

**แผนธุรกิจ MOBILE APPLICATION : HUNTER RUNNER**



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์  
เรื่อง

**แผนธุรกิจ MOBILE APPLICATION : HUNTER RUNNER**

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2560



นางสาวกฤติยากรณ์ ตันติธวัชชัยกุล  
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศารุ่งเรือง,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อภาศิริปี่, Ph.D.

กณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ดร.พาสน์ ทิมทรัพย์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระแผนธุรกิจ Mobile Application : Hunter Runner ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พลิศา รุ่งเรือง อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความอนุเคราะห์ ในการให้คำปรึกษา ความรู้ ข้อคิดเห็น และแนวทางที่เป็นประโยชน์ตลอดจนให้การสนับสนุนตรวจสอบแก้ไขเนื้อหา การศึกษาอิสระฉบับนี้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิประสาท สั่งสอน อบรม ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยมาตั้งแต่ต้น รวมถึงขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว เพื่อนๆ ที่เป็นส่วนสำคัญให้การสนับสนุนเป็นกำลังใจสำคัญต่อผู้วิจัย และขอขอบคุณ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่เป็นแหล่งให้ความรู้และให้ความอนุเคราะห์ในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ และอำนวยความสะดวก ต่อผู้วิจัยตั้งแต่ต้นตลอดมา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจและเป็นแนวทางต่อผู้ที่สนใจทำการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

กฤฎิยากรณ์ ตันดิธวัชชัยกุล

แผนธุรกิจ โมบายแอปพลิเคชัน : ฮันเตอร์ รันเนอร์

BUSINESS PLAN OF MOBILE APPLICATION : HUNTER RUNNER

กฤษฎากรณ์ ตันติธวัชชัยกุล 5850131

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ดร.พาสน์ ทีฆทรัพย์, Ph.D.

### บทคัดย่อ

จากภาพรวมกระแสของการหันมาใส่ใจสุขภาพของคนไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จากการศึกษาสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากขึ้นของคนไทย ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับอุตสาหกรรมสมาร์ตโฟนที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้น นำมาสู่แผนธุรกิจโมบายแอปพลิเคชัน Hunter Runner ที่พัฒนาแอปพลิเคชันออกกำลังกายให้มาอยู่ในรูปแบบของเกมออนไลน์ ซึ่งมีการวิเคราะห์ถึงโอกาสและความเป็นไปได้ทางธุรกิจ การเติบโตของธุรกิจสมาร์ตโฟนและ โมบายแอปพลิเคชัน กลุ่มเป้าหมาย ภาวะการแข่งขันในธุรกิจ ปัจจัยภายนอกธุรกิจ รวมถึงผลการวิจัยตลาดโมบายแอปพลิเคชัน Hunter Runner

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยลูกค้ากลุ่มนี้มีพฤติกรรมที่เล่นเกมออนไลน์บนสมาร์ตโฟน แบ่งออกเป็นอีก 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ที่ออกกำลังกาย และกลุ่มผู้ที่ไม่ออกกำลังกาย และจากผลวิจัยการตลาดพบว่าการคิดค่าบริการที่เหมาะสมคือค่าบริการให้บริการแอปพลิเคชันแบบ Freemium และมีการคิดค่าบริการเสริมเป็นสินค้าในแอปพลิเคชันที่ลูกค้าต้องชำระเงินเพิ่ม ซึ่งราคาที่เหมาะสมที่ผู้บริโภคยินดีที่จะชำระอยู่ที่ 1-100 บาทต่อการใช้จ่ายต่อครั้ง

ผู้จัดทำแผนธุรกิจ มีการวางแผนในการพัฒนาระบบโมบายแอปพลิเคชัน Hunter Runner จนแล้วเสร็จพร้อมออกให้บริการ ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 12 เดือน โดยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์เช่น Facebook ,Instagram และ Youtube ในระยะของการพัฒนาระบบโมบายแอปพลิเคชันใช้เงินลงทุน 15 ล้านบาท อาศัยแหล่งเงินทุนจากเงินลงทุนของตนเอง หุ้นส่วน และการระดมทุน จากการวิเคราะห์ทางการเงินพบว่า อัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) เท่ากับ 64% โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 6,237,350.53 บาท โดยมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 9 วัน

คำสำคัญ : โมบายแอปพลิเคชัน/แอปพลิเคชันออกกำลังกาย/สมาร์ตโฟน/สุขภาพ

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฅ
<b>บทที่ 1 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ</b>	<b>1</b>
1.1 โอกาสและความสำคัญ	1
1.2 การเติบโตของธุรกิจ	2
1.3 รายละเอียดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์	6
1.4 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	7
1.5 การวิเคราะห์องค์กร/ธุรกิจ	9
<b>บทที่ 2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม</b>	<b>12</b>
2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมสมาร์ตโฟน	12
2.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม โมบายแอปพลิเคชัน	16
2.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ	17
2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกในธุรกิจ	19
<b>บทที่ 3 แผนการตลาด</b>	<b>22</b>
3.1 ผลการวิจัยการตลาด	22
3.2 แผนการตลาด	34
3.3 การแบ่งสัดส่วนของตลาด การกำหนดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์	35
3.4 Positioning map	37
3.5 การวิเคราะห์คู่แข่ง	37
3.6 กลยุทธ์ทางการตลาด	39
3.7 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด	41

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 แผนการดำเนินงาน</b>	<b>43</b>
4.1 รายละเอียดของธุรกิจ	43
4.2 สถานประกอบการในการผลิต	43
4.3 อัตราแรงงานและชั่วโมงการทำงาน	45
4.4 ระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการพัฒนาแอปพลิเคชัน	46
4.5 ช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ	47
4.6 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ	49
<b>บทที่ 5 การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์</b>	<b>50</b>
5.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	50
5.2 แผนผังองค์กร	50
5.3 หน้าที่ความรับผิดชอบ	51
5.4 การวางแผนกำลังคนการกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ	55
5.5 การฝึกอบรมสำหรับพนักงาน	56
<b>บทที่ 6 แผนการเงิน</b>	<b>57</b>
6.1 ข้อสมมติฐานทางการเงิน	57
6.2 ขนาดของเงินลงทุน แหล่งเงินทุน และต้นทุนที่เกี่ยวข้อง	58
6.3 การประมาณการต้นทุน จำนวนผู้ใช้งาน และยอดขาย	63
6.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	64
6.5 ประมาณการงบดุล	66
6.6 ประมาณการงบกระแสเงินสด	67
6.7 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน	68
<b>บทที่ 7 การจัดการความเสี่ยงและแนวทางรองรับความเสี่ยง</b>	<b>71</b>
7.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด	71
7.2 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง	72

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
7.3 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน	72
7.4 ความเสี่ยงด้านการจัดสรรทรัพยากรมนุษย์	73
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>75</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>77</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>85</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 แสดงสรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงกดดัน 5 ประการ	19
2.2 แสดงสรุปการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกในธุรกิจ	21
3.1 แสดงการกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting)	37
3.2 คู่แข่งที่ให้บริการ โมบายแอปพลิเคชันสำหรับออกกำลังกาย	39
4.1 แสดงอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต และราคาในปีที่ 1	45
4.2 ระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการพัฒนาแอปพลิเคชัน	47
5.1 แสดงโครงสร้างผู้ถือหุ้น	51
5.2 แสดงการวางแผนจำนวนการจ้างงานของพนักงาน	56
5.3 แสดงผลตอบแทนของพนักงานในปีแรก	56
6.1 แสดงเงินทุนเริ่มต้นกิจการ	59
6.2 แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการเสื่อมราคา	60
6.3 แสดงค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	61
6.4 แสดงค่าจ้างพนักงานในการพัฒนาระบบ	62
6.5 แสดงค่าโปรแกรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต	62
6.6 แสดงโครงสร้างสัดส่วนผู้ถือหุ้น	62
6.7 แสดงต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	63
6.8 แสดงการประมาณการต้นทุนเงินเดือนพนักงานตั้งแต่ขั้นตอนพัฒนาระบบถึงปีที่ 5	63
6.9 แสดงการประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	64
6.10 แสดงการประมาณการจำนวนยอดผู้ใช้งาน ยอดขาย และรายได้	64
6.11 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน	65
6.12 แสดงประมาณการงบดุล	66
6.13 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด	67
6.14 แสดงกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ	68
6.15 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน	69



## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
6.16 แสดงอัตราผลตอบแทนของโครงการ	69
6.17 แสดงอัตราส่วนทางการเงิน	70



## สารบัญรูปร่างภาพ

รูปร่างภาพ	หน้า
1.1 การเติบโตของตลาดสมาร์ทโฟนในประเทศไทย	3
1.2 สถิติระบบปฏิบัติการของสมาร์ทโฟน	4
1.3 ราคาสมาาร์ทโฟน ในช่วงปีพุทธศักราช 2556-2558	5
1.4 รูปแบบจำลองหน้าจอแสดงผลของแอปพลิเคชัน	7
1.5 การวิเคราะห์ห้องการค้า/ธุรกิจ (SWOT Analysis)	10
2.1 จำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือในแต่ละภูมิภาคของไทย	12
2.2 จำนวนผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนตามช่วงอายุ	13
2.3 ระบบปฏิบัติการบนสมาร์ทโฟนที่คนไทยนิยมใช้	13
2.4 สถิติการใช้สื่อดิจิทัลในประเทศไทย	14
2.5 เวลาโดยเฉลี่ยการใช้งานสมาร์ทโฟนของคนไทย	15
2.6 สัดส่วนเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของคนไทย	15
2.7 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (Five Force Analysis)	17
3.1 สัดส่วนจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง	23
3.2 สัดส่วนจำแนกตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง	24
3.3 สัดส่วนจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	24
3.4 สัดส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	25
3.5 สัดส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	25
3.6 สัดส่วนจำแนกตามความถี่ในการออกกำลังกาย	26
3.7 สัดส่วนจำแนกช่วงเวลาในการออกกำลังกาย	27
3.8 สัดส่วนระยะเวลาที่ใช้ในการออกกำลังกาย	27
3.9 สัดส่วนรูปแบบหรือชนิดของการออกกำลังกาย	28
3.10 สัดส่วนของสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการออกกำลังกาย	29
3.11 แผนภูมิแสดงปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างออกกำลังกาย	29
3.12 สัดส่วนของสาเหตุที่เป็นอุปสรรคในการออกกำลังกาย	30

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูปภาพ	หน้า
3.13 สัดส่วนจำนวนชั่วโมงในการใช้งานสมาร์ทโฟนในแต่ละวันของกลุ่มตัวอย่าง	31
3.14 สัดส่วนวัตถุประสงค์ของการใช้งานสมาร์ทโฟน	31
3.15 สัดส่วนของApplicationที่กลุ่มตัวอย่างใช้งานเป็นประจำ	32
3.16 สัดส่วนของการเคยใช้Applicationสำหรับการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง	32
3.17 สัดส่วนความสนใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีApplicationที่ช่วยในการออกกำลังกายในรูปแบบของเกมออนไลน์	33
3.18 สัดส่วนการคิดค่าบริการของApplication Hunter Runner	33
3.19 สัดส่วนค่าบริการที่เหมาะสมที่กลุ่มตัวอย่างเต็มใจที่จะจ่ายต่อครั้ง	34
3.20 สัดส่วนที่Applicationสามารถช่วยเพิ่มโอกาสในการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง	35
3.21 Strategic for Diversification of Ansoff's Groeth Matrix	35
4.1 ตัวอย่างโฆษณา TrueView In-Stream Video Ads	49
4.2 ตัวอย่างภาพโฆษณา YouTube Overlay Ads	50
5.1 แผนผังองค์กรธุรกิจ Hunter Runner	52

## บทที่ 1

### โอกาส และความน่าสนใจของธุรกิจ

#### 1.1 โอกาสและความสำคัญ

ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงสภาพการดำรงชีวิตของคนไทย ซึ่งส่งผลต่อเรื่องสุขภาพที่ทำให้คนไทยมีการเคลื่อนไหวร่างกายน้อยลง ใช้เวลาในการอยู่กับอุปกรณ์เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ต่างๆจนมากเกินไป ความเร่งรีบในการใช้ชีวิตของสังคมในปัจจุบัน นำมาสู่พฤติกรรมกรรมกรบริโภคนิยม พฤติกรรมสุขภาพที่แตกต่างไปจากเดิม นำคนไทยเข้าสู่วิกฤติโรควิถีชีวิต หรือโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable disease :NCD) หรือเรียกอย่างย่อว่า NCDs โรค NCDs เป็นโรคที่ไม่ใช่โรคเกิดจากเชื้อโรค จึงติดต่อไม่ได้ด้วยการสัมผัส หรือติดต่อผ่านตัวนำโรค หรือผ่านทางสารคัดหลั่ง แต่เป็นโรคเรื้อรัง จะมีอาการเริ่มแรกเพียงเล็กน้อยและอาการจะค่อยๆทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อผู้ป่วยไม่ได้รับการรักษา เช่น โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคเบาหวาน โรคไขมันในเลือดสูง โรคความดันโลหิตสูง โรคมะเร็ง โรคทางพันธุกรรม โรคไตเรื้อรัง และโรคสมองเสื่อมจากสาเหตุต่างๆ เช่น โรคอัลไซเมอร์ จากข้อมูลทางสถิติการเจ็บป่วยและเสียชีวิต โรค NCDs ที่ต้องให้ความสนใจและเฝ้าระวังมากที่สุดมีอยู่ 4 โรคด้วยกันคือ 1. โรคเบาหวาน 2. โรคความดันโลหิตสูง 3. โรคหลอดเลือดหัวใจ 4. โรคหลอดเลือดสมอง (โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์, 2559)

สถานการณ์โรคNCDs เป็นสาเหตุของการเสียชีวิตของประชากรโลกเป็นอันดับที่หนึ่ง มีการประมาณการณ์ประชากรโลกที่เสียชีวิตจากโรคNCDs จากรายงานขององค์การอนามัยในปี พุทธศักราช 2551 พบว่า ทุกปีทั่วโลกจะมีผู้เสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังประมาณ 36 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 63 ของประชากรโลกที่เสียชีวิต และจากรายงานสถิติปีพุทธศักราช 2554 มีการปรับตัวสูงขึ้นถึง 36.2 ล้านคนต่อปี คิดเป็นร้อยละ66 ของการเสียชีวิตของประชากรโลกทั้งหมด ในส่วนของประเทศไทย โรค NCDs เป็นสาเหตุของการเสียชีวิตของคนไทยประมาณ 3.1 แสนคน คิดเป็นร้อยละ 73 ของการเสียชีวิตของประชากรไทยทั้งหมดในปีพุทธศักราช 2552 ในปีพุทธศักราช 2553 คนไทยประมาณร้อยละ 71 ของการเสียชีวิตทั้งหมดเกิดจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์, 2559)

นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล รายงานสุขภาพคนไทยในปีพุทธศักราช 2557 ระบุว่าคนไทยเข้าสู่ภาวะโรคอ้วนอันเป็นสาเหตุหนึ่งของโรค

ในกลุ่มNCDs โดยถ้าเทียบกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน ประเทศไทยมีจำนวนคนที่เข้าสู่ภาวะอ้วนเป็นอันดับที่สองรองจากประเทศมาเลเซีย สถานการณ์โรคอ้วนมีความแตกต่างกันไปในแต่ละภาคของไทยตามระดับฐานะทางเศรษฐกิจ โดยอัตราการเป็นโรคอ้วนสูงสุดอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2557)

นพ.สุรวิทย์ คนสมบูรณ์ รมช.สาธารณสุข กล่าวว่า ผลสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายของประชาชน อายุ ตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ที่มี 57.7 ล้านคน ในปี พ.ศ.2554 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ จำนวน 42.6 ล้านคน ไม่ออกกำลังกาย มีผู้เล่นกีฬาหรือออกกำลังกายเพียง 15.1 ล้านคน หรือประมาณ 1 ใน 4 ของประชาชนทั้งหมด ซึ่งลดลงจากการสำรวจในปี 2550 ที่มีผู้ออกกำลังกาย ร้อยละ 29 และจากผลสำรวจเดียวกันนี้ ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายของผู้ป่วยพบว่าผู้มีอาการป่วย ในรอบ 1 เดือนก่อนสำรวจ จำนวน 17.1 ล้านคน เป็นผู้ที่ไม่ได้เล่นกีฬาหรือออกกำลังกายมากถึงร้อยละ 73 ขณะเดียวกันในผู้ป่วยที่นอนพักรักษาตัวในโรงพยาบาลที่มี 3.2 ล้านคน พบว่าเป็นผู้ที่ไม่ได้เล่นกีฬาหรือออกกำลังกายมากถึงร้อยละ 76 ซึ่งให้เห็นถึงความแตกต่างชัดเจนว่า การออกกำลังกายป้องกันการป่วยได้ โดยผู้ที่ไม่ออกกำลังกายจะมีโอกาสป่วยมากกว่าผู้ที่ออกกำลังกายมากถึง 3 เท่าตัว (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)

จากรายงานผลการประเมินความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพประชาชนอายุ 15-59ปี ปีงบประมาณ 2559 พบว่า ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพตามหลัก3อ.2ส.ของกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับไม่ดีคิดเป็นร้อยละ49 สำหรับระดับพฤติกรรมสุขภาพ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับไม่ดี เมื่อพิจารณารายพฤติกรรมพบว่า คือ พฤติกรรมบริโภคอาหาร พฤติกรรมออกกำลังกาย และพฤติกรรมจัดการความเครียด (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2559)

จะเห็นได้ว่าภัยคุกคามจากกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต รัฐจะต้องสูงเสียบงบประมาณหลักประกันสุขภาพไปเป็นจำนวนมาก ซึ่งในทีนี้ยังรวมไปถึงค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลของตัวผู้ป่วยเอง หนึ่งในสิ่งที่จะช่วยลดปัญหาดังกล่าว คือการให้คนไทยหันมาใส่ใจกับสุขภาพของตนเองให้มากขึ้น

## 1.2 การเติบโตของธุรกิจ

จากกระแสการหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากขึ้นของคนไทยตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2558 จนถึงปัจจุบัน (2560) ทั้งกระแสการทานอาหารคลีน การออกกำลังกาย การใส่ใจดูแลสุขภาพที่มากขึ้นของคนไทย นำมาสู่ธุรกิจเพื่อสุขภาพมากมายเพื่อตอบสนองความต้องการการบริโภคของคนไทย

นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนจากทางภาครัฐบาลที่ให้คนไทยหันมาใส่ใจทั้งทางด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิต

ในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน แต่แนวโน้มทางธุรกิจที่เกี่ยวกับกระแสของสุขภาพกลับไม่ค่อยได้รับผลกระทบจากความแปรผันของปัจจัยทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะภายในหรือภายนอกประเทศก็ตาม ตลาดธุรกิจสุขภาพของคนไทยก็ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง (กรุงเทพธุรกิจ, 2557)

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยหนึ่งที่คนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบันให้ความสนใจและมีความใส่ใจเพิ่มมากขึ้นคือเรื่องสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการดูแลตนเอง การใส่ใจในการตรวจสุขภาพ การป้องกันตนเองให้ห่างไกลจากโรค และการศึกษาข้อมูลเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้ว่าสุขภาพกลับกลายเป็นหนึ่งในความสำคัญของสังคมยุคดิจิทัลเลยทีเดียวได้ กระแสการดูแลสุขภาพได้รับความนิยมและอยู่ในกระแส โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัยทำงาน ที่ไม่ได้ใส่ใจในเรื่องสุขภาพเท่าที่ควร และท้ายที่สุดแล้วก็มีโรคภัยหรือปัญหาทางสุขภาพตามมา คนวัยทำงานจึงหันมาดูแลร่างกายเพิ่มมากขึ้น และนำมาซึ่งธุรกิจที่จับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นวัยทำงาน และกลุ่มคนที่ให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพ (สยามอาชีพ, 2559)

ทางด้าน การเติบโตของธุรกิจตลาดโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตในประเทศไทยที่ยังคงขยายตัวต่อเนื่อง โคนตลาดสมาร์ตโฟนในประเทศไทยเป็นตลาดที่ใหญ่และเติบโตเร็วเป็นอันดับที่สองในภูมิภาคอาเซียนรองจากประเทศอินโดนีเซีย สมาร์ตโฟนในประเทศไทยมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยคาดว่าในปีพุทธศักราช 2562 จะมีผู้ใช้สมาร์ตโฟนในประเทศไทยอยู่ที่ประมาณ 24 ล้านเครื่อง (Marketeer Content, 2558) ดังแสดงดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 การเติบโตของตลาดสมาร์ตโฟนในประเทศไทย

ที่มา : Marketeer Content (2558)

ตลาดสมาร์ทโฟนมีการแข่งขันอย่างรุนแรงทั้งด้านภาพลักษณ์ แบนด์ ดีไซน์ เทคโนโลยี แอปพลิเคชัน ราคา ทำให้ในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูง พร้อมกับมีแบรนด์สมาร์ทโฟนหน้าใหม่บุกเข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็น Wiko, Vivo, AIS Lava, HP, และการบุกตลาดอีกครั้งของ Nokia ภายใต้แบรนด์ Microsoft

ทางด้านระบบปฏิบัติการของสมาร์ทโฟน จากการเก็บสถิติพบว่า ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ระบบปฏิบัติการ iOS มีอัตราคงที่ และระบบ Windows มีอัตราที่ลดลง (Marketeer Content, 2558) ดังแสดงข้อมูลดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 สถิติระบบปฏิบัติการของสมาร์ทโฟน  
ที่มา : Marketeer Content (2558)

เนื่องจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ และการเข้ามาในตลาดสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของผู้ประกอบการที่หลากหลาย เพื่อทำการตลาดกับผู้บริโภคในระดับกลางและระดับล่างมากขึ้น มีส่วนสำคัญที่ทำให้ราคาของสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยจากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ในปัจจุบัน ราคาเฉลี่ยของสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตในประเทศไทยจะอยู่ที่ประมาณ 9,500 บาท และ 6,500 บาท ตามลำดับ โดยมีราคาเริ่มต้นอยู่ที่ประมาณ 1,690 บาท และ 1,290 บาท ตามลำดับ ซึ่งข้อมูลระดับราคาสมาร์ทโฟน (Marketeer Content, 2558) แสดงดังภาพที่ 1.3

ระดับราคาสมาร์ทโฟน					
ปี	Ultra Low (ต่ำกว่า 3,000 บาท)	Low (3,000-6,000 บาท)	Middel (6,000-15,000 บาท)	High (15,000-21,000 บาท)	Ultra High (สูงกว่า 21,000 บาท)
2556	10%	35%	30%	10%	15%
2557	35%	30%	20%	10%	5%
2558	37%	30%	18%	11%	4%

ที่มา : IDC, เมษายน, 2558  
Marketeer

ภาพที่ 1.3 ระดับราคาสมาร์ทโฟน ในช่วงปีพุทธศักราช 2556-2558

ที่มา : Marketeer Content (2558)

ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคระดับสามารถจับจ่ายได้ ส่งผลให้ความนิยมในสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตยังคงมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง และคาดว่าจะขยายไปยังตลาดต่างจังหวัดมากขึ้น ทั้งนี้การขยายตัวของตลาดสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตในไทยดังกล่าว ย่อมมีส่วนผลักดันให้ฐานผู้บริโภคในตลาดโมบายแอปพลิเคชันไทยเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

จากการใช้งานของอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่อยู่ในรูปแบบการสัมผัสบนหน้าจอที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบาย และง่ายต่อการใช้งานในลักษณะต่างๆ ทำให้การใช้โมบายแอปพลิเคชันเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี สำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยกลางคน ไปจนถึงวัยเกษียณ ที่มีอายุระหว่าง 35-65 ปี ก็เป็นกลุ่มผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่มีกำลังซื้อ และเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มหันมาใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมากขึ้น ส่งผลให้การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้มีมากขึ้นเช่นกัน เช่น แอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ เป็นต้น (Smart SME, 2557)

ความต้องการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันที่สร้างสรรค์และแปลกใหม่มีแนวโน้มสูงขึ้นเพื่อรองรับการใช้ชีวิตที่สะดวกสบายของผู้บริโภค ด้วยการใช้สมาร์ทโฟนได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตประจำวันของคนยุคใหม่ ทำให้เกิดความต้องการในการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันที่สร้างสรรค์และแปลกใหม่ เข้ามารองรับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในหลากหลายกลุ่มมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันสำหรับสุขภาพอย่างแอปพลิเคชันการออกกำลังกายที่สามารถจับเวลาหรือวัดระยะทางในการเดินหรือวิ่ง รวมถึงสามารถวัดอัตราการเผาผลาญได้

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ตลาดพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันไทยยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก จากแนวโน้มการเติบโตของการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่อยู่ใน



ระดับสูง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน ควรพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญที่จะสามารถนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในระยะยาว ดังนี้คือปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่องตามเทรนด์ในรูปแบบที่สร้างสรรค์และแตกต่าง, พัฒนาโมบายแอปพลิเคชันให้มีความยืดหยุ่น สามารถรองรับบนระบบปฏิบัติการที่หลากหลายได้, พัฒนาและเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของตลาดให้มากที่สุด

### 1.3 รายละเอียดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์

Hunter Runner เป็นแอปพลิเคชันสำหรับสุขภาพร่วมกับแอปพลิเคชันเกมออนไลน์ ทำให้การออกกำลังกายไม่ใช่เรื่องที่น่าเบื่ออีกต่อไป วัตถุประสงค์ของแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่อยากหันมาออกกำลังกายและดูแลสุขภาพ แต่ด้วยทัศนคติที่ว่าออกกำลังกายเป็นเรื่องที่น่าเบื่อ ไม่สนุก ขาดแรงจูงใจในการออกกำลังกาย Hunter Runner เป็นแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อให้คนหันมาออกกำลังกายร่วมกับการเล่นเกมออนไลน์ไปด้วย โดยมีรายละเอียดของแอปพลิเคชันดังนี้

#### 1.3.1 การเริ่มเกม และการสร้างตัวละคร

ขั้นตอนแรกของการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน จะมีการให้สมัคร ID User สำหรับทำการ Log in โดย User สามารถ link กับทาง Facebook, Twitter, Google+ หรือสามารถสมัครผ่านทาง E-mail Address จากนั้นจะมีการสร้างตัวละครสมมติของเราขึ้น โดยจะมีการให้เลือกสายอาชีพของตัวละคร เพศ สีผิว หน้าตา รวมถึงมีการให้ใส่ค่าน้ำหนักและส่วนสูง เพื่อประมวลผลให้ตัวละครมีความสมจริงตามผู้ใช้มากที่สุด โดยลักษณะของตัวละครที่ผู้ใช้สร้าง ผู้ใช้คนอื่นๆสามารถเข้ามาดูได้อีกด้วย

การเลือกสายอาชีพให้กับตัวละครมีความสำคัญคือ รูปแบบการโจมตี พลัง และการพัฒนาของตัวละครในแอปพลิเคชันจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละสายอาชีพ ซึ่งส่งผลในการวางแผนการต่อสู้ การเก็บ Level รวมถึงการพัฒนาของตัวละครในแต่ละสายอาชีพ

#### 1.3.2 รูปแบบ วิธีการเล่น และหน้าจอแสดงผล

วิธีการเล่นของแอปพลิเคชันคือการวิ่งออกกำลังกายผ่านทางเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality Technology: AR) เป็นเทคโนโลยีที่ผสมผสานโลกในความเป็นจริง และโลกเสมือนที่สร้างขึ้นมาผสานเข้าด้วยกันผ่านซอฟต์แวร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่างๆ เป็นการสร้างภาพกราฟิก รูปทรงสามมิติ และข้อความ ตัวอักษร ให้ซ้อนทับกับภาพในโลกจริงที่ปรากฏบนหน้าจอ

สมาร์ตโฟน โดยการวิ่งของผู้เล่นในแต่ละครั้งจะเป็นการเก็บค่าประสบการณ์ (EXP.) และตามเส้นทางที่ผู้เล่นจะมีให้เก็บเหรียญเพื่อนำมาใช้แลกเปลี่ยนกับร้านค้าที่ร่วมกับทางแอปพลิเคชัน หรือร้านค้าขายอาวุธ เสื้อผ้าของตัวเกมในแอปพลิเคชัน

นอกจากนี้ยังมีโหมดสำหรับผู้เล่นที่ชอบในการต่อสู้ล่ามอนสเตอร์ ที่ตามเส้นทางที่ผู้เล่นวิ่งไปนั้นจะมีมอนสเตอร์ปรากฏขึ้นให้ผู้เล่นได้เก็บค่าประสบการณ์และของรางวัลที่ได้เมื่อชนะการต่อสู้กับมอนสเตอร์ตัวนั้น โดยรูปแบบการต่อสู้จะเป็นการใช้ท่ากายบริหารตามแต่ละสายอาชีพ และรูปแบบของท่าจะมีรูปแบบหลากหลายตามระดับ Level ของตัวละครที่เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งความรุนแรงของพลังในการต่อสู้แต่ละครั้งจะเพิ่มขึ้นตามแต่ละ Level ของตัวละครด้วยด้วย รายละเอียดของตัวเกมจะแสดงตามหน้าจอแสดงผลของแอปพลิเคชันมีการแสดงรูปแบบจำลองตามภาพที่ 1.4



ภาพที่ 1.4 รูปแบบจำลองหน้าจอแสดงผลของแอปพลิเคชัน

## 1.4 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (Vision, Mission and Goals)

### 1.4.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำรายแรกที่นำแอปพลิเคชันด้านออกกำลังกายมาพัฒนาร่วมกับเกมต่อสู้ออนไลน์ และเป็นแอปพลิเคชันออกกำลังกายตัวเลือกรายแรกที่ผู้คนเลือกใช้

### 1.4.2 พันธกิจ (Mission)

เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการออกกำลังกายโดยยึดมั่นในแนวทางการปฏิบัติดังนี้

1.4.2.1 พัฒนาแอปพลิเคชันและเทคโนโลยีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

1.4.2.2 พัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน รับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภค และพร้อมตอบสนองในทันที

1.4.2.3 มุ่งให้การพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

1.4.2.4 มุ่งพัฒนาแอปพลิเคชันร่วมกับการให้ความรู้ทางด้านสุขภาพ เพื่อการมีสุขภาพที่ดีของผู้ใช้งาน

### 1.4.3 เป้าหมายขององค์กร (Business Goals)

#### 1.4.3.1 เป้าหมายระยะสั้น(ปีที่1)

• สร้าง Brand Awareness ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค

• เปิดให้บริการใช้งานแอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานคร

• พัฒนาระบบ และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน

เพื่อความสะดวกสบายต่อการใช้งาน และการใช้แอปพลิเคชันเป็นไปอย่างราบรื่น

• สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งาน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ80

และทำให้ลูกค้ามีค่าใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันไม่ต่ำกว่าร้อยละ30

• สามารถทำรายได้ผ่านแอปพลิเคชันได้ไม่ต่ำกว่า1,751,000บาท/ปี

• สามารถเก็บข้อมูลกลุ่มผู้ใช้หลักเพื่อนำมาวิเคราะห์วางแผนในการโฆษณาและจัดโปรโมชั่น

• ใช้สื่อ Social Media ในการประชาสัมพันธ์

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

• ขยาย Brand Awareness ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในต่างจังหวัดและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในวงกว้าง

• ขยายเขตการให้บริการเป็นทั่วทั้งประเทศไทย

• พัฒนาระบบ และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับกลุ่มผู้ใช้และเขตการให้บริการที่เพิ่มมากขึ้น

• เพิ่มโหมดการใช้งาน และลูกเล่นอื่นๆ ในตัวแอปพลิเคชัน

• ทำความร่วมมือกับเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ เพื่อสนับสนุนในการส่งเสริมการขาย

- สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการไม่ต่ำกว่าร้อยละ 85 และทำให้ผู้ใช้เกิดการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30

- สามารถทำรายได้ผ่านแอปพลิเคชันได้ไม่ต่ำกว่า 2,626,500 บาท/ปี ในปีที่ 2 และสามารถทำรายได้ผ่านแอปพลิเคชันได้ไม่ต่ำกว่า 3,939,750 บาท/ปี ในปีที่ 3

#### 1.4.3.3 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 และปีที่ 5 เป็นต้นไป)

- ขยาย Brand Awareness ให้เป็นที่รู้จักในเขตพื้นที่กลุ่มประเทศอาเซียน และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

- พัฒนาระบบ และเทคโนโลยีให้มีการใช้งานได้อย่างราบรื่น เมื่อมีผู้ใช้งานจำนวนมากขึ้น

- พัฒนาตัวแอปพลิเคชันให้มีความทันสมัย เพิ่มโหมดการใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้งาน ได้มีประสบการณ์ใหม่ๆ กับทางแอปพลิเคชัน

- ขยายความร่วมมือไปกับเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในกลุ่มประเทศอาเซียน

- หา Partner ที่จะมาร่วมมือสนับสนุนแอปพลิเคชันในหรรบูกตลาดประเทศอาเซียน

- สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90 และทำให้ผู้ใช้งานเกิดการใช้จ่ายไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30

- สามารถทำรายได้ผ่านแอปพลิเคชันได้ไม่ต่ำกว่า 5,909,625 บาท/ปี ในปีที่ 4 และสามารถทำรายได้ผ่านแอปพลิเคชันได้ไม่ต่ำกว่า 8,864,437.5 บาท/ปี ในปีที่ 5

### 1.5 การวิเคราะห์ห้วงการ/ธุรกิจ (SWOT Analysis)



ภาพที่ 1.5 การวิเคราะห์ห้วงการ/ธุรกิจ (SWOT Analysis)

ที่มา: Humphrey (2005)

### 1.5.1 Strength(จุดแข็ง)

1.5.1.1 ผู้จัดทำธุรกิจ มีความรู้ด้านสุขภาพ มีประสบการณ์ ในการให้คำแนะนำการออกกำลังกายและการควบคุมอาหาร ประกอบกับมีทีมโปรแกรมเมอร์ที่ปรึกษาที่มีทักษะด้านพัฒนาซอฟต์แวร์โดยเฉพาะ ทำให้สามารถพัฒนาแอปพลิเคชันได้อย่างต่อเนื่อง

1.5.1.2 มีทีมนักโปรแกรมเมอร์ที่ไว้วางใจได้ ทำให้มั่นใจว่าความลับทางการค้าจะไม่รั่วไหล

1.5.1.3 ทางด้านผู้จัดทำ และทีมโปรแกรมเมอร์มีเครือข่ายสังคมด้านสุขภาพ และด้านเทคโนโลยี ที่สามารถให้ความช่วยเหลือในการขับเคลื่อนธุรกิจได้

1.5.1.4 ด้านตัวแอปพลิเคชันที่มีความแตกต่างจากแอปพลิเคชันออกกำลังกายโดยทั่วไป ทำให้สามารถนำมาเป็นจุดเด่นที่สามารถแข่งขันในตลาดได้

### 1.5.2 Weakness (จุดอ่อน)

1.5.2.1 ผู้จัดทำธุรกิจไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ โฆษณาแอปพลิเคชัน ทำให้ต้องอาศัยพึ่งพิงประสบการณ์จากทีมโปรแกรมเมอร์

1.5.2.2 เนื่องจากตัวแอปพลิเคชันมีความแปลกใหม่ ทำให้ผู้บริโภคไม่คุ้นเคย จะต้องมีการส่งเสริมการขาย และต้องเสียเงินค่าโฆษณาเป็นอย่างมาก และค่าพื้นที่สื่อสาธารณะเป็นจำนวนมากเพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

### 1.5.3 Opportunity (โอกาส)

1.5.3.1 ภัยคุกคามจากผู้เล่นหน้าใหม่ที่เข้ามาสู่ธุรกิจอยู่ในระดับสูง เพราะเป็นธุรกิจที่จะต้องอาศัยทักษะและความสามารถเฉพาะทาง บุคลากรต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เป็นกำแพงในการกั้นไม่ให้มีผู้เล่นหน้าใหม่เข้ามามากนัก

1.5.3.2 นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ช่วยให้เม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจมากขึ้น และจะเพิ่มกำลังซื้อและการบริโภคมากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ

1.5.3.3 เศรษฐกิจไทยคาดว่าจะขยายตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยมีแรงหนุนจากการฟื้นตัวของการใช้ภายในประเทศ

1.5.3.4 สังคมยุคดิจิทัล คนนิยมใช้งานแอปพลิเคชันผ่านสมาร์ตโฟนกันอย่างแพร่หลาย จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าปัจจัยทางสังคมเป็นปัจจัยหลักที่ส่งเสริมธุรกิจแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน

1.5.3.5 การพัฒนาของเทคโนโลยีโฆษณาแอปพลิเคชันที่เพิ่มขึ้นและมี

ประสิทธิภาพมากขึ้นทำให้ผู้ใช้สมาร์ตโฟนมีแนวโน้มใช้โปรแกรมต่างๆเพิ่มมากขึ้น

#### 1.5.4 Threat (อุปสรรค)

1.5.4.1 ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมมีความรุนแรง มีการแข่งขันที่สูง มีการลงทุนที่สูง มีคู่แข่งรายใหญ่ที่มีประสบการณ์มากกว่า

1.5.4.2 อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ เป็นอุปสรรค เนื่องจาก ผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้งานแอปพลิเคชันออกกำลังกายอื่นๆได้โดยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพกับทางผู้บริโภคร

1.5.4.3 ผู้บริโภครมีทางเลือกในการใช้สินค้าทดแทนอื่น เช่น การไปเลือกใช้งานแอปพลิเคชันออกกำลังกายอื่นๆ หรือเลือกที่จะเข้าฟิตเนส หรือวิ่งออกกำลังกายตามปกติ

1.5.4.4 การเกิดภัยธรรมชาติ เป็นอีกหนึ่งสาเหตุของการขาดหายไปของสัญญาณอินเทอร์เน็ต และการใช้งานของสมาร์ตโฟนขาดความสะดวกสบาย เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน



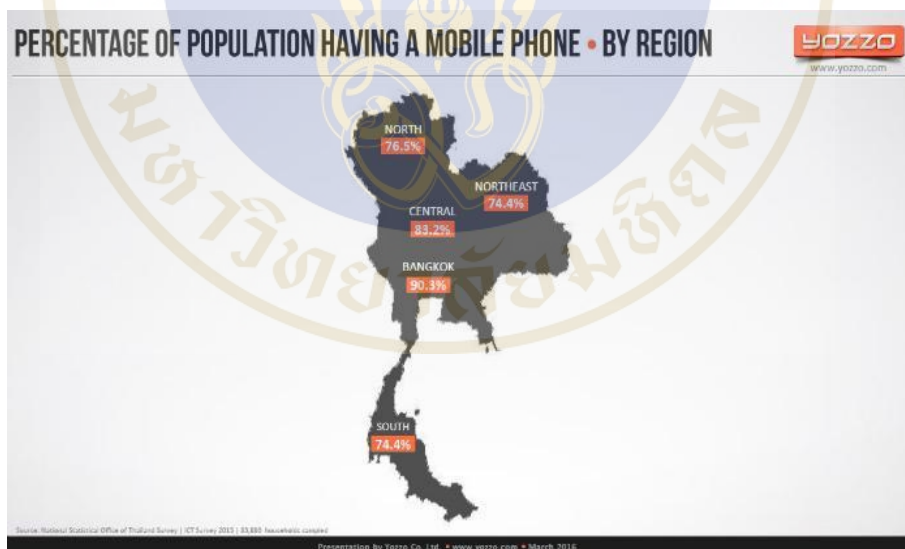
## บทที่ 2

### การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

#### 2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมสมาร์ทโฟน

อุตสาหกรรมสมาร์ทโฟนมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงรุ่นของสมาร์ทโฟนของผู้ประกอบการตลาดอย่าง Samsung และ Iphone อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีผู้เล่นหน้าใหม่เข้ามาในตลาดอุตสาหกรรมสมาร์ทโฟนกันหลากหลาย และมีการพัฒนาเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนของตนให้เทียบเท่ากับผู้นำตลาดแต่ขายในราคาที่ย่อมเยากว่า ทำให้การแข่งขันในตลาดสมาร์ทโฟนยังอยู่ในอัตราที่สูง

เมื่อทำการแบ่งสัดส่วนจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือในแต่ละภูมิภาคของไทย จากยอดการใช้งานโทรศัพท์มือถือของคนไทยประมาณ 83 ล้านคน จะเห็นว่าจำนวนผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนสูงสุด รองลงมาคือภาคกลาง และภาคเหนือ (Yozzo, 2558) ตามภาพที่ 2.1



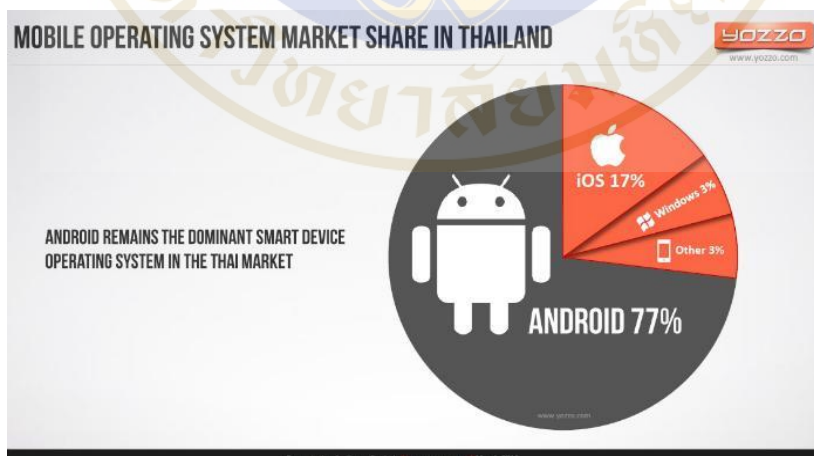
ภาพที่ 2.1 จำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือในแต่ละภูมิภาคของไทย  
ที่มา: Yozzo (2558)

เมื่อทำการแบ่งจำนวนผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนตามช่วงอายุ พบว่า จำนวนผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 20-24ปี, 15-19ปี, 40-49ปี ตามลำดับ (Yozzo, 2558) ดังแสดงรายละเอียดตามภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 จำนวนผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนตามช่วงอายุ  
ที่มา: Yozzo (2558)

จากรายงานการเติบโตของตลาดสมาร์ตโฟนในปีพุทธศักราช 2558 พบว่ายอดขายสมาร์ตโฟนในประเทศไทยเติบโตขึ้นร้อยละ 47 เมื่อเทียบกับปีพุทธศักราช 2557 โดยระบบปฏิบัติการบนสมาร์ตโฟนที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุดคือ Android สูงถึงร้อยละ 77 รองลงมาคือระบบปฏิบัติการ iOS คิดเป็นร้อยละ 17 (Yozzo, 2558) ดังแสดงรายละเอียดดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ระบบปฏิบัติการบนสมาร์ตโฟนที่คนไทยนิยมใช้  
ที่มา: Yozzo (2558)



จากสถิติจากจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศไทยประมาณ 68 ล้านคน มีผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตประมาณ 38 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 56 ของประชากร และผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมด 38 ล้านคนนี้ยังเป็นผู้ใช้งาน Social media และมีผู้ใช้งาน Social media ผ่านสมาร์ทโฟนประมาณ 34 ล้านคน (We Are Social, 2559) ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 สถิติการใช้สื่อดิจิทัลในประเทศไทย  
ที่มา: 9TANA TechChanel (2016)

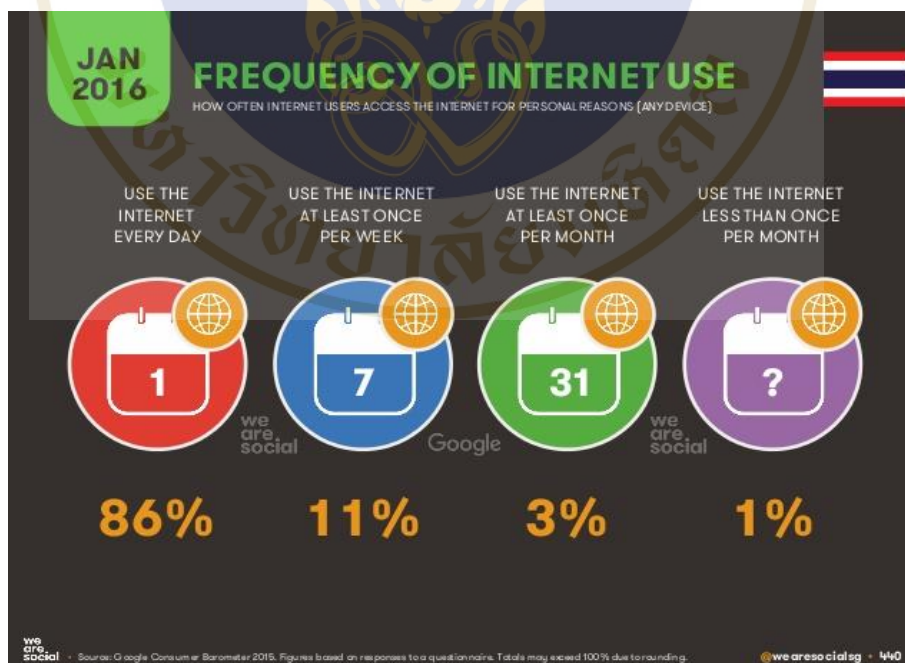
ซึ่งเวลาโดยเฉลี่ยที่คนไทยใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนเฉลี่ยวันละ 4.2 ชั่วโมง และส่วนใหญ่ใช้เวลาไปกับการสื่อสารผ่านทางโปรแกรมแชทเฉลี่ยประมาณ 94 นาที รองลงมาคือการใช้งานแอปพลิเคชัน เฉลี่ยใช้เวลาประมาณ 62 นาที (We Are Social, 2559) ดังแสดงดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 เวลาโดยเฉลี่ยการใช้งานสมาร์ทโฟนของคนไทย

ที่มา: 9TANA TechChanel (2016)

สัดส่วนเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของคนไทย การใช้งานทุกวัน มีอัตราสูงถึงร้อยละ 86 รองลงมาคือใช้งานสัปดาห์ละครั้ง (We Are Social, 2559) ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 สัดส่วนเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของคนไทย

ที่มา: 9TANA TechChanel(2016)

แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุนในธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับสมาร์ตโฟนยังสามารถหาช่องทางในการทำธุรกิจให้เติบโตได้ตามการเติบโตของผู้ใช้สมาร์ตโฟนที่เพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอยู่เสมอ และคอยศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของคนยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยีอีกด้วย

## 2.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโมบายแอปพลิเคชัน

แนวโน้มการใช้งานสมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนา Mobile Applications และเทคโนโลยีของตัวเครื่องโทรศัพท์จากค่ายผู้ผลิตโทรศัพท์ โดยเฉพาะการพัฒนาต่อยอดแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของบริษัทต่างๆ ที่แข่งขันเพื่อชิงความเป็นผู้นำด้านตลาดโมบายแอปพลิเคชัน ด้วยแอปพลิเคชันที่เพิ่มขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้นทำให้ผู้ใช้สมาร์ตโฟนมีแนวโน้มใช้โปรแกรมต่างๆ เพื่อตอบสนองกิจวัตรประจำวัน ด้วยอัตราการขยายตัวด้านการใช้งานสมาร์ตโฟน ทำให้บริษัทชั้นนำด้านสมาร์ตโฟนหลายแห่งหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาโปรแกรมโมบายแอปพลิเคชัน โดยเชื่อว่าจะมีอัตราการดาวน์โหลดเพื่อใช้งานที่เติบโตอย่างเห็นได้ชัด (Marketeer Content, 2558)

โมบายแอปพลิเคชันไทยในปัจจุบันมีหลากหลายประเภท จากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2558) พบว่า โมบายแอปพลิเคชันไทยที่ถูกพัฒนาขึ้นมามากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ แอปพลิเคชันสำหรับรองรับกับการใช้ชีวิตของผู้บริโภคหรือไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 26.7 ของจำนวนโมบายแอปพลิเคชันไทยทั้งหมด ลำดับถัดมา คือ แอปพลิเคชันเพื่อความบันเทิง (Entertainment) และแอปพลิเคชันสำหรับการศึกษา (Education) คิดเป็นสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 20.1 และ 19.0 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ในโลกยุคดิจิทัล โมบายแอปพลิเคชันถูกใช้เป็นที่กลางระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ และลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และยังสามารถสร้างรายได้ให้กับเจ้าของโมบายแอปพลิเคชันโดยสามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้ 1.รายได้จากการดาวน์โหลด 2.รายได้จากการขายคอนเทนต์ 3.รายได้จากการขายโฆษณา 4.รายได้จากการขายข้อมูล พฤติกรรมผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้ประกอบการต่างๆ มีความต้องการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันมากขึ้น ประกอบกับความต้องการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้นจากปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ย่อมมีส่วนผลักดันให้ธุรกิจพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจ ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ตลาดธุรกิจพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเป็นตลาดที่ยังคงมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

## 2.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (Five Force Analysis)

เนื่องจากแอปพลิเคชัน Hunter runner ยังเป็นแอปพลิเคชันที่นำเสนอการออกกำลังกายในรูปแบบของเกมออนไลน์ ที่สร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในการออกกำลังกายออกมา เมื่อใช้หลักการวิเคราะห์ตามแรงกดดัน 5 ประการของ Porter (1980) ตามแสดงดังภาพที่ 2.7 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.7 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (Five Force Analysis)

### 2.3.1 แรงกดดันที่ 1 : การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2.3.1.1 ธุรกิจโมบายแอปพลิเคชันมีจำนวนคู่แข่งที่สูง สืบเนื่องมาจากการเติบโตของการใช้สมาร์ตโฟนของคนไทย (-)

2.3.1.2 ต้นทุนด้านทรัพยากรบุคคลของคู่แข่งรายใหญ่มักได้เปรียบเนื่องจากมีนักพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีประสบการณ์ และมีประสิทธิภาพ (-)

2.3.1.3 การออกจากอุตสาหกรรมทำได้ยาก เนื่องจากการลงทุนที่นอกจากเงินแล้ว ยังมีการลงทุนในเรื่องของทุนมนุษย์ กล่าวคือ การใช้ความรู้ พัฒนาเทคโนโลยี การใช้ความคิดสร้างสรรค์ (-)

2.3.1.4 ธุรกิจโมบายแอปพลิเคชันสามารถสร้างความแตกต่างให้กับตัวแอปพลิเคชันได้ (+)

สรุป ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมมีความรุนแรง มีการลงทุนที่สูง มีคู่แข่งรายใหญ่ที่มีประสบการณ์มากกว่า แต่ยังมีช่องทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความแตกต่างจากแอปพลิเคชันของคู่แข่งอื่นๆ ได้ (-)

### 2.3.2 แรกกดดันที่ 2 : อำนาจการต่อรองของ Supplier

2.3.2.1 เนื่องจากผู้วิจัยมีนักโปรแกรมเมอร์ที่มีความเชี่ยวชาญในการเขียนโปรแกรมแอปพลิเคชัน ทำให้ลดอำนาจของSupplierอย่างนักพัฒนาซอฟต์แวร์ลงได้ (+)

2.3.2.2 เนื่องจากผู้วิจัยมีที่ปรึกษาเป็นนักโปรแกรมเมอร์ที่ไว้ใจได้ ทำให้สามารถบอกถึงความต้องการของการพัฒนาตัวแอปพลิเคชันได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงความลับทางการค้าจะรั่วไหล(+)

สรุป อำนาจการต่อรองของSupplierอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากการมีนักโปรแกรมเมอร์เป็นที่ปรึกษาที่ไว้ใจได้ ส่งผลด้านบวกต่อธุรกิจ (+)

### 2.3.3 แรกกดดันที่3 :อำนาจการต่อรองของลูกค้า

2.3.3.1 ลูกค้ามีอำนาจการต่อรองที่สูง เนื่องจากสามารถเลือกบริษัทแอปพลิเคชันสำหรับออกกำลังกายตามตลาดโมบายแอปพลิเคชันอื่นๆที่มีอยู่อย่างแพร่หลายได้ (-)

2.3.3.2 Switch Cost ต่ำเนื่องจาก ผู้ใช้งานสามารถเลือกไปใช้งานแอปพลิเคชันอื่นๆได้ไม่ยาก (-)

2.3.3.3 อย่างไรก็ตามทางแอปพลิเคชันสามารถสร้างความแตกต่างได้โดยการพัฒนาแอปพลิเคชันออกกำลังกายให้อยู่ในรูปแบบการเล่นเกมออนไลน์ (+)

สรุป อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจาก ผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้งานแอปพลิเคชันออกกำลังกายอื่นๆได้โดยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพผู้บริโภค ทำให้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ (-) แต่การที่เป็นแอปพลิเคชันออกกำลังกายในรูปแบบของเกมออนไลน์ สามารถสร้างความแตกต่างให้กับตัวแอปพลิเคชันได้ ทำให้ส่งผลบวกต่อธุรกิจนี้ (+)

### 2.3.4 แรกกดดันที่4 :ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้สินค้าทดแทนอื่น เช่น การไปเลือกใช้งานแอปพลิเคชันออกกำลังกายอื่นๆ หรือเลือกที่จะเข้าฟิตเนส หรือวิ่งออกกำลังกายตามปกติ (-)

สรุป ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทนมีค่อนข้างสูง มีมากมายหลายรูปแบบ ทำให้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ (-)

### 2.3.5 แรกกดดันที่5 :ภัยคุกคามจากผู้เล่นหน้าใหม่

2.3.5.1 การลงทุนในการพัฒนาแอปพลิเคชัน นอกจากจะใช้เงินลงทุนแล้ว ยังต้องมีการลงทุนในการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาได้ยาก (+)

2.3.5.2 มีการใช้บุคลากรที่มีทักษะเฉพาะทาง ทำให้ยากต่อการเข้ามาในอุตสาหกรรม (+)

2.3.5.3 กระบวนการสร้างแอปพลิเคชัน และการพัฒนาซอฟต์แวร์ ทำให้ยากถ้าบุคลากรขาดทักษะ และต้องมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่สูง ผู้ประกอบการรายใหม่จึงเข้ามาได้ยาก (+)

สรุป ภัยคุกคามจากผู้เล่นหน้าใหม่ที่เข้ามาสู่ธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ เพราะเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยทักษะและความสามารถเฉพาะทาง บุคลากรต้องมีความเชี่ยวชาญในเฉพาะทาง จึงส่งผลดีต่อธุรกิจ(+)

**ตาราง 2.1** แสดงสรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงกดดัน 5 ประการ

แรงกดดัน 5 ประการ	ผลกระทบต่อธุรกิจ
การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน	-
อำนาจการต่อรองของ Supplier	+
อำนาจการต่อรองของลูกค้า	-
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน	-
ภัยคุกคามจากผู้เล่นหน้าใหม่	+

หมายเหตุ (+) หมายถึง แรงกดดันในด้านนั้นส่งผลดีต่อธุรกิจ (-) หมายถึง แรงกดดันในด้านนั้นส่งผลกระทบด้านลบต่อธุรกิจ

จากตารางที่ 2.1 พบว่าการพิจารณาแรงกดดันในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ประการแล้วพบว่า การเข้าสู่ตลาดเพื่อดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้ มีด้านที่ให้การสนับสนุนคือด้านอำนาจการต่อรองของ Supplier อยู่ในระดับต่ำ และด้านภัยคุกคามจากผู้เล่นหน้าใหม่ที่อยู่ในระดับต่ำ แม้ว่าจะมีความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน อำนาจการต่อรองของลูกค้า และคู่แข่งในอุตสาหกรรม แต่ทาง Hunter runner ก็ยังสามารถสร้างความแตกต่างให้กับตัวแอปพลิเคชันของทางธุรกิจเพื่อเป็นจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้

## 2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกในธุรกิจ (PESTEL Analysis)

PESTEL Analysis เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาด และวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่ไม่สามารถควบคุม

ได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก็ประกอบไปด้วย ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง, ปัจจัยทางเศรษฐกิจ, ปัจจัยทางสภาพสังคม, ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ, ปัจจัยทางด้านกฎหมาย และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม การจัดตั้งกิจการจะต้องมีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอกที่มีการส่งผลกระทบต่อธุรกิจ Hunter runner ดังนี้

#### 2.4.1 ปัจจัยทางการเมือง

นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ เช่นมาตรการด้านภาษี มาตรการการลงทุนในโครงการภาครัฐจะช่วยให้เม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจมากขึ้น และจะเพิ่มกำลังซื้อและการบริโภคมากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ ส่งผลดีต่อธุรกิจ (+)

#### 2.4.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจไทยในปีพุทธศักราช 2560 มีแนวโน้มที่ใกล้เคียงกับปีพุทธศักราช 2559 โดยคาดว่าจะขยายตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยมีแรงหนุนจากการฟื้นตัวของภาคใช้จ่ายภายในประเทศ ประกอบกับแรงหนุนจากภาครัฐที่ใช้นโยบายงบประมาณขาดดุลเข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจ ทำให้ส่งผลดีต่อธุรกิจ (+)

#### 2.4.3 ปัจจัยทางสังคม

เนื่องจากปัจจุบันเป็นสังคมยุคดิจิทัล คนนิยมใช้งานแอปพลิเคชันผ่านสมาร์ตโฟนกันอย่างแพร่หลาย จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าปัจจัยทางสังคมเป็นปัจจัยหลักที่ส่งเสริมธุรกิจแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน โดยคนไทยนิยมใช้งาน Social media และแอปพลิเคชัน ผ่านทางสมาร์ตโฟนประมาณ 34 ล้านคน ถือว่าเป็นสัดส่วนครึ่งหนึ่งของประชากรไทยทั้งหมด ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจ (+)

#### 2.4.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยี

การพัฒนา Mobile Applications และเทคโนโลยีของตัวเครื่องโทรศัพท์จากค่ายผู้ผลิตโทรศัพท์ โดยเฉพาะการพัฒนาต่อยอดแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของบริษัทต่างๆ ที่แข่งขันเพื่อชิงความเป็นผู้นำด้านตลาดโมบายแอปพลิเคชัน ด้วยแอปพลิเคชันที่เพิ่มขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้นทำให้ผู้ใช้สมาร์ตโฟนมีแนวโน้มใช้โปรแกรมต่างๆ เพื่อตอบสนองกิจวัตรประจำวันมากขึ้นตามไปด้วย ทำให้ส่งผลดีต่อธุรกิจ (+)

#### 2.4.5 ปัจจัยสิ่งแวดล้อม

การเกิดภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย อัคคีภัย เป็นสาเหตุของการขาดหายไปของสัญญาณอินเทอร์เน็ต และการใช้งานของสมาร์ตโฟนขาดความสะดวกสบาย นอกจากนี้การเกิดภัยธรรมชาติยังเป็นอุปสรรคต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน และยังทำให้การใช้จ่ายของผู้ใช้งานลดลง ซึ่งทำให้อัตราผลเสียต่อธุรกิจ (-)

#### 2.4.6 ปัจจัยทางด้านกฎหมาย

กฎหมายเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศให้ทั่วถึง และเท่าเทียมกัน (National Information Infrastructure Law) เพื่อก่อให้เกิดการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ อันได้แก่ โครงข่ายโทรคมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศ สารสนเทศทรัพยากรมนุษย์ และโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศสำคัญอื่น ๆ อันเป็นปัจจัยพื้นฐาน สำคัญในการพัฒนาสังคม และชุมชน (กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ, 2553) ทำให้ประเทศเกิดการพัฒนาด้านการใช้เทคโนโลยี ประชาชนมีการใช้เทคโนโลยีกันอย่างแพร่หลาย เป็นการส่งผลดีต่อธุรกิจ (+)

ตาราง 2.2 แสดงสรุปการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกในธุรกิจ

ปัจจัยภายนอกในธุรกิจ	ผลกระทบต่อธุรกิจ
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	+
ปัจจัยทางสังคม	+
ปัจจัยทางเทคโนโลยี	+
ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	-
ปัจจัยทางด้านกฎหมาย	+

หมายเหตุ (+) หมายถึง แรงกดดันในด้านนั้นส่งผลดีต่อธุรกิจ (-) หมายถึง แรงกดดันในด้านนั้นส่งผลกระทบด้านลบต่อธุรกิจ

จากตารางที่ 2.2 จากการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอกที่สามารถส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ที่ทางผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมได้ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลดีต่อธุรกิจคือ ปัจจัยทางด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และปัจจัยทางด้านกฎหมาย ส่วนปัจจัยภายนอกที่ส่งผลเสียต่อธุรกิจคือ ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม



## บทที่ 3

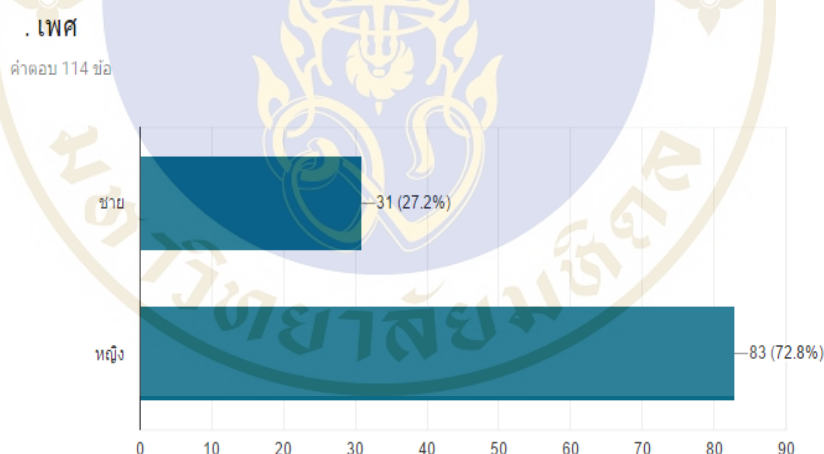
### แผนการตลาด

#### 3.1 ผลการวิจัยการตลาด

ผู้จัดทำได้ดำเนินการสำรวจพฤติกรรมการออกกำลังกายและการใช้สมาร์ตโฟนของประชากรในกรุงเทพและปริมณฑลผ่านแบบสอบถาม ได้รับคำตอบที่สมบูรณ์กลับมาทั้งสิ้น 114 ชุด ซึ่งเป็นการสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Google form) จากผลสำรวจที่ได้รับมาสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบแนวทางในการเตรียมแผนงานด้านการตลาดสำหรับธุรกิจแอปพลิเคชัน Hunter Runner โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 3.1.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 114 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีลักษณะดังต่อไปนี้

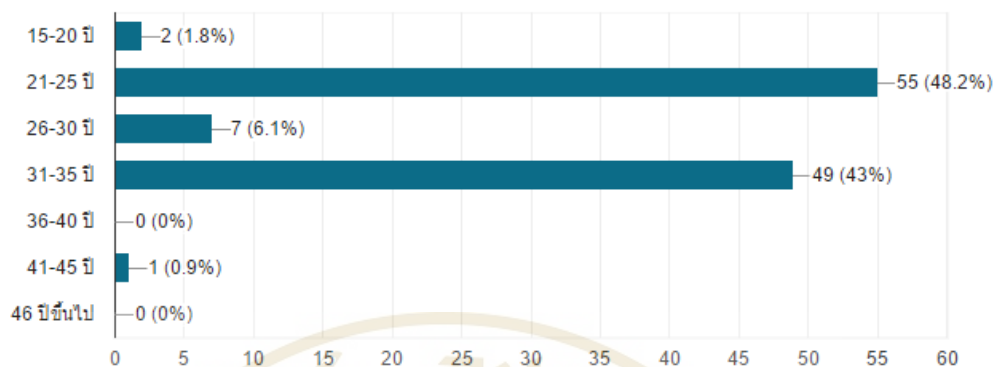


ภาพที่ 3.1 สัดส่วนจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3.1 พบว่าเพศของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8 และเพศชาย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 ตามลำดับ

## ช่วงอายุ

คำตอบ 114 ข้อ

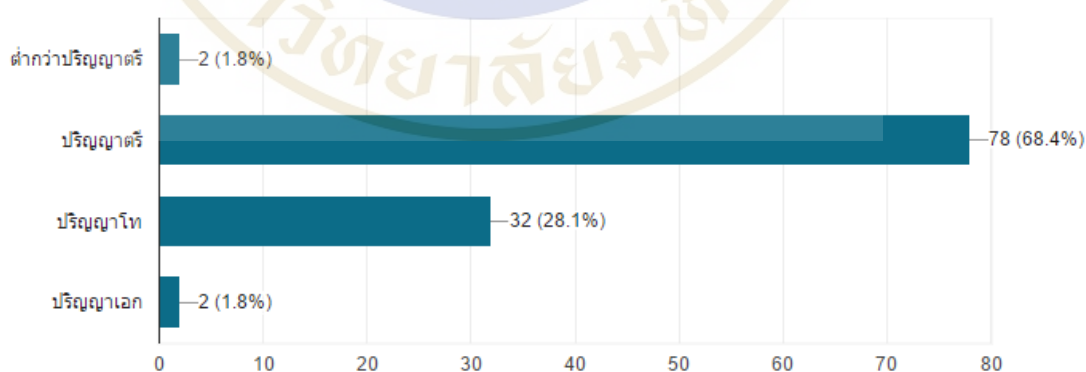


ภาพที่ 3.2 สัดส่วนจำแนกตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3.2 พบว่าช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-25 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 ช่วงอายุ 31-35 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 43 ช่วงอายุ 26-30 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ช่วงอายุ 15-20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และช่วงอายุ 41-45 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

## ระดับการศึกษา

คำตอบ 114 ข้อ



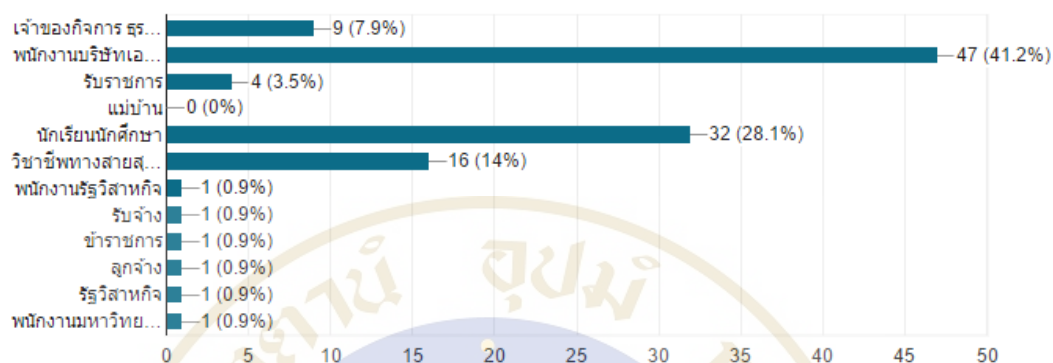
ภาพที่ 3.3 สัดส่วนจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3.3 พบว่าช่วงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 ระดับปริญญาโท 32 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 ระดับ

ปริญญาเอกและต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

### อาชีพ

คำตอบ 114 ข้อ

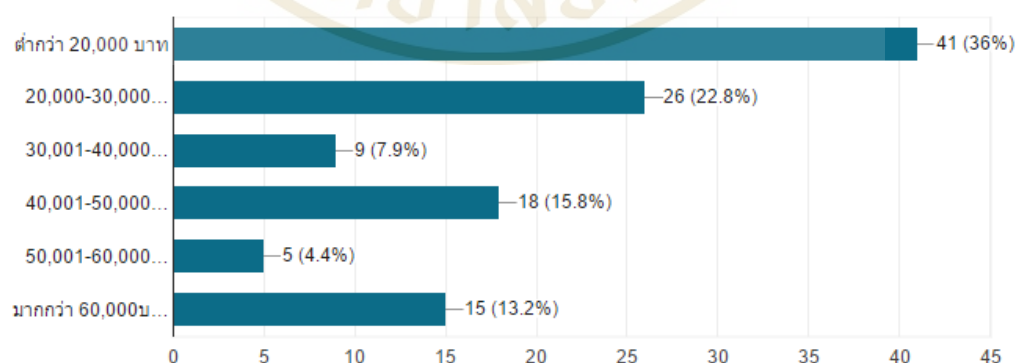


ภาพที่ 3.4 สัดส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3.4 พบว่าอาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 นักเรียนนักศึกษา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 อาชีพทางสายสุขภาพทางการแพทย์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14 เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 รับราชการ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพรับจ้าง อย่างละ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 พนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

### รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คำตอบ 114 ข้อ



ภาพที่ 3.5 สัดส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

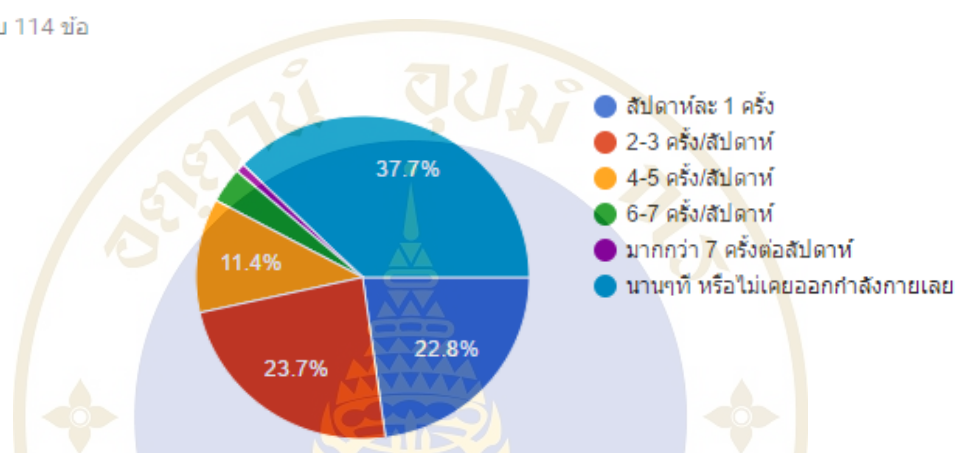
จากภาพที่ 3.5 พบว่ารายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน

41 คน คิดเป็นร้อยละ 36 อยู่ระหว่าง 20,000-30,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 อยู่ระหว่าง 40,001-50,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 รายได้มากกว่า 60,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 อยู่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 อยู่ระหว่าง 50,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

### 3.1.2 ส่วนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรมการออกกำลังกาย

#### ความถี่ในการออกกำลังกายของท่าน

คำตอบ 114 ข้อ

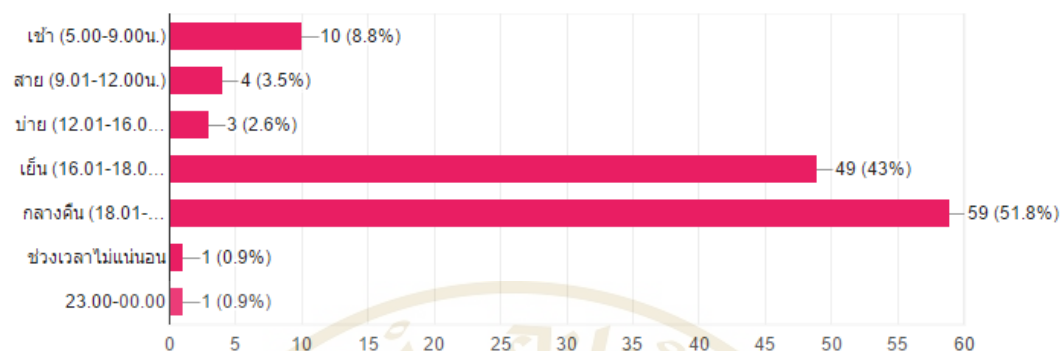


ภาพที่ 3.6 สัดส่วนจำนวนตามความถี่ในการออกกำลังกาย

จากภาพที่ 3.6 พบว่าความถี่ในการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยออกกำลังกาย หรือนานๆ ครั้ง จำนวน 43 คน คิดเป็นจำนวน 37.7 สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 27 คน คิดเป็น 23.7 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.8 สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 สัปดาห์ละ 6-7 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 มากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

### จำแนกช่วงเวลาในการออกกำลังกาย

คำตอบ 114 ข้อ

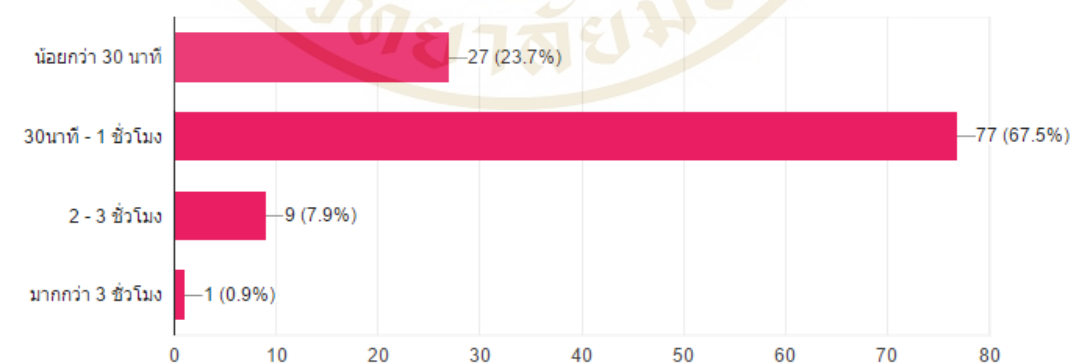


ภาพที่ 3.7 สัดส่วนจำแนกช่วงเวลาในการออกกำลังกาย

จากภาพที่ 3.7 พบว่า ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการออกกำลังกายส่วนใหญ่คือช่วงกลางคืน (18.01-21.00น.) จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 ช่วงเย็น (16.01-18.00น.) จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 43 ช่วงเช้า (5.00-9.00น.) จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ช่วงสาย (9.01-12.00น.) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ช่วงบ่าย (12.01-16.00น.) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 และช่วง 23.00-00.00น. และ ช่วงเวลาไม่แน่นอน อย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

### ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการออกกำลังกายแต่ละครั้ง

คำตอบ 114 ข้อ

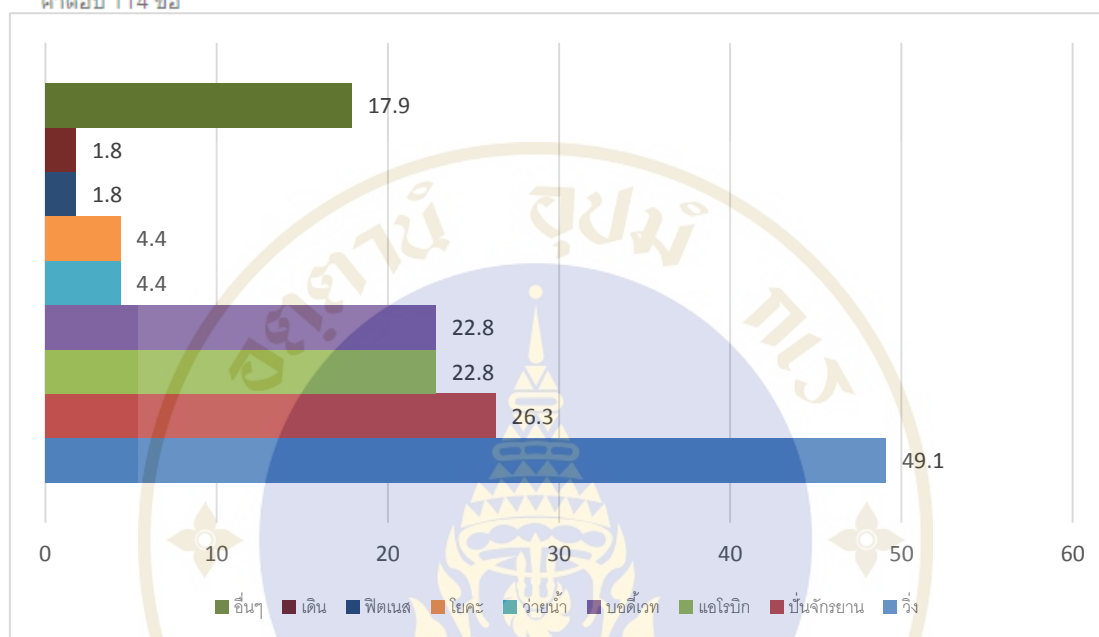


ภาพที่ 3.8 สัดส่วนระยะเวลาที่ใช้ในการออกกำลังกาย

จากภาพที่ 3.8 พบว่า ระยะเวลาส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการออกกำลังกายคือ 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 น้อยกว่า 30 นาที จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 2-3 ชั่วโมง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 มากกว่า 3 ชั่วโมง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

### รูปแบบการออกกำลังกายของท่าน

คำตอบ 114 ข้อ

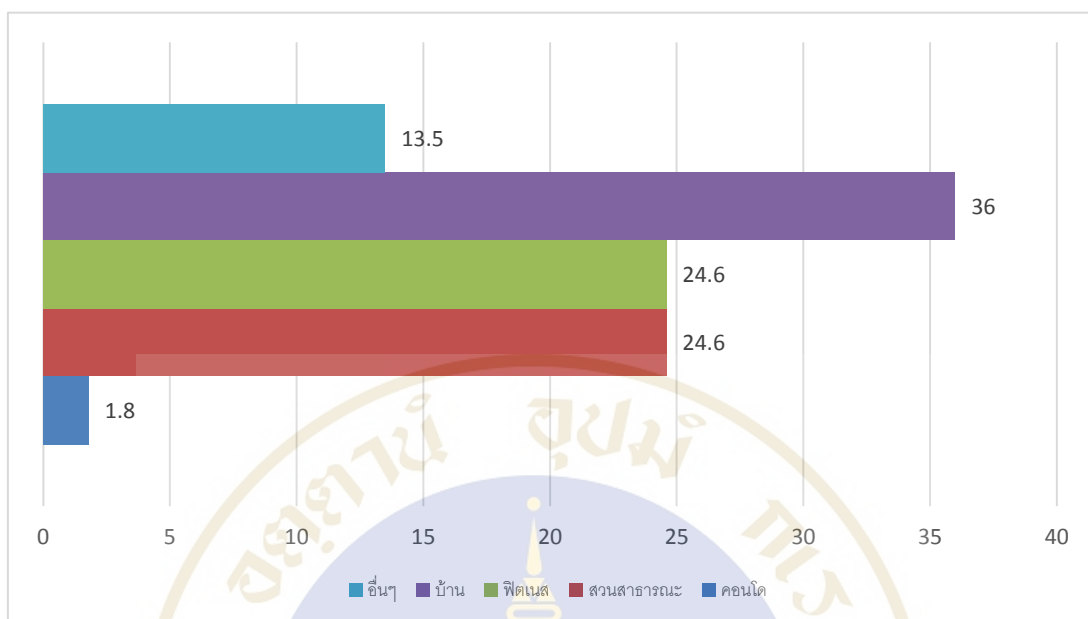


ภาพที่ 3.9 สัดส่วนรูปแบบหรือชนิดของการออกกำลังกาย

จากภาพที่ 3.9 พบว่า รูปแบบการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ การวิ่ง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 ปั่นจักรยาน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 แอโรบิกและบอดี้เวท มีสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวนอย่างละ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 วายน้ำและโยคะมีสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวนอย่างละ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ฟิตเนสและเดิน จำนวนอย่างละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และกีฬาอื่นๆ เช่น ฟุตบอล แบดมินตัน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

### สถานที่ที่ท่านเลือกใช้ในการออกกำลังกาย

คำตอบ 114 ข้อ

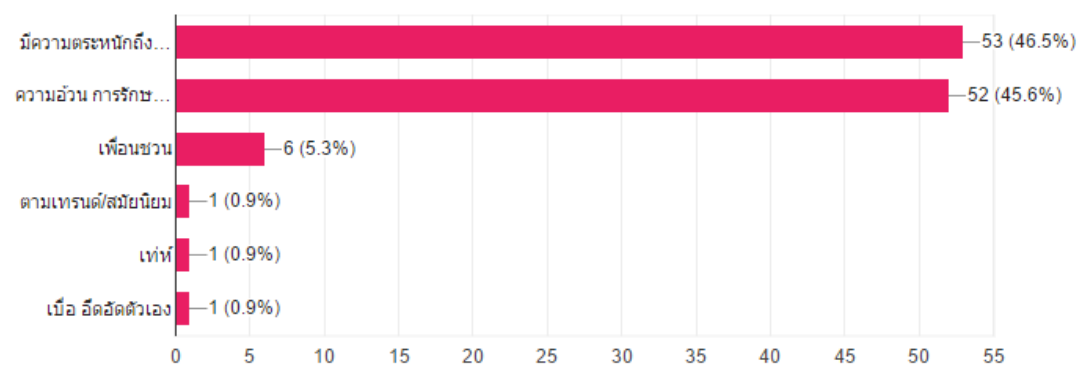


ภาพที่ 3.10 สัดส่วนของสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการออกกำลังกาย

จากภาพที่ 3.10 พบว่า สถานที่ส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ในการออกกำลังกายคือ บ้าน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ฟิตเนสเซนเตอร์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 สวนสาธารณะ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 คอนโด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และสถานที่อื่นๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

### ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ท่านออกกำลังกาย

คำตอบ 114 ข้อ



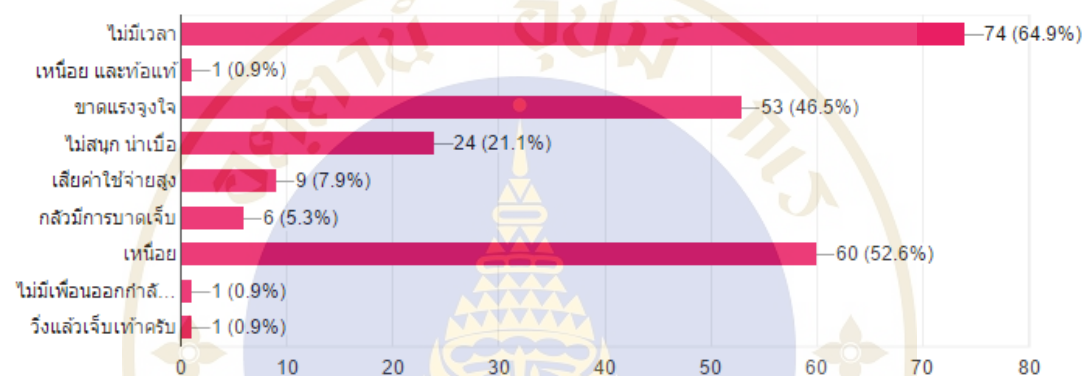
ภาพที่ 3.11 แผนภูมิแสดงปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างออกกำลังกาย

จากภาพที่ 3.11 พบว่า ปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างออกกำลังกาย คือ การมีความตระหนักถึงการมีสุขภาพที่ดี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ความอ้วนและการรักษารูปร่าง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 เพื่อนชวน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามสมัยนิยม 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 และอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

### 3.1.3 ส่วนที่ 3 ทศนะคติที่เป็นปัญหาต่อการออกกำลังกาย

#### ท่านคิดว่าสาเหตุใดที่ตัวท่านหรือผู้อื่นไม่ออกกำลังกาย

คำตอบ 114 ข้อ



ภาพที่ 3.12 สัดส่วนของสาเหตุที่เป็นอุปสรรคในการออกกำลังกาย

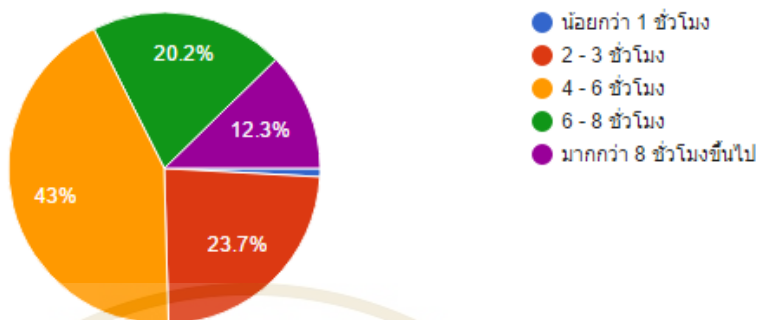
จากภาพที่ 3.12 พบว่า สาเหตุส่วนใหญ่เป็นเพราะไม่มีเวลา จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 รู้สึกเหนื่อยขณะออกกำลังกาย 60 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 ขาดแรงจูงใจในการออกกำลังกาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 การออกกำลังกายเป็นสิ่งที่น่าเบื่อ ไม่สนุก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 เสียค่าใช้จ่ายสูง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 กลัวมีอาการบาดเจ็บ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 รู้สึกท้อแท้ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ไม่มีเพื่อนออกกำลังกาย 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

### 3.1.4 ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้งาน Application บน Smart phone



## โดยเฉลี่ยท่านใช้งานSmart phoneวันละเท่าไร

คำตอบ 114 ข้อ

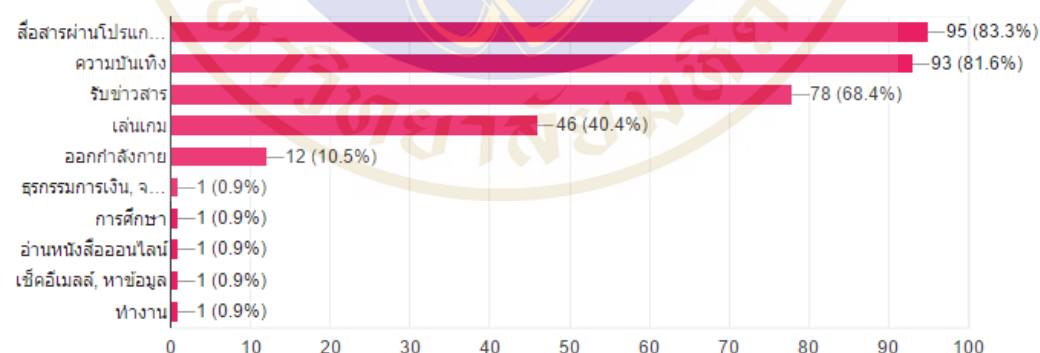


ภาพที่ 3.13 สัดส่วนจำนวนชั่วโมงในการใช้งานสมาร์ทโฟนในแต่ละวันของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3.13 พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานสมาร์ทโฟนส่วนใหญ่จะวันละ 4-6 ชั่วโมง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 4 2-3 ชั่วโมง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 6-8 ชั่วโมง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 มากกว่า 8 ชั่วโมง จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.3 และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

## การใช้งานบนSmart phoneของท่านเพื่อจุดประสงค์

คำตอบ 114 ข้อ

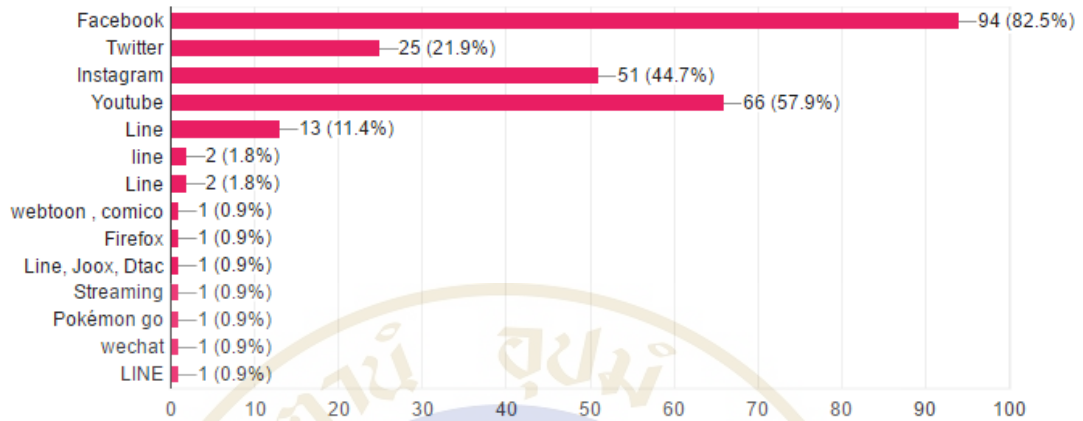


ภาพที่ 3.14 สัดส่วนวัตถุประสงค์ของการใช้งานสมาร์ทโฟน

จากภาพที่ 3.14 พบว่า การใช้งานสมาร์ทโฟนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพื่อจุดประสงค์สื่อสารผ่านโปรแกรมสนทนา จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 ความบันเทิง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6 รับข่าวสาร จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 เล่นเกม จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 ออกกำลังกาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 อื่นๆ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

## Application ที่ท่านใช้งานบ่อย

คำตอบ 114 ข้อ

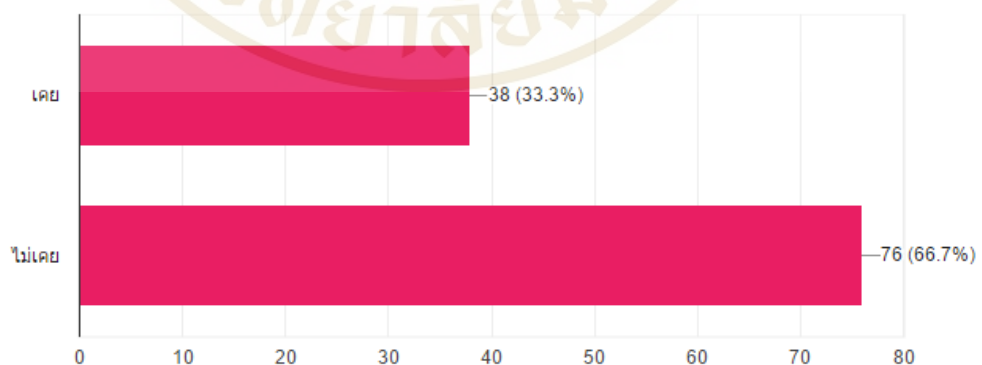


ภาพที่ 3.15 สัดส่วนของApplicationที่กลุ่มตัวอย่างใช้งานเป็นประจำ

จากภาพที่ 3.15 พบว่า แอปพลิเคชันที่กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้งานเป็นประจำมากที่สุดคือ Facebook จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 82.5 Youtube จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 Instagram จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 Twitter จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 Line จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 อื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4

## ท่านเคยใช้Applicationสำหรับการออกกำลังกายหรือไม่

คำตอบ 114 ข้อ



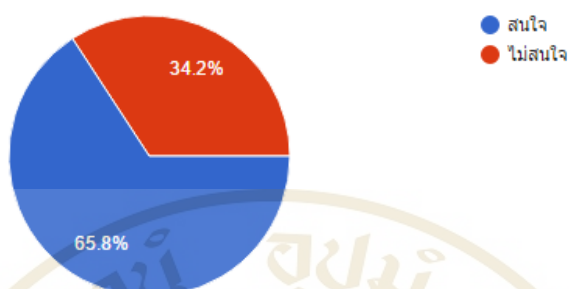
ภาพที่ 3.16 สัดส่วนของการเคยใช้Applicationสำหรับการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3.16 พบว่า มีกลุ่มเป้าหมายที่เคยใช้Applicationสำหรับการออกกำลังกายจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ไม่เคย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7

### 3.1.5 ส่วนที่ 5 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการของงานวิจัย

หากมีApplicationที่สามารถช่วยให้ท่านออกกำลังกายในรูปแบบของเกมออนไลน์ ท่านมีความสนใจหรือไม่

คำตอบ 114 ข้อ

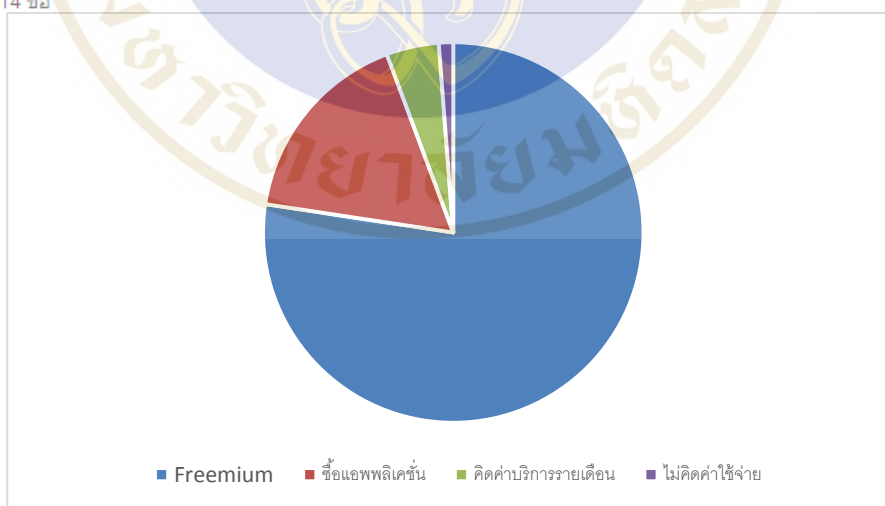


ภาพที่ 3.17 สัดส่วนความสนใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีApplicationที่ช่วยในการออกกำลังกายในรูปแบบของเกมออนไลน์

จากภาพที่ 3.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจต่อแอปพลิเคชันที่ช่วยในการออกกำลังกายในรูปแบบของเกมออนไลน์ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 ไม่สนใจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2

ท่านต้องการให้App. Hunter Runner ของทางเรามีการคิดค่าบริการอย่างไร

คำตอบ 114 ข้อ



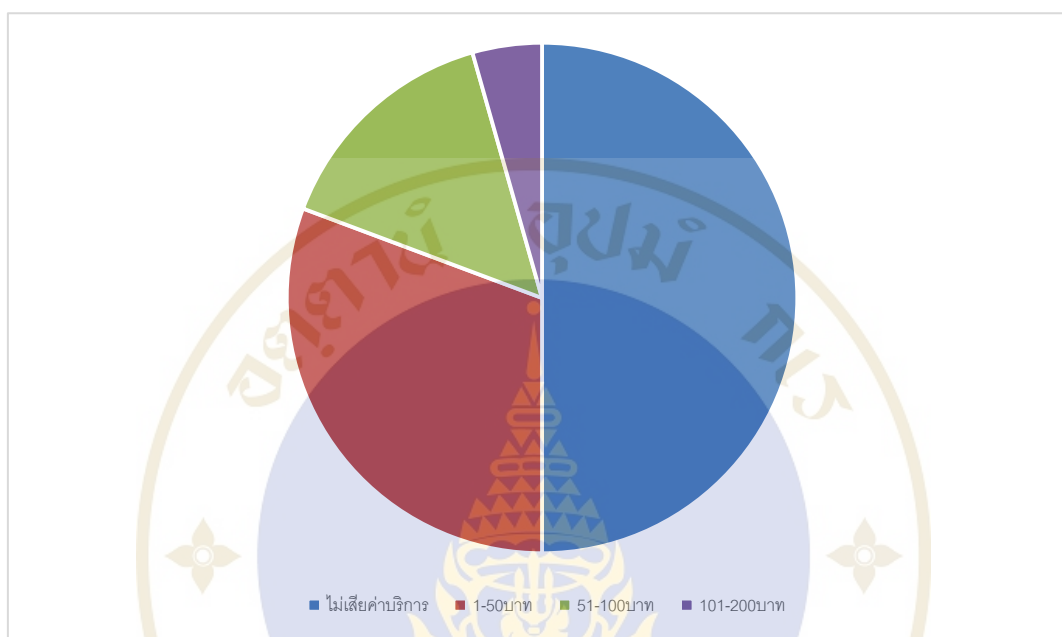
ภาพที่ 3.18 สัดส่วนการคิดค่าบริการของApplication Hunter Runner

จากภาพที่ 3.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้คิดค่าบริการแอปพลิเคชันในรูปแบบของ Freemium จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3 ต้องการซื้อแอปพลิเคชันโดยไม่มีการคิดค่าบริการเพิ่ม

จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 คิดค่าบริการเป็นรายเดือน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ไม่คิดค่าใช้จ่ายในการให้บริการ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

### ท่านคิดว่าค่าบริการที่เหมาะสมที่ท่านเต็มใจที่จะจ่ายต่อครั้งอยู่ที่ประมาณเท่าไร

คำตอบ 114 ข้อ

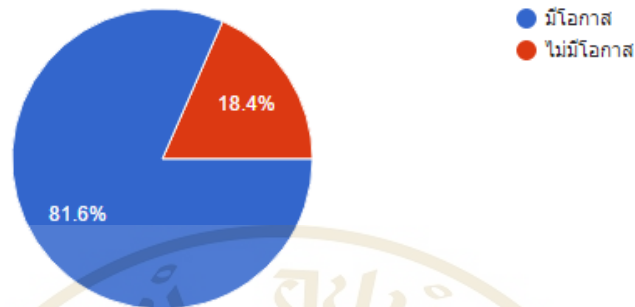


ภาพที่ 3.19 สัดส่วนค่าบริการที่เหมาะสมที่กลุ่มตัวอย่างเต็มใจที่จะจ่ายต่อครั้ง

จากภาพที่ 3.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เต็มใจในการเสียค่าบริการ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 50 1-50 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 51-100 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 101-200 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4

## หากมีการพัฒนาApplicationออกมาจริง จะมีโอกาสช่วยให้ท่านมีการออกกำลังกายเพิ่มขึ้นหรือไม่

คำตอบ 114 ข้อ



ภาพที่ 3.20 สัดส่วนที่Applicationสามารถช่วยเพิ่ม โอกาสในการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าApplication Hunter Runner สามารถเพิ่มโอกาสในการออกกำลังกาย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6 ไม่มีโอกาส 21 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4

### 3.2 แผนการตลาด



ภาพที่ 3.21 Strategic for Diversification of Ansoff's Growth Matrix

ที่มา: Annual Report, Time Warner (2013)

ถ้าทำการวิเคราะห์การขยายตัวของตลาดและผลิตภัณฑ์โดยใช้ Strategic for Diversification ของ Ansoff's Growth Matrix จะเห็นว่าแอปพลิเคชัน Hunter Runner เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีตลาดในปัจจุบันที่เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่มีอยู่แล้ว จึงควรใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เน้นที่การสร้างความแตกต่างให้กับตัวแอปพลิเคชันออกกำลังกาย ให้มีความแตกต่างออกจากแอปพลิเคชันออกกำลังกายแบบทั่วไป โดยนำรูปแบบของเกมออนไลน์เข้ามาผสมผสาน ทำให้ผู้ใช้งานได้ทั้งสุขภาพที่ดีจากการออกกำลังกาย และยังได้รับความสนุกสนานจากการใช้งานแอปพลิเคชัน ทำให้สามารถสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ในกลุ่มลูกค้าเดิมได้

### 3.3 การแบ่งส่วนของตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (STP-Segmentation ,Targeting and Positioning)

#### 3.3.1 การแบ่งส่วนตลาด(Segmentation)

3.3.1.1 การแบ่งส่วนแบ่งการตลาดทางภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) แบ่งเป็น

- ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
- ประชากรที่อาศัยในต่างจังหวัด
- ประชากรที่อาศัยอยู่ในกลุ่มประเทศอาเซียน

3.3.1.2 การแบ่งส่วนตามพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) โดยยึดหลักเกณฑ์สถานะพฤติกรรมของผู้ใช้ (Usage Status) โดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ดังนี้

- กลุ่มที่ออกกำลังกาย
- กลุ่มที่ไม่ออกกำลังกาย

3.3.1.3 การแบ่งส่วนการตลาดตามหลักจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) โดยยึดหลักเกณฑ์ด้านชนชั้นของสังคม (Social Class) โดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ดังนี้

- กลุ่มที่เล่นเกมออนไลน์บนสมาร์ตโฟน
- กลุ่มที่ไม่เล่นเกมออนไลน์บนสมาร์ตโฟน

### 3.3.2 การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting)

จากการแบ่งส่วนตลาดสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตาราง 3.1 แสดงการกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting)

ลักษณะทาง ภูมิศาสตร์	กลุ่มที่ออกกำลังกาย		กลุ่มที่ไม่ออกกำลังกาย	
	เล่นเกมออนไลน์บน สมาร์ทโฟน	ไม่เล่นเกม ออนไลน์บน สมาร์ทโฟน	เล่นเกมออนไลน์ บนสมาร์ทโฟน	ไม่เล่นเกมออนไลน์ บนสมาร์ทโฟน
กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	✓		✓	
ต่างจังหวัด				
กลุ่มประเทศ อาเซียน				

ธุรกิจโมบายแอปพลิเคชัน Hunter Runner ในระยะแรกของการเริ่มต้นกิจการจะเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชากรซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล เน้นกลุ่มที่ออกกำลังกายและเล่นเกมออนไลน์บนสมาร์ทโฟน กับกลุ่มที่ไม่ออกกำลังกายและเล่นเกมออนไลน์บนสมาร์ทโฟนเพื่อให้กลุ่มคนที่ไม่ออกกำลังกายหันมาออกกำลังกาย

### 3.3.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์(Positioning)

แอปพลิเคชัน Hunter Runner เลือกวางตนอยู่ในแอปพลิเคชันสำหรับออกกำลังกาย ที่เน้นการออกกำลังกายโดยการวิ่ง เดิน และการทำท่ากายบริหาร มีการสอกแทรกการให้คำแนะนำทางด้านสุขภาพ พร้อมทั้งได้รับความสนุกสนานจากการประยุกต์เกมต่อสู้ออนไลน์เข้ามาไว้ในตัวแอปพลิเคชัน สร้างประสบการณ์การออกกำลังกายที่แปลกใหม่ แตกต่างจากการออกกำลังกายแบบเดิม ทำให้ผู้ใช้ได้รับความสนุกสนานพร้อมทั้งมีสุขภาพที่ดี

### 3.4 Positioning Map

แอปพลิเคชัน Hunter Runner วางตำแหน่งของธุรกิจในการ Positioning Map ถือเป็นแอปพลิเคชันที่เน้นให้มีการออกกำลังกายเพื่อมีสุขภาพที่ดี และมีความสุขสนาน










ภาพที่ 3.22 ตำแหน่งทางการตลาดของแอปพลิเคชัน Hunter Runner

### 3.5 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

คู่แข่งที่ให้บริการโมบายแอปพลิเคชันสำหรับออกกำลังกาย



ตาราง 3.2 คู่แข่งที่ให้บริการ โฆษณาแอปพลิเคชันสำหรับออกกำลังกาย

รายการ	 Nike+ Running	 MyFitnessPal	 Cody App.	 Noom Weight Loss Coach	 LoseIt!	 TodaySteps	 StepOn Step Tracker
GPS บันทึกระยะ และ คำนวณแคลอรี	มี	ไม่มี (อาศัย Partner แอปออกกำลังกาย อื่น)	ไม่มี	มี	ไม่มี (อาศัย Partner แอปออกกำลังกาย อื่น)	มี	มี
เก็บบันทึกสถิติข้อมูล Activity	มี	ไม่มี (อาศัย Partner แอปออกกำลังกาย อื่น)	ไม่มี	มี	มี	มี	มี
ระบบสารสนเทศ ส่วนตัว	มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ระบบปฏิบัติการที่ รองรับ	ISO Android	ISO Android Windows	ISO	ISO Android	ISO Android Nook Kindle	ISO	ISO
ระบบcommunity	แชร์เรื่องราวการ ออกกำลังกายให้ เพื่อนได้เห็น	Timeline แสดงการ เคลื่อนไหวทั้งหมด ของเรและเพื่อน ๆ ที่ใช้แอปพลิเคชัน สามารถคอมเมนต์ หรือกด Like สติส ของเพื่อนได้	สามารถแบ่งปันวิธี และสไตล์การออก กำลังกายกับผู้อื่น ได้อย่างอิสระ แบ่งปัน ความ คืบหน้าของการ ออกกำลังกายกับ ผู้อื่นได้ และผู้อื่นก็ สามารถที่จะเข้ามา ดู และ กด Like รวมทั้งแสดง ความเห็นพูดคุยกัน ได้	สามารถแบ่งปัน เรื่องราวการลด น้ำหนักของคุณกับ เพื่อนคนอื่น ๆ ได้	ไม่มี	ไม่มี	แชร์เรื่องราวการออก กำลังกายให้เพื่อนได้ เห็นผ่านทางfacebook
ค่าใช้จ่าย	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	69บาท	Freemium (Pro version เสีย ค่าบริการ 99 บาท)
บันทึกควบคุมแคลอรี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	มี	มี	มี
บันทึกข้อมูลเบื้องต้น (น้ำหนัก ส่วนสูง ฯลฯ)	ไม่มี	มี	ไม่มี	ไม่มี	มี	มี	มี
ซิงค์ข้อมูลจากแอปออก กำลังกายตัวอื่นได้	ไม่มี	มี	ไม่มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	ไม่มี

### 3.6 กลยุทธ์ทางการตลาด

จากการประเมินตลาดและผลิตภัณฑ์ดังกล่าว พบว่า แอปพลิเคชัน Hunter Runner เป็นรูปแบบแอปพลิเคชันออกกำลังกายที่ยังเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดโมบายแอปพลิเคชัน ดังนั้นนโยบายด้านกลยุทธ์จึงเน้นให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง (Product Differentiation) โดยการนำเกมต่อสู้ออนไลน์เข้ามาประยุกต์เข้ากับการออกกำลังกาย ทำให้ผู้ใช้งานมีความสนุกสนานพร้อมกับการมีสุขภาพที่ดี

#### 3.6.1 การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด

##### 3.6.1.1 ผลิตภัณฑ์

• รูปแบบการเล่นของ Hunter Runner คือการออกกำลังกายโดยการวิ่งเส้นทางการวิ่งของทางแอปพลิเคชันจะอยู่ในบริเวณสวนสาธารณะ สนามกีฬา หรือ เส้นทางที่คนมักออกมาวิ่งออกกำลังกาย การวิ่งในแต่ละครั้งของผู้ใช้งานจะมี GPS คอยวัดระยะทางและก้าวเดิน เพื่อนำไปคิดเป็นค่าประสบการณ์เพิ่ม Level ให้กับตัวละครของผู้เล่น นอกจากนี้ตามเส้นทางการวิ่งยังมีเหรียญให้ผู้เล่นได้เก็บ ดังแสดงผ่านหน้าจอสมาร์ตโฟนด้วยเทคโนโลยีผ่านโลกเสมือนจริง (Augmented Reality Technology) โดยเหรียญที่ผู้เล่นเก็บสามารถนำไปแลกเปลี่ยนค่าต่างๆตามร้านค้าที่ร่วมรายการได้

• อีกโหมดหนึ่งของแอปพลิเคชันคือการต่อสู้กับมอนสเตอร์ โดยเส้นทางการวิ่งที่ผู้เล่นใช้ จะปรากฏมอนสเตอร์ออกมาผ่านหน้าจอสมาร์ตโฟน เพียงแค่ผู้เล่นสัมผัสหน้าจอบริเวณที่ปรากฏมอนสเตอร์ ก็สามารถเข้าสู่โหมดต่อสู้ได้ทันที การต่อสู้ผู้เล่นสามารถทำได้โดยการใช้ท่ากายบริหารตามแต่ละท่า ที่แตกต่างกันไปในแต่ละสายอาชีพ แต่ละระดับ Level ยิ่ง Level สูงท่ากายบริหารจะยิ่งมีความยากและมีพลังในการต่อสู้ที่รุนแรงตามไปด้วย ระดับของมอนสเตอร์มีตั้งแต่ Level 1 เป็นต้นไป ถ้าผู้เล่นต่อสู้ชนะมอนสเตอร์ได้ จะมีของรางวัลตอบแทนเช่นค่าประสบการณ์ เหรียญ และรางวัลอื่นๆ

• นอกจากการต่อสู้กับมอนสเตอร์แล้ว ยังมีโหมดการต่อสู้ระหว่างผู้เล่นไว้สำหรับผู้เล่นที่ต้องการเก็บเหรียญ และค่าประสบการณ์

• การซื้อของจากร้านค้าของแอปพลิเคชันไว้สำหรับเพิ่มทักษะให้กับตัวละครของผู้ใช้ จะมีการใช้เหรียญจากการใช้งานแอปพลิเคชัน และการเติมเงินของผู้ใช้ผ่านทางระบบ

##### 3.6.1.2 บุคลากร (People)

• ทำการคัดเลือกบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี มีความสามารถในการพัฒนาซอฟต์แวร์ให้ทันต่อเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ อีกทั้ง

บุคลากรต้องมีการเซ็นสัญญาการทำงานเพื่อไม่ให้ความลับของทางแอปพลิเคชันรั่วไหลออกไป

- คัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพของคนไทย และมีความรู้เฉพาะทางด้านสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ รวมทั้งมีการทำสัญญาการรับเข้าทำงาน

#### 3.6.1.3 กระบวนการ (Process)

- ให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกพนักงานที่มีทักษะ ความรู้ในเทคโนโลยี และมีความรู้ความเข้าใจในสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ กระบวนการสร้างและพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความง่าย สะดวกสบายต่อการใช้ รวมถึงกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของพนักงานและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็ว

#### 3.6.1.4 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

- ความละเอียดของกราฟฟิกในแอปพลิเคชัน มีความละเอียดระดับ Full HD1080p เพื่อเพิ่มประสบการณ์ความสมจริงแก่ผู้ใช้งาน พร้อมทั้งหน้าจอแสดงผล หน้าต่างตัวแอปพลิเคชันที่มีความสวยงาม มีสีสัน และความละเอียดของภาพสูง

#### 3.6.1.5 ราคา (Price)

จากงานวิจัยทางการตลาดสามารถนำข้อมูลมาคิดค่าบริการแอปพลิเคชันได้ดังต่อไปนี้

- ทางแอปพลิเคชันจะคิดค่าบริการแบบ Freemium คือการสมัครเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน ผู้ใช้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการสมัคร และสามารถเริ่มเล่นได้ทันที แต่การเข้าไปซื้ออุปกรณ์เสริมให้กับตัวละครที่ร้านค้าในแอปพลิเคชัน ทางผู้ใช้งานจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า

- ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันที่มีความต้องการในการเรียนรู้ทักษะการต่อสู้เพิ่มเติม โดยไม่ตามลำดับขั้นของ Level จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้ให้กับตัวละคร

- มีการขายสินค้า หรือไอเทม(Item) ในแอปพลิเคชัน (In-App Purchase) ราคาของสินค้านั้นอยู่ที่ 1-100 บาทต่อชิ้น ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายตามผลงานวิจัยการตลาด

#### 3.6.1.6 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

- รองรับระบบปฏิบัติการทั้ง ISO ซึ่งจัดจำหน่ายผ่านทาง Apple store และ Android ซึ่งจัดจำหน่ายผ่านทาง Google Play

#### 3.6.1.7 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- มีกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้งาน (User) ผ่านทางการทำ Promotion โดยการให้ผู้เล่นในปัจจุบันชวนเพื่อนมาร่วมสมัครใช้งานแอปพลิเคชัน และผู้ใช้ที่ชวนเพื่อนมา

สมัครได้จะได้รับรางวัลตอบแทน

- มีโปรโมชั่นประจำเดือน หรือการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆ เช่น การทำอุปกรณ์สำหรับตัวละครที่ทำขายสำหรับช่วงเทศกาลเท่านั้น ของที่ขายเป็นรายได้ไอเทมให้ผู้ใช้งานสะสม เป็นต้น

### 3.7 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด (IMC)

เพื่อให้แอปพลิเคชันเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำเป็นต้องมีการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้แอปพลิเคชัน Hunter Runner เป็นที่รู้จักเป็นวงกว้าง และสร้างกระแสในสื่อสังคมออนไลน์ให้ผู้บริโภคเกิดการติดตามข้อมูลของแอปพลิเคชัน จนสมัครเข้ามาใช้บริการ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ของแอปพลิเคชัน Hunter Runner มีดังนี้

#### 3.7.1 Facebook

มีจำนวนผู้ใช้บริการที่มีสมาชิกอยู่ในประเทศไทยมากถึง 41 ล้านบัญชีผู้ใช้ (พฤษภาคม 2559) คนไทยใช้ Facebook มากเป็นอันดับที่ 8 ของโลก และเป็นอันดับที่ 3 ของภูมิภาคอาเซียน โดยมีบัญชีผู้ใช้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครมากเป็นอันดับหนึ่ง (ภาวฐ พงษ์วิทย์ภานุ, 2559) Facebook จึงเป็นตัวเลือกหนึ่งที่ทางธุรกิจให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ โดยการสร้างเพจโพสต์ข้อความประชาสัมพันธ์ ข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ และยังเป็นช่องทางในการสื่อสารกับผู้ใช้งาน เป็นการสนับสนุนการสื่อสารระบบสองทาง (two-way communication) โดยจะโพสต์ข้อความประชาสัมพันธ์และโปรชันต่างๆ ในช่วงเวลา 10:00 – 12:00 น. , 13.00-16.00น. และ 20:00 – 21:00 น. ซึ่งเป็นช่วงที่คนไทยมีการใช้งาน Facebook มากที่สุด พร้อมทั้งซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook อีกด้วย

#### 3.7.2 Twitter

มีบัญชีผู้ใช้อยู่ 5.3 ล้านราย ช่วงเวลาที่ทวีตมากที่สุดคือ 20.00-22.00น. โดยช่วงที่ให้หัวใจ, retweet มากสุด คือ 20.00-23.00น. (ภาวฐ พงษ์วิทย์ภานุ, 2559) ดังนั้นทางธุรกิจจะใช้ช่วงเวลาดังกล่าวในการทวีตข้อความประชาสัมพันธ์พร้อมทั้งติดแฮชแท็ก (#) เพื่อให้คนที่เล่นทวีเตอร์สามารถเห็นสื่อโฆษณาของทางแอปพลิเคชันได้ พร้อมทั้งซื้อพื้นที่โฆษณาบน twitter

### 3.7.3 Instagram

คนไทยใช้ Instagram 7.8 ล้านคน ช่วงเวลาที่นิยมโพสต์ Instagram นิยมโพสต์เวลา 20.00-21.00น. ช่วงเวลาที่ Engage Instagram มากที่สุดคือ 17.00-22.00น. ช่วงเวลาที่ Engage Instagram มากที่สุดคือ 17.00-22.00น. (ภาวฐ พงษ์วิทยพานุ,2559) ดังนั้นทางธุรกิจจึงใช้ช่วงเวลาดังกล่าวในการโพสต์ข้อความประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งซื้อพื้นที่โฆษณาบน Instagram



## บทที่ 4

### แผนการดำเนินงาน

แอปพลิเคชัน Hunter Runner มุ่งที่จะเป็นนักพัฒนาแอปพลิเคชันออกกำลังกายบนมือถือที่นำเทคโนโลยีในรูปแบบของเกมออนไลน์มา ร่วมกับการออกกำลังกาย เพื่อให้ผู้ใช้มีสุขภาพที่ดี และมีความสุขสานจากการออกกำลังกาย

#### 4.1 รายละเอียดของธุรกิจ

ชื่อกิจการ	Hunter Runner
ที่ตั้งกิจการ	เจริญสนิทวงศ์ 29/1 แขวงบางขุนศรี เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ
รูปแบบการดำเนินกิจการ	บริษัทจำกัด (Corporation)
เงินลงทุน	เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการ 1,500,000 บาท

#### 4.2 สถานประกอบการในการผลิต

สำนักงานตั้งอยู่ซอยเจริญสนิทวงศ์ 29/1 ถนนเจริญสนิทวงศ์ แขวงบางขุนศรี เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ เป็นทาวน์เฮ้าส์สองชั้น ทำการตัดแปลงชั้นล่างเป็นสำนักงาน มีพื้นที่ประมาณ 42 ตารางเมตร ซึ่งสำนักงานแห่งนี้เป็นบ้านพักของเจ้าของกิจการจึงไม่มีค่าใช้จ่ายในด้านค่าเช่า เน้นการจัดวางอุปกรณ์สำนักงานเช่น โต๊ะและเก้าอี้สำหรับทำงาน เครื่องคอมพิวเตอร์

##### 4.2.1 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบ

###### 4.2.1.1 ฮาร์ดแวร์ (Hardware)

- CPU Intel core i7-6700
- M/B GIGABYTE H170-HD3 DDR4
- RAM DDR4(2133) 16GB. (8GBX2) KINGSTON HYPER X
- VGA 4GB (V) PCIe M2000 'QUADRO'

- SSD 120 GB. SSD OCZ TRION150
- HDD WD BLUE 1TB
- PSU SILVER STONE ST50F 500W 80+
- DVD ASUS DVD RW
- Case AEROCOOL QS-240 (Black)
- Cooling LIQUID COOLING SILVERSTONE TD03-LITE
- หน้าจอ Dell UltraSharp U2414H
- โทรศัพท์สมาร์ทโฟนในแพลตฟอร์มแอนดรอยด์และIOS

#### 4.2.1.2 ซอฟต์แวร์ (Software)

- Unity engine
- Java Development Kit- Java ME (Micro Edition)
- Android Studio และ iTunes
- Edit Plus 3

### 4.2.2 อุปกรณ์และเครื่องมือที่รองรับระบบ Client Server

#### 4.2.2.1 ฮาร์ดแวร์ (Hardware)

• โทรศัพท์ที่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่รองรับระบบ GPS และสามารถต่อ 3G ,4G ได้ทุกรุ่น

#### 4.2.2.2 ซอฟต์แวร์ (Software)

- ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ 6.0 ขึ้นไป หรือ ระบบปฏิบัติการIOS 10.0

ขึ้นไป

**ตาราง 4.1** แสดงอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต และราคาในปีที่ 1

ลำดับ	รายการ-หน่วย	ปริมาณที่ใช้ต่อปี	ราคาต่อหน่วย(บาท)	ราคารวม(บาท)
คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ				
1	CPU: Intel core i7-6700	3	11,400.-	34,200.-
2	M/B: GIGABYTE H170-HD3 DDR4	3	3,700.-	11,100.-
3	RAM: DDR4 ( 2 1 3 3 ) 1 6 GB. ( 8 GBX2 ) KINGSTON HYPER X	3	2,780.-	8,340.-
4	VGA: 4GB (V) PCIe M2000 'QUADRO'	3	18,980.-	56,940.-
5	SSD: 120 GB. SSD OCZ TRION150	3	1,920.-	5,760.-
6	HDD: WD BLUE 1TB	3	1,720.-	5,160.-

**ตาราง 4.1 แสดงอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต และราคาในปีที่ 1(ต่อ)**

ลำดับ	รายการ-หน่วย	ปริมาณที่ ใช้ต่อปี	ราคาต่อ หน่วย(บาท)	ราคาทุนรวม (บาท)
<b>คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ</b>				
7	PSU: SILVER STONE ST50F 500W 80+	3	1,690.-	5,070.-
8	Case: AEROCOOL QS-240 (Black)	3	1,190.-	3,570.-
9	DVD: ASUS DVD RW	3	450.-	1,350.-
10	Cooling: LIQUID COOLING SILVERSTONE TD03-LITE	3	1,890.-	5,670.-
11	หน้าจอ: Dell UltraSharp U2414H	3	8,900.-	26,700.-
12	Mouse: OKER wireless optical 173OR	8	300.-	2,400.-
13	Keyboard: NUBWO Keyboard Amoux NK-002 USB	3	350.-	1,050.-
14	Notebook: DELL Inspiron 5537-W561020TH	5	26,990.-	134,950.-
<b>รวมค่าใช้จ่าย:คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ</b>				<b>302,260.-</b>
<b>โปรแกรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต</b>				
1	Unity engine	36	4,375.-	157,500.-
2	Internet: True Super Speed Fiber 100/300 Mbps	12	1,099.-	13,188.-
<b>รวมค่าใช้จ่าย:โปรแกรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต</b>				<b>170,688.-</b>
<b>อุปกรณ์สำนักงาน</b>				
1	แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ 1 ระดับ สีบิซ ขนาด 80X45X73	3	799.-	2,397.-
2	Grace Shop โต๊ะวางคอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงานไม้ 80 ซม	5	899.-	4,495.-
3	Arm Chair Cover Three Sizes Office Computer Chair	8	671.-	5,368.-
4	HP DeskJet 1112 Printer	1	1,290.-	1,290.-
5	โทรศัพท์ สีเทาอ่อน ริช TL-500	1	290.-	290.-
6	อื่นๆ	1	30,000.-	30,000.-
<b>รวมค่าใช้จ่าย:อุปกรณ์สำนักงาน</b>				<b>43,840.-</b>
<b>รวมเงินลงทุนทั้งหมด</b>				<b>349,478.-</b>

### 4.3 อัตราแรงงานและชั่วโมงการทำงาน

จำนวนเวลาในการทำงาน

8

ชั่วโมงต่อวัน

(เวลาทำงาน 9.00น.-17.00น.)



เป้าหมายการพัฒนาแอปพลิเคชันแล้วเสร็จ	12	เดือน
จำนวนวันที่ใช้ในการทำงานต่อเดือน	30	วันต่อเดือน
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการทำงาน	9	คนต่อวัน
อัตราค่าแรงในการทำงานเฉลี่ย	20,000	บาทต่อเดือน

#### 4.4 ระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการพัฒนาแอปพลิเคชัน

ตาราง 4.2 ระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการพัฒนาแอปพลิเคชัน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาการดำเนินงาน	ระยะเวลาที่คาดว่าจะเสร็จ
1	ศึกษาและรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ผลวางแผนการผลิต ช่องทางการขาย และการโฆษณา	2 เดือน	1 กันยายน 2560 ถึง 31 ตุลาคม 2560
2	ระดมเงินทุนในการประกอบธุรกิจ	1 เดือน	1 พฤศจิกายน 2560 ถึง 30 พฤศจิกายน 2560
3	จัดเตรียมตกแต่งสำนักงาน คิดตั้งเครื่องมืออุปกรณ์และโปรแกรมในการทำงาน	1 เดือน	1 พฤศจิกายน 2560 ถึง 30 พฤศจิกายน 2560
4	วิเคราะห์ระบบ ออกแบบDatabase ออกแบบส่วนติดต่อกับผู้ใช้งานและฟังก์ชันต่างๆของแอปพลิเคชัน	2 เดือน	1 ธันวาคม 2560 ถึง 31 มกราคม 2561
5	ออกแบบระบบ ออกแบบหน้าจอส่วนติดต่อกับผู้ใช้งาน ออกแบบการแสดงผลข้อมูล การจัดวางตำแหน่งต่างๆ จัดวางปุ่มและแถบคำสั่งในส่วนติดต่อกับผู้ใช้ ตลอดจนจนถึงการสร้างDatabase	3 เดือน	1 กุมภาพันธ์ 2561 ถึง 31 เมษายน 2561
6	พัฒนาระบบด้วยภาษาJava	2 เดือน	1 พฤษภาคม 2561 ถึง 30 มิถุนายน 2561

ตาราง 4.2 ระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการพัฒนาแอปพลิเคชัน(ต่อ)

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาการดำเนินงาน	ระยะเวลาที่คาดว่าจะเสร็จ
7	ทดสอบระบบโดยทีมพัฒนา	1 เดือน	1 กรกฎาคม 2561 ถึง 31 กรกฎาคม 2561
8	จัดทำเอกสารประกอบการใช้งานระบบ (System Documentation)	1 เดือน	1 กรกฎาคม 2561 ถึง 31 กรกฎาคม 2561
9	ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ และให้ผู้ใช้งานได้ทำการทดสอบระบบ พร้อมกับแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นก่อนใช้งานจริง	1 เดือน	1 สิงหาคม 2561 ถึง 31 สิงหาคม 2561
10	เริ่มให้มีการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่านทาง App Store		1 กันยายน 2561
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		12 เดือน	

## 4.5 ช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ

### 4.5.1 Facebook business

Facebook business เป็นฟังก์ชันหนึ่งของการทำการตลาดบน Facebook โดยมีการให้เลือกรูปแบบของการโฆษณาเพื่อการติดตั้งแอปพลิเคชันเพื่อดึงดูดให้ผู้คนที่ติดตั้งแอปพลิเคชันบนมือถือ โฆษณาเพื่อการติดตั้งแอปพลิเคชันใน Facebook นั้นทำให้ธุรกิจสามารถเชื่อมต่อกับผู้คนที่มีความโน้มจะติดตั้งแอปพลิเคชันได้ ดังนั้นจึงสามารถดึงดูดผู้คนที่ใช้แอปพลิเคชันได้มากขึ้น

โฆษณาเพื่อการติดตั้งแอปพลิเคชันบนมือถือนั้นจะเชื่อมโยงไปยัง App Store, Google Play และ Kindle Fire โดยตรง ผู้คนจึงสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันได้ทันที และโฆษณายังปรากฏบน Facebook, Instagram และ Audience Network อีกด้วย

### 4.5.2 Instagram sponsored post

คือการโฆษณาในรูปแบบและคำจำกัดความ ลิงค์ หรือเว็บไซต์ ได้ทั้งแบบรูปเดี่ยว รูปภาพชุดแบบต่อเนื่อง หรือคลิปวิดีโอความยาวไม่เกิน 30 วินาที มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้โฆษณา

ปรากฏไปยังหน้าจอแสดงผลของกลุ่มเป้าหมาย

### 4.5.3 โฆษณบน youtube

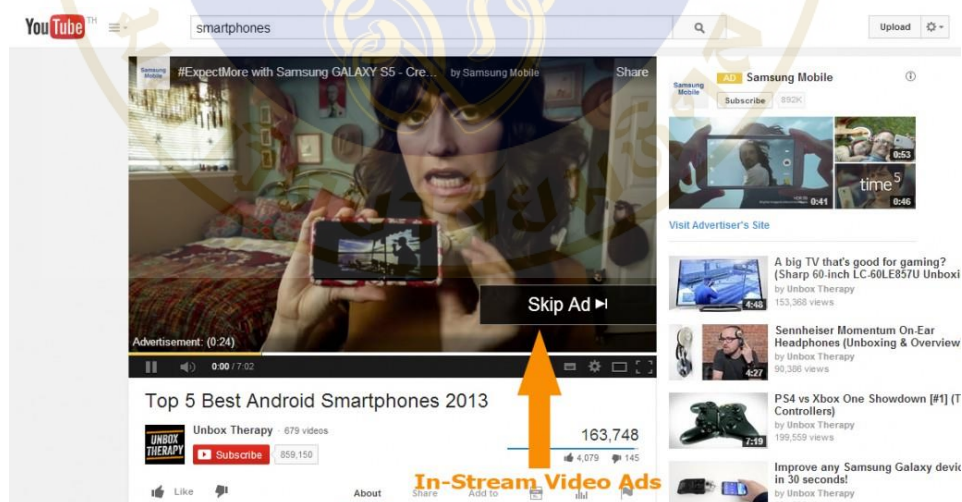
สื่อวิดีโอออนไลน์หรือคลิปโฆษณาเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพมากในปัจจุบันซึ่งมีบทบาทมากกว่าวิถีชีวิตของผู้บริโภค การใช้วิดีโอออนไลน์ทำโฆษณาทำให้ง่ายในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการของ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว และยังกระตุ้นให้ลูกค้าคลิกเข้ามาหาข้อมูลเพิ่มเติมในเว็บไซต์ หรือ แฟนเพจ รูปแบบการโฆษณาบน youtube มีอยู่ด้วยกันหลายรูปแบบ ทางผู้จัดทำจึงเลือกรูปแบบการโฆษณา ดังนี้

#### 4.5.3.1 Display Ad

การที่โชว์ Banner ขนาด 300×250 pixel ในหน้าต่างๆ ของ YouTube โดยจะปรากฏอยู่ข้างๆ วิดีโอและอยู่เหนือ Suggest Video

#### 4.5.3.2 TrueView in-streams ad

เป็นการโปรโมทวิดีโอบน Youtube สร้างให้คนรู้จักได้ในเวลาอันรวดเร็ว วิดีโอโฆษณาจะขึ้นแสดงก่อนวิดีโอที่กลุ่มเป้าหมายดูบน Youtube สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เห็นวิดีโอได้ หากกลุ่มเป้าหมายไม่สนใจวิดีโอโดยการกด Skip หรือ ดูไม่ครบ 30 วินาทีจะไม่ถูกนับ View และไม่ต้องเสียค่าโฆษณา



ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างโฆษณา TrueView In-Stream Video Ads

ที่มา: Smejump youtube-marketing

#### 4.5.3.3 YouTube Overlay Ads

เป็นรูปแบบแสดง Banner ที่ด้านล่างของวิดีโอของกลุ่มเป้าหมาย กำหนด

กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เห็นได้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว ตรงจุด



ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างภาพโฆษณา YouTube Overlay Ads

ที่มา: Smejup youtube-marketing

## 4.6 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ

### 4.6.1 Google play

Google play เป็น Store สำหรับแอปพลิเคชันที่รองรับระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ สำหรับนักพัฒนาบน Android Platform เวลาจัดการแอปพลิเคชันที่อยู่บน Google Play จะต้องทำผ่านหน้าเว็บที่เรียกว่า Google Play Developer Console โดยเริ่มต้นจากสมัครเป็น Developer ของ Android โดยเสียค่าสมัคร \$25 ตลอดชีพ รอการยืนยันจากทาง Google Play เข้าไปที่ Developer Console เพื่อเข้าสู่หน้าหลักของ Developer และทำการอัปโหลดไฟล์แอปพลิเคชันขึ้นสู่ Google play ให้ผู้ใช้ได้โหลดแอปพลิเคชันลงสมาร์ตโฟน

### 4.6.2 App. Store

App. Store เป็น Store สำหรับแอปพลิเคชันที่รองรับระบบปฏิบัติการ IOS โดยการสมัครเป็น Developer ของ App. Store เสียค่าสมัคร \$99 ต่อปี นำ account ที่ได้มาไปสร้าง key และ certificate ด้วย keychain access และนำ csr ที่ได้ ไปลงทะเบียนใน ios developer center สร้าง app id สร้าง profile สำหรับเครื่องที่ใช้พัฒนาโปรแกรม จำเป็นต้องมีไฟล์ key, certificates และไฟล์ profile ลงทะเบียนไว้ที่เครื่อง เมื่อทำการอัปโหลดแอปพลิเคชันแล้ว ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่านทาง App. Store ได้

## บทที่ 5

### การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์

#### 5.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

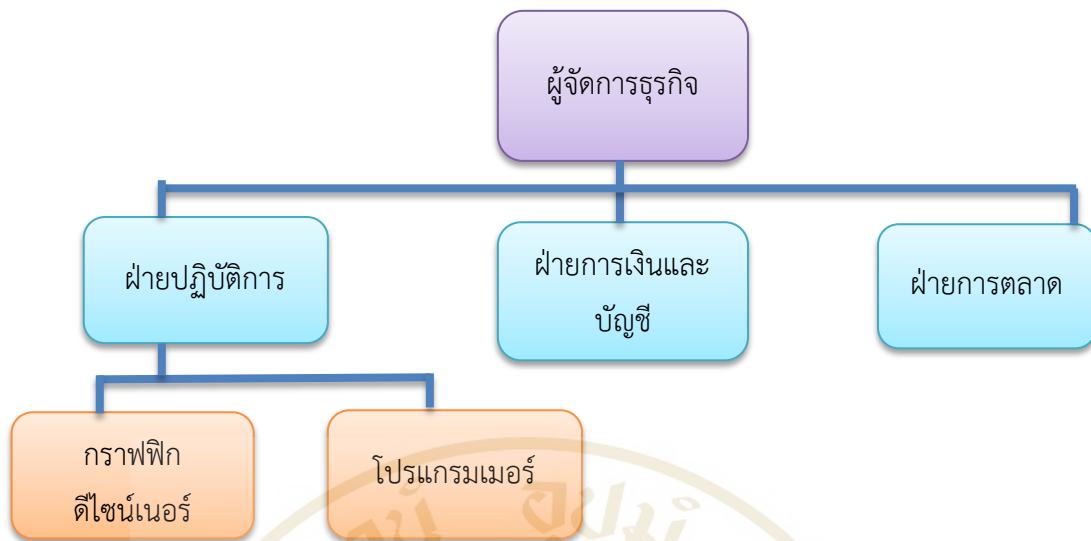
Hunter Runner ใช้การจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เฮช.อาร์. แอป จำกัด มีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้นจำนวน 1,500,000 บาท โดยมีการลงทุนในรูปแบบของการร่วมทุน 1,100,000 บาท และการระดมทุน (Crowd Funding) บนแพลตฟอร์มระดมทุนออนไลน์ Asiaola จำนวน 450,000 บาท ส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 15,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงินลงทุน 1,500,000 บาท มีสัดส่วนของการถือหุ้น ดังตารางที่ 5.1 ดังต่อไปนี้

ตาราง 5.1 แสดงโครงสร้างผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าการลงทุน(บาท)
1	นางสาวกรแก้ว ตันดิธวัชชัยกุล	5,500	550,000.-
2	นางสาวสุนรา ตันดิธวัชชัยกุล	3,500	350,000.-
3	นายชุตินัย ตันดิธวัชชัยกุล	2,000	200,000.-
4	การระดมทุน	4,500	450,000.-
รวมทั้งสิ้น		15,000	1,500,000.-

#### 5.2 แผนผังองค์กร

Hunter Runner มีการกำหนดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ (Functional Structure) เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพตามความรู้ความสามารถ ทั้งนี้เป็นการเพิ่งเริ่มก่อตั้งของกิจการ องค์กรมีขนาดเล็ก จึงจัดองค์กรเป็นแบบ Flat Organization Structure เพื่อเน้นความคล่องตัวในการทำงาน การบริหาร ติดต่อสื่อสารกันภายในองค์กร รูปแบบลักษณะขององค์กร มีลักษณะดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.1 แผนผังองค์กรธุรกิจ Hunter Runner

Hunter Runner ประกอบไปด้วยบุคลากรหลักอยู่ 5 ฝ่ายด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ผู้จัดการธุรกิจ
2. ฝ่ายปฏิบัติการ
  - กราฟฟิก ดีไซน์เนอร์
  - โปรแกรมเมอร์
3. ฝ่ายการเงินและบัญชี
4. ฝ่ายการตลาด

### 5.3 หน้าที่ความรับผิดชอบ(Job Description)

การวางแผนกำลังคนและกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นสิ่งที่ต้องให้สำคัญ สามารถช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งบทบาทและหน้าที่ของบุคคลต่าง ๆ ในธุรกิจมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 5.3.1. ผู้จัดการธุรกิจ

5.3.1.1 หน้าที่ความรับผิดชอบ:

- รับผิดชอบการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดจากผู้ถือหุ้น
- กำหนดกลยุทธ์ ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านการปฏิบัติงาน และด้านกำลัง

## การผลิต

- ควบคุมและประเมินผลการดำเนินงาน  
ทั้งนี้สามารถแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบได้ดังต่อไปนี้

### 5.3.1.2 ด้านทรัพยากรมนุษย์

- การคัดสรร และสรรหาบุคลากรที่เหมาะสม
- กำหนดนโยบายด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์
- กำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติในการดำเนินงานให้กับพนักงาน
- ดูแล ช่วยเหลือและสนับสนุนให้สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุ

## วัตถุประสงค์

- สื่อสารกับพนักงานเพื่อชี้แจงวิสัยทัศน์ใหม่ๆ ของธุรกิจ
- ประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
- จัดสรรด้านกองทุนและสวัสดิการแก่พนักงาน

### 5.3.1.3 ด้านการปฏิบัติงาน

- กำหนดกระบวนการทำงาน (Process)
- วิเคราะห์ ประเมินและปรับปรุงกระบวนการทำงาน รวมทั้งการหาแนว

## ทางการแก้ไขปัญหา

### 5.3.1.4 ด้านการเงิน

- วิเคราะห์และควบคุมอัตราส่วนทางการเงินให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้
- วิเคราะห์และควบคุมต้นทุนการผลิต
- วิเคราะห์และควบคุมต้นทุนทางการเงิน
- หาแหล่งเงินทุน ในการระดมทุนจากแหล่งต่างๆ

## 5.3.2 ฝ่ายการตลาด

### 5.3.2.1 หน้าที่ความรับผิดชอบ:

## ออฟไลน์

- กำหนดเป้าหมายและวางกลยุทธ์การตลาดทั้งในด้านออนไลน์และ
- วิเคราะห์ภาพรวมและสถานการณ์ของกลุ่มแข่ง หาจุดแข็ง จุดอ่อน
- วิเคราะห์ตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค สถานการณ์ ณ ปัจจุบัน เพื่อนำมา

## ปรับใช้กับผลิตภัณฑ์

- คิด ริเริ่ม สร้างสรรค์กิจกรรมและ โปรโมชัน หรือ โปรเจกต์ใหม่ๆ ที่ส่งผล

ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริษัท

- ประสานงานกับแผนกอื่นๆ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ใ้วางไว้
- ติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร เพื่อประสานงานลงข่าวประชาสัมพันธ์

รวมไปถึงการสร้างแคมเปญทางการตลาดร่วมกัน

- วางแผนการซื้อสื่อ และดำเนินการขั้นตอนในการจัดซื้อจัดจ้าง
- ตรวจสอบกิจกรรมทางการตลาดและช่องทางการสื่อสารต่างๆ ของ

บริษัทให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

#### 5.3.2.2 คุณสมบัติ:

หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง)

- วุฒิการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า (สาขาการตลาด สื่อสารมวลชน

หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง)

- สามารถสื่อสารภาษาไทยได้ดี ทั้งการพูดและการใช้ภาษาเขียนที่ดี มีความรู้ภาษาอังกฤษพอใช้

และออฟไลน์

- มีความรู้ด้านสื่อ (Media) / โฆษณา (Advertising) ต่างๆ ทั้งสื่อออนไลน์

และออฟไลน์

- สามารถใช้โปรแกรมพื้นฐานจำพวก Microsoft Office ได้ สามารถรับ

แรงกดดันและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

### 5.3.3 กราฟฟิก ดีไซน์เนอร์

#### 5.3.3.1 หน้าที่ความรับผิดชอบ:

เคลื่อนไหว, effect

- รับผิดชอบในการออกแบบและสร้าง artwork เช่น ตัวละคร, ฉาก, การ

- ออกแบบ Model ให้สอดคล้องกับงานที่รับผิดชอบ

- ออกแบบ In-Game Graphic ให้สอดคล้องกับงานที่รับผิดชอบ

การสื่อสารภายในทีมระหว่างการพัฒนาได้

- ออกแบบ concept art, storyboards, UI layout แบบคร่าวๆ เพื่อช่วยใน

#### 5.3.3.2 คุณสมบัติ:

นิเทศศิลป์ การออกแบบหรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง)

- วุฒิการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า (สาขากราฟฟิคดีไซน์ มัลติมีเดีย

- สามารถใช้โปรแกรม Unity3D

- มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รักงานออกแบบ สร้างแนวความคิดแปลก



ใหม่ได้ดี และมีความกระตือรือร้นสูง

ใหม่ๆ

ได้เป็นอย่างดี

- รักการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี หรือนวัตกรรม
- สามารถทำงานภายใต้สภาวะความกดดัน รวมทั้งแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
- สามารถทำงานเป็นทีม และพร้อมรับฟังคำติชมเพื่อไปแก้ไข
- พร้อมที่จะเรียนรู้เทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานอยู่เสมอ

### 5.3.4 โปรแกรมเมอร์

5.3.4.1 หน้าที่ความรับผิดชอบ:

ได้รับมอบหมาย

- เขียนโปรแกรมและโค้ดดิ้งสำหรับสร้างแอปพลิเคชัน
- ประสานงานกับฝ่ายกราฟฟิคดีไซน์
- ดูแลอัปเดตและสร้างเว็บไซต์ตามแต่ละ Campaign และงาน Graphic ที่
- ทำสรุปรายงานชิ้นงานที่ทำ และ Feedback งานที่รับ
- อัปเดตไฟล์แอปพลิเคชันบน App. Store และ Google store
- พัฒนาเวอร์ชันของแอปพลิเคชัน แก้ไขปัญหาที่เกิดจากตัวแอปพลิเคชัน

5.3.4.2 คุณสมบัติ:

คอมพิวเตอร์ วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง)

ได้เป็นอย่างดี

การพัฒนาเป็นพิเศษ

ใหม่ๆ

- วุฒิกการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า (สาขา IT ICT วิศวกรรม
- สามารถใช้โปรแกรม Unity3D
- สามารถเขียนโปรแกรมภาษา Java และ C sharp ได้
- สามารถทำงานภายใต้สภาวะความกดดัน รวมทั้งแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
- มีความสามารถในการพัฒนาแอปพลิเคชัน ถ้ามีประสบการณ์จะได้รับการพัฒนาเป็นพิเศษ
- สามารถทำงานเป็นทีม และพร้อมรับฟังคำติชมเพื่อไปแก้ไข
- รักการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี หรือนวัตกรรม

#### 5.4 การวางแผนกำลังคน การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ

สถานที่ปฏิบัติงานของบริษัท เปิดเวลาทำการวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 9.00น. ถึงเวลา 17.00 น. รวมเวลาทำการ 8 ชั่วโมง มีการวางแผนจำนวนการจ้างงานของพนักงานและผลตอบแทนของพนักงานในปีแรกดังตาราง 5.2 และ 5.3 ตามลำดับ

ตาราง 5.2 แสดงการวางแผนจำนวนการจ้างงานของพนักงาน

ตำแหน่ง	อัตราจ้างปีที่				
	1	2	3	4	5
ผู้ประกอบการธุรกิจ	1	1	1	1	1
ฝ่ายการเงินและบัญชี	0	1	1	1	1
ฝ่ายการตลาด					
-ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1	1	1	1	1
-นักวางแผนการตลาด	0	0	1	1	2
ฝ่ายปฏิบัติงาน					
-กราฟฟิคดีไซน์เนอร์	3	3	3	4	4
-โปรแกรมเมอร์	4	4	4	5	5
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>14</b>

ตาราง 5.3 แสดงผลตอบแทนของพนักงานในปีแรก

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน(บาท)
1	ฝ่ายการเงินและบัญชี	0	16,000.-
2	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1	21,000.-
3	นักวางแผนการตลาด	0	19,000.-
4	กราฟฟิคดีไซน์เนอร์	3	19,000.-
5	โปรแกรมเมอร์	4	19,000.-

## 5.5 การฝึกอบรมสำหรับพนักงาน

มีการจัดฝึกอบรมเพื่อความเข้าใจในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงให้พนักงานได้รับรู้ถึงวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายเดียวกัน รวมถึงอธิบายถึงวิธีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ระเบียบข้อบังคับต่างๆ ตลอดจนให้พนักงานมีการสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกัน ง่ายต่อการสื่อสารประสานงานกัน เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ



## บทที่ 6

### แผนการเงิน

#### 6.1 ข้อสมมติฐานทางการเงิน

##### 6.1.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

ใช้เงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของ 300,000บาท หุ้นส่วน 250,000บาท และจากการระดมทุน 450,000บาท

##### 6.1.2 ประสิทธิภาพการยอดผู้ใช้งาน(User)เริ่มต้น

สามารถคำนวณจากร้อยละ0.1ของจำนวนผู้ใช้งานSocial media บน Smart phone จำนวน 34 ล้านคนในประเทศไทย (We Are Social,2559)และในแต่ละปีมีอัตราผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นร้อยละ50 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

##### 6.1.3 รายได้จากการขายสินค้าและบริการรับเป็นเงินสดทั้งหมด หรือคิดเป็นอัตราร้อย

ละ100

##### 6.1.4 แหล่งที่มารายได้ของแอปพลิเคชัน ได้แก่

###### 6.1.4.1 รายได้จาก Banner Ad. สามารถคำนวณได้จากสูตร

รายได้เฉลี่ยจากการคลิกแบนเนอร์ต่อคนต่อวัน X จำนวนActive User X จำนวนวัน(nuuneoi,2556) โดยตั้งสมมติฐานรายได้เฉลี่ยจากการคลิกแบนเนอร์อยู่ที่ 1 บาทต่อการคลิกต่อคนต่อวัน ร้อยละ10 ของผู้ใช้งาน(User)ในระบบมีการใช้งานอย่างต่อเนื่อง(Active)ในทุกวัน

###### 6.1.4.2 รายได้จากการขายของในแอปพลิเคชัน(In-App Purchase) โดย

ตั้งสมมติฐานผู้ใช้งาน(User) ซื้อไอเทม(Item) ในแอปพลิเคชันร้อยละ30 ของผู้ใช้งาน(User)ทั้งหมด โดยค่าใช้จ่ายในการซื้ออยู่ที่ครั้งละ 50 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคยินดีที่จะชำระตามผลการวิจัยการตลาด

### 6.1.5 ประมาณการแผนการตลาด

6.1.5.1 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการพัฒนาระบบอยู่ที่ 50,000บาท และเพิ่มงบประมาณค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อีกปีละ 50,000บาท

6.1.5.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายปีละไม่เกิน 50,000 บาท

6.1.5.3 ค่าจ้างพนักงานคงที่ตลอดระยะเวลา 5 ปี

6.1.5.4 ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ,ค่าไฟ) คงที่ตลอดระยะเวลา 5 ปี

6.1.5.5 รายการสินทรัพย์ในสำนักงานคิดค่าเสื่อมราคาแบบวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้งานของสินทรัพย์โดยไม่คิดราคาค่าซาก

6.1.5.6 คิดอัตราภาษีเงินได้ร้อยละ20

(สำนักมาตรฐานการสอบบัญชีภาษีอากร,2559)

### 6.2 ขนาดของเงินลงทุน แหล่งเงินทุน และต้นทุนที่เกี่ยวข้อง

Hunter Runner ใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 1,500,000 บาท โดยใช้เงินลงทุนของตนเอง หุ้นส่วนธุรกิจ และการระดมทุนจากแหล่งเงินทุน โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนส่วนของผู้เจ้าของ 550,000 บาท หุ้นส่วน 550,000 บาท และการระดมทุน 450,000 บาท

#### 6.2.1 ขนาดของเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการ

เนื่องจากธุรกิจมีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรจำพวกคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ โปรแกรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต อุปกรณ์สำนักงาน ฯลฯ โดยแสดงการใช้เงินลงทุนดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 6.1 แสดงเงินทุนเริ่มต้นกิจการ

รายละเอียดเงินทุน	
รายการ	จำนวนเงิน(บาท)
ค่าคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	302,260
อุปกรณ์สำนักงาน	43,840
ค่าโปรแกรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต	170,688
ค่าสาธารณูปโภค	126,000
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	50,000
ค่าจ้างพนักงานในการพัฒนาระบบ	154,000
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	39,340
เงินทุนหมุนเวียน	613,872
<b>รวมเงินลงทุนเริ่มต้น</b>	<b>1,500,000</b>

ตาราง 6.2 แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการเสื่อมราคา

รายละเอียดเงินลงทุน			
รายการ		อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)
<b>คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ</b>	<b>302,260</b>	<b>5</b>	<b>60,452</b>
CPU: Intel core i7-6700	34,200		
M/B: GIGABYTE H170-HD3 DDR4	11,100		
RAM: DDR4(2133) 16GB. (8GBX2) KINGSTON HYPER X	8,340		
VGA: 4GB (V) PCIe M2000 'QUADRO'	56,940		
SSD: 120 GB. SSD OCZ TRION150	5,760		
HDD: WD BLUE 1TB	5,160		
PSU: SILVER STONE ST50F 500W 80+	5,070		
Case: AEROCOOL QS-240 (Black)	3,570		
DVD: ASUS DVD RW	1,350		

ตารางที่ 6.2 แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการเสื่อมราคา(ต่อ)

รายละเอียดเงินลงทุน		
รายการ	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)
Cooling: LIQUID COOLING SILVERSTONE TD03-LITE	5,670	
หน้าจอ: Dell UltraSharp U2414H	26,700	
Mouse: OKER wireless optical 173OR	2,400	
Keyboard: NUBWO Keyboard Amoux NK-002 USB	1,050	
Notebook: DELL Inspiron 5537- W561020TH	134,950	
<b>อุปกรณ์สำนักงาน</b>	<b>43,840</b>	<b>5</b>
โต๊ะคอม	2,397	
Grace Shop โต๊ะวางคอมพิวเตอร์	4,495	
Office Computer Chair	5,368	
HP DeskJet 1112 Printer	1,290	
โทรศัพท์	290	
อื่นๆ	30,000	
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร</b>	<b>346,100</b>	<b>69,220</b>

ตาราง 6.3 แสดงค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์

รายละเอียดเงินลงทุน	
รายการ	จำนวนเงิน(บาท)
ค่าลงโฆษณาประชาสัมพันธ์บน Facebook (รายเดือน)	1,500
ค่าลงโฆษณาประชาสัมพันธ์บน Instagram (รายเดือน)	1,000
ค่าลงโฆษณาประชาสัมพันธ์บน YouTube	
• Display Ad (รายเดือน)	4,500
• TrueView in-streams ad (ตามจำนวนview) คาดว่าจะมีผู้เข้าชม 30,000 view/เดือน	30,000
• YouTube Overlay Ads (รายเดือน)	4,500
ค่าจัดทำเว็บไซต์	8,500
<b>รวมค่าใช้จ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์</b>	<b>50,000</b>

ตาราง 6.4 แสดงค่าจ้างพนักงานในการพัฒนาระบบ

รายละเอียดเงินลงทุน			
ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน(บาท)	รวมเงินเดือนทั้งหมด(บาท)
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1	21,000	21,000
กราฟฟิคดีไซน์เนอร์	3	19,000	57,000
โปรแกรมเมอร์	4	19,000	76,000
<b>รวมค่าจ้างพนักงานในการพัฒนาระบบ</b>			<b>154,000</b>

ตาราง 6.5 แสดงค่าโปรแกรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต

รายละเอียดเงินลงทุน	
รายการ	จำนวนเงิน(บาท/ปี)
Unity engine	157,5000
Internet: True Super Speed Fiber 100/300 Mbps	13,888
<b>รวมค่าใช้จ่ายโปรแกรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต</b>	<b>170,688</b>



## 6.2.2 โครงสร้างเงินทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

ตามการประมาณการโครงสร้างเงินทุนของการพัฒนาแอปพลิเคชัน Hunter Runner พบว่า ธุรกิจมีความต้องการเงินทุนในการเริ่มต้นกิจการรวม 1,500,000 บาท โดยมีแหล่งเงินทุนจาก ส่วนของเจ้าของทั้งหมด โดยมีรายละเอียดโครงสร้างผู้ถือหุ้น แสดงดังตารางที่ 6.6 ดังนี้

ตาราง 6.6 แสดงโครงสร้างสัดส่วนผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าการลงทุน(บาท)	สัดส่วน
1	นางสาวกรแก้ว ตันติธวัชชัยกุล	5,000	500,000	33.34%
2	นางสาวสุนรา ตันติธวัชชัยกุล	3,500	350,000	23.33%
3	นายชุตติไชย ตันติธวัชชัยกุล	2,000	200,000	13.33%
4	การระดมทุน	4,500	450,000	30.00%
รวมทั้งสิ้น		15,000	1,500,000	100%

## 6.2.3 ต้นทุนที่เกี่ยวข้อง

ต้นทุนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาแอปพลิเคชัน ได้แก่ ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า และค่าใช้จ่าย ในการขายและบริหาร ซึ่งแสดงรายละเอียดดังตาราง ดังนี้

ตาราง 6.7 แสดงต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ต้นทุนที่เกี่ยวข้อง	จำนวนเงิน(บาท/ปี)
ค่าน้ำประปา	6,000
ค่าไฟฟ้า	120,000
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	
• ค่าเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม	30,000
• ค่าธรรมเนียมจัดตั้งบริษัท	5,000
• ค่าธรรมเนียมการสมัครเป็นDeveloperของAndroid	875
• ค่าธรรมเนียมการสมัครเป็นDeveloperของApp.Store	3,465
รวมต้นทุนที่เกี่ยวข้อง	165,340

### 6.3 การประมาณการต้นทุน จำนวนผู้ใช้งาน และยอดขาย

การประมาณการต้นทุนของธุรกิจแอปพลิเคชัน Hunter Runner ช่วงเวลาระหว่างปีที่ 1-5 มีการประมาณการถึงต้นทุนของเงินเดือนของพนักงาน ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 6.8 และ 6.9

**ตาราง 6.8** แสดงการประมาณการต้นทุนเงินเดือนพนักงานตั้งแต่ขั้นตอนพัฒนาระบบถึงปีที่ 5

เงินเดือนพนักงาน	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	21,000	21,000	21,000	21,000	21,000	21,000
นักวางแผนการตลาด	-	-	-	19,000	19,000	19,000
พนักงานการเงินและการบัญชี	-	-	16,000	16,000	16,000	16,000
กราฟฟิคดีไซน์เนอร์	57,000	57,000	57,000	57,000	76,000	76,000
โปรแกรมเมอร์	76,000	76,000	76,000	76,000	95,000	95,000
<b>รวมค่าใช้จ่าย</b>	<b>154,000</b>	<b>154,000</b>	<b>170,000</b>	<b>189,000</b>	<b>277,000</b>	<b>277,000</b>

**ตาราง 6.9** แสดงการประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการค่าใช้จ่าย	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าธรรมเนียมจัดตั้งบริษัท	5,000	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการสมัครเป็น Developer ของ Android	875	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการสมัครเป็น Developer ของ App.Store	3,465	3,465	3,465	3,465	3,465	3,465
<b>รวมค่าใช้จ่าย</b>	<b>39,340</b>	<b>33,465</b>	<b>33,465</b>	<b>33,465</b>	<b>33,465</b>	<b>33,465</b>

การประมาณการของจำนวนผู้ใช้งาน (User) และยอดขายที่เกิดจากการซื้อสินค้าของแอปพลิเคชันตั้งแต่ปีที่ 1-5 ตามข้อสมมติฐานทางการเงินที่ว่าเรื่องแหล่งที่มารายได้ของแอปพลิเคชันได้แก่

- รายได้จาก Banner Ad. สามารถคำนวณได้จากสูตร

รายได้เฉลี่ยจากการคลิกแบนเนอร์ต่อคนต่อวัน X จำนวนActive User X จำนวนวัน(nuuneoi,2556) โดยตั้งสมมติฐานรายได้เฉลี่ยจากการคลิกแบนเนอร์อยู่ที่ 1 บาทต่อการคลิกต่อคนต่อวัน โดยร้อยละ 10ของผู้ใช้งาน(User)ในระบบมีการใช้งานอย่างต่อเนื่อง(Active)ในทุกวัน

•รายได้จากการขายของในแอปพลิเคชัน(In-App Purchase) โดยตั้งสมมติฐานผู้ใช้งาน (User) ซื้อไอเทม(Item) ในแอปพลิเคชันร้อยละ30 ของผู้ใช้งาน(User)ทั้งหมด โดยค่าใช้จ่ายในการซื้ออยู่ที่ครั้งละ 50 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคยินดีที่จะชำระตามผลการวิจัยการตลาด ดังแสดงจำนวนรายได้ตามตารางที่6.10

**ตาราง 6.10** แสดงการประมาณการจำนวนยอดผู้ใช้งาน ยอดขาย และรายได้

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
จำนวนยอดผู้ใช้งาน	34,000	51,000	76,500	114,750	172,125
รายได้จากBanner Ad.	1,241,000	1,861,500	2,792,250	4,188,375	6,282,562.5
ยอดขายสินค้าในแอปพลิเคชัน	510,000	765,000	1,147,500	1,721,250	2,581,875
รวมรายได้ทั้งหมด	1,751,000	2,626,500	3,939,750	5,909,625	8,864,437.5

#### 6.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)

จากการประมาณการยอดขายของธุรกิจ พบว่าธุรกิจมีความสามารถในการทำกำไรสุทธิในปีแรกเป็นจำนวน 838,101.6บาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทางด้านต้นทุนขายมีค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนที่สูงในปีที่เริ่มต้นพัฒนาระบบ และในปีที่5ของการดำเนินกิจการเนื่องจากมีการซื้อเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตใหม่เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ และเครื่องใช้สำนักงาน แทนที่เครื่องมือในการผลิตที่ครบอายุการใช้งาน ดังแสดงรายละเอียดตามตารางที่6.11

ตาราง 6.11 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
<b>ยอดขาย</b>	-	<b>1,751,000</b>	<b>2,626,500</b>	<b>3,939,750</b>	<b>5,909,625</b>	<b>8,864,437.5</b>
<b>ต้นทุนขาย</b>						
- เครื่องมือในการผลิต	346,100	-	-	-	-	346,100
- แรงงานในการผลิต	154,000	154,000	170,000	189,000	277,000	277,000
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	69,220	69,220	69,220	69,220	69,220	69,220
- ต้นทุนคงที่	296,688	296,688	296,688	296,688	296,688	296,688
<b>รวมต้นทุนขาย</b>	<b>866,008</b>	<b>519,908</b>	<b>535,908</b>	<b>554,908</b>	<b>642,908</b>	<b>989,008</b>
<b>กำไรข้างต้น</b>	<b>(866,008)</b>	<b>1,231,092</b>	<b>2,090,592</b>	<b>3,384,842</b>	<b>5,266,717</b>	<b>7,875,429.5</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ</b>						
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	50,000	100,000	150,000	200,000	250,000	300,000
- ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	39,340	33,465	33,465	33,465	33,465	33,465
- ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย	-	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ</b>	<b>89,340</b>	<b>183,465</b>	<b>233,465</b>	<b>283,465</b>	<b>333,465</b>	<b>383,465</b>
<b>รวมกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้</b>	<b>(955,348)</b>	<b>1,047,627</b>	<b>1,857,127</b>	<b>3,101,377</b>	<b>4,933,252</b>	<b>7,491,964.5</b>
ดอกเบี้ย						
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	<b>(955,348)</b>	<b>1,047,627</b>	<b>1,857,127</b>	<b>3,101,377</b>	<b>4,933,252</b>	<b>7,491,964.5</b>
ภาษีเงินได้	-	209,525.4	371,425.4	620,275.4	986,650.4	1,498,392.9
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>(955,348)</b>	<b>838,101.6</b>	<b>1,485,701.6</b>	<b>2,481,101.6</b>	<b>3,946,601.6</b>	<b>5,993,571.6</b>

## 6.5 ประมาณการงบดุล (Balance sheet)

ธุรกิจมีสินทรัพย์ที่เป็นสินทรัพย์หมุนเวียนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่ปีที่1-5ของการดำเนินกิจการ เนื่องจากปริมาณเงินสดรับที่ได้จากผลดำเนินการ และสินทรัพย์ถาวรมีต้นทุนที่ไม่สูง แสดงถึงการมีสภาพคล่องที่ดีของธุรกิจ เนื่องจากรายได้ในการดำเนินธุรกิจในปีแรกหลังจากการให้บริการแอปพลิเคชันไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย ทำให้ต้องใช้เงินทุนสำรองในการชำระค่าใช้จ่าย จึงเป็นเหตุให้ส่วนของเจ้าของในปีที่1 มีค่าต่ำลง

ตาราง 6.12 แสดงประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
<b>สินทรัพย์</b>						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
• เงินสด	633,992	1,231,092	2,090,592	3,384,842	5,266,717	7,875,429.5
• ลูกหนี้การค้า						
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>633,992</b>	<b>1,231,092</b>	<b>2,090,592</b>	<b>3,384,842</b>	<b>5,266,717</b>	<b>7,875,429.5</b>
สินทรัพย์ถาวร						
• ค่าคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	302,260	302,260	302,260	302,260	302,260	302,260
• ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	43,840	43,840	43,840	43,840	43,840	43,840
• ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	414,028	508,153	558,153	608,153	658,153	708,153
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร</b>	<b>760,128</b>	<b>854,253</b>	<b>904,253</b>	<b>954,253</b>	<b>1,004,253</b>	<b>1,054,253</b>
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	69,220	138,440	207,660	276,880	346,100	69,220
<b>รวมทรัพย์สิน</b>	<b>1,324,900</b>	<b>1,946,905</b>	<b>2,787,185</b>	<b>4,062,215</b>	<b>5,924,870</b>	<b>8,860,462.5</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
หนี้สินหมุนเวียน						
หนี้สินระยะยาว						
<b>รวมหนี้สิน</b>		0	0	0	0	0
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
• เงินลงทุน	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
• กำไรสะสม	(955,348)	(117,246.4)	1,368,455.2	3,849,556.8	7,796,158.4	13,789,730
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>544,652</b>	<b>1,382,753.6</b>	<b>2,868,455.2</b>	<b>4,349,556.8</b>	<b>8,296,158.4</b>	<b>14,389,730</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>544,652</b>	<b>1,382,753.6</b>	<b>2,868,455.2</b>	<b>4,349,556.8</b>	<b>8,296,158.4</b>	<b>14,389,730</b>

## 6.6 ประมาณการงบกระแสเงินสด (Statement of Cashflow)

ตาราง 6.13 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
<b>แหล่งที่มาของเงินทุน</b>						
• เงินลงทุน	1,500,000					
• เงินกู้ยืม						
• ยอดขาย		1,751,000	2,626,500	3,939,750	5,909,625	8,864,437.5
<b>รวมแหล่งที่มาของเงินทุน</b>	<b>1,500,000</b>	<b>1,751,000</b>	<b>2,626,500</b>	<b>3,939,750</b>	<b>5,909,625</b>	<b>8,864,437.5</b>
<b>แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน</b>						
• เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	566,788	170,688	170,688	170,688	170,688	566,788
• ต้นทุนขายไม่รวมค่าเสื่อม	423,340	467,465	583,465	652,465	790,465	840,465
• ค่าใช้จ่ายในการขายไม่รวมค่าเสื่อม	-	153,000	229,500	344,250	516,375	774,562.5
• ภาษีเงินได้	-	209,525.4	371,425.4	620,275.4	986,650.4	1,498,392.9
<b>รวมแหล่งที่ใช้ไป</b>	<b>990,128</b>	<b>1,000,678.4</b>	<b>1,202,078.4</b>	<b>1,787,678.4</b>	<b>2,434,178.4</b>	<b>3,680,208.4</b>
เงินสดคงเหลือต้นงวด		509,872	1,260,193.6	2,684,615.2	4,836,686.8	8,312,133.4
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด	509,872	750,321.6	1,424,421.6	2,152,071.6	3,475,446.6	5,184,229.1
เงินสดคงเหลือปลายงวด	509,872	1,260,193.6	2,684,615.2	4,836,686.8	8,312,133.4	13,496,362.5

จากงบประมาณเงินสดแสดงถึงแนวโน้มการเพิ่มสูงขึ้นของเงินสดจากการดำเนินการตั้งแต่เริ่มจัดตั้งในการพัฒนาระบบ(ปีที่0) จนถึงในปีที่5 เนื่องจากบริษัทมีสภาพคล่องสูงและสามารถนำเงินสดไปใช้ในการดำเนินการของธุรกิจได้เพียงพอต่อความต้องการ โดยไม่มีความจำเป็นต้องหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติม

## 6.7 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน

จากการประมาณการผลประกอบการและกระแสเงินสดของโครงการ สามารถสรุปผลตอบแทนของโครงการโดยรวมได้ดังนี้

- ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period) คือ 2ปี 6 เดือน 9 วัน
- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) คือ 6,237,350.53 บาท โดยอัตราการคิดลดเป็นร้อยละ 10
- อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) คือ 64%

โดยระบุรายละเอียดการคำนวณได้ ดังนี้

### 6.7.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาที่ทำให้ผลรวมของกระแสเงินสดรับสุทธิจากการดำเนินงานเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิ

ตาราง 6.14 แสดงกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ

รายการ(บาท)	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดสุทธิ (บาท)	-1,500,000	509,872	750,321.6	1,424,421.6	2,152,071.6	3,475,446.6
กระแสเงินสดสะสม (บาท)		509,872	1,260,193.6	2,684,615.2	4,836,686.8	8,312,133.4

จากตารางแสดงกระแสเงินสดข้างต้น สามารถแสดงวิธีการคำนวณระยะเวลาคืนทุนได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ระยะเวลาคืนทุน} &= \text{จำนวนปีก่อนการคืนทุน} + \\
 &\quad (\text{เงินสดส่วนที่เหลือ/เงินสดรับในปีที่คืนทุน}) \\
 &= 2 + [(1,500,000-750,321.6)/ 1,424,421.6] \\
 &= 2 + 749,678.4/1,424,421.6 \\
 &= 2 + 0.53 \text{ ปี หรือ} \\
 &= 2ปี 6 เดือน 9 วัน
 \end{aligned}$$

### 6.7.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value: NPV)

เป็นการประเมินมูลค่าโดยการคำนึงถึงค่าของเงินตามเวลาปัจจุบันของการลงทุนใน

ระยะยาว เนื่องจากจำนวนเงินลงทุนและผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนเกิดขึ้นในระยะเวลาต่างกัน ดังนั้นการปรับมูลค่าของเงินลงทุนกับผลตอบแทนที่จะได้รับให้เป็นมูลค่าปัจจุบันตลอดอายุธุรกิจ จะช่วยให้สามารถประเมินผลตอบแทนที่แท้จริงของโครงการในปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ทางผู้วิจัยกำหนดอัตราคิดลดเป็นร้อยละ 10 โดยแสดงมูลค่าปัจจุบันได้ ดังนี้

**ตาราง 6.15** แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน

รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดสุทธิ (บาท)	-1,500,000	509,872	750,321.6	1,424,421.6	2,152,071.6	3,475,446.6
มูลค่าปัจจุบัน (บาท) (อัตราคิดลดร้อยละ 10)	- 1,500,000	514,970.72	735,537.3	1,382,529.57	2,068,098.51	3,036,214.43
<b>รวม</b>		<b>6,237,350.53</b>				

### 6.7.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return:IRR)

**ตาราง 6.16** แสดงอัตราผลตอบแทนของโครงการ

รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดสุทธิ	-1,500,000	509,872	750,321.6	1,424,421.6	2,152,071.6	3,475,446.6
<b>IRR</b>		<b>64%</b>				



### 6.7.4 อัตราส่วนทางการเงิน

ตาราง 6.17 แสดงอัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ความสามารถในการทำกำไร					
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน = กำไรจากการดำเนินงาน/ยอดขาย (%)	70	79	86	89	88
อัตรากำไรสุทธิ = กำไรสุทธิ/ยอดขาย (%)	48	56	63	67	67
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) = กำไรสุทธิ/ส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	60	52	57	47	41
การวิเคราะห์อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการทำงาน					
อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ROA) = กำไรสุทธิ/สินทรัพย์รวม (%)	43	53	61	66	67
อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม = ยอดขาย/สินทรัพย์รวม (เท่า)	0.90	0.94	0.97	0.99	1.00

## บทที่ 7

### การจัดการความเสี่ยง และแนวทางรองรับความเสี่ยง

เนื่องจากธุรกิจแอปพลิเคชันมีคู่แข่งจำนวนมาก มีสินค้าทดแทนจำนวนมาก ผู้บริโภคมีทางเลือกสูง อีกทั้งเรื่องของการพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าแบบก้าวกระโดด ทางธุรกิจจึงต้องมีความตื่นตัวต่อกระแสเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ชะลอตัว และคาดว่าจะถดถอยในอนาคต สภาวะทางการเมืองที่อาจเกิดเหตุการณ์ไม่สงบ เป็นปัจจัยเหตุที่ทำให้เกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดขึ้น ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเรื่องสภาพคล่อง รายได้และกำไร ตลอดจนจนถึงความอยู่รอดของกิจการ ดังนั้นเจ้าของธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญกับการประเมินความเสี่ยง (Risk Management) โดยมีการประเมินทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

#### 7.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากด้านการตลาดคือ การที่จำนวนผู้ใช้งาน (User) แอปพลิเคชัน ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ ซึ่งอาจเกิดได้จาก 2 กรณีคือ

**7.1.1** เนื่องจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือเกิดจากการสื่อสารที่ผิดพลาด หรือมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ไม่มากพอ

ทางเจ้าของกิจการจะทำการปรับปรุงการนำเสนอเนื้อหาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจที่ดีเพิ่มมากขึ้น เพิ่มจำนวนช่องทางในการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมให้ตรงต่อกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มความถี่ในการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มโอกาสในการเห็นสื่อของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย อาจมีการจัดแสดงบูทตามงาน Event ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเข้ามาอีกช่องทางหนึ่ง

**7.1.2** เนื่องจากสินค้าไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมาย

นำข้อเสนอแนะของทางกลุ่มเป้าหมายมาพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน ให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ถ้าหากปรับปรุงแล้วสถานการณ์ยังไม่ดีขึ้น ควรมีการทบทวนถึงการกำหนดคกลุ่มเป้าหมายใหม่อีกครั้ง

## 7.2 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง(Liquidity Risk)

เนื่องจากธุรกิจต้องมีการใช้เงินทุนในช่วงแรกสูง ทำให้อาจเกิดความเสี่ยงด้านสภาพคล่องได้ด้วยสาเหตุดังนี้

### 7.2.1 ความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถระดมทุนได้ตามที่ตั้งไว้

การที่กิจการต้องใช้เงินลงทุนเริ่มแรกที่สูง และเป็นธุรกิจที่เริ่มจัดตั้งขึ้นใหม่ทำให้เสี่ยงต่อการขาดแคลนเงินทุน เจ้าของธุรกิจจะต้องพยายามหาแหล่งเงินทุนอื่นๆ เพิ่มการระดมทุนจากแหล่งเงินทุนหลายแหล่งให้มากขึ้น เพิ่มจำนวนของผู้ร่วมทุนในรูปแบบของหุ้น หรืออาจทำการลดค่าใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือยออก ลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็นและไม่เกิดมูลค่าเพิ่ม ปรับปรุงระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นเพื่อลดค่าใช้จ่าย

### 7.2.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงกว่าที่คาดการณ์

อาจเกิดจากภาวะการณ์ผันผวนของเศรษฐกิจ ที่ทำให้ราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องสูงขึ้น เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าแรงงานขั้นต่ำ เป็นต้น นอกจากนี้การเกิดเหตุการณ์ทางธรรมชาติยังส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต เจ้าของกิจการต้องมีการพิจารณาปรับปรุงระบบการทำงาน ลดขั้นตอนอันไม่สร้างมูลค่าออก มีการทำบัญชีรายรับรายจ่าย เพื่อประมาณการรายได้ ทำบัญชีกระแสเงินสดเพื่อควบคุมต้นทุนการผลิต ถ้ายังไม่สามารถแก้ไขปัญหาสภาพคล่องได้ จะทำการระดมทุนเพิ่มเติม

## 7.3 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน(Operation Risk)

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงานที่คาดการณ์ไว้มีดังต่อไปนี้

### 7.3.1 การสื่อสารและประสานงานของแต่ละฝ่ายมีความผิดพลาด

การสื่อสารและประสานงานกันภายในองค์กรถือว่ามีสำคัญเป็นอย่างมาก อาจส่งผลให้ผลงานที่ออกมาไม่เป็นไปตามที่ได้คาดการณ์ไว้ ทำให้เกิดความล่าช้าในการผลิต และเกิดความขัดแย้งกันภายในองค์กร ทางเจ้าของกิจการจะต้องมีการป้องกันปัญหาดังกล่าวโดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้กับพนักงานในแผนก และระหว่างแผนก ให้ลดช่องว่างซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังมีการประชุมทุกวันหลังเลิกงานถึงความคืบหน้าของชิ้นงาน และปัญหาที่เกิดขึ้น ให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหา

### 7.3.2 อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการผลิตเกิดการขัดข้อง หรือชำรุด

ความไม่พร้อมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ทำให้งานเกิดความล่าช้า และยังทำให้ค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงเพิ่มมากขึ้น มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ การมีอุปกรณ์สำรองเพื่อเหตุการณ์ฉุกเฉิน และมีการแจ้งเจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงทันทีหากอุปกรณ์เกิดขัดข้อง หรือชำรุด มีการแจ้งแก่พนักงานว่า ถ้าอุปกรณ์เกิดความผิดปกติให้รีบแจ้งเจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงทันทีหากไม่สามารถแก้ไขได้

### 7.3.3 ข้อมูลที่เป็นส่วนประกอบในการผลิตเกิดการสูญหาย

อาจมีสาเหตุมาจากอุปกรณ์ในการผลิตเกิดการชำรุด ขัดข้องทำให้ข้อมูลที่เป็นส่วนประกอบในการพัฒนาแอปพลิเคชันสูญหาย ส่งผลกระทบทำให้กระบวนการทำงานล่าช้า มีทางป้องกันโดยมีการติดตั้งระบบแบ็คอัปข้อมูล เพื่อป้องกันการสูญหาย

### 7.3.4 ข้อมูลที่เป็นความลับทางการค้าเกิดการรั่วไหล

การรั่วไหลของข้อมูลสามารถส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โดยที่คู่แข่งสามารถล่วงรู้ถึงความลับภายในองค์กร คู่แข่งสามารถผลิตแอปพลิเคชันที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันออกมา บางข้อมูลที่เป็นจุดเด่นของธุรกิจเกิดการลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง ทำให้ลดโอกาสในการสร้างมูลค่าทางธุรกิจ จึงต้องมีการวางมาตรการรักษาความปลอดภัย โดยการตั้งรหัสผ่านของเครื่องคอมพิวเตอร์และการเข้าโปรแกรม ซึ่งรหัสผ่านมีแค่คนในองค์กรเท่านั้นที่รู้ และพนักงานทุกคนจะมีการเซ็นสัญญาด้านการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของทางองค์กร

## 7.4 ความเสี่ยงด้านการจัดสรรทรัพยากรมนุษย์ (Risk of HR management)

ความเสี่ยงที่เกิดจากการจัดสรรพนักงานมีอยู่ด้วยกันในประเด็นดังต่อไปนี้

### 7.4.1 พนักงานไม่เพียงพอต่อความต้องการและปริมาณงาน

การขาดทรัพยากรบุคคลทำให้งานดำเนินไปอย่างล่าช้า และปริมาณของงานต่อจำนวนพนักงานในองค์กรมีอัตราส่วนที่สูงเกินไป พนักงานที่อยู่ในองค์กรต้องแบกรับภาระงานจำนวนมาก แนวทางการแก้ไขโดยการ เพิ่มวันทำการจากการทำงานในวันจันทร์-ศุกร์ เป็นทำงานในวันเสาร์เพิ่มขึ้นมาพร้อมกับการจ่ายค่าล่วงเวลาแก่พนักงาน อีกทางแก้ไขหนึ่งคือ การจ้างนักศึกษาที่มีการเรียนในสาขาที่เกี่ยวข้องมาช่วยงานในลักษณะการทำงานพาร์ทไทม์

#### 7.4.2 พนักงานในองค์กรขาดทักษะในการทำงาน

การขาดทักษะบางประการที่จำเป็นต่อการทำงานของพนักงาน ทำให้เกิดผลเสียต่อ  
ชิ้นงาน ที่อาจไม่ได้คุณภาพ เกิดความล่าช้า แก้ปัญหาโดยการให้พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญและมี  
ประสบการณ์สอนทักษะในสิ่งที่ขาดหายไปนอกเวลางาน และมีการกำหนดช่วงระยะเวลาการ  
ทดลองงานของพนักงานเพื่อดูทักษะการทำงานก่อนเข้ารับเป็นพนักงานขององค์กร



## บรรณานุกรม

- [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก [www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/oct\\_dec\\_11/pdf/aw018.pdf](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw018.pdf) [2560, 8 มิถุนายน]. แนวโน้มการใช้โฆษณาแอปพลิเคชัน. สุชาดา พลาชัยภิรมย์ศิลป์. เอกสาร อัดสำเนา
- เข้าถึงได้จาก [www.siamarcheep.com/ธุรกิจเทรนด์สุขภาพ.html](http://www.siamarcheep.com/ธุรกิจเทรนด์สุขภาพ.html) [2560, 11 มิถุนายน]. 6 ธุรกิจเทรนด์สุขภาพ ธุรกิจน่าสนใจ ในปี 2559. สยามอาชีพ (2559)
- เข้าถึงได้จาก [marketeer.co.th/archives/43280](http://marketeer.co.th/archives/43280) [2560, 11 มิถุนายน]. ตลาดสมาร์ตโฟน. Marketeer Content (2558)
- เข้าถึงได้จาก [www.bumrungrad.com/healthspot/May-2016/ncds-non-communicable-diseases-symptoms-prevention](http://www.bumrungrad.com/healthspot/May-2016/ncds-non-communicable-diseases-symptoms-prevention). [2560, 11 มิถุนายน]. กลุ่มโรคไม่ติดต่อ(NCDs) โรคที่เกิดจากพฤติกรรม. โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ (2559)
- เข้าถึงได้จาก [www.marketingoops.com/reports/behaviors/digital-in-2017-global-overview/](http://www.marketingoops.com/reports/behaviors/digital-in-2017-global-overview/)[2560, 12 มิถุนายน]. อับเขตตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ปี 2017. MarketingOops!(2560)
- เข้าถึงได้จาก [www.thaihealth.or.th/Content/20196-ผลสำรวจพฤติกรรมกรรมการออกกำลังกาย.html](http://www.thaihealth.or.th/Content/20196-ผลสำรวจพฤติกรรมกรรมการออกกำลังกาย.html) [2560, 7 มิถุนายน]. การสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายของประชากร พ.ศ. 2554. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2556)
- เข้าถึงได้จาก [www.thaihealth.or.th/Content/20245-สำนักงานสถิติแห่งชาติสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬา.html](http://www.thaihealth.or.th/Content/20245-สำนักงานสถิติแห่งชาติสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬา.html) [2560, 7 มิถุนายน]. สำนักงานสถิติแห่งชาติสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬา. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2555)
- เข้าถึงได้จาก [www.thairath.co.th/content/282394](http://www.thairath.co.th/content/282394) [2560, 8 มิถุนายน]. เผยคนไทย 43 ล้านคนเสี่ยงป่วยสูง เหตุไม่ออกกำลังกาย. ไทยรัฐออนไลน์ (2555)
- เข้าถึงได้จาก [www.thairath.co.th/content/430573](http://www.thairath.co.th/content/430573) [2560, 7 มิถุนายน]. อึ้ง! คนไทย 'อ้วน' เป็นอันดับ 2 เอเชีย นวัตกรรมโรคเรื้อรังเร็ว. ไทยรัฐออนไลน์ (2557)
- เข้าถึงได้จาก [www.veedvil.com/news/mobile-users-and-smartphone-in-thailand-2015/](http://www.veedvil.com/news/mobile-users-and-smartphone-in-thailand-2015/) [2560, 12 มิถุนายน]. สถิติผู้ใช้งาน Mobile และจำนวน Smartphone ของประเทศไทยปี 2015. Yozzo (2558)

## บรรณานุกรม(ต่อ)

- เข้าถึงได้จาก [y34.wikidot.com/it-report02-062](http://y34.wikidot.com/it-report02-062) [2560, 8 มิถุนายน]. ยุคทอง!!ของนักพัฒนาแอปพลิเคชัน รับการมาของสมาร์ตโฟน-มือถือ 3จี. นายวณายุ วิชชุประเสริฐ (2555) [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก [www.ditp.go.th/contents\\_attach/85966/85966.pdf](http://www.ditp.go.th/contents_attach/85966/85966.pdf) [2560, 8 มิถุนายน].
- ธุรกิจบริการอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์. สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กลุ่มงานส่งเสริมธุรกิจบริการ2 (2557). เอกสาร อัดสำเนา
- เข้าถึงได้จาก [www.smartsme.tv/content/11348](http://www.smartsme.tv/content/11348) [2560, 8 มิถุนายน]. โหมบายแอปพลิเคชัน... โอกาสที่ไม่ควรมองข้ามของธุรกิจ SMEs. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2558) คณะอนุกรรมการสถิติ สาขาสุขภาพ และคณะทำงานสถิติสาขาสุขภาพ. แผนพัฒนาสถิติ สาขาสุขภาพ พ.ศ. 2557-2558. ฉบับที่1.กรุงเทพมหานคร, 2558.
- พิมพ์ครั้งที่1. นครปฐม, 2559. บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลชิ่ง จำกัด (มหาชน) ศูนย์เตือนภัยสุขภาพคนกรุงเทพมหานคร. รายงานเบื้องต้นข้อมูลด้านสุขภาพคนกรุงเทพมหานคร ปี 2558.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. สุขภาพคนไทย 2557 :ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง คู่มือการปฏิรูปประเทศจากฐานราก. พิมพ์ครั้งที่1. นครปฐม, 2557. บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลชิ่ง จำกัด (มหาชน)
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. สุขภาพคนไทย 2559 : ดายดีวิถีเลือกได้. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพมหานคร, 2559. บริษัท ไปอ ปริ้นติ้ง คัลเลอร์ (ประเทศไทย) จำกัด





## ภาคผนวก

### แบบสำรวจ

### งานวิจัยเรื่อง

### “แผนธุรกิจ MOBILE APPLICATION : HUNTER RUNNER”

ผู้วิจัย: นางสาวกฤติยากรณีย์ ตันติธวัชชัยกุล

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

### แบบสำรวจพฤติกรรมการออกกำลังกายและพฤติกรรมการใช้งานApplicationบนSmart Phoneของประชากรในกรุงเทพฯและปริมณฑล

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท Thematic Paper หลักสูตรการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล(CMMU) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการออกกำลังกายและการใช้งานแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการศึกษารายวิจัย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่าน และขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ที่เสียสละเวลาอันมีค่าของท่านในการร่วมมือในงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งแบบสอบถามมีอยู่ด้วยกัน 5 ส่วน ดังนี้  
 ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม  
 ส่วนที่2 ลักษณะพฤติกรรมการออกกำลังกาย  
 ส่วนที่3 ทักษะคติที่เป็นปัญหาในการออกกำลังกาย  
 ส่วนที่4 พฤติกรรมการใช้งานApplicationบนSmart Phone  
 ส่วนที่5 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการของงานวิจัย

\*จำเป็น

### ส่วนที่1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### 1. 1. เพศ \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง  
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งช่อง)

- ชาย  
 หญิง

#### 2. 2. ช่วงอายุ \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง  
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งช่อง)

- 15-20 ปี  
 21-25 ปี  
 26-30 ปี  
 31-35 ปี  
 36-40 ปี  
 41-45 ปี  
 46 ปีขึ้นไป

**3. 3. ระดับการศึกษา \***

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง  
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งช่อง)

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- ปริญญาโท
- ปริญญาเอก

**4. 4. อาชีพ \***

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง  
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งช่อง)

- เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว
- พนักงานบริษัทเอกชน
- รับราชการ
- แม่บ้าน
- นักเรียนนักศึกษา
- วิชาชีพทางสายสุขภาพและการแพทย์
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

**5. 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน \***

ข้อมูลส่วนบุคคลที่ท่านระบุไว้ จะไม่ใช่ข้อมูลเหล่านี้ในวัตถุประสงค์อื่นหรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลใดๆของท่าน  
กับองค์กรอื่น ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง  
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งช่อง)

- ต่ำกว่า 20,000 บาท
- 20,000-30,000 บาท
- 30,001-40,000 บาท
- 40,001-50,000 บาท
- 50,001-60,000 บาท
- มากกว่า 60,000บาท

**ลักษณะพฤติกรรมการออกกำลังกาย**

**6. 6. ความถี่ในการออกกำลังกายของท่าน \***

กรุณาเลือกเพียง1ข้อ  
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
- 2-3 ครั้ง/สัปดาห์
- 4-5 ครั้ง/สัปดาห์
- 6-7 ครั้ง/สัปดาห์
- มากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์
- นานๆที หรือไม่เคยออกกำลังกายเลย

หลังจากคำถามสุดท้ายในส่วนนี้ ให้ข้ามไปตอบข้อ 12

**7. 7. ช่วงเวลาที่ท่านออกกำลังกาย \***

เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ  
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- เช้า (5.00-9.00น.)
- สาย (9.01-12.00น.)
- บ่าย (12.01-16.00น.)
- เย็น (16.01-18.00น.)
- กลางคืน (18.01-21.00น.)
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

**8. 8. ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการออกกำลังกายแต่ละครั้ง \***

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- น้อยกว่า 30 นาที
- 30 นาที - 1 ชั่วโมง
- 2 - 3 ชั่วโมง
- มากกว่า 3 ชั่วโมง

**9. 9. รูปแบบการออกกำลังกายของท่าน \***

สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ  
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- รัง
- ปั่นจักรยาน
- แอโรบิก
- บอดี้เวท
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

**10. 10. สถานที่ที่ท่านเลือกใช้ในการออกกำลังกาย \***

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- สวนสาธารณะ
- ฟิตเนสเซนเตอร์
- บ้าน
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

**11. 11. ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ท่านออกกำลังกาย \***

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- มีความตระหนักถึงการมีสุขภาพที่ดี
- ความอ้วน การรักษารูปร่าง
- เพื่อนชวน
- ตามเทรนด์/สมัยนิยม
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

## ทัศนคติที่เป็นปัญหาในการออกกำลังกาย

### 12. 12. ท่านคิดว่าสาเหตุใดที่ตัวท่านหรือผู้อื่นไม่ออกกำลังกาย \*

สามารถเลือกได้มากกว่า1ข้อ  
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- ไม่มีเวลา
- เหนื่อย และท้อแท้
- ขาดแรงจูงใจ
- ไม่สนุก น่าเบื่อ
- เสียค่าใช้จ่ายสูง
- กลัวมีภาระบาดเจ็บ
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

### 13. 13. ท่านคิดว่าท่านจะสามารถแก้ปัญหาการไม่ยอมออกกำลังกายอย่างไรถึงจะมีประสิทธิภาพสูงสุด

\_\_\_\_\_

## พฤติกรรมการใช้งานApplicationบนSmart Phone

### 14. 14. โดยเฉลี่ยท่านใช้งานSmart phoneวันละเท่าไร \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งข้อ

- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง
- 2 - 3 ชั่วโมง
- 4 - 6 ชั่วโมง
- 6 - 8 ชั่วโมง
- มากกว่า 8 ชั่วโมงขึ้นไป

### 15. 15. การใช้งานบนSmart phoneของท่านเพื่อจุดประสงค์ \*

สามารถเลือกได้หลายตัวเลือก  
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- สื่อสารผ่านโปรแกรมแชท
- ความบันเทิง
- รับข่าวสาร
- เล่นเกม
- ออกกำลังกาย
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

16. **16. Application ที่ท่านใช้งานบ่อย \***

สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก  
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งช่อง)

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

17. **17. ท่านเคยใช้Applicationสำหรับการออกกำลังกายหรือไม่ \***

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งช่อง)

- เคย
- ไม่เคย

18. **18. \*สำหรับท่านที่เคยใช้Applicationสำหรับการ  
ออกกำลังกาย โปรดระบุชื่อApplication**

\_\_\_\_\_

**ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการของงานวิจัย**

Hunter Runner เป็นApp, ที่ผสมผสานระหว่างการออกกำลังกายโดยการวิ่งร่วมกับเกมต่อสู้ โดยการอาศัยเทคโนโลยี "โลกเสมือนผ่านโลกจริง (Augmented Reality)" ที่เปลี่ยนประสบการณ์การวิ่งตามสวนสาธารณะให้เปลี่ยนไป โดยเพิ่มการเล่นเกมที่เข้าไปด้วย เพื่อเพิ่มความสุขสนานและเป็นการสร้างโอกาสให้คนหันมาออกกำลังกาย โดยมีรายละเอียดเป็นรูปแบบจำลองดังภาพด้านล่าง

**Conceptและโลโก้จำลองของตัวApp.**



**HUNTER  
RUNNER**

**HUNTER RUNNER** แอปพลิเคชันเกมออนไลน์บนสมาร์ทโฟน ที่ผสมผสานการออกกำลังกายโดยการวิ่งกับ เกมต่อสู้เข้าด้วยกัน ผ่านการเข้าสู่โลกเสมือนบนหน้าจอสมาร์ทโฟน ที่คุณจะพบกับ วิทยุดนตรี มอนสเตอร์ การต่อสู้ใน แต่ละสาขาอาชีพ

**เพราะโลกของอินเตอร์เน็ตที่แข็งแกร่งเท่านั้นที่อยู่รอด!!!**

**โหมดจำลองการสร้างและออกแบบตัวละคร**



ผู้เล่นจะมีการกำหนดดาเรียด  
เตอร์ในเกมนานสายอาชีพ  
ต่างๆ ซึ่งในแต่ละสายอาชีพจะมี  
ความสามารถในการต่อสู้ที่ไม่  
เหมือนกัน

## แบบจำลองหน้าแสดงผลเวลาใช้งานApp.

### รูปแบบจำลองหน้าจอแสดงผลของ App. Hunter Runner

มอนสเตอร์ที่ผู้เล่นจะต้องต่อสู้เพื่อค่าประสบการณ์ โดยการต่อสู้จะใช้การบริหารร่างกายตามแต่ละฟิสิกซ์ทาง App. กำหนด

แถบระดับพลังของตัวละคร ลดลงเมื่อผ่านการต่อสู้ สามารถเพิ่มขึ้นได้โดยการวิ่งของผู้เล่น

ค่าประสบการณ์สามารถเพิ่มขึ้นได้จาก การวิ่ง การเดิน และ การต่อสู้กับมอนสเตอร์ตัวกลางและเวินา

แสดงข้อมูลของตัวละคร ประกอบด้วย ชื่อ เลเวล จำนวนเหรียญ สายอาชีพ

เหรียญจะอยู่ตามเส้นทางของผู้เล่น ผู้เล่นสามารถเก็บเหรียญเพื่อนำไปซื้อของต่างๆที่ร้านค้าใน App.

19. 19. หากมีApplicationที่สามารถช่วยให้ท่านออกกำลังกายในรูปแบบของเกมออนไลน์ ท่านมีความสนใจหรือไม่ \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

สนใจ

ไม่สนใจ หลังจากคำถามสุดท้ายในส่วนนี้ กรุณากรอกแบบฟอร์มนี้

20. 20. ท่านต้องการให้App. Hunter Runner ของทางเรามีการคิดค่าบริการอย่างไร \*

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- ชื้อApplicationแบบจ่ายครั้งเดียว ไม่มีการเก็บเงินค่าบริการเพิ่ม
- Freemium (ให้ใช้งานฟรี และคิดค่าบริการแพ็คเกจเสริมอื่นๆ)
- คิดค่าบริการเป็นรายเดือน
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

21. 21. ท่านคิดว่าค่าบริการที่เหมาะสมที่ท่านเต็มใจที่จะจ่ายต่อครั้งอยู่ที่ประมาณเท่าไร \*

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- ไม่เต็มใจเสียค่าบริการ
- 1- 50 บาท
- 51 - 100 บาท
- 101 - 200 บาท
- มากกว่า 200 บาท

22. 22. หากมีการพัฒนาApplicationออกมาจริง จะมีโอกาสช่วยให้ท่านมีการออกกำลังกายเพิ่มขึ้นหรือไม่ \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งข้อ

- มีโอกาส
- ไม่มีโอกาส

23. 23. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

---



---



---



---



---