

แผนธุรกิจ  
แอปพลิเคชันตลาดกลางการให้เช่าสินค้าและการบริจาค



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ

แอปพลิเคชันตลาดกลางการให้เช่าสินค้าและการบริจาค

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2559



นางสาวจินตหรา คุรุศาสตร์

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศาร รุ่งเรือง,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรถพล ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวิวงศ์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำสารนิพนธ์แผนธุรกิจแอปพลิเคชันตลาดกลางการให้เช่าสินค้าและบริจาดฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังวงศ์ อาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ที่เปิดโอกาสให้สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการจัดทำสารนิพนธ์แผนธุรกิจฉบับนี้ พร้อมทั้งให้คำปรึกษา เสนอแนะแนวทางตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่เสมอมา จนกระทั่งสารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่กรุณาสละเวลามาเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องและปรับปรุงสารนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์ที่วิทยาลัยการจัดการมิตลทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัยเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการทำวิจัยฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจตลอดมา รวมถึงขอบขอบคุณเพื่อนๆ BM 17B ทุกคนที่คอยช่วยเหลือกันและกันเสมอมา สุดท้ายนี้ ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และเป็นแนวทางในการประกอบการศึกษาแผนธุรกิจนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขออภัยมา ณ ที่นี้

จินตหรา คุรุศาสตร์

## บทสรุปผู้บริหาร

ตลาดแอปพลิเคชันบนมือถือนับเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงมากในปัจจุบัน และกำลังได้รับความสนใจจากทั้งนักลงทุนและนักธุรกิจ start up เป็นจำนวนมาก โดยเล็งเห็นในศักยภาพการเติบโตของตลาด จากตัวเลขของจำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชันด้านโซเชียลเน็ตเวิร์กและด้านความบันเทิงในเมืองไทยที่มีมากกว่า 24 ล้านคนหรือ 37% ของจำนวนประชากร สร้างมูลค่ารายได้มากถึง 600 ล้านดอลลาร์ในปี 2557 ประกอบกับความนิยมในการช้อปปิ้งออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าอีคอมเมิร์ซของประเทศไทยในปี 2557 นั้นสูงถึง 2 ล้านล้านบาท ด้วยมูลค่าตลาดที่มหาศาลนี้เองบริษัทจึงต้องการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ยังไม่เคยมีการใช้งานและเป็นแอปพลิเคชันที่ช่วยแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันรวมทั้งทำให้การดำเนินชีวิตง่ายขึ้น

บริษัท ปันปัน จำกัด ต้องการที่จะเสนอการบริการอีคอมเมิร์ซรูปแบบใหม่เพื่อช่วยให้ลูกค้าที่ไม่ต้องการซื้อสามารถจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาประหยัดมาใช้งานได้ ในขณะเดียวกันก็ช่วยทำให้การจัดการกับสิ่งของเหลือใช้เป็นเรื่องที่สนุกและสร้างรายได้ไปพร้อมๆกัน โดยบริษัทฯ มีบริการที่นำเสนอแก่ลูกค้า 4 ประเภท ได้แก่

1. บริการแพลตฟอร์มตลาดกลางการให้เช่าและบริจาค “PunPun Application “
2. บริการตัวกลางการชำระเงิน “PunPun Guarantee”
3. บริการจัดกิจกรรม CSR ให้แก่องค์กร “PunPun CSR”
4. บริการเสริมอื่นๆ

ทั้งนี้บริษัทฯ กำหนดวิสัยทัศน์ในการเป็นแอปพลิเคชันอันดับหนึ่งของประเทศไทยในการให้บริการแพลตฟอร์มเพื่อการเช่าสินค้าและการบริจาคภายในปี พ.ศ.2564 และตั้งเป้าหมายทางธุรกิจในปีที่ 1 โดยการมีจำนวนยอดดาวน์โหลดแอปพลิเคชันและจำนวนสมาชิก 50,000 คน มีจำนวนสมาชิกซึ่งเป็นหน่วยงาน 50 แห่ง จำนวนการเช่า-ให้เช่า 25,000 ครั้งและเติบโตทุกๆด้านปีละ 50%

จากแผนธุรกิจที่ทางบริษัทกำหนดขึ้น ด้วยเงินลงทุนเริ่มต้น จำนวน 5,000,000 บาท บริษัทจะสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 3 ปี 6 เดือน มีอัตราผลตอบแทนโครงการร้อยละ 29 และมีมูลค่าปัจจุบันโครงการในสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 4,267,107 บาท

## สารบัญ

|   | หน้า      |
|---|-----------|
| กิตติกรรมประกาศ   | ข         |
| บทสรุปผู้บริหาร   | ค         |
| สารบัญตาราง   | ช         |
| สารบัญรูปภาพ  | ซ         |
| <b>บทที่ 1</b> <b>บทนำ</b>                                      | <b>1</b>  |
| 1.1 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ                                  | 1         |
| 1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ  | 3         |
| 1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์   | 4         |
| 1.4 วิสัยทัศน์ (Vision)   | 9         |
| 1.5 พันธกิจ (Mission)   | 9         |
| 1.6 รูปแบบทางธุรกิจ (Business Model)                            | 10        |
| 1.7 วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ                                       | 10        |
| <b>บทที่ 2</b> <b>การวิเคราะห์อุตสาหกรรม</b>                    | <b>12</b> |
| 2.1 การวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรมและตลาด                         | 12        |
| 2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก                                    | 13        |
| 2.2.1 สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal)     | 13        |
| 2.2.2 สภาพทางเศรษฐกิจ (Economic)                                | 14        |
| 2.2.3 สังคม (Social)  | 14        |
| 2.3.4 เทคโนโลยี (Technology)                                    | 15        |
| 2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) | 15        |
| 2.3.1 จุดแข็ง (Strengths)                                       | 15        |
| 2.3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)                                      | 16        |
| 2.3.3 โอกาส (Opportunities)                                     | 16        |
| 2.3.4 ภัยคุกคาม (Threats)                                       | 17        |

## สารบัญ (ต่อ)

|   | หน้า      |
|---|-----------|
| 2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis) | 17        |
| 2.4.1 คู่แข่งทางอ้อม                                      | 17        |
| 2.4.2 คู่แข่งทางตรง                                       | 22        |
| <b>บทที่ 3    แผนการดำเนินธุรกิจ</b>                      | <b>27</b> |
| 3.1 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ                                 | 27        |
| 3.2 โครงสร้างองค์กร                                       | 27        |
| 3.3 แผนว่าจ้างพนักงาน                                     | 28        |
| 3.4 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ (Job description)           | 29        |
| 3.5 แผนผังการนำเสนอบริการ                                 | 31        |
| <b>บทที่ 4    แผนการตลาด</b>                              | <b>40</b> |
| 4.1 การแบ่งส่วนตลาด                                       | 40        |
| 4.2 การเลือกกลุ่มเป้าหมาย                                 | 41        |
| 4.3 กลยุทธ์ทางการตลาด                                     | 41        |
| 4.4 การวางตำแหน่งทางการตลาด                               | 45        |
| <b>บทที่ 5    แผนการเงิน</b>                              | <b>47</b> |
| 5.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน                            | 48        |
| 5.2 การพยากรณ์ยอดขาย                                      | 48        |
| 5.3 งบการเงิน   | 49        |
| 5.4 วิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน                             | 53        |
| 5.5 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน                       | 54        |
| <b>บทที่ 6    แผนบริหารความเสี่ยง</b>                     | <b>55</b> |
| 6.1 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน                           | 55        |
| 6.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน                                 | 56        |
| 6.3 ความเสี่ยงด้านการตลาด                                 | 57        |
| 6.4 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์                                 | 57        |

สารบัญ (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| บรรณานุกรม  | 58   |
| ภาคผนวก   | 59   |
| ภาคผนวก ก : แผนการปฏิบัติงาน                          | 60   |
| ภาคผนวก ข : นโยบายการันตีโดยปันปัน (PunPun Guarantee) | 61   |
| ประวัติผู้วิจัย                                       | 63   |



## สารบัญตาราง

| ตาราง   | หน้า |
|---|------|
| 1.1 เป้าหมายทางธุรกิจของการดำเนินงานในปีที่ 1-5   | 11   |
| 2.1 อัตราภาษีสำหรับ SMEs ที่จดทะเบียนหลังวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2558 จนถึงรอบระยะเวลาบัญชี 31 ธันวาคม พ.ศ.2559 | 14   |
| 2.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบมูลนิธเพื่อการกุศล   | 20   |
| 2.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบมูลนิธเพื่อการกุศล (ต่อ)   | 21   |
| 2.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบมูลนิธเพื่อการกุศล (ต่อ)   | 22   |
| 2.5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่ง  | 25   |
| 2.6 การวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่ง ผู้ให้บริการเช่าสินค้า (ต่อ)   | 26   |
| 2.7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่ง ผู้ให้บริการเช่าสินค้า (ต่อ)   | 27   |
| 3.1 จำนวนพนักงานและอัตราเงินเดือนพนักงานปีที่ 1   | 28   |
| 3.2 จำนวนพนักงานและอัตราเงินเดือนพนักงานปีที่ 1- ปีที่ 5  | 29   |
| 5.1 อัตราภาษีในการประมาณการทางการเงิน   | 47   |
| 5.2 ค่าใช้จ่ายก่อนการเริ่มดำเนินงาน   | 48   |
| 5.3 พยากรณ์รายได้จากการดำเนินงาน ปีที่ 1-5  | 49   |
| 5.4 งบต้นทุนโครงการ   | 49   |
| 5.5 รายการเครื่องใช้สำนักงานและสินทรัพย์ถาวรอื่นๆในการบริหารจัดการ  | 50   |
| 5.6 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ปีที่ 1-5  | 50   |
| 5.7 ค่าใช้จ่ายทางการขาย ปีที่ 1-5   | 50   |
| 5.8 รายละเอียดการคำนวณต้นทุนสินค้าที่ขาย  | 51   |
| 5.9 งบกำไรขาดทุนโดยประมาณ   | 51   |
| 5.10 งบแสดงฐานะการเงินโดยประมาณ   | 52   |
| 5.11 งบประมาณกระแสเงินสดโดยประมาณ   | 53   |
| 5.12 กระแสเงินสดของโครงการ ปีที่ 0-5  | 53   |
| 5.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน  | 54   |



## สารบัญภาพ

| ภาพ  | หน้า  |    |
|------|---|----|
| 2.1  | มูลค่าอีคอมเมิร์ซจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซทั่วประเทศ                     | 12 |
| 3.1  | แผนผังโครงสร้างองค์กร   | 28 |
| 3.2  | หน้าจอแสดงผลเมื่อเข้าสู่แอปพลิเคชัน ปรากฏข้อความต้อนรับสั้นๆ                              | 32 |
| 3.3  | หน้าจอแสดงผล บริการหลักของแอปพลิเคชัน ซึ่งจะแสดงข้อความแนะนำขั้นตอนการใช้บริการ           | 32 |
| 3.4  | หน้าจอแสดงผลเมนู  | 33 |
| 3.5  | แสดงหน้าจอแสดงผลหน้าหลักของแอปพลิเคชัน  | 33 |
| 3.6  | หน้าจอแสดงผลสินค้าตามหมวดหมู่   | 34 |
| 3.7  | หน้าจอแสดงผลรายละเอียดสินค้า หน้าจอแสดงผลเมื่อเข้าสู่แอปพลิเคชัน ปรากฏข้อความต้อนรับสั้นๆ | 34 |
| 3.8  | หน้าจอแสดงผลรายการ Wishlist   | 35 |
| 3.9  | แผนผังการให้บริการบนแอปพลิเคชัน   | 36 |
| 3.10 | กระบวนการแจ้งสินค้านำเข้าคืนชำระเพื่อขอรับเงินชดเชยความเสียหาย                            | 37 |
| 3.11 | กระบวนการในการรับเงินจากทางระบบ PunPun Guarantee  | 38 |
| 3.12 | กระบวนการชำระเงินผ่านระบบ PunPun Guarantee (ต่อ)  | 39 |
| 4.1  | ตำแหน่งทางการตลาดเปรียบเทียบระหว่างราคาสินค้าและความหลากหลายของสินค้า                     | 45 |

## บทที่ 1

### ความเป็นมาของธุรกิจ

#### 1.1 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ

จากปริมาณสิ่งของที่มากเกินไปเกินความต้องการใช้งานในแต่ละครัวเรือนก่อให้เกิดปัญหาในการจัดการสิ่งของเหลือใช้ที่มีประสิทธิภาพ โดยเมื่อพิจารณาทางเลือกในการจัดการสิ่งของเหลือใช้พบว่ามามีวิธีการจัดการที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับสิ่งของเหล่านั้นมากกว่าการทิ้งหลายวิธีการด้วยกัน ซึ่งแต่ละวิธีก็มีข้อจำกัดแตกต่างกัน อาทิ

##### การแจกหรือบริจาค

การแจกหรือการบริจาคสิ่งของเหลือใช้เพื่อส่งต่อสิ่งของที่อาจมีความจำเป็นต่อผู้อื่น เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ นับเป็นทางเลือกที่เป็นที่นิยมวิธีการหนึ่งในการจัดการของเหลือใช้ ทั้งนี้ ในส่วนของผู้ให้ย่อมหวังว่าจะสามารถส่งสิ่งของนั้นๆต่อไปยังผู้ที่มีความจำเป็นอย่างแท้จริง ซึ่งในความเป็นจริงการค้นหาผู้ที่มีความต้องการตรงกันนั้นอาจไม่สามารถทำได้ ผู้บริจาคส่วนใหญ่จึงนิยมบริจาคผ่านมูลนิธิที่เป็นสื่อกลางในการรับบริจาค อย่างไรก็ตามการบริจาคผ่านองค์กรที่เปิดรับการบริจาคทั่วไปอาจมีการตั้งข้อสังเกตว่าสิ่งของที่ได้รับบริจาคมานั้นสามารถส่งถึงผู้รับที่มีความต้องการอย่างแท้จริงหรือไม่ ขณะเดียวกันด้านผู้ที่ต้องการรับบริจาคก็อาจไม่สามารถเข้าถึงผู้บริจาคได้เพราะขาดโอกาสในการสื่อสารโดยตรง

##### การขาย

การขายต่อให้คนรู้จักนั้นเป็นวิธีการที่ง่ายที่สุดเมื่อต้องการขายสินค้าที่ไม่ได้ใช้งาน แต่หากไม่สามารถหาผู้ซื้อได้ อาจต้องใช้วิธีการรวบรวมให้มีจำนวนมากเพียงพอเพื่อนำไปจำหน่ายในโครงการเปิดท้ายขายของ หรือตลาดนัดต่างๆที่จัดขึ้น ซึ่งนอกจากจะเสียเวลาในการขายแล้วยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆเช่น ค่าเช่าสถานที่และค่าเดินทาง อย่างไรก็ตามปัจจุบันการขายสินค้ามือสองออนไลน์เป็นช่องทางที่เป็นทางเลือกหนึ่งที่คนนิยมใช้กันมาก โดยสามารถทำได้ทั้งในเว็บไซต์ที่ให้บริการตลาดซื้อขายอย่าง Kaidee ,TARAD.com และsocial network ซึ่งความปลอดภัยในการซื้อขายก็อาจแตกต่างกันไป ทั้งนี้การถือโถงบนโลกออนไลน์ที่มีมากขึ้น ทำให้ความน่าเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าและความน่าเชื่อถือระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเป็นสิ่งที่ต้องระมัดระวังเป็นอย่างยิ่งในการซื้อขายบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

## การให้เช่า

การให้เช่าก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับของเหลือใช้ได้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ใ้เช่าก็ดี แม้การให้เช่าจะช่วยสร้างรายได้เพิ่มจากการทรัพย์สินที่มีแต่การเช่าไม่ได้รับความนิยมในประชาชนทั่วไป ทั้งนี้เนื่องจากให้เช่ามีข้อจำกัดและมีความยุ่งยากมากกว่าการซื้อขาย โดยมีเงื่อนไขที่จะต้องคำนึงถึงอันได้แก่ สภาพของสินค้า การส่งคืนสินค้า เงินมัดจำค่าสินค้า สภาพของสินค้าที่ส่งคืน ความน่าเชื่อถือของทั้งผู้เช่าและผู้ให้เช่า ดังนั้นการให้เช่าส่วนใหญ่จึงดำเนินการในรูปแบบธุรกิจที่โดยเจ้าของกิจการ ซึ่งมีทั้งแบบมีหน้าร้านและออนไลน์ สินค้าที่เป็นที่นิยมในธุรกิจให้เช่าได้แก่ หนังสือชุดราตรี ชุดแต่งงานรวมทั้งเครื่องจักร

ในทางตรงกันข้ามฝั่งของผู้ที่มีความจำเป็นต้องการสิ่งของ พบว่ามีความต้องการจำนวนหนึ่งที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองนั้นคือ ผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าคุณภาพดี ราคาถูก และต้องการใช้งานในระยะสั้นเท่านั้น ทั้งนี้ความต้องการสินค้าในลักษณะดังกล่าวอาจเป็นผลจากข้อเสียดังกล่าว อาทิ

### ขนาดพื้นที่

การอยู่อาศัยแบบครอบครัวเดี่ยวรวมถึงการอาศัยในเขตชุมชนทำให้ขนาดพื้นที่ที่อยู่อาศัยมีขนาดเล็กลง พื้นที่ใช้สอยและพื้นที่จัดเก็บของมีอยู่อย่างจำกัด การซื้อสินค้าชิ้นใดชิ้นหนึ่งจึงต้องคำนึงถึงพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าชิ้นนั้นเมื่อไม่ใช้งานด้วยเช่นกัน

### ราคา

จากราคาสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้นและสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวทำให้ผู้บริโภคบางส่วนเลือกลดค่าใช้จ่าย โดยการเปลี่ยนมาซื้อสินค้ามือสองหรือเปลี่ยนมาเช่าสินค้าแทนการซื้อสินค้าใหม่ที่มีราคาสูงกว่า โดยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาพบว่ามีร้านขายของมือสองจากญี่ปุ่นได้รับความนิยมอย่างสูงและขยายตัวอย่างรวดเร็ว รวมถึงร้านให้เช่าชุดราตรีที่ได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงที่ผ่านมา

### รูปแบบการดำเนินชีวิต

การปรับเปลี่ยนรวดเร็วตามกระแสแฟชั่นทำให้ความต้องการลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ความต้องการในสินค้านุ่มใหม่เพื่อให้ทันยุคทันสมัยอยู่เสมอ ทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความต้องการใช้สินค้านั้นระยะสั้นมากกว่าระยะยาว โดยประเภทสินค้าที่มีการปรับเปลี่ยนรวดเร็ว ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ

### เวลา

สำหรับการซื้อสินค้าจากร้านสินค้านมือสองทั่วไปอาจพบว่าต้องใช้เวลาค้นหาเป็นเวลานานกว่าสินค้านั้นจะตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ เนื่องจากสินค้านี้มีความหลากหลายและ

คุณภาพแตกต่างกัน การมีตลาดออนไลน์ที่รวบรวมสินค้าจากหลากหลายร้านค้ามาไว้ด้วยกันเป็นทางเลือกที่เข้ามาช่วยให้ผู้บริโภคสามารถประหยัดเวลาในการค้นหาได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันตลาดออนไลน์ที่เปิดให้ผู้ใช้งานสามารถซื้อขายสินค้าได้ฟรีบนอินเทอร์เน็ตก็ให้บริการเป็นจำนวนมาก อาทิ kaidee.com และ tarad.com

จากทางเลือกและปัจจัยดังกล่าวข้างต้นจากทั้งด้านผู้ที่มีสิ่งของเหลือใช้และผู้ที่ต้องการสิ่งของจึงเป็นที่มาของการพัฒนาช่องทางในการจับคู่ความต้องการของทั้งสองฝ่ายที่ตรงกัน ผ่านอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มบนระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนสินค้าและความต้องการของทั้งสองฝ่ายที่ทั้งสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลา อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่จะสามารถสร้างรายได้ให้เจ้าของสินค้าจากทรัพยากรที่มีอยู่ สร้างโอกาสในการเข้าถึงสินค้า ลดค่าใช้จ่ายในการจัดหาทรัพยากร และก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

## 1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ

แผนธุรกิจนี้เป็นการให้บริการที่ออกแบบมาเพื่อเป็นช่องทางในการจับคู่ความต้องการของสองกลุ่ม ได้แก่ คนที่มีสิ่งของมากเกินไปเกินความต้องการและคนที่ต้องการหาสิ่งของ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความต้องการที่ตรงกัน ผ่านทางแอปพลิเคชันตลาดกลางการให้เช่าและบริจาคที่ออกแบบขึ้นใหม่ โดยการบริการจะมุ่งเน้นการแก้ปัญหาการจัดการสิ่งของเหลือใช้ใน 2 วิธี ได้แก่ การบริจาค และการให้เช่า

### การบริจาค

การบริการได้ถูกออกแบบมาให้เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ให้และผู้รับที่สะดวก รวดเร็ว และเชื่อถือได้ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการบริจาคให้มีความสะดวกและง่ายยิ่งขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายให้ผู้ที่มีความจำเป็นหรือผู้ที่ขาดโอกาสในสังคมได้เข้าถึงความช่วยเหลือ ขณะเดียวกันก็ทำให้สิ่งของที่มีผู้บริจาคมานั้นสามารถเป็นประโยชน์สูงสุดแก่ผู้รับ โดยหน่วยงานและมูลนิธิใดๆที่ต้องการความช่วยเหลือสามารถประกาศบนแอปพลิเคชันเพื่อแจ้งความจำเป็นในการขอรับบริจาค เหตุผล หลักฐานและความจำเป็นเร่งด่วนในประกาศนั้นๆ เพื่อให้ผู้ที่มีจิตอาสาที่ต้องการช่วยเหลือได้มีช่องทางในการสื่อสารกลับไปยังต้นทางได้โดยตรง เพื่อสร้างความร่วมมือและความโปร่งใสในการส่งมอบความต้องการการช่วยเหลือในสังคม

### การเช่า

เนื่องจากการให้เช่าสินค้าบนอินเทอร์เน็ตโดยส่วนใหญ่จะให้บริการเฉพาะสินค้าภายในร้านค้า ทำให้สินค้าขาดความหลากหลายหรือมีปริมาณน้อย อีกทั้งแต่ละร้านค้าก็มีเงื่อนไขใน

การให้เช่าที่แตกต่างกันทำให้ผู้เช่าต้องใช้เวลาในการศึกษารายละเอียดและข้อบังคับ เกิดความไม่สะดวกในการรับบริการ อีกทั้งยังต้องศึกษาความน่าเชื่อถือของร้านค้าก่อนการให้บริการ การบริการนี้จึงมุ่งเน้นที่จะแก้ปัญหาดังกล่าวข้างต้น เพื่อเพิ่มทางเลือกในการจัดหาสินค้าผ่านการเช่าสินค้าบนระบบอินเทอร์เน็ตด้วยวิธีการที่สะดวกและเชื่อถือได้ ด้วยสินค้าที่มีจำนวนมาก หลากหลาย คุณภาพดี ในราคาประหยัด

การจัดซื้อจำกัดต่างๆที่เป็นอุปสรรคในการเช่าและการบริจาคต่างๆออกไป และสร้างตลาดกลางการเช่าสินค้าและการบริจาคที่มีประสิทธิภาพ เชื่อว่าจะสามารถเติมเต็มความต้องการของผู้บริโภคและสามารถเกิดประโยชน์ให้แก่เศรษฐกิจ อันได้แก่ การสร้างรายได้แก่เจ้าของทรัพย์สินลดค่าใช้จ่ายในการจัดหาสินค้าใหม่และเกิดการใช้จ่ายทรพย์อย่างคุ้มค่าในท้ายที่สุด

### 1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์

บริการนี้เป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบมาให้อยู่ในรูปแบบของบริการแพลตฟอร์มบนมือถือ โดยผู้ใช้บริการจะต้องทำการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันเพื่อติดตั้งบนระบบปฏิบัติการบนมือถือเพื่อเริ่มต้นการใช้งาน แอปพลิเคชันจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยง ค้นหา และจับคู่ความต้องการของผู้ใช้บริการทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งนี้บริษัทฯแบ่งการบริการเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่

#### 1. บริการแพลตฟอร์ม “PunPun Application”

แอปพลิเคชันนี้ให้บริการแพลตฟอร์มแบบผู้บริโภคต่อผู้บริโภคและธุรกิจต่อผู้บริโภค โดยมีผู้ใช้บริการ 2 ฝ่าย อันได้แก่ ผู้ที่มีสินค้าและผู้ที่ต้องการสินค้า ผู้ใช้บริการสามารถระบุในรายละเอียดสินค้านั้นๆว่าต้องการส่งต่อสินค้าเพื่อสร้างรายได้จากการให้เช่าหรือต้องการส่งต่อสินค้าเพื่อการกุศลไม่แสวงหากำไร โดยการบริจาคสินค้าไปยังผู้ที่มีความต้องการซึ่งสามารถใช้ประโยชน์จากสินค้านั้นอย่างแท้จริง ทั้งนี้ผู้ใช้บริการสามารถสมัครใช้บริการได้ฟรี โดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการสมัครสมาชิกและการลงประกาศ กรณีที่ผู้ให้เช่าหรือผู้ลงประกาศต้องการบริการเสริมพิเศษอื่นๆ อาจมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

#### 2. บริการตัวกลางการชำระเงิน “PunPun Guarantee”

PunPun Guarantee คือ ระบบบริการที่เป็นตัวกลางในการรับชำระเงินจากผู้เช่าและผู้ให้เช่า เพื่อให้การเช่าสินค้าบนแอปพลิเคชันPunPun มีความปลอดภัยสูงสุด ซึ่งระบบ “PunPun Guarantee” จะมีการขึ้นทะเบียนจากคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2551 ทำให้

ผู้ให้บริการสามารถมั่นใจได้ว่าจะได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการและได้รับการคุ้มครองในการทำธุรกรรมผ่านระบบสูงสุด ทั้งนี้เมื่อผู้ให้บริการชำระค่าเช่าผ่านทางระบบจะได้รับการคุ้มครองตามเงื่อนไขบริษัทฯ ได้แก่

- ผู้เช่าได้รับการประกันการคืนเงินค่าสินค้ำหากไม่ได้รับสินค้าหรือสินค้าไม่ตรงกับข้อมูลที่ได้รับ
- ผู้เช่าจะได้รับเงินประกันมัดจำคืนเต็มจำนวนเมื่อการสิ้นสุดกระบวนการส่งคืนสินค้า
- ผู้ให้เช่าได้รับการประกันการได้รับสินค้าคืนในสภาพเดิม โดยได้รับการประกันความเสียหายของสินค้าตามเงื่อนไขบริษัทฯ สามารถเรียกรับการชดเชยจากเงินประกันมัดจำที่ผู้เช่าได้มัดจำไว้กับทางระบบกรณีที่สินค้าชำรุดเสียหาย
- ผู้ให้เช่าได้รับการชดเชยจากเงินประกันมัดจำเต็มจำนวน กรณีที่สูญหายระหว่างการเช่า

ทั้งนี้ทางระบบ “Punpun Guarantee” จะหักค่าธรรมเนียมในบริการ 10% จากรายได้ค่าเช่าที่ผู้ให้เช่าได้รับ โดยผู้เช่าไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆและจะได้รับเงินประกันสินค้าคืนเต็มจำนวนเมื่อการเช่าสมบูรณ์ โดยไม่มีการหักค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียมการโอนเงินแต่อย่างใด

### 3. บริการจัดกิจกรรม CSR ให้แก่องค์กร “PunPun CSR”

สำหรับองค์กรธุรกิจที่ต้องการทำกิจกรรม CSR เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสามารถใช้บริการจัดกิจกรรม CSR จาก PunPun โดยมีรูปแบบการบริการแพ็คเกจแบบครบวงจรประกอบด้วย

- การคัดเลือกองค์กรที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละองค์กร
- การออกแบบและจัดกิจกรรมที่สร้างสรรค์และแตกต่างเพื่อให้เกิดความแตกต่าง
- การจัดหาสถานที่และการตกแต่งสถานที่ในการจัดกิจกรรม
- การประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ facebook และแอปพลิเคชันของบริษัทฯ

บริการจัดกิจกรรมโดยมีอัตราค่าบริการเริ่มต้นที่ 30,000 บาทต่อกิจกรรม

### 4. บริการเสริมอื่นๆ

บริการเสริมที่จัดให้มีบริการ ได้แก่ การเลื่อนประกาศ โดยผู้ลงประกาศสามารถเลื่อนประกาศที่เคยลงไว้ก่อนหน้าเพื่อให้กลับมาอยู่ในหน้าแรกของแอปพลิเคชันได้ เพื่อให้มีโอกาสในการให้เช่าสินค้าของท่านได้มากขึ้น โดยการบริการนี้จะเริ่มให้บริการในปีที่ 2 เป็นต้นไป โดยคิดค่าธรรมเนียมการให้บริการแค่ 5 บาทต่อการเลือกประกาศ 1 ครั้ง

ทั้งนี้การบริการของเราสามารถอธิบายได้จากรูปแบบธุรกิจบน Business Canvas อันได้แก่

### 1. กลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าของเราแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้ที่มีสินค้าและผู้ที่มีสินค้า ซึ่งผู้ที่มีสินค้าอาจเป็นทรัพย์สินส่วนตัวหรืออาจเป็นทรัพย์สินใหม่ที่จัดหาเพื่อการพาณิชย์ก็ได้ ได้แก่

- ผู้ที่ต้องการสร้างรายได้เพิ่มจากทรัพย์สินที่มีในปัจจุบัน
- ผู้ประกอบการที่ให้บริการเช่าสินค้า เพื่อการพาณิชย์
- ผู้ที่ต้องการทดลองใช้สินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ
- ผู้ที่ต้องการเช่าใช้สินค้าแทนการซื้อเพื่อลดค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ราคาของการเช่าโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 10-50% จึงทำให้ผู้เช่าสามารถลดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าใหม่ได้ถึง 50-90%
- ผู้ที่ต้องการเช่าใช้สินค้าในระยะเวลาสั้นๆ แทนการซื้อ เพื่อแก้ปัญหาในการเก็บรักษา
- ผู้ที่ต้องการบริจาคสิ่งของไปยังผู้รับที่มีความจำเป็นอย่างแท้จริง
- ผู้ที่ต้องการรับบริจาคสิ่งของอันเนื่องมาจากความยากลำบากหรือกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติอื่นๆ
- องค์กรหรือหน่วยงานการกุศลที่เป็นสื่อกลางในการจัดหาสิ่งของ รับบริจาคสิ่งของต่างๆ

### 2. คุณค่าของสินค้าและบริการ

บริการของเรามุ่งเน้นให้เกิดคุณค่าทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยมีคุณค่าของสินค้าและบริการ ได้แก่

- สร้างรายได้แก่เจ้าของทรัพย์สิน จากการเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีสิ่งของที่ไม่ได้ใช้งานมีช่องทางในการสร้างรายได้พิเศษนอกเหนือจากรายได้ตามปกติ โดยที่ไม่ต้องลงทุนลงใดๆเพิ่ม ประหยัดเวลาในการหาตลาดด้วยขั้นตอนที่ง่ายและรวดเร็ว
- เพิ่มช่องทางในการกระจายสินค้าของผู้ประกอบการ สำหรับลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการ ในธุรกิจให้เช่าอยู่แล้ว สามารถใช้บริการของบริษัทเพื่อขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น อันเป็นช่องทางที่นอกเหนือจากการเปิดหน้าร้านหรือการเปิดร้านให้เช่าออนไลน์ตามปกติที่เป็นรูปแบบเดิมของธุรกิจ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าอยู่อย่างจำกัด
- สร้างช่องทางให้คนที่ต้องการหาสินค้า ค้นหาสินค้าที่คุ้มค่าในราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อได้สะดวกยิ่งขึ้น

- สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าจากการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ
- สร้างโอกาสให้ผู้ที่มีความจำเป็นหรือขาดแคลนสามารถเข้าถึงสิ่งของและความช่วยเหลือจากสังคมได้โดยง่ายและรวดเร็ว

### 3. กิจกรรมหลัก

- พัฒนาแอปพลิเคชันและแพลตฟอร์มในการให้บริการ บนระบบปฏิบัติการมือถือและคอมพิวเตอร์
- ตรวจสอบและรับประกันคุณภาพสินค้า เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ซื้อจะได้รับสินค้าตรงตามความต้องการ ในระยะเวลาที่กำหนดและสินค้าอยู่ในสภาพดีหลังจากการให้เช่า
- ให้บริการทางการเงินและรับชำระเงินออนไลน์ เมื่อผู้เช่าชำระเงินค่าเช่าและวางมัดจำค่าสินค้าผ่านระบบ “PunPun Guarantee” ผู้เช่าจะได้รับการรับประกันว่าจะได้รับสินค้าที่ถูกต้อง ขณะที่ผู้ให้เช่าจะได้รับการรับประกันว่าจะได้รับสินค้ากลับคืนในสภาพดีหรือสามารถหักเงินประกันเมื่อผู้เช่าไม่ส่งคืนสินค้าได้
- กิจกรรมส่งเสริมการตลาด การจัด โปร โมชัน ส่วนลด เพื่อกระตุ้นให้มีผู้เช่าใช้งานแอปพลิเคชันมากขึ้น
- เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจร้านค้าให้บริการเช่า จากปัจจุบันที่แต่ละร้านค้ามีหน้าร้านหรือโดเมนเฉพาะ โดยทำการรวมรวบร้านค้าต่างๆ เพื่อสร้างความหลากหลายในการบริการ

### 4. ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า

- แอปพลิเคชัน เป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงลูกค้าและเป็นสื่อกลางระหว่างลูกค้า 2 ฝ่าย
- Facebook การสื่อสารผ่านทาง facebook จะช่วยให้แอปพลิเคชันเป็นที่รู้จักได้มากขึ้นและผู้ใช้บริการสามารถติดตามข่าวสารต่างๆผ่านทาง Fanpage ได้
- กระตุ้น pantip เนื่องจากมีกระตุ้มหลายเรื่องที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับการบริการบนแพลตฟอร์มนี้ เช่น การส่งต่ออาหารหรือขนมให้คนที่จำเป็น เป็นต้น ดังนั้นบริษัทจึงมองเห็นว่าเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงได้อีกทางหนึ่ง

### 5. ทรัพยากรหลัก

ทรัพยากรหลักของบริการปั่นปั่นได้แก่

- แพลตฟอร์ม การมีแพลตฟอร์มที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และมีความปลอดภัยสูง โดยมุ่งพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง



- เครือข่ายผู้ประกอบการให้เช่า ความหลากหลายของสินค้าที่เกิดจากการรวมตัวของผู้ประกอบการให้เช่าซึ่งแต่ละรายมีสินค้าปริมาณมาก ช่วยดึงดูดให้จำนวนผู้เช่ามีปริมาณสูงขึ้นตามไปด้วย
- ระบบการเงินที่ปลอดภัยและเชื่อถือได้ ปั่นป่วนมุ่งเน้นในการสร้างความปลอดภัยในการชำระเงินและการทำธุรกรรมทางการเงิน ความโปร่งใสและความรวดเร็วในการจัดการระบบเงินมัดจำและการชำระค่าเช่า

#### 6. ความสัมพันธ์กับลูกค้า

- การเป็นตัวกลางในการบริการธุรกรรมทางการเงินของลูกค้า การดูแลเงินมัดจำ-ค่าเช่าของผู้เช่า และการส่งคืนเงินมัดจำแก่ผู้เช่า ในระหว่างการเช่าสินค้าจนถึงส่งคืนสินค้า
- การบริการนำส่งเงินค่าเช่าแก่ผู้ให้เช่า เมื่อผู้เช่าแจ้งยืนยันการได้รับสินค้า และการหักเงินประกันจากผู้เช่าเพื่อนำส่งแก่ผู้ให้เช่าในกรณีสินค้าสูญหายระหว่างการเช่า

#### 7. พันธมิตร

- Paysbuy เพื่อให้การบริการทางการเงินสะดวกต่อผู้ใช้บริการมากที่สุด ปั่นป่วนจึงเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่าน Paysbuy ที่มีความปลอดภัยสูงและมีช่องทางที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นบัตรเครดิตธนาคารต่างๆ การชำระด้วยเงินสด การผ่อนชำระและธนาคารออนไลน์ต่างๆ
- ผู้ประกอบการให้เช่าทั้งที่ให้บริการโดยมีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์
- องค์กรการกุศล มูลนิธิ องค์กรต่างๆ ที่ต้องการรับความช่วยเหลือ

#### 8. โครงสร้างเงินทุน

- IT Infrastructure การลงทุนในเทคโนโลยี ได้แก่ การออกแบบและพัฒนา Platform และการเช่าระบบ Server
- ค่าธรรมเนียมในการโอน เมื่อสินค้าถูกส่งถึงมือผู้เช่าและมีการแจ้งรับสินค้า ผู้ให้เช่าจะได้รับการแจ้งยอดรายได้จากค่าเช่าผ่านระบบ PunPun Guarantee โดยระบบจะทำการโอนเงินเข้าบัญชีผู้ให้เช่าเมื่อมีการเรียกเงินเข้าบัญชีธนาคาร โดยในการโอนแต่ละครั้งบริษัทได้เลือกช่องทางที่มีค่าธรรมเนียมการโอนดีที่สุดกรณีโอนต่างธนาคารได้แก่ บริการของธนาคารกรุงเทพ ในระบบ ibanking ซึ่งมีค่าบริการอยู่ที่ 10-12 บาท (ใช้เวลา 2 วันจึงจะถึงผู้รับ)
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย
- ค่าใช้จ่ายทางการบริหารเงินเดือนและค่าจ้างพนักงาน

## 9. รายได้หลัก

- รายได้จากค่าธรรมเนียม 10% จากค่าเช่าสินค้าที่ผู้ให้เช่ากำหนดราคา
- รายได้จากบริษัทเอกชน ในการทำกิจกรรม CSR ครบวงจร
- รายได้จากบริการเสริมพิเศษอื่นๆ

## 1.4 วิสัยทัศน์ (Vision)

บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์องค์กรคือ การเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยกำหนดวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจ ได้แก่

1. การเป็นแอปพลิเคชันอันดับหนึ่งของประเทศไทยในการให้บริการแพลตฟอร์มเพื่อการเช่าสินค้า ภายในปี พ.ศ.2564
2. การเป็นแอปพลิเคชันอันดับหนึ่งของประเทศไทยในการให้บริการแพลตฟอร์มเพื่อการบริจาคและการรับบริจาค ภายในปี พ.ศ.2564

## 1.5 พันธกิจ (Mission)

บริษัทฯ กำหนดพันธกิจองค์กรไว้ 3 ข้อ ได้แก่

1. เป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม เพื่อการเช่าระหว่างผู้ให้เช่าและผู้เช่า ผู้บริจาคและผู้รับบริจาค เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ทุกความต้องการ ด้วยบริการที่สะดวกและรวดเร็ว และเกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
2. เป็นผู้ให้บริการดูแลความปลอดภัยในการเช่าสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจในการเช่าแก่ทั้งผู้ให้เช่าและผู้เช่า
3. การให้บริการแพลตฟอร์ม เพื่อการบริจาคระหว่างผู้บริจาคและผู้รับบริจาค ที่มีความน่าเชื่อถือ โปร่งใส และตรวจสอบได้

## 1.6 รูปแบบธุรกิจ (Business model)

รูปแบบธุรกิจของแอปพลิเคชันปันปัน ประกอบด้วยรูปแบบทางธุรกิจถึง 3 รูปแบบ ได้แก่

### 1.6.1 Platform

บริการของปันปันมีรูปแบบธุรกิจหลักคือการบริการ Platform ซึ่งให้บริการในการเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ใช้สองฝั่ง อันได้แก่ ผู้ที่มีสินค้าและผู้ที่ต้องการหาสินค้า เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างผู้เช่าและผู้ให้เช่า ผู้บริจาคและผู้รับบริจาค

### 1.6.2 Servitization

ปันปัน ให้บริการแก่ผู้ใช้โดยการรับประกันสินค้าผ่านระบบ “PunPun Garuntee” โดยเมื่อผู้ใช้โอนชำระค่าสินค้าผ่านระบบของเรา ทางบริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบสินค้าดังกล่าวแก่ผู้เช่าและผู้เช่าตามนโยบายการรับประกันสินค้าที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้ผู้เช่าและผู้ให้เช่ารู้สึกมั่นใจและปลอดภัยในการใช้งานบนแพลตฟอร์มของเรา

### 1.6.3 Personalization

ปันปัน มีบริการที่ออกแบบเฉพาะเพื่อลูกค้าแต่ละรายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกัน อันได้แก่ “PunPun CSR” โดยเป็นบริการที่ออกแบบเฉพาะสำหรับองค์กรใดองค์กรหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อให้มีความเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายอย่างแท้จริง รวมทั้งบริการเสริมได้แก่ บริการเลื่อนประกาศ ที่จะเลื่อนประกาศไปไว้ที่ตำแหน่งบนสุดของประกาศทั้งนี้เพื่อเพิ่มโอกาสในการมีผู้เช่ามากขึ้น ซึ่งผู้ใช้สามารถกำหนดการใช้งานได้ด้วยตนเอง

## 1.7 วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ (Business goal)

บริษัทฯ กำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจไว้ 4 เรื่อง ได้แก่

1. จำนวนยอดดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน
2. จำนวนสมาชิกในระบบ (USER)
3. จำนวนสมาชิกมูลนิธิ หน่วยงาน และองค์กรการกุศลต่างๆ
4. จำนวนการเช่า-ให้เช่าสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน

โดยบริษัทฯ ตั้งเป้าหมายทางธุรกิจของการดำเนินงานปีที่ 1 คือ มีจำนวนยอดดาวน์โหลดแอปพลิเคชันจำนวน 50,000 ครั้ง จำนวนสมาชิก 50,000 USER มีจำนวนการเช่า-ให้เช่าผ่าน

แอปพลิเคชันครั้งหนึ่งของจำนวนสมาชิกหรือเท่ากับ 25,000 ครั้ง และต้องการที่จะเติบโตปีละ 50% ในทุกตัววัด ดังจะแสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 เป้าหมายทางธุรกิจของการดำเนินงานในปีที่ 1-5

|   | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| จำนวนขอดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน(ครั้ง)                    | 50,000  | 75,000  | 112,500 | 168,750 | 253,125 |
| จำนวนสมาชิก (USER)                                    | 50,000  | 75,000  | 112,500 | 168,750 | 253,125 |
| จำนวนสมาชิกมูลนิธิและหน่วยงานต่างๆ<br>(แห่ง)          | 50      | 75      | 113     | 169     | 253     |
| จำนวนการเช่า-ให้เช่าสินค้า ผ่าน<br>แอปพลิเคชัน(ครั้ง) | 25,000  | 37,500  | 56,250  | 84,375  | 126,563 |

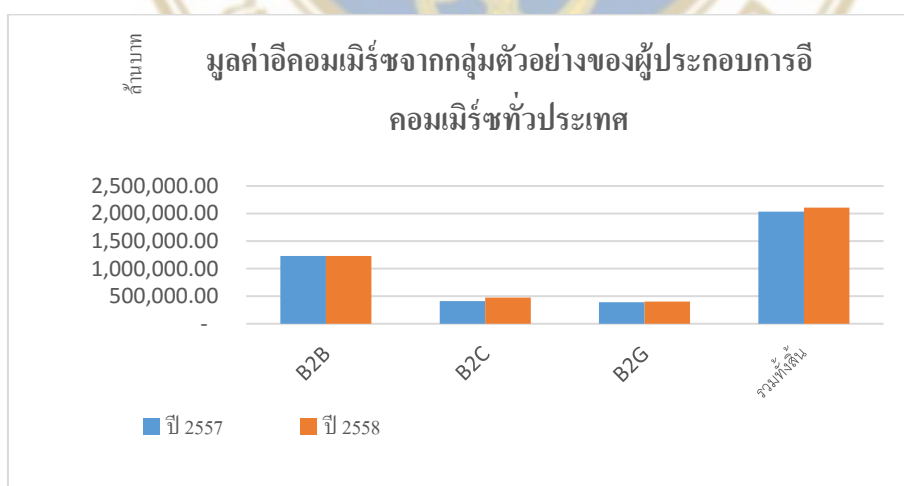


## บทที่ 2

### การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

#### 2.1 การวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรมและตลาด

ผลสำรวจจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2557 พบว่ามูลค่าอีคอมเมิร์ซประเทศไทยมีมูลค่า รวมทั้งสิ้น 2,033,493.4 ล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในปี พ.ศ.2558 โดยคาดการณ์ว่ามีมูลค่าทั้งสิ้น 2,107,609.88 ล้านบาท ซึ่งแบ่งเป็นมูลค่าขายจากผู้ประกอบการ B2B จำนวน 1,230,106.23 ล้านบาท (58.32%) มูลค่าขายจากผู้ประกอบการ B2C จำนวน 474,648.91 ล้านบาท (22.57%) และมูลค่าขายจากผู้ประกอบการ B2G จำนวน 402,883.74 ล้านบาท (19.11%) และจากการจัดแบ่งตามประเภทอุตสาหกรรมพบว่าอุตสาหกรรมการค้าปลีกและการค้าส่งอยู่ในอันดับ 3 โดยมีมูลค่าทั้งสิ้น 325,077.48 ล้านบาท (19.0%) ดังแสดงในรูปที่ 2.1 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2558)



ภาพที่ 2.1 แสดงมูลค่าอีคอมเมิร์ซจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซทั่วประเทศ  
ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์เฉพาะตัวเลขอุตสาหกรรมการค้าปลีกอีคอมเมิร์ซทั่วประเทศในปี 2557 พบว่ามีสัดส่วนเพียง 0.2% ของมูลค่าค้าปลีกทั่วประเทศ เมื่อเทียบกับประเทศจีนซึ่งเป็นผู้นำธุรกิจอาเซียนที่มีสัดส่วนถึง 8% ของมูลค่าค้าปลีกทั่วประเทศ นักวิเคราะห์จึงประเมินว่าตลาดอีคอมเมิร์ซในไทยนั้นมีศักยภาพที่จะเติบโตได้อีกกว่า 40 เท่า

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซจากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่เพิ่มขึ้น โดยจากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่าในปี 2558 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ถึงประมาณ 33-34.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากในปี 2556 ที่มีจำนวนผู้ใช้เพียง 18.3 ล้านคนหรือเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 89 ประกอบกับการพัฒนาการสื่อสารระบบ 4G ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตบนมือถือได้อย่างรวดเร็วและมีความเสถียรมากยิ่งขึ้น รวมถึงการทำให้ราคาและบริการมีราคาที่ถูกลง ซึ่งจะส่งผลประโยชน์โดยตรงต่อความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่สะดวกสบายผ่านทางสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตในการใช้ ช่วยผลักดันให้การซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ให้เติบโตยิ่งขึ้นไปอีกในปี 2559 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

ด้วยปัจจัยข้างต้นส่งผลให้ภาพรวมของธุรกิจอีคอมเมิร์ซไทยยังคงมีแนวโน้มที่ดีและมีศักยภาพในการเติบโตได้อีกมากในระยะต่อไป

## 2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

การวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจ MacroEnvironment ต่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

### 2.2.1 สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal) (+)

รัฐบาลได้มุ่งส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs อย่างต่อเนื่อง ยังจะเห็นได้จากการที่รัฐบาลได้อนุมัติมาตรการลดภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับผู้ประกอบการ SMEs โดยลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 2 รอบระยะเวลาบัญชีต่อเนื่องกัน สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2558 จนถึงรอบระยะเวลาบัญชี 31 ธันวาคม พ.ศ. 2559 โดยมีอัตราภาษีดังแสดงในตารางที่ 2.1

**ตารางที่ 2.1** อัตราภาษีสำหรับ SMEs ที่จดทะเบียนหลังวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2558 จนถึงรอบระยะเวลาบัญชี 31 ธันวาคม พ.ศ. 2559

| กำไรสุทธิทางภาษี     | อัตราภาษี (ร้อยละ) | ข้อเสนอ (ร้อยละ) |
|----------------------|--------------------|------------------|
| 1-300,000            | ยกเว้น             | ยกเว้น           |
| 300,001 -1,000,000   | 15                 | 10               |
| 1,000,0001 บาทขึ้นไป | 20                 | 10               |

นอกจากนี้รัฐบาลยังยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับผู้ประกอบการ SMEs รายใหม่ (New Start-up) ที่จดทะเบียนพาณิชย์ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2558 ถึง 31 ธันวาคม 2559 เป็นระยะเวลา 5 รอบบัญชีต่อเนื่องกัน สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเป้าหมายหลักที่มีศักยภาพขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (New Engine of Growth) ตามที่สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติกำหนด เช่น กลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูป เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นสูง ดิจิทัล และการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานของธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่อยู่ในเงื่อนไขดังกล่าวได้รับประโยชน์จากสิทธิพิเศษทางภาษีอย่างมาก ทั้งนี้มาตรการในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลส่งผลในทิศทางบวกต่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซในปัจจุบัน

### 2.2.2 สภาพทางเศรษฐกิจ (Economic) (+)

จากแนวโน้มเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวเพียงเล็กน้อย ด้วยตัวเลขการคาดการณ์อัตราการขยายตัวของ GDP 3.5% (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจที่เอ็มบี,2559) ซึ่งเป็นการเติบโตที่ต่ำที่สุดในภูมิภาคอาเซียน รวมทั้งแนวโน้มการบริโภคภายในประเทศในปี 2559 ที่ยังคงต่ำ อันเป็นผลจากราคาผลผลิตทางการเกษตรที่ตกต่ำ ธุรกิจอีคอมเมิร์ซจึงเป็นทางเลือกให้ผู้ซื้อใช้ในการซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางออกนอกบ้าน นอกจากนี้ปัจจุบันคนไทยจำนวนมากนิยมใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลซึ่งทำให้ง่ายต่อการเปรียบเทียบข้อมูลสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ ทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซยังสามารถเติบโตได้ดีแม้ในสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว

### 2.2.3 สังคม (Social) (+)

จากผลสำรวจจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตที่สำรวจโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า ในปี 2558 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ถึง ประมาณ 33 - 34.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก ในปี 2556 ที่มีจำนวนผู้ใช้เพียง 18.3 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 89 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) ส่งผลดีต่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซให้เติบโตตามปริมาณผู้ใช้งานที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้

ยังพบว่าความนิยมในการซื้อสินค้าออนไลน์ของคนไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อปิ้งออนไลน์ของคนไทย พบว่าช่องทางซื้อปิ้งออนไลน์ อย่างโซเชียลมีเดียมีการใช้งานเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมากถึงร้อยละ 69 และเป็นอัตราที่สูงกว่าผู้บริโภคในประเทศอื่นๆ (COTTON USA Global Lifestyle Monitor, 2558)

#### 2.2.4 เทคโนโลยี (Technology) (+)

การพัฒนาการสื่อสารระบบ 4G และการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องมือสื่อสารทั้งมือถือและแท็บเล็ตส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตบนมือถือได้อย่างรวดเร็วและมีความเสถียรมากยิ่งขึ้น ในราคาที่ถูกลง ส่งผลประโยชน์โดยตรงต่อความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่สะดวกและรวดเร็ว ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญในการกระตุ้นการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในอนาคต

นอกจากนี้การพัฒนาเทคโนโลยีในยังทำให้ช่องทางการชำระเงินค่ามีหลากหลายมากขึ้น ประชาชนจึงสามารถเลือกชำระค่าสินค้าและบริการได้ในช่องทางที่สะดวก อาทิ บัตรเงินสด ธนาคารออนไลน์ ระบบบาร์โค้ดออนไลน์ ระบบ Line pay ทำให้การทำธุรกรรมซื้อขายออนไลน์มีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าระบบดังกล่าวจะมีความปลอดภัยในระดับสูง แต่ในการใช้งานจริงผู้ใช้ก็ต้องใช้ความระมัดระวังจากความเสี่ยงอันเกิดจากการถูกขโมยข้อมูล จากไวรัสหรือแฮกเกอร์ที่อาศัยช่องทางการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นเพื่อก่ออาชญากรรมทางการเงินด้วยเช่นกัน

จากการวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจ Macro Environment ต่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ในภาพรวมพบว่าธุรกิจอีคอมเมิร์ซได้รับผลดีจากปัจจัยทั้งสี่ด้านที่กล่าวมาข้างต้น จึงเชื่อได้ว่าอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในอนาคตและมีความน่าสนใจต่อการลงทุน

### 2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

#### 2.3.1 จุดแข็ง (Strengths)

- บริษัทฯเป็นผู้ให้บริการตลาดเช่าสินค้าเป็นรายแรกในประเทศไทย



- บริษัทฯมีความน่าเชื่อถือ โดยได้รับการขึ้นทะเบียนจากคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2551
- จดทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และได้รับเครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนและเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ทรัสต์มาร์ค)
- การบริการมีความปลอดภัย ผ่านระบบการชำระเงินของ “ PunPun Guarantee” ทำให้ผู้ใช้บริการลดความเสี่ยงจากการฉ้อโกงบนอินเทอร์เน็ต
- มีระบบประกันสินค้าที่มีประสิทธิภาพโดยการรับประกันสินค้าหากผู้เช่าไม่ได้รับสินค้าและกรณีที่ผู้ให้เช่าไม่ได้รับสินค้าคืนจากผู้เช่า
- สินค้ามีความหลากหลาย จากจำนวนผู้ใช้บริการที่มีจำนวนมากทั้ง 2 ฝ่าย ทำให้มีสินค้าในตลาดไว้บริการมากกว่าการเช่าในอีคอมเมิร์ซโดยทั่วไป

### 2.3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

- ผู้บริหารไม่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะด้านการออกแบบ platform
- เงินทุนบริษัทน้อยกว่าผู้ให้บริการอีคอมเมิร์ซรายใหญ่

### 2.3.3 โอกาส (Opportunities)

- การเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
- แนวโน้มการบริโภคภาคเอกชนที่ยังไม่ฟื้นตัวในสถานะเศรษฐกิจระยะ 1-2 ปีนี้ ทำให้การเช่าเป็นทางเลือกแทนการซื้อสินค้า
- การพัฒนาระบบ 4G ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตได้ง่ายยิ่งขึ้น
- ความนิยมในการซื้อสินค้าออนไลน์ของคนไทยเพิ่มสูงขึ้น โดยผลสำรวจพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของคนไทย พบว่าช่องทางซื้อสินค้าออนไลน์อย่างโซเชียลมีเดียมีการใช้งานเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมากถึงร้อยละ 69 และเป็นอัตราที่สูงกว่าผู้บริโภคในประเทศอื่นๆ (COTTON USA Global Lifestyle Monitor, 2558)

### 2.3.4 ภัยคุกคาม (Threats)

- จำนวนผู้ให้บริการตลาดซื้อขายออนไลน์มีมากมาย
- มีการลงทุนในตลาดซื้อขายออนไลน์จากนักลงทุนรายใหญ่ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ อาทิ Rakuten ,Alibaba
- การเข้าตลาดทำได้ง่ายทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ

## 2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)

การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม เนื่องจากธุรกิจของเรามีลักษณะเป็นแพลตฟอร์มบนระบบอินเทอร์เน็ต จึงอาจสามารถวิเคราะห์คู่แข่งโดยแยกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ คู่แข่งทางตรง และคู่แข่งทางอ้อม

### 2.4.1 คู่แข่งทางอ้อม

ได้แก่ คู่แข่งที่ให้บริการตลาดซื้อขายออนไลน์ (Market place) โดยมีลักษณะคือเป็นตลาดกลางที่ให้บริการระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อบนระบบอินเทอร์เน็ต ตามเงื่อนไขที่ระบบกำหนด คู่แข่งในกลุ่มนี้ ได้แก่

- Lazada บริษัทอีคอมเมิร์ซที่ให้บริการในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เน้นการโปรโมททุกช่องทางบนไม่ว่าจะเป็น Facebook หรือ Google มีสินค้าให้เลือกจำนวนมาก ครอบคลุมและหลากหลาย ทำการตลาดโดยมีโค้ดส่วนลด สินค้าลดราคา โปรโมชั่นบัตรต่างๆ ขณะที่ข้อเสียคือ ส่วนของสินค้าจากร้านค้าร่วมที่อาจไม่ได้มาตรฐาน การक्रमสินค้าที่ใช้เวลานาน และสินค้าไม่ได้คุณภาพหรือไม่ตรงกับรูปภาพ
- Zalora มีรูปแบบเป็นอีคอมเมิร์ซที่จำหน่ายสินค้าหลักประเภทเสื้อผ้า โดยจำแนกประเภทเป็นเสื้อผ้าผู้ชาย เสื้อผ้าผู้หญิง นาฬิกา แว่น เครื่องแต่งกาย รองเท้า ให้ความรู้สึกเหมือนการเลือกในห้างสรรพสินค้าเสมือนตู้เสื้อผ้าออนไลน์เคลื่อนที่ โดยมีทั้งสินค้าจากร้านค้าร่วมและสินค้าที่จำหน่ายโดย Zalora เอง
- WeLoveShopping เป็นอีคอมเมิร์ซซึ่งเน้นสินค้าประเภทสินค้าแฟชั่น เคสมือถือของจิปาตะ และสินค้าเพื่อความสวยงาม โดยมีลักษณะคล้ายตลาดนัดที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

- Rakuten ([Tarad.com](http://Tarad.com)) เป็นเว็บไซต์ซึ่งให้บริการตลาดซื้อขายออนไลน์ มีโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิต และมีพันธมิตรมากมาย มีชื่อเสียงและจุดเด่นด้านการขายสินค้ามือสองและมีจำนวนร้านค้าต่างๆมาร่วมเป็นสมาชิกเปิดร้านค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ของ Rakuten เป็นจำนวนมาก ทำให้มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย อีกทั้งยังมีการสะสมคะแนนเพื่อใช้แทนเงินสดอีกด้วย
- iTrueMart เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซที่ให้บริการโดยทรู จำหน่ายสมาร์ตโฟน สินค้าไอที เครื่องออกกำลังกายและสินค้าอื่นๆมากมาย หลายสินค้ามีส่วนลด โปรโมชั่น ออกมาอย่างต่อเนื่อง ข้อดีคือ สินค้าบริการส่งฟรีทั่วประเทศ สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีขั้นต่ำในการซื้อสินค้า และมีรายการสินค้าIT ผ่อน 0% ร่วมด้วย

คู่แข่งทางอ้อมอีกประเภทหนึ่ง ได้แก่ มูลนิธิ องค์กรการกุศลต่างๆ ที่ทำหน้าที่ในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม อาทิ โดยแต่ละองค์กรมีแหล่งที่มาของรายได้และการหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่

- มูลนิธิเด็กโสสะแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นองค์กรที่ดำเนินการช่วยเหลือเด็กไทยที่สูญเสียพ่อแม่และญาติมิตร ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2514 โดยมุ่งดูแลและให้การศึกษแก่เด็กจนถึงระดับการศึกษาสูงสุดตามความสามารถ (ระดับปริญญาตรี) เพื่อให้เด็กสามารถเลี้ยงดูตัวเองได้ในอนาคต ปัจจุบันมีเด็กที่อยู่ในความดูแลของมูลนิธิกว่า 700 คน ในหมู่บ้านเด็กโสสะทั้ง 5 แห่งทั่วประเทศ ได้แก่ บางปู สมุทรปราการ, หาดใหญ่ สงขลา, หนองคาย, เชียงราย และภูเก็ต
- มูลนิธิสันติสุข เป็นองค์กรที่ดำเนินงานหลายโครงการ อันได้แก่ โครงการสถานรับเลี้ยงเด็ก โครงการทุนการศึกษา โครงการอาหารเพื่อน้อง โครงการอาหารกลางวัน โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและโครงการช่วยเหลือยามฉุกเฉิน
- มูลนิธิสร้างรอยยิ้ม ประเทศไทย ดำเนินงานให้ความช่วยเหลือด้านศัลยกรรมแก้ไขภาวะปากแหว่งเพดานโหว่และความผิดปกติบนใบหน้าแก่เด็กๆทั่วประเทศ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายมีโครงการอัน ได้แก่ โครงการรอยยิ้มสดใสหัวใจเปี่ยมสุข โครงการดูแลหลังการผ่าตัดและโครงการของนักเรียน
- มูลนิธิอินเทอร์เน็ตรวมพัฒนาไทย ([www.ThaiGiving.org](http://www.ThaiGiving.org)) คือเว็บไซต์ที่รวมข้อมูลขององค์กรสาธารณกุศลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย บริการข่าวสารและเหตุการณ์เกี่ยวกับการรับบริจาคต่างๆ ให้บริการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อระดมความช่วยเหลือต่างๆจากผู้ใช้ทั่วโลก โดยผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถบริจาคโดยตรงแก่หน้าเว็บของแต่ละองค์กรที่ปรากฏในเว็บไซต์นี้ หรือบริจาคผ่านระบบบริการ

บนเว็บไซต์แห่งนี้ โดยระบบทำการหักค่าธรรมเนียม 3% หลังจากหักค่าใช้จ่ายของระบบ Payment Gateway (Taradpay) ในทุกการบริจาค เพื่อใช้ในการบำรุงรักษาพัฒนาและติดตามการบริจาคให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง รวมทั้งสามารถบริจาคออนไลน์หรือผ่านการซื้อสินค้าที่ระลึกจากมูลนิธิแห่งนี้ได้อีกด้วย เว็บไซต์นี้ประกอบด้วยรายละเอียดข้อมูลขององค์กร กิจกรรม เวิร์คช็อป และทรัพยากรที่องค์กรต้องการของกว่า 440 องค์กร จากทั่วประเทศ

- มูลนิธิกระจกเงา ดำเนินโครงการได้แก่ กองทุนตามน้องกลับบ้าน โครงการอาหารเพื่อเพื่อน เพื่อคนไร้บ้าน โครงการคอมพิวเตอร์เพื่อน้อง โครงการรณรงค์ยุติธุรกิจขอตาน โครงการผู้ป่วยข้างถนน โครงการอาสาสมัคร โครงการแบ่งปันเพื่อการเปลี่ยนแปลง โดยรับบริจาคคอมพิวเตอร์เก่า หนังสือมือสอง เสื้อผ้าสภาพดี และสิ่งของที่ยังคงสภาพดีทุกประเภท สำหรับสิ่งของที่ได้รับบริจาคมานั้น จะมีการบริหารจัดการ 2 ส่วน คือ
  - 1) ส่งมอบต่อให้กับผู้ที่ขาดแคลน อันได้แก่ ผู้ป่วยและผู้สูงอายุในโครงการอาสาสมัคร พื้นที่ประสบอัคคีภัยหรืออุทกภัย และ โรงเรียนต่างจังหวัด คนไร้บ้าน ผู้ป่วยข้างถนน สถานสงเคราะห์คนไร้ที่พึ่ง 13 แห่ง
  - 2) จำหน่ายสินค้าในร้านแบ่งปัน เพื่อระดมทุนเข้ากองทุนแบ่งปัน และใช้ในการดำเนินงานของมูลนิธิ
- มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ก่อตั้งโดย ศุภนิมิตสากล (World Vision International Organization) จัดตั้งขึ้นในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ.2515 ปัจจุบันดำเนินงาน 71 โครงการ ใน 43 จังหวัดทั่วทุกภาคของประเทศไทยและมีเด็กในความอุปการะ 89,465 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 29 ตุลาคม 2558) ดำเนินพันธกิจด้านต่างๆ ในกระบวนการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ความช่วยเหลือผู้ยากไร้ ด้วยโอกาสในสังคมและผู้ที่ดำเนินชีวิตในภาวะยากลำบาก โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเด็ก ครอบครัว ชุมชนและผู้ประสบภัยพิบัติต่างๆ

ทั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบมูลนิธิเพื่อการกุศลซึ่งเป็นคู่แข่งทางอ้อมในประเด็นสำคัญได้แก่ ช่องทางประชาสัมพันธ์ รายละเอียดโครงการ และช่องทางการรับบริจาค ดังแสดงในตารางที่ 2.1-2.4

ตารางที่ 2.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบมูลนิธิเพื่อการกุศล

| ชื่อมูลนิธิ             | มูลนิธิเด็ก โสสะ ใน พระบรมราชูปถัมภ์  | มูลนิธิสันติสุข   |
|-------------------------|---|---|
| ช่องทางการประชาสัมพันธ์ | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ประชาสัมพันธ์ โดยมีดารานักแสดงร่วมประชาสัมพันธ์ อาทิ แพนเค้ก เขมนิจ</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของมูลนิธิ</li> <li>• สามารถร่วมกิจกรรมกับเด็ก ๆ ได้</li> </ul>   |
| โครงการของมูลนิธิ       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• จำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่ออกแบบโดยนักวาดภาพการ์ตูนชื่อดัง</li> <li>• ร่วมสนับสนุนการเลี้ยงดูเด็กต่อเนือง 600 บาทต่อเดือน</li> <li>• ร่วมสนับสนุนตามกำลังศรัทธา</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ร่วมโครงการอุปการะเด็ก เดือนละ 500 บาท โดยแต่ละปีผู้อุปการะจะได้รับจดหมายขอบคุณ ภาพวาด และผลการเรียนของเด็ก</li> <li>• รับบริจาคทั้งเงินสด ของใช้จำเป็น อาหารและเสื้อผ้า</li> </ul>                          |
| ช่องทางการรับบริจาค     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• บริจาคผ่านบัตรเครดิตออนไลน์ Visa ,Master card</li> <li>• โอนผ่านบัญชีธนาคาร (Bank Transfer Offline)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• บริจาคโดยการโอนผ่านบัญชี (Bank Transfer Offline) ธนาคารชื่อ “มูลนิธิสันติสุข” และกรอกแบบฟอร์มออนไลน์เพื่อรับใบเสร็จ</li> <li>• บริจาคด้วยตนเองที่มูลนิธิสันติสุขคลองเตยและมูลนิธิสันติสุขคลองกรุง</li> </ul> |

ตารางที่ 2.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบมูลนิธิการกุศล (ต่อ)

| ข้อมูลมูลนิธิ           | มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย   | มูลนิธิอินเตอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย  |
|-------------------------|--|--|
| ช่องทางการประชาสัมพันธ์ | <ul style="list-style-type: none"> <li>• มีหน่วยรับบริจาคนอกสถานที่ เพื่อประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ</li> <li>• ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มูลนิธิเองอย่างต่อเนื่อง อัปเดตข่าวสารกิจกรรมและข่าวผู้ให้การสนับสนุนประจำเดือน</li> <li>• จัดทำวารสารศุภนิมิต</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• มีการรายงานข่าวสารการรับบริจาคจากหน่วยงานธุรกิจบนเว็บไซต์ของตัวเอง</li> <li>• จัดทำการให้เรตติ้งความน่าเชื่อถือของแต่ละองค์กรเพื่อเปรียบเทียบให้ผู้เข้าชมทราบ</li> </ul>  |
| โครงการของมูลนิธิ       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• โครงการอุปการะเด็ก โดยบริจาค 600 บาท/คน/เดือน</li> <li>• โครงการอาหารกลางวัน</li> <li>• โครงการอนาคตของหนู</li> <li>• โครงการบรรเทาทุกข์ฉุกเฉิน</li> <li>• โครงการมือเช้าเพื่อน้องท้องอืด โดยบริจาค 460 ต่อคน/เดือน</li> <li>• โครงการส่งน้องจบปริญญาตรี</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เชื่อมโยงองค์กรเพื่อสังคมกว่า 440 องค์กรทั่วประเทศ</li> <li>• โครงการทำดีสุขใจกับไทยกีฬาวิ่ง</li> <li>• โครงการห่มรัก ห่มใจ ชายแดนใต้</li> <li>• ช่วยวางแผนการจัดงานกิจกรรมอื่นๆ เช่น เลี้ยงอาหารเด็ก, มอบสิ่งของให้กำลังใจทหาร, สร้างรอยยิ้มให้ผู้ป่วยและคนชรา ฯลฯ</li> </ul>  |
| ช่องทางการรับบริจาค     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• บริจาคออนไลน์ผ่านบัตรเครดิต</li> <li>• บริจาคผ่านบัญชีบัตรเครดิตอัตโนมัติ ซึ่งมูลนิธิจะดำเนินการตัดบัตรต่อเนื่องทุกเดือนจนกว่าจะมีการแจ้งเปลี่ยนแปลง</li> <li>• โอนเงินผ่านธนาคาร (Bank Transfer Offline)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• บริจาคโดยตรงให้กับมูลนิธิที่ปรากฏบนฐานข้อมูล</li> <li>• บริจาคออนไลน์ผ่าน 3 ช่องทาง               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.ชำระผ่านบัตรเครดิต/เดบิต</li> <li>2.ชำระผ่าน counter service</li> <li>3.ชำระผ่าน Paysbuy โดยการชำระออนไลน์จะถูกหักค่าธรรมเนียม 3% เพื่อบำรุงรักษาระบบ</li> </ol> </li> </ul> |

ตารางที่ 2.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบมูลนิธิการกุศล (ต่อ)

| ชื่อมูลนิธิ             | มูลนิธิการกุศล   |
|-------------------------|--|
| ช่องทางการประชาสัมพันธ์ | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ประชาสัมพันธ์ผ่าน facebook โดยมีการทำภาพสื่อโฆษณาที่เข้าใจง่าย เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการอย่างสม่ำเสมอ ทำให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง</li> <li>• มีการลงโฆษณาบน Google adword เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้ง่าย</li> </ul>  |
| โครงการของมูลนิธิ       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• กองทุนตามน้องกลับบ้าน โดยรับบริจาค 366 บาทเพื่อ 366 วันในภารกิจ การติดตามเด็กหายกลับบ้านสู่ครอบครัว</li> <li>• โครงการรับบริจาคเสื้อผ้า มือสอง</li> <li>• โครงการอ่านสร้างชาติ</li> <li>• โครงการคอมพิวเตอร์เพื่อน้อง</li> <li>• โครงการแบ่งปันเพื่อการเปลี่ยนแปลง</li> </ul>   |
| ช่องทางการรับบริจาค     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• บริจาคออนไลน์ ผ่านหลายช่องทางได้แก่</li> <li>• ThaiEpay</li> <li>• ธนาคารไทยพาณิชย์</li> <li>• บริจาคผ่านบัญชี Paypal</li> <li>• นำมาบริจาคโดยตรงที่มูลนิธิการกุศล</li> <li>• บริการรับของบริจาคถึงบ้าน โดยทีมศูนย์รับบริจาคของมูลนิธิเอง (พื้นที่ กรุงเทพฯและปริมณฑล)</li> <li>• บริการขนส่งโดยบริษัทเอกชนและแอปพลิเคชัน Delivery (ค่าบริการตามระยะทาง)</li> </ul> |

#### 2.4.2 คู่แข่งทางตรง

ได้แก่ คู่แข่งที่ให้บริการการเช่าสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งที่เป็นการเช่าบนระบบ อินเทอร์เน็ตและการเช่าที่หน้าร้าน ทั้งนี้บางแห่งอาจมีทั้งการบริการทั้งหน้าร้านและบริการออนไลน์ควบคู่กัน โดยสินค้าที่มีให้เช่าก็มีมากมายหลายประเภท อาทิ เสื้อผ้า ชุดแต่งงาน ชุดราตรี ชุดแฟนซี หนังสือ ไปจนถึงอุปกรณ์เพื่อจัดงาน โดยในระยะหลังการให้บริการชุดราตรี ชุดเพื่อนเจ้าสาวเริ่มเดียวกันได้รับความนิยมอย่างสูง และด้วยการสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียร่วมด้วย ร้านประเภท

นี่จึงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว ตัวอย่าง คู่แข่งทางตรงที่ให้บริการเช่าสินค้าที่น่าสนใจ ได้แก่

- ร้านโบว์ราตรี (www.bowratee.com) ให้บริการเช่าชุดราตรีมี 7 สาขา ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เนื่องจากสาขาที่มีจำนวนมาก ทำให้ทางร้านสามารถหมุนเวียนชุดระหว่างสาขา จึงมีแบบชุดให้เลือกหลากหลาย นอกจากนี้ยังมีบริการให้ยืมเครื่องประดับโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ข้อเสียคือสภาพชุดที่ไม่ดีมากนักเนื่องจากแต่ละชุดให้บริการจำนวนหลายครั้ง
- ร้าน missuri ให้บริการขาย-เช่าชุดราตรี ชุดเพื่อนเจ้าสาว ชุดแต่งงาน มีให้เลือกมากกว่า 3,500 ชุด จุดเด่นคือมีขนาดใหญ่พิเศษ โดยมีราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 500-5,000 บาท นอกจากนี้ยังมีรองเท้า กระเป๋าพร้อมเครื่องประดับบริการอีกด้วย
- www.rentajacket.com ให้บริการเช่าชุดกันหนาว ซึ่งเปิดบริการเฉพาะระบบออนไลน์ไม่มีหน้าร้าน ก่อตั้งจากแนวคิดในการตอบ โจทย์ลูกค้าที่ไม่ได้เดินทางบ่อยครั้งหรือลูกค้าที่ชื่นชอบถ่ายภาพและต้องการมีภาพถ่ายที่สวยงามด้วยแฟชั่นทันสมัยไม่ซ้ำแบบ โดยไม่ต้องเสียเงินซื้อและขจัดความยุ่งยากในการซักและดูแลรักษา
- Noonoi.com ให้บริการเช่าหนังสือออนไลน์ หนังสือมีหลากหลาย ครอบคลุมหลายหมวดหมู่หนังสือ โดยหมวดหมู่ที่มีจำนวนหนังสือมากที่สุดได้แก่ หนังสือนวนิยาย และมีหนังสืออีกหลายประเภทได้แก่ การเงินการลงทุน การใช้ภาษาอังกฤษ การ์ตูน ประวัติศาสตร์ การถ่ายภาพ การท่องเที่ยว ทั้งนี้จุดเด่นของบริการนี้คือลูกค้าสามารถฝากหนังสือของคุณที่คลังของเว็บไซต์เพื่อสร้างรายได้หรือส่งหนังสือมาฝากไว้ที่เว็บไซต์เพื่อให้ทางเว็บไซต์ดำเนินการบริหารการเช่าหนังสือแทนลูกค้า โดยจะได้รับค่าตอบแทน 8-12% ของผลตอบแทน ราคาเช่าอยู่ที่ 20-25% ของราคาปก ต่อการเช่า 7 วัน และต่อการเช่า 14 วัน ในกรณีที่เช่าสินค้าเกิน 300 บาท มีการแนะนำรายละเอียดภายในหนังสือประกอบเพื่อให้ผู้อ่านมีข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ โดยปัจจุบันมีสมาชิกที่ให้บริการร่วมกับทางเว็บไซต์ประมาณ 100 ราย
- sortletter.weloveshopping.com ให้บริการขายและให้เช่าหนังสือทั้งหนังสือมือหนึ่งและมือสอง โดยแบ่งประเภทตามสำนักพิมพ์ มีหนังสือกว่า 7,118 รายการ และมีผู้เข้าชมกว่า 212,794 ค่าเช่าโดยเฉลี่ย 20% ของราคาปกหนังสือ ต่อการเช่า 15 วัน



ทั้งนี้เว็บไซต์มีการส่งสินค้าเพียงสัปดาห์ละ 2 ครั้ง เนื่องจากคำเนนการโดยเจ้าของคนเดียว

- [www.panganbook.com](http://www.panganbook.com) ให้บริการเช่ายืมหนังสือที่จัดเป็นชุด ในราคาเช่าเหมารายสัปดาห์ มีราคาตั้งแต่ 400-1,900 บาท
- [www.phum-pit.com](http://www.phum-pit.com) ให้บริการเช่าหนังสือออนไลน์ โดยมีหนังสือ 2 ประเภทคือ หนังสือการ์ตูนและหนังสือนิยาย มีรูปแบบการเช่าเป็น 3 แบบให้เลือก 1.เช่ารายเล่ม ค่าเช่า 20% จากปกหนังสือ ระยะเวลา 5 วัน และมีค่าขนส่งต่างหาก 2.เช่าแบบแพ็คเกจ โดยเลือกจาก เช่า 10 เล่มในระยะเวลา 7 วัน หรือการเช่า 6 เล่มในระยะเวลา 14 วัน ส่งฟรี 3.แบบ unlimited 1,290 บาท/เดือน สามารถยืมได้ไม่จำกัดจำนวนเล่มและฟรีค่าขนส่ง

จากการวิเคราะห์คู่แข่งที่อยู่ในตลาดที่มีการบริการใกล้เคียงกัน พบว่ามีคู่แข่งที่เข้มแข็งหลายราย อย่างไรก็ตามก็ยังมีบริษัทฯมุ่งที่สร้างการบริการที่มีความแตกต่างจากบริการอีคอมเมิร์ซและตลาดกลางการซื้อขายที่มีอยู่ในปัจจุบัน อีกทั้งยังต้องการเป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่าเดิมเพื่อสร้างบริการของที่แตกต่างกันจากรูปแบบเดิมและเติมเต็มช่องว่างให้ผู้ใช้บริการสามารถตอบสนองความต้องการที่ยังไม่มีผู้ให้บริการรายใดดำเนินการมาก่อนได้ ทั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและวิธีการเช่าของผู้ให้บริการเช่าสินค้าในตลาดที่สำคัญรายอื่นๆ ในตารางที่ 2.5-2.7

ตารางที่ 2.5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่ง ผู้ให้บริการเช่าสินค้า

|               |  |  |
|---------------|--|--|
| ชื่อธุรกิจ    | Rentajacket<br>ธุรกิจให้เช่ากันหนาว  | Adora<br>ร้านให้เช่าราตรี ชุดออกงาน ชุดเพื่อน<br>เจ้าสาว   |
| จุดแข็ง       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• บริการเป็นกันเอง ให้คำแนะนำลูกค้าได้เป็นอย่างดี</li> <li>• มีความเชี่ยวชาญในการทำความสะดวก อบรมแห้งด้วยระบบเย็น</li> <li>• มีแหล่งนำเข้าเสื้อกันหนาวคุณภาพดี ราคาเหมาะสม</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เจ้าของร้านศึกษาด้านการออกแบบโดยตรง</li> <li>• เน้นธีมชุดสีเดียวกันสไตล์เดียวกันตัดเย็บด้วยผ้าไหมอิตาลี</li> <li>• ครบวงจร รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ</li> <li>• มีบริการสั่งตัดตามขนาด</li> </ul> |
| จุดอ่อน       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ไม่มีหน้าร้าน ให้เช่าบนระบบออนไลน์ เท่านั้น</li> <li>• ส่งด้วย Ems เท่านั้น</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• สไตล์ไม่หลากหลาย</li> <li>• ใช้ผ้าชนิดเดียวทำให้เจาะกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม</li> </ul>  |
| กลุ่มเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> <li>• พนักงานออฟฟิศ</li> <li>• ลูกค้าวัยทำงานที่อาศัยในกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางในเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี ฮองกง จีน</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เพื่อนเจ้าสาว</li> <li>• พนักงานออฟฟิศ</li> </ul>   |
| วิธีเช่า      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เหม่าจ่ายระยะเวลา 7 วัน โดยเก็บเงิน 3 ส่วนหลักคือ 1.ค่าเช่า 2.เงินประกันสินค้า (เท่ากับราคาเช่า) 3. ค่าจัดส่งคิดตามจริง โดยสามารถรับสินค้าก่อนการเดินทางได้ภายใน 5 วัน</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เหม่าจ่ายระยะเวลา 6 วัน นับจากวันแรกที่รับชุดจากทางร้าน</li> </ul>  |

ตารางที่ 2.6 การวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่ง ผู้ให้บริการเช่าสินค้า (ต่อ)

|               |   |  |
|---------------|---|--|
| ชื่อธุรกิจ    | Lenslineup<br>ร้านให้เช่ากล้อง เลนส์ DSLR Canon<br>Nikon Gopro กล้อง Mirrorless   | www.panganbook.com<br>ให้บริการเช่ายืมหนังสือ นิตยสาร<br>พ็อกเก็ตบุ๊กแบบจัดชุด   |
| จุดแข็ง       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• สินค้าหลากหลาย มีสินค้าน่าสนใจใหม่ล่าสุด พร้อมอุปกรณ์ให้เลือกมากมาย</li> <li>• ให้บริการเช่า 2 ระบบ             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ส่งเอกสาร (วางหลักค่าประกัน 20-60% ของราคาอุปกรณ์)</li> <li>2. วางมัดจำ ด้วยเงินสด</li> </ol> </li> <li>• มีระบบสมาชิกทำให้ลูกค้าที่เช่าครั้งที่ 2 สะดวกขึ้น</li> <li>• ใช้การโฆษณาผ่าน Google adword</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ชุดของหนังสือจัดแบ่งตามกลุ่มลูกค้า ได้แก่ องค์กร ร้านกาแฟ ร้านเสริมสวย สปา บ้านพัก</li> <li>• มีบริการหลายระดับราคาให้เลือก</li> <li>• หนังสือมีหลายประเภท ได้แก่ สุขภาพและความงาม หนังสืออ่านเล่น การเงินและการตลาด</li> </ul> |
| จุดอ่อน       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• รับของด้วยตนเองที่ร้าน Lenslineup ดิจ BTS ราชเทวี เท่านั้น</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• กว่า 90% เป็นนิตยสาร</li> <li>• ให้บริการเฉพาะในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลบางส่วน</li> </ul>   |
| กลุ่มเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> <li>• นักถ่ายภาพ หรือผู้ชื่นชอบการถ่ายภาพที่ต้องการทดลองใช้อุปกรณ์ก่อนการซื้อ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีราคาสูง</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• องค์กร</li> <li>• ผู้ประกอบการ</li> <li>• ผู้อ่านประจำของนิตยสาร</li> </ul>   |
| วิธีเช่า      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• กำหนดค่าเช่ารายวัน</li> <li>• อุปกรณ์เสริมคิดค่าเช่าต่อครั้ง ระยะเวลาเท่ากับการเช่ากล้องในแต่ละครั้ง</li> <li>• มีโปรแกรมขนส่งเสริมการขาย เช่า 7 วันจ่าย 5 วัน เช่า 4 วันจ่าย 3 วัน</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• กำหนดราคาเหมาเป็นแพ็คเกจ ตั้งแต่ 700-1,900 จึงเป็น</li> <li>• มีบริการจัดส่งฟรีถึงที่ โดยพนักงานของบริษัทเอง สับเปลี่ยนหนังสือให้ทุก 1-2 สัปดาห์</li> </ul>   |

## บทที่ 3

### แผนดำเนินงานทางธุรกิจ

#### 3.1 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ

ชื่อธุรกิจ : PunPun จดทะเบียนในนาม บริษัท ปันปัน จำกัด

สถานที่ตั้ง : 8/217 ถ.พหลโยธิน 7 สามเสนใน พญาไท กรุงเทพฯ 10400

รูปแบบการจดทะเบียน :

1. จดทะเบียนบริษัทจำกัด
2. ทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ให้บริการธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2551

รูปแบบธุรกิจ : E-commerce platform for renting business

การให้บริการ : บริการสื่อกลางในการเช่า-ให้เช่า, ปรึกษา-รับปรึกษา

#### 3.2 โครงสร้างองค์กร

บริษัทจัดโครงสร้างองค์กรโดยแบ่งเป็น 3 ฝ่าย ได้แก่

1. ฝ่ายบัญชีและการเงิน

2. ฝ่ายการตลาด

โดยฝ่ายการตลาดประกอบด้วย 2 แผนก ได้แก่

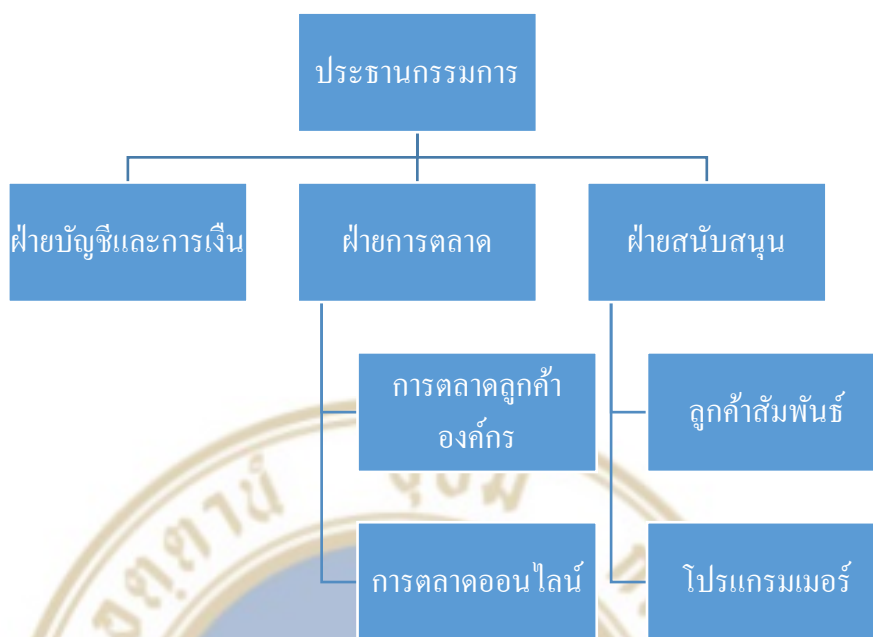
- แผนกการตลาดลูกค้าองค์กร
- แผนกการตลาดออนไลน์

3. ฝ่ายสนับสนุน

โดยในฝ่ายสนับสนุนประกอบด้วย 2 แผนก ได้แก่

- แผนกลูกค้าสัมพันธ์
- แผนกโปรแกรมเมอร์

บริษัทฯมีการวางแผนผังโครงสร้างองค์กรดังแสดงในภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 แผนผัง โครงสร้างองค์กร

### 3.3 แผนว่าจ้างพนักงาน

บริษัทฯได้แบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ การว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอก และการจ้างพนักงานประจำ ทั้งนี้เพื่อให้บริษัทฯสามารถทำงานได้อย่างคล่องตัวและปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว โดยในปีที่ 1 ได้มีการว่าจ้างพนักงานประจำจำนวนทั้งสิ้น 7 อัตรา และมีการว่าจ้างพนักงานเพิ่มขึ้นในปีที่ 3- ปีที่ 5 ในตำแหน่ง พนักงานบัญชี ลูกค้าสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่การตลาดองค์กรรวมทั้งสิ้น 10 อัตรา บริษัทฯมีนโยบายขึ้นเงินเดือนพนักงานปีละ 10% มีรายละเอียดจำนวนพนักงานและอัตราเงินเดือนดังแสดงในตารางที่ 3.1-3.2

ตารางที่ 3.1 จำนวนพนักงานและอัตราเงินเดือนพนักงานปีที่ 1

| ลำดับ | ฝ่ายงาน  | ตำแหน่งงาน          | จำนวนพนักงาน | อัตราเงินเดือน (บาท/เดือน) | รวมเงินเดือน (บาท/เดือน) |
|-------|----------|---------------------|--------------|----------------------------|--------------------------|
| 1     | บริหาร   | ประธานกรรมการ       | 1            | 50,000                     | 50,000                   |
| 2     | บัญชี    | หัวหน้าฝ่ายบัญชี    | 1            | 30,000                     | 30,000                   |
| 3     | บัญชี    | พนักงานบัญชี        | 1            | 15,000                     | 15,000                   |
| 4     | สนับสนุน | ลูกค้าสัมพันธ์      | 1            | 12,000                     | 12,000                   |
| 5     | สนับสนุน | โปรแกรมเมอร์        | 1            | 22,000                     | 22,000                   |
| 6     | การตลาด  | การตลาดลูกค้าองค์กร | 1            | 25,000                     | 25,000                   |
| 7     | การตลาด  | การตลาดออนไลน์      | 1            | 15,000                     | 15,000                   |
| รวม   |          |                     |              |                            | 169,000                  |

ตารางที่ 3.2 จำนวนพนักงานและอัตราเงินเดือนพนักงานปีที่ 1-ปีที่ 5

| ลำดับ | ฝ่ายงาน  | ตำแหน่งงาน          | ปีที่ 1<br>(คน) | อัตราเงินเดือน<br>(บาท/เดือน) | ปีที่ 2<br>(คน) | อัตราเงินเดือน<br>(บาท/เดือน) | ปีที่ 3<br>(คน) | อัตราเงินเดือน<br>(บาท/เดือน) | ปีที่ 4<br>(คน) | อัตราเงินเดือน<br>(บาท/เดือน) | ปีที่ 5<br>(คน) | อัตราเงินเดือน<br>(บาท/เดือน) |
|-------|----------|---------------------|-----------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|
| 1     | บริหาร   | ประธานกรรมการ       | 1               | 50,000                        | 1               | 55,000.00                     | 1               | 60,500.00                     | 1               | 66,550.00                     | 1               | 73,205.00                     |
| 2     | บัญชี    | หัวหน้าฝ่ายบัญชี    | 1               | 30,000                        | 1               | 33,000.00                     | 1               | 36,300.00                     | 1               | 39,930.00                     | 1               | 43,923.00                     |
| 3     | บัญชี    | พนักงานบัญชี        | 1               | 15,000                        | 1               | 16,500.00                     | 2               | 18,150.00                     | 2               | 19,965.00                     | 2               | 21,961.50                     |
| 4     | สนับสนุน | ลูกจ้างสัมพันธ์     | 1               | 12,000                        | 1               | 13,200.00                     | 2               | 14,520.00                     | 2               | 15,972.00                     | 2               | 17,569.20                     |
| 5     | สนับสนุน | โปรแกรมเมอร์        | 1               | 22,000                        | 1               | 24,200.00                     | 1               | 26,620.00                     | 1               | 29,282.00                     | 1               | 32,210.20                     |
| 6     | การตลาด  | การตลาดลูกค้าองค์กร | 1               | 25,000                        | 1               | 27,500.00                     | 2               | 30,250.00                     | 2               | 33,275.00                     | 2               | 36,602.50                     |
| 7     | การตลาด  | การตลาดออนไลน์      | 1               | 15,000                        | 1               | 16,500.00                     | 1               | 18,150.00                     | 1               | 19,965.00                     | 1               | 21,961.50                     |
| รวม   |          |                     | 7               | 169,000                       | 7               | 185,900                       | 10              | 204,490                       | 10              | 224,939                       | 10              | 247,433                       |

### 3.4 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ (Job description)

บริษัทมีการจ้างพนักงานทั้งสิ้น 7 ตำแหน่ง โดยแต่ละตำแหน่งมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

#### 3.4.1 ประธานกรรมการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. วางแผนนโยบาย วางกลยุทธ์องค์กร กำหนดเป้าหมาย ดูแลภาพ
2. รับผิดชอบด้านการวางระบบ การออกแบบ โปรแกรม การออกแบบบริการ การจัดสรรงบประมาณ วางแผนการตลาด ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ
3. บริหารจัดการทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร
4. บริหารจัดการด้านการเงิน ภาษี การจัดการความเสี่ยง
5. ดูแลการออกแบบพัฒนาแอปพลิเคชัน ร่วมกับ outsource
6. พัฒนาปรับปรุงบริการร่วมกับโปรแกรมเมอร์

#### 3.4.2 หัวหน้าฝ่ายบัญชี มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. วางแผนและควบคุมบัญชีและการเงิน รวมถึงจัดหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติม
2. ตรวจสอบความถูกต้องของระบบบัญชีและเอกสาร
3. จัดทำงบทางการเงิน งบประมาณของบริษัท และการงบภาษีต่างๆ
4. วางแผนภาษี

5. กำกับดูแลความถูกต้องตามหลักการบัญชีรายรับ-รายจ่าย รายได้ ผลกำไรบริษัท ภาษี และเงินเดือนพนักงาน
6. บริหารงานบุคคลและสวัสดิการพนักงาน
7. วางแผน ตรวจสอบ และพัฒนาระบบการชำระเงินบนแพลตฟอร์ม

#### 3.4.3 พนักงานบัญชี มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. ตรวจสอบดูแลระบบการชำระเงินบนแพลตฟอร์ม
2. ตรวจสอบการจ่ายชำระเงินของผู้เช่า
3. ตรวจสอบและทำการส่งคืนเงินประกันเมื่อผู้เช่าส่งคืนสินค้าเป็นที่เรียบร้อย
4. ตรวจสอบและทำการ โอนค่าเช่าแก่ผู้ให้เช่า เมื่อผู้เช่าได้รับสินค้าหลังจากชำระค่าสินค้าแล้ว
5. จัดทำบัญชีบริษัท รายงานยอดขาย รายงานประจำวันและรายงานประจำเดือน
6. ออกเอกสารหลักฐานการรับชำระเงินให้แก่ลูกค้า
7. ออกเอกสาร ใบกำกับภาษีแก่ลูกค้า เมื่อมีการร้องขอ

#### 3.4.4 ลูกค้าสัมพันธ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. ดูแลและให้ความช่วยเหลือลูกค้าในการใช้งานทาง call center และระบบออนไลน์ทั้งหมด
2. ตอบคำถามแก่ลูกค้าในระบบออนไลน์และโทรศัพท์
3. จัดการกับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นเมื่อมีความเสียหายต่อสินค้า
4. ตรวจสอบประกาศบนแพลตฟอร์มให้ถูกต้อง
5. ประชาสัมพันธ์ ติดต่อสื่อสารกับหน่วยงาน องค์กรการกุศล โรงเรียน และองค์กรอื่นๆ ที่เป็นสื่อกลางในการส่งมอบความช่วยเหลือ โดยตรงแก่ผู้ที่ยากแค้น

#### 3.4.5 การตลาดออนไลน์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. ดูแลข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ ที่ส่งให้สื่อต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์
2. ออกแบบและติดตามการประชาสัมพันธ์ของบริษัทให้เป็นที่ยูู้จักอย่างกว้างขวาง
3. ดูแล Facebook fanpage ของทางบริษัท
4. ติดตามความเคลื่อนไหวและความคิดเห็นลูกค้าบนสื่อออนไลน์

### 3.4.6 การตลาดลูกค้าองค์กร มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. ประชาสัมพันธ์บริการของบริษัทให้เป็นที่รู้จักในกลุ่ม องค์กร หน่วยงาน มูลนิธิ การกุศล
2. ดูแลประสานงานกลุ่มลูกค้าองค์กรที่ต้องการรับบริจาคหรือต้องการความช่วยเหลือ
3. ดูแลประสานงานกลุ่มลูกค้าองค์กรที่ต้องการบริจาคสิ่งของ หรือต้องการกิจกรรม CSR ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและประชาสัมพันธ์กิจกรรมนั้นๆ ไปยังกลุ่มลูกค้า
4. ดูแลประสานงานกลุ่มลูกค้าองค์กรที่ต้องการโฆษณาสินค้าและบริการบน แอปพลิเคชัน

### 3.4.7 โปรแกรมเมอร์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. ปรับปรุงและพัฒนาแพลตฟอร์มให้ถูกต้องและทันสมัย
2. ตรวจสอบความถูกต้องของระบบการทำงานของแอปพลิเคชัน
3. ประสานงานกับผู้ออกแบบภายนอกที่บริษัทว่าจ้าง
4. นำเสนอแนวทางในการปรับปรุงการทำงานของแอปพลิเคชันให้มีความสะดวกและเป็นมิตรกับผู้ใช้งาน

## 3.5 กระบวนการในการให้บริการ

หน้าจอแสดงผลของแอปพลิเคชัน PunPun ถูกออกแบบมาให้เป็นมิตรกับลูกค้า กล่าวคือมีสีสันสวยงามและเข้าใจง่าย มีตัวแทนของผู้ที่มีสิ่งของคือ หนูใจดี และตัวแทนฝั่งผู้ที่ต้องการสิ่งของคือ หนูดีใจ เพื่อสร้างความรู้สึกให้ผู้ใช้งานรู้สึกผูกพันกับการบริการยิ่งขึ้น โดยมีตัวอย่างหน้าจอแสดงผลการใช้งานบนมือถือของแอปพลิเคชัน PunPun จะแสดงในภาพที่ 3.2-3.8

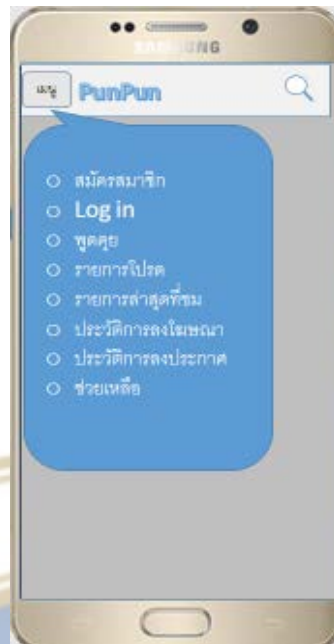




ภาพที่ 3.2 หน้าจอแสดงผลเมื่อเข้าสู่แอปพลิเคชัน ปรากฏข้อความต้อนรับสั้นๆ



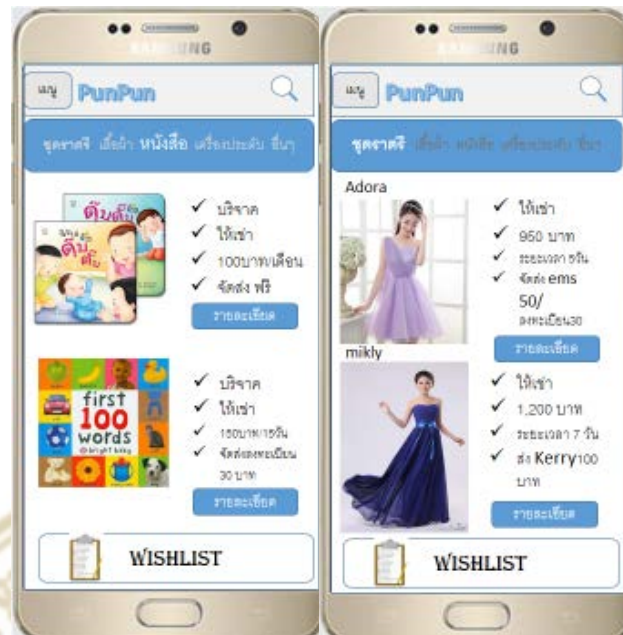
ภาพที่ 3.3 หน้าจอแสดงผลบริการหลักของแอปพลิเคชัน ซึ่งจะแสดงข้อความแนะนำขั้นตอนการใช้บริการ



ภาพที่ 3.4 หน้าจอแสดงผลเมนู



ภาพที่ 3.5 แสดงหน้าจอแสดงผลหน้าหลักของแอปพลิเคชัน



ภาพที่ 3.6 หน้าจอแสดงผลสินค้าตามหมวดหมู่

โดยเมื่อผู้ใช้ประกาศสินค้าลงบนแอปพลิเคชันจะต้องระบุหมวดหมู่ให้สินค้าทุกชิ้น  
เพื่อให้ง่ายในการค้นหา



ภาพที่ 3.7 หน้าจอแสดงผลรายละเอียดสินค้า

โดยในส่วนของรายละเอียดสินค้าประกอบด้วย

- ประเภทสินค้า ให้เช่าหรือบริจาค
- อัตราค่าเช่าต่อวัน ต่อสัปดาห์ ต่อเดือน
- มูลค่าเงินมัดจำในการเช่าสินค้า
- วิธีการจัดส่ง
- รายละเอียดเพิ่มเติม
- สถานะสินค้า หมด/ พร้อมส่ง
- เงื่อนไขอื่นๆ

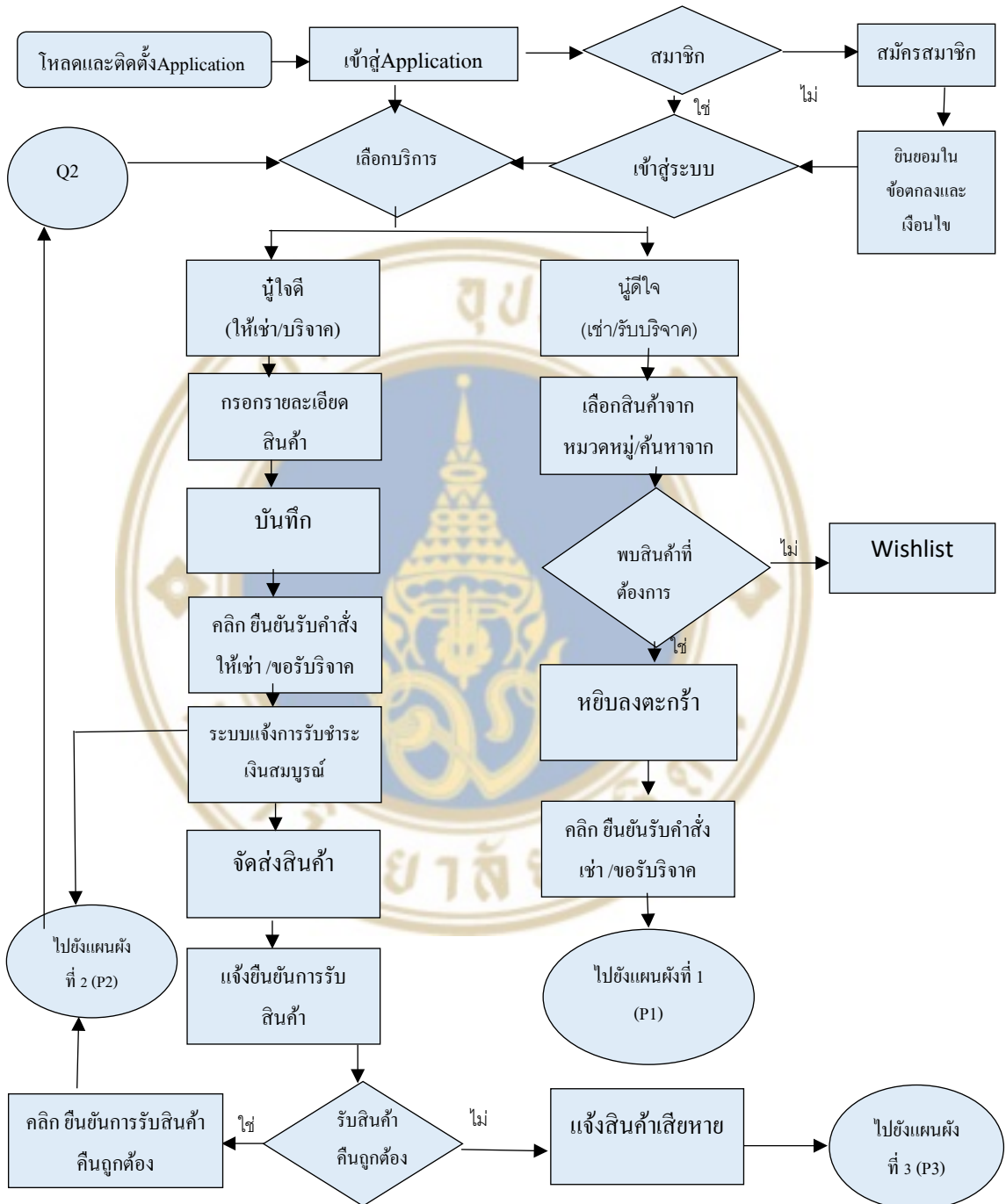


ภาพที่ 3.8 หน้าจอแสดงผลรายการWishlist

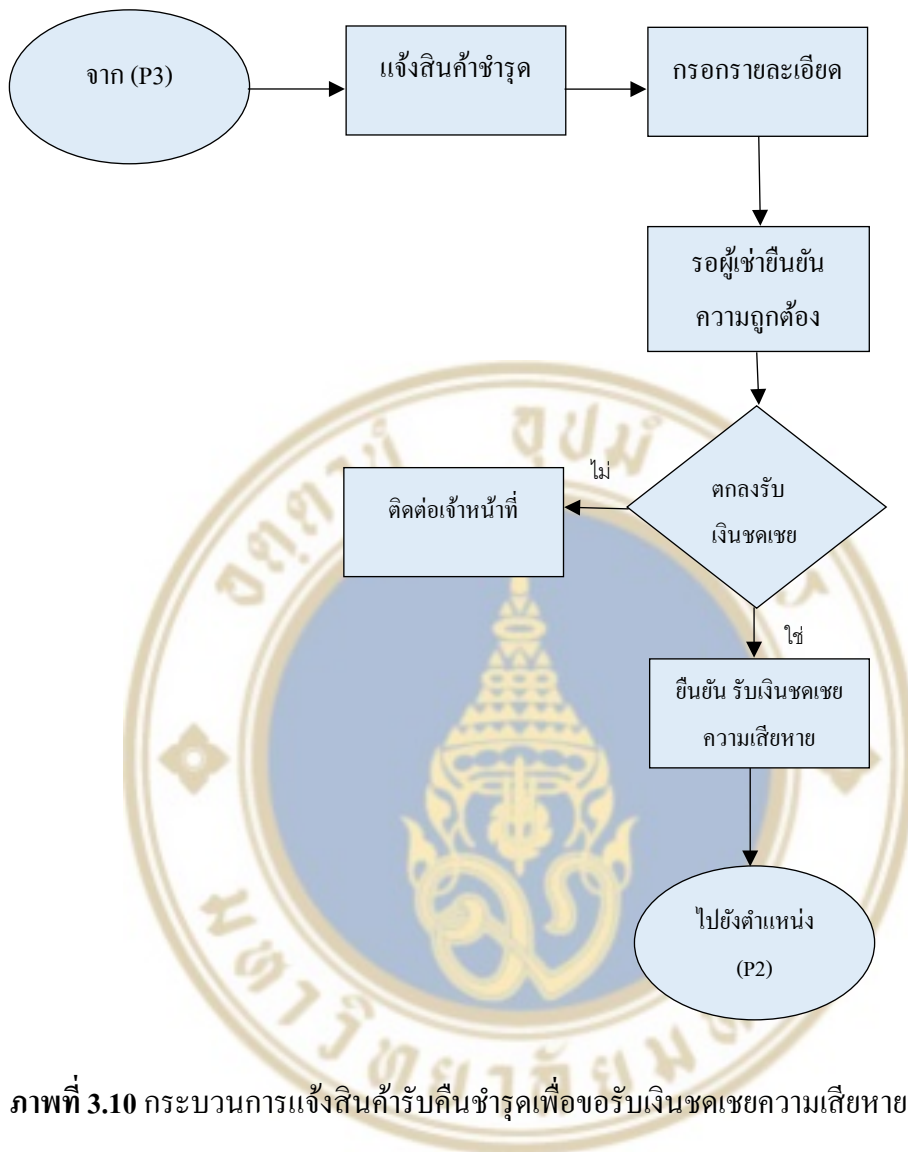
Wishlist คือพื้นที่ที่ผู้ต้องการเช่าสามารถลงประกาศความต้องการของตนเองได้ ใช้เมื่อผู้เช่าไม่พบสินค้าที่ต้องการ รวมทั้งเป็นพื้นที่สำหรับองค์กรที่ต้องการความช่วยเหลือลงประกาศเพื่อขอรับบริจาคสินค้าที่ต้องการอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อให้สามารถนำไปใช้งานได้จริง

### 3.6 แผนผังการนำเสนอบริการ

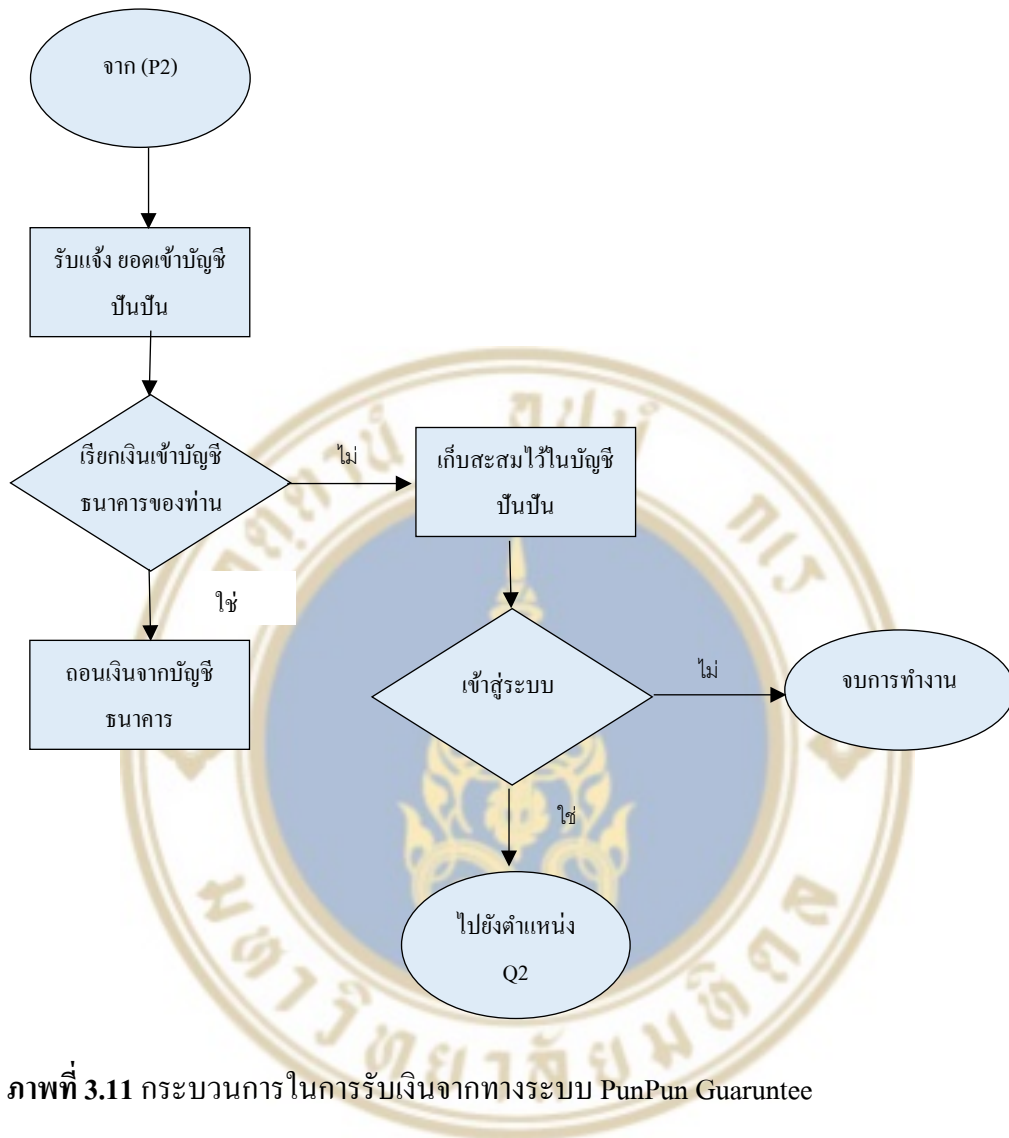
แผนผังการนำเสนอบริการของแอปพลิเคชัน PunPun มีรายละเอียดกระบวนการให้บริการบริการแสดงในภาพที่ 3.9-3.12



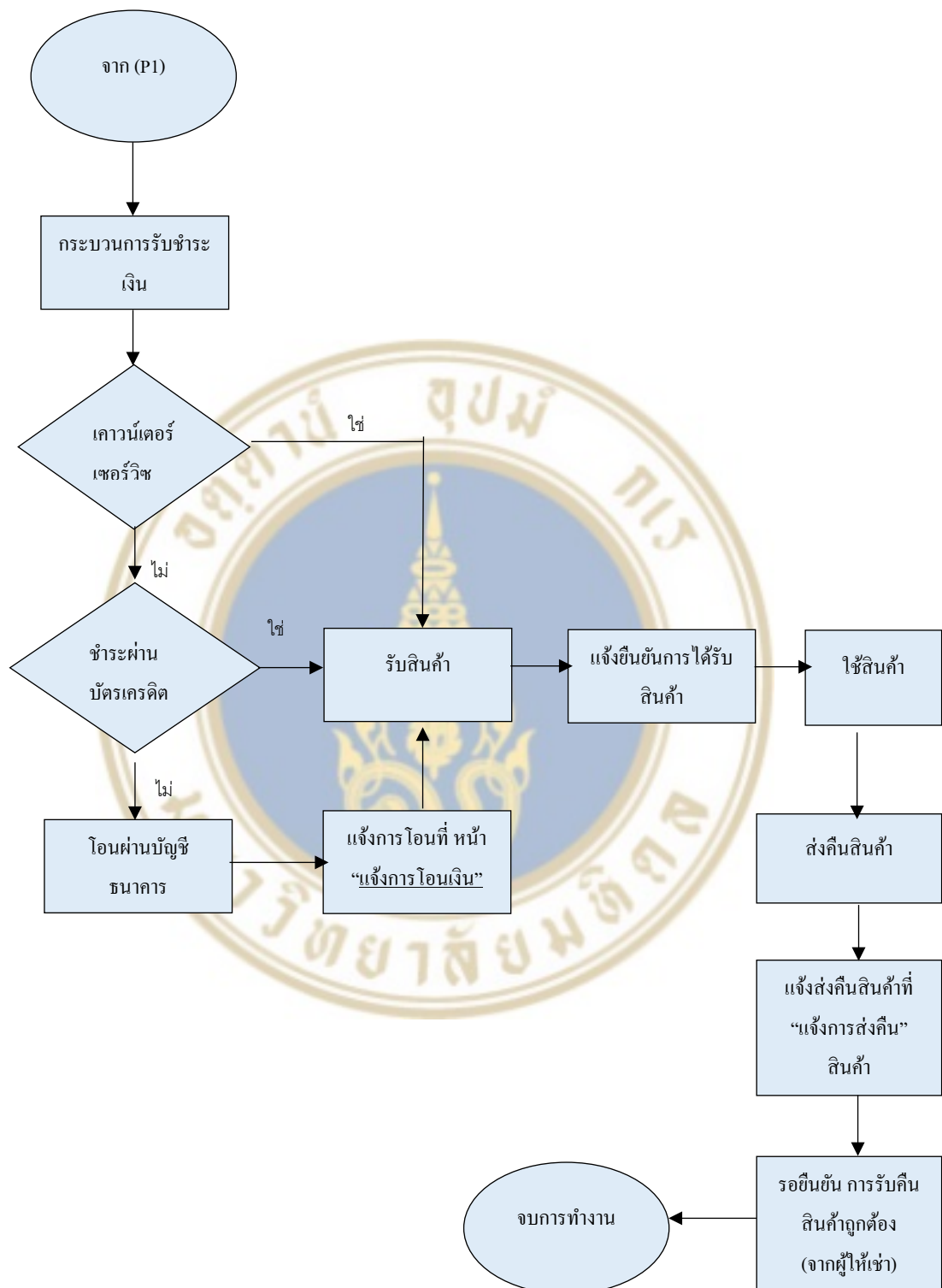
ภาพที่ 3.9 แผนผังการให้บริการบนแอปพลิเคชัน



ภาพที่ 3.10 กระบวนการแจ้งสินค้ารับคืนชำรุดเพื่อขอรับเงินชดเชยความเสียหาย



ภาพที่ 3.11 กระบวนการในการรับเงินจากทางระบบ PunPun Guarantee



ภาพที่ 3.12 กระบวนการชำระเงินผ่านระบบ PunPun Guarantee



## บทที่ 4

### แผนการตลาด

#### 4.1 การแบ่งส่วนตลาด

การแบ่งส่วนตลาด เกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดที่บริการใช้ในการกำหนดการแบ่งส่วนตลาดได้แก่

##### 1. การแบ่งส่วนตลาดตามหลักภูมิศาสตร์

โดยการแบ่งตามพื้นที่ที่อยู่อาศัย ได้แก่ การอยู่อาศัยในเขตเมืองและการอาศัยนอกเขตเมือง การแบ่งตามขนาดของพื้นที่ที่อยู่อาศัย ได้แก่ การอาศัยในบ้าน การอยู่อาศัยในอาคารชุด (คอนโดมิเนียม)

##### 2. การแบ่งส่วนตลาดด้วยหลักจิตวิทยา

โดยแบ่งตามแนวทางการดำรงชีวิต (Lifestyle) ได้แก่ การใช้ชีวิตเรียบง่าย การใช้ชีวิตตามกระแสสังคมเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว

การแบ่งตามค่านิยม ได้แก่ การใช้ของใหม่หรือสินค้ามือหนึ่งเท่านั้น ไม่ชอบใช้สินค้าร่วมกับคนอื่น ไม่ชอบให้คนอื่นใช้ของของตนและการใช้ของร่วมกับผู้อื่นได้ เช่น ยืมของจากเพื่อน หรือให้ผู้อื่นยืมของของตน

##### 3. การแบ่งตามลักษณะด้วยหลักพฤติกรรมศาสตร์

โดยแบ่งตามลักษณะการใช้งาน ได้แก่ การใช้เป็นประจำ การใช้เป็นครั้งคราวหรือใช้น้อย และการใช้ครั้งเดียว

การแบ่งตามลักษณะการจัดหาสินค้า ได้แก่ การซื้อสินค้าใหม่ การซื้อสินค้าทั้งสินค้าใหม่และสินค้ามือสอง การซื้อสินค้ามือสองเป็นประจำ

##### 4. การแบ่งตามลักษณะประชากรศาสตร์

โดยการแบ่งตามลักษณะสถานประกอบการ ได้แก่ มูลนิธิเพื่อการกุศล โรงเรียน โรงพยาบาล บริษัท องค์กรธุรกิจ องค์กรธุรกิจให้เช่า

## 4.2 การเลือกกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจป็นป็น ได้แก่

1. กลุ่มประชากรที่มีทรัพย์สินที่มีลักษณะการใช้งานเป็นครั้งคราวหรือใช้น้อยสามารถใช้สินค้าร่วมกับผู้อื่นและต้องการสร้างรายได้เพิ่มจากทรัพยากรที่มีอยู่หรือต้องการบริจาคทรัพย์สินนั้นไปยังผู้ที่ขาดแคลนอย่างแท้จริง
2. กลุ่มธุรกิจให้เช่า คือกลุ่มธุรกิจให้เช่าสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่เดิมและต้องการขยายฐานลูกค้าไปในวงกว้างมากขึ้น เพื่อให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้น
3. กลุ่มที่มีต้องการใช้งานระยะสั้น สามารถใช้สินค้าร่วมกับผู้อื่นได้ไม่จำกัดว่าต้องเป็นสินค้ามือใหม่หรือใช้ส่วนบุคคลเท่านั้น ทั้งนี้โดยมากเป็นกลุ่มที่อาศัยในอาคารชุดหรือพื้นที่จำกัด ทำให้มีข้อจำกัดด้านพื้นที่การจัดเก็บ
4. กลุ่มองค์กรการกุศลที่ต้องการความช่วยเหลือ เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงาน สามารถตรวจสอบได้ มีความต้องการความช่วยเหลือทางทรัพยากรอย่างเร่งด่วน โดยไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นการบริจาคโดยเงินสดเท่านั้น
5. กลุ่มองค์กรธุรกิจที่ต้องการทำกิจกรรม CSR ให้มีประสิทธิภาพ

## 4.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

### 4.3.1 กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ

#### 1. มั่นใจได้

ผู้ให้บริการจะได้รับการคุ้มครองจาก PunPun guarantee ระบบการชำระเงินที่ทำให้การเช่า-ให้เช่าปลอดภัยทั้งกับผู้ใช้บริการทั้งสองฝ่าย โดยด้านผู้เช่าจะมั่นใจได้ว่าจะได้รับการดูแลทรัพย์สินหากเกิดความเสียหายขึ้น รวมทั้งผู้เช่าก็มั่นใจได้ว่าจะได้รับเงินคืนหากไม่ได้รับสินค้า

การชำระเงินผ่าน PunPun Guarantee ในระบบออนไลน์ ดำเนินการโดยผ่านระบบ PaySbuy ซึ่งมีความปลอดภัยสูงสุด จึงมั่นใจได้ว่าการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์จะได้รับความปลอดภัยตลอดการทำธุรกรรมเช่นเดียวกับมาตรฐานระดับโลก

ระบบการรับชำระเงินของบริษัทฯได้รับอนุญาตการประกอบธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ บัญชี ค (3) ซึ่งออกให้โดยธนาคารแห่งประเทศไทย จึงมั่นใจได้ว่าระบบการรับชำระเงินของเรา สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้อง

## 2. ใช้งานง่าย

ด้วยขั้นตอนเริ่มต้นรับบริการที่ง่าย สะดวก ขั้นตอนน้อยและหน้าจอดีเรียงอย่างเป็นระเบียบ ขนาดตัวอักษรที่ไม่เล็กเกินไป เป็นมิตรกับผู้ใช้งาน ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้งาน แอปพลิเคชันได้อย่างง่ายดาย

## 3. หลากหลาย

การบริการของปันปันไม่ได้จำกัดประเภทของสินค้าทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกสินค้าได้จากสินค้าที่หลากหลายและมีจำนวนมาก โดยปันปันไม่มีค่าธรรมเนียมในการสมัครสมาชิก เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถลงประกาศสินค้าได้โดยไม่มีต้นทุนใดๆทั้งนี้ก็เพื่อสร้างตลาดกลางที่ให้สินค้าในระบบมีจำนวนมากที่สุดและมีสินค้าที่หลากหลาย

## 4. ประหยัดค่าใช้จ่าย

ด้วยการเป็นตลาดกลางในการเช่า ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถจัดหาสินค้าได้ตามต้องการในการในราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อสินค้านำมือหนึ่ง ขณะเดียวกันก็ไม่ต้องเสี่ยงกับการซื้อของมือสองที่มีสภาพไม่ดีจากการไม่ได้เห็นสินค้าก่อนการตัดสินใจ การเช่าในระยะสั้นจากปันปันจึงช่วยให้ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายทั้งจากการซื้อและการเดินทางที่ยุ่งยาก

### 4.3.2 กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา

1. สมัครและใช้บริการฟรี ผู้ใช้บริการสามารถดาวน์โหลดและติดตั้งแอปพลิเคชันได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย รวมถึงการลงประกาศสินค้าให้เช่า การลงประกาศสินค้าเพื่อบริจาค และการลงประกาศเพื่อรับบริจาค เหล่านี้เป็นบริการที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดทั้งสิ้น โดยค่าใช้จ่ายจะเกิดขึ้นเมื่อมีผู้เช่าโอนชำระค่าเช่าให้ผู้ให้เช่าเท่านั้น

2. ค่าธรรมเนียมค่า PunPun จะคิดค่าธรรมเนียมการบริการ 10% จากการให้เช่าสินค้า โดยหักจากราคาค่าเช่าที่ให้เช่าประกาศไว้ ทั้งนี้ผู้ให้เช่าจะไม่ถูกหักค่าธรรมเนียมการโอนใดๆ อีก นอกเหนือจากนี้ในการรับบริการปกติ เช่น การโอนเงินมัดจำคืนแก่ลูกค้าและการเรียกเงินจากระบบเพื่อเข้าบัญชีธนาคารที่ผูกไว้ (ทางระบบจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายการโอนทั้งหมด)

3. บริการเสริมพิเศษ สำหรับผู้ให้เช่ากลุ่มธุรกิจให้เช่าเพื่อการพาณิชย์ เรามีบริการเสริมที่ให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการในราคาที่เหมาะสม ได้แก่ การเลื่อนประกาศของคุณให้ไปอยู่ในหน้าแรกของแอปพลิเคชันและหน้าแรกของหมวดหมู่ โดยคิดอัตราค่าบริการอยู่ที่ครั้งละ 5 บาทเท่านั้น โดยประมาณการว่าจะมีการใช้บริการอยู่ที่ 1 ครั้งต่อสินค้า 1 ชิ้น

4. ครบวงจร ในส่วนของการบริการสำหรับลูกค้ากลุ่มองค์กรที่ร่วมจัดกิจกรรม CSR กับ PunPun จะได้รับการบริการที่ครบวงจร อันได้แก่ การคัดเลือกหน่วยงานที่เหมาะสม การจัด

กิจกรรม การกำหนดสถานที่ในการจัดกิจกรรม การประสานงานหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ โครงการผ่านทางแอปพลิเคชันและ การประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook โดยบริการทั้งหมดจะรวม เป็นแพ็คเกจเพื่อให้บริการที่ครบวงจรแก่องค์กรธุรกิจต่างๆ โดยคิดอัตราค่าบริการขั้นต่ำ 30,000 ต่อ โครงการ

#### 4.3.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายของ PunPun จะอยู่บนระบบออนไลน์เป็นหลัก โดย ผู้ใช้บริการสามารถดาวน์โหลดบริการ ได้ทั้งจากทาง App Store บนระบบปฏิบัติการ IOS และ Play Store บนระบบปฏิบัติการ Android โดยจะเน้นประชาสัมพันธ์เนื่องจากการบริการผ่าน แอปพลิเคชันที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก เพื่อให้เกิดการดาวน์โหลดและทดลองใช้งานในครั้งแรก

หลังจากติดตั้ง แอปพลิเคชันแล้ว PunPun จะส่งข้อความแจ้งเตือน โปรโมชันพิเศษ ต่างๆ ให้สมาชิกเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ในการชำระค่าสินค้าและบริการ ทางแอปพลิเคชันต้องการให้ครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้าจึง ได้กำหนดช่องทางการ ชำระเงินไว้ดังนี้

1. โอนชำระผ่านธนาคาร (offline) ผู้ใช้บริการสามารถชำระเงินผ่านบัญชี บันทึบ การันตี ได้จากบัญชีธนาคารดังต่อไปนี้ ทั้งนี้ลูกค้ายังสามารถโอนด้วย ibanking ผ่านระบบของแต่ละ ธนาคารจะมีค่าธรรมเนียมต่ำที่สุดคือ 0-25 บาทต่อครั้ง

- ธนาคารกรุงเทพ ชื่อบัญชี บริษัท บันทึบ การันตี จำกัด
- ธนาคารกสิกรไทย ชื่อบัญชี บริษัท บันทึบ การันตี จำกัด
- ธนาคารทหารไทย ชื่อบัญชี บริษัท บันทึบ การันตี จำกัด
- ธนาคารกรุงไทย ชื่อบัญชี บริษัท บันทึบ การันตี จำกัด

2. การชำระผ่าน Paysbuy (online) ใน 3 ช่องทางได้แก่ ทางธนาคารออนไลน์ บัตร เครดิตและเคาน์เตอร์เซอร์วิส ในกรณีนี้ผู้เช่าจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการโอนแก่ PaySbuy 3.75% (รวม VAT) ในช่องทางบัตรเครดิต และ 4% ในช่องทางธนาคารออนไลน์และเคาน์เตอร์เซอร์วิส

ทั้งนี้กรณีที่สินค้ามีค่าเช่าและค่ามัดจำมีมูลค่าสูงการชำระทางออนไลน์ผ่าน Paysbuy จะทำให้ผู้บริการเกิดภาระในค่าธรรมเนียมการโอนที่เพิ่มขึ้นจากราคาสินค้า ดังนั้นผู้บริการ สามารถเลือกชำระ โดยการโอนผ่านธนาคารซึ่งจะทำให้ผู้บริการเลือกบัญชีที่มีค่าธรรมเนียมต่ำ ที่สุด

#### 4.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและการขาย

PunPun ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication: IMC) โดยทำการสื่อสารในหลากหลายช่องทางเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวิธีการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

1. การประชาสัมพันธ์ เนื่องจากบริการของเราเป็นการบริการรูปแบบใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการประชาสัมพันธ์ให้รูปแบบการบริการเป็นที่รู้จักในเบื้องต้น การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ นิตยสาร นิตยสารแจกฟรีและ Facebook ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก โดยทำการเขียนข่าวและให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวคิดและรูปแบบธุรกิจ เพื่อส่งไปยังสื่อต่างๆ อาทิ Marketeer, Secret, SMETHailand, GMbiz, Giraffe, A Day BULLETIN, 247Free Magazine

2. การประชาสัมพันธ์ผ่าน PunPun Facebook Fan Page โดยทางบริษัทจะทำการแนะนำบริการ อัปเดตข้อมูล บริการใหม่ สินค้าแนะนำประจำเดือน และเพิ่มเติมข้อมูลที่จำเป็นผ่านทาง Fan Page เป็นหลัก เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เข้าไปดาวน์โหลดแอปพลิเคชันมากที่สุด ทั้งนี้กลุ่มลูกค้าคือกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ การประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ที่ใช้ จึงมุ่งเน้นช่องทาง Facebook เป็นหลัก

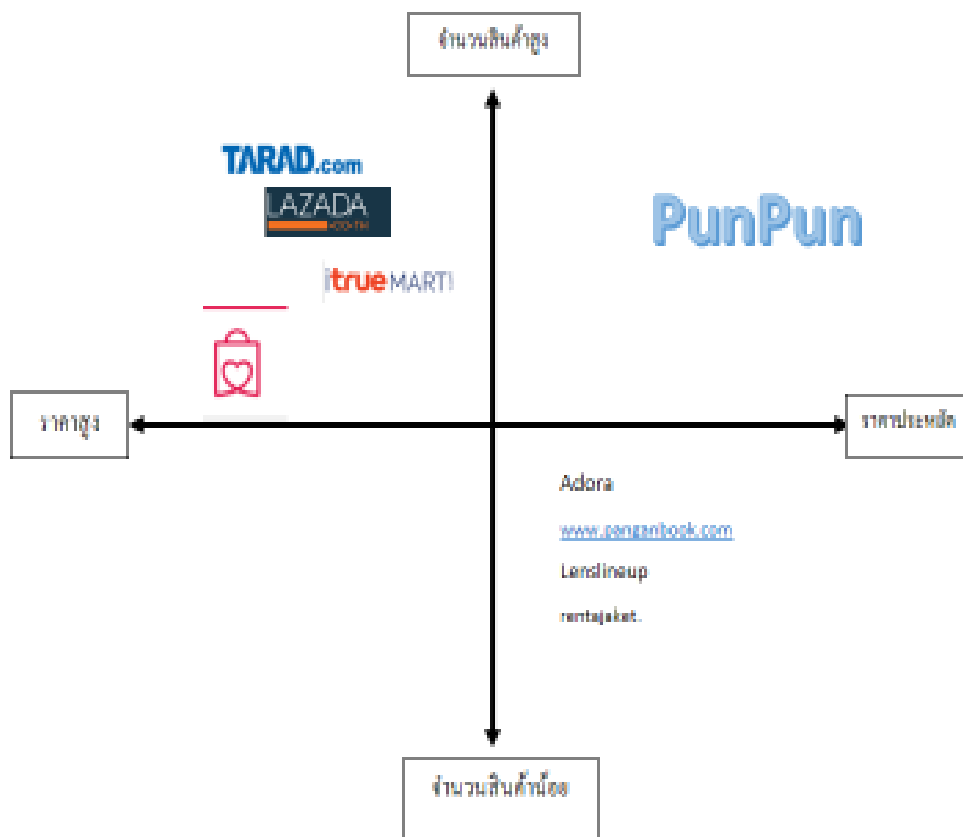
3. การประชาสัมพันธ์ผ่านกระทู้พันทิพย์ โดยการรีวิวการใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งวิธีการนี้นอกจากจะได้ประชาสัมพันธ์แล้ว ยังได้สำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเพื่อนำกลับมาปรับปรุงการบริการได้อีกด้วย

4. การใช้พนักงานการตลาด สำหรับลูกค้ากลุ่มองค์กรที่อาจต้องการข้อมูลโดยละเอียด เพื่อใช้ในการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการ ทางบริษัทจะมีเจ้าหน้าที่การตลาดบริการให้ข้อมูล เก็บข้อมูล แนะนำวิธีใช้และสมัครสมาชิกให้ถึงสถานที่ นอกจากนี้ทางบริษัทยังมีพนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ที่จะคอยตอบคำถามและแนะนำบริการสำหรับลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทั้งทางอีเมลออนไลน์ และโทรศัพท์

5. การโฆษณา โดยทางบริษัทจะทำการโฆษณาผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ การโฆษณาผ่าน Google adword ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการเสิร์ชเอนจินเพื่อทำการหาข้อมูลที่ต้องการเป็นจำนวนมาก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการค้นหาสินค้าราคาถูกและช่องทางในการค้นหาสถานที่ในการรับบริจาคสิ่งของได้เข้าถึงบริการของ PunPun เราจึงเลือกทำโฆษณาบน Google Adword ซึ่งเหมาะกับบริการของเรา เนื่องจากการโฆษณาผ่านช่องทางนี้สามารถกำหนดค่าใช้จ่ายเองได้และได้ผลดี อีกทั้งยังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงอีกด้วย

#### 4.4 การวางตำแหน่งทางการตลาด

ในส่วนของการวางตำแหน่งทางการตลาด โดยเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างคู่แข่งที่สำคัญและบริษัทฯ ป็นป็น ระหว่างราคาสินค้าและความหลากหลายของสินค้าพบว่าสามารถวางตำแหน่งทางการตลาดได้ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ตำแหน่งทางการตลาดเปรียบเทียบระหว่างราคาสินค้าและความหลากหลายของสินค้า

จากภาพจะเห็นว่าอีคอมเมิร์ซกลุ่มที่เป็นตลาดกลางการซื้อขายได้แก่ Weloveshopping LAZADA TARAD.com และ itrueMART นั้นมีสินค้าจำนวนมากและสินค้ามีความหลากหลายสูง ขณะที่ราคาสินค้าสูงกว่า PunPun ขณะที่อีคอมเมิร์ซให้เช่าสินค้าทางออนไลน์นั้นแม้จะมีราคาถูกกว่าสินค้ามือหนึ่งแต่ก็มีสินค้าจำนวนน้อยไม่หลากหลายหรือมีเพียงสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งเท่านั้น ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกน้อย หรือบางทีอาจต้องใช้เวลาเพื่อค้นหาข้อมูลเปรียบเทียบสินค้าด้วยตนเองจากรายละเอียดของแต่ละร้านค้าซึ่งใช้เวลาไม่น้อย ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบระหว่างราคาสินค้าและความหลากหลายของสินค้ากับคู่แข่งในตลาดจึงจะเห็นว่าบริษัทอยู่สูงกว่าคู่แข่งทั้งสองด้าน

PunPun จึงวางตำแหน่งทางการตลาดในการเป็นตลาดกลางการเช่า-ให้เช่า สินค้าในราคาถูกและมีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ใช้สินค้าอย่างคุ้มค่าจากสินค้าที่มีให้เลือกหลากหลาย



## บทที่ 5 แผนการเงิน

### สมมติฐานทางการบัญชีและการเงิน

1. บริษัทฯมีรายได้ในปีที่ 2-5 เพิ่มขึ้นปีละ 50% จากยอดขายของปีก่อนหน้า
2. บริษัทฯไม่มีลูกหนี้ทางการค้า
3. บริษัทฯพิจารณาการเพิ่มเงินเดือนของพนักงานจะเพิ่มขึ้นปีละ 10%
4. ค่าสาธารณูปโภคมีอัตราเพิ่มขึ้นปีละ 5%
5. ค่าเช่าพื้นที่สำหรับตั้งเป็นสำนักงานของบริษัท ทำสัญญาจ่ายในอัตราคงที่ 5 ปี ค่าเช่าอาคารสำนักงาน 20,000 บาทต่อเดือน
6. ค่าเสื่อมราคาที่ใช้ในการคำนวณเป็นแบบเส้นตรง โดยประมาณอายุของสินทรัพย์ถาวรเป็น 5 ปี
7. นโยบายการจ่ายเงินปันผล บริษัทจะเริ่มจ่ายในปีที่ 6
8. แหล่งเงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100
9. อัตราคิดลดที่ใช้ในการคำนวณ WACC ซึ่งมีค่าเท่ากับ 10%
10. ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก และมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการไม่เกิน 30 ล้านบาทต่อปี มีอัตราภาษีแสดงในตารางที่ 5.1

### ตารางที่ 5.1 อัตราภาษีในการประมาณการทางการเงิน

| กำไรสุทธิทางภาษี    | อัตราภาษี (ร้อยละ) |
|---------------------|--------------------|
| 1-300,000           | ยกเว้น             |
| 300,001-1,000,000   | 15                 |
| 1,000,001 บาทขึ้นไป | 20                 |



## 5.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการเริ่มดำเนินงาน

บริษัทมีการใช้ค่าใช้จ่ายก่อนการเริ่มดำเนินงานรวม 368,610 บาท โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

| ปี พ.ศ. 2559                  |                              |        |         |         |
|-------------------------------|------------------------------|--------|---------|---------|
| ลำดับ                         | กิจกรรมก่อนการดำเนินงาน      | Q3     | Q4      | รวม     |
| 1                             | ค่าจดทะเบียนจัดตั้งกิจการ    | 22,610 |         | 22,610  |
| 2                             | ค่าจดทะเบียนพาณิชย์          | 10,000 |         | 10,000  |
| 3                             | ค่าสำรวจและวิจัยตลาด         | 50,000 |         | 50,000  |
| 4                             | ค่าเช่าสำนักงาน              |        | 20,000  | 20,000  |
| 5                             | ค่าออกแบบ(Interface design)  |        | 60,000  | 60,000  |
| 6                             | ค่าออกแบบระบบ(System design) |        | 200,000 | 200,000 |
| 7                             | ค่าเช่า server               |        | 4,000   | 4,000   |
| 8                             | ค่าจด domain name            |        | 2,000   | 2,000   |
| รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ |                              | 82,610 | 286,000 | 368,610 |

## 5.2 การพยากรณ์ยอดขาย

บริษัทมีที่มาของรายได้ 3 ส่วน ได้แก่

### 1. รายได้จากค่าธรรมเนียม

โดยคาดการณ์ว่าจะมีจำนวนการเช่า-ให้เข้าผ่านแอปพลิเคชัน ในปีนี้ 1 50,000 ครั้ง มูลค่าโดยเฉลี่ยของค่าเช่าสินค้าคือ 1,000 บาท รวมมูลค่าค่าเช่าสินค้าต่อปี 50,000,000 บาท และเพิ่มขึ้นปีละ 50%

### 2. รายได้จากการจัดกิจกรรม CSR

บริการนี้เปิดให้บริการในปีที่ 2 เป็นต้นไป คาดการณ์ว่าจะมีการจัดกิจกรรมสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รวม 52 ครั้งต่อปี มูลค่ารายได้ 30,000 บาทต่อครั้ง

### 3. รายได้จากบริการเสริม

บริการเสริมต่างๆนี้เริ่มต้นให้บริการในปีที่ 2 โดยคาดการณ์ว่าทุกสินค้า ที่ให้เช่าได้ จะมีการใช้บริการ 1 ครั้ง ราคาค่าบริการ 5 บาท รวมรายได้ 187,500 บาทในปีที่ 2

จากแหล่งที่มาของรายได้ทั้ง 3 ส่วนพบว่าบริษัทมีรายได้รวมจากการบริการในปีที่ 1 เท่ากับ 2,500,000 บาท และเพิ่มขึ้นทุกๆปีในปีที่ 2-5 ดังแสดงในตารางที่ 5.2

### ตารางที่ 5.3 พยากรณ์รายได้จากการดำเนินงาน ปีที่ 1-5

|  | ปีที่ 1          | ปีที่ 2          | ปีที่ 3          | ปีที่ 4           | ปีที่ 5           |
|--|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| จำนวนการเช่า-ให้เช่าสินค้า ผ่าน<br>แอปพลิเคชัน (ครั้ง) | 25,000           | 37,500           | 56,250           | 84,375            | 126,563           |
| มูลค่าโดยเฉลี่ยของค่าเช่าสินค้าครั้ง (บาท)             | 1,000            | 1,000            | 1,000            | 1,000             | 1,000             |
| มูลค่าค่าเช่าสินค้ารวม(บาท)                            | 25,000,000       | 37,500,000       | 56,250,000       | 84,375,000        | 126,562,500       |
| รายได้จากค่าธรรมเนียม(บาท)                             | 2,500,000        | 3,750,000        | 5,625,000        | 8,437,500         | 12,656,250        |
| รายได้จากการจัดกิจกรรมCSR องค์กร                       |                  | 1,560,000        | 2,340,000        | 3,510,000         | 5,265,000         |
| รายได้จากบริการเสริม                                   |                  | 187,500          | 281,250          | 421,875           | 632,813           |
| <b>รายได้รวม(บาท)</b>                                  | <b>2,500,000</b> | <b>5,497,500</b> | <b>8,246,250</b> | <b>12,369,375</b> | <b>18,554,063</b> |

### 5.3 งบการเงิน

บริษัท ใช้งบลงทุนในปีแรก 5,000,000 บาท โดยเป็นทุนส่วนของเจ้าของกิจการทั้งสิ้น ทั้งนี้ รายละเอียดงบการเงินต่างๆได้แสดงในตารางที่ 5.4-5.10

### ตารางที่ 5.4 งบต้นทุนโครงการ

| รายการ                               | รวมจำนวน         | แหล่งที่มาของเงินทุน |                |                  |
|--------------------------------------|------------------|----------------------|----------------|------------------|
|                                      |                  | หนี้สิน              |                | ส่วนเจ้าของ      |
|                                      |                  | หนี้สินระยะสั้น      | หนี้สินระยะยาว |                  |
| 1. เงินทุนหมุนเวียน                  |                  |                      |                |                  |
| 1.1 เงินสด(สำรองในการดำเนินงาน)      | 4,316,390        |                      |                | 4,316,390        |
| 1.2 เงินสดสำรอง                      | -                |                      |                |                  |
| <b>รวมเงินทุนหมุนเวียน</b>           | <b>4,316,390</b> | <b>-</b>             | <b>-</b>       | <b>4,316,390</b> |
| 2. สินทรัพย์ถาวร                     |                  |                      |                |                  |
| 2.1 ค่ายานพาหนะ                      |                  |                      |                |                  |
| 2.2 ค่าเครื่องใช้สำนักงาน            | 315,000          |                      |                | 315,000          |
| <b>รวมสินทรัพย์ถาวร</b>              | <b>315,000</b>   | <b>-</b>             | <b>-</b>       | <b>315,000</b>   |
| 3. รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน           |                  |                      |                |                  |
| 3.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน       | 368,610          |                      |                | 368,610          |
| <b>รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน</b> | <b>368,610</b>   | <b>-</b>             | <b>-</b>       | <b>368,610</b>   |
| <b>รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น</b>      | <b>5,000,000</b> | <b>-</b>             | <b>-</b>       | <b>5,000,000</b> |

ตารางที่ 5.5 รายการเครื่องใช้สำนักงานและสินทรัพย์ถาวรอื่นๆในการบริหารจัดการ

| ลำดับ | รายการสินทรัพย์ในสำนักงาน               | มูลค่า (บาท) | อายุการใช้งาน (ปี) | ค่าเสื่อมราคาต่อปี |
|-------|---|--------------|--------------------|--------------------|
| 1     | ที่ดินและอาคาร                          | -            | 5                  | -                  |
| 2     | เครื่องใช้สำนักงาน                      | 315,000      |                    | 63,000             |
|       | 2.1 คอมพิวเตอร์ 10 เครื่อง              | 200,000      | 5                  | 40,000             |
|       | 2.2 เครื่องปริ้นเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร | 30,000       | 5                  | 6,000              |
|       | โทรศัพท์ และแฟกซ์                       | 25,000       | 5                  | 5,000              |
|       | 2.3 โทรศัพท์ 4 เครื่อง                  | 20,000       | 5                  | 4,000              |
|       | 2.4 ชุดโต๊ะทำงาน 10 ชุด                 | 40,000       | 5                  | 8,000              |
|       | รวม                                     | 315,000      |                    | 63,000             |

ตารางที่ 5.6 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ปีที่ 1-5

| รายการ                                    | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุง/พัฒนาธุรกิจ       |         | 30,000  | 30,000  | 30,000  | 30,000  |
| ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงระบบการรับชำระเงิน | -       | 30,000  |         |         |         |
| ค่าโฆษณาผ่าน facebook                     | 10,000  | 10,000  | 10,000  | 10,000  | 10,000  |
| ค่าโฆษณาผ่าน Google adword                | 30,000  | 30,000  | 30,000  | 30,000  | 30,000  |
| รวมสุทธิต่อปี                             | 40,000  | 100,000 | 70,000  | 70,000  | 70,000  |

ตารางที่ 5.7 ค่าใช้จ่ายทางการขาย ปีที่ 1-5

| รายการ               | ปีที่ 1   | ปีที่ 2   | ปีที่ 3   | ปีที่ 4   | ปีที่ 5   |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ค่าโทรศัพท์          | 3,000     | 3,000     | 3,000     | 3,000     | 3,000     |
| ค่าเช่า Cloud Server | 48,000    | 48,000    | 119,400   | 119,400   | 119,400   |
| ค่าอินเทอร์เน็ต      | 33,588    | 33,588    | 33,588    | 33,588    | 33,588    |
| เงินเดือน            | 2,028,000 | 2,230,800 | 3,208,920 | 3,529,812 | 3,882,793 |
| ค่าไฟฟ้า- น้ำประปา   | 10,000    | 10,500    | 11,025    | 11,576    | 12,155    |
| ค่าใช้จ่ายอื่นๆ      | 30,000    | 30,000    | 30,000    | 30,000    | 30,000    |
| รวมสุทธิต่อปี        | 2,152,588 | 2,355,888 | 3,405,933 | 3,727,376 | 4,080,936 |

ตารางที่ 5.8 รายละเอียดการคำนวณต้นทุนสินค้าที่ขาย

| รายการ                              | ปีที่ 1        | ปีที่ 2          | ปีที่ 3          | ปีที่ 4          | ปีที่ 5          |
|-------------------------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| วัตถุดิบต้นงวด                      |                |                  |                  |                  |                  |
| สินค้าคงเหลือปลายงวด                |                |                  |                  |                  |                  |
| <b>บวก</b> ซื้อสินค้า               |                |                  |                  |                  |                  |
| <b>บวก</b> แรงงานทางตรง             |                |                  |                  |                  |                  |
| <b>บวก</b> ค่าแรงทางอ้อม            |                |                  |                  |                  |                  |
| ค่าขนส่งเข้า                        |                |                  |                  |                  |                  |
| ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรม            | 600,000        | 1,319,400        | 1,979,100        | 2,968,650        | 4,452,975        |
| กำไรจากการดำเนินงาน                 |                |                  |                  |                  |                  |
| <b>หัก</b> สินค้าส่งคืนและส่วนลดรับ |                |                  |                  |                  |                  |
| สินค้ามีไว้เพื่อขาย                 | 600,000        | 1,319,400        | 1,979,100        | 2,968,650        | 4,452,975        |
| <b>หัก</b> สินค้าคงเหลือปลายงวด     |                |                  |                  |                  |                  |
| <b>ต้นทุนสินค้าที่ขาย</b>           | <b>600,000</b> | <b>1,319,400</b> | <b>1,979,100</b> | <b>2,968,650</b> | <b>4,452,975</b> |

ตารางที่ 5.9 งบกำไรขาดทุนโดยประมาณ

บริษัท ปันปัน จำกัด  
งบกำไรขาดทุนโดยประมาณ  
สำหรับ พ.ศ. 2559 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564

| รายการ                                    | ปีที่ 1          | ปีที่ 2          | ปีที่ 3          | ปีที่ 4          | ปีที่ 5           |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
|   | 2560             | 2561             | 2562             | 2563             | 2564              |
| รายได้                                    | 2,500,000        | 5,497,500        | 8,246,250        | 12,369,375       | 18,554,063        |
| <b>หัก</b> ต้นทุนสินค้าขาย                | 600,000          | 1,319,400        | 1,979,100        | 2,968,650        | 4,452,975         |
| กำไรขั้นต้น                               | 1,900,000        | 4,178,100        | 6,267,150        | 9,400,725        | 14,101,088        |
| <b>หัก</b> ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร | 2,495,588        | 2,758,888        | 3,778,933        | 4,100,376        | 4,453,936         |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหาร                     | 2,152,588        | 2,355,888        | 3,405,933        | 3,727,376        | 4,080,936         |
| ค่าใช้จ่ายในการขาย                        | 40,000           | 100,000          | 70,000           | 70,000           | 70,000            |
| ค่าเช่าอาคาร - สำนักงาน                   | 240,000          | 240,000          | 240,000          | 240,000          | 240,000           |
| ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน              | 63,000           | 63,000           | 63,000           | 63,000           | 63,000            |
| กำไรจากการดำเนินงาน                       | (595,588)        | 1,419,212        | 2,488,217        | 5,300,349        | 9,647,151         |
| <b>บวก</b> รายได้อื่นๆ                    | -                | -                | -                | -                | -                 |
| กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี                | (595,588)        | 1,419,212        | 2,488,217        | 5,300,349        | 9,647,151         |
| <b>หัก</b> ดอกเบี้ยจ่าย                   | 0                | 0                | 0                | 0                | 0                 |
| กำไรก่อนหักภาษีเงินได้                    | (595,588)        | 1,419,212        | 2,488,217        | 5,300,349        | 9,647,151         |
| <b>หัก</b> ภาษีเงินได้นิติบุคคล           |                  | 212,882          | 373,233          | 795,052          | 1,929,430         |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                          | <b>(595,588)</b> | <b>1,206,330</b> | <b>2,114,984</b> | <b>4,505,296</b> | <b>7,717,721</b>  |
| <b>กำไรสะสม</b>                           | <b>(595,588)</b> | <b>610,742</b>   | <b>2,725,727</b> | <b>7,231,023</b> | <b>14,948,744</b> |

ตารางที่ 5.10 งบแสดงฐานะการเงินโดยประมาณ

บริษัท ปันปัน จำกัด

งบแสดงฐานะการเงินโดยประมาณ

สำหรับ พ.ศ. 2559 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564

| รายการ                                | ปีที่ 0          | ปีที่ 1<br>(2560) | ปีที่ 2<br>(2561) | ปีที่ 3<br>(2562) | ปีที่ 4<br>(2563) | ปีที่ 5<br>(2564) |
|---------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| เงินสดและเงินฝากธนาคาร                | 4,316,390        | 4,152,412         | 6,230,212         | 7,362,217         | 10,237,349        | 14,647,151        |
| ลูกหนี้การค้า                         |                  | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>          | <b>4,316,390</b> | <b>4,152,412</b>  | <b>6,230,212</b>  | <b>7,362,217</b>  | <b>10,237,349</b> | <b>14,647,151</b> |
| ยานพาหนะ                              |                  |                   |                   |                   |                   |                   |
| เครื่องใช้สำนักงาน                    | 315,000          | 315,000           | 315,000           | 315,000           | 315,000           | 315,000           |
| <b>หัก</b> ค่าเสื่อมสะสม              |                  | 63,000            | 126,000           | 189,000           | 252,000           | 315,000           |
| <b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>       | <b>315,000</b>   | <b>252,000</b>    | <b>189,000</b>    | <b>126,000</b>    | <b>63,000</b>     | <b>-</b>          |
| รายการจ่ายก่อนการดำเนินงานต่อตัดบัญชี | 368,610          |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>รวมสินทรัพย์อื่น</b>               | <b>368,610</b>   | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          |
| <b>รวมสินทรัพย์ทั้งหมด</b>            | <b>5,000,000</b> | <b>4,404,412</b>  | <b>6,419,212</b>  | <b>7,488,217</b>  | <b>10,300,349</b> | <b>14,647,151</b> |

|                                       |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
|---------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| หนี้สินหมุนเวียน                      |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| เจ้าหนี้การค้า                        |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| <b>ภาษีเงินได้ค้างจ่าย</b>            |                  | -                | 212,882          | 373,233          | 795,052           | 1,929,430         |
| <b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>            | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>212,882</b>   | <b>373,233</b>   | <b>795,052</b>    | <b>1,929,430</b>  |
| หนี้สินระยะยาว                        |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| รวมหนี้สินระยะยาว                     |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| <b>รวมหนี้สิน</b>                     | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>212,882</b>   | <b>373,233</b>   | <b>795,052</b>    | <b>1,929,430</b>  |
| ส่วนของผู้ถือหุ้น                     | 5,000,000        | 5,000,000        | 5,000,000        | 5,000,000        | 5,000,000         | 5,000,000         |
| <b>บวก</b> กำไรสุทธิสะสม              |                  | (595,588)        | 1,206,330        | 2,114,984        | 4,505,296         | 7,717,721         |
| <b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>           | <b>5,000,000</b> | <b>4,404,412</b> | <b>6,206,330</b> | <b>7,114,984</b> | <b>9,505,296</b>  | <b>12,717,721</b> |
| <b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b> | <b>5,000,000</b> | <b>4,404,412</b> | <b>6,419,212</b> | <b>7,488,217</b> | <b>10,300,349</b> | <b>14,647,151</b> |

ตารางที่ 5.11 งบประมาณกระแสเงินสดโดยประมาณ

บริษัท ปันปัน จำกัด

งบแสดงกระแสเงินสดโดยประมาณ

สำหรับ พ.ศ. 2559 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564

| รายการ                      | ปีที่ 0          | ปีที่ 1          | ปีที่ 2          | ปีที่ 3          | ปีที่ 4           | ปีที่ 5           |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
|                             |                  | 2560             | 2560             | 2560             | 2560              | 2560              |
| <b>จากกิจกรรมดำเนินงาน</b>  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| เงินสดรับ                   |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| ขายสด                       |                  | 2,500,000        | 5,497,500        | 8,246,250        | 12,369,375        | 18,554,063        |
| รับชำระหนี้                 |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| รวม เงินสดรับ               |                  | 2,500,000        | 5,497,500        | 8,246,250        | 12,369,375        | 18,554,063        |
| เงินสดจ่าย                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| ซื้อสินค้า                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| ค่าแรงทางตรง                |                  | 600,000          | 1,319,400        | 1,979,100        | 2,968,650         | 4,452,975         |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหาร       |                  | 2,152,588        | 2,355,888        | 3,405,933        | 3,727,376         | 4,080,936         |
| ค่าใช้จ่ายในการขาย          | 0                | 40,000           | 100,000          | 70,000           | 70,000            | 70,000            |
| ค่าเช่าอาคาร-สำนักงาน       |                  | 240,000          | 240,000          | 240,000          | 240,000           | 240,000           |
| ค่าภาษี                     |                  | -                | 212,882          | 373,233          | 795,052           | 1,929,430         |
| จากกิจกรรมลงทุน             |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| สินทรัพย์ถาวร               | 315,000          |                  |                  |                  |                   |                   |
| รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน     | 368,610          |                  |                  |                  |                   |                   |
| รวม เงินสดจ่าย              | 683,610          | 3,032,588        | 4,228,170        | 6,068,266        | 7,801,079         | 10,773,342        |
| <b>จากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| บวก ทุนของเจ้าของ           | 5,000,000        |                  |                  |                  |                   |                   |
| บวก เจ้าหนี้การค้า          |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| หัก ชำระคืนเงินสด           |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| หัก ชำระคืนดอกเบี้ย         |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| รวมเงินสดสุทธิ              | 431,6390         | (532,588)        | 1,269,330        | 2,177,984        | 4,568,296         | 7,780,721         |
| บวก เงินสดยกมา              | 0                | 4,316,390        | 3,783,802        | 5,053,132        | 7,231,117         | 11,799,413        |
| <b>เงินสดคงเหลือปลายงวด</b> | <b>4,316,390</b> | <b>3,783,802</b> | <b>5,053,132</b> | <b>7,231,117</b> | <b>11,799,413</b> | <b>19,580,134</b> |

5.4 วิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

ตารางที่ 5.12 กระแสเงินสดของโครงการ ปีที่ 0-5

| เงินลงทุน             | ปีที่ 1     | ปีที่ 2   | ปีที่ 3   | ปีที่ 4   | ปีที่ 5   |           |
|-----------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| กระแสเงินสดของโครงการ | (5,000,000) | (595,588) | 1,206,330 | 2,114,984 | 4,505,296 | 7,717,721 |

WACC 10 %

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 3.5 ปี

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (NPV) 4,467,107 บาท

อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) 29 %

## 5.5 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 5.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

| รายการ                            | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                                   | (2560)  | (2561)  | (2562)  | (2563)  | (2564)  |
| อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน         | 29.21   | 18.77   | 12.28   | 9.73    | 6.33    |
| อัตรากำลังข้างต้น                 | 76      | 76      | 76      | 76      | 76      |
| อัตรากำลังจากการดำเนินงาน         | 19.61   | 28.08   | 40.94   | 50.55   | 59.03   |
| อัตรากำลังสุทธิ                   | 15.69   | 23.87   | 34.80   | 42.97   | 47.23   |
| อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น | 13.56   | 31.05   | 49.62   | 64.59   | 75.05   |
| อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด  | 13.11   | 29.44   | 45.62   | 57.98   | 63.19   |



## บทที่ 6

### แผนบริหารความเสี่ยง

#### 6.1 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน

โดยคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงานไว้ดังนี้

##### 6.1.1 พนักงานไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน

เนื่องจากในระบบการรับชำระเงินโดยชำระผ่านบัญชี และการทำธุรกรรมบางส่วนไม่สามารถใช้ระบบดำเนินการแทนได้ เมื่อมีการทำธุรกรรมพร้อมกันในปริมาณมากอาจทำให้เกิดการทำงานล่าช้า

แนวทางการดำเนินการจัดการความเสี่ยง

1. ว่าจ้างพนักงานจากภายนอกเพื่อปฏิบัติงานในช่วงระยะที่มีการคาดการณ์ว่าจะมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก
2. ออกแบบระบบการโอนชำระ พัฒนา software เพื่อรองรับการทำงานที่เป็นระบบอัตโนมัติเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน และเพิ่มความถูกต้องในการทำธุรกรรม

##### 6.1.2 ความเสี่ยงจากอุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือระบบอินเทอร์เน็ตขัดข้อง

ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ อันอาจเกิดจากอุบัติเหตุ เช่น ไฟไหม้ ไฟฟ้าขัดข้อง ภัยธรรมชาติต่างๆ

แนวทางการดำเนินการจัดการความเสี่ยง

1. จัดหาสถานที่สำรองเพื่อการปฏิบัติงานแทน โดยติดต่อผู้ให้บริการสำนักงานชั่วคราวที่มีอุปกรณ์และความพร้อม 3 แห่ง
2. จัดทำแผนบำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เพื่อให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ
3. สำรองฐานข้อมูลในระบบอย่างสม่ำเสมอและมีแผนงานระบุอย่างชัดเจน

##### 6.1.3 ความเสี่ยงจากการถูกบุกรุก (Hacker)

เป็นความเสี่ยงที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกเนื่องจากอาจกระทบถึงความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท



แนวทางการดำเนินการจัดการความเสี่ยง

1. ว่าจ้างบุคคลภายนอกมาตรวจสอบระบบและปรับปรุงแก้ไข
2. ติดตั้งระบบตรวจสอบการบุกรุก โปรแกรมป้องกันไวรัส ในเครื่องเครือข่ายทุกเครื่องของทางบริษัท
3. เปลี่ยนรหัสผ่านตามแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยของระบบฐานข้อมูล

## 6.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน

บริษัทประเมินความเสี่ยงด้านการเงินไว้ดังนี้

### 6.2.1 ความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่อง

จากกรณีที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำหนดนโยบายมูลค่าเงินสำรองที่บริษัทจะต้องสำรองไว้เพื่อเป็นหลักประกัน ในกรณีที่ธนาคารแห่งประเทศไทยมีการเรียกเก็บเงินสำรองเพิ่มเติม ทางบริษัทอาจประสบปัญหาได้

แนวทางการดำเนินการจัดการความเสี่ยง

1. หาแหล่งเงินทุนสำรอง อันได้แก่การกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้ในกิจการ และแยกบัญชีเพื่อการรับชำระเงิน ออกจากบัญชีบริหารงานภายในบริษัท
2. การเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในการเรียกเงินจากบัญชี บันทึบ ทั้งนี้ในการที่ลูกค้าจะเรียกเงินที่อยู่ในระบบนั้นจะต้องใช้ระยะเวลาอย่างน้อย 3 วันทำการ ทางบริษัทจะปรับระยะเวลาให้ยาวขึ้นเป็น 7-15 วัน เพื่อให้เกิดสภาพคล่องโดยด่วน

### 6.2.2 ความเสี่ยงจากการทุจริตโดยพนักงาน

เนื่องจากบริการด้านธุรกรรมบางส่วนยังต้องทำในระบบ Manual คือต้องใช้พนักงานบัญชีเป็ยผู้ดูแลการโอนยอดเงิน ซึ่งอาจเป็นช่องว่างให้เกิดการทุจริตได้

แนวทางการดำเนินการจัดการความเสี่ยง

1. การปรับปรุงระบบการให้บริการรับชำระเงินและการส่งต่อเงินไปยังผู้ให้เช่า เพื่อลดขั้นตอนการปฏิบัติการโดยพนักงานให้เหลือน้อยที่สุด
2. จัดให้พนักงานบันทึกรับทราบการลงโทษกรณีทุจริตก่อนการทำงานทุกคน เพื่อให้รับทราบถึงบทลงโทษ
3. ติดตั้งกล้องวงจรปิดรอบพื้นที่สำนักงาน

### 6.3 ความเสี่ยงด้านการตลาด

ความเสี่ยงด้านการตลาด ได้แก่ ความเสี่ยงจากการขาดความน่าเชื่อถือ เนื่องจากบริษัท ก่อตั้งใหม่และมีทุนจดทะเบียนน้อยเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

แนวทางในการดำเนินการจัดการความเสี่ยง

1. จัดกิจกรรมการกุศลที่มีผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนมาก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่กลุ่มองค์กรที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
2. ติดตามสิ่งของที่มีผู้บริจาคผ่านระบบว่าสิ่งของนั้นตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้บริจาค และแสดงหลักฐานเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ประสิทธิภาพของการให้บริการ

### 6.4 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

#### 6.4.1 ความเสี่ยงจากบริการที่ไม่คุ้นเคยกับผู้บริโภค

ในช่วงแรกของการบริการ ผู้ใช้บริการอาจมีความลังเลและไม่แน่ใจว่าการบริการนี้มีลักษณะเช่นไร จึงเกิดความไม่แน่ใจในการทดลองใช้

แนวทางในการดำเนินการจัดการความเสี่ยง

1. ลงทุนในสินค้าบางประเภทที่ดำเนินงานโดยบริษัทเอง อาทิ หนังสือ กระเป๋าเดินทาง อุปกรณ์กันหนาว เพื่อให้มีสินค้าทดลองเข้าตลาดมากขึ้นและเพิ่มรายการสินค้าให้มีความน่าสนใจมากขึ้น โดยในขั้นนี้ได้ตั้งงบประมาณไว้ 500,000 บาท เพื่อจัดหาสินค้าไว้ให้บริการแก่ลูกค้า
2. ร่วมธุรกิจ โดยติดต่อร้านหนังสือมือสองหรือหนังสือให้เข้าร้านเสื้อผ้า เพื่อให้ผู้ใช้เห็นตัวอย่างของการใช้งานและเกิดการทดลองใช้บริการ

#### 6.4.2 ความเสี่ยงจากการสับสนกับบริการที่หลากหลาย

เนื่องจากบริษัทมีการให้บริการทั้งการเช่าและการบริจาค ในกรณีที่เกิดความสับสน

แนวทางในการดำเนินการจัดการความเสี่ยง

ดำเนินการแยกบริการบริจาคออกจากบริการการเช่าไปผ่านแอปพลิเคชันที่ให้บริการ เฉพาะเพื่อลดความซับซ้อนในการใช้งาน ทั้งนี้จะทำการวิเคราะห์แนวโน้มว่าบริการใดได้รับความนิยมมากกว่า และอาจตัดบริการบางรายการที่ไม่เป็นที่นิยมออกไป เพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- ธนาคารกรุงไทย. (2559). ประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2559. ค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2559, จาก <http://www.ktb.co.th/ktb/th/economy-report.aspx?cat=LrfeozPszNgEMoaTkVfAFQ%3D%3D>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2559). คอตตอน ยูเอสเอ เผยผลวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคการใช้จ่ายใช้สอยบริโภคประจำปี 2559. ค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2559, จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000139057>
- วัชรวิ ภูรักษา. (2558). RENTAJACKETเปิดกรุตู้เสื้อผ้าเป็นธุรกิจให้เช่ากันหนาว. ค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2559, จาก [http://www.sentangedtee.com/news\\_detail.php?rich\\_id=2390&section=1](http://www.sentangedtee.com/news_detail.php?rich_id=2390&section=1)
- ศูนย์รวมข้อมูลเพื่อความสำเร็จของธุรกิจSME. (2559). เศรษฐกิจไทยปี 2559 ลมเริ่มเปลี่ยนทิศ. ค้นเมื่อ 10 เมษายน 2559, จาก <http://www.smethailandclub.com/knowledges-view.php?id=1003>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). Online Shopping ช่องทางการตลาดยุคดิจิทัลออนไลน์ จับตาผู้บริโภค Shop ผ่าน โมบาย หรือ M-Shopping มากขึ้น. ค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2559, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=33743>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน). (2559). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยปี 2558. ค้นเมื่อ 5 เมษายน 2559, จาก <https://www.etda.or.th/documents-for-download.html>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน). (2559). รายงานผลการสำรวจมูลค่าอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย 2558. ค้นเมื่อ 10 เมษายน 2559, จาก <https://www.etda.or.th/documents-for-download.html>
- อินเทอร์เน็ตสเปซ(2559). ทิศทางธุรกิจ E-commerce ปี 2559. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2559, จาก <https://moneyhub.in.th/article/e-commerce-2016-2/>





## ภาคผนวก ข

### นโยบายการันตีโดยปันปัน (PunPun Guarantee)

1. ช่วยเพิ่มความมั่นใจในการเช่าและการให้เช่าของคุณ
2. ผู้เช่าที่ชำระเงินภายใต้การการันตีจากปันปัน ทั้งการชำระด้วยบัตรเครดิตและการโอนผ่านบัญชี มายังบัญชี ปันปัน จะได้รับการประกันค่าบริการและเงินมัดจำที่จ่ายชำระมา ดังนี้
  - i) ระบบจะโอนค่าสินค้าและบริการไปยังผู้ขาย หลังจากที่ผู้เช่า ยืนยันการรับสินค้าแล้วเท่านั้น
  - ii) เมื่อผู้เช่าส่งคืนสินค้าแก่ผู้ให้เช่าและได้รับการยืนยันการส่งคืนสินค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้เช่าจะได้รับเงินมัดจำสินค้าคืน จากระบบโดยไม่หักค่าธรรมเนียมการโอน
3. ผู้ให้เช่าที่ได้รับชำระเงินภายใต้การการันตีโดยปันปัน โดยระบุยอดมัดจำค่าสินค้า ในรายการเรียกชำระเงินจากผู้เช่า จะได้รับการประกันสินค้าตามวงเงินมัดจำที่ท่านกำหนดไว้
  - i) กรณีที่สินค้าที่ได้รับคืนเกิดความเสียหาย อันได้แก่
    - (a) แตก
    - (b) หัก
    - (c) ฉีกขาด

ทำให้ไม่สามารถใช้งานต่อได้ ผู้ให้เช่าสามารถเรียกร้องค่าชดเชยในการซ่อมแซมสินค้าตามจริงจากผู้เช่าตามวงเงินมัดจำค่าสินค้าได้ โดยส่งคำร้องแจ้งความเสียหายจากการให้เช่า หลักฐาน รูปถ่าย และการประเมินค่าซ่อมแซมมายังบริษัท

บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาความเสียหายที่เกิดขึ้น และการตัดสินใจจากบริษัทถือเป็นอันสิ้นสุด
  - ii) กรณีที่ท่านไม่ได้รับสินค้าคืนจากผู้เช่าภายในเวลาที่กำหนด (ยึดเอาวันที่ผู้เช่าส่งสินค้านั้นมายังผู้ขายตามใบเสร็จการส่งสินค้า) ผู้เช่าสามารถเรียกค่าปรับการเช่าเกินกำหนดได้ ดังนี้
    - (a) เกินกำหนดเช่าไม่เกิน 10% ของจำนวนวันที่ผู้เช่าแจ้งว่าจะเช่า จะเรียกร้องค่าปรับได้ ไม่เกิน ราคาเช่าเฉลี่ยต่อวัน \* จำนวนวันที่เกินกำหนด ตัวอย่างการกำหนดเช่า 3,000 บาทต่อ 30 วัน ผู้เช่าส่งคืนเกินกำหนด 3 วัน ค่าปรับ (3,000 บาท/30 วัน) \* 3 วัน เท่ากับ ค่าปรับ 300 บาท

- (b) เกินกำหนดเช่า เกิน 10-100% ของจำนวนวันที่ผู้เช่าแจ้งว่าจะเช่า จะเรียกปรับค่าปรับได้ แต่ต้องไม่เกิน 1 เท่าของค่าเช่าที่ผู้เช่าได้ชำระแล้ว ตัวอย่าง กำหนดเช่า 3,000 บาทต่อ 30 วัน ผู้เช่าส่งคืนเกินกำหนด 4-30 วัน ค่าปรับเท่ากับ 3,000 บาท
- ทั้งนี้เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยง ค่าปรับจากการเช่าเกินกำหนด ผู้เช่าควรแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบถึงเหตุผลเพื่อพิจารณาหรืออาจเรียกร้อง ค่าปรับจากการเช่าเกินกำหนด ได้แล้วแต่การตัดสินใจของผู้ให้เช่า
4. ในกรณีที่สินค้าเกิดความเสียหายนอกเหนือจากข้อ 3. ไม่ว่ากรณีใดๆ ผู้ให้เช่าไม่สามารถเรียกร้องเงินชดเชยความเสียหายได้ ดังนั้นผู้ให้เช่าพึงตระหนักว่าในการใช้งานสินค้าทุกประเภท สินค้าย่อมเกิดความเสื่อมสภาพหรือมีความเสี่ยงในการเกิดความเสียหายในระหว่างการใช้งานได้ สินค้าที่นำมาให้เช่าจึงควรเป็นสินค้าที่ทนทาน ใช้งานได้บ่อยครั้ง ไม่ชำรุดหรือเสียหายง่าย รวมทั้งสามารถซ่อมแซมได้หากเกิดความเสียหาย