(147,888)	(111,228)	(70,722)	(25,967)
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	(1,473,719)	(2,066,135)	(2,237,944)	(2,410,025)
<b>กระแสเงินสดจากการดำเนินงานรวม</b>	<b>-</b>	<b>(2,387,833)</b>	<b>3,141,905</b>	<b>8,567,490</b>	<b>9,156,705</b>	<b>9,796,904</b>
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>						
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	(4,844,960)	-	-	-	-	-
เงินลงทุนก่อนการดำเนินงาน	(541,500)	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม</b>	<b>(5,386,460)</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน</b>						
เงินสดกู้ยืมจากธนาคาร	1,950,000	(316,307)	(349,487)	(386,147)	(426,652)	(471,407)
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	4,550,000	-	-	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-	-	(1,342,766)	(1,446,015)
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม</b>	<b>6,500,000</b>	<b>(316,307)</b>	<b>(349,487)</b>	<b>(386,147)</b>	<b>(1,769,419)</b>	<b>(1,917,422)</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>1,113,540</b>	<b>(2,704,140)</b>	<b>2,792,419</b>	<b>8,181,343</b>	<b>7,387,286</b>	<b>7,879,482</b>
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด	-	1,113,540	(1,590,600)	1,201,819	9,383,161	16,770,447
<b>กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด</b>	<b>1,113,540</b>	<b>(1,590,600)</b>	<b>1,201,819</b>	<b>9,383,161</b>	<b>16,770,447</b>	<b>24,649,929</b>

## 7.2.2 แผนการเงิน ประเภทงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 7.15 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>รายได้</b>					
รายได้จากการขายสินค้า	0	33,756,072	34,768,754	36,507,191	38,332,551
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	(251,000)	(15,811,085)	(16,280,038)	(16,925,500)	(17,759,475)
หัก - ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	(131,000)	(131,000)	(131,000)	(131,000)	(131,000)
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>(382,000)</b>	<b>17,813,986</b>	<b>18,357,716</b>	<b>19,450,692</b>	<b>20,442,076</b>

ตารางที่ 7.16 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1 - ปีที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
--------	---------	---------	---------	---------	---------

หัก - ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(1,787,296)	(5,693,388)	(6,206,988)	(6,431,424)	(6,657,158)
หัก - ค่าใช้จ่ายในการขาย	(189,100)	(1,353,000)	(1,353,000)	(1,403,000)	(1,353,000)
หัก - ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	(355,826)	(355,826)	(355,826)	(355,826)	(355,826)
<b>กำไรจากการดำเนินงาน</b>	<b>(2,714,222)</b>	<b>10,411,772</b>	<b>10,441,902</b>	<b>11,260,442</b>	<b>12,076,093</b>
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	(181,067)	(147,888)	(111,228)	(70,722)	(25,967)
หัก - ขาดทุนสะสมปีก่อน	-	(2,895,289)	-	-	-
<b>กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล</b>	<b>(2,895,289)</b>	<b>7,368,595</b>	<b>10,330,674</b>	<b>11,189,720</b>	<b>12,050,125</b>
หัก - ภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	(1,473,719)	(2,066,135)	(2,237,944)	(2,410,025)
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>(2,895,289)</b>	<b>5,894,876</b>	<b>8,264,539</b>	<b>8,951,776</b>	<b>9,640,100</b>
หัก - เงินปันผลจ่าย	-	-	-	(1,342,766)	(1,446,015)
<b>กำไรหลังจ่ายเงินปันผล</b>	<b>(2,895,289)</b>	<b>5,894,876</b>	<b>8,264,539</b>	<b>7,609,009</b>	<b>8,194,085</b>
<b>กำไรสะสม</b>	<b>(2,895,289)</b>	<b>2,999,587</b>	<b>11,264,126</b>	<b>18,873,136</b>	<b>27,067,221</b>

### 7.2.3 แผนการเงิน ประเภทงบแสดงฐานะการเงิน

ตารางที่ 7.17 งบแสดงฐานะทางการเงินสำหรับของเล่นสำหรับเด็กของบริษัท ซีทอย จำกัด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและเงินสดในธนาคาร	1,113,540	(1,590,600)	1,201,819	9,383,161	16,770,447	24,649,929
ลูกหนี้การค้า	-	0	2,774,472	2,857,706	3,000,591	3,150,621
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	-	-	3,093,017	3,185,808	3,313,850	3,479,542
วัตถุดิบคงคลัง	-	-	1,546,509	1,592,904	1,656,925	1,739,771
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 7.18 งบแสดงฐานะทางการเงินสำหรับของเล่นสำหรับเด็กของบริษัท ซีทอย จำกัด (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
--------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,113,540	(1,590,600)	8,615,816	17,019,579	24,741,813	33,019,863
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	4,844,960	4,844,960	4,844,960	4,844,960	4,844,960	4,844,960
ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(131,000)	(262,000)	(393,000)	(524,000)	(655,000)
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	541,500	541,500	541,500	541,500	541,500	541,500
ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(355,826)	(711,652)	(1,067,478)	(1,423,304)	(1,779,130)
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	5,386,460	4,899,634	4,412,808	3,925,982	3,439,156	2,952,330
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>6,500,000</b>	<b>3,309,034</b>	<b>13,028,624</b>	<b>20,945,561</b>	<b>28,180,969</b>	<b>35,972,193</b>
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	20,630	1,299,541	1,338,085	1,391,137	1,459,683
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	20,630	1,299,541	1,338,085	1,391,137	1,459,683
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	1,950,000	1,633,693	1,284,206	898,060	471,407	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	1,950,000	1,633,693	1,284,206	898,060	471,407	-
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>1,950,000</b>	<b>1,654,323</b>	<b>2,583,748</b>	<b>2,236,145</b>	<b>1,862,544</b>	<b>1,459,683</b>
ทุนหุ้นสามัญ	4,550,000	4,550,000	4,550,000	4,550,000	4,550,000	4,550,000
กำไรสะสม	-	(2,895,289)	2,999,587	11,264,126	18,873,136	27,067,221
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,550,000	1,654,711	7,549,587	15,814,126	23,423,136	31,617,221
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>6,500,000</b>	<b>3,309,034</b>	<b>10,133,334</b>	<b>18,050,271</b>	<b>25,285,680</b>	<b>33,076,904</b>

### 7.3 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

ผลการตอบแทนผลการลงทุนสำหรับของเล่น C Toys จะพิจารณาโดยการเปรียบเทียบเงินลงทุนทั้งหมดที่ต้องเสียไปกับผลตอบแทนที่ได้รับจากจากลงทุน ดังตารางที่ 7.13

ตารางที่ 7.19 แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับของเล่นสำหรับเด็กของบริษัท ซีทอย จำกัด

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC)	ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนต่างๆของบริษัท	9.43%
มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value : NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิตลอดอายุโครงการ	14,225,487
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการและจำนวนเงินเชื่อ	50.37%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด	2.54
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด โดยคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน	2.76

จากตารางที่ 7.13 พบว่า ผลผลิตขั้นต้นของเล่นสำหรับเด็กของบริษัท ซีทอย จำกัด มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ 14,225,487 บาท ซึ่งมีมูลค่ามากกว่าเงินลงทุน นอกจากนี้ยังมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 50.37 เปอร์เซ็นต์ และมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อยู่ที่ประมาณ 2 ปี 5 เดือน และระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period) อยู่ที่ประมาณ 2 ปี 8 เดือน

เมื่อพิจารณาผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในด้านมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) มีผลเป็นบวก และมีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) มีค่ามากกว่า ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC) รวมถึงระยะเวลาคืนทุนที่มีประมาณ 2.5 ปี จึงแสดงให้เห็นว่าธุรกิจ C Toys มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน เนื่องจากมีแนวโน้มจะสร้างกำไรได้ และมีผลตอบแทนการลงทุนที่ดี หากเป็นไปตามแผนที่วางไว้

## 7.4 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน และผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการแบบ Scenario

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการเป็นการศึกษาว่าเมื่อสถานการณ์ในการดำเนินโครงการไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้จะมีผลต่อผลตอบแทนการลงทุนในโครงการอย่างไรบ้างและโครงการนี้ยังนำลงทุนอยู่หรือไม่

ทางบริษัทฯ ได้ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่คาดว่าจะเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่ออย่างไรบ้าง

กรณีที่ 1 ยอดขายปกติ

กรณีที่ 2 ยอดขายลดลง 20%

กรณีที่ 3 ยอดขายเพิ่มขึ้น 20%

ตารางที่ 7.20 แสดงรายได้ของบริษัท ซีทอย จำกัด เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย และต้นทุน

การเปลี่ยนแปลงของโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	% การเปลี่ยนแปลง
ยอดขายปกติ	-	33,756,072	34,768,754	36,507,191	38,332,551	
ยอดขายลดลง 20%	-	27,004,857	27,815,003	29,205,753	30,666,041	-20%
ยอดขายเพิ่มขึ้น 20%	-	40,507,286	41,722,504	43,808,630	45,999,061	20%

ตารางที่ 7.21 แสดงผลตอบแทนการลงทุนของบริษัท ซีทอย จำกัด เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย และต้นทุน

รายการ	มูลค่าที่คำนวณได้เมื่อ ยอดขายเพิ่มขึ้น 20%	มูลค่าที่คำนวณได้เมื่อ ยอดขายลดลง 20%
ต้นทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC)	9.43%	9.43%
มูลค่าปัจจุบัน (NPV)	18,132,298	10,318,315
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	58.30%	41.50%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	2.41	2.73
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (DBP)	2.59	3.00

## บทที่ 8

### แผนบริหารจัดการความเสี่ยง

ในการดำเนินธุรกิจใดนั้น สามารถมีการเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อาจเนื่องมาจากเหตุการณ์ทั้งภายนอกและภายในบริษัทเอง ซึ่งอาจจะทำให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้และเกิดผลกระทบต่อองค์กรได้ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น บริษัทควรมีแผนการจัดการความเสี่ยงและแนวทางการรองรับความเสี่ยงไว้เพื่อปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้น โดยบริษัทได้มีการประเมินความเสี่ยงและได้สรุปประเด็นความเสี่ยงของบริษัท โดยสามารถจำแนกความเสี่ยงออกเป็นหัวข้อหลักๆดังต่อไปนี้

- 8.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)
- 8.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)
- 8.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)
- 8.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)
- 8.5 บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง
- 8.6 ข้อจำกัดของแผนธุรกิจ

#### 8.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)

##### 8.1.1 การขาดแคลนวัตถุดิบ

เนื่องจากวัตถุดิบหลักของผลิตภัณฑ์คือปูนจากเปลือกหอย จึงมีโอกาสนในการขาดแคลนหอยแครงในพื้นที่สมุทรสงคราม อาจจะส่งผลให้มีจำนวนเปลือกหอยไม่พอต่อการผลิตปูนขาวจากเปลือกหอย

##### แนวทางการบริการความเสี่ยงที่จะเกิดการขาดแคลนเปลือกหอย

ทำการสำรวจพื้นที่ที่มีเปลือกหอยทั่วประเทศ รวมถึงในพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งหอยแครงนั้นจะพบมากตามชายฝั่งที่มีโคลนละเอียด โดยในจังหวัดใกล้เคียงจะมีดังต่อไปนี้ เพชรบุรี สมุทรสาคร ชลบุรี ระยอง ตรัง เป็นต้น



### 8.1.2 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การบริหารจัดการด้านห่วงโซ่อุปทานเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การคาดการณ์ยอดขาย การวางแผนการจัดซื้อ การวางแผนการผลิต การจัดเก็บสินค้า จนไปถึงการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้า กิจกรรมเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารจัดการคุณภาพของสินค้าและต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้นหากบริษัทขาดการพัฒนาและบูรณาการกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าและก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้นโดยไม่จำเป็น และทำให้ไม่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ อันจะนำมาซึ่งการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

#### แนวทางการบริการความเสี่ยงที่เกิดจากห่วงโซ่อุปทาน

- พัฒนาระบบการบริหารจัดการและระดมความคิดเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง
- นำเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน
- วางแผนการจัดส่งสินค้าสำหรับลูกค้าแต่ละราย เพื่อจัดเส้นทางการเดินทางขนส่งสินค้าให้เหมาะสม และควบคุมต้นทุนการขนส่งให้ต่ำที่สุด โดยจะต้องส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้ตรงตามระยะเวลาที่ได้ตกลงกันไว้

### 8.1.3 คุณภาพของสินค้า

การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากเป็นการรักษาความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์และบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องจัดให้มีกระบวนการดำเนินงาน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจว่า จะได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไม่มาตรฐานและมีความปลอดภัยเมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์

#### แนวทางการบริการความเสี่ยงในด้านคุณภาพของสินค้า

- ควบคุมและคัดเลือกตั้งแต่ขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง จนไปถึงการจัดเก็บสินค้าให้ปลอดภัยและคงคุณภาพนั้นไว้จนกว่าจะถึงมือผู้บริโภค
- ในส่วนของการผลิตปนขาวจากเปลือกหอย ทางบริษัทจะทำการควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

- พัฒนาระบบการบริหารจัดการซื้อร้องเรียนและการเรียกคืนสินค้าในกรณีที่เป็นให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

#### 8.1.4 ความเสี่ยงของเครื่องจักรชำรุด

ความเสี่ยงของเครื่องจักรชำรุดเสียหายจนไม่สามารถทำงานได้

แนวทางการบริการความเสี่ยงของเครื่องจักรชำรุดเสียหาย

- การควบคุมและดูแลรักษาเครื่องจักรเป็นสิ่งจำเป็น โดยบริษัทจะจัดให้มีพนักงานซ่อมบำรุงเป็นผู้ดูแลและควบคุมเครื่องจักร เพื่อเตรียมรับมือเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที

## 8.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)

### 8.2.1 สินค้าไม่สามารถขายได้ตามที่คาดการณ์ไว้

เนื่องจากสินค้าที่ทางบริษัททำการจำหน่าย เป็นสินค้าที่มีคู่แข่งจำนวนมากในอุตสาหกรรมของเล่น อาจมีการแข่งขันสูง และนำไปสู่ความเสี่ยงที่ยอดขายจะไม่เป็นไปตามที่ตั้งไว้

แนวทางการบริการความเสี่ยงในด้านยอดขายที่ไม่ได้ตามที่คาดการณ์ไว้

- ประชาสัมพันธ์ถึงข้อมูลและประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ชุดของเล่น C Toys ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงจุดมากที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทมากขึ้น

- ลดประมาณการผลิตวัตถุดิบและลดการสั่งซื้อสินค้าตามแผนการผลิตในงวดถัดไปลง 50 เปอร์เซ็นต์ เพื่อให้สามารถควบคุมปริมาณสินค้าคงคลังได้

- มีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคเป็นระยะๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

- พัฒนาแผนการตลาดให้ครอบคลุมและเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด เพื่อทำให้เกิดการรับรู้และทำให้เกิดการซื้อ

### 8.2.2 มีผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันวางจำหน่ายในท้องตลาด

เนื่องจากผู้แข่งขันในตลาดของเล่นเด็กในประเทศไทยนั้นมีจำนวนมากทั้งรายใหญ่และรายย่อย จึงมีโอกาสที่ผู้แข่งขันเหล่านั้นจะมาผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันขาย หากผลิตภัณฑ์

ของบริษัทสามารถทำยอดขายและกำไรได้ดี ซึ่งหากมีบริษัทอื่นทำตาม จะส่งผลกระทบต่อยอดขายและรายได้ของบริษัท

แนวทางการบริการความเสี่ยงให้ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันวางจำหน่ายในท้องตลาด

- ทางบริษัทจะมีการจดสิทธิบัตรสูตรการผลิต ซึ่งจะสามารถคุ้มครองความลับได้ถึง 20 ปี ทำให้ไม่มีผู้ใดสามารถผลิตสินค้าโดยใช้สูตรเดียวกับทางบริษัทได้

- บริษัทจะจดทะเบียนอนุสิทธิบัตร เพื่อคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในส่วนของผลิตภัณฑ์ชุดของเล่น ซึ่งจะสามารถคุ้มครองได้นานสุด 10 ปี ทำให้ไม่มีผู้ใดสามารถผลิตสินค้าโดยใช้สูตรเดียวกับทางบริษัทได้

แนวทางการบริการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาด

- ทำการวิเคราะห์คู่แข่ง เพื่อหาจุดอ่อน และจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ของสินค้าของบริษัท แล้วนำมาปรับปรุงเพื่อให้มีจุดแข็งที่เหนือกว่าคู่แข่ง

- มีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคเป็นระยะๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

- พัฒนาและวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาเรื่อยๆ เพื่อสร้างตัวเลือกรับกับลูกค้า

- พัฒนาการจัดส่งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อลดต้นทุน และเพื่อให้ส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด

- สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเพื่อให้เกิดความชื่นชอบและตระหนักถึงชื่อบริษัท และผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยจะรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

- ทำของเล่นที่สามารถ Customize สินค้าให้เข้ากับลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ โดยเริ่มที่การสร้างการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละกลุ่ม แต่ละบุคคล และนำข้อมูลที่ได้ทราบจากกลุ่มลูกค้ามาปรับใช้ เช่น การแตก line ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ครอบคลุมต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

### 8.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

เนื่องจากบริษัท ซีทอย จำกัด เป็นผู้ประกอบรายใหม่ที่เพิ่งเริ่มดำเนินกิจการ ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็กที่มีการซื้อขายทั้งแบบเงินสดและเงินเชื่อ อาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องทางการเงินได้ และอาจเกิดการไม่มีเงินสดเพียงพอในการรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจจะเกิดขึ้น

### แนวทางการบริการความเสี่ยงด้านการเงิน

บริษัทจะต้องมีแหล่งเงินทุน เพื่อเสริมสภาพคล่องทางการเงิน โดยทำการพิจารณาขอู้เงินในระยะสั้นจากบุคคลในครอบครัว เพื่อน หรือสถาบันการเงิน ตลอดจนทำการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นและปรับลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กับบริษัท

## **8.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)**

บริษัท ซีทอย จำกัด ดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายและนโยบายรัฐ ซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาทิ เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเลขที่ มอก. 685 เล่ม 1 ถึงเล่ม 3-2540 ที่ต้องขอจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแรงงาน เป็นต้น ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงของข้อกำหนดและกฎหมายภายในประเทศอย่างใกล้ชิด เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการทำงานของบริษัทให้สอดคล้องกับกฎหมายที่ประเทศใช้ให้เป็นปัจจุบันมากที่สุด

### แนวทางการบริการความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ

ติดตามแนวโน้มการออกกฎหมายใหม่ การประกาศใช้ การเปลี่ยนแปลงและการยกเลิกกฎหมายต่างๆภายในประเทศ เพื่อให้ทางบริษัทมีข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม รวมถึงการกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติงานตามกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆอย่างเคร่งครัด

## **8.5 บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง**

### **8.5.1 ระยะสั้น 1 ปี**

#### **คุณภาพของสินค้า**

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ จึงมีความเสี่ยงในเรื่องของคุณภาพของสินค้า อาจเกิดความผิดพลาดของคุณภาพสินค้าได้ โดยบริษัทจะมีแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญกับความเสี่ยง ดังนี้

- รับคืนสินค้าที่คุณภาพไม่ตรงกับมาตรฐานที่ตั้งไว้ นำสินค้ามาตรวจสอบ เพื่อหาข้อผิดพลาด และแก้ไขให้ตรงจุด

- เปิดรับความคิดเห็นจากลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ตรงกับมาตรฐานและความต้องการของลูกค้า

- ความรวดเร็วของการรับข้อร้องเรียนจากลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อลดความรุนแรงของปัญหาไม่ให้กระจายไปในวงกว้าง ดังนั้นหากมีผู้ร้องเรียนเรื่องใดๆเข้ามา บริษัทจะเข้าไปรับข้อร้องเรียน และช่วยเหลือโดยเร็วที่สุด

สินค้าไม่สามารถขายได้ตามที่คาดการณ์ไว้

หลังจากการออกขายในช่วงปีแรก ผลผลิตที่อาจยังทำยอดขายไม่ได้ตามที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่และเป็นผู้เข้าแข่งขันรายใหม่ในตลาด และจากการแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมขายเล่นไทย อาจนำไปสู่ความเสี่ยงที่ยอดขายจะไม่เป็นไปตามที่ตั้งไว้ได้ บริษัทจึงมีแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญกับความเสี่ยงดังนี้

- ทำการวิจัยเพื่อหาสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และแผนการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง ทำให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์มากขึ้น

- ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เพื่อคงสถานภาพทางการเงินของบริษัทไว้

ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ

บริษัท ชีทอย จำกัด ดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายและนโยบายรัฐ ซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาทิ เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเลขที่ มอก. 685 เล่ม 1 ถึงเล่ม 3-2540 ที่ต้องขอจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแรงงาน เป็นต้น และจากการที่เป็นบริษัทรายใหม่อาจเกิดความผิดพลาดทางด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ โดยไม่ได้ตั้งใจบริษัทจึงมีแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญกับความเสี่ยง ดังนี้

- เมื่อทราบว่าบริษัทกำลังทำผิดกฎระเบียบและข้อบังคับประการใด จะรีบดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้องโดยเร็วที่สุด และจะต้องติดตามแนวโน้มการออกกฎหมายใหม่ การประกาศใช้ การเปลี่ยนแปลงและการยกเลิกกฎหมายต่างๆภายในประเทศในอนาคต เพื่อให้ทางบริษัทมีข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม รวมถึงการกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติงานตามกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆอย่างเคร่งครัด เพื่อลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นในครั้งต่อไป



### 8.5.2 ระยะกลาง มากกว่า 1 ปี และไม่เกิน 3 ปี

#### การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

เมื่อบริษัทดำเนินการได้มาระยะเวลาหนึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงของจำนวนการผลิต ทำให้เกิดผลเสียจากห่วงโซ่อุปทาน เช่น วางแผนการผลิตไม่ได้ตามจำนวนที่ต้องการ บริษัทจึงมีแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญกับความเสียดังนี้

- หากบริษัทเผชิญกับปัญหาห่วงโซ่อุปทาน บริษัทควรจัดการประชุมในระดับของหัวหน้างาน เพื่อระดมสมองหาทางออกที่ดีที่สุด

- จัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการวางแผนวางแผน และตัดสินใจ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน

#### ความเสี่ยงด้านการเงิน

เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ และรายเล็ก เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของจำนวนการผลิตที่อาจเพิ่มขึ้น อาจต้องใช้เงินลงทุนเพิ่มขึ้นกับอุปกรณ์ เครื่องจักร และบุคลากร อาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องทางการเงินได้ และอาจเกิดการไม่มีเงินสดเพียงพอในการรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจจะเกิดขึ้น โดยทางบริษัทจะมีแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญกับความเสียดังนี้

- บริษัทหาแหล่งเงินทุน เพื่อเสริมสภาพคล่องทางการเงิน โดยทำการพิจารณาขอกู้เงินในระยะสั้นจากบุคคลในครอบครัว เพื่อน หรือสถาบันการเงิน ตลอดจนทำการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นและปรับลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กับบริษัท และสามารถดำเนินการต่อไปได้

### 8.5.3 ระยะยาว มากกว่า 3 ปี

#### การขาดแคลนวัตถุดิบ

การผลิตปูนจากเปลือกหอยนั้น ใช้เปลือกหอยเป็นวัตถุดิบหลัก ซึ่งเป็นสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในน้ำที่เกิดจากการเลี้ยงแพะพันธุ์และเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งอาจเกิดการมีจำนวนลดลงจากปัจจัยต่างๆได้ เช่น โรคระบาด โดยทางบริษัทจะมีแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญกับความเสียดังนี้

- จัดหาวัตถุดิบจากพื้นที่อื่นๆ เช่น เพชรบุรี สมุทรสาคร ชลบุรี ระยอง ตราด เป็นต้น



### ความเสี่ยงของเครื่องจักรชำรุด

เมื่อเครื่องจักรถูกใช้งานมาเป็นระยะเวลานานๆ อาจมีความเสี่ยงในเรื่องของการชำรุดเกิดขึ้น โดยบริษัทมีแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญกับความเสี่ยง ดังนี้

- หากเครื่องจักรชำรุด บริษัทจะมีผู้คุมเครื่องจักรที่มีความรู้ทางด้านเครื่องจักรเป็นผู้แก้ไขและตรวจเช็คเบื้องต้น หากอาการหนักเกินกว่าจะสามารถแก้ไขเองได้ จะเรียกช่างผู้เชี่ยวชาญทางด้านเครื่องจักรนั้นๆ เข้ามาแก้ไขทันที

### มีผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันวางจำหน่ายในท้องตลาด

เมื่อผลิตภัณฑ์ออกมาขายได้นานสักระยะ อาจมีคนทำตาม หรือมีผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะการใช้งานที่เหมือนกัน สามารถทดแทนกันได้เกิดขึ้น ซึ่งทางบริษัทมีการวางแผนจะจดทะเบียนสิทธิบัตรสูตรการผลิตจากเปลือกหอย เพื่อที่จะได้สามารถคุ้มครองสูตรไว้ไม่ให้มีผู้ใดทำตามได้ ซึ่งจะได้ระยะเวลาคุ้มครองนาน 20 ปี นอกจากนั้นยังจะจดทะเบียนอนุสิทธิบัตร เพื่อคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในส่วนของผลิตภัณฑ์ชุดของเล่น ซึ่งจะสามารถคุ้มครองได้นานสุด 10 ปี ทำให้ไม่มีผู้ใดสามารถผลิตสินค้าโดยใช้สูตรเดียวกับทางบริษัทได้ในระยะเวลานั้น แต่หากมีผู้ใดทำสินค้าออกขายโดยใช้สูตรและรูปแบบของสินค้าตามที่บริษัทได้จดทะเบียนไว้แล้ว บริษัทก็จะสามารถฟ้องร้องต่อศาลได้ แต่หากมีผู้ใดออกสินค้าโดยใช้สูตรและรูปแบบของสินค้าหลังระยะเวลาคุ้มครอง บริษัทมีแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญกับความเสี่ยง ดังนี้

-บริษัทจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาเรื่อยๆ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง และลดปัญหาผลิตภัณฑ์เหมือนกันเข้าอื่น

ตารางที่ 8.1 ตารางสรุปความเสี่ยงและแนวทางแก้ไข

ความเสี่ยง	ผลกระทบ		ความเร่งด่วนในการแก้ไข			แนวทางการแก้ไข
	สูง	ต่ำ	น้อย	แก้ไข		
				ปานกลาง	มาก	
การขาดแคลนวัตถุดิบ	✓				✓	จัดหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่นที่ได้สำรวจไว้ล่วงหน้า
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน		✓	✓			ระดมความคิดจากหลายๆฝ่าย เพื่อให้ได้วิธีการแก้ไขที่ดีที่สุด
คุณภาพของสินค้า	✓				✓	รับซื้อโรงเรียนและการเรียกคืนสินค้าให้รวดเร็วที่สุด โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ
ความเสี่ยงของเครื่องจักรชำรุด	✓				✓	ปิดเครื่องเพื่อซ่อมบำรุงชั่วคราว
สินค้าไม่สามารถขายได้ตามที่คาดการณ์ไว้	✓				✓	ทบทวนแผนการตลาดเพื่อหาจุดบกพร่อง ทำการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำมาปรับปรุงแผนต่อไป
มีผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันวางจำหน่ายในท้องตลาด		✓		✓		ดำเนินคดีตามกฎหมายหากมีการละเมิดทางทรัพย์สินทางปัญญา และพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง
ความเสี่ยงด้านการเงิน	✓				✓	ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและจัดหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติม
ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ	✓			✓		แก้ไขปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามกฎระเบียบและข้อบังคับทันทีที่ทราบ

## 8.6 ข้อจำกัดของแผนธุรกิจ

จากการทำการวิจัยและการทำแผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys พบข้อจำกัดต่างๆดังต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำแบบสอบถามเรื่องทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys นั้น ยังไม่เคยเห็นของเล่นจริงๆ จึงทำให้อาจมีความคลาดเคลื่อนของคำตอบได้

2. ต้นทุนของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงค่าก่อสร้างสำนักงานและโรงงาน อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

3. ในเรื่องของเปลือกหอยที่สามารถนำมาทำปุ๋ยนั่น หอยแต่ละชนิดมีแร่ธาตุของเปลือกหอยที่แตกต่างกัน จากการค้นหาข้อมูล เปลือกหอยแครงเป็นเปลือกหอยที่สามารถนำมาทำปุ๋นจากธรรมชาติได้ดีที่

4. หากในอนาคตสัตว์จำพวกหอยศูนย์พันธุหรือมีภูมู้อบบังคับต่างๆออกมาระงับการใช้เปลือกหอย บริษัทอาจต้องคิดค้นผลิตภัณฑ์อื่นๆขึ้นมาแทน หรือใช้วัสดุอื่นเข้ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทดแทนเปลือกหอยที่ไม่อาจนำมาใช้ได้อีกต่อไป

เมื่อพิจารณาข้อจำกัดต่างๆแล้วพบว่าโครงการของเล่นสำหรับเด็กของบริษัท ซีทอย จำกัดนั้นมีความคุ้มค่าในการลงทุน และจากการสำรวจข้อจำกัด และข้อควรระวังของโครงการต่างๆ เป็นสิ่งที่สามารถระวังไม่ให้เกิดขึ้นและสามารถแก้ไขได้ จึงสรุปว่าโครงการนี้น่าลงทุน

## 8.7 แผนธุรกิจหน้าเดียว (One Page Business Plan)

<p><b>Product</b></p> <p>ของเล่นเด็กจากเปลือกหอย</p> <p>ตรา C Toys</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• พัฒนาการทางด้านความคิดสร้างสรรค์</li> <li>• พัฒนาการทางด้านสมอง</li> <li>• พัฒนาการทางด้านกล้ามเนื้อเล็ก</li> <li>• มีหลายกิจกรรมให้ทำในกล่องเดียว</li> <li>• ราคาเหมาะสม คู่มีค่า</li> </ul>	<p><b>Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ซื้อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน</li> <li>- สนใจของเล่นที่พัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์</li> <li>- ปัจจัยที่สำคัญคือประโยชน์ที่ได้รับจากการเล่นของเล่น</li> <li>- มักค้นหาสินค้าใน Google</li> </ul> <p><b>Promotion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การลดราคา</li> <li>- สาธิตการใช้งาน</li> <li>- ข้อมูลประกอบ</li> </ul> <p><b>Place</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ห้างสรรพสินค้า</li> <li>- ร้านขายของเล่น</li> <li>- ซื้อออนไลน์</li> </ul>
<p><b>Finance</b></p> <p> เงินลงทุน 6,500,000 บาท</p> <p> บุคลากรทั้งหมด 20 คน</p> <p>ต้นทุนในการผลิต = 47.6%</p> <p>ค่าใช้จ่ายการบริหาร = 17.16%</p> <p>ค่าใช้จ่ายการขาย = 4.08%</p> <p>ค่าเสื่อมราคาการบริหารและขาย = 1.07%</p> <p>โดยต้นทุนรวมทั้งหมดคิดเป็น = 69.95%</p> <p>มูลค่าปัจจุบัน (NPV) = 14,225,487 บาท</p> <p>อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) = 50.37%</p> <p>ระยะเวลาคืนทุน (PB) = 2 ปี 5 เดือน</p> <p>ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (DPB) = 2 ปี 8 เดือน</p>  	<p><b>Plan</b></p> <p>ระยะสั้น (ปีที่ 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• สร้างโรงงานและสำนักงาน</li> <li>• คัดเลือกบุคลากร</li> <li>• จัดทะเบียนต่างๆที่จำเป็นต่อการเปิดบริษัท</li> </ul> <p>ระยะกลาง (ปีที่ 2 และปีที่ 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• สร้างการรับรู้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย</li> <li>• การวางจำหน่าย 3 ช่องทาง</li> <li>• ขยายพื้นที่การจัดจำหน่าย</li> </ul> <p>เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 และปีที่ 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ขยายพื้นที่ในการวางจำหน่ายมากขึ้น</li> <li>• พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย</li> <li>• รักษาฐานลูกค้าเดิมไว้และเพิ่มลูกค้าใหม่อย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>  

## บรรณานุกรม

- กรมสรรพากร. (2559). อดัรภำยปี 2559-2560, 30 กันยายน 2560.  
[http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/download/sme/5con\\_040159.pdf](http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/download/sme/5con_040159.pdf)
- กรุงเทพมหานครวิทยำลัย :มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม.อำจารย์ ดร.รำนันต์ .  
 บุญธิมำ, อำจารย์ ดร.ศัพัฒนา ชัษพง.  
 ข่ำวสด. (2560). ฮำสโบริชัตลาดของเล่นไทยโตสุดในเอเชียขงส่งหุ้नเปลงร่งต้อรับทรำน  
 เฟอ์เมอร์, 12 มกรำคม 2561. [https://www.khaosod.co.th/economics/news\\_399937](https://www.khaosod.co.th/economics/news_399937)
- ฐำนเศรษฐกิจ. (2560). ‘ของเล่น’ลู้นส่งออกโต5% 3ชำติเอเชียขงแยงตลาด, 13 มกรำคม 2561.  
<http://www.thansettakij.com/content/128426>
- ไทยรัฐ(ออนไลน์) .2558 .เพิ่มค่ำเปลือกหอยขยะ ทำผงปุ่นแทนซีเมนต์ภูเขา, 9 ตุลำคม 2560 .  
<https://www.thairath.co.th/content/532016>
- ไทยรัฐ(ออนไลน์) .2559 .ผลสำรวจเผย พ่อแม่ยุคใหม่ใช้เทคโน โลยีเปลือก มีเวลำให้ลูกน้อย, 9  
 ตุลำคม 2560. <https://www.thairath.co.th/content631352/>
- ธนำครำแห่งประเทศไทย.(2560).สรุปรประมำณเศรษฐกิจและเงินเฟือ, 4 พฤษภาคม 2560.  
<https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/MonetPolicyCommittee/MPR/Pages/default.aspx>
- แมร์ักลูก. (2560). ของเล่น กในด้ำนต่งๆประเภทที่ช่วยพัฒนาการเด็ 3, 9 ตุลำคม 2560 .  
<https://www.maerakluke.com/topics/4034>
- รวีพร ผำด้ำน.(2557). ค่ำมสำมำรถในกำรใช้กล้ำมเนื้อม้ดเล็กเด็กปฐมวัยที่ด้รับกำรจัดกิจกรรม  
 ศิลป สร้ำงสรร์คกำรฉีก ตัด ปะเศษวัสดุ. ปริญญำนินพนธ์ กศ .(ม.กำรศึกษำปฐมวัย.  
 วำนิชหุ้ม. (2559). "วังเด็ก" ปลุกตลาดของเล่นเด็ก, 10 ชันวำคม 2560.  
<https://www.thairath.co.th/content/613043>
- สรชำ ไวรกิจ. ปุ่นซีเมนต์ธรรมชำติกำกขยะเหลือบริโภคและวัสดุเหลือใช้ กรณีกศึกษำชุมชนด้ำนล  
 คลองโคน จังหำดสมุทรสงคราม. ปทุมธำนี : คณะสถำปัตยกรรมศำสตร์ มหำวิทยำลัย  
 เทคโน โลยีรำชมงคลชัญบุรี ; 2557



## บรรณานุกรม (ต่อ)

สำนักงานบัญชีและกฎหมายมลนคร. (2553). ค่าบริการจัดตั้งบริษัท, 4 กุมภาพันธ์ 2561.

[http://www.kmnraccount.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75  
&lang=th](http://www.kmnraccount.com/index.php?option=com_content&view=article&id=75&lang=th)

สราวุธ จินดาเพชร . (2550). การศึกษาอนุกรมที่เหมาะสมในการผลิตปูนขาวจากเปลือกหอยนางรม  
หอยแครง และหอยแมลงภู่. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Central. (2559). เลโก้ ตัวต่อสร้างจินตนาการ, 12 มกราคม 2561. [http://www.central.co.th/e-  
shopping/lego/](http://www.central.co.th/e-shopping/lego/)

Mumraisin. (2560). คู่มือเลือกของเล่นตรงตามวัยลูก 0-12 ขวบ, 12 มกราคม 2561.

<http://mumraisin.com/guide-to-choose-toys-for-kids/>

Statista. (2560). Toys & Baby, 12 มกราคม 2561. [https://www.statista.com/outlook/257/126/toys-  
baby/thailand#market-users](https://www.statista.com/outlook/257/126/toys-baby/thailand#market-users)

Think of living. (2561). ส่องแนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2561, 4 กุมภาพันธ์ 2561.

<https://bit.ly/2Hr89ME>





## ภาคผนวก ก

## เอกสารยืนยันการสอบผ่านการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)

**COLLABORATIVE INSTITUTIONAL TRAINING INITIATIVE (CITI PROGRAM)**  
**COMPLETION REPORT - PART 1 OF 2**  
**COURSEWORK REQUIREMENTS\***

\* NOTE: Scores on this Requirements Report reflect quiz completions at the time all requirements for the course were met. See list below for details. See separate Transcript Report for more recent quiz scores, including those on optional (supplemental) course elements.

• **Name:** Thanyanan Srachim (ID: 6770205)  
 • **Institution Affiliation:** Mahidol University (ID: 3292)  
 • **Institution Email:** s.thanyanan@hotmail.com  
 • **Institution Unit:** College of Management Mahidol University  
 • **Phone:** +66897988021

• **Curriculum Group:** Human Subjects Research  
 • **Course Learner Group:** Student Social, Behavioral & Humanity Research  
 • **Stage:** Stage 1 - Basic Stage

• **Record ID:** 25233651  
 • **Completion Date:** 08-Nov-2017  
 • **Expiration Date:** 07-Nov-2021  
 • **Minimum Passing:** 80  
 • **Reported Score\*:** 92

REQUIRED AND ELECTIVE MODULES ONLY	DATE COMPLETED	SCORE
History and Ethical Principles - SBE (ID: 490)	08-Nov-2017	5/5 (100%)
Informed Consent - SBE (ID: 504)	08-Nov-2017	5/5 (100%)
Privacy and Confidentiality - SBE (ID: 505)	08-Nov-2017	5/5 (100%)
Unanticipated Problems and Reporting Requirements in Social and Behavioral Research (ID: 14928)	08-Nov-2017	4/5 (80%)
Defining Research with Human Subjects - SBE (ID: 491)	08-Nov-2017	4/5 (80%)

For this Report to be valid, the learner identified above must have had a valid affiliation with the CITI Program subscribing institution identified above or have been a paid Independent Learner.

Verify at: [www.citiprogram.org/verify/?ka7f03ac3-1cf0-437e-ab07-085d243eb41f-25233651](http://www.citiprogram.org/verify/?ka7f03ac3-1cf0-437e-ab07-085d243eb41f-25233651)

Collaborative Institutional Training Initiative (CITI Program)  
 Email: [support@citiprogram.org](mailto:support@citiprogram.org)  
 Phone: 888-529-5929  
 Web: <https://www.citiprogram.org>

Collaborative Institutional  
 Training Initiative

**COLLABORATIVE INSTITUTIONAL TRAINING INITIATIVE (CITI PROGRAM)**  
**COMPLETION REPORT - PART 2 OF 2**  
**COURSEWORK TRANSCRIPT\*\***

\*\* NOTE: Scores on this Transcript Report reflect the most current quiz completions, including quizzes on optional (supplemental) elements of the course. See list below for details. See separate Requirements Report for the reported scores at the time all requirements for the course were met.

- **Name:** Thanyanan Srachim (ID: 6770205)
- **Institution Affiliation:** Mahidol University (ID: 3292)
- **Institution Email:** s.thanyanan@hotmail.com
- **Institution Unit:** College of Management Mahidol University
- **Phone:** +66897988021
  
- **Curriculum Group:** Human Subjects Research
- **Course Learner Group:** Student Social, Behavioral & Humanity Research
- **Stage:** Stage 1 - Basic Stage
  
- **Record ID:** 25233651
- **Report Date:** 12-Dec-2017
- **Current Score\*\*:** 92

REQUIRED, ELECTIVE, AND SUPPLEMENTAL MODULES	MOST RECENT	SCORE
History and Ethical Principles - SBE (ID: 490)	08-Nov-2017	5/5 (100%)
Defining Research with Human Subjects - SBE (ID: 491)	08-Nov-2017	4/5 (80%)
Informed Consent - SBE (ID: 504)	08-Nov-2017	5/5 (100%)
Privacy and Confidentiality - SBE (ID: 505)	08-Nov-2017	5/5 (100%)
Unanticipated Problems and Reporting Requirements in Social and Behavioral Research (ID: 14928)	08-Nov-2017	4/5 (80%)

For this Report to be valid, the learner identified above must have had a valid affiliation with the CITI Program subscribing institution identified above or have been a paid Independent Learner.

Verify at: [www.citiprogram.org/verify/7ka7f03ac3-1cf0-437e-ab07-085d243eb41f-25233651](http://www.citiprogram.org/verify/7ka7f03ac3-1cf0-437e-ab07-085d243eb41f-25233651)

Collaborative Institutional Training Initiative (CITI Program)  
 Email: [support@citiprogram.org](mailto:support@citiprogram.org)  
 Phone: 888-529-5929  
 Web: <https://www.citiprogram.org>

## ภาคผนวก ข

### แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาด ที่ผู้บริโภครู้จักถึงในการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย เรื่องการศึกษาทัศนคติและส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภครู้จักถึงในการเลือกซื้อของเล่นเด็ก ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภครู้จักถึงในการเลือกซื้อของเล่นเด็กและนำข้อมูลที่ได้ไปเสนอแนวทางการออกแบบแผนธุรกิจและปรับกลยุทธ์การตลาด

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของของการศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหิดล ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการให้ข้อมูลประกอบการศึกษานี้ เช่น ความเป็นไปได้ทางธุรกิจและแนวทางการพัฒนาแบบจำลองธุรกิจดังกล่าว ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลดังกล่าวเป็นความลับและใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

โดยแบบสอบถามนี้จะแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ทำแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก

ส่วนที่ 4 ทัศนคติของผู้บริโภครู้จักต่อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

\*\*\*\*\*

#### ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

1.1 ท่านเคยซื้อของเล่นสำหรับเด็กหรือไม่

เคย

ไม่เคย

1.2 หากท่านเคยซื้อของเล่นเด็ก ท่านซื้อเนื่องในเหตุผลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ซื้อให้บุตรของท่าน

ซื้อให้เด็กๆในครอบครัว

ซื้อให้เป็นของขวัญแก่บุตรผู้อื่น

อื่นๆ โปรดระบุ.....

#### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก

คำอธิบาย กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

## 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

2.1.1 ท่านหรือคนในครอบครัวของท่านซื้อของเล่นสำหรับเด็กจำนวนกี่ครั้งต่อเดือน (ตอบได้ 1 ข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน | <input type="checkbox"/> 1 – 2 ครั้งต่อเดือน   |
| <input type="checkbox"/> 3 – 4 ครั้งต่อเดือน      | <input type="checkbox"/> 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน |

2.1.2 ของเล่นที่ท่านซื้อส่วนใหญ่เป็นของเล่นที่สร้างเสริมพัฒนาการทางด้านใดของเด็ก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านสมอง              | <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านกล้ามเนื้อมือ |
| <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์ | <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านอารมณ์        |
| <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านภาษา              | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรด                |
|  | ระบุ.....  |

2.1.3 ท่านต้องการเน้นพัฒนาการทางด้านใดของเด็กบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านสมอง              | <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านกล้ามเนื้อมือ |
| <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์ | <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านอารมณ์        |
| <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านภาษา              | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรด                |
|  | ระบุ.....  |

2.1.4 ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็กในครอบครัวของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |   |                                  |
|---|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> แพทย์                    | <input type="checkbox"/> เพื่อนหรือคนรู้จัก | <input type="checkbox"/> คู่สมรส |
| <input type="checkbox"/> ญาติพี่น้อง              | <input type="checkbox"/> ตัวเด็กเอง         | <input type="checkbox"/> ตนเอง   |
| <input type="checkbox"/> การรับข้อมูลจากสื่อต่างๆ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรด         |                                  |
|   | ระบุ.....                                   |                                  |

2.1.5 ถ้าหากท่านจะตัดสินใจซื้อของเล่นสำหรับเด็ก ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (กรุณาตอบ 3 ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ราคา               | <input type="checkbox"/> โปรโมชัน           |
| <input type="checkbox"/> ประโยชน์ของของเล่น | <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านอารมณ์ |
| <input type="checkbox"/> พัฒนาการด้านภาษา   | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรด         |
|   | ระบุ.....                                   |

2.1.6 ช่วงเวลาใดที่ท่านมักจะไปเลือกซื้อของเล่น (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- วันเสาร์ – วันอาทิตย์ / วันหยุดนักขัตฤกษ์

- วันจันทร์ – วันศุกร์
- ตามเวลาที่สะดวก (ไม่มีกำหนด)
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

## 2.2 ด้านราคา

2.2.1 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่นต่อชิ้นประมาณเท่าไร? (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- ต่ำกว่า 200 บาท
- 201 – 500 บาท
- 501 – 1,000 บาท
- 1,001 – 1,500 บาท
- 1,501 บาทขึ้นไป
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

## 2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

2.3.1 ท่านรู้จักแหล่งในการซื้อของเล่นจากช่องทางไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ป้ายโฆษณา
- เพื่อน/ญาติแนะนำ
- แผ่นพับโฆษณา/ใบปลิว
- Google
- Facebook
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

2.3.2 ส่วนมากท่านไปซื้อจากแหล่งใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- ห้างสรรพสินค้า (Central, The mall, Robinson, อื่นๆที่ใกล้เคียง)
- Shopping Plaza (Gateway, Tokyu, Terminal, สยามสแคว์, อื่นๆที่ใกล้เคียง)
- ผ่านสังคมออนไลน์ (website, facebook, IG, Line)
- ร้านขายของเล่นโดยเฉพาะ (Toys R us)
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

2.3.3 เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อของเล่นที่สถานที่ที่ตอบไปยังข้อ 2.3.2 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือ
- ปลอดภัย
- ความหลากหลายของสินค้า
- การเดินทางสะดวก
- ราคาเหมาะสม
- โปรโมชั่น
- สะดวกสบาย
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

## 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.4.1 ท่านคิดว่าโปรโมชันใดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็กหรือไม่

- มี
- ไม่มี





	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จัดวางสินค้าอยู่ในตำแหน่งที่พบเห็นง่าย					
จัดสินค้าในพื้นที่พิเศษ เช่น ลานโปรโมชั่น					
3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย					
มีสื่อ/โฆษณาอย่างต่อเนื่อง					
มีการโปรโมท จัด Event ณ จุดขาย					
ลดราคา					
ของแถม					
มีการสาธิตวิธีการใช้งาน					
รับประกันสินค้า					
สินค้าทดลอง					

#### ส่วนที่ 4 ทักษะของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toy

คำอธิบาย กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

โปรดอ่านข้อความดังต่อไปนี้ แล้วตอบคำถามข้อที่ 4.1 – 4.9

“C Toys” เป็นชุดของเล่นสำหรับเด็กในรูปแบบของการให้เด็กสามารถผสมส่วนผสมในการขึ้นรูป โดยวัตถุดิบและส่วนประกอบของปูนั้นผลิตมาจากธรรมชาติทั้งสิ้น ซึ่งส่วนผสมหลักของปูนคือผงเปลือกหอย ผงดิน และ ผงขุยมะพร้าว ทำให้ไม่ระคายเคืองต่อผิวหนัง เมื่อผสมเสร็จก็นำมาเทลงในแม่พิมพ์ที่ได้เลือกซื้อไว้ หลังจากทำปูนแห้งแล้วก็ นำออกจากแม่พิมพ์และระบายสีได้ตามใจชอบ โดยอุปกรณ์ทุกอย่างที่จำเป็นต้องใช้ เช่น ถังมือ ถ้วยผสม จานสี พู่กัน และสีที่ทำมาเฉพาะการระบายบนปูนธรรมชาตินี้จะถูกจัดไว้ให้ในกล่องเรียบร้อยแล้ว ซึ่งของเล่นรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นนี้จะสามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กในด้านต่างๆ ดังนี้

- พัฒนาการทางด้านความคิดสร้างสรรค์
- พัฒนาการทางด้านสมอง
- พัฒนาการทางด้านกล้ามเนื้อมัดเล็ก



4.1 ภายหลังจากที่ท่านได้รับข้อมูลคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ C Toys ตามที่แสดงข้างต้นแล้ว ขอให้ท่านประเมินระดับของทัศนคติของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys (1 = สำคัญน้อยที่สุด , 2 = สำคัญน้อย , 3 = สำคัญปานกลาง , 4 = สำคัญมาก , 5 สำคัญมากที่สุด)

แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toy	ระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เสริมสร้างพัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์					
เสริมสร้างพัฒนาการทางด้านสมอง					
สร้างเสริมกล้ามเนื้อมือมัดเล็ก					
เป็นของเล่นรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ					
ปลอดภัยสำหรับเด็ก					
เป็นของเล่นที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน					

4.2 ท่านคิดว่าส่วนต่างของราคาโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ระหว่างราคาของเล่นที่ท่านเคยซื้อ ที่ท่านเลือกไปในข้อที่ 2.2.1 กับราคาของเล่นรูปแบบใหม่ C Toy มีค่าเท่าไร? ท่านถึงคิดว่าไม่แพงเกินไปอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

10%     15%     20%     อื่นๆ โปรดระบุ.....

4.3 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toy ควรจัดจำหน่ายที่ใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ห้างสรรพสินค้า (Central, The mall, Robinson, อื่นๆที่ใกล้เคียง)
- Shopping Plaza (Gateway, Tokyu, Terminal, สยามสแควร์, อื่นๆที่ใกล้เคียง)
- ผ่านสังคมออนไลน์ (Website, Facebook, IG, Line)
- ร้านขายของเล่นโดยเฉพาะ (Toys R us)
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

4.4 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ C Toy ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ / Social Media | <input type="checkbox"/> โฆษณาแผ่นพับ / ใบปลิว  |
| <input type="checkbox"/> โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์               | <input type="checkbox"/> โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ |
| <input type="checkbox"/> โฆษณาผ่านสื่อวิทยุ                  | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....    |

4.5 ถ้าผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toy มีผลต่อความจำหน่าย ท่านจะต้องการที่จะซื้อหรือไม่

- ซื้อแน่นอน (ไปที่ข้อ 4.6)     ไม่ซื้อ (ไปที่ข้อ 4.7)     ไม่แน่ใจ (ไปที่ข้อ 4.8)

4.6 ถ้าซื้อเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กได้
- เป็นของเล่นรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ
- รู้สึกปลอดภัยสำหรับเด็ก
- บรรลุคุณค่าสวยงาม
- มีอุปกรณ์ครบครันภายในกล่อง
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

4.7 ถ้าไม่ซื้อ เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ผลិតภัณฑ์ไม่น่าสนใจ
- รู้สึกไม่ปลอดภัย
- พอใจกับของเล่นที่มีอยู่ในตลาดแล้ว
- อื่นๆโปรดระบุ.....

4.8 ถ้าไม่แน่ใจเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ยังไม่เห็นผลิตภัณฑ์ของจริง
- ไม่แน่ใจเรื่องความปลอดภัย
- ยังไม่เคยได้ลองซื้อมาให้เด็กเล่น
- ยังไม่แน่ใจเรื่องราคา
- อื่นๆโปรดระบุ.....

4.9 หากมีสินค้าให้เลือก 4 ตัวให้ท่านเลือกดังตัวอย่างด้านล่างนี้ ท่านจะเลือกซื้อสินค้าใด (ตอบได้ 1 ข้อ)



- ชุดปูนปลาสเตอร์ พร้อมฟู่กัน และสี ราคา 60 บาท



- แป้งโดว์ ของเล่นที่เด็กๆ ใช้ปั้นขึ้นมาเป็นรูปร่างต่างๆ สามารถสร้างสรรค์ขึ้นมาเป็นงานศิลปะได้ ราคา 525 บาท



- ชุดของเล่นที่เด็กๆ สามารถผสมส่วนผสมแล้วนำมาขึ้นรูปตามแม่พิมพ์ต่างๆ ที่ได้ออกไว้ หลังจากนั้นสามารถระบายสีให้กับปูนธรรมชาติจากเปลือกหอยที่ขึ้นรูปเสร็จแล้วตามจินตนาการ ราคา 390 บาท



- ตัวต่อรูปแบบต่างๆ ที่สามารถทำมาต่อเป็นรูปทรงตามจินตนาการของเด็ก มีทั้งหมด 303 ชิ้น ราคา 799 บาท



## ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำอธิบาย กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

### 5.1 เพศ

ชาย

หญิง

### 5.2 สถานภาพ

โสด

สมรส

### 5.3 อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20 - 25 ปี

26 - 30 ปี

31 - 35 ปี

36 - 40 ปี

41 - 45 ปี

46 - 50 ปี

51 ปีขึ้นไป

### 5.4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญา

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

### 5.5 อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา

พนักงานบริษัทเอกชน

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ข้าราชการ

อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ โปรด

ระบุ.....

### 5.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

ต่ำกว่า 9,000 บาท

9,001- 15,000 บาท

15,001-30,000 บาท

30,001-45,000 บาท

45,001-60,000 บาท

60,001 บาทขึ้นไป

ขอขอบพระคุณยิ่ง ที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าและให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษา  
ในครั้งนี้

## ภาคผนวก ค

### แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

#### แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

##### เรื่อง แผนธุรกิจของเล่นสำหรับเด็ก “ C Toys ”

คำชี้แจง แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยเรื่อง ความเป็นไปได้ของธุรกิจ ของเล่นสำหรับเด็ก “ C Toys ” เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความมีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย จากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน หลายท่าน นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย จากเกณฑ์การให้คะแนน 3 ระดับ คือ

คะแนน +1 (ตรง)

คะแนน 0 (ไม่แน่ใจ)

คะแนน -1 (ไม่ตรง)

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้อง หรือ ถูกต้องเพียงใด

#### แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการเลือกซื้อของเล่น  
สำหรับเด็ก

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย เรื่องการศึกษาทัศนคติและส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการเลือกซื้อของเล่นเด็ก ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการเลือกซื้อของเล่นเด็กและนำข้อมูลที่ได้ไปเสนอแนวทางการออกแบบแผนธุรกิจและปรับกลยุทธ์การตลาด

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของของการศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหิดล ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการให้ข้อมูลประกอบการศึกษานี้ เช่น ความเป็นไปได้ทางธุรกิจและแนวทางการพัฒนาแบบจำลองธุรกิจดังกล่าว ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลดังกล่าวเป็นความลับและใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

โดยแบบสอบถามนี้จะแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ทำแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก

ส่วนที่ 4 ทักษะคิดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

\*\*\*\*\*

### ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

คำอธิบาย กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1.3 ท่านเคยซื้อของเล่นสำหรับเด็กหรือไม่

เคย

ไม่เคย

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

1.4 หากท่านเคยซื้อของเล่นเด็ก ท่านซื้อเนื่องในเหตุผลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ซื้อให้บุตรของท่าน

ซื้อให้เด็กๆ ในครอบครัว

ซื้อให้เป็นของขวัญแก่บุตรผู้อื่น

อื่นๆ .....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก

คำอธิบาย กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

2.1.1 ท่านหรือคนในครอบครัวของท่านซื้อของเล่นสำหรับเด็กจำนวนกี่ครั้งต่อเดือน (ตอบเพียง 1 ข้อ)

น้อยกว่า ครั้งต่อเดือน 1

1 – 2 ครั้งต่อเดือน

ครั้งต่อเดือน 4 – 3

ครั้งขึ้นไปต่อเดือน 5

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

2.1.2 ของเล่นที่ท่านซื้อส่วนใหญ่เป็นของเล่นที่ส่งเสริมพัฒนาการทางด้านใดของเด็ก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- พัฒนาทางด้านสมอง  
 พัฒนาทางด้านกล้ามเนื้อมือ  
 พัฒนาทางด้านความคิดสร้างสรรค์  
 พัฒนาทางด้านอารมณ์  
 พัฒนาทางด้านภาษา  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

2.1.3 ท่านต้องการเน้นพัฒนาการทางด้านใดของเด็กบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- พัฒนาทางด้านสมอง     พัฒนาทางด้านกล้ามเนื้อมือ  
 พัฒนาทางด้านความคิดสร้างสรรค์     พัฒนาทางด้านอารมณ์  
 พัฒนาทางด้านภาษา     อื่นๆ โปรดระบุ.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

2.1.4 ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็กในครอบครัวของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- แพทย์                       เพื่อนหรือคนรู้จัก                       คู่สมรส  
ญาติพี่น้อง                       ตัวเด็กเอง                       ตนเอง  
 การรับข้อมูลจากสื่อต่างๆ                       อื่นๆ โปรด

ระบุ.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

2.1.5 ถ้าหากท่านจะตัดสินใจซื้อของเล่นสำหรับเด็ก ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (กรุณาตอบ 3 ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด)

- ราคา                                       โปรโมชั่น  
 ประโยชน์ของของเล่น                       พัฒนาทางด้านอารมณ์  
 พัฒนาทางด้านภาษา                       อื่นๆ โปรด

ระบุ.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

2.1.6 ช่วงเวลาใดที่ท่านมักจะไปเลือกซื้อของเล่น (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- วันเสาร์ – วันอาทิตย์ / วันหยุดนักขัตฤกษ์  
 วันจันทร์ – วันศุกร์  
 ตามเวลาที่สะดวก (ไม่มีกำหนด)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

## 2.2 ด้านราคา

2.2.1 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่นต่อชิ้นประมาณเท่าไร (บาท)

- ต่ำกว่า 200 บาท                       201 – 500 บาท

- 501 – 1,000 บาท       1,001 – 1,500 บาท  
 1,501 บาทขึ้นไป

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

### 2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

2.3.1 ท่านรู้จักแหล่งในการซื้อของเล่นจากช่องทางไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ป้ายโฆษณา       เพื่อนญาติแนะนำ/       แผ่นพับโฆษณาใบปลิว/  
 Google       Facebook       อื่นๆ โปรดระบุ.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

2.3.2 ส่วนมากท่านไปซื้อจากแหล่งใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- ห้างสรรพสินค้า (Central, The mall, Robinson, อื่นๆที่ใกล้เคียง)  
 Shopping Plaza (Gateway, Tokyu, Terminal, สยามสแควร์, อื่นๆที่ใกล้เคียง)  
 ผ่านสังคมออนไลน์ (website, facebook, IG, Line)  
 ร้านขายของเล่นโดยเฉพาะ (Toys R us)  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

2.3.3 เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อของเล่นที่สถานที่ที่ตอบไปยังข้อ 2.3.2 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือ       ปลอดภัย  
 ความหลากหลายของสินค้า       การเดินทางสะดวก



ราคาเหมาะสม โปรโมชั่น สะดวกสบาย อื่นๆ โปรด

ระบุ.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

#### 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

##### 2.4.1 ท่านคิดว่าโปรโมชั่นใดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็กหรือไม่

 มี ไม่มี

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

##### 2.4.2 ปกติท่านเลือกซื้อของเล่นจากการส่งเสริมการขายใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

 ลดราคา ของแถม สินค้าทดลอง รับประกันสินค้า ข้อมูลประกอบ มีการสาธิต

การใช้งาน

 มีสื่อ/โฆษณาอย่างต่อเนื่อง การโปรโมทจัด Event ณ จุดขาย

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

#### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อของเล่นสำหรับเด็ก

คำอธิบาย กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

(1 = สำคัญน้อยที่สุด , 2 = สำคัญน้อย , 3 = สำคัญปานกลาง , 4 = สำคัญมาก , 5 สำคัญ

มากที่สุด)

	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
ราคา					
รูปแบบบรรจุภัณฑ์					
ชื่อเสียงของตราสินค้า					
ประโยชน์ที่จะได้รับ					
ความแปลกใหม่					
ข้อมูลบนฉลาก					
ปลอดภัย					
<b>3.2 ปัจจัยด้านราคา</b>					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น					
ราคาสินค้าคงที่					
<b>3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย</b>					
หาซื้อได้ง่าย					
จัดวางอย่างเป็นหมวดหมู่ตามประเภทที่ชัดเจน					
จัดวางสินค้าอยู่ในตำแหน่งที่พบเห็นง่าย					
จัดสินค้าในพื้นที่พิเศษ เช่น ลานโปรโมชั่น					
<b>3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย</b>					
มีสื่อ/โฆษณาอย่างต่อเนื่อง					
มีการโปรโมท จัด Event ณ จุดขาย					
ลดราคา					

	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ของแถม		4	3	2	1
มีการสาธิตวิธีการใช้งาน					
รับประกันสินค้า					
สินค้าทดลอง					

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

#### ส่วนที่ 4 ทักษะของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys

**คำอธิบาย** กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

โปรดอ่านข้อความดังต่อไปนี้ แล้วตอบคำถามข้อที่ 4.1 – 4.9

“ C Toys ” เป็นชุดของเล่นสำหรับเด็กในรูปแบบของการให้เด็กสามารถผสมส่วนผสมในการขึ้นรูป โดยวัตถุดิบและส่วนประกอบของปูนั้นผลิตมาจากธรรมชาติทั้งสิ้น ซึ่งส่วนผสมหลักของปูนคือผงเปลือกหอย ผงดิน และ ผงขุยมะพร้าว ทำให้ไม่ระคายเคืองต่อผิวหนัง เมื่อผสมเสร็จก็นำมาเทลงในแม่พิมพ์ที่ได้เลือกซื้อไว้ หลังจากที่ปูนแห้งแล้วก็ นำออกจากแม่พิมพ์ และระบายสีได้ตามใจชอบ โดยอุปกรณ์ทุกอย่างที่จำเป็นต้องใช้ เช่น ถูมือ ถ้วยผสม จานสี พู่กัน และสีที่ทำมาเฉพาะการระบายบนปูนธรรมชาตินี้จะถูกจัดไว้ให้ในกล่องเรียบร้อยแล้ว ซึ่งของเล่นรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นนี้จะสามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กในด้านต่างๆ ดังนี้

- พัฒนาการทางด้านความคิดสร้างสรรค์
- พัฒนาการทางด้านสมอง
- พัฒนาการทางด้านกล้ามเนื้อมัดเล็ก



4.1 ภายหลังจากที่ท่านได้รับข้อมูลคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ C Toys ตามที่แสดงข้างต้นแล้ว ขอให้ท่านประเมินระดับของทัศนคติของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys (1 = สำคัญน้อยที่สุด , 2 = สำคัญน้อย , 3 = สำคัญปานกลาง , 4 = สำคัญมาก , 5 สำคัญมากที่สุด)

แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys	ระดับความคิดเห็นต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เสริมสร้างพัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์					
เสริมสร้างพัฒนาการทางด้านสมอง					
สร้างเสริมกล้ามเนื้อมือมัดเล็ก					
เป็นของเล่นรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ					
ปลอดภัยสำหรับเด็ก					
เป็นของเล่นที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน					

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

4.2 ท่านคิดว่าส่วนต่างของราคาโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ระหว่างของเล่นทั่วไปกับของเล่นรูปแบบใหม่ C Toys มีค่าเท่าไร ท่านถึงคิดว่าไม่แพงเกินไป อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

10%       15%       20%       อื่นๆ โปรดระบุ.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

4.3 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toys ควรจัดจำหน่ายที่ใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ห้างสรรพสินค้า (Central, The mall, Robinson, อื่นๆ ที่ใกล้เคียง)
- Shopping Plaza (Gateway, Tokyu, Terminal, สยามสแควร์, อื่นๆ ที่ใกล้เคียง)
- ผ่านสังคมออนไลน์ (website, facebook, IG, Line)
- ร้านขายของเล่นโดยเฉพาะ (Toys R us)
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

4.4 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ C Toy ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ / Social Media       โฆษณาแผ่นพับ / ใบปลิว
- โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์       โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์
- โฆษณาผ่านสื่อวิทยุ       อื่นๆ โปรดระบุ.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

4.5 ถ้าผลิตภัณฑ์ของเล่น C Toy มีผลิตออกวางจำหน่าย ท่านจะต้องการที่จะซื้อหรือไม่

ซื้อแน่นอน (ไปที่ข้อ 4.6)  ไม่ซื้อ (ไปที่ข้อ 4.7)  ไม่แน่ใจ (ไปที่ข้อ 3.8)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

#### 4.6 ถ้าซื้อเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สามารถเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กได้
- เป็นของเล่นรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ
- รู้สึกปลอดภัยสำหรับเด็ก
- บรรจุภัณฑ์สวยงาม
- มีอุปกรณ์ครบครันภายในกล่อง

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

#### 4.7 ถ้าไม่ซื้อ เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ผลลัพธ์ไม่น่าสนใจ
- รู้สึกไม่ปลอดภัย
- พอใจกับของเล่นที่มีอยู่ในตลาดแล้ว
- อื่นๆ .....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

#### 4.8 ถ้าไม่แน่ใจเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ยังไม่เห็นผลลัพธ์ของจริง
- ไม่แน่ใจเรื่องความปลอดภัย
- ยังไม่เคยได้ลองซื้อมาให้เด็กเล่น



ยังไม่แน่ใจเรื่องราคา

อื่นๆ .....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

4.9 หากมีสินค้าให้เลือก 3 ตัวให้ท่านเลือกคงตัวอย่างด้านล่างนี้ ท่านจะเลือกซื้อสินค้าใด (ตอบเพียง 1 ข้อ)



ชุดปูนปลาสเตอร์ พร้อมฟู่กัน และสี ราคา 60 บาท



- แป้งโดว์ ของเล่นที่เด็กๆ ใช้ปั้นขึ้นมาเป็นรูปร่างต่างๆ สามารถสร้างสรรค์ขึ้นมาเป็นงานศิลปะได้ ราคา 525 บาท



- ชุดของเล่นที่เด็กๆ สามารถผสมส่วนผสมแล้วนำมาขึ้นรูปตามแม่พิมพ์ต่างๆ ที่ได้เลือกไว้ หลังจากนั้นสามารถระบายสีให้กับปูนธรรมชาติจากเปลือกหอยที่ขึ้นรูปเสร็จแล้วตามจินตนาการ ราคา 390 บาท



- ตัวต่อรูปแบบต่างๆ ที่สามารถทำมาต่อเป็นรูปทรงตามจินตนาการของเด็ก ทั้งหมด 303 ชิ้น ราคา 799 บาท

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

#### ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำอธิบาย กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

## 5.1 เพศ

 ชาย หญิง

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

## 5.2 สถานภาพ

 โสด สมรส

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

## 5.3 อายุ

 ต่ำกว่า 20 ปี 20 - 25 ปี 26 - 30 ปี 31 - 35 ปี 36 - 40 ปี 41 - 45 ปี 46 - 50 ปี 51 ปีขึ้นไป

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

## 5.4 ระดับการศึกษา

 ต่ำกว่าปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

## 5.5 อาชีพ

- นักเรียน นักศึกษา/
  พนักงานบริษัทเอกชน  
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ
  ข้าราชการ  
 อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว
  อื่นๆ โปรด

ระบุ.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

## 5.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

- ต่ำกว่า 9,000 บาท
  9,001- 15,000 บาท  
 15,001-30,000 บาท
  30,001-45,000 บาท  
 45,001-60,000 บาท
  60,001 บาทขึ้นไป

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	

ลายเซ็น .....

( )

ตำแหน่ง .....

สังกัด .....

## สรุปการประเมิน IOC

วัตถุประสงค์ของการจัดทำ IOC เครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวัดความเที่ยงตรง (Valid) ของคำถามภายใต้เครื่องมือเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลว่ามีความถูกต้อง เครื่องมือที่มีความเที่ยงตรง หมายถึง เครื่องมือที่สามารถวัดได้ในสิ่งที่ต้องการวัด ต้องเป็นความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยอาศัยค่าสถิติที่สำคัญคือ ค่าความสอดคล้อง ระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา IOC (Index of Item Objective Congruence) หรือดัชนี ความเหมาะสมเกณฑ์ช่วงค่ามาตรฐาน การยอมรับความเที่ยงตรง (Valid) อ้างอิงค่าความสอดคล้อง ระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา IOC (Index of Item Objective Congruence) หรือดัชนี ความเหมาะสมจากการประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวนหลายท่าน นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยจากเกณฑ์การให้คะแนน 3 ระดับ คือ

คะแนน +1 (ตรง)

คะแนน 0 (ไม่แน่ใจ)

คะแนน -1 (ไม่ตรง)

สำหรับคะแนนเฉลี่ยของผู้เชี่ยวชาญทุกท่านจำแนกแต่ละข้อคำถามจะนำมาสรุปผลการวัดความเที่ยงตรงตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยต่อข้อคำถาม ดังนี้

- ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.5 – 1.0 คะแนน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์มีค่าความเที่ยงตรงสูง
- ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ต่ำกว่า 0.5 คะแนน ถือว่าต้องปรับปรุง

สรุปผลประเมินค่าคะแนนเฉลี่ยต่อข้อคำถาม และสรุปผลประเมิน IOC ภาพรวม ค่าคะแนน เฉลี่ยผลประเมิน IOC ภาพรวม จากผู้เชี่ยวชาญรวม 3 ท่าน เท่ากับ 1 คะแนน ดังนั้น จึงถือว่าข้อคำถามอยู่ในเกณฑ์ที่มีค่าความเที่ยงอยู่ในระดับ “สูง”

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญประเมิน IOC เครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง	องค์กรสังกัด
ดร.สุเทพ นิมสาข	อาจารย์ที่ปรึกษา	มหาวิทยาลัยมหิดล
กิตติชัย ราชมหา	อาจารย์	มหาวิทยาลัยมหิดล
ศิวะเรศ ศรีธนาอมร	กรรมการผู้จัดการ	บ.เอสมาร์ทเบรน คิเดส์เวิลด์ จำกัด