

การพัฒนา รูปแบบธุรกิจระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ SYe-Pay  
THE DEVELOPMENT OF ELECTRONIC PAYMENT SYSTEM  
BUSINESS MODEL SYe-Pay



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การพัฒนารูปแบบธุรกิจระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ SYe-Pay

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ. 2565



*วิสรดา วรจรรพพงศ์*

นางสาววิสรดา วรจรรพพงศ์  
ผู้วิจัย

*NS*

รองศาสตราจารย์ฉัฐฉวี ทิมพา,  
Ph.D.  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

*ศรียุทธ พรหมศิริ*

ศรียุทธ พรหมศิริ,  
Ph.D.  
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

*Volunta Roomann*

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,  
Ph.D.  
คณบดี  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

*วสุ กิระวิสุทธิเศรษฐ์*

วสุ กิระวิสุทธิเศรษฐ์,  
Ph.D.  
กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนการพัฒนารูปแบบธุรกิจระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ SYe-Pay ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดีด้วยความกรุณาช่วยเหลือจากรองศาสตราจารย์รัฐวุฒิ พิมพา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และกรรมการสภาสารนิพนธ์ ที่คอยให้คำปรึกษา และช่วยชี้แนะแนวทางในประเด็นสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ ตลอดจนตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่อย่างดี ยิ่งจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้สอนในรายวิชาทุกวิชาที่ผู้วิจัยได้ศึกษาภายในวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล ความรู้ที่ได้นั้นทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน และนำไปประกอบธุรกิจได้จริง ซึ่งสามารถนำมาใช้ได้กับทั้งแผนธุรกิจปัจจุบันและแผนธุรกิจในอนาคต

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้การสนับสนุนทั้งผู้เข้าร่วมวิจัย และแหล่งข้อมูลทุกท่านที่ได้ให้คำปรึกษาและข้อมูล โดยเฉพาะในการนำมาพัฒนาแผนธุรกิจนี้ นอกจากนี้ยังมีเพื่อนร่วมสาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรมที่ส่งเสริมและช่วยเหลือซึ่งกันและกันมาตลอด เพื่อนร่วมงานและเพื่อนสมัยเรียนที่ให้กำลังใจกันด้วยดีเสมอมา และผู้ที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลืออีกหลายท่านซึ่งผู้เขียนไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้หมด รวมถึงครอบครัว บิดา มารดา ผู้ซึ่งเป็นเบื้องหลังอันยิ่งใหญ่ที่คอยให้การสนับสนุนการศึกษาของผู้วิจัยมาโดยตลอด หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ด้วยความเต็มใจและขออภัยมา ณ ที่นี้

วิศิธา วรจรรพงค์

การพัฒนาารูปแบบธุรกิจระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ SYe-Pay

THE DEVELOPMENT OF ELECTRONIC PAYMENT SYSTEM BUSINESS MODEL SYE-PAY

วริสรารวารจอรพงค้ 6250022

กจ.ม.

คณครรรมการที่ปรริภษาสารนิพนธ์: รอรจศาสตราจอรย์ณัฐวุฒิ พิมพา, Ph.D., ตริยทุท พรหมศิริ, Ph.D., วสุ กิรติวุฒิเศรรมฐ์, Ph.D.

#### บทค้ดย้อ

เนื่องจากรกฤตคโวิด-19 ส้งผลให้เกิด New Normal ที่จ้เป็นต้องมการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ทำให้อายละเอียคการใช้ชีวิตประจำวันเปลียนไปหลายอย่ง หนึ่งในั้นรวมถึงการทำธุรกรรรมสำคัญใธุรกิจและการเงินด้วย เมื่อกิดกรกฤตคโวิด-19 ทำให้อหลายธุรกิจชบชเขาและปิดตัวลงเช่นเดียวกับธุรกิจร้านอาหารที่ไม่ถึงกับหยุดชะงักแต่ก็ได้รับผลกระทบอย่งหนัก โดยเฉพาะร้านอาหารขนาดเล้กที่ปรับตัวไม่ได้จ้ต้องปิดกิจการไปหลายราย แต่กระเสของธุรกิจบริกรการส่งอาหารกลับเดิบโตแบบสวนทางกับสภาวะเศรรมฐกิจ ซึ่งเป้นผลกระทบเชิงบวกจากรกฤตคโวิด-19 ผู้วิจัยจึงมอเห็นโอกาสใการช่วยพัฒนาธุรกิจร้านอาหารขนาดเล้กที่อาจจะไม่ค้้นเคยกับการนำเทคโนโลยีทางการเงินมาบริหารให้สามารถเพิ่มประสิทธิภพและมีช่องทางใการสร้างยอดขายให้เดิบโตได้มากขึ้นกว่ารูปแบบเดิมเพียงอย่งเดียว จากรเหตุผลค้ดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบกรธุรกิจร้านอาหารขนาดเล้ก และพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อต่อยอดแนวคิดที่จะพัฒนากรให้บริการระบบการชำระเงินใรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

จากรแผนธุรกิจพบว่ บริษัทฯใช้เงินทุนที่เกิดจากรผู้ร่วมทุนจ้จำนวน 8,500,000 บาท และภายในปีที่5 สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) เป้น “บวก” ที่มูลค่า 10,928,102.60 บาท มีอัตราผลตอบแทน ภายใน (IRR) เท่ากับ 79.10% ใช้ระยะเวลาค้ลงทุน (PB) 1 ปี 6 เดือน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงควมค้้ค่าใการลงทุนใแผนธุรกิจนี้

ค้สำคัญ: Covid-19/ ระบบการชำระเงินใรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์/ แพลตฟอร้ม/ ธุรกิจ Delivery

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและแนวคิดธุรกิจ	1
1.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	3
1.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Business Value Chains)	4
1.4 การวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจ (Business Model Canvas)	6
1.5 วิสัยทัศน์ พันธกิจ	6
1.6 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ	7
1.7 ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	8
<b>บทที่ 2</b> ข้อมูลการศึกษาวิจัย	<b>9</b>
2.1 วิธีการศึกษาวิจัยและประเภทการวิจัย	9
2.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	10
2.3. แหล่งข้อมูล	10
2.4 วิธีการเก็บข้อมูล	11
2.5 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	11
2.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	12
2.7 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย	13
2.8 สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU_IRB)	13
<b>บทที่ 3</b> แผนการตลาด	<b>14</b>
3.1 กลยุทธ์ในการแบ่งสัดส่วน เลือกกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด (STP)	14
3.1.1 การแบ่งสัดส่วนการตลาด (Segmentation)	14

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.1.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)	15
3.1.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)	15
3.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	17
3.3 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	21
3.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	21
3.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	22
3.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	22
3.3.4 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (Promotion)	23
3.4 เป้าหมายทางการตลาดตามกรอบระยะเวลา 1 ปี	24
<b>บทที่ 4</b> แผนนวัตกรรม	<b>25</b>
4.1 ประเภทของนวัตกรรม	25
4.1.1 Services Innovation	25
4.1.2 Product System	26
4.2 กระบวนการในการพัฒนาแพลตฟอร์ม	26
4.2.1 การพัฒนาแพลตฟอร์มด้าน Service Innovation	27
4.2.2 การพัฒนาแพลตฟอร์มด้าน Product System	27
4.3 ความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยง	28
4.3.1 ความเสี่ยงจากการถูกลอกเลียนรูปแบบทางธุรกิจ	28
4.3.2 ความเสี่ยงจากความเสถียรของระบบ	29
<b>บทที่ 5</b> แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร	<b>30</b>
5.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรด้านทีมและองค์กรที่จำเป็น เพื่อสนับสนุนธุรกิจ	30
5.2 บทวิเคราะห์และกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านการจัดการหาทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง	32
5.3 โครงสร้างองค์กรและสถานะบุคลากรและบทบาทหน้าที่	32
5.3.1 ข้อมูลทางธุรกิจ	32

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3.2 โครงสร้างองค์กร	32
5.3.3 แผนด้านบุคลากร	33
5.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลา	35
5.5 ทรัพยากรที่จำเป็นเพิ่มเติมในการจัดตั้งธุรกิจ	36
<b>บทที่ 6</b> <b>แผนการเงิน</b>	<b>37</b>
6.1 สมมติฐานทางการเงิน	37
6.1.1 สมมติฐานด้านเงินทุน	37
6.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	38
6.1.3 สมมติฐานทางการเงิน	39
6.1.4 การประมาณการรายได้	39
6.1.5 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	40
6.1.6 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	40
6.1.7 การประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาด	41
6.2 แผนการเงินกรอบเวลา 5 ปี (จำแนกรายปี)	41
6.2.1 แผนการเงิน ประเภทงบกำไรขาดทุน	41
6.2.2 แผนการเงิน ประเภทงบแสดงฐานะทางการเงิน	43
6.2.3 แผนการเงิน ประเภทงบกระแสเงินสด	44
6.3 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนในระยะเวลา 5 ปี	45
6.3.1 ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital: WACC)	45
6.3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV)	46
6.3.3 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)	46
6.3.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	46
<b>บทที่ 7</b> <b>แผนบริหารจัดการความเสี่ยง</b>	<b>47</b>
7.1 ความเสี่ยงจากการดำเนินงาน	47
7.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด	49
7.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน	50



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ	50
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>51</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>52</b>
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	53
ภาคผนวก ข เอกสารการเข้ารับการฝึกอบรมจริยธรรมงานวิจัย	56
ภาคผนวก ค WACC และ Project Evaluation	58





## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	แสดงระยะเวลาการดำเนินการวิจัย	13
3.1	คู่แข่งทางธุรกิจ	17
5.1	หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากร	33
5.2	แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กร	35
6.1	แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ	38
6.2	แสดงผู้ร่วมทุน จำนวนหุ้น สัดส่วนผู้ถือหุ้น และเงินลงทุน	38
6.3	แสดงสมมติฐานทางการเงิน	39
6.4	แสดงรายได้จากการให้บริการตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	40
6.5	แสดงค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	40
6.6	แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	40
6.7	แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด	41
6.8	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	42
6.9	แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	43
6.10	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสดปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	44
6.11	แสดงผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุน	45

## สารบัญรูปรภาพ

รูปรภาพ	หน้า
1.1 ห่วงโซ่คุณค่า (Business Value Chains)	4
1.2 แสดง Business Model Canvas ของธุรกิจสายเปย์	6
3.1 Perceptual Map แสดง Positioning ของ SYe-Pay	16
5.1 โครงสร้างองค์กรของ SYe-Pay	33



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและแนวคิดธุรกิจ

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา พัฒนาการด้านการชำระเงินของไทยก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว มีการใช้บริการชำระเงิน โอนเงินผ่านโทรศัพท์มือถืออย่างแพร่หลาย จากข้อมูลสถิติชี้ให้เห็นว่าการใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา เติบโตเฉลี่ยถึงร้อยละ 116 ต่อปี ซึ่งหนึ่งในปัจจัยสำคัญ มาจากการขับเคลื่อนของหลายภาคส่วน ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ หรือ National e-Payment ซึ่งเริ่มต้นในช่วงปลายปี 2558 มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย ได้มาตรฐานสากล ต้นทุนต่ำ รองรับธุรกรรมการชำระเงินของประชาชน ภาครัฐ และเอกชน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความร่วมมือของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สังกศไทยจึงมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ระบบพร้อมเพย์ เป็นบริการชำระเงินที่ทันสมัย สะดวก และต้นทุนต่ำ ช่วยให้ประชาชน ภาครัฐ และเอกชน สามารถโอนเงินด้วยเบอร์โทรศัพท์มือถือ เลขบัตรประชาชน เลขทะเบียนนิติบุคคล หรือ e-Wallet ID ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทำให้มีความนิยมใช้ e-Payment ในไทยเพิ่มสูงขึ้นมากถึง 46.5 ล้านหมายเลข และมีการใช้งานเฉลี่ยสูงถึง 4.5 ล้านครั้งต่อวัน และระบบพร้อมเพย์ยังมีการพัฒนาต่อยอดให้เกิดบริการใหม่ๆ ที่ช่วยให้ประชาชน และภาคธุรกิจ โดยเฉพาะ SMEs สามารถโอนเงินได้สะดวก ตอบโจทย์ผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ธนาคารแห่งประเทศไทยผลักดันแผนยุทธศาสตร์ National e-Payment เพื่อปรับโครงสร้างพื้นฐานของระบบธนาคารภายในประเทศ และยกระดับการผลักดันให้ประเทศไทยเข้าสู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัลไร้เงินสดตามอย่างประเทศชั้นนำทั่วโลก เช่น เกาหลีใต้ และจีน ภาคเอกชนให้ความร่วมมือในการผลักดัน โดยการพัฒนานวัตกรรมใหม่ คือ ระบบบริการชำระเงิน อย่าง M-Pay, True Money, Rabbit Line Pay และ Samsung Pay ที่สามารถใช้โทรศัพท์มือถือในการชำระเงินแทนเงินสดได้อย่างรวดเร็ว โดยสามารถเก็บรวบรวมบัตรต่างๆ ไม่ว่าจะบัตรเงินสด หรือ บัตรเครดิตไว้ใน

โทรศัพท์เพียงเครื่องเดียว เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้จ่ายให้แก่ประชาชน และธุรกิจ (peak-goe. 2560) เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทส่งผลให้ทั้งการค้า และการจ่ายเงินผ่านช่องทางออนไลน์มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว จากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) พบว่ามูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซไทยในปี 2561 มีมูลค่าถึง 3,150,232.96 ล้านบาท และคาดการณ์ว่าจากนี้ไปจนถึงปี 2565 ตลาดอีคอมเมิร์ซไทย น่าจะเติบโตขึ้นเฉลี่ยถึง 22% และสอดคล้องกับการเติบโตของ e-Payment ที่ภาพรวมเติบโตขึ้นร้อยละ 35.7% เมื่อตลาดมีการเติบโตอย่างรวดเร็วจึงส่งผลให้ความต้องการในระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มีเพิ่มมากขึ้น และจำเป็นต้องทำอยู่บนระบบที่มีความแม่นยำ รัศกุม ปลอดภัย

การมาถึงของความปกติใหม่ หรือ New Normal เนื่องจากวิกฤตโควิด-19 ที่จำเป็นต้องมีการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ทำให้รายละเอียดการใช้ชีวิตประจำวันเปลี่ยนไปหลายอย่าง หนึ่งในนั้นรวมถึงการทำธุรกรรมสำคัญในธุรกิจและการเงินด้วย (SCBS. 2563) โดยหลายธุรกิจกลับมาเปิดให้บริการพร้อมกับบรรทัดฐานใหม่กับมาตรการ New Normal ขั้นสูงสุด ยกระดับมาตรการป้องกันคุมเข้มความสะอาดและความปลอดภัย เน้น Social Distancing ซึ่งการเว้นระยะห่างส่งเสริมการชำระเงินด้วยระบบ Cashless หรือ e-Payment อีกด้วย เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการตามแผนป้องกัน โควิด-19 (Major. 2563)

แม้จะอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แต่กระแสของธุรกิจบริการส่งอาหาร หรือ Food Delivery กลับเติบโตแบบสวนทางกับสถานะเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นผลกระทบเชิงบวกจากมาตรการล็อกดาวน์ที่ทำให้คนไทยหันมาใช้บริการ Food Delivery เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตกันมากขึ้น ไม่เพียงเฉพาะผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครเท่านั้นแต่ยังขยายไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในพื้นที่ต่างจังหวัดอีกด้วย ส่งผลให้ธุรกิจบริการส่งอาหาร หรือ Food Delivery นับจากนี้จะกลายเป็นความปกติใหม่ หรือ New Normal หลังจากวิกฤตโควิด-19 อย่างเห็นได้ชัด ส่วนหนึ่งเป็นเพราะร้านอาหารไม่สามารถให้บริการภายในร้านได้ เหลือเพียงบริการซื้ออาหารกลับบ้าน และส่งอาหารถึงบ้านเท่านั้น ทำให้ธุรกิจบริการส่งอาหารได้รับความนิยมและเติบโตขึ้นเป็นทวีคูณ ซึ่งเป็นวิธีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านอาหาร จากผลการสำรวจ พบว่า การจัดส่งอาหารออนไลน์เดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน foodpanda มีปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 20 – 25 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ในขณะที่บริการส่งอาหารของ Line Man มียอดการใช้บริการเพิ่มขึ้น 3 เท่า จากช่วงเวลาปกติ นอกจากนั้น ยังมีร้านอาหารใหม่ๆ สมักรเข้ามาเป็นจำนวนมาก (พิทักษ์ จันทรเจริญ. 2563) ซึ่งในยุค Social Distancing นี้ พบว่า คน Gen – Y สั่งอาหารออนไลน์มากที่สุด โดยเหตุผลหลักคือ ไม่ต้องการไปนั่งที่ร้านอาหาร

เพราะกลัวโควิด-19 และอีกส่วนหนึ่งเพราะโปรโมชันต่างๆที่แต่ละแอปพลิเคชันนำเสนอ ทำให้เกือบ 89% เลือกใช้แอปพลิเคชัน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. 2563)

ถึงแม้จะเจอวิกฤตหนัก แต่หลายธุรกิจก็สามารถปรับตัวเพื่อความอยู่รอดได้ ธุรกิจค้าปลีกเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างหนัก เพราะเดิมทีธุรกิจค้าปลีกก็จะหลุดจากสถานะเศรษฐกิจตกต่ำ เมื่อเกิดวิกฤตโควิด-19 ที่ทำให้ธุรกิจปิดตัว ตลาดและห้างสรรพสินค้าถูกปิด คนตกงาน บางคนรายได้ลดลง บางคนไม่มีรายได้เลย ยิ่งทำให้ธุรกิจค้าปลีกซบเซาลงไปอีก ส่วนธุรกิจร้านอาหารที่ไม่ถึงกับหยุดชะงัก แต่ก็ได้รับผลกระทบอย่างหนักเช่นกัน ร้านอาหารขนาดเล็กที่ปรับตัวไม่ได้ เข้าไม่ถึงเทคโนโลยี เนื่องจากข้อจำกัดต่างๆ หนึ่งในนั้นคือต้นทุน เพราะการสมัครใช้บริการส่งอาหารของแอปพลิเคชันต่างๆ จะต้องมีค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ ซึ่งบางรายสูงถึง 32% คิดจากรายได้ค่าอาหารทั้งหมด และยังมีต้นทุนค่าอุปกรณ์เครื่องมือที่ต้องใช้ในการรับบริการอีกด้วย ทำให้ธุรกิจร้านอาหารเหล่านั้นสูญเสียโอกาสในการขายผ่านช่องทางออนไลน์ และเดลิเวอรี่ไป ทั้งยังต้องเผชิญกับความเสียหายทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำ และความเสียหายจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังนั้น ผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาธุรกิจให้บริการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Payment โดยเริ่มตั้งแต่การให้บริการเครื่องมืออุปกรณ์ รวมไปถึงแพลตฟอร์มระบบ POS สำหรับทำธุรกรรมของร้านค้า การชำระเงินจากทุกระบบ e-Payment เช่น True Money, Rabbit Line Pay, Internet Banking และพร้อมเพย์ การเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อการทำ CRM และการเชื่อมต่อกับระบบเข้ากับแอปพลิเคชันต่างๆอย่าง Food Delivery ไม่ว่าจะเป็น Grab, Line Man, foodpanda, Robinhood และShopee Food ที่ให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่งบริษัทจะให้บริการผ่านการเช่าอุปกรณ์และระบบแก่ลูกค้าในรูปแบบต่างๆตามการใช้งานของร้านค้า หรือ ธุรกิจของลูกค้า โดยมีผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้บริการติดตั้งอุปกรณ์และระบบ และดูแลตลอดสัญญาการใช้งาน เพื่ออำนวยความสะดวก และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

## 1.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

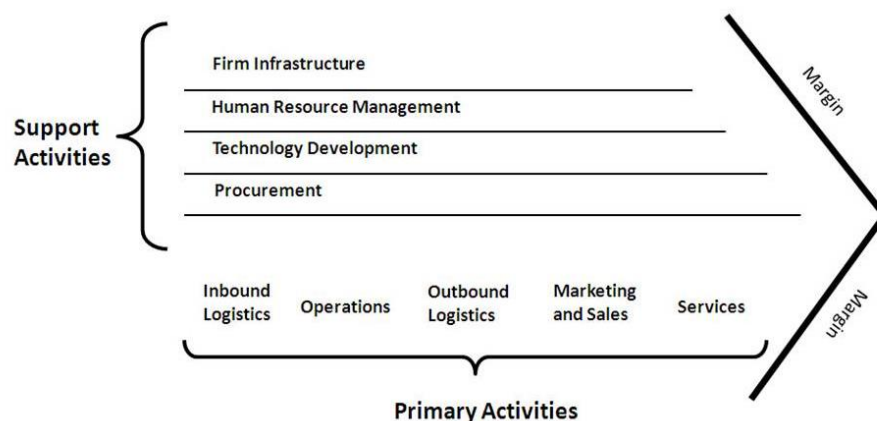
โอกาสในอุตสาหกรรมธุรกิจการเงินอย่างธุรกิจให้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด เพราะปัจจุบันธุรกิจ e-Commerce และ Social Commerce ของไทยมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้พฤติกรรมกรรมการชำระเงินของผู้บริโภคเปลี่ยนไปใช้ช่องทางการชำระเงินออนไลน์กันมากขึ้น ผ่านช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น บัตรเครดิต



การโอนเงินผ่านมือถือ รวมถึงนโยบายการผลักดันจากภาครัฐและทุกภาคส่วนที่ส่งเสริมให้ สังกมไทยเดินหน้าเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ และจากการเปรียบเทียบข้อมูลของธนาคาร แห่งประเทศไทย ในส่วนของตัวเลขมูลค่าการชำระเงินผ่าน e-Payment บนมือถือของเดือนธันวาคม 2559 กับ เดือน ธันวาคม 2560 ตัวเลขเพิ่มมากขึ้นเท่าตัวจากเดิมปี 2559 มูลค่า 584.71 พันล้านบาท และในปี 2560 มูลค่าการชำระเงินได้เพิ่มขึ้นมากถึง 1,046.08 พันล้านบาท

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter's Five Forces จะพบว่า ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมธุรกิจการเงินมีการให้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์อยู่แล้ว แต่ SYe-Pay ได้ ให้บริการที่แตกต่างออกไป ด้วยระบบที่ครอบคลุมการให้บริการผ่านเดลิเวอรี่ จึงทำให้การแข่งขัน ในอุตสาหกรรมค่อนข้างต่ำ ซึ่งการมาใหม่ของรูปแบบธุรกิจนี้ยังทำให้แรงจากผู้เล่นหน้าใหม่ สินค้า ทดแทน อำนาจการต่อรองของลูกค้าค่อนข้างต่ำอีกด้วย เพราะธุรกิจระบบการชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ SYe-Pay ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง มีการสร้างและพัฒนาที่เป็นเอกลักษณ์ ให้บริการอย่างครอบคลุมและได้มาตรฐาน และการเข้ามาของ SYe-Pay เป็นสินค้าที่มาทดแทน ระบบการชำระเงินแบบเงินสด จึงยังไม่มีระบบแบบอื่นมาทดแทนได้ ส่วนอำนาจการต่อรองของ Supplier ในระยะแรกจะค่อนข้างสูง เนื่องจาก SYe-Pay ยังไม่เป็นที่รู้จัก แต่ในอนาคตข้างหน้าที่มี ธุรกิจมาใช้บริการ SYe-Pay เพิ่มมากขึ้น อำนาจการต่อรองของ Supplier จะต่ำลง

### 1.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Business Value Chains)



ภาพที่ 1.1 ห่วงโซ่คุณค่า (Business Value Chains)

### Primary Activities:

1. Inbound Logistics: จัดหาและตั้งชื่ออุปกรณ์ระบบการรับชำระเงิน เช่น เครื่องรับชำระเงินขนาดพกพา เครื่องชำระเงินขนาดมาตรฐาน เครื่องอ่านโค้ด เป็นต้น โดยบริษัทจัดจำหน่ายจะต้องมีความน่าเชื่อถือ มีการรับประกันสินค้า และบริการหลังการขายที่จะดูแลลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. Operations: สร้างระบบ POS และ Platform เชื่อมต่อกับระบบของธุรกิจเคหะใจเวอรี่ต่างๆ โดยเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบริษัทเท่านั้น
3. Outbound Logistics: ให้บริการติดตั้งเครื่องมืออุปกรณ์พร้อมระบบการรับชำระเงินให้แก่ร้านค้าต่างๆ และบริการดูแลซ่อมบำรุงอุปกรณ์ตลอดสัญญาการใช้งาน
4. Marketing and Sales: เป็น Partner กับธุรกิจเคหะใจเวอรี่ที่สร้างลูกค้าใหม่ และทำการโฆษณาผ่าน Social Media เพื่อเพิ่มการรับรู้ในการบริการ และอาศัยการบอกต่อของร้านที่มีประสบการณ์จริงโดยมีสิทธิประโยชน์มอบให้เป็นผลตอบแทน
5. Customer Services: ให้บริการความช่วยเหลือตลอด 24 ชั่วโมง โดยเจ้าหน้าที่พัฒนาระบบเฉพาะทาง










### Support Activities:

1. Procurement: จัดซื้ออุปกรณ์เครื่องมือผ่านบริษัทจัดจำหน่าย
2. Technology Development: พัฒนาโปรแกรม POS สำหรับให้บริการระบบการรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะสร้างบน Platform เพื่อให้สะดวกต่อการพัฒนาระบบ โดยมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลทางการเงินสูง
3. Human Resource Management: สรรหาคัดเลือกบุคลากรที่มีความชำนาญด้านพัฒนาระบบ และด้านอุปกรณ์เครื่องมือ โดยจัดฝึกอบรมบุคลากรก่อนเริ่มปฏิบัติงาน
4. Infrastructure: จัดหาพื้นที่ในการเปิดสำนักงานที่เป็นศูนย์กลางในการให้บริการลูกค้า และพัฒนา Platform โดยจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกในงานครบถ้วน เพื่อให้การบริการสามารถทำได้อย่างปลอดภัย และได้มาตรฐาน



## 1.4 การวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจ (Business Model Canvas)

การดำเนินงานแผนทางธุรกิจมีความจำเป็นอย่างมากในการวางแผนจัดการภาพรวมของธุรกิจ ทั้งด้านการดำเนินงาน ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทีมงานที่ร่วมดำเนินงาน แผนทางการเงิน ฯลฯ ดังนั้น การดำเนินงานแผนทางธุรกิจของแพลตฟอร์ม SYe-Pay จึงนำโมเดลการทำธุรกิจ Canvas มาใช้ในการวิเคราะห์แผนธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

<b>Key Partners</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กและ SMEs</li> <li>• ธุรกิจ Food Delivery</li> <li>• ธุรกิจ Payment</li> <li>• บริษัทจำหน่ายเครื่อง POS และอุปกรณ์</li> <li>• Developers</li> </ul>	<b>Key Activities</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• การสร้างและพัฒนาแพลตฟอร์ม</li> <li>• การติดต่อธุรกิจ Partner ให้มาเข้าร่วมแพลตฟอร์ม</li> <li>• การโฆษณาและทำการตลาดให้เข้าถึงลูกค้า</li> </ul> <b>Key Resources</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Developers</li> <li>• เจ้าหน้าที่การตลาด</li> <li>• Account Executive</li> <li>• IT Support</li> <li>• Admin &amp; Consumer Support</li> <li>• เครื่อง POS และอุปกรณ์</li> </ul>	<b>Value Propositions</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• แพลตฟอร์มรองรับการชำระเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากต้องการหลีกเลี่ยงการสัมผัส และลดการกระจายของโรคระบาดโควิด-19</li> <li>• เชื่อมต่อกับธุรกิจ Food Delivery ช่วยให้การร้านได้เป็นระบบมากขึ้น และเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายจากการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น</li> </ul>	<b>Customer Relationships</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• การแจ้งเตือนเมื่อมีคำสั่งซื้อจาก Food Delivery เข้ามา</li> <li>• การแจ้งเตือนเมื่อระบบได้รับการชำระเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์แล้ว</li> </ul> <b>Channels</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• ติดต่อกับเจ้าของธุรกิจร้านอาหารโดยตรง</li> <li>• โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์</li> <li>• ออกบูธจัดงาน Event ที่เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร และการบริหารจัดการร้านสำหรับเจ้าของธุรกิจ</li> </ul>	<b>Customer Segments</b>  <b>ผู้ประกอบการ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กที่มีราคาระดับกลางถึงต่ำ ตั้งอยู่ในเขตกทม.</li> <li>• สนใจการจัดการร้าน การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์และได้รับผลกระทบจาก Covid-19</li> </ul> <b>ผู้ใช้บริการ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• กลุ่มนักศึกษา และวัยทำงาน อายุ 20 - 35 ปี</li> <li>• ชอบใช้ Food Delivery</li> <li>• ใช้ระบบการชำระเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ</li> </ul>
<b>Cost Structure</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• ค่าจ้างพนักงาน</li> <li>• ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ</li> <li>• ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริการ</li> <li>• ค่าใช้จ่ายทางการตลาด</li> </ul>		<b>Revenue Streams</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• ค่าบริการสมาชิกรายเดือน</li> <li>• ส่วนแบ่งจากการจำหน่ายเครื่อง POS และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง</li> <li>• ส่วนแบ่งจากการให้เช่าเครื่อง POS และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>		

ภาพที่ 1.2 แสดง Business Model Canvas ของธุรกิจสายเปย์

## 1.5 วิสัยทัศน์ พันธกิจ

### 1.5.1 วิสัยทัศน์

บริษัท สายเปย์ จำกัด (SYe-Pay: Smart Yield e-Payment) ผู้นำในด้านการให้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แบบครบวงจรกับธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็ก และ SMEs

### 1.5.2 พันธกิจ

1. ให้บริการระบบการชำระเงินในรูปแบบ e-Payment สำหรับระบบธุรกิจร้านอาหาร
2. สร้างและรักษามาตรฐานคุณภาพ ความน่าเชื่อถือของระบบการให้บริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ และเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเป้าหมาย
3. เป็นคู่ค้าที่ช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กประหยัดต้นทุน และนำเทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อนมาสนับสนุนให้มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และช่วยเพิ่มโอกาสทางการขาย
4. ช่วยเว้นระยะห่างทางสังคม และลดการแพร่กระจายเมื่อเกิดโรคระบาดในอนาคต

## 1.6 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

### 1.6.1 เป้าหมายทางตลาด

บริษัท สายเปย์ จำกัด มุ่งเน้นการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นผู้ทำธุรกิจอาหารที่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก และ SMEs อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยมีเป้าหมายที่จะขยายธุรกิจไปยังกลุ่มธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 8,000 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 จากจำนวนทั้งหมดประมาณ 40,000 ร้าน ภายในระยะเวลา 3 ปีแรกของการดำเนินกิจการ โดยมีเป้าหมายแต่ละที่ร้อยละ 5, 10 และ 20 ตามลำดับ

### 1.6.2 เป้าหมายทางการตลาด

สร้างและพัฒนา Platform ของธุรกิจ SYe-Pay ให้ดียิ่งขึ้น และมุ่งเน้นการติดต่อเป็น Partner ร่วมกับร้านค้าปลีกและร้านอาหารขนาดเล็กและ SMEs โดยตรง พร้อมสร้างการรับรู้ธุรกิจ SYe-Pay ให้กับกลุ่มเป้าหมายผ่านโฆษณาทาง Social Media และอาศัยการบอกต่อ รวมถึงการติดต่อร่วมมือกับภาครัฐที่มีนโยบายสนับสนุนการใช้บริการ e-Payment ตลอดจนสร้างความผูกพันและความเชื่อมั่นต่อธุรกิจ SYe-Pay ให้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นที่ 1 ของผู้ประกอบการที่ให้บริการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

## 1.7 ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

บริษัท สายเปย์ จำกัด ต้องเป็นผู้นำในการช่วยพัฒนาธุรกิจร้านอาหารและร้านค้าปลีกที่มีขนาดเล็กและ SMEs ช่วยเพิ่มโอกาสการขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ ทำให้ธุรกิจร้านอาหารและร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่อาจจะไม่คุ้นเคยกับการนำเทคโนโลยีทางการเงินมาบริหาร สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและมีช่องทางในการสร้างยอดขายให้เติบโตได้มากขึ้นกว่ารูปแบบเดิมเพียงอย่างเดียว โดยสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างไม่มีข้อจำกัดทางด้านระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ และเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยเว้นระยะทางสังคม ลดความเสี่ยงของการแพร่กระจายโรคระบาดในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ



## บทที่ 2

### ข้อมูลการศึกษาวิจัย

บทนี้นำเสนอระเบียบวิธี และการนำเสนอข้อมูลตามแนวทางวิชาการเพื่อการพัฒนาแผนธุรกิจ โดยข้อมูลที่ใช้ในการสร้างและวิเคราะห์แผนธุรกิจฉบับนี้ นำมาจากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 2.1 วิธีการศึกษาวิจัยและประเภทการวิจัย

##### 2.1.1 ประเภทการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิง Descriptive Study (การวิจัยเชิงพรรณนา) เพื่อต้องการทราบถึงลักษณะพฤติกรรมและความคาดหวังในการใช้อุปกรณ์พร้อมระบบ Platform ดังนั้น การวิจัยจึงเป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย Content Analysis; SYe-Pay

##### 2.1.2 วิธีการศึกษาวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มีแหล่งข้อมูลมาจาก 2 กลุ่ม โดยจะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มร้านค้าในธุรกิจร้านอาหารที่มีขนาดเล็ก และธุรกิจที่เป็น SMEs ถึงระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะเรื่องต้นทุน และวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น จำนวน 10 ร้าน และจะใช้การสัมภาษณ์ออนไลน์กับกลุ่มผู้มาใช้บริการร้านค้าในธุรกิจต่างๆ ในการรวบรวมข้อมูลความต้องการ และปัญหาในการใช้บริการร้านค้าเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 50 คน โดยผู้เข้าร่วมวิจัยจะอยู่ในช่วง Gen Y และ Gen X หรือช่วงอายุ 19 – 54 ปี มีประสบการณ์ในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ซึ่งจะใช้เวลา

สัมภาษณ์ประมาณคนละ 15 – 30 นาที เมื่อได้ข้อมูลครบแล้วผู้วิจัยจะเป็นผู้วิเคราะห์และจัดการข้อมูลด้วยตนเอง

## 2.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม ตลาด ลูกค้า สินค้าและบริการ คู่แข่งขันและการลงทุนในการเริ่มต้นธุรกิจการให้บริการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้กับธุรกิจร้านอาหารและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก และ SMEs
2. เพื่อพัฒนาแผนธุรกิจในการจัดตั้งบริษัท สายเปย์ จำกัด (SYe-Pay)

## 2.3 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลประกอบไปด้วย 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มร้านค้าในธุรกิจร้านอาหารที่มีขนาดเล็กและ SMEs อย่างละ 10 ร้าน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และผลกระทบจากวิกฤติ รวมถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และแนวโน้มความสนใจในบริการของ SYe-Pay
2. กลุ่มผู้มาใช้บริการร้านค้าในธุรกิจต่างๆ ในการรวบรวมข้อมูลความต้องการ และปัญหาในการใช้บริการร้านค้าเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 50 คน โดยผู้เข้าร่วมวิจัยจะอยู่ในช่วง Gen Y และ Gen X หรือช่วงอายุ 19 – 54 ปี มีประสบการณ์ในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมปัญหาและความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และแนวโน้มความสนใจในบริการของ SYe-Pay

## 2.4 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) กับแหล่งข้อมูลที่เป็นกลุ่มร้านค้าในธุรกิจร้านอาหารที่มีขนาดเล็ก และธุรกิจที่เป็น SMEs ถึงระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะเรื่องต้นทุน และวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น จำนวน 10 ร้าน โดยจะเข้าถึงผู้เข้าร่วมวิจัยคนแรกโดยการติดต่อขออนุญาตเจ้าของธุรกิจโดยตรง จากนั้นจะใช้วิธี snow ball โดยให้ผู้เข้าร่วมวิจัยคนแรกแนะนำควบคู่ไปกับวิธีแรกที่ติดต่อขออนุญาตเจ้าของธุรกิจโดยตรง ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30 – 60 นาที โดยไม่มีคำถามเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของผู้ที่เข้าร่วมวิจัย และตลอดระยะเวลาสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ และจะแจ้งรายละเอียดของงานวิจัย ประโยชน์และความสำคัญของการทำวิจัยครั้งนี้ และถามความยินยอมของผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นระยะตลอดการสัมภาษณ์ ส่วนการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ออนไลน์ผ่านการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ของ Google Survey กับแหล่งข้อมูลที่เป็นกลุ่มผู้มาใช้บริการร้านค้าในธุรกิจต่างๆ ในการรวบรวมข้อมูลความต้องการ และปัญหาในการใช้บริการร้านค้าเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 50 คน โดยผู้เข้าร่วมวิจัยจะอยู่ในช่วง Gen Y และ Gen X หรือช่วงอายุ 19 – 54 ปี มีประสบการณ์ในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ โดยจะเข้าถึงผู้เข้าร่วมวิจัยผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็น Market Place ต่างๆ เช่น Facebook เป็นต้น ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 15 – 30 นาที โดยไม่มีคำถามเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของผู้ที่เข้าร่วมวิจัย และจะแจ้งรายละเอียดของงานวิจัย ประโยชน์และความสำคัญของการทำวิจัยครั้งนี้ และถามความยินยอมของผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นระยะตลอดการสัมภาษณ์

## 2.5 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

จะประกอบไปด้วยชุดคำถามปลายเปิด 1 ชุด และแบบสอบถาม (Questionnaires) ของ Google Survey 1 ชุด

ชุดที่หนึ่ง แบบออฟไลน์ : สำหรับกลุ่มร้านค้าในธุรกิจร้านอาหารที่มีขนาดเล็ก และธุรกิจที่เป็น SMEs อย่างละ 10 ร้าน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และผลกระทบจากวิกฤติ รวมถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และแนวโน้มความสนใจ



ในบริการของ SYe-Pay เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นไปอย่างเหมาะสมกับการใช้งาน และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ร้านค้าในธุรกิจอาหาร โดยชุดคำถามได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีประสิทธิภาพครอบคลุม ถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

**ชุดที่สอง แบบออนไลน์ :** สำหรับกลุ่มผู้มาใช้บริการร้านค้าในธุรกิจต่างๆ ในการรวบรวมข้อมูลความต้องการ และปัญหาในการใช้บริการร้านค้าเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 50 คน โดยผู้เข้าร่วมวิจัยจะอยู่ในช่วง Gen Y และ Gen X หรือช่วงอายุ 19–54 ปี มีประสบการณ์ในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงพฤติกรรม ปัญหาและความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และแนวโน้มความสนใจในบริการของ SYe-Pay โดยชุดคำถามได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีประสิทธิภาพครอบคลุม ถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

## 2.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) จะมีการนำไฟล์สัมภาษณ์มาถอดเป็นข้อมูล และรวบรวมคำตอบในส่วนของคำถามปลายเปิด จากนั้นจะนำไปวิเคราะห์เนื้อหาด้วยเทคนิค (Content Analysis) โดยการจัดกลุ่ม จำแนกหมวดหมู่ของข้อมูล พร้อมสรุปผลจากการศึกษาและนำเสนอข้อค้นพบให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์งานวิจัย ดังนี้

1. กระบวนการ ปัญหา และอุปสรรคที่บริษัทฯจะต้องพบเจอ
2. การพัฒนาการบริการให้เหมาะสมกับการใช้งาน แก้ไขปัญหา และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็ก และ SMEs



## 2.7 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยทั้งหมด 6 เดือน โดยมีแผนงานดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงระยะเวลาการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินงาน	เดือน					
	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง						
สังเคราะห์และออกแบบการเก็บข้อมูล						
ลงพื้นที่เก็บข้อมูลตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์						
เรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง						
สรุปผลการวิจัย						

## 2.8 สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU\_IRB)

ก่อนดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัยเมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2563 และได้รับผลตอบรับอนุญาตให้ดำเนินการวิจัยเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2563 หนังสืออนุญาต COA No. MU-CIRB 2020/245.0109 อีกทั้งข้อมูลส่วนตัว เนื้อหา และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ของผู้ถูกสัมภาษณ์จะถูกเก็บไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะชนเป็นรายบุคคล แต่จะทำการรายงานผลการวิจัยเป็นข้อมูลส่วนรวม

## บทที่ 3

### แผนการตลาด

การศึกษาแผนดำเนินการด้านการตลาด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ทางการตลาดโดยใช้ทฤษฎี STP Strategy (Segmentation, Targeting, Positioning) การวิเคราะห์คู่แข่ง บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์และวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสามารถกำหนดเป้าหมายและผลลัพธ์ที่คาดหวังได้อย่างชัดเจน

### 3.1 กลยุทธ์ในการแบ่งสัดส่วน เลือกกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด (STP)

#### 3.1.1 การแบ่งสัดส่วนการตลาด (Segmentation)

สายเปย์ (SYe-Pay) เป็นแพลตฟอร์มให้บริการระบบการชำระเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม 2 กลุ่ม จึงมีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

##### 3.1.1.1 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กและ SMEs

- Demographic Segmentation แบ่งผู้ประกอบการตามลักษณะการดำเนินธุรกิจ และประเภทของสินค้าที่จำหน่ายและให้บริการ เช่น อาหารไทย อาหารจานด่วน ขนมและเบเกอรี่ เครื่องดื่ม เป็นต้น

- Geographic Segmentation แบ่งผู้ประกอบการตามทำเลที่ตั้ง โดยมีผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารขนาดเล็กและ SMEs ที่จดทะเบียนและดำเนินกิจการอยู่ในเขต

กรุงเทพมหานครในเดือนธันวาคม 2564 เป็นจำนวน 42,094 ร้าน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565)

### 3.1.1.2 กลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหาร

- Demographic Segmentation แบ่งผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นต้น

- Behavioral Segmentation แบ่งผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารตามลักษณะพฤติกรรมในการใช้บริการ ได้แก่ วิธีการซื้อสินค้า การเลือกร้านค้า รูปแบบการชำระเงินที่ใช้ ความถี่ในการซื้อ มูลค่าที่ซื้อต่อครั้ง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ และช่วงเวลาที่ใช้บริการ เป็นต้น

### 3.1.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)

3.1.2.1 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กและ SMEs ที่ต้องการใช้บริการระบบการรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการที่นิยมใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น มีทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีความสนใจที่จะบริหารจัดการธุรกิจให้เป็นระบบมากขึ้น

3.1.2.2 กลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารที่อยู่ในช่วงอายุ 20 – 35 ปี มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 – 100,000 บาท เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สนใจและสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่าย ใช้ Social Media และ Internet ในชีวิตประจำวัน โดยมีประสบการณ์ หรือ ความสนใจในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านระบบการชำระเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เช่น Mobile Banking, Prompt Pay, True Money Wallet และ Shopee Pay เป็นต้น ซึ่งพักอาศัย หรือ ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

### 3.1.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)

การวางตำแหน่งทางการตลาดของแพลตฟอร์ม SYe-Pay เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ได้เลือกไว้ โดยคำนึงถึง 2 ปัจจัย คือ (1)การจัดการบริหารร้านค้าและประสบการณ์ในการใช้งานผ่านแพลตฟอร์ม (2)โอกาสในการสร้างรายได้และการร่วมมือกับพาร์ทเนอร์



ภาพที่ 3.1 Perceptual Map แสดง Positioning ของ SYe-Pay

จากภาพ Perceptual Map สามารถเปรียบเทียบ SYe-Pay และคู่แข่งได้ดังนี้

- Loyverse POS เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการฟรี ผู้ใช้บริการสามารถดาวน์โหลดมาใช้งานในระดับขั้นพื้นฐานได้ จะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเมื่อต้องการใช้งานในฟังก์ชันระบบการจัดการที่ละเอียดมากขึ้น การใช้งานและนำข้อมูลเข้าระบบค่อนข้างซับซ้อน ใช้งานยากกว่าแพลตฟอร์มอื่น ใช้งานนาน และไม่สามารถเชื่อมต่อกับพาร์ทเนอร์อื่นได้ รูปแบบการชำระเงินสามารถกำหนดได้เอง
- Ocha POS เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการพร้อมเครื่องมืออุปกรณ์ สามารถดาวน์โหลดมาใช้ได้ฟรี แต่คิดค่าบริการเป็นรายเดือน ราคาค่อนข้างสูงเนื่องจากเป็นผู้ให้บริการรายแรกๆ ในตลาด การใช้งานและนำข้อมูลเข้าระบบค่อนข้างง่าย มีฟังก์ชันระบบการจัดการร้านค้าค่อนข้างดี มีการจับมือกับพาร์ทเนอร์ระบบการชำระเงินออนไลน์อย่าง Shopee Pay และสามารถเลือกการชำระเงินได้หลายรูปแบบ เช่น เงินสด, เงินโอน และบัตรเครดิต
- Wongnai POS by foodstory เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถเลือกใช้บริการพร้อมเครื่องมืออุปกรณ์ หรือ แอปพลิเคชันอย่างเดียวก็ได้ คิดค่าบริการเป็นรายปี มีฟังก์ชันระบบการ

จัดการร้านค่อนข้างดี การใช้งานและนำข้อมูลเข้าระบบค่อนข้างง่าย มีระบบสมาชิกและโปรโมชั่น สำหรับการสร้าง Loyalty กับลูกค้า แต่ยังคงมีความซับซ้อนและใช้งานยาก ทำให้ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในส่วนนี้ได้ทั้งในมุมมองของผู้ใช้งาน หรือ ร้านค้า และผู้ใช้บริการ หรือ ลูกค้า ในส่วนของพาร์ทเนอร์มีการร่วมมือกับธุรกิจ Delivery อย่าง Line Man และระบบการชำระเงินออนไลน์อย่าง SCB Easy โดยสามารถเลือกการชำระเงินได้หลายรูปแบบ เช่น เงินสด, เงินโอน, บัตรเครดิต และ โครงการจากรัฐฯ อย่าง “คนละครึ่ง”

ดังนั้น SYe-Pay จะเข้ามาแก้ไขข้อบกพร่องและพัฒนาข้อดี เพื่อเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานให้มากที่สุด โดยเน้นการสร้างความแตกต่างด้วย Product Development Strategy จากการร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ในธุรกิจ Delivery และธุรกิจระบบชำระเงินออนไลน์ต่างๆ ให้มากที่สุด เพื่อสร้างความได้เปรียบและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจของลูกค้า ซึ่งการร่วมมือกันนี้จะสร้างโอกาสให้กับทั้งลูกค้าและพาร์ทเนอร์ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ทั้งยังเพิ่มความสะดวกสบายในการบริหารจัดการร้านด้วยการพัฒนา Feature บนแพลตฟอร์มให้ครอบคลุมการใช้งานจริง ลงรายละเอียดมากขึ้นแต่สามารถใช้งานได้ง่ายไม่ซับซ้อน โดยในระยะพัฒนาถัดไปจะขยายความร่วมมือไปยังพาร์ทเนอร์อย่าง Google และ Line เพื่อขยายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านการ Check-in และ Review ร้าน รวมถึงการสะสมคะแนนของระบบสมาชิกของ Line ซึ่งเป็นโอกาสในการเพิ่มรายได้ และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

### 3.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง

ตารางที่ 3.1 คู่แข่งทางธุรกิจ

คู่แข่งทางธุรกิจ	รายละเอียดการให้บริการ	จุดแข็ง	จุดอ่อน
Loyverse POS	แอปพลิเคชันบริหารจัดการร้านค้า ให้บริการทั้งระบบ Android และ	- ให้บริการฟรี ในส่วนของการจัดการหน้าร้าน แต่ส่วนระบบจัดการหลัง	- ด้วยแนวคิดที่ให้บริการครอบคลุมทุกธุรกิจ ทำให้บางฟังก์ชันไม่เหมาะสมกับ

	<p>iOS ฟังก์ชันการให้บริการเป็นแบบครอบคลุมทุกธุรกิจ ไม่ได้เน้นไปทางใดทางหนึ่ง สามารถออกไปเสร็จ และเชื่อมต่ออุปกรณ์อื่นได้ ดูรายงานยอดขายได้แบบ real-time</p>	<p>ร้านต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้ได้ตามความจำเป็นและเหมาะสม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเข้าข้อมูลด้วยไฟล์ Excel(CSV) ได้ที่หลายรายการ</li> <li>- ไม่จำกัดจำนวนเครื่องต่อ Account</li> </ul>	<p>ธุรกิจร้านอาหาร อย่างการจัดการตัวเลือกเพิ่มเติม มีความซับซ้อนมากเกินไปเมื่อใช้งานจริง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่สามารถสร้างโปรโมชั่นและระบบลดราคาอัตโนมัติได้ ทำได้แค่ส่วนลดทำยบิลเป็นเปอร์เซ็นต์ หรือ บาทเท่านั้น</li> <li>- ไม่มีระบบคิว และระบบ Floor Plan สำหรับร้านอาหาร</li> </ul>
<p>Ocha POS</p>	<p>แอปพลิเคชันบริหารจัดการร้านอาหารมีอาชีพที่ให้บริการเป็นเจ้าแรกๆในตลาด ทั้งระบบ Android และ iOS คิดค่าบริการเป็นรายเดือนแบบมีเงื่อนไข สามารถเลือกใช้บริการได้ทั้งแบบระบบพร้อมอุปกรณ์ และเฉพาะระบบ ดูรายงานยอดขายได้แบบ real-time</p>	<p>- ด้วยแนวคิดที่ให้บริการระบบการจัดการธุรกิจร้านอาหารแบบมีอาชีพ จึงมีฟังก์ชันในการบริการที่ครอบคลุม ทั้งระบบการจัดการโต๊ะ การจัดการออเดอร์ การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการพนักงาน รวมไปถึงการจัดการส่วนลดโปรโมชั่นต่างๆ และยังสามารถชำระเงินได้ทั้งเงินสด เงินโอน บัตรเครดิต และ Shopee Pay QR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแอปพลิเคชันเสริมอย่าง Ocha Manager สำหรับอ็อปเทรรายงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเข้าข้อมูลได้ที่หลายรายการบนระบบ อาจทำให้เสียเวลาในตอนเริ่มต้นที่ต้องเพิ่มหลายรายการ</li> <li>- ค่าบริการมีเงื่อนไข หากซื้อเครื่อง POS Ocha จะต้องมีค่าบริการเดือนละ 250 บาท สามารถจ่ายได้ตั้งแต่รายเดือนจนถึงรายปี โดยค่าเครื่องเริ่มต้น 17,990 บาท ถึง 30,990 บาท ขึ้นอยู่กับรุ่น และอุปกรณ์เสริมที่ต้องการ แต่หากเลือกใช้แค่บริการเพียงอย่างเดียว จะมีค่าบริการเดือนละ 799</li> </ul>



		<p>ยอดขายและความเคลื่อนไหวของร้านได้ทุกที่ ทุกเวลา และ Ocha Staff สำหรับรับออเดอร์ผ่านมือถือได้ไม่จำกัดเครื่อง โดยข้อมูลจะถูกส่งตรงไปยังครัวและแคชเชียร์ การให้บริการจึงเป็นไปอย่างรวดเร็ว</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบริการหลังการขายตลอดการใช้งาน โดยมีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือในทุกพื้นที่ทั่วประเทศตั้งแต่การติดตั้ง และ Call Center 24 ชั่วโมง</li> </ul>	<p>บาท โดยค่าใช้จ่ายเท่ากันทั้งระบบ Android และ iOS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จำกัดเครื่อง Host ต่อ 1 Account แต่สามารถรับออเดอร์ได้ไม่จำกัดจำนวนเครื่อง</li> </ul>
Wongnai POS	<p>แอปพลิเคชันบริหารจัดการร้านอาหารที่มาแรง ให้บริการทั้งระบบ Android และ iPadOS คิดค่าบริการเป็นรายเดือนแบบมีเงื่อนไข ครอบคลุมทุกฟังก์ชัน เน้นความปลอดภัย คู่มือการใช้งานยอดขายได้แบบ real-time</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการพัฒนาฟังก์ชันให้สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เลือกได้ตั้งแต่การบริการของร้านว่าเป็นรูปแบบ “จ่ายก่อนกิน” อย่างร้านกาแฟ หรือ “กินก่อนจ่าย” อย่างร้านอาหารทั่วไป ในส่วนของการจัดการตัวเลือกเพิ่มเติมก็ใช้งานได้ง่ายสามารถเลือกปิดชั่วคราวได้เมื่อสินค้าหมด ด้านความปลอดภัยก็ทำได้ดีโดยการจำกัดการเข้าถึงของพนักงานในแต่ละระดับ ทั้งยังรองรับช่อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเข้าข้อมูลได้ที่หลายรายการบนระบบ อาจทำให้เสียเวลาในตอนเริ่มต้นที่ต้องเพิ่มหลายรายการ</li> <li>- ค่าบริการมีเงื่อนไข โดยระบบ Android จะได้มีค่าบริการเดือนละ 300 บาท จ่ายเป็นรายปี ค่าเครื่องเริ่มต้น 18,900 บาท ถึง 23,900 บาท ไม่รวมอุปกรณ์เสริมอื่น ส่วนระบบ iPadOS มีบริการ 3 แพคเกจ ค่าบริการเดือนละ 1,000 1,200 และ 2,000 บาท ขึ้นอยู่กับ Feature ที่</li> </ul>



		<p>ทางการชำระเงินหลากหลายรูปแบบ ทั้งเงินสด เงินโอน บัตรเครดิต และโครงการรัฐฯ</p> <p>- เชื่อมต่อกับ Wongnai สามารถอัปเดตข้อมูลร้านและโปรโมชั่นได้เองอย่างถูกต้อง ทำให้เข้าถึง Online User ได้กว่า 10 ล้านคน และสามารถใช้ Wongnai Reward Card ในการทำระบบ CRM เพื่อสร้างลูกค้าประจำ</p> <p>- เชื่อมต่อกับ Line Man ได้ทั้งบริการรูปแบบ Delivery และ Pickup ทำให้มีโอกาสในการเพิ่มยอดขายมากยิ่งขึ้น ทั้งยังสามารถกำหนดราคาขายที่แตกต่างกันได้ด้วย</p>	<p>ใช้งาน แต่หากซื้อแพ็คเกจอุปกรณ์ในราคา 13,900 บาท ไม่รวมอุปกรณ์เสริมอื่น จะได้รับส่วนลดค่าบริการรายเดือนคงเหลือ 699 1,099 และ 1,799 บาทตามลำดับเป็นระยะเวลา 1 ปี และต่ออายุการใช้งานฟรี 3-6 เดือน โดยจ่ายเป็นรายปีเช่นกัน</p> <p>- จำกัดการใช้งานเครื่องต่อ 1 Account โดยระบบ Android สามารถใช้งานได้เพียง 1 เครื่องและ 2 เครื่องพิมพ์เท่านั้น ส่วนระบบ iPadOS จะขึ้นอยู่กับแพ็คเกจการให้บริการ โดย Premium จะสามารถใช้ได้เพียง 1 เครื่องและ 2 เครื่องพิมพ์เหมือนระบบ Android ส่วน Premium Plus จะใช้ได้ 1 เครื่อง ไม่จำกัดจำนวนเครื่องพิมพ์ และสามารถใช้ Staff App ในการรับออเดอร์ได้ 2 เครื่อง และสุดท้าย Premium Pro จะสามารถใช้ได้สูงสุด 5 เครื่อง ไม่จำกัดจำนวนเครื่องพิมพ์ และสามารถใช้ Staff App ได้ 5 เครื่อง</p>
--	--	--	---

### 3.3 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

จากการวิเคราะห์การแบ่งสัดส่วนการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ให้กับแพลตฟอร์มแล้ว สามารถใช้ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้

#### 3.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

แพลตฟอร์ม SYe-Pay ถูกพัฒนาโดยใช้กลยุทธ์ Product Differentiation เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เน้นการให้บริการที่แตกต่างและครอบคลุม เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีแพลตฟอร์มที่รวบรวมธุรกิจพาร์ทเนอร์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารอย่างธุรกิจ Delivery และธุรกิจการชำระเงินออนไลน์ต่างๆ ไว้ในแพลตฟอร์มเดียว SYe-Pay จึงเป็นแพลตฟอร์มที่น่าเสนอระบบการรับชำระเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์แบบ All in One เพื่อสร้างความสะดวกสบาย และลดความยุ่งยาก รวมถึงภาระต้นทุนในการบริหารจัดการร้านด้วยระบบให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กและ SMEs ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถบริหารจัดการระบบหลังบ้านทั้งในด้านของยอดขาย ต้นทุน สินค้าคงเหลือ โปรมอชั่น และการจัดการพนักงานร้านได้อย่างง่ายดาย ส่วนเป้าหมายหลักของการพัฒนา SYe-Pay คือการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ใช้บริการ โดยการร่วมมือกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือ แพลตฟอร์ม SYe-Pay จะเชื่อมต่อระบบเข้ากับระบบของธุรกิจ Delivery ไม่ว่าจะเป็น Grab, Lineman, foodpanda, Robinhood หรือ Shopee Food หากร้านค้าเป็นสมาชิกในแอปพลิเคชันดังกล่าวจะสามารถเชื่อมต่อและรับออเดอร์จากลูกค้าผ่านแพลตฟอร์ม SYe-Pay ได้โดยตรง ไม่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์แยกตามแต่ละแอปพลิเคชัน และรายการที่เกิดขึ้นจะถูกบันทึกเข้าสู่ระบบ POS ของ SYe-Pay ทำให้ข้อมูลรายงานยอดขายมีความแม่นยำ เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด และรายงานสรุปยอดขายประจำวันสามารถดูข้อมูลเปรียบเทียบในแต่ละช่องทางการขาย รวมถึงรายการสินค้าที่ขายดี อัตราการใช้งานส่วนลด โปรมอชั่น และพฤติกรรมต่างๆ ของลูกค้าที่มาใช้บริการได้ ทั้งยังมีการวิเคราะห์สรุปผลในแต่ละเดือนเพื่อช่วยในการแนะนำแก่ผู้ประกอบการในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอีกด้วย

นอกจากนี้ SYe-Pay ยังมีการพัฒนาในส่วนของการรับชำระเงินออนไลน์โดยเชื่อมต่อข้อมูลเข้ากับแอปพลิเคชันระบบชำระเงินออนไลน์ต่างๆ เช่น True Money Wallet, Shopee Pay,

Dolfin Wallet, SCB Maemanee และ K+ Shop เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการสามารถเปิดใช้งานช่องทางการรับเงินที่ต้องการได้โดยกรอกรายละเอียดข้อมูลของบัญชีที่ใช้รับชำระค่าสินค้าและบริการ เพื่อดำเนินการขออนุญาตเชื่อมต่อบริษัท หลังจากได้รับการอนุมัติแล้ว แพลตฟอร์มจะสร้าง QR Code แบบครั้งเดียวจากข้อจำกัดที่เลือก คือ แอปพลิเคชันที่ต้องการใช้ชำระค่าสินค้าและบริการ รหัสร้านค้าและหมายเลขบัญชีที่ใช้รับเงิน และยอดเงินที่ต้องชำระ ลูกค้า หรือ ผู้ที่มาใช้บริการสามารถเปิดแอปพลิเคชันที่ต้องการใช้และแสกน QR Code ที่ปรากฏเพื่อชำระเงินได้ทันที เมื่อการชำระเงินเสร็จสิ้น และได้รับอนุมัติจากต้นทางเรียบร้อยแล้ว ข้อมูลจะถูกส่งเข้าไปยังระบบโดยอัตโนมัติ และจึงทำการพิมพ์ใบเสร็จรับเงินออกมา โดยในสรุปรายงานยอดขายสามารถดูข้อมูลการชำระเงินในแต่ละช่องทางได้ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ตรวจสอบกับยอดเงินที่เข้าบัญชีจริงได้

### 3.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคานั้นจะใช้วิธีพิจารณาจากปัจจัยด้านต้นทุน (Cost) ราคาที่ลูกค้านำใจจ่าย (Consumer Based Pricing) และการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง (Competition Based Pricing) โดยรายได้ของแพลตฟอร์มมาจาก 2 ช่องทาง ได้แก่

3.3.2.1 รายได้จากค่าบริการสมาชิกรายเดือน โดยทั่วไปแอปพลิเคชันสามารถดาวน์โหลดได้ฟรี แต่จะต้องมีการลงทะเบียนสร้างบัญชีสำหรับการใช้งานก่อนจึงจะสามารถเข้าไปใช้บริการได้ โดยเบื้องต้นจะมีค่าบริการรายเดือนระดับราคาเดียว สามารถใช้งานได้ทุกฟังก์ชันของระบบ

3.3.2.2 รายได้จากส่วนแบ่งของการจำหน่ายและให้เช่าเครื่อง POS และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นบริการไว้สำหรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการที่ต้องการบริการแบบ One Stop Service ซึ่งราคาค่าบริการมีหลายระดับจะคิดจากต้นทุนค่าอุปกรณ์ และค่าเสื่อมจากการใช้งานตามระยะเวลา

### 3.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

การกำหนดกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงการบริการของแพลตฟอร์ม SYe-Pay ได้ทางช่องทางออนไลน์ ผู้ประกอบการที่สนใจสามารถสอบถามข้อมูลการให้บริการได้ผ่านเว็บไซต์หลักของบริษัท ซึ่งจะมีช่องทางการติดต่อที่ลูกค้าสะดวกให้แจ้ง

ข้อมูลกลับไปให้เด็กหลายช่องทาง เช่น e-mail, Line หรือ เบอร์โทรศัพท์ เป็นต้น โดยพนักงานจะให้คำแนะนำตามความเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน

### 3.3.4 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (Promotion)

การกำหนดกลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาดจะทำการผสมผสานกันระหว่างแบบ Online และ Offline เนื่องจากต้องการสร้างรับรู้ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร โดยเน้นการสื่อสารประโยชน์ในการใช้บริการ และความแตกต่างจากการบริการของกลุ่มคู่แข่ง ดังนี้

#### 3.3.4.1 Online Marketing Communication

การสื่อสารทางการตลาดแบบวงกว้าง เพื่อสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ให้แก่ลูกค้า เน้นการทำเนื้อหาในเรื่องของความสะอาดสบาย และประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ผ่านกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ย้ำถึงจุดเด่น และความน่าเชื่อถือ โดยช่องทางที่น่าสนใจ คือ

- Facebook เป็นช่องทางการตลาดออนไลน์ที่มีฐานผู้ใช้งานมากที่สุด และยังสามารถทำโฆษณาแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่มเป้าหมายได้อย่างละเอียด โดยในปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กส่วนใหญ่เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยการทำ Content ผ่านเพจวีวต่างๆ ช่องทางนี้จึงเหมาะแก่การทำกิจกรรมและโปรโมชัน เพราะสามารถสร้างการรับรู้เป็นวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว
- Custom Intent โฆษณาตามติดกลุ่มคนที่ค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น Google Search Ads, Google Display Network (GDN) และโฆษณา YouTube TrueView instream โดยสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานอย่าง Demographics เช่น เพศ อายุ สถานที่ ฯลฯ ของคนที่เห็นโฆษณา ไปจนถึง Behavioral อย่างความสนใจ และพฤติกรรมออนไลน์ ซึ่งการจับกลุ่มเป้าหมายนั้นจะทำได้จากการระบุ Keyword และ URL ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนที่สนใจได้จริง

#### 3.3.4.2 Offline Marketing Communication

การสื่อสารทางการตลาดแบบ Offline จะเน้นการให้ข้อมูล หรือกระบวนการเฉพาะเจาะจง มีความสำคัญมากในการสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือต่อกลุ่มลูกค้า โดยช่องทางที่น่าสนใจ คือ

- Personal Selling เป็นการทำการตลาดผ่านพนักงานขาย สามารถสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้ประกอบการได้โดยตรง โดยการนำเสนอข้อมูล และประโยชน์ของการใช้งานแพลตฟอร์มได้อย่างละเอียด ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความเข้าใจ และช่วยผลักดันให้สนใจใช้บริการแพลตฟอร์ม มีโอกาสปิดการขายได้สูง และยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ประกอบการด้วย
- Event การออกบูธตามงาน Event ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารและเทคโนโลยีถือเป็นอีกช่องทางที่สามารถสื่อสารถึงผู้ประกอบการได้โดยตรง ยังเป็นการออกบูธร่วมกับธุรกิจพาร์ทเนอร์จะยิ่งช่วยสร้างการรับรู้และความน่าสนใจของแพลตฟอร์มได้
- Word of Mouth Marketing การตลาดแบบปากต่อปากเป็นการตลาดที่ลูกค้าใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจจนบอกต่อ หรือ เกิดจากการที่แบรนด์ทำ Content การตลาดที่ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายจนมีการแชร์ต่อทำให้กระจายเป็นวงกว้าง โดยอาจจะมียอดตอบแทน หรือ ไม่มีก็ได้ เช่น การอ้างอิงลูกค้าปัจจุบันของลูกค้าใหม่ จะทำให้ลูกค้าปัจจุบันที่แนะนำได้รับส่วนลดค่าบริการในเดือนถัดไป และลูกค้ารายใหม่จะได้ใช้บริการฟรีในเดือนแรก เป็นต้น

### 3.4 เป้าหมายทางการตลาดตามกรอบระยะเวลา 1 ปี

3.4.1 เข้าถึงกลุ่มธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กและ SMEs ไม่น้อยกว่า 10,000 ร้าน และมีร้านที่สนใจใช้บริการอย่างน้อย 3,000 ร้าน

3.4.2 เกิดการบอกต่อจากร้านที่เป็นลูกค้าปัจจุบัน โดยมีร้านที่เป็นลูกค้าใหม่ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน และสมัครใช้บริการอย่างต่อเนื่องอย่างน้อย 500 ร้าน

3.4.3 มีบัญชีผู้ใช้งานต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 2,000 ร้าน



## บทที่ 4

### แผนนวัตกรรม

แผนธุรกิจการให้บริการระบบการชำระเงินในรูปแบบ e-Payment สำหรับธุรกิจร้านอาหารซึ่งเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติโรคระบาด Covid-19 อย่างมากจากพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงแบบฉับพลันของผู้บริโภค และการขาดศักยภาพในการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้ประกอบการรายย่อย การพัฒนาแพลตฟอร์มการให้บริการระบบการชำระเงินในรูปแบบ e-Payment จึงเปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือที่มาช่วยสนับสนุนธุรกิจให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความพร้อมที่จะตอบสนองต่อผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปหลังจากวิกฤติโรคระบาด Covid-19 โดยในปัจจุบัน ระบบบริหารจัดการร้านมิให้ใช้บริการอยู่ทั่วไป แต่ทางผู้วิจัยพบว่า การให้บริการยังมีข้อจำกัดเฉพาะส่วนที่ไม่ยืดหยุ่น ทำให้เสียโอกาสในการเพิ่มยอดขายไปไม่มากนักน้อย ทั้งยังมีค่าบริการที่ค่อนข้างสูง ส่งผลกระทบต่อต้นทุนธุรกิจโดยตรง นอกจากนี้ ยังมีปัญหาที่ระบบไม่ครอบคลุมการให้บริการรูปแบบใหม่ที่ได้รับการนิยมนับในปัจจุบันอย่างธุรกิจเดลิเวอรี่ ซึ่งก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ผู้วิจัยต้องการพัฒนา

#### 4.1 ประเภทของนวัตกรรม

นวัตกรรมที่จะนำมาใช้เพื่อพัฒนาแผนธุรกิจการให้บริการระบบการชำระเงินในรูปแบบ e-Payment สำหรับระบบธุรกิจร้านอาหาร ประกอบไปด้วย

##### 4.1.1 Services Innovation

ระบบการชำระเงินในรูปแบบ e-Payment เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสะดวกในการให้บริการสำหรับธุรกิจร้านอาหาร ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาแพลตฟอร์มการให้บริการระบบการชำระ



เงินในรูปแบบ e-Payment โดยระบบจะสร้าง QR Code ขึ้นมาสำหรับการรับชำระเงินให้แก่ผู้บริโภคร เพื่อเป็นการตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงให้ได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น ทั้งยังช่วยให้ธุรกิจมีการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพัฒนาแพลตฟอร์มให้มีการทำงานร่วมกัน โดยร่วมมือกับธุรกิจเคสิเวอริต่างๆ อาทิเช่น Grab, Line Man, foodpanda, Robinhood และ Shopee Food โดยการนำระบบของแต่ละธุรกิจเคสิเวอริมาอยู่บนแพลตฟอร์มสายเปย์ และเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างเป็นประโยชน์ และราบรื่นที่สุด สายเปย์จึงมีทีม IT Support ให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ และช่องทางออนไลน์ 24 ชั่วโมง เพื่อคอยให้คำแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบได้ตลอดเวลา โดยจะมี Chat Bot ในการตอบคำถามข้อมูลทั่วไป และปัญหาที่พบบ่อยผ่านแพลตฟอร์ม เพื่อความสะดวกรวดเร็ว

#### 4.1.2 Product System

ธุรกิจสายเปย์ (SYe-Pay) นอกจากแพลตฟอร์มระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และยังมีการจัดหาอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบชำระเงินมาให้บริการตามความต้องการใช้งานของลูกค้า ซึ่งอุปกรณ์แต่ละชิ้นสามารถทำงานเชื่อมต่อกันได้ทั้งหมด เช่น จอสัมผัสสำหรับบันทึกข้อมูล เครื่องอ่านบาร์โค้ด ลิ้นชักเก็บเงินสดสำหรับลูกค้าบางรายที่ยังจำเป็นต้องใช้อยู่ และเครื่องพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้คู่กันอย่างกระดาษม้วนสำหรับพิมพ์ใบเสร็จ โดยลูกค้าสามารถสั่งสินค้าผ่านช่องทาง Line Official ของบริษัทฯ ได้โดยตรง ซึ่งจะทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการเลือกใช้อุปกรณ์ และง่ายต่อการติดต่อกับบริษัทฯ ในการสอบถามข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมหากมีข้อสงสัย

## 4.2 กระบวนการในการพัฒนาแพลตฟอร์ม

สำหรับการพัฒนานวัตกรรมแพลตฟอร์มนี้ ผู้วิจัยจะทำการพัฒนาและออกแบบแพลตฟอร์มโดยให้ความสำคัญกับสองส่วนดังนี้

#### 4.2.1 การพัฒนาแพลตฟอร์มด้าน Service Innovation

4.2.1.1 ระบบการชำระเงินในรูปแบบ e-Payment ด้วย QR Code จะใช้โปรแกรมสร้าง QR Code ขึ้นมาตามความต้องการของลูกค้า โดยมีเงื่อนไข 3 ส่วน คือ รหัสลูกค้า เป็น ID รายลูกค้าที่จะไม่ซ้ำกัน ช่องทางการชำระเงินที่ต้องการใช้งาน และลูกค้าได้ลงทะเบียนรับเงินไว้แล้ว และจำนวนเงินที่ต้องการชำระในแต่ละครั้ง เมื่อนำทั้ง 3 ส่วนรวมกัน จะสามารถสร้างเป็น QR Code สำหรับรับการชำระเงินได้ โดยกำหนดเงื่อนไขเป็นการชำระเงินเพียงครั้งเดียวในครั้งนั้นๆ และมีเวลาใช้ที่จำกัดภายใน 60 วินาที หรือที่กำหนด หลังจากนั้น QR Code ที่สร้างขึ้นจะหมดอายุลง และไม่สามารถใช้งานได้อีก โดย QR Code นี้ เลือกแสดงได้ 2 รูปแบบ คือ บนจอเพื่อชำระเงินที่เคาน์เตอร์ และบนใบสรุปรายการชำระเงินเพื่อแจ้งลูกค้าหลังใช้บริการ

4.2.1.2 ระบบการเชื่อมต่อเข้ากับแพลตฟอร์มของพาร์ทเนอร์ และธุรกิจเดลิเวอรี่ต่างๆ ต้องทำการขอ Open API เข้ากับ Servers ของแต่ละพาร์ทเนอร์ เพื่อดำเนินการรับและส่งข้อมูลระหว่างแพลตฟอร์ม ในส่วนนี้จะทำให้ลูกค้าสามารถอัปเดตรายการสินค้า ราคา และรายการสินค้าหมดชั่วคราวได้ผ่านแพลตฟอร์มสายเปย์เพียงแพลตฟอร์มเดียว และข้อมูลจะถูกส่งไปอัปเดตยังแพลตฟอร์มของพาร์ทเนอร์ต่างๆ ที่ลูกค้าเชื่อมต่อไว้ ซึ่งในปัจจุบันต้องแก้ไขรายแพลตฟอร์ม และหากเกิดผิดพลาดในช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ก็จะส่งผลให้เกิดปัญหาตามมาได้ อย่างการแก้ไขราคา และสินค้าที่หมดชั่วคราว และเมื่อมีคำสั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่เข้ามา แพลตฟอร์มสายเปย์จะมีการแจ้งให้ทราบ และแสดงรายละเอียดว่าเป็นคำสั่งซื้อจากแพลตฟอร์มใด ในรายการและราคาตามที่ลูกค้าได้กำหนดไว้ก่อนหน้า ทำให้ลูกค้าสามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์เครื่องเดียวได้เลย เกิดความสะดวกสบาย และสามารถจัดการได้อย่างง่าย เป็นไปตามลำดับ

4.2.1.3 ระบบการให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม เมื่อพบปัญหาที่เกี่ยวกับระบบ หรือ ต้องการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งาน ลูกค้าสามารถสอบถามผ่านช่องทาง Call Center และผ่านแพลตฟอร์มได้โดยตรง ซึ่งการสอบถามผ่านแพลตฟอร์มนี้ ผู้วิจันำระบบ Chat Bot เข้ามาใช้งาน เพื่อช่วยให้เกิดความสะดวกสบาย และรวดเร็วในการตอบคำถามแก่ลูกค้า

#### 4.2.2 การพัฒนาแพลตฟอร์มด้าน Product System

4.2.2.1 ธุรกิจสายเปย์ (SYe-Pay) ให้บริการแพลตฟอร์มระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถใช้งานร่วมกับเครื่องมืออุปกรณ์ POS ได้ทั้งระบบ iOS และ Android

ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกใช้งานได้ตามความต้องการ โดยธุรกิจสายเปย์ (SYe-Pay) จะเป็น One Stop Service ในการจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า และช่วยให้ลูกค้าได้รับข้อเสนอที่ดีกว่าการจัดซื้อเอง เนื่องจากอำนาจการต่อรองที่มีมากกว่า ทำให้ลูกค้าสามารถประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายได้เมื่อเลือกใช้บริการธุรกิจสายเปย์ (SYe-Pay) โดยการให้บริการ One Stop Service นี้จะมีหลายทางเลือกให้ลูกค้าได้เลือกใช้บริการตามความต้องการในรูปแบบของแพ็คเกจการให้บริการ

ซึ่งในการพัฒนาแพลตฟอร์มนี้จะอยู่ภายใต้การดูแลของฝ่ายพัฒนาระบบของบริษัทฯ ประกอบไปด้วย Project Manager 1 คน และ Leader 1 คน มีค่าจ้างรวมอยู่ที่ 160,000 บาทต่อเดือน ทำงานร่วมกับทีม Outsource ประกอบไปด้วย Developer 5 คน และ Quality Assurance 2 คน มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 335,000 บาทต่อเดือน ทำการสร้างและพัฒนาแพลตฟอร์มเป็นระยะเวลา 6 เดือน โดยกำหนดให้มีการเข้ามาดูแลแพลตฟอร์มหลังจากส่งมอบงานเป็นระยะเวลา 1 ปี หลังจากที่แพลตฟอร์มเริ่มดำเนินการจะมีทีม App Support เข้ามาดูแลเพิ่มเติม ซึ่งหากมีปัญหาการใช้งานเกิดขึ้นก็จะสามารถดำเนินการแก้ไขได้ในทันที ลูกค้าสามารถแจ้งปัญหาการใช้งานผ่านช่องทางต่างๆ ได้ 24 ชั่วโมง โดยจะมี Bot เป็นตัวช่วยในการคัดแยกปัญหาที่ลูกค้าแจ้งเข้ามาก่อนส่งต่อเรื่องไปยังทีม App Support

นอกจากนี้ ยังมีค่าเช่า Server สำหรับจัดเก็บข้อมูลบน Cloud โดยมีค่าเช่าอยู่ที่ 1,500 – 1,700 บาทต่อเดือน และค่าฝาก Application บนระบบ iOS ที่ App Store อยู่ที่ \$99 หรือประมาณ 3,000 – 3,500 บาทต่อปี ส่วนระบบ Android ที่ Play Store จะมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ \$25 หรือประมาณ 750 – 900 บาทต่อปี

## 4.3 ความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยง

### 4.3.1 ความเสี่ยงจากการถูกลอกเลียนรูปแบบทางธุรกิจ

การจัดการความเสี่ยงจากการถูกลอกเลียนแบบนั้น ทางผู้วิจัยจะพิจารณาถึงการพัฒนานวัตกรรมใหม่ หรือพัฒนารูปแบบของการให้บริการ เมื่อธุรกิจเริ่มเข้าสู่สถานการณ์ Red Ocean ซึ่งผู้วิจัยจะพัฒนาจากการเจาะลึกถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และ โครงสร้างธุรกิจที่เกี่ยวข้องในช่วงเวลานั้น

ผ่านกระบวนการ Empathize เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบและพัฒนาธุรกิจให้เหมาะสมที่สุด เป็นการป้องกันการลอกเลียนแบบจากความได้เปรียบที่เข้าใจและใกล้ชิดลูกค้าด้วย Service Quality

#### 4.3.2 ความเสี่ยงจากความเสถียรของระบบ

เมื่อมีผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มจำนวนมาก อาจส่งผลให้ระบบการให้บริการไม่เสถียร ขณะใช้งาน ดังนั้น ธุรกิจจึงมีการประเมินสถานการณ์อยู่เสมอ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการให้บริการ ทั้งยังคาดการณ์และดำเนินการขยายพื้นที่ Server ให้สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจในระยะ Growth Stage เพื่อรองรับปริมาณการใช้งานที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีระบบ Call Center และ Chat Bot ที่คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าเมื่อเกิดปัญหาในการใช้งาน โดยจะมีการแจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นให้ลูกค้าทราบ และแจ้งอีกครั้งเมื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาเรียบร้อยแล้ว



## บทที่ 5

### แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร

การศึกษาการบริการจัดการทีมภายในองค์กรของบริษัท สายเปย์ จำกัด ประกอบไปด้วยข้อมูลทางธุรกิจ, ประเภททรัพยากรด้านทีมและองค์กรที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนธุรกิจ, แผนกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง, โครงสร้างองค์กร, แผนดำเนินกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลา รวมถึงการประเมินค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในระยะเวลาประมาณ 5 ปี ซึ่ง จะทำการนำเสนอแผนการบริหารจัดการในภาพรวมทั้งองค์กรตามวัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 5.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรด้านทีมและองค์กรที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนธุรกิจ

ในช่วงปีแรกที่เริ่มต้นธุรกิจ บริษัทมีเงินทุนจดทะเบียน 4 ล้านบาท เพื่อให้การดำเนินการบริหารธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงต้องมีการกำหนดแนวทาง โครงสร้างองค์กรบุคลากรในบริษัทให้มีความเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทจะทำการแบ่งแผนการจัดการทรัพยากรบุคคลเป็นฝ่าย ดังนี้

##### 5.1.1 ฝ่ายวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

ในการบริหารงานส่วนนี้ ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัทจะเป็นผู้บริหารงานในการวางแผนเชิงกลยุทธ์และบริหารภาพรวมขององค์กร ทั้งในส่วนของการวางโครงสร้างองค์กร การวางระบบในองค์กร การเลือกสถานที่ การกำหนดทิศทางในการบริหารและพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อให้การบริการ



ตรงกับแผนธุรกิจและตอบโจทย์การให้บริการแก่กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในเชิงกลยุทธ์ที่ใช้ในการขับเคลื่อนองค์กร

### 5.1.2 ฝ่ายการตลาด การขาย และลูกค้าสัมพันธ์

ในส่วนของการตลาดและการขาย จะทำการจ้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งจะต้องมีประสบการณ์การทำงานในด้านของการตลาดและการขายมาอย่างน้อย 5 ปี มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สามารถวาง Position และกลยุทธ์ในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ และสามารถต่อยอดในการขยายตลาดเพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายถัดไปได้มากที่สุดอย่างมีประสิทธิภาพ

### 5.1.3 ฝ่ายการเงินและการบัญชี

ในส่วนนี้เป็นส่วนของโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร โดยจะทำการจ้าง Outsource ในช่วง 5 ปีแรกก่อน หลังจากนั้น จะทำการจ้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการทำงานด้านการบัญชีและการเงินมาอย่างน้อย 5 ปี เนื่องจากเป็นส่วนที่จะต้องดูแลการทำงานการเงินของบริษัท การควบคุมค่าใช้จ่ายภายในบริษัท รวมทั้งการยื่นภาษีและการดูแลงานด้านเอกสารต่างๆของบริษัท

### 5.1.4 ฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศ

เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจด้านแพลตฟอร์มการให้บริการ ดังนั้นฝ่ายนี้จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากในการขับเคลื่อนองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามทิศทางและเป้าหมายที่กำหนด โดยจะดูแลตั้งแต่การสร้างและพัฒนาแพลตฟอร์ม รวมถึงดูแลความปลอดภัยของข้อมูล และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยจะทำการจ้าง Outsource ที่มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ และมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจ เพื่อพัฒนาระบบให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ มีความทันสมัย และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลังจากแพลตฟอร์มเปิดให้บริการ จะทำการจ้างบุคลากรที่มีความชำนาญและประสบการณ์ในการทำงานด้านการดูแลระบบมาอย่างน้อย 1 – 3 ปี ไว้คอยให้บริการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง



## 5.2 บทวิเคราะห์และกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านการจัดการหาทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง

ในการวางแผนด้านทรัพยากรบุคคลในองค์กรเพื่อดำเนินธุรกิจการให้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ SYe-Pay มีความจำเป็นต้องใช้จำนวนทรัพยากรบุคคลทั้ง 4 ฝ่ายตามที่ได้กล่าวไปข้างต้นในข้อ 5.1 แต่ในช่วงปีแรกที่เริ่มดำเนินธุรกิจจะเป็นการพัฒนาแพลตฟอร์ม และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นหลัก และเพื่อบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ จึงจำเป็นต้องจำกัดทรัพยากรบุคคล โดยจะมีการจัดจ้างพนักงานฝ่ายการตลาด และการขาย เท่านั้น ส่วนฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศจะจัดจ้าง Outsource ที่มีความชำนาญ โดยเฉพาะแบบกำหนดระยะเวลาเสร็จสิ้นการพัฒนาโครงการ และในปีที่ 2 เป็นต้นไป หรือหลังจากที่แพลตฟอร์มพร้อมให้บริการ จะมีการจัดจ้างทีม IT Support ฝ่ายการเงินและการบัญชี ฝ่ายการตลาด การขาย และลูกค้าสัมพันธ์เพิ่มขึ้น เพื่อให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้า โดยพิจารณาตามปริมาณ การเติบโตของลูกค้า และการวางแผนขยายตลาดของฝ่ายบริหาร

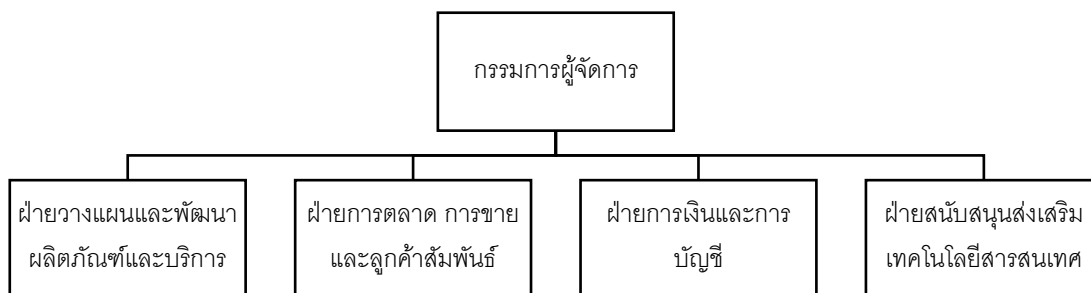
## 5.3 โครงสร้างองค์กรและสถานะบุคลากรและบทบาทหน้าที่

### 5.3.1 ข้อมูลทางธุรกิจ

บริษัท สายเปย์ จำกัด ดำเนินธุรกิจให้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยผ่านการให้บริการรูปแบบแพลตฟอร์ม มีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท

### 5.3.2 โครงสร้างองค์กร

เนื่องจากบริษัท สายเปย์ จำกัด เป็นบริษัท Start Up ด้านธุรกิจการเงินขนาดเล็ก การจัดโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับธุรกิจและขนาดของธุรกิจจึงอยู่ในรูปแบบ Flat Organization โดยผู้บริหารเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ตลอดจนถึงกลยุทธ์ในการบริหารต่างๆ โดยพนักงานของบริษัทสามารถมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น เพื่อสร้างบรรยากาศในการทำงานให้เสมือนทุกคนเป็นเจ้าของธุรกิจด้วยตัวเอง และเพื่อให้การดำเนินงานในบริษัทเป็นไปอย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะแสดงดังภาพ 5.1



ภาพที่ 5.1 โครงสร้างองค์กรของ SYe-Pay

### 5.3.3 แผนด้านบุคลากร

บริษัท สายเปย์ จำกัด ดำเนินการในรูปแบบของบริษัทจำกัดจึงจำเป็นต้องกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรในองค์กรอย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยการแบ่งตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรในบริษัทมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากร

ลำดับ	ตำแหน่ง	ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์	หน้าที่และความรับผิดชอบ	อัตรา
1	กรรมการผู้จัดการ	วางแผนกลยุทธ์ในการบริหารทีมงานมากกว่า 5 ปี	1. วางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว 2. บริหารองค์กรให้เป็นไปตามแผนและกลยุทธ์ที่วางไว้ และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์อย่างเหมาะสม 3. บริหารจัดการดูแลองค์กรและบุคลากรในองค์กร	1

			4. กำหนดโครงสร้างหน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงผลตอบแทนของบุคลากรในองค์กรให้มีความเหมาะสม	
2	ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย	ประสบการณ์ในด้านการตลาดและการขายมากกว่า 5 ปี	1. รับผิดชอบดูแลการกำหนดกลยุทธ์และทิศทางการตลาด 2. ประเมินและวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง เพื่อพัฒนากลยุทธ์	1
3	Account Executive	ประสบการณ์ในด้านการขายและดูแลลูกค้ามากกว่า 3 ปี	1. รับผิดชอบดูแลกลยุทธ์ด้านการขายและดูแลกลุ่มลูกค้า 2. ประเมินและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายใหม่เพื่อขยายฐานลูกค้า	2
4	Admin and Customer Support	ประสบการณ์ในด้านการทำงานเอกสารและดูแลลูกค้าอย่างน้อย 1 ปี	1. รับผิดชอบงานเอกสารด้านการขายและลูกค้าสัมพันธ์ 2. ให้คำปรึกษาและรับเรื่องปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการใช้งานแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการ	2
5	ฝ่ายการเงินและการบัญชี	เชี่ยวชาญด้านการบริหารการเงินและการบัญชีมากกว่า 5 ปี	1. รับผิดชอบดูแลระบบการเงินและการบัญชีของบริษัท 2. ดูแลเอกสารและธุรกรรมด้านภาษี รวมถึงการบริหารจัดการด้านภาษีของบริษัท	Outsource
6	ฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศ	เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ด้านการพัฒนาและดูแล	1. สร้างและพัฒนาแพลตฟอร์มระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สาย	ประจำ 4 และ Outsource

		แก้ไขระบบแพลตฟอร์ม	<p>เป็ตามกลยุทธ์และทิศทางที่ฝ่ายบริหารกำหนด</p> <p>2. ดูแลและปรับปรุงปัญหาการใช้งานที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มให้มีความเสถียรภาพ</p>	
7	IT / App Support	เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในด้านการดูแลระบบมาอย่างน้อย 1 – 3 ปี	<p>1. รับผิดชอบควบคุมดูแลระบบ IT ให้แพลตฟอร์มสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>2. สนับสนุนและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการใช้งานแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการ</p>	3

#### 5.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลา

ในส่วนของการปรับขึ้นเงินเดือนของบริษัทจะอยู่ที่ 3 - 5% ต่อปี โดยจะปรับตามผลการประเมินบุคลากรในองค์กรทุก 1 ปี และมีนโยบายจ่ายเงินโบนัสให้แก่พนักงานเมื่อบริษัทเริ่มมีกระแสเงินสดเป็นบวก โดยมีรายละเอียดแผนดำเนินการด้านบุคลากรในปีที่ 1 ดังนี้

#### ตารางที่ 5.2 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กร

ตำแหน่ง	ปีที่ 1		
	จำนวน (คน)	จำนวน (เดือน)	เงินเดือน (บาท)
กรรมการผู้จัดการ	1	12	75,000
ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย	1	12	60,000
Account Executive	2	12	25,000

Admin and Customer Support	2	12	15,000
ฝ่ายการเงินและการบัญชี	Outsource		
ฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศ	Outsource		
Technical Lead	1	12	100,000
Developer	2	12	50,000
QA	1	12	48,000
IT / App Support	3	12	30,000
<b>รวมเงินเดือน (ต่อเดือน)</b>	<b>13</b>	-	<b>553,000</b>
<b>รวมเงินเดือน (ต่อปี)</b>	<b>13</b>	-	<b>6,636,000</b>

## 5.5 ทรัพยากรที่จำเป็นเพิ่มเติมในการจัดตั้งธุรกิจ

5.5.1 อาคารสำนักงาน พื้นที่สำหรับการทำงาน วางแผนกลยุทธ์ และดูแลระบบหลังบ้านทั้งในด้านระบบแพลตฟอร์ม และการตรวจสอบจัดเก็บเอกสาร โดยบริษัทจะทำการเช่าออฟฟิศสำนักงานภายในตึกที่มีการแบ่งให้เช่าพื้นที่ และมีรูปแบบเป็น Co-working Space

5.5.2 อุปกรณ์สำนักงาน สำหรับใช้อำนวยความสะดวกในการทำงาน ทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์และถ่ายเอกสาร โดยจะทำการเช่าจากบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ และราคาที่เหมาะสม

## บทที่ 6

### แผนการเงิน

การวางแผนกลยุทธ์ทางการเงินเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุน การวางแผนรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการค้า และการแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน โดยในแผนการเงินนี้ได้อธิบายถึงสมมติฐานทางการเงิน แผนการเงินตามกรอบเวลา 5 ปี (จำแนกรายปี) ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทน และการลงทุนในระยะเวลา 5 ปี

#### 6.1 สมมติฐานทางการเงิน

##### 6.1.1 สมมติฐานด้านเงินทุน

เงินลงทุนประกอบด้วย เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน และเงินทุนหมุนเวียน โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ตารางที่ 6.1 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ

รายการ	มูลค่า
<b>1. เงินลงทุนในทรัพย์สินถาวร</b>	
งานตกแต่งสำนักงาน	100,000
อุปกรณ์สำนักงาน	500,000
<b>2. เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน</b>	
ค่าจดทะเบียนบริษัท	10,000
ค่าออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชัน (ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน)	4,020,000
<b>3. เงินทุนหมุนเวียน</b>	
เงินทุนหมุนเวียน	3,834,300
<b>รวม</b>	<b>8,464,300</b>
<b>Rounding</b>	<b>8,500,000</b>

### 6.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ จะใช้เงินลงทุนในส่วนของเจ้าของทั้งหมด โดยมีสัดส่วนผู้ถือหุ้น ดังนี้

ตารางที่ 6.2 แสดงผู้ร่วมทุน จำนวนหุ้น สัดส่วนผู้ถือหุ้น และเงินลงทุน

ผู้ร่วมลงทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
นางสาววิสรา วรจารุพงศ์	59,500	70%	5,950,000
นายณัฐกร วรจารุพงศ์	17,000	20%	1,700,000
นายพิทักษ์ วรจารุพงศ์	8,500	10%	850,000
<b>รวม</b>	<b>85,000</b>	<b>100%</b>	<b>8,500,000</b>

### 6.1.3 สมมติฐานทางการเงิน

ตารางที่ 6.3 แสดงสมมติฐานทางการเงิน

รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
ค่าเสื่อมราคา (ต่อปี)	แบบเส้นตรง
หักค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	5 ปี
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (กรมสรรพากร, 2562)	ร้อยละ 20 ต่อปี
นโยบายการจ่ายเงินปันผล	บริษัทมีนโยบายจ่ายปันผลที่ 40% และเริ่มจ่ายในปีที่ 4
เงินทุนหมุนเวียน	ไม่มีเปลี่ยนแปลงระหว่างการลงทุนใน 5 ปี
ค่าความผันผวนของตลาด	1 อ้างอิงจากสูตรของ Hamada
อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity)	ร้อยละ 29.26
ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก WACC (Weight Average Cost of Capital)	ร้อยละ 29.26
ค่าสมทบเงินประกันสังคม (สำนักงานประกันสังคม)	จ่าย 750 บาท/คน/เดือน

### 6.1.4 การประมาณการรายได้

บริษัท สายเปย์ จำกัด มีรายได้จากการให้บริการระบบการรับชำระเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และรายได้จากส่วนแบ่งของการจำหน่ายและให้เช่าเครื่อง POS และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง สำหรับค่าบริการสมาชิกรายเดือนจะมีอัตราค่าบริการอยู่ 499 บาทต่อเดือน ซึ่งคาดการณ์ว่าในปีแรกจะมีบัญชีผู้ใช้งานแพลตฟอร์มไม่น้อยกว่า 2,000 บัญชีร้านค้า ส่วนการจำหน่ายและให้เช่าเครื่อง POS และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องจะคิดส่วนแบ่งของการจำหน่ายอยู่ที่อัตราร้อยละ 10 และส่วนแบ่งของการเช่าอยู่ที่อัตราร้อยละ 21 คิดเป็นจำนวนเงินเฉลี่ยรวมของส่วนแบ่งของการจำหน่ายและให้เช่าเครื่อง POS และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอยู่ที่ 4,731 บาทต่อเครื่อง ซึ่งคาดการณ์ว่าในปีแรกจะมีจำนวนการจำหน่ายและให้เช่าเครื่อง POS และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอยู่ที่ 500 เครื่อง จึงประมาณการรายได้ของแพลตฟอร์มได้ดังนี้

ตารางที่ 6.4 แสดงรายได้จากการให้บริการตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	14,341,600	18,083,692	22,802,193	28,751,872	36,253,975

### 6.1.5 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

ตารางที่ 6.5 แสดงค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงในการให้บริการ	4,056,000	4,056,000	5,592,000	5,592,000	6,552,000
ค่าเช่า cloud server และจดโดเมน	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000
ค่าเช่าสำนักงาน	264,000	264,000	264,000	264,000	264,000
รวม	4,392,000	4,392,000	5,928,000	5,928,000	6,888,000

### 6.1.6 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 6.6 แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงในการขายและบริหาร	2,580,000	3,780,000	3,780,000	4,260,000	4,260,000
ค่าไฟ	36,000	48,000	48,000	54,000	54,000
ค่าโทรศัพท์	24,000	36,000	36,000	42,000	42,000
ค่า internet	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าน้ำ	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
ค่าประกันสังคม	117,000	144,000	171,000	189,000	207,000
ค่าทำบัญชี Outsource	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
รวม	2,808,600	4,059,600	4,086,600	4,596,600	4,614,600

### 6.1.7 การประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ตารางที่ 6.7 แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่า Facebook Ads	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
ค่า Google Ads	288,000	288,000	288,000	432,000	432,000
<b>รวม</b>	<b>468,000</b>	<b>468,000</b>	<b>468,000</b>	<b>612,000</b>	<b>612,000</b>

## 6.2 แผนการเงินกรอบเวลา 5 ปี (จำแนกรายปี)

### 6.2.1 แผนการเงิน ประเภทงบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุนของบริษัท สายเปย์ จำกัด แสดงในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 6.8 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	14,341,600	18,083,692	22,802,193	28,751,872	36,253,975
ต้นทุนการให้บริการ					
- แรงงานในการบริการ	4,056,000	4,056,000	5,592,000	5,592,000	6,552,000
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000
รวมต้นทุนการให้บริการ	4,392,000	4,392,000	5,928,000	5,928,000	6,888,000
กำไรขั้นต้น	9,949,600	13,691,692	16,874,193	22,823,872	29,365,975
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	2,580,000	3,780,000	3,780,000	4,260,000	4,260,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	468,000	468,000	468,000	612,000	612,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	228,600	279,600	306,600	336,600	354,600
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	3,376,600	4,627,600	4,654,600	5,308,600	5,326,600
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	6,573,000	9,064,092	12,219,593	17,515,272	24,039,375
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	6,573,000	9,064,092	12,219,593	17,515,272	24,039,375
ภาษีเงินได้	1,314,600	1,812,818	2,443,919	3,503,054	4,807,875
กำไรสุทธิ	5,258,400	7,251,274	9,775,675	14,012,218	19,231,500
หัก-เงินปันผลจ่าย	-	-	-	5,604,887	7,692,600
กำไรหลังจ่ายเงินปันผล	5,258,400	7,251,274	9,775,675	8,407,331	11,538,900
กำไรสะสม	5,258,400	12,509,674	22,285,349	30,692,679	42,231,579

## 6.2.2 แผนการเงิน ประเภทงบแสดงฐานะทางการเงิน

ตารางที่ 6.9 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>						
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>						
เงินสดและเงินสดใน ธนาคาร	3,870,000	9,228,400	16,579,674	26,455,349	34,962,679	46,601,579
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,870,000	9,228,400	16,579,674	26,455,349	34,962,679	46,601,579
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>						
สินทรัพย์ถาวร	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
เงินลงทุนก่อนการ ดำเนินงาน	4,030,000	4,030,000	4,030,000	4,030,000	4,030,000	4,030,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	0	-100,000	-200,000	-300,000	-400,000	-500,000
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	4,630,000	4,530,000	4,430,000	4,330,000	4,230,000	4,130,000
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>8,500,000</b>	<b>13,758,400</b>	<b>21,009,674</b>	<b>30,785,349</b>	<b>39,192,679</b>	<b>50,731,579</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
<b>หนี้สิน</b>						
รวมหนี้สิน	0	0	0	0	0	0
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
ทุนหุ้นสามัญ	8,500,000	8,500,000	8,500,000	8,500,000	8,500,000	8,500,000
กำไรสะสม	0	5,258,400	12,509,674	22,285,349	30,692,679	42,231,579
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	8,500,000	13,758,400	21,009,674	30,785,349	39,192,679	50,731,579
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ ถือหุ้น</b>	<b>8,500,000</b>	<b>13,758,400</b>	<b>21,009,674</b>	<b>30,785,349</b>	<b>39,192,679</b>	<b>50,731,579</b>



### 6.2.3 แผนการเงิน ประเภทงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 6.10 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสดปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน</b>						
กำไรสุทธิ	0	5,258,400	7,251,274	9,775,675	14,012,218	19,231,500
ค่าเสื่อมราคา	0	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวม กระแสเงินสด จากการดำเนินงาน	<b>0</b>	<b>5,358,400</b>	<b>7,351,274</b>	<b>9,875,675</b>	<b>14,112,218</b>	<b>19,331,500</b>
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>						
เงินลงทุนใน สินทรัพย์ถาวร	-600,000					
เงินลงทุนก่อนการ ดำเนินงาน	-4,030,000	0	0	0	0	0
รวม กระแสเงินสด จากการลงทุน	<b>-4,630,000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน</b>						
เงินสดรับจากการ ออกหุ้นทุน	8,500,000	0	0	0	0	0
เงินสดจ่ายปันผล	0	0	0	0	-5,604,887	-7,692,600
รวม กระแสเงินสด จากการจัดหาเงิน	<b>8,500,000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-5,604,887</b>	<b>-7,692,600</b>
กระแสเงินสดสุทธิ	3,870,000	5,358,400	7,351,274	9,875,675	8,507,331	11,638,900
กระแสเงินสดต้น งวด	0	3,870,000	9,228,400	16,579,674	26,455,349	34,962,679
กระแสเงินสดปลาย งวด	<b>3,870,000</b>	<b>9,228,400</b>	<b>16,579,674</b>	<b>26,455,349</b>	<b>34,962,679</b>	<b>46,601,579</b>

### 6.3 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนในระยะเวลา 5 ปี

ผลตอบแทนการลงทุนสำหรับแพลตฟอร์มของบริษัท สายเปย์ จำกัด พิจารณาโดยการเปรียบเทียบเงินลงทุนทั้งหมดกับผลตอบแทนที่จะได้รับ ดังนี้

ตารางที่ 6.11 แสดงผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุน

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital: WACC)	ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ของบริษัท	29.26%
มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value: NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิตลอดอายุโครงการ	10,928,102.60
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ ละปีตลอดอายุโครงการและจำนวนสินเชื่อ	79.1%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด	1 ปี 6 เดือน

#### 6.3.1 ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital: WACC)

ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนของบริษัท มีค่า 29.26% ซึ่งเงินลงทุนของบริษัทมาจากหุ้นสามัญเท่านั้น ไม่มีนโยบายการกู้ในช่วง 5 ปีแรก โดยใช้สูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 WACC &= w_d r_{dAT}(1 - T) + w_e r_e \\
 &= 0 + 1(29.26\%) \\
 &= 29.26\%
 \end{aligned}$$

โดยที่

$$w_d = \text{สัดส่วนของหนี้}$$

$r_d$  = อัตราผลตอบแทนที่เจ้าหนี้ต้องการหรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้

$T$  = อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล

$w_e$  = สัดส่วนของผู้ถือหุ้น

$r_e$  = อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น

การคำนวณอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) ใช้วิธี CAPM ดังนี้

$$\begin{aligned} r_e &= r_{RF} + (r_M - r_{RF})b \\ &= 1.47\% + 1(29.26\% - 1.47\%) \\ &= 29.26\% \end{aligned}$$

โดยที่

$r_{RF}$  = อัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี

$r_M$  = อัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์ไทย

$b$  = ค่าเบต้า (เท่ากับ 1 อ้างอิงจากสูตรของ hamada)

### 6.3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV)

ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ(จ่าย)สุทธิตลอดอายุโครงการ 5 ปี มีมูลค่า 10,928,102.60 บาท

### 6.3.3 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)

ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการ และจำนวนเงินเชื่อตลอดอายุ 5 ปีของโครงการ จะใช้ข้อมูล Free Cash Flow ที่ประมาณการได้มาคำนวณ พบว่า บริษัท มี IRR เท่ากับ 79.1 เปอร์เซ็นต์

### 6.3.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

การพิจารณาระยะเวลาคืนทุนจากกระแสเงินสดสุทธิสะสมสำหรับกิจการเปรียบเทียบกับการลงทุนจะแสดงให้เห็นให้ผู้ลงทุนทราบ พบว่า โครงการนี้สามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน

## บทที่ 7

### แผนบริหารจัดการความเสี่ยง

การดำเนินธุรกิจในโลกยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา อันเนื่องมาจากทั้งปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ซึ่งอาจส่งผลกระทบให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามแผนและเป้าหมายที่ได้วางเอาไว้ การวางแผนบริหารจัดการความเสี่ยงจะเป็นหลักประกันในการจัดการกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้ในสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด และทำให้บริษัทสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทในอนาคต โดยกำหนดแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทไว้ในแต่ละด้าน ซึ่งครอบคลุมแผนการดำเนินธุรกิจ โดยสามารถประเมินความเสี่ยง และจำแนกความเสี่ยงออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)
2. ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)
4. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)

#### 7.1 ความเสี่ยงจากการดำเนินงาน

7.1.1 ความเสี่ยงด้านการใช้งานแพลตฟอร์มในระยะสั้น เนื่องจากระบบขัดข้องชั่วคราว หรือ ผู้ใช้งานเกิดข้อสงสัยและต้องการความช่วยเหลือ

### แนวทางการบริหารความเสี่ยง

เนื่องจากความเสี่ยงจากการดำเนินงานของระบบถือเป็นความเสี่ยงที่สำคัญต่อการให้บริการลูกค้าเป็นอย่างมาก บริษัทจึงมีฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศไว้คอยให้บริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง โดยจะให้บริการความช่วยเหลือผ่านช่องทาง Call Center และ Chat Bot เมื่อผู้ใช้งานต้องการสอบถามข้อมูล หรือ แจ้งปัญหาการใช้งานที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์ม

**7.1.2 ความเสี่ยงด้านความผิดพลาดของแพลตฟอร์ม** เนื่องจากข้อผิดพลาดที่ไม่ได้ตั้งใจในระบบแพลตฟอร์ม ซึ่งเป็นข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดของมนุษย์ในการออกแบบแนวคิดของกระบวนการพัฒนาระบบแพลตฟอร์ม (SDLC; Systems Development Life Cycle)

### แนวทางการบริหารความเสี่ยง

สายเปย์ มีความตั้งใจที่จะพัฒนาแพลตฟอร์มการให้บริการระบบการชำระเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพ และมีเสถียรภาพมากที่สุด จึงจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญพัฒนาระบบ โดยเฉพาะในการสร้างและพัฒนาแพลตฟอร์มสายเปย์ขึ้นมา แต่การดำเนินงานโดยใช้แพลตฟอร์มเป็นตัวกลางย่อมมีโอกาสที่จะเกิดข้อผิดพลาดได้ บริษัทจึงทำสัญญาจัดจ้างโดยกำหนดให้มีการเข้ามาดูแลแพลตฟอร์มหลังจากส่งมอบงานเป็นระยะเวลา 1 ปี เพื่อดำเนินการแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น และให้แพลตฟอร์มสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในการให้บริการมากที่สุด

**7.1.3 ความเสี่ยงด้านบุคลากร** เนื่องจากในช่วงเริ่มต้นของธุรกิจมีข้อจำกัดด้านเงินทุน และขนาดขององค์กร ส่งผลให้ไม่สามารถจ้างพนักงานจำนวนมากได้ จำเป็นต้องจ้างพนักงานเพียงคนเดียวในแต่ละส่วนงาน หรือ คนเดียวสามารถทำได้หลากหลายหน้าที่ บริษัทจึงต้องสรรหาบุคลากรที่เชี่ยวชาญในธุรกิจจริง ซึ่งหากการริบร้อนจ้างพนักงานจนเกินไปอาจจะได้พนักงานที่มีทักษะไม่ตรงกับความต้องการ

### แนวทางการบริหารความเสี่ยง

มีนโยบายจัดจ้างบุคลากรที่มีประสบการณ์ในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทโดยตรง ใช้เวลาพิจารณาให้ถี่ถ้วน มีรูปแบบในการสัมภาษณ์ และทดสอบที่เฉพาะเพื่อให้ได้คนที่เหมาะสมกับงานมากที่สุด โดยเลือกใช้คนที่มีความรู้และประสบการณ์ที่ต้องการเข้ามาเป็นตัวหลักในแต่ละส่วนงาน และจัดจ้างพนักงานชั่วคราวจาก Outsourcer เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ

เข้ามาทำงานเฉพาะส่วน ให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด และบริษัทไม่ต้องแบกรับภาระต้นทุน จากค่าจ้างส่วนเกินหากจ้างพนักงานประจำ

## 7.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด

7.2.1 ความเสี่ยงจากการลอกเลียนแบบแพลตฟอร์ม และการเข้ามาของผู้เล่นรายใหม่ เนื่องจากการพัฒนาร่วมกับบริษัทพัฒนาแพลตฟอร์มจึงมีความเสี่ยงสูงที่จะถูกลอกเลียนแบบ รูปแบบการใช้งานไปใช้กับแพลตฟอร์มของบริษัทอื่นได้ และเทคโนโลยีในการพัฒนาแพลตฟอร์ม ไม่ได้มีความซับซ้อนมากนัก การใช้งินลงทุนก็ไม่ได้สูงเกินไป จึงมีโอกาสที่ผู้เล่นรายใหม่จะเข้าสู่ ตลาดได้ง่าย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายการใช้งานของบริษัทได้

### แนวทางการบริหารความเสี่ยง

เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาการลอกเลียนแบบและการเข้ามาของผู้เล่นรายใหม่ บริษัทมีการทำสัญญากับบริษัทพัฒนาแพลตฟอร์ม โดยไม่อนุญาตให้นำรูปแบบและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ทั้งหมดไปเผยแพร่ และไม่นำไปใช้กับแพลตฟอร์มของบริษัทอื่น และบริษัทต้องทำการพัฒนา แพลตฟอร์มและคุณภาพของการให้บริการให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้เป็นอย่างดีเป็นไปตามทันยุคสมัย โดยการวิเคราะห์จากพฤติกรรมของผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลมาใช้พัฒนาแพลตฟอร์มให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดี และความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งาน ทั้งยังช่วยในการรักษาความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อ แพลตฟอร์มอีกด้วย



## 7.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

7.3.1 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงิน เนื่องจากในช่วงแรกของการเริ่มต้นทำแพลตฟอร์มยังมีผู้ใช้งานไม่มากนัก และยังไม่เป็นที่รู้จัก ซึ่งรายได้หลักมาจากค่าบริการ ทำให้อาจมีเงินสดหมุนเวียนไม่เพียงพอในการบริหารจัดการองค์กร

### แนวทางการบริหารความเสี่ยง

ช่วงปีแรกในการดำเนินงานจะหาแหล่งเงินทุนสำรองจากการกู้ยืมธนาคาร และระดมทุนจากเพื่อนและครอบครัว ส่วนในระยะยาวจะระดมทุนเพิ่มเติมจาก Angel Fund, VC หรือ Crowd Funding และเมื่อแพลตฟอร์มได้เปิดให้เริ่มใช้บริการแล้ว จะหารายได้เพิ่มเติมได้จากการร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ ในการเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการและมีความสนใจ

## 7.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ

7.4.1 ความเสี่ยงด้านนโยบายความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม เนื่องจากแพลตฟอร์มมีการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลทั้งของผู้ประกอบการและผู้บริโภค เช่น ชื่อ-นามสกุล อายุ วันเกิด เบอร์โทรศัพท์ ตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้า ตำแหน่งที่อยู่ของผู้บริโภค และข้อมูลธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน เป็นต้น จึงมีความเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาข้อมูลรั่วไหลสู่บุคคลภายนอก ซึ่งทำให้มีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน

### แนวทางการบริหารความเสี่ยง

มีมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเข้มงวด โดยมีการจัดการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน ผ่านการเข้ารหัสข้อมูลและอุปกรณ์ก่อนการใช้งาน เพื่อควบคุมการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลให้สามารถเข้าถึงได้เฉพาะผู้ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ซึ่งจะช่วยลดโอกาสการถูกแทรกแซงจากอาชญากร หรือ ผู้ที่ไม่ได้รับอนุญาต นอกจากนี้จะมีการติดตั้งโปรแกรมที่สามารถสังเกตการณ์ฐานข้อมูล และกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มได้ เพื่อเป็นการเฝ้าสังเกตสิ่งผิดปกติและลดความเสี่ยงในการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญของผู้ใช้งาน

## บรรณานุกรม

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). National e-Payment: พลิกโฉมประเทศไทยสู่การใช้ digital payment. จาก [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib\\_/Article\\_24Jan2019.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/Article_24Jan2019.pdf)
- ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ. (2561). Cashless Society. *Business Review Journal*, 10 (2), 235-248. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/article/view/162341>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). เมื่อ e-Commerce ไทย ทะยานผ่าน 3 ล้านล้านบาท. จาก <https://www.etcha.or.th/content/มูลค่า-อีคอมเมิร์ซ-ไทย-2018.html>
- ธนาคารไทยพาณิชย์. (2563). การทำธุรกรรมที่เปลี่ยนไปในยุค New Normal ในมุมมองกฎหมาย. จาก <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/legal-new-normal.html>
- เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์. (2563). New Normal โรงภาพยนตร์ ส่องมาตรการและฝั่งที่นั่งโรงหนัง หลังภาครัฐปลดล็อคระยะ 3. จาก <https://techsauce.co/news/cinema-open-lockdown-3>
- พิทักษ์ จันทร์เจริญ. (2563). “อาหารเดลิเวอรี่” จาก “ทางเบี่ยง” ช่วงโควิด-19...กลายเป็น “ทางหลัก”. จาก <https://siamrath.co.th/n/151376>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). ETDA เผย คน Gen -Y สั่งอาหารออนไลน์ มากสุด และกว่า 40% สั่งเพราะหวั่น โควิด -19. จาก <https://www.etcha.or.th/content/online-food-delivery-survey-during-the-prevention-of-covid-19.html>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). มูลค่าธุรกิจ Fintech และ e-Payment. จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/biz/fin/condensed/66192>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). อัตราผลตอบแทน T-Bill ชนิด 5 ปี. จาก [https://www.bot.or.th/App/BTWS\\_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=223&language=eng](https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=223&language=eng)



## ภาคผนวก ก

### แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

#### ชุดคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมวิจัย

เพื่อสร้างความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงแผนธุรกิจในการจัดตั้งบริการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้กับธุรกิจร้านอาหารและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก และ SMEs; SYe-Pay โดยจะแบ่งชุดคำถามเป็น 2 ชุด สำหรับแหล่งข้อมูล 2 กลุ่ม ได้แก่

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็ก และ SMEs ประกอบไปด้วย ชุดคำถามปลายเปิด จำนวน 9 ข้อ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและผลกระทบจากวิกฤติ รวมถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และแนวโน้มความสนใจในบริการของ SYe-Pay เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นอย่างเหมาะสมกับการใช้งาน และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ร้านค้าในธุรกิจอาหาร โดยชุดคำถามได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีประสิทธิภาพครอบคลุม ถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.1 ท่านคิดว่าระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์จำเป็นหรือไม่ หากจำเป็น เพราะอะไร
- 1.2 ทางร้านมีรูปแบบธุรกิจ ลักษณะของร้านและการขายอย่างไรบ้าง ช่วยเล่าให้ฟังหน่อย
- 1.3 หลังจากเกิดวิกฤตโควิด-19 ร้านของท่านได้รับผลกระทบอย่างไรบ้าง มีการรับมือกับสถานการณ์นี้อย่างไร
- 1.4 ท่านเคยใช้บริการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่ เพราะเหตุใดถึงเลือกใช้บริการ

1.5 ระบบการชำระเงินที่ท่านใช้อยู่ในปัจจุบัน พบปัญหาและอุปสรรค หรือ ความไม่สะดวกสบายในการใช้บริการอย่างไรบ้าง

1.6 หากมีบริการให้เช่าอุปกรณ์พร้อมระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ท่านคิดว่าระบบควรมีรูปแบบลักษณะใดจึงจะสามารถช่วยสนับสนุนธุรกิจของท่านได้

1.7 ท่านคิดว่าระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ควรให้ประโยชน์เรื่องใดเป็นสำคัญ 3 อันดับแรก โปรดอธิบาย

1.7.1 ความถูกต้องของข้อมูลทางธุรกรรม

1.7.2 ความปลอดภัยของข้อมูลทางธุรกรรม

1.7.3 ลดความเสี่ยงจากการฉ้อโกง

1.7.4 การเพิ่มโอกาสและช่องทางในการขายอย่างการเข้าถึงธุรกิจ Food Delivery

1.7.5 การช่วยให้การจัดการร้านสะดวกขึ้น

1.7.6 ความปลอดภัยของสุขลักษณะอนามัยจากโรคระบาดในอนาคต

1.7.7 ต้นทุนของอุปกรณ์และค่าบริการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

1.8 หากมีบริการให้เช่าอุปกรณ์และระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่มีระบบให้บริการอย่างครอบคลุม และสามารถเชื่อมต่อกับระบบของธุรกิจเดลิเวอรี่ได้ ท่านจะให้ความสนใจหรือไม่อย่างไร / หากไม่สนใจ ไม่สนใจเพราะเหตุใด และคิดว่าระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์นี้ท่านมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการต่อเดือนเท่าไร

1.9 ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือ ความต้องการอื่น ในการพัฒนา Platform การให้บริการให้ดียิ่งขึ้นบ้างหรือไม่ และมีบริการใดที่ท่านยังไม่ได้รับการตอบสนองบ้าง

**เครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็ก และ SMEs**  
ประกอบไปด้วย ชุดคำถามปลายเปิด จำนวน 8 ข้อ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงพฤติกรรม ปัญหา

และความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และแนวโน้มความสนใจในบริการของ SYe-Pay โดยชุดคำถามได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีประสิทธิภาพครอบคลุม ถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 ความถี่ที่ท่านใช้บริการธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็ก และ SMEs

2.2 ท่านมีประสบการณ์ในการใช้บริการระบบการชำระเงินรูปแบบใดบ้าง

2.3 ท่านพบปัญหา อุปสรรค หรือ ความไม่สะดวกสบายที่พบจากระบบการชำระเงินแบบเดิม(เงินสด) อย่างไรบ้าง

2.4 ท่านมีประสบการณ์ในการใช้บริการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ใดบ้าง และมีความพึงพอใจต่อระบบมากน้อยเพียงใด

2.5 ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ใดที่ท่านเลือกใช้ซ้ำ หรือ ใช้เป็นประจำ เพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ประเภท)

2.6 ท่านพบปัญหา อุปสรรค หรือ ความไม่สะดวกสบายที่พบจากระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างไรบ้าง

2.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากร้านที่ท่านใช้บริการอยู่เปลี่ยนมาใช้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ และท่านคิดว่าระบบที่ร้านเลือกมาใช้นั้นควรมีลักษณะอย่างไรจึงจะเป็นระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ดี (อธิบายเป็นรูปธรรม)

2.8 ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือ ความต้องการอื่น ในการพัฒนา Platform การให้บริการให้ดียิ่งขึ้นบ้างหรือไม่ และมีบริการใดที่ท่านยังไม่ได้รับการตอบสนองบ้าง



## ภาคผนวก ข

## เอกสารการขออนุญาตจริยธรรมงานวิจัยIRB



**CITI PROGRAM**

Completion Date 20-Jun-2020  
Expiration Date 19-Jun-2024  
Record ID 37126371

This is to certify that:

**Warissara Woracharupong**

Has completed the following CITI Program course:

<b>Human Subjects Research</b>	(Curriculum Group)
<b>Student Social, Behavioral &amp; Humanity Research</b>	(Course Learner Group)
<b>1 - Basic Stage</b>	(Stage)

Under requirements set by:

**Mahidol University**

Not valid for renewal of certification through CME. Do not use for TransCelerate mutual recognition (see Completion Report).

**CITI**  
Collaborative Institutional Training Initiative

Verify at [www.citiprogram.org/verify/?wb0bddf68-8106-4a92-a238-1577b8549aa8-37126371](http://www.citiprogram.org/verify/?wb0bddf68-8106-4a92-a238-1577b8549aa8-37126371)

แสดงผลการผ่านการอบรมจริยธรรมงานวิจัย

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

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

- **Name:** Warissara Woracharupong (ID: 9197756)
- **Institution Affiliation:** Mahidol University (ID: 3292)
- **Institution Email:** warissara.wor@mahidol.ac.th
- **Institution Unit:** EI, CMMU
- **Curriculum Group:** Human Subjects Research
- **Course Learner Group:** Student Social, Behavioral & Humanity Research
- **Stage:** Stage 1 - Basic Stage
- **Record ID:** 37126371
- **Completion Date:** 20-Jun-2020
- **Expiration Date:** 19-Jun-2024
- **Minimum Passing:** 80
- **Reported Score\*:** 100

REQUIRED AND ELECTIVE MODULES ONLY	DATE COMPLETED	SCORE
History and Ethical Principles - SBE (ID: 490)	20-Jun-2020	5/5 (100%)
Informed Consent - SBE (ID: 504)	20-Jun-2020	5/5 (100%)
Privacy and Confidentiality - SBE (ID: 505)	20-Jun-2020	5/5 (100%)
Unanticipated Problems and Reporting Requirements in Social and Behavioral Research (ID: 14928)	20-Jun-2020	5/5 (100%)
Assessing Risk - SBE (ID: 503)	20-Jun-2020	5/5 (100%)

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

Verify at: [www.citiprogram.org/verify/?kc6e90ce7-d42e-42fa-b693-f6d70e36f989-37126371](http://www.citiprogram.org/verify/?kc6e90ce7-d42e-42fa-b693-f6d70e36f989-37126371)

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

ผลการอบรมจริยธรรมงานวิจัยใน ส่วนที่ 1

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

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

- **Name:** Warissara Woracharupong (ID: 9197756)
- **Institution Affiliation:** Mahidol University (ID: 3292)
- **Institution Email:** warissara.wor@mahidol.ac.th
- **Institution Unit:** EI, CMMU
- **Curriculum Group:** Human Subjects Research
- **Course Learner Group:** Student Social, Behavioral & Humanity Research
- **Stage:** Stage 1 - Basic Stage
- **Record ID:** 37126371
- **Report Date:** 20-Jun-2020
- **Current Score\*\*:** 100

REQUIRED, ELECTIVE, AND SUPPLEMENTAL MODULES	MOST RECENT	SCORE
Assessing Risk - SBE (ID: 503)	20-Jun-2020	5/5 (100%)
Informed Consent - SBE (ID: 504)	20-Jun-2020	5/5 (100%)
Privacy and Confidentiality - SBE (ID: 505)	20-Jun-2020	5/5 (100%)
Unanticipated Problems and Reporting Requirements in Social and Behavioral Research (ID: 14928)	20-Jun-2020	5/5 (100%)
History and Ethical Principles - SBE (ID: 490)	20-Jun-2020	5/5 (100%)

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

Verify at: [www.citiprogram.org/verify/?kc6e90ce7-d42e-42fa-b693-f6d70e36f989-37126371](http://www.citiprogram.org/verify/?kc6e90ce7-d42e-42fa-b693-f6d70e36f989-37126371)

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

ผลการอบรมจริยธรรมงานวิจัยใน ส่วนที่ 2

## ภาคผนวก ค

## WACC และ Project Evaluation

ตารางแสดง Weighted Average Cost of Capital

Item	Tax Rate	Cost of Debt	Cost of Equity*	WACC
Cost of Debt		0.0%		
Tax	20%	0.8		
Net Cost of Debt		0.0%		
Net Cost of Equity			29.26%	
Multiplied by Weighted Rate of Capital Structure		0.00	1.00	
<b>Weighted Average Cost of Capital (WACC)</b>				<b>29.26%</b>

ตารางแสดง Cost of Equity

Item	Assumption
Market Rate of Return	29.26%
Risk-Free Rate	1.47%
Beta	1
<b>Net Cost of Equity</b>	<b>29.26%</b>

## ตารางแสดง Project Evaluation

Timeline:	Payback (year)	0	1	2	3	4	5
Total Net Cash Flow		(8,464,300)	5,358,400	7,351,274	9,875,675	8,507,331	11,638,900
Accumulated Net Cash Flow		(8,464,300)	(3,105,900)	4,245,374	14,121,049	22,628,379	42,731,579
<b>Payback Period</b>	<b>1.42</b>						

Timeline:	Payback (year)	0	1	2	3	4	5
Total Net Cash Flow		(8,464,300)	5,358,400	7,351,274	9,875,675	8,507,331	11,638,900
Present Value of NCF		(8,464,300)	4,145,558	4,400,057	4,573,096	3,047,788	3,225,903
Accumulated Net Cash Flow		(8,464,300)	(4,318,742)	81,315	18,775,460	7,702,200	19,392,403
<b>Discounted Payback Period</b>	<b>1.98</b>						