

สื่อกลางการแลกเปลี่ยนเงินตราแห่งอนาคต

Transaction money of The Future



สื่อกลางการแลกเปลี่ยนเงินตราแห่งอนาคต

Transaction money of The Future



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2562



@2562

พิพัฒน์ พันธุ์ดี

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจ Galaxy Pay สื่อกกลางการแลกเปลี่ยนเงินตราแห่งอนาคต

ผู้วิจัย พิชณน์ พันธุ์ดี

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.วรวรรณ เกาหะพลวัฒนา)

ผู้เชี่ยวชาญ



(อ. อาทร พร้อมพัฒนภาค)



(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 9 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

พิพัฒน์ พันธุ์ดี. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ, ธันวาคม 2562,
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สื่อกลางการแลกเปลี่ยนเงินตราแห่งอนาคต (54 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.วรวรรณ เลาะห์พลวัฒน์

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจแอปพลิเคชัน Galaxy Pay มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดกรอบทิศทางของธุรกิจ เพื่อการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจผู้ให้บริการทางการเงินผ่านระบบปฏิบัติการบนมือถือ เป็นการศึกษาเพื่อหาโอกาส ความเป็นไปได้ เพื่อตัดสินใจก่อนดำเนินการระดมทุนจริง

แผนธุรกิจนี้ทำการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยแวดล้อมภายนอกและภายใน การวางแผนการตลาด การจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล รวมถึงแผนการดำเนินงานจริง และแผนการเงินอีกด้วย ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์แล้วต้องลงทุนกว่า 100 ล้านบาท ตาม พ.ร.บ.ระบบชำระเงิน พ.ศ.2560 เพื่อดำเนินกิจการทางการเงินของประเทศจึงจำเป็นต้องจัดทำแผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจด้วย

การศึกษาวิจัยแผนธุรกิจแอปพลิเคชัน Galaxy Pay พบว่า ธุรกิจให้บริการธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์ มีอยู่จำนวนมาก แต่การให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่ครบวงจรตั้งแต่ การให้บริการฝาก ถอน โอน จ่าย การแลกเปลี่ยนเงินต่างประเทศ Smart Card และ Share pay ในแอปพลิเคชันเดียวนั้น ยังไม่มี จึงจำเป็นต้องมีการรีวิวการใช้งาน และ Call Center เพื่อดูแลผู้ใช้บริการให้สามารถใช้บริการได้อย่างถูกต้อง และมั่นใจ เมื่อจำลองงบกำไรขาดทุนตามแผนธุรกิจพบว่า การทำธุรกิจ 1 ปี คาดว่าจะรายได้ประมาณ 60 ล้านบาท มีค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดประมาณ 28 ล้านบาท ทำให้เกิดกำไรก่อนดอกเบี้ย อยู่ที่ประมาณ 23 ล้านบาท โดยเป็นต้นทุนขายประมาณ 51 ล้านบาท

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, แอปพลิเคชัน, การแลกเปลี่ยนเงิน, การลงทุน

Phandee, P. M.M.E. (Entrepreneurship), December 2019, Graduate School,
Bangkok University.

Transaction Money of The Future (54 pp.)

Advisor: Dr. Worrawan Laohapolwatana

ABSTRACT

Creating a business plan The Galaxy Pay application aims to define the business direction. To study and research the financial services business through mobile operating systems is a study to find opportunities possibility to make a decision before proceeding with real fund raising

This business plan analyzes both external and internal environmental factors. Marketing planning Organization Management and Human Resources Management Including the actual operation plan And financial plans as well After analyzing, it has to invest more than 100 million according to the Payment Systems Act 2017 in order to operate the country's financial business, therefore it is necessary to prepare an emergency plan and future business plans.

A study of Galaxy Pay application business plan found that businesses provide online financial transactions. There are many but providing complete financial transaction services from the service for depositing, withdrawing, transferring, paying, foreign currency exchange, Smart Card and Share pay in one application is not yet available, so it is necessary to review usage and Call Center to take care of users to be able to use the service. Accurately and confident when simulating the income statement according to the business plan, it was found that doing 1 year of business is expected to be about 60 million baht in revenue, with sales and marketing expenses of about 28 million baht. Earnings before interest, approximately 23 million baht, which is the cost of sales of approximately 51 million

Keywords: business plan, application, money exchange, investment

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เนื่องจาก ดร. วรวรรณ เลหาพลวัฒนา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการจัดทำแผนธุรกิจและคณาจารย์คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการทุกท่าน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแผนธุรกิจฉบับนี้ ที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางอันเป็นประโยชน์ในการ นำมาประยุกต์ใช้กับแผนธุรกิจฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ ผู้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง สำหรับการสละเวลาอันมีค่าของทุกท่านและความรู้ที่ทุกท่านได้ให้แก่ข้าพเจ้าตลอดระยะเวลาที่ข้าพเจ้าศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณบิดา มารดา และครอบครัว ซึ่งเป็นบุคคลที่คอยให้กำลังใจ สนับสนุน และส่งเสริมทางการศึกษาให้แก่ข้าพเจ้ามาโดยตลอด

พิพัฒน์ พันธุ์ดี



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของธุรกิจ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจ	2
1.4 รูปแบบของธุรกิจ	3
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	9
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	13
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
3.1 SWOT Analysis	14
3.2 Tows Analysis	15
3.3 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	17
3.4 การวิเคราะห์ผู้บริโภค	18
บทที่ 4 แผนการตลาด	
4.1 ส่วนแบ่งทางการตลาด	30
4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดด้วย 7Ps	30
4.3 แผนการตลาด	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน	40
5.2 การกำหนดตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน	40
5.3 นโยบายการบริหารและพัฒนาบุคลากร	41
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจ	44
6.2 การผลิตสินค้า	44
6.3 การจัดซื้อฮาร์ดแวร์	44
6.4 การจัดการคลังสินค้าและการส่งสินค้า	45
บทที่ 7 แผนการเงิน	
7.1 ความต้องการเงินทุน	46
7.2 ตารางงบกำไรขาดทุน	46
7.3 ตารางงบกระแสเงินสด	47
7.4 ตารางค่าใช้จ่ายในส่วนของการตลาด	48
7.5 ตารางงบดุล	48
7.6 ตารางสมมุติฐานการเงิน	49
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	
8.1 แผนปฏิบัติการฉุกเฉินในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่มีผลทางลบต่อธุรกิจ	52
8.2 แผนอนาคต หรือ แนวทางในการพัฒนาธุรกิจในอนาคต	52
บรรณานุกรม	53
ประวัติผู้เขียน	54

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: วิเคราะห์คู่แข่งชั้น	13
ตารางที่ 4.1: สรุปส่วนแบ่งตลาดจากข้อมูลการใช้จ่ายภายในประเทศไทย	30



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: โลโก้ของ Galaxy Pay (กาแลคซี่-เพย์)	1
ภาพที่ 1.2: Model business canvas	2
ภาพที่ 3.1: ช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมาย	19
ภาพที่ 3.2: เพศอายุของกลุ่มเป้าหมาย	20
ภาพที่ 3.3: รายได้ต่อเดือนของกลุ่มเป้าหมาย	21
ภาพที่ 3.4: จำนวนบัตรเครดิต,เดบิต,เอทีเอ็ม ที่มีอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย	22
ภาพที่ 3.5: รูปแบบความนิยมการชำระค่าสินค้าและบริการของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน	22
ภาพที่ 3.6: ความต้องการชำระค่าสินค้าและบริการของกลุ่มเป้าหมายในอนาคต	24
ภาพที่ 3.7: การเดินทางไปต่างประเทศของกี่ครั้งต่อปีของกลุ่มเป้าหมาย	26
ภาพที่ 3.8: ความนิยมชำระค่าสินค้า/บริการของกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางไปยังต่างประเทศ	26
ภาพที่ 3.9: ความต้องการในการชำระค่าสินค้า/บริการของกลุ่มเป้าหมาย ที่จะเดินทางไปยังต่างประเทศในอนาคต	27
ภาพที่ 3.10: ความสนใจผลิตภัณฑ์ Smart card ของกลุ่มเป้าหมาย	28
ภาพที่ 3.11: ความสนใจผลิตภัณฑ์ Smart card ของกลุ่มเป้าหมาย หากเก็บค่าธรรมเนียม 300 บาท/ปี	29
ภาพที่ 4.1: กระบวนการทำงานของระบบ	32
ภาพที่ 4.2: กระบวนการโอนเงินระหว่างผู้ใช้ไทยกับผู้ใช้สหรัฐอเมริกา	33
ภาพที่ 4.3: พีเจอาร์ที่ Galaxy Pay ให้บริการผู้ใช้งานและร้านค้าออนไลน์	34
ภาพที่ 4.4: พีเจอาร์ที่ Galaxy Payment ให้บริการผู้ใช้งานและร้านค้าออฟไลน์	35
ภาพที่ 4.5: กระบวนการ E-Negotiable Instrument	36
ภาพที่ 4.6: ตัวอย่างการสร้าง Attention and Interest	38
ภาพที่ 5.1: โครงการองค์กร	40
ภาพที่ 7.2: ตารางงบกำไรขาดทุน	46
ภาพที่ 7.3: ตารางงบกระแสเงินสด	47
ภาพที่ 7.4: ตารางค่าใช้จ่ายในส่วนของการตลาด	48
ภาพที่ 7.5: ตารางงบดุล	48
ภาพที่ 7.6: ตารางสมมุติฐานการเงิน	49

บทที่ 1

การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ

1.1 แนะนำธุรกิจ

ภาพที่ 1.1: โลโก้ของ Galaxy Pay (กาแลคซี-เพย์)



Galaxy Pay (กาแลคซี-เพย์) คือธุรกิจประเภทบริการ แบบสตาร์ทอัพโดยเน้นไปที่บริการทางการเงินด้วยระบบปฏิบัติการแอปพลิเคชันที่ช่วยให้การใช้จ่าย การซื้อสินค้า/บริการ ได้ง่ายสะดวกมากขึ้นพร้อมกับฮาร์ดแวร์ซึ่งเราเรียกว่า (สมาร์ตการ์ด ออ-อิน-วัน) เป็นสินค้าที่เข้ามาเสริมความสามารถของบริการให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม ที่อำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคในการชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ด้วยระบบการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคเปรียบเสมือนกระเป๋าเงินดิจิทัลที่รวบเงินสด บัตรเครดิต/เดบิต รวมไปถึงบัตรแทนเงินสดอื่นๆ ไว้ในระบบเพื่อให้ง่ายต่อการใช้งานที่เรียกว่า E-Wallet ในการชำระเงินของสินค้าและบริการ สามารถทำได้โดย สแกน QR code, NFC, การ์ดรูทแถบแม่เหล็ก แบบบัตรทั่วไป (All In One Smart Card) รวมไปถึงการโอนเงินระหว่างบัญชีผู้ใช้แบบไม่เสียค่าธรรมเนียมใดๆ พร้อมทั้งระบบ Money Exchange สำหรับผู้ที่ต้องการไปใช้จ่ายในต่างประเทศที่มีส่วนต่างอัตราแลกเปลี่ยนต่ำ หรือเทียบเท่าผู้ให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา โดยผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องถือเงินสดแต่อย่างใด

หากกรณีที่ต้องการเงินสดก็สามารถนำ All In One Smart Card ของ Galaxy Pay ไปกดที่ตู้ ATM ในต่างประเทศได้เช่นเดียวกัน รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ใช้นำมาลงทุนในอัตราแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน โดยมี Galaxy Pay เป็นฐานข้อมูลเชื่อมโยงการแลกเปลี่ยนโดย Galaxy Pay จะเก็บค่าธรรมเนียมส่วนแบ่งของส่วนต่าง ส่วนผู้ยินยอมให้แลกเงินก็จะได้กำไรจากการขายเงินสกุลที่ต้องการแลกเปลี่ยนให้กับผู้อื่น ที่ต้องการใช้เงินสกุลของประเทศนั้นๆ

1.2 ที่มาของธุรกิจ

เจ้าของแนวคิดซึ่งเป็นผู้ที่ชื่นชอบในเทคโนโลยีนวัตกรรมที่ทันสมัย เป็นผู้ที่ชอบมองหาความรู้รอบตัวแปลกใหม่อยู่เสมอ ไม่เพียงแต่ในเรื่องของเทคโนโลยี นวัตกรรม รวมถึงการใช้ชีวิตของผู้คน ระบบเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา เจ้าของแนวคิดโครงธุรกิจ Galaxy Pay คิดอยู่เสมอว่า จะทำอย่างไรและอยากทำอะไร ที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงสิ่งเหล่านี้ ที่จะสามารถพัฒนาเทคโนโลยีได้ดีกว่าปัจจุบันที่เป็นอยู่ มิใช่เพียงแต่เพราะว่าต้องการสนองความต้องการส่วนตัวเท่านั้น ยังรวมไปถึงคุณภาพชีวิตและประโยชน์ของผู้คนให้ได้ดีกว่าเดิม ฉะนั้นจึงมองหาองค์ประกอบของสิ่งเหล่านี้ว่า มีองค์ประกอบหลักอะไรบ้าง สิ่งที่เราจะสามารถนำมารวมกันให้เป็นสิ่งเดียวกันได้ คือ

- ต้องเป็นสื่อกลางการเชื่อมโยงของทุกสิ่ง และทุกคน
- ต้องเป็นนวัตกรรมล้ำหน้าที่ทันสมัย
- ต้องตอบสนองความต้องการ และ แก้ไขปัญหาสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน
- ต้องเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา นวัตกรรม เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และธุรกิจ
- ต้องเข้าถึงได้ง่าย

สุดท้ายองค์ประกอบและเงื่อนไขทุกอย่างมุ่งเป้าไปที่เดียวกันคือ “เงิน” แต่ก็จะมีคำถามตามมาว่าทำไมคือเงิน คำตอบคือ เงินเป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนที่เชื่อมโยงทุกสิ่งไว้ด้วยกัน หลายบริษัทพัฒนานวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการบนพื้นฐานของปัญหา เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นแก่ องค์กร บริษัท หรือตัวบุคคลเองก็ตาม ซึ่งมีผลต่อระบบเศรษฐกิจ คุณภาพของสังคมที่ดีขึ้น ตอบสนองนโยบายทางการเมือง บวกกับการรักษาผลประโยชน์ของธุรกิจ และตัวบุคคลเอง แล้วยังเป็นสิ่งที่คุณคนเข้าใจ ต้องมี ต้องใช้ และยังสามารถเข้าถึงได้ง่าย

1.3 วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจ

เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินงาน เป็นแนวทางธุรกิจให้กับผู้ร่วมลงทุน สถาบันการเงิน และผู้บริหาร ให้มีความเข้าใจถึงองค์ประกอบทางธุรกิจ จะได้ลดความเสี่ยงของธุรกิจ E-Payment พร้อมทั้งที่จะมองเห็นทิศทางเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างชัดเจน และยังสามารถศึกษาความเป็นไปได้ของตัวโครงการอีกด้วย

1.4 รูปแบบของธุรกิจ

Galaxy Pay (กาแลคซี-เพย์) เป็นธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยเน้นไปที่บริการทางการเงิน ด้วยระบบปฏิบัติการแอปพลิเคชันที่ช่วยให้การใช้จ่าย การซื้อสินค้า/บริการ สามารถทำได้สะดวกมากขึ้น พร้อมกับฮาร์ดแวร์ เรียกว่า All in one smart card (อ-อิน-วัน สมาร์ทการ์ด) เป็นสินค้าที่เข้ามาเสริมความสามารถของบริการให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม

ภาพที่ 1.2: Model business canvas

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1.Bank 2.Shopping mall 3.Hotel 4.Service provider 5.ร้านอาหาร 6.ร้านค้าออนไลน์ 7.ร้านค้าออฟไลน์	1.ให้บริการชำระข้อมูลบัตร เครดิตเดบิต ใช้ใน E-Wallet และ All in one smart card 2.ให้บริการชำระค่าสินค้าบริการ 3.ให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ 4.เป็นระบบเชื่อมต่อการชำระเงิน บุคคล/บริษัท	1. All in one smart card รวมทุกบัตร เครดิตเดบิต ใช้ในใบเดียว 2. Exchange rate ที่เหมาะสมที่สุด 3. มีระบบ Exchange User to User 4. มีระบบ All payment 5. มีระบบแชร์ทุกยอดจ่ายกับ user อื่นๆ	1. Call center 2. P.O.S ให้ฟรีกับผู้ประกอบการ	1. User ที่ต้องการชำระค่าสินค้าและบริการ 2. User สามารถทำธุรกรรมให้แลกเปลี่ยนเงินตรา Money Exchange กับ User ท่านอื่น 3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 4. ธุรกิจทางการเงินระหว่าง บุคคล/ธุรกิจ
	Key Resources 1. คอมพิวเตอร์, ฮาร์ดแวร์, ซอฟต์แวร์ 2. ทรัพยากรมนุษย์ 3. เงินทุน		Channels 1. Online • Facebook, Instaharam, Google Youtube, เน็ตเคอร์, ทีวี 2. Offline • Event, Call center, พนักงานภาคสนาม	
Cost Structure 1. ค่าจ้างพนักงาน, ค่าบริหารจัดการ 2. ค่าสาธารณูปโภค 3. ค่าเช่า Office 4. ค่าเช่า Sever 5. ค่า Security software		Revenue Streams 1. ขายบัตร Smart card 2. ค่าทำเนียมบัตรรายปี Smart card 3. ค่าทำเนียมจ่ายบิล, บริการทางการเงินอื่นๆ 4. ค่าบริการ Exchange rate		

Key Partner

1. Bank (ธนาคาร) เป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะจะต้องเป็นที่เก็บเงินพร้อมทั้งเชื่อมโยงการฝาก ถอน โอน จ่าย หากผู้ใช้บริการต้องการทำรายการใดรายการหนึ่ง
2. Shopping mall (ห้างสรรพสินค้า) มีความสำคัญมาก เพราะเป็นสถานที่ส่วนใหญ่ที่มีประชากรไปใช้บริการเป็นหลัก จึงมีความสำคัญที่ต้องผลักดันให้ร้านค้ารวมถึงร้านอาหารในสถานที่หลักส่งเสริมให้ Galaxy Pay เป็นทางเลือกหนึ่งในการให้บริการชำระสินค้าและบริการ
3. Hotel (โรงแรม) เป็นสถานที่สำคัญ เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะต้องเข้าพักตามโรงแรม Galaxy Pay จึงเห็นว่าเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะอำนวยความสะดวกในการแปลงสกุลเงินในการชำระเงินโดยผ่านทาง Online booking
4. Service provider คือบริการอำนวยความสะดวก เช่น การสั่งอาหารให้มาส่ง การส่งเอกสาร หรือแม้กระทั่งการที่ให้บริการนำสิ่งของ สินค้าไปส่งก็เช่นกัน บริการเหล่านี้กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก Galaxy Pay จึงจำเป็นต้องเพิ่มบทบาทเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้ชำระค่าบริการ
5. ร้านอาหาร ร้านค้าออนไลน์-ออฟไลน์ ปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยีการชำระสินค้าและบริการ มีความทันสมัย ร้านอาหาร ร้านค้าออนไลน์-ออฟไลน์ จึงต้องปรับตัวให้รับกับความสะดวกไร้เงินสด และร้านเหล่านี้คือรากฐานสำคัญที่เป็นช่องทางหลักในการกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการชำระค่าสินค้า-บริการ ของ Galaxy Pay

Key Activities

1. All in one smart card คือ การนำเอา บัตรเดบิต/เครดิต ทุกใบที่มีมารวมอยู่ใน Smart Card เพียงใบเดียว ด้วยการอัปโหลดข้อมูลบัตรผ่านแอปพลิเคชัน แล้วให้ระบบจดจำข้อมูล เมื่อต้องการใช้บัตรไปไหนก็สามารถเลือกผ่านแอปพลิเคชันแล้วใช้ smart card ชำระค่าสินค้า-บริการได้ทันที
2. ให้บริการชำระสินค้า-บริการ Galaxy Pay เป็นทั้งกระเป๋าเงินบนโลกออนไลน์ที่เรียกว่า E-wallet พร้อมทั้งยังสามารถถือเงินสดในบัญชี E-wallet ได้หลายสกุลเงิน ยังสามารถชำระค่าสินค้า-บริการ ผ่านแอปพลิเคชันกับร้านค้า และสถานที่ให้บริการเพื่อชำระเงินได้ง่ายขึ้น หรือจะชำระผ่านบัตร smart card ก็ยังสามารถทำได้เช่นเดียวกัน
3. ให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยสามารถนำเงินสดใน E-wallet ไปเปลี่ยนเป็นเงินสกุลอื่นได้ผ่านแอปพลิเคชัน หรือเมื่อมีการใช้ smart card ในต่างประเทศ ระบบจะชำระค่าสินค้า-บริการให้ท่าน จากนั้นระบบจะทำการตัดเงินของ บัตรเดบิต/เครดิต ของท่านในประเทศที่ท่านได้เปิดบริการ บัตรเดบิต/เครดิต ไปนั้นไว้เพื่อให้ได้รับอัตราการแลกเปลี่ยนสกุลเงินที่ต่ำที่สุด

4. ระบบเชื่อมต่อการชำระเงิน บุคคล/บริษัท ไม่เพียงแต่การชำระเงิน แต่ยังสามารถโอนเงินระหว่างบัญชีผู้ใช้ให้กันเองได้อีกด้วย แม้กระทั่งชำระเงินไปยังบัญชีธนาคารของบริษัทอื่นก็สามารถทำได้

Value Proposition

1. All in one smart card เป็น Smart card แบบไม่มีแบตเตอรี่เพราะ บัตรเดบิต/เครดิต ทุกใบถูกอัปเดตผ่านระบบของ Galaxy Pay จึงไม่จำเป็นต้องมีฮาร์ดแวร์ที่ใช้พลังงาน และเมื่อเกิดการสูญหายก็สามารถป้องกันการโจรกรรมได้ง่าย

2. Exchange rate ที่เหมาะสมที่สุด เพราะทุกการใช้จ่ายในการชำระค่าสินค้า-บริการ ในต่างประเทศจะไม่ได้ถูกหักผ่าน บัตรเดบิต/เครดิต โดยตรง แต่เป็น Galaxy Pay จ่ายให้ก่อนพร้อมกันกับระบบจะตัด บัตรเดบิต/เครดิต ของท่านในประเทศของบัตรที่ทำการชำระเงินแบบไม่เสีย Exchange rate ที่สูง Galaxy Pay จะเรียกเก็บ Exchange rate เองในอัตราที่เหมาะสมที่สุด

3. Exchange User to User คือ เมื่อมีเงินฝากใน E-wallet ผู้ใช้งานก็สามารถเลือกได้ว่าจะให้ Galaxy Pay นำเงินส่วนนี้แปลงเป็นสกุลเงินอื่นหรือไม่ หรือหากมีผู้ต้องการแลกเปลี่ยนสกุลเงินที่ผู้ใช้งานถือไว้ก็สามารถทำได้ แบบบุคคล ต่อ บุคคลทำให้ผู้ใช้งานได้ส่วนแบ่งกำไรของ Exchange rate อีกด้วย

4. All payment ไม่เพียงแค่ชำระค่าสินค้า-บริการ แต่ยังรวมไปถึงการจ่ายบิลเรียกเก็บ หรือ การชำระค่าสาธารณูปโภคอื่นๆ อีกด้วย

5. Share pay เมื่อท่านไปทานอาหารกับเพื่อนไม่ว่าจะชำระเงินด้วย Smart card หรือ E-wallet โดยผ่านแอปพลิเคชัน Galaxy Pay สามารถแชร์ค่าอาหารกับเพื่อนได้ทันที

Customer Relationships

1. Call center คือ ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่สามารถสร้างความเข้าใจในการช่วยเหลือแก้ปัญหารวดเร็วตรงจุด พร้อมทั้งยังสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลผ่าน เว็บไซต์ได้อีกด้วย

2. Point of sales (P.O.S) คือ ระบบบริหารจัดการร้านค้า ถ้าพูดถึง ร้านค้า-ร้านอาหาร ปัจจัยอย่างหนึ่งที่สำคัญ คือ ระบบบริหารจัดการ P.O.S และอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ หากเป็นร้านที่ต้องการลดต้นทุนแต่ต้องการมีระบบที่มีประสิทธิภาพ Galaxy Pay มีระบบ P.O.S แอปพลิเคชันให้ใช้งานฟรีบนโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต ไม่เพียงแค่นั้น Galaxy Pay มีการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับบริษัทที่ให้เช่า-ขาย P.O.S และอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ เพื่อเพิ่มช่องทางการชำระเงินของระบบ Galaxy Pay อีกด้วย

Customer Segments

คือ กลุ่มเป้าหมายของลูกค้า แบ่งออกได้ดังนี้

1. ผู้ที่ต้องการความสะดวกในการชำระค่าสินค้า-บริการ ได้ง่ายขึ้นรวมถึงลดขั้นตอนการยุ่งยากและค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้น
2. ผู้ที่หาทางเลือกในการฝากเงินโดยมีออฟชั่นการแบ่งเงินเพื่อสร้างรายได้จากการให้ Galaxy Pay เป็นตัวกลางการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และยังได้รับกำไรจากค่า Exchange rate
3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ช่วยลดอัตรา Exchange rate ในการชำระค่าสินค้า-บริการ ที่แพงให้ถูกลงพร้อมสร้างความปลอดภัยโดยไม่ต้องถือเงินสด
4. ผู้ที่ต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน ในประเทศ-ต่างประเทศ ระหว่างบุคคลหรือธุรกิจได้ง่ายขึ้นโดยไม่ยุ่งยาก

Key Resources

คือ ทรัพยากรที่ต้องการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่วางไว้ ได้แก่

1. คอมพิวเตอร์สำหรับการดำเนินงานรวมถึงการเขียนโปรแกรม(ซอฟต์แวร์) เพื่อใช้ในการเชื่อมต่อข้อมูลในการให้บริการกับผู้ใช้บริการ และฮาร์ดแวร์ที่เป็นศูนย์กลางระบบคอมพิวเตอร์ในการเชื่อมโยงกับเก็บข้อมูล รวมไปถึง Smart card อีกด้วย
2. ทรัพยากรมนุษย์ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดเนื่องด้วยข้อมูลส่วนใหญ่มักเป็นความลับส่วนตัวของผู้ใช้บริการ จึงต้องให้ความสำคัญไม่ให้ข้อมูลรั่วไหล รวมถึงบุคลากรที่ทำการพัฒนาโปรแกรม(ซอฟต์แวร์) ต้องมีความชำนาญเป็นพิเศษอีกด้วย
3. เงินลงทุน เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถขับเคลื่อนทุกอย่างให้เดินหน้าได้ ด้วยการลงทุนที่ค่อนข้างสูง

Channels

คือ ช่องทางการโฆษณาที่จะออกสู่ตลาดในมุมมองกว้าง Galaxy Pay จึงแบ่งออกดังนี้

1. Online

- Facebook จะทำการส่งโฆษณาไปยังกลุ่มผู้ใช้ในวงกว้าง เนื่องจาก Facebook มีผู้ใช้งานทั่วโลกไม่ต่ำกว่า 1,000 ล้านคน จึงเป็นช่องทางที่จะมีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างได้ พร้อมทั้งสามารถปิดการขายโดยการตั้งเพจสำหรับจำหน่ายสินค้า และยังสามารถช่วยแก้ปัญหา รวมถึงการให้ข้อมูลกับผู้ใช้งานได้โดยตรง

- Instagram เป็นหนึ่งในช่องทางที่สามารถสร้างการตลาดแบบมุมมองกว้าง โดยปัจจุบัน ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ของ Instagram จะเป็นการอัปเดต lifestyle ของผู้ใช้งานเอง Galaxy Pay จึงมองเห็นว่าควรเข้าไปสร้างการตลาดด้วยการตอบสนองการใช้ชีวิตให้ง่ายขึ้น โดยมี Galaxy Pay เป็นปัจจัยหนึ่งในการใช้ชีวิต

- Google จะสามารถค้นหาเคสปัญหาของผู้ใช้งานที่เกิดขึ้นในชีวิต พร้อมทั้งให้แนะนำแนวทางว่า Galaxy Pay ทำให้ปัญหาของผู้ใช้งานลดลงได้อย่างไร หรือหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการ และยังสามารถลิงค์ไปยัง เพจ, เว็บไซต์, ช่องทางขายสินค้าอื่นของ Galaxy Pay ได้อีกด้วย

- Youtube เป็นช่องทางการโฆษณาพร้อมให้ความรู้ข้อมูลการใช้งานแบบวิดีโอ เพื่อให้เข้าใจเกี่ยวกับ สินค้า-บริการ ของ Galaxy Pay

- บล็อกเกอร์ รีวิว เป็นการเปรียบเทียบ ข้อดี ข้อเสีย ของ Galaxy Pay ว่าการใช้งานเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง พร้อมทั้งยังสร้างความน่าเชื่อถือและแรงจูงใจให้ใช้งาน Galaxy Pay อีกด้วย

2. Offline

- Event คือการจัดงานเปิดตัวกิจกรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและเข้าถึงความต้องการของผู้ใช้งานโดยตรง ส่งเสริมโอกาสเพิ่มผู้ใช้งานพร้อมกับให้ความรู้และความช่วยเหลือ พร้อมทั้งทำการตลาดเพื่อเพิ่มผู้ใช้งานได้ทันทีอีกด้วย

- บูธ คือการทำตลาดภาคสนาม เพื่อส่งเสริมการขายโดยการนำสินค้าไปแจกให้ใช้งานฟรี เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้งาน พร้อมทั้งสร้างสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการในระยะยาว เช่น การนำ Smart card ไปแจกให้กับผู้ที่เดินทางไปต่างประเทศที่สนามบิน เพราะผู้ที่ไปต่างประเทศมีโอกาสที่จะใช้บริการ All in one smart card ในการรวมบัตรทุกใบไว้ในใบเดียวเพื่อลดสัมภาระจากการท่องเที่ยว และยังมีโอกาสใช้ Galaxy Pay ในการชำระสินค้า-บริการ ผ่านระบบ Exchange ที่ได้อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลต่างประเทศที่ต่ำและเหมาะสมที่สุดอีกด้วย

Revenue Streams

คือ รายได้ของธุรกิจสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. จากการขายบัตร All in one smart card
2. ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร All in one smart card
3. ค่าธรรมเนียมการจ่ายบิล และบริการทางการเงินอื่นๆ
4. ส่วนต่างของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินตราต่างประเทศ



บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

ภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้และการจ้างงานในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยในปี 2561 รายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึง 2 ล้านล้านบาท สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกระจายไปสู่หลากหลายธุรกิจ อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก ตัวแทนจำหน่าย สายการบิน และนำไปสู่การจ้างงานมากถึง 4.4 ล้านคน การเติบโตของการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งถูกขับเคลื่อนด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เอื้อให้นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูล จองตั๋วเครื่องบิน และห้องพัก รวมถึงการชำระเงินได้อย่างสะดวกมากขึ้น ด้านภาคธุรกิจได้ใช้เทคโนโลยีโดยเฉพาะ Platform การจองที่พักและการชำระเงินที่ส่วนใหญ่เป็นตัวอย่างของต่างชาติให้เกิดประโยชน์และตอบสนองให้ทันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น เมื่อเราพูดถึงรายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงไม่ใช่ทั้งหมดที่เป็นรายรับของธุรกิจไทยเพราะจะมีเม็ดเงินบางส่วนที่เป็นค่าบริการนายหน้าจากตัวกลางชาวต่างชาติเช่นกัน

ประการแรก คือ การเปลี่ยนรูปแบบของการท่องเที่ยวจาก Offline มาสู่ Online ผ่านการให้บริการ โดยธุรกิจตัวกลางของต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีช่วยให้การวางแผนเดินทางด้วยตนเองง่ายขึ้น เมื่อเทคโนโลยีพร้อมรองรับ และผู้บริโภคพร้อมใช้และเชื่อมั่นในการใช้ ธุรกิจบริษัททัวร์ หรือ Travel Agent ซึ่งเป็นตัวกลางประสานกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศปลายทาง จึงปรับตัวจาก Offline มาสู่ Online มากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจในรูปแบบ Online Travel Agencies (OTAs) เช่น Expedia Booking.com Agoda หรือ Traveloka ซึ่งให้บริการที่พัก และ Hi5 หรือ Klook ซึ่งให้บริการอื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการคมนาคมภายในเมือง บริการเหล่านี้นอกจากจะช่วยเรื่องการวางแผนการเดินทางด้วยตนเองแล้ว ยังช่วยในการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพการให้บริการและจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตนเองได้ดีที่สุด

ด้านผู้ประกอบการไทยทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่เริ่มปรับตัวและหันมาใช้บริการ OTAs มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การใช้บริการคนกลางซึ่งเป็น Platform ของต่างชาติ เพื่อแลกกับยอดขายและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นย่อมมีค่าใช้จ่าย จากการหารือกับผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า การเปิดจองห้องพักออนไลน์ผ่าน OTAs มีสัดส่วนของผู้ใช้บริการประมาณ 35% ของช่องทางการจองโรงแรมทั้งหมด โดยผู้ประกอบการจะถูกเรียกเก็บค่าธรรมเนียม 3-30% ของราคาห้องพัก ซึ่งโดยเฉลี่ยประมาณ 18% ทั้งนี้ การโฆษณาจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม นอกจากนี้มี OTAs บางรายที่เป็นพ่อค้าคนกลางเหมาห้องพักจากธุรกิจไทยแล้วไปขายต่อในราคาที่

OTAs กำหนดเอง รายได้ค่าธรรมเนียมของธุรกิจตัวกลางต่างชาติเหล่านี้ประมาณร้อยละ 1.6 ของค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวทั้งหมด

ประการที่สอง คือ นวัตกรรมการชำระเงินผ่านระบบ e-payment ที่ช่วยอำนวยความสะดวกด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนหนึ่งก็มาจากการให้บริการของธุรกิจต่างชาติเช่นกัน เดิมทีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชำระค่าสินค้าและบริการด้วยเงินสดและบัตรเครดิต โดยมีผู้ให้บริการหลัก ๆ เช่น Visa และ Master Card และในระยะต่อมามีนวัตกรรมการชำระเงินรูปแบบใหม่ที่เรียกกันว่า e-wallet ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Alipay หรือ WeChat Pay เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการผ่านสมาร์ทโฟนได้โดยไม่ต้องพกเงินสดและไม่ต้องแลกเงิน เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวทำคำสั่งจ่ายเงินโดยสแกน QR code ที่ร้านค้าติดตั้งแล้ว เงินจะถูกตัดออกจากบัญชีที่ประเทศต้นทางในรูปเงินสกุลท้องถิ่นแล้วเข้าบัญชีของผู้ค้า

ด้วยประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากนวัตกรรมการชำระเงินส่งผลให้มีความนิยมใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สะท้อนจากอัตราการเพิ่มขึ้นของปริมาณธุรกรรมการชำระเงินด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์จากต่างประเทศสูงถึง 6.7 เท่า ในปี 2560 และ 1.5 เท่า ในปี 2561 ซึ่งเติบโตในอัตราที่สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการชำระเงินที่ 6.9 เท่า และ 1.4 เท่า ตามลำดับ และการใช้ e-money มีส่วนแบ่งในการรับชำระเงินผ่านบัตรอิเล็กทรอนิกส์และเงินอิเล็กทรอนิกส์จากต่างประเทศ เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า ในปี 2561 การปรับตัวของธุรกิจไทยที่นำนวัตกรรมการชำระเงินด้วย e-wallet มาใช้นอกจากจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังช่วยลดภาระต้นทุนในการบริหารเงินสดในแต่ละวันด้วย ทั้งนี้ ร้านค้าจะต้องเสียค่าธรรมเนียมในการรับชำระให้กับผู้ให้บริการชำระเงินในไทย โดยส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 1.6 - 2% ค่าธรรมเนียมนี้ส่วนหนึ่งจะต้องจ่ายให้กับผู้ให้บริการ e-wallet ต่างชาติ เช่นเดียวกับการรับชำระผ่านบัตรเครดิต ดังนั้น เมื่อมีการใช้บริการการชำระเงินผ่านระบบ e-payment เพิ่มขึ้น รายรับจากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่กับธุรกิจไทย แต่ก็จะมีอีกส่วนที่จะไปตกอยู่กับธุรกิจให้บริการชำระเงินต่างชาติบ้างเพื่อแลกมากับยอดรายรับรวมที่จะเพิ่มขึ้นจากการอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายให้กับนักท่องเที่ยวจริง (นิมิตกมลชัย และ ชลิสสา กัลยาณมิตร.

2562. Online)

2.1.1 การวิเคราะห์ด้วย PESTEL

- **Political** ปัจจัยด้านการเมือง ในปัจจุบันทางภาครัฐเองก็มีนโยบายส่งเสริมธุรกิจ Startup ให้สอดคล้องกับภาคธุรกิจในยุคปัจจุบันเพื่อขับเคลื่อนประเทศให้เดินไปข้างหน้าที่จะสามารถแข่งขันธุรกิจเชิงเทคโนโลยีกับต่างประเทศได้

- **Economics** ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ จากข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ปรากฏตัวเลขรายได้จากนักท่องเที่ยวมีอัตราเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในการชำระค่าสินค้าและบริการด้วย E-wallet payment จึงมีความเป็นไปได้ที่ตลาดจะขยายตัวเพิ่มขึ้น เพราะยังมีช่องว่างของส่วนแบ่งตลาดมากกว่า หนึ่งล้านล้านบาท

- **Technology** ปัจจัยด้านเทคโนโลยี การแข่งขันที่สูงขึ้นหลายบริษัทได้พัฒนาศักยภาพของเทคโนโลยีระบบ E-payment เพื่อรองรับการชำระเงินค่าสินค้าและบริการให้สะดวกรวดเร็วขึ้น จึงมิได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ใช้งานไปจากเดิมมากนัก แต่เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพทางการใช้งานและทางเลือกด้วยเทคโนโลยี โดยใช้โครงสร้างพื้นฐานของเทคโนโลยีเดิมเป็นส่วนใหญ่

- **Environmental** ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ด้วยการเติบโตของตลาด E-payment มีอัตราที่สูงขึ้น พร้อมทั้งสถานที่จำหน่ายสินค้า-บริการ ได้เพิ่มทางเลือกการชำระเงินผ่าน E-payment มากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับสถานะสังคมไร้เงินสดในยุคปัจจุบัน จึงเป็นโอกาสที่ Galaxy Pay จะมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด

- **Law** ปัจจัยด้านกฎหมาย E-Money หรือ E-Wallet จำเป็นต้องมีใบอนุญาตตามพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ประกอบพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2551 (พ.ร.ฎ. e-Payment) และประกาศของคณะกรรมการกฤษฎีกาฉบับที่ 58 ประกอบประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะกรรมการกฤษฎีกาฉบับที่ 58 (การประกอบธุรกิจบัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์) ซึ่งเป็นความผิดและมีโทษตามกฎหมายดังกล่าว ธปท. ในฐานะผู้ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ตาม พ.ร.ฎ. e-Payment และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังตามประกาศกระทรวงการคลังข้างต้น ให้ดำเนินการร้องทุกข์กล่าวโทษเพื่อดำเนินคดีกับบริษัท เพย์ออล กรุ๊ป จำกัด และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560 ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินการร้องทุกข์กล่าวโทษต่อกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ในความผิดตาม

กฎหมายดังกล่าวโดย e-Wallet หรือ ธุรกิจที่มีการรับเงินล่วงหน้าจากประชาชนทั่วไปในวงกว้าง จะต้องได้รับอนุญาตจากทางการก่อนเริ่มประกอบธุรกิจ กฎหมายจึงกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจ ดังกล่าวต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่กำหนดและที่สำคัญมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตาม หลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้ใช้บริการ เช่น

- ต้องมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วตามที่กำหนด และดำรงฐานะทางการเงินและ สภาพคล่องเพื่อให้บริการ e-Money ได้อย่างต่อเนื่อง และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ใช้บริการ

- ต้องมีการเก็บรักษาเงินของผู้ใช้บริการที่เติมเข้ากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างรัดกุม โดย ต้องฝากไว้ที่สถาบันการเงิน และแยกบัญชีไว้ต่างหากจากเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ดำเนินธุรกิจของผู้ ประกอบธุรกิจ

- ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การรักษาความลับของข้อมูล ผู้ใช้บริการ การคืนเงินผู้บริการภายในระยะเวลาที่กำหนด และการแก้ไขข้อร้องเรียน เป็นต้น

รพท.เผย พ.ร.บ.ระบบชำระเงิน พ.ศ. 2560 มีผลบังคับใช้ตามกฎหมายแล้ว เน้นสร้างความ สะดวกแก่ผู้ประกอบการ ทั้งรายเล็ก รายใหญ่ หนุนการพัฒนานวัตกรรมการชำระเงิน ลดทุนจดทะเบียน หวังเพิ่มโอกาสผู้เล่นในตลาด โดยหลักเกณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่ ด้านคุณสมบัติผู้ประกอบการ เช่น การกำหนดประเภทนิติบุคคล และคุณสมบัติกรรมการ ผู้มีอำนาจจัดการต้องไม่มีลักษณะ ต้องห้ามตามที่ พ.ร.บ.กำหนด, ฐานะการเงินมั่นคง โดยผู้ประกอบการต้องมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ไม่ต่ำกว่าตามที่กำหนดสำหรับธุรกิจแต่ละประเภท เช่น e-Money 100 ล้านบาท, ธุรกิจรับชำระเงิน แบ่งเป็น Acquiring 50 ล้านบาท, Payment Facilitating 10 ล้านบาท, รับชำระเงินแทน 10 ล้าน บาท, ธุรกิจโอนเงิน 10 ล้านบาท และผู้ประกอบการจะต้องมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงเพียงพอที่จะ ให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง

2.2 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น

ตารางที่ 2.1: วิเคราะห์คู่แข่งชั้น

	Paypal	Money gram	Western union	Super rich	Thaibank (KTB)	ผู้ให้บริการ รายอื่นๆ	Galaxy pay
ค่าธรรมเนียม	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	ฟรี	ฟรี	ปานกลาง	ฟรี
เรทราคา	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
โอนเงินระหว่างประเทศ	มี	มี	มี	ไม่มี	มี	มี	มี
รับเงินสดในต่างประเทศ	มี	มี	มี	ไม่มี	มี	มี	มี
บัตรกดเงินสด ATM	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี
ชำระสินค้า บริการออนไลน์	มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี
โอนเงินภายในระบบ User	มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี	มี	มี
ระบบเชื่อมต่อบัตร All In One	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี
สิทธิพิเศษที่ให้ลูกค้า	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี	มี

Galaxy Pay คือ บริการธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบเดิมที่มีอยู่แต่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานแบบครบองค์ประกอบโดยยึดประโยชน์ของผู้ใช้งานสูงสุด จึงสรุปได้ว่า Galaxy Pay ได้นำองค์ประกอบของผู้ให้บริการต่างๆ (คู่แข่ง) มารวมกันกลายเป็นจุดเด่น และยังแก้ไขข้อด้อยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

บทที่ 3

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

3.1 Swot Analysis

จุดแข็ง S

- ไม่ต้องสำรองเงินสดในการ Exchange
- มีบริการครอบคลุมระบบการฝาก ถอน โอน จ่าย มากที่สุด
- เป็น Startup Hybrid
- ให้ผู้ใช้แลกเปลี่ยนสกุลเงินกันเองผ่านระบบ
- มีค่าบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง

จุดอ่อน W

- เงินลงทุนน้อย
- ขาดบุคลากรมีความรู้ด้านการตลาด และพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้อง
- ผู้บริหารยังใหม่ต่อประสบการณ์ธุรกิจ E-wallet
- มีข้อจำกัดในการให้บริการ Exchange ด้วยกฎหมายของประเทศไทย
- กำไรค่าบริการแลกเปลี่ยนสกุลเงินตราต่างประเทศน้อย

โอกาส O

- ส่วนแบ่งการตลาดสูง และเติบโตขึ้นทุกปี
- สร้างประโยชน์สูงสุดให้กับผู้ใช้บริการ
- ลดปัญหาความยุ่งยากในการชำระ สินค้า / บริการ
- สามารถขยายการลงทุน เช่น เป็นระบบเชื่อมโยงการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์
- การพัฒนาเทคโนโลยีธุรกรรมการเงินที่ครอบคลุมความต้องการ ยังสามารถพัฒนาได้อีกมาก

อุปสรรค T

- ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ เพราะเป็นผู้ให้บริการรายใหม่ในตลาด
- การรับความยอมรับจาก E-commerce รายใหญ่
- ข้อกำหนดกฎหมายด้านทุนจดทะเบียนสูง
- มีฐานรองรับข้อมูลที่ใหญ่ ปลอดภัยในระดับสากล
- Copy ระบบได้ง่าย

3.2 Tows Analysis

ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาสหาประโยชน์ SO

- ไม่ต้องสำรองเงินสดในการ Exchange ลดปัญหาเงินลงทุน และยังสามารถขยายการลงทุน เช่น เป็นระบบเชื่อมโยงการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์
- มีบริการครอบคลุมระบบการฝาก ถอน โอน จ่าย มากที่สุด ลดปัญหาความยุ่งยากในการชำระ สินค้า / บริการ
- เป็น Startup Hybrid เพิ่มความสามารถในการพัฒนาเทคโนโลยีธุรกรรมการเงินที่ครอบคลุมความต้องการ และยังสามารถพัฒนาไปต่อได้อีกมาก
- ให้ผู้ใช้แลกเปลี่ยนสกุลเงินกันเองผ่านระบบ สามารถแย่งส่วนแบ่งการตลาดสูง และเติบโตขึ้นทุกปี
- ค่าบริการต่ำ จึงสามารถสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับผู้ใช้บริการ

ใช้โอกาสแก้ไขจุดอ่อน WO

- ส่วนแบ่งการตลาดสูง และเติบโตขึ้นทุกปี สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักลงทุนได้
- สร้างประโยชน์สูงสุดให้กับผู้ใช้บริการ จึงมีข้อจำกัดในการให้บริการ Exchange
- ลดปัญหาความยุ่งยากในการชำระ สินค้า / บริการ แต่ต้องมีข้อจำกัดในการให้บริการ
- มีโอกาสขยายการลงทุน เช่น เป็นระบบเชื่อมโยงการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ แก้ไขปัญหากำไรน้อย
- การพัฒนาเทคโนโลยีธุรกรรมการเงินที่ให้ครอบคลุมความต้องการ ยังสามารถพัฒนาไปต่อได้อีกมาก แก้ปัญหาเงินลงทุน การขาดบุคลากรมีความรู้ด้านการตลาด และสามารถพัฒนา โดยการระดมทุนเพื่อวิจัยและพัฒนาระบบ เช่น รับการสนับสนุนจากภาครัฐ / เอกชนที่สนใจ

ใช้จุดแข็งเลี้ยงอุปสรรค ST

- ไม่ต้องสำรองเงินสดในการ Exchange เพราะให้ผู้ใช้แลกเปลี่ยนกันเองโดยมีเราเป็นตัวกลางซึ่งผู้ที่ให้แลกเปลี่ยนยืนยันว่ามีเงินชัดเจนในระบบก่อน จึงเพิ่มความมั่นคง ความน่าเชื่อถือทางการเงินของผู้ใช้บริการ เพราะเป็นผู้ให้บริการรายใหม่ในตลาด
- มีบริการครอบคลุมระบบการ ผาก ถอน โอน จ่าย มากที่สุด จึงเพิ่มโอกาสในการรับความยอมรับจาก E-commerce รายใหญ่
- เป็น Startup Hybrid มีความมั่นคงกว่าหากถูก Copy เพราะมี ผลิตภัณฑ์ และบริการ มากกว่า
- ให้ผู้ใช้แลกเปลี่ยนสกุลเงินกันเองผ่านระบบ ช่วยลดค่าใช้จ่ายของฐานข้อมูล รองรับข้อมูลที่ใหญ่ ปลอดภัยในระดับสากล ที่เกินความจำเป็น
- หากข้อกำหนดกฎหมายด้านทุนจดทะเบียนสูง และเราไม่มีความจำเป็นในการสำรองเงินสดในการ Exchange ก็จะสามารถนำเงินมาเพิ่มการตลาด หรือเก็บไว้เป็นเงินคงเหลือเพื่อสำรองในบัญชีได้

ลดจุดอ่อนเลี้ยงอุปสรรค WT

- เงินลงทุนที่น้อย และ ข้อกำหนดกฎหมายด้านทุนจดทะเบียนสูง แก้โดยเพิ่มขายหุ้นให้กับผู้สนใจลงทุน
- ขาดบุคลากรมีความรู้ด้านการตลาด พัฒนา และมีฐานรองรับข้อมูลที่ใหญ่ ปลอดภัยในระดับสากล โดยการจ้างบุคลากรภายนอกมาบริหารจัดการแทน
- ความน่าเชื่อถือของนักลงทุน กับการรับความยอมรับจาก E-commerce รายใหญ่ ต้องลงทุนกับการตลาดเพื่อเพิ่มฐานผู้ใช้งาน และ สถานที่สำหรับให้บริการชำระเงิน
- มีข้อจำกัดในการให้บริการ Exchange และความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการ เพราะเป็นผู้ให้บริการรายใหม่ในตลาด แก้ไขโดยการสร้างพันธมิตรที่มีชื่อเสียงในระดับสากลเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ
- กำไรน้อย และ Copy ได้ง่าย ใช้พันธมิตรที่มีอยู่เพื่อเจรจาต่อรองสิทธิพิเศษที่มีมากกว่า ผู้ให้บริการรายอื่นเพื่อการกระตุ้นการชำระเงิน ของผู้ต้องการใช้บริการ และรักษฐานลูกค้าเดิม พร้อมทั้งช่วยสนับสนุนโอกาส เพิ่มฐานลูกค้าใหม่ในอนาคตอีกด้วย

3.3 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

วิสัยทัศน์

Galaxy Pay จะต้องเป็นสื่อกลางของบริการเชื่อมโยงทางการเงินที่ครอบคลุมไว้มากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการแบ่งได้ 5 ประการ

1. Galaxy Pay ต้องเชื่อมโยงธุรกิจทางการเงินที่ย่อโลกทั้งใบไว้ในมือทุกคน โดยตัดตัวแปลที่ไม่จำเป็นออกไป ลดค่าใช้จ่ายส่วนต่างที่เกินความจำเป็น โดยยึดประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้งาน
2. Galaxy Pay ต้องพัฒนาตัวเองให้เป็นผู้นำทางเทคโนโลยีของการเงิน ซึ่งจะทำให้เกิดการแข่งขันทางเทคโนโลยี นวัตกรรม ที่จะต้องคอยพัฒนาสิ่งใหม่ให้ดีที่สุดอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองต่อผลประโยชน์ให้มากที่สุด
3. Galaxy Pay ต้องเพิ่มโอกาสทางเลือกใหม่ให้กับผู้ใช้งานอยู่เสมอ เช่นการเปิดระบบให้กับผู้คนในการแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศกันเอง เปรียบเสมือนการลงทุนระยะสั้น ที่มีอัตราผลตอบแทนเหมาะสม หรือดีกว่าดอกเบี้ยเงินฝากประจำกับธนาคารในปัจจุบัน เพิ่มโอกาสการและแก้ไขปัญหาทางการเงินของระหว่างบุคคล หรือองค์กร
4. Galaxy Pay ไม่เพียงแต่ส่งเสริมให้มีการแข่งขันทางเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังต้องช่วยสร้างและกระตุ้นระบบการหมุนเวียนเงินในระบบเศรษฐกิจให้มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนได้ง่ายสะดวกรวดเร็ว อยู่ตลอด พร้อมทั้งยังสามารถรักษาผลประโยชน์ของประเทศในวิธีการที่จะไม่นำเงินออกนอกประเทศ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของภาครัฐ หากเศรษฐกิจดี การเงินประเทศมั่นคง คุณภาพชีวิตของคนในสังคมก็จะดีขึ้น รวมไปถึงภาคธุรกิจก็สามารถเติบโตได้ง่ายขึ้น ธุรกิจระหว่างประเทศก็มีส่วนต่างจากการแปลงสกุลเงินน้อยลง จึงเป็นผลดีต่อกำไรที่มากขึ้นอีกด้วย
5. Galaxy Pay ต้องมีระบบการที่เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย เข้าถึงความความสะดวกสบายทางการเงินไว้มากที่สุด ตามความจำเป็นของผู้ใช้งาน แลยังต้องไม่มีองค์ประกอบที่ซับซ้อนพร้อมอธิบายได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงได้ไว สดวก และง่ายที่สุด

พันธกิจ

1. ต้องเป็นบริษัทที่ให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราเป็นที่รู้จักมีความน่าเชื่อถือในระดับสากล
2. ต้องการส่วนแบ่ง 5 ของตลาด %Exchange ในประเทศไทย
3. ต้องมีองค์กรที่เข้าใจความต้องการ รวมไปถึงวัฒนธรรมของแต่ละประเทศนั้นๆ
4. ต้องขยายบริการทางการเงินจากตลาด Exchange to All Payment, Forex/Stock Market, International Trade

เป้าหมาย

1. Galaxy Pay ต้องมีรายได้ มากกว่า 100 ล้านบาท ภายใน 3ปี
2. Galaxy Pay ต้องมีรายจ่ายอัตราดอกเบี้ยของรายได้ไม่ต่ำกว่า 7 เปอร์เซ็นต์ ในทุกปี
3. Galaxy Pay ต้องเป็นตัวเลือกลำดับต้นๆ ในช่องทางของการชำระค่าสินค้าและบริการ

3.4 การวิเคราะห์ผู้บริโภค

3.4.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลโดยการสุ่มเลือก ไม่จำกัดเพศ การศึกษา อาชีพ จากกลุ่มตัวอย่าง 51 คน แต่สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้จริงเพียงแค่ 33 คน เนื่องจาก 18 คน ตอบคำถามไม่ครบทุกข้อ โดยไม่มุ่งเน้นคุณลักษณะใดเป็นพิเศษ เพื่อต้องการข้อมูลของพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

3.4.2 การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีดังนี้

- ชื่อ – สกุล
- อายุ
- เพศ
- รายได้ต่อเดือน
- คุณมีบัตรเครดิต, เดบิต, เอทีเอ็ม รวมกันทั้งหมดกี่ใบ
- ปัจจุบันท่านนิยมชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ แบบใด (คำตอบ : เงินสด, บัตรเดบิต, บัตรเครดิต, ผ่านแอปพลิเคชัน)
- ในอนาคตท่านอยากใช้วิธีไหนในการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการมากที่สุด (คำตอบ : เงินสด, บัตรเดบิต, บัตรเครดิต, ผ่านแอปพลิเคชัน)
- ท่านเดินทางไปต่างประเทศกี่ครั้งต่อปี
- ปัจจุบันท่านนิยมชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการแบบใด ในต่างประเทศ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ในอนาคตท่านอยากชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการแบบใด ในต่างประเทศ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ถ้าหากมีผลิตภัณฑ์ เป็น Smart card ที่สามารถรวบรวมบัตรเครดิต/เครดิต ทุกใบไว้ใน card เพียงใบเดียวและใช้คู่กับ แอปพลิเคชัน ทำให้สามารถ ผาก ถอน โอน จ่าย ชำระค่าสินค้าหรือบริการ ทั้งในและต่างประเทศได้ (กรณีต่างประเทศ ท่านจะได้รับ Exchange rate ที่ใกล้เคียงกับร้านรับแลกเงินตราต่างประเทศที่นิยมกัน) จบครบในทีเดียว

- ถ้าหากมีผลิตภัณฑ์ เป็น Smart card แบบที่ว่า โดยมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม 300 บาทต่อปี ท่านยังมีความสนใจมากน้อยเพียงใด

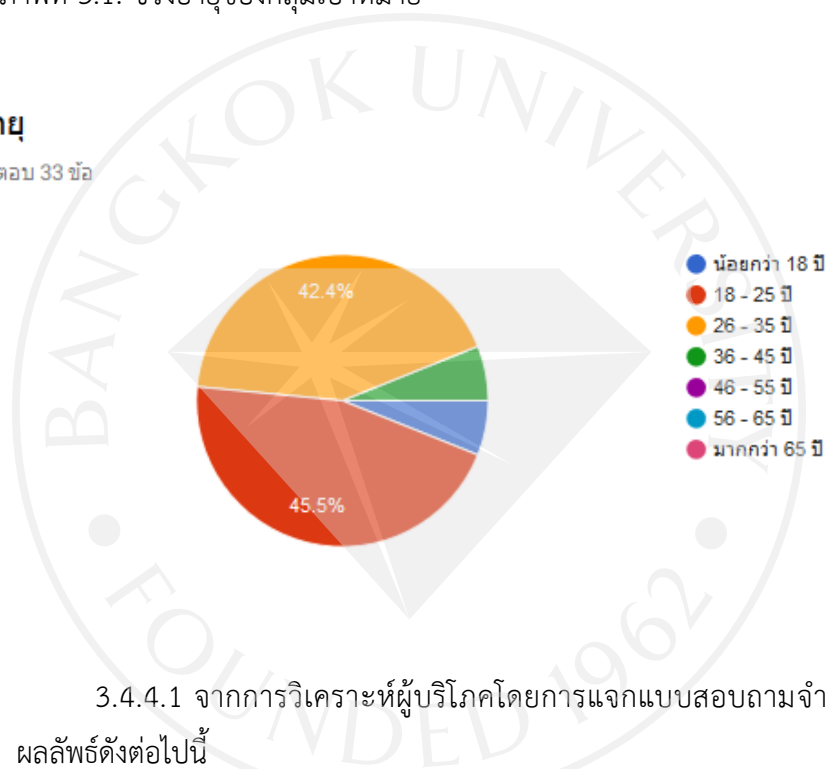
3.4.3 การลงมือเก็บข้อมูลโดยการสร้างแบบสอบถามทางออนไลน์ ใช้ Google form ในการสร้างแบบสอบถาม พร้อมทั้งส่งกระจายลิงค์ของแบบสอบถามผ่านโซเชียลมีเดีย ด้วยเวลาที่จำกัดจึงเลือกช่องทางนี้เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เร็วที่สุด

3.4.4 วิเคราะห์และสรุปผลจากการวิจัย จากการสุ่มเลือกประชากร 33 คน มีข้อสรุปดังนี้

ภาพที่ 3.1: ช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมาย

อายุ

คำตอบ 33 ข้อ



3.4.4.1 จากการวิเคราะห์ผู้บริโภครายการแจกแบบสอบถามจำนวน 33 คน ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

อันดับ 1 มีอายุ 18 - 25 ปี จำนวน 45.5 เปอร์เซ็นต์ หรือ 15 คน

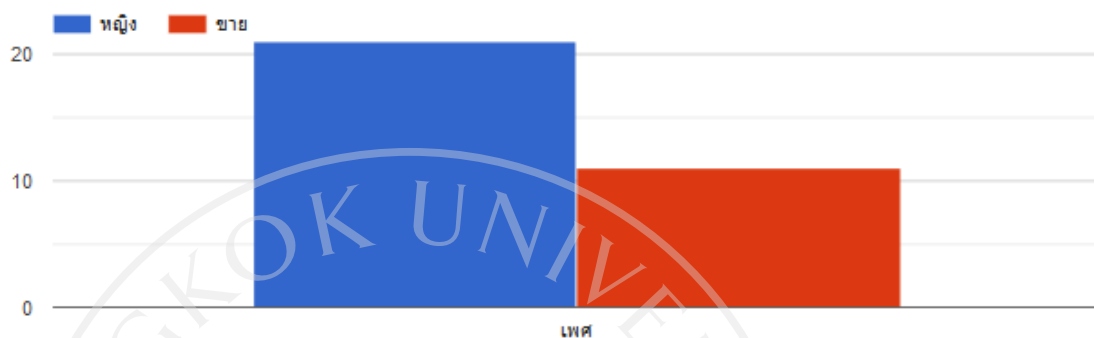
อันดับ 2 มีอายุ 26 - 35 ปี จำนวน 42.4 เปอร์เซ็นต์ หรือ 14 คน

อันดับ 3 มีอายุ 36 - 45 ปี จำนวน 6.1 เปอร์เซ็นต์ หรือ 2 คน

อันดับ 3 มีอายุน้อยกว่า 18 ปี จำนวน 6.1 เปอร์เซ็นต์ หรือ 2 คน

ภาพที่ 3.2: เพศของกลุ่มเป้าหมาย

เพศ



3.4.4.2 จากการวิเคราะห์ผู้บริโภครายการโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 33 คน ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

อันดับ 1 เพศ หญิง จำนวน 21 คน

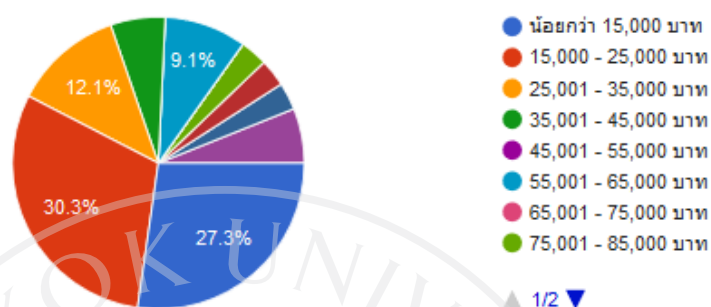
อันดับ 2 เพศ ชาย จำนวน 11 คน

อันดับ 3 เพศ ไม่ระบุ จำนวน 1 คน

ภาพที่ 3.3: รายได้ต่อเดือนของกลุ่มเป้าหมาย

รายได้ต่อเดือน

คำตอบ 33 ข้อ



3.4.4.3 จากการวิเคราะห์ผู้บริโภครายได้โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 33 คน ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

อันดับ 1 มีรายได้ 15,000 – 25,000 บาท/ปี จำนวน 30.3 เปอร์เซ็นต์ หรือ 10 คน

อันดับ 2 มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท/ปี จำนวน 27.3 เปอร์เซ็นต์ หรือ 9 คน

อันดับ 3 มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท/ปี จำนวน 12.1 เปอร์เซ็นต์ หรือ 4 คน

อันดับ 4 มีรายได้ 55,001 – 65,000 บาท/ปี จำนวน 9.1 เปอร์เซ็นต์ หรือ 3 คน

อันดับ 5 มีรายได้ 35,001 – 45,000 บาท/ปี จำนวน 6.1 เปอร์เซ็นต์ หรือ 2 คน

อันดับ 5 มีรายได้มากกว่า 105,001 บาท/ปี จำนวน 6.1 เปอร์เซ็นต์ หรือ 2 คน

อันดับ 6 มีรายได้ 75,001 – 85,000 บาท/ปี จำนวน 3 เปอร์เซ็นต์ หรือ 1 คน

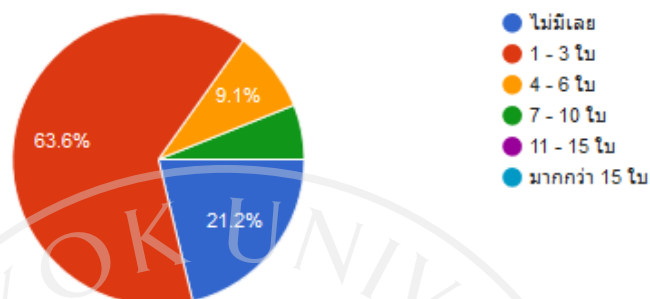
อันดับ 6 มีรายได้ 85,001 – 95,000 บาท/ปี จำนวน 3 เปอร์เซ็นต์ หรือ 1 คน

อันดับ 6 มีรายได้ 95,001 – 105,000 บาท/ปี จำนวน 3 เปอร์เซ็นต์ หรือ 1 คน

ภาพที่ 3.4: จำนวนบัตรเครดิต,เดบิต,เอทีเอ็ม ที่มีอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย

คุณมีบัตร เครดิต,เดบิต,เอทีเอ็ม รวมกันทั้งหมดกี่ใบ

คำตอบ 33 ข้อ

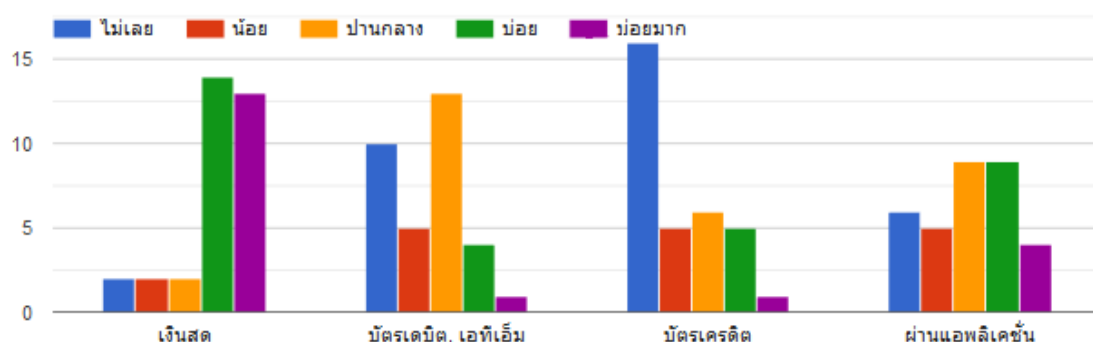


3.4.4.4 จากการวิเคราะห์ผู้บริโภคโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 33 คน ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

อันดับ 1 มีบัตรเครดิต,เดบิต,เอทีเอ็ม 1 - 3 ใบ จำนวน 63.6 เปอร์เซ็นต์ หรือ 21 คน
 อันดับ 2 ไม่มีบัตรเครดิต,เดบิต,เอทีเอ็ม จำนวน 21.2 เปอร์เซ็นต์ หรือ 7 คน
 อันดับ 3 มีบัตรเครดิต,เดบิต,เอทีเอ็ม 4 - 6 ใบ จำนวน 9.1 เปอร์เซ็นต์ หรือ 3 คน
 อันดับ 4 มีบัตรเครดิต,เดบิต,เอทีเอ็ม 7 - 10 ใบ จำนวน 6.1 เปอร์เซ็นต์ หรือ 2 คน

ภาพที่ 3.5: รูปแบบความนิยมการชำระค่าสินค้าและบริการของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

ปัจจุบันท่านนิยมชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการแบบใด



3.4.4.5 จากการวิเคราะห์ผู้บริโภครายการแจกแบบสอบถามจำนวน 33 คน โดยมีคะแนนคำตอบ ไม่เลย 1 คะแนน, น้อย 2 คะแนน, ปานกลาง 3 คะแนน, บ่อย 4 คะแนน, บ่อยมาก 5 คะแนน ได้ผลลัพธ์ดังนี้

3.4.4.5.1 ความนิยมในการชำระเงินด้วย เงินสด

ไม่เลย	จำนวน	2 คน (2 คะแนน)
น้อย	จำนวน	2 คน (4 คะแนน)
ปานกลาง	จำนวน	2 คน (6 คะแนน)
บ่อย	จำนวน	14 คน (56 คะแนน)
บ่อยมาก	จำนวน	13 คน (60 คะแนน)
รวมทั้งหมด		184 คะแนน

3.4.4.5.2 ความนิยมในการชำระเงินด้วย บัตรเดบิต,เอทีเอ็ม

ไม่เลย	จำนวน	10 คน (40 คะแนน)
น้อย	จำนวน	5 คน (6 คะแนน)
ปานกลาง	จำนวน	13 คน (39 คะแนน)
บ่อย	จำนวน	4 คน (16 คะแนน)
บ่อยมาก	จำนวน	1 คน (5 คะแนน)
รวมทั้งหมด		106 คะแนน

3.4.4.5.3 ความนิยมในการชำระเงินด้วย บัตรเครดิต

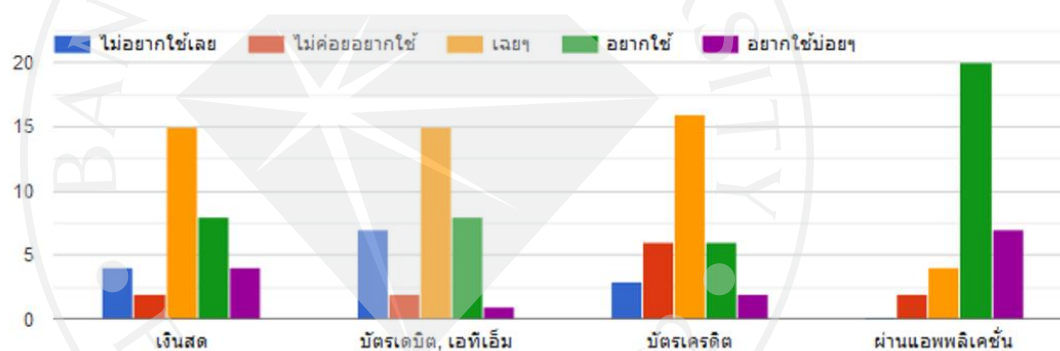
ไม่เลย	จำนวน	16 คน (16 คะแนน)
น้อย	จำนวน	5 คน (10 คะแนน)
ปานกลาง	จำนวน	6 คน (18 คะแนน)
บ่อย	จำนวน	5 คน (20 คะแนน)
บ่อยมาก	จำนวน	1 คน (5 คะแนน)
รวมทั้งหมด		69 คะแนน

3.4.4.5.4 ความนิยมในการชำระเงินด้วย แอปพลิเคชัน

ไม่เลย	จำนวน 6 คน (6 คะแนน)
น้อย	จำนวน 5 คน (10 คะแนน)
ปานกลาง	จำนวน 9 คน (27 คะแนน)
บ่อย	จำนวน 9 คน (36 คะแนน)
บ่อยมาก	จำนวน 4 คน (20 คะแนน)
รวมทั้งหมด	99 คะแนน

ภาพที่ 3.6: ความต้องการชำระค่าสินค้าและบริการของกลุ่มเป้าหมายในอนาคต

ในอนาคตท่านอยากใช้วิธีไหนในการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ



3.4.4.6 จากการวิเคราะห์ผู้บริโภคโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 33 คน ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

3.4.4.6.1 ความต้องการชำระเงินด้วย เงินสด

ไม่เลย	จำนวน 4 คน (4 คะแนน)
น้อย	จำนวน 2 คน (4 คะแนน)
ปานกลาง	จำนวน 15 คน (45 คะแนน)
บ่อย	จำนวน 8 คน (32 คะแนน)
บ่อยมาก	จำนวน 4 คน (20 คะแนน)
รวมทั้งหมด	105 คะแนน

3.4.4.6.2 ความต้องการชำระเงินด้วย บัตรเดบิต,เอทีเอ็ม

ไม่เลย	จำนวน 7 คน	(7 คะแนน)
น้อย	จำนวน 2 คน	(4 คะแนน)
ปานกลาง	จำนวน 15 คน	(45 คะแนน)
บ่อย	จำนวน 8 คน	(32 คะแนน)
บ่อยมาก	จำนวน 1 คน	(5 คะแนน)
รวมทั้งหมด		93 คะแนน

3.4.4.6.3 ความต้องการชำระเงินด้วย บัตรเครดิต

ไม่เลย	จำนวน 3 คน	(3 คะแนน)
น้อย	จำนวน 6 คน	(12 คะแนน)
ปานกลาง	จำนวน 16 คน	(48 คะแนน)
บ่อย	จำนวน 6 คน	(24 คะแนน)
บ่อยมาก	จำนวน 2 คน	(10 คะแนน)
รวมทั้งหมด		97 คะแนน

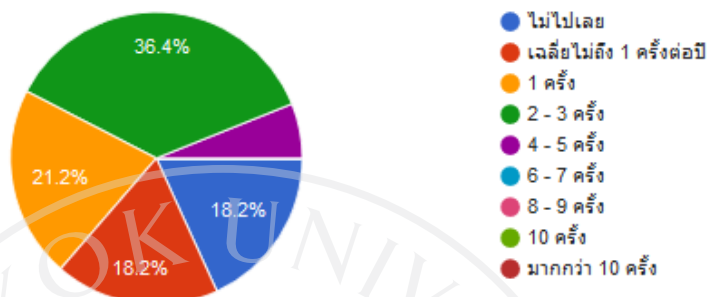
3.4.4.6.4 ความต้องการชำระเงินด้วย แอปพลิเคชัน

ไม่เลย	จำนวน 0 คน	(0 คะแนน)
น้อย	จำนวน 2 คน	(4 คะแนน)
ปานกลาง	จำนวน 4 คน	(12 คะแนน)
บ่อย	จำนวน 20 คน	(80 คะแนน)
บ่อยมาก	จำนวน 7 คน	(35 คะแนน)
รวมทั้งหมด		131 คะแนน

ภาพที่ 3.7: การเดินทางไปต่างประเทศของกี่ครั้งต่อปีของกลุ่มเป้าหมาย

ท่านเดินทางไปต่างประเทศกี่ครั้งต่อปี

คำตอบ 33 ข้อ



3.4.4.7 จากการวิเคราะห์ผู้บริโภคร่วมโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 33 คน ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

อันดับ 1 2 - 3 ครั้ง/ปี จำนวน 36.4 เปอร์เซ็นต์ หรือ 12 คน

อันดับ 2 1 ครั้ง/ปี จำนวน 21.2 เปอร์เซ็นต์ หรือ 7 คน

อันดับ 3 ไม่ไปเลย จำนวน 18.2 เปอร์เซ็นต์ หรือ 6 คน

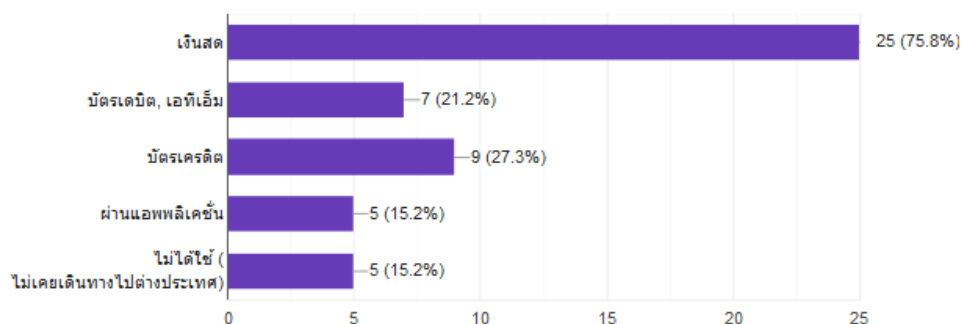
อันดับ 3 เฉลี่ยไม่ถึง 1 ครั้ง/ปี จำนวน 18.2 เปอร์เซ็นต์ หรือ 6 คน

อันดับ 4 4 - 5 ครั้ง/ปี จำนวน 6.1 เปอร์เซ็นต์ หรือ 2 คน

ภาพที่ 3.8 ความนิยมชำระค่าสินค้า/บริการของกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางไปยังต่างประเทศ

ปัจจุบันท่านนิยมชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ แบบใดที่ต่างประเทศ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

คำตอบ 33 ข้อ



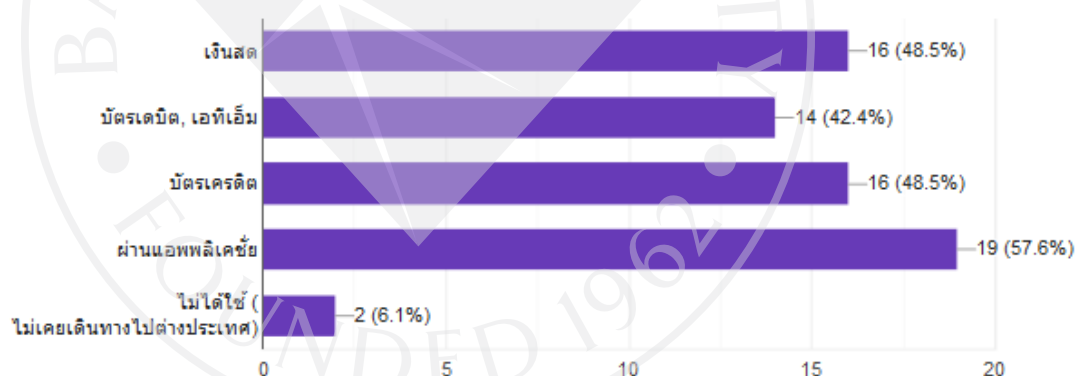
3.4.4.8 จากการวิเคราะห์ผู้บริโภคโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 33 คน ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

อันดับ 1	เงินสด	จำนวน 75.8 เปอร์เซ็นต์ หรือ 25 คน
อันดับ 2	บัตรเครดิต	จำนวน 27.3 เปอร์เซ็นต์ หรือ 9 คน
อันดับ 3	บัตรเดบิต เอทีเอ็ม	จำนวน 21.2 เปอร์เซ็นต์ หรือ 7 คน
อันดับ 4	แอปพลิเคชัน	จำนวน 15.2 เปอร์เซ็นต์ หรือ 5 คน
อันดับ 5	ไม่ไปเลย	จำนวน 15.2 เปอร์เซ็นต์ หรือ 5 คน

ภาพที่ 3.9: ความต้องการในการชำระค่าสินค้า/บริการของกลุ่มเป้าหมายที่จะเดินทางไปยังต่างประเทศในอนาคต

ในอนาคตท่านอยากชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ แบบใดในต่างประเทศ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

คำตอบ 33 ข้อ

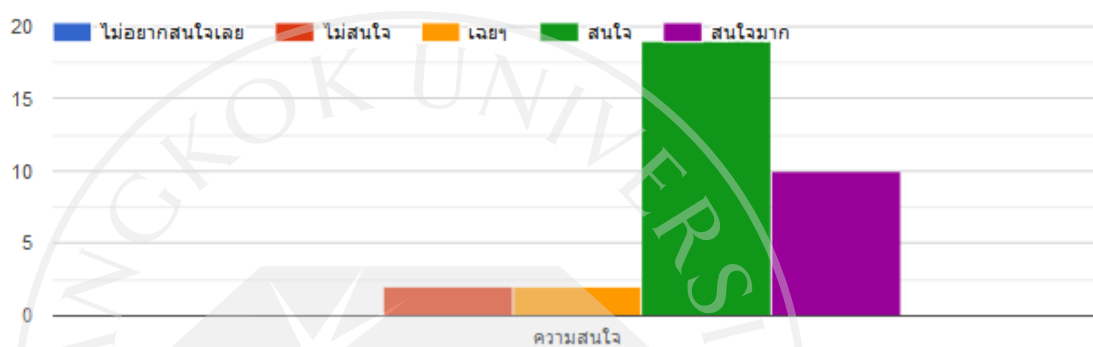


3.4.4.9 จากการวิเคราะห์ผู้บริโภคโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 33 คน ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

อันดับ 1	แอปพลิเคชัน	จำนวน 57.6 เปอร์เซ็นต์ หรือ 19 คน
อันดับ 2	เงินสด	จำนวน 48.5 เปอร์เซ็นต์ หรือ 16 คน
อันดับ 2	บัตรเครดิต	จำนวน 48.5 เปอร์เซ็นต์ หรือ 16 คน
อันดับ 3	บัตรเดบิต เอทีเอ็ม	จำนวน 42.4 เปอร์เซ็นต์ หรือ 14 คน
อันดับ 4	ไม่ไปเลย	จำนวน 6.1 เปอร์เซ็นต์ หรือ 2 คน

ภาพที่ 3.10: ความสนใจผลิตภัณฑ์ Smart card ของกลุ่มเป้าหมาย

ถ้าหากมีผลิตภัณฑ์ เป็น Smart card ที่สามารถรวบรวมบัตร เดบิต/เครดิต ทุกใบไว้ใน card เพียงใบเดียวและใช้คู่กับ แอปพลิเคชัน ทำให้สามารถ ฝาก ถอน โอน จ่าย ชำระค่าสินค้าหรือบริการ ทั้งในและต่างประเทศได้ (กรณีต่างประเทศ ท่านจะได้รับ Exchange rate ที่ใกล้เคียงกับร้านรับแลกเงินตราต่างประเทศที่นิยมกัน) จบครบในที่เดียว ท่านมีความสนใจมากน้อยเพียงใด

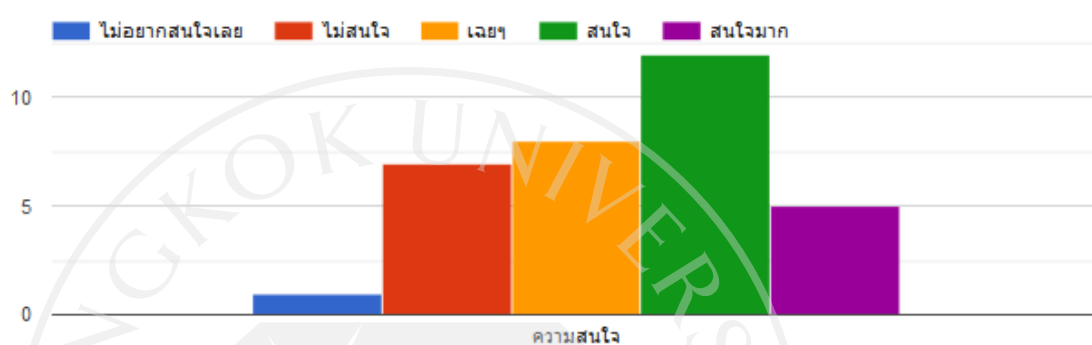


3.4.4.10 จากการวิเคราะห์ผู้บริโภครายการแจกแบบสอบถามจำนวน 33 คน ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

อันดับ 1	สนใจ	จำนวน 58 เปอร์เซ็นต์ หรือ 19 คน
อันดับ 2	สนใจมาก	จำนวน 30 เปอร์เซ็นต์ หรือ 10 คน
อันดับ 3	เฉยๆ	จำนวน 6 เปอร์เซ็นต์ หรือ 2 คน
อันดับ 3	ไม่สนใจ	จำนวน 6 เปอร์เซ็นต์ หรือ 2 คน

ภาพที่ 3.11: ความสนใจผลิตภัณฑ์ Smart card ของกลุ่มเป้าหมายหากเก็บค่าธรรมเนียม 300 บาท/ปี

ถ้าหากมีผลิตภัณฑ์ เป็น Smart card แบบที่ว่า โดยมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม 300 บาทต่อปี ท่านยังมีความสนใจมากน้อยเพียงใด



3.4.4.11 จากการวิเคราะห์ผู้บริโภครายการแจกแบบสอบถามจำนวน 33 คน ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

อันดับ 1	สนใจ	จำนวน 37 เปอร์เซ็นต์ หรือ 12 คน
อันดับ 2	เฉยๆ	จำนวน 24 เปอร์เซ็นต์ หรือ 8 คน
อันดับ 3	ไม่สนใจ	จำนวน 21 เปอร์เซ็นต์ หรือ 7 คน
อันดับ 4	สนใจมาก	จำนวน 15 เปอร์เซ็นต์ หรือ 5 คน
อันดับ 5	ไม่ยอมสนใจเลย	จำนวน 3 เปอร์เซ็นต์ หรือ 1 คน

บทที่ 4

แผนการตลาด

4.1 ส่วนแบ่งทางการตลาด (เฉพาะประเทศไทย)

ตารางที่ 4.1: สรุปส่วนแบ่งตลาดจากข้อมูลการใช้จ่ายภายในประเทศไทย

(หน่วย : พันล้านบาท)

รายการ	ปี 2559	ปี 2560	ปี2561
การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)	327,731	343,054	375,250
การชำระด้วยบัตรพลาสติก (Payment card)	1,675	1,601	1,677
เงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money)	91	126	209
การซื้อขายเงินตราต่างประเทศ รวมธนาคารพาณิชย์	971	1,220	1,626
รายจ่ายจากนักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปต่างประเทศ	251	286	317
รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาไทย	1,633	1,831	1,876

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Online)

ข้อมูลจากตาราง 4.1 แสดงส่วนแบ่งทางการตลาด แบ่งเป็นข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักโดยมีการเก็บข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐเป็นที่เรียบร้อยแล้ว Galaxy Payจึงสามารถนำข้อมูลทั้งหมดนี้มาเป็นข้อมูลของมูลค่าตลาดได้

4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดด้วย 7Ps

4.2.1Product ของ Galaxy Payจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

- Application จะสามารถชำระค่าสินค้า-บริการ, จ่ายบิล, กระเป๋าเงินออนไลน์ (สกุลเงินไทย และสกุลเงินต่างประเทศ), แลกเปลี่ยนเงินตรงต่างประเทศ, โอนเงิน (ในประเทศ-ระหว่างประเทศ), รวมไปถึงการเลือกใช้บัตรที่จะถูกเชื่อมโยงกับ Smart card all in one
- Smart card all in one เป็นบัตรพิเศษมีความสามารถรวมบัตรเครดิต/เดบิต ทั้งหมดของผู้ใช้งานไว้ใน การ์ดเพียงใบเดียว และสามารถนำการ์ดใบนั้นไปใช้งานได้เหมือนบัตรเครดิต/เดบิต

ทั่วไป พร้อมทั้งมีระบบ Money Exchange rate ที่เหมาะสมที่สุดเมื่อผู้ใช้งานนำบัตรไปใช้ชำระค่าสินค้า-บริการ ในต่างประเทศอีกด้วย

4.2.2 Price ของ Galaxy Pay จะถูกแบ่งออกได้ดังนี้

- การชำระค่าสินค้า-บริการ, โอนเงิน ผ่านแอปพลิเคชันจะไม่ถูกเก็บค่าธรรมเนียม
- การชำระบิล จะถูกเก็บค่าบริการอยู่ที่ประมาณ 5-10 บาท/รายการ
- การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมาเก็บไว้ในกระเป๋าเงินหรือใช้งาน รวมไปถึงการโอนเงินให้ผู้อื่นจากสกุลเงินที่ผู้ใช้มีเป็นสกุลเงินอื่น จะมีค่า Exchange rate อยู่ที่ประมาณ 0.10 ดอลลาร์สหรัฐ จะสามารถเทียบเท่ากับร้านแลกเงินทั่วไป

- ราคาบัตร Smart card all in one อยู่ที่ 500 บาท/ใบ
- ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร Smart card all in one อยู่ที่ 300 บาท/ปี

4.2.3 Place ของ Galaxy Pay ได้ให้จำกัดความว่า ช่องทางในการบริการและการเข้าถึงลูกค้า ไว้ดังนี้

- ช่องทางการขาย จะสามารถซื้อผ่านทางออนไลน์เท่านั้น
- ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร สามารถติดต่อได้ทาง Call Center, Facebook
- ช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับลูกค้า Facebook, Instagram, Youtube, Google, Event boot

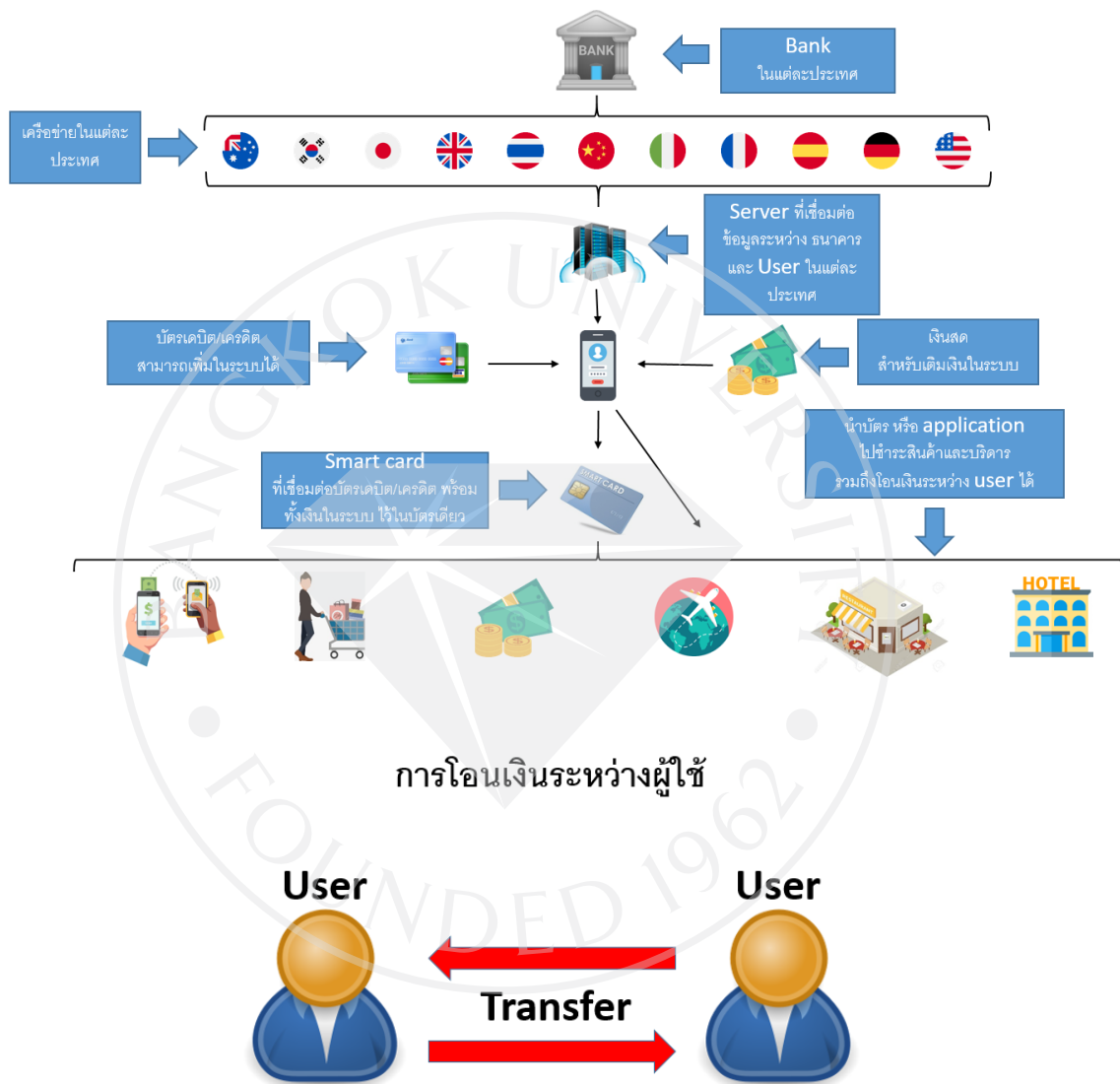
4.2.4 Promotion ของ Galaxy Pay มีดังนี้

- จะมีการออกอีเว้นท์ตามสนามบินเพื่อให้ความรู้สร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้งานรวมถึงการมอบบัตร All in one smart card ให้ใช้งานฟรี 2 เดือน
- ฟรีค่าธรรมเนียมรายปี หากมีการใช้จ่ายที่ต่างประเทศเกิน 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ หรือเทียบเท่า 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ในสกุลเงินอื่นๆ

4.2.5 People สำหรับ Galaxy Pay นั้นเป็นเรื่องสำคัญมากเพราะปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจสิ่งที่สำคัญมากที่สุดหนึ่งในนั้นคือ “ความคิด” Galaxy Pay จึงเห็นความจำเป็นต้องสร้างแรงบันดาลใจรวมไปถึงสภาพแวดล้อมการทำงาน ที่คนคิดที่ดีเพื่อเพิ่มศักยภาพทางความคิดให้กับบุคลากร

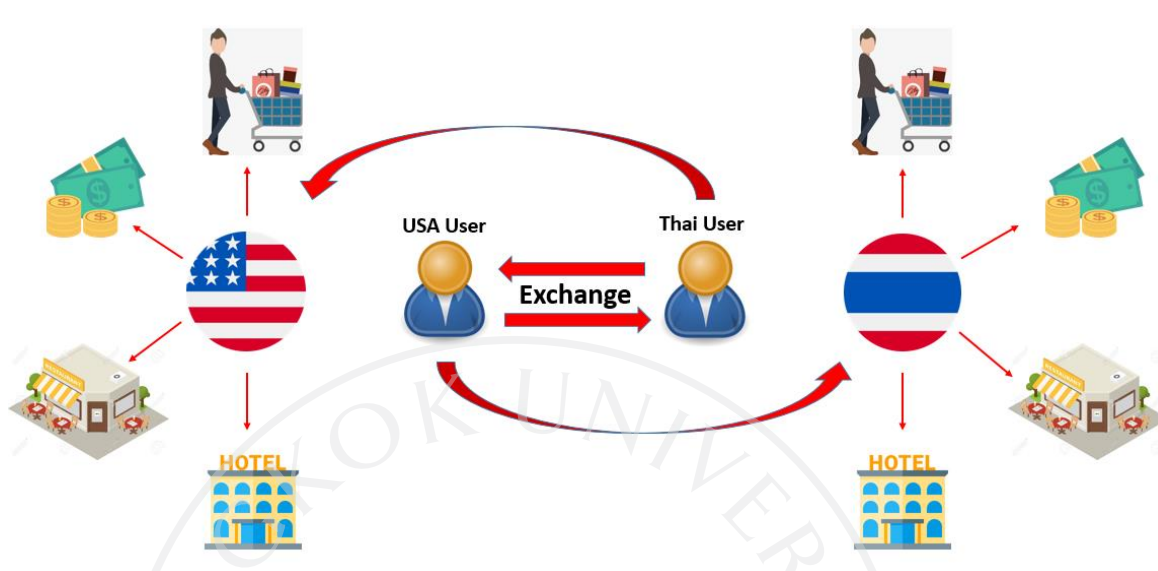
4.2.6 Process ของ Galaxy Pay

ภาพที่ 4.1: กระบวนการทำงานของระบบ



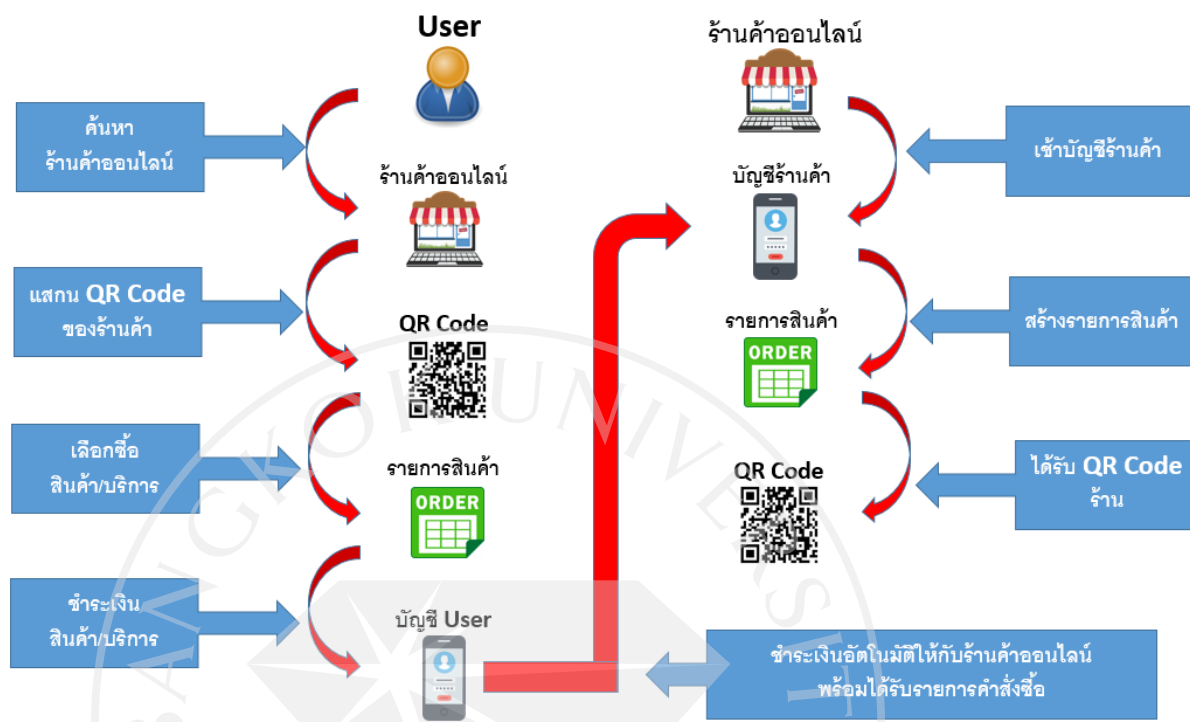
การโอนเงินระหว่างบัญชีผู้ใช้สามารถทำได้โดยง่าย ถ้าเป็นสกุลเงินไทยบาท โอนไปเป็นเงินสกุลเงินไทยบาท ขั้นตอนไม่ยุ่งยากเปรียบเสมือน Mobile Banking ทั่วไป แต่ถ้าหากต้องการโอนเงินจากสกุลเงินไทยบาท เป็น ดอลลาร์สหรัฐ ก็สามารถทำได้เช่นเดียวกัน ระบบจำทำงานแปลงสกุลเงินให้อัตโนมัติ โดยบัญชีของผู้รับ จะได้รับเป็นเงินดอลลาร์สหรัฐอัตโนมัติ

ภาพที่ 4.2: กระบวนการโอนเงินระหว่างผู้ใช้ไทยกับผู้ใช้สหรัฐอเมริกา



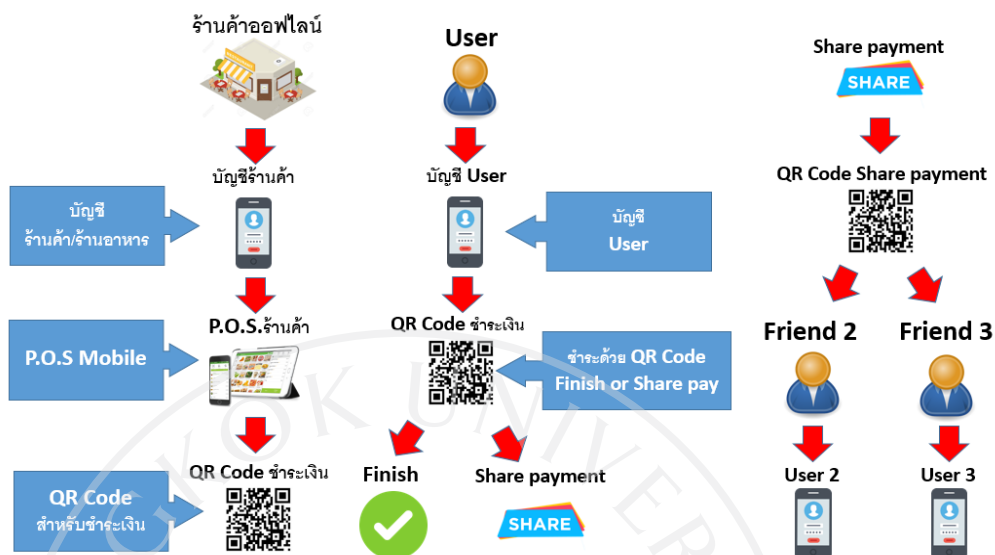
Galaxy Exchange คือระบบการแลกเปลี่ยนสกุลเงินตราแบบเปิด ที่ให้ใช้งานสามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนเงินตรากันเองได้ โดยมีระบบเป็นตัวกลางการจับคู่แบบอัตโนมัติ โดยระบบจะเก็บค่าบริการจากส่วนต่างของอัตราแลกเปลี่ยน และแบ่งส่วนต่างของราคาอัตราแลกเปลี่ยนให้กับผู้ใช้บริการที่ทำการตั้งขายเงินตรา

ภาพที่ 4.3: ฟีเจอร์ที่ Galaxy Pay ให้บริการผู้ใช้งานและร้านค้าออนไลน์



Galaxy Pay ได้มีฟีเจอร์ที่นอกเหนือจากการจ่ายบิลหรือค่าบริการแบบทั่วไป เป็นฟีเจอร์ใหม่ให้กับร้านค้าออนไลน์ และ ผู้ที่ต้องการบริการจ่ายเงินสำหรับการชำระค่าสินค้าหรือบริการโดยการที่ร้านค้าออนไลน์ เปิดบัญชีสำหรับร้านค้า จากนั้นเข้าไปสร้างรายการสินค้า ตั้งราคาสินค้า ค่าจัดส่ง เมื่อเสร็จแล้วทางร้านจะได้รับ QR Code ของร้านเพื่อนที่ลูกค้าจะสามารถสแกนเพื่อเข้าไปเลือกซื้อสินค้า/บริการ และทั้งชำระเงินได้ทันที อีกทั้งระบบจะทำการเก็บรายการสั่งซื้อ พร้อมทั้งเงินที่ได้รับชำระแล้ว ส่งเข้าบัญชีร้านค้าทันที

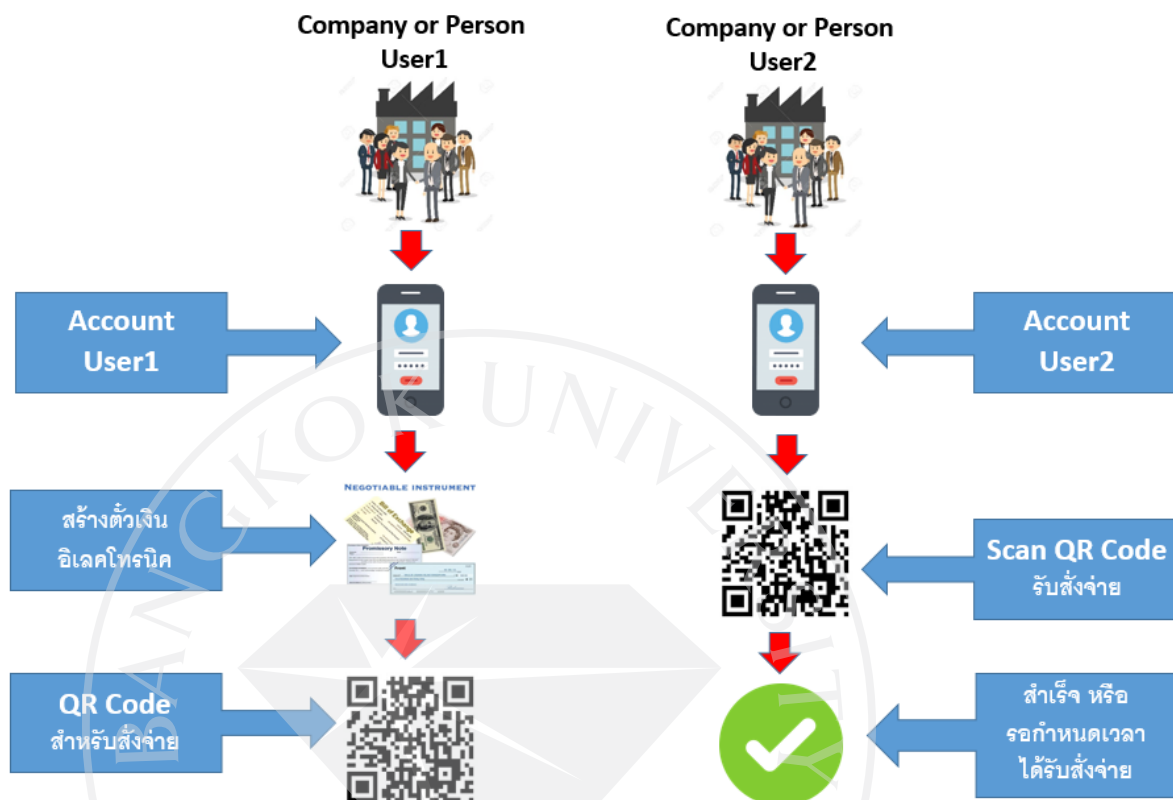
ภาพที่ 4.4: ฟีเจอร์ที่ Galaxy Payment ให้บริการผู้ใช้งานและร้านค้าออนไลน์



ในส่วนของฟีเจอร์ใหม่สำหรับ ร้านค้า/ร้านอาหาร ที่สามารถสร้างแพลตฟอร์ม Point Of Sale หรือที่เรียกว่าระบบ P.O.S ให้ได้ใช้กัน โดยสามารถเพิ่ม Admin User ให้กับพนักงานใช้บน Tablet Smart Phone เครื่องอื่นได้อีกด้วย พร้อมด้วยระบบรับชำระเงินแบบที่ออก QR Code ใหม่ให้กับลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจงเพื่อให้ลูกค้าชำระเงินตามจำนวนได้ทันที

ในส่วนของผู้ที่ใช้ Galaxy Pay ชำระเงินที่ ร้านค้า/ร้านอาหาร สามารถใช้ฟีเจอร์ Share payment ในการนำรายการดังกล่าวแชร์โดยให้ User ท่านอื่น Scan QR Code เพื่อแชร์ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร่วมกัน

ภาพที่ 4.5: กระบวนการ E-Negotiable Instrument



E-Negotiable Instrument คือตั๋วเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้ส่งจ่ายเป็นได้ทั้ง บริษัท/บุคคลธรรมดา โดยสามารถใส่ข้อมูลผ่านระบบ เมื่อเสร็จแล้วจะได้รับ QR Code เพื่อส่งให้กับผู้รับ เมื่อผู้รับได้รับและ Scan QR Code แล้วระบบจะทำการตัดเงินเข้าบัญชีผู้ใช้งานนั้นทันที หรือรอกำหนดเวลาการส่งจ่าย หรือ กรณีมีเงื่อนไขอื่นๆ

4.2.7 Physical Evidence Galaxy Pay จะให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้จ่ายทางการเงินของผู้ใช้งานจะสามารถใช้งานได้ง่ายขึ้นสะดวกสบายมากขึ้น ครอบคลุมความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินไว้ครบถ้วนมากที่สุด ไม่ยุ่งยาก แลมยังช่วยประหยัดเวลาพร้อมทั้งแก้ปัญหาการพกบัตรหลายใบอีกด้วย

4.3 แผนการตลาด

Galaxy Pay มีแผนการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยได้ให้คำจำกัดความแผนการตลาดนี้ว่า “การตลาดแบบยึดเข้ามือนักกลุ่มลูกค้าที่มีประสิทธิภาพโดยตรง” วิธีการคือไปจัดอีเวนต์บูท ณ สนามบินเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพราะกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางระหว่างประเทศมีความจำเป็นต้องแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่างประเทศ Galaxy Pay จึงเห็นโอกาสจากความเป็นไปได้ว่า กลุ่มเป้าหมายมีโอกาสที่จะใช้พีเจเออร์ Galaxy Pay Money Exchange โดยการใช้คู่กับบัตร Smart card all on one

โดยจะทำการแจกบัตร Smart card all on one ให้ใช้งานฟรีจำนวน 1,000,000 ใบ โดยมีเป้าหมายเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานโดยเฉลี่ยเดือนละ 80,000-85,000 ใบต่อเดือน ในการแจก Smart card 1 ใบ จะสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ได้ 1 คน เท่ากับว่าเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานจะอยู่ที่ประมาณ 80,000-85,000 คน/เดือน หรือ 1,000,000 คน/ปี

ในการแจกบัตร Smart card all on one ให้ผู้ใช้งานจะสามารถทดลองใช้งานแบบไม่เสียค่าบริการฟรีเพียงแค่ 30 วันเท่านั้น โดยในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานวิธีนี้จะมียุทธศาสตร์คอยดูแลผู้ใช้งานสอนวิธีการใช้งานเบื้องต้น พร้อมลงทะเบียนในการใช้งาน ส่วนการใช้งานในพีเจเออร์ Money Exchange จะต้องทำการเพิ่มบัตรเครดิต/บัตรเดบิต เข้าสู่ระบบจึงจะสามารถนำบัตร Smart card ไปใช้ชำระค่าสินค้าหรือบริการในต่างประเทศได้ในสกุลเงินอื่น ที่มีส่วนต่างของ Exchange rate ที่เหมาะสมที่สุด

ส่วนในขั้นตอนของการลงทะเบียนใช้งานฟรี 30 วันนั้น ก่อนการใช้งานจะต้องทำการเพิ่มบัตรเครดิต/บัตรเดบิตลงไปที่ Galaxy Pay Application บุคลากรจะแจ้งให้ทราบว่าสามารถใช้งานฟรีได้ 30 วัน หลังจากนั้นระบบจะทำการตัดค่าบริการรายปีจาก บัตรเครดิต/บัตรเดบิต ที่เพิ่มลงไป ในระบบ 300 บาท และเมื่อตอนลงทะเบียนจะให้ผู้ใช้บริการกด “ยินยอมรับเงื่อนไข”

การตลาดแบบนี้ Galaxy Pay ได้ทำการประเมินไว้ว่าจากการทำการตลาดแบบนี้ในกรณีที่เลวร้ายสุดจากการเพิ่มจำนวนผู้ใช้งาน 1,000,000คน หรือ 80,000-85,000 คนต่อเดือน โดยการให้ใช้งานฟรี 30 วัน จากนั้นจะทำการเก็บค่าธรรมเนียมแบบหัก บัตรเครดิต/เดบิต ที่ผูกไว้อัตโนมัติ จะสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ คิดเป็น 300,000 คน/ปี หรือ 24,000-25,500 คน/ปี ในการเก็บค่าธรรมเนียมรายปี 300 บาท เป็นครั้งแรก

ภาพที่ 4.6: ตัวอย่างการสร้าง Attention and Interest



Attention and Interest

- มี Banner แสดงตามเว็บ และ เพจต่างๆ Website Instagram YouTube Facebook Line@
- มี Instagram เพื่ออัปรูปหรือวิดีโอการใช้งานสั้น พร้อมมี IG TV เพื่อแนะนำการใช้
- จ้างผู้ที่มีชื่อเสียงที่มีความน่าเชื่อถือมากๆ ในสังคมลงรูปการใช้งาน เพื่อเพิ่มความเชื่อถือ
- YouTube เพื่อทำคลิปสอนการใช้งานพร้อมทั้งรีวิวการใช้งาน
- รีวิวเวอร์
- Overclockzone
- MunkonggadgetREVIEWS
- Wowgadget
- Facebook เป็นเพจแสดงการอัปเดตข้อมูลใหม่ให้กับลูกค้าเก่า เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ที่กำลังจะเป็นลูกค้าใหม่ และยิงโฆษณาเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าที่มีโอกาสใช้สินค้า

Search

- ใช้ Google เป็น key ในการหาข้อมูลในการเข้าถึงของสินค้า

Action

Online

- ใช้ website Instagram YouTube Facebook Ecommerce Social media ในการให้ข้อมูลขอ พร้อมฝัง Adeข้อมูลเพื่อตามติดให้ลูกค้าเห็นบ่อยๆ

- Social media, Event, Call center เป็นช่องทางในการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลลูกค้า

โดยตรง

- Facebook Ecommerce Social media จะเป็นช่องทางในการติดต่อเพื่อปิดการขาย

ด้วย

Offline

- Airport Event Booths เพื่อให้ความรู้กับลูกค้า และทำการตลาดเกี่ยวกับ Smart

Exchange

- แสดงแบนเนอร์ ที่ Store ที่รองรับการชำระเงินด้วยระบบ E-payment ของเรา

Share

- สร้างข้อมูลในเชิงบวก สำหรับคนที่กำลังหาข้อมูลแบบเป็นข้อมูลจากผู้ใช้ ส่วนใหญ่จะใช้ Blogger reviewer

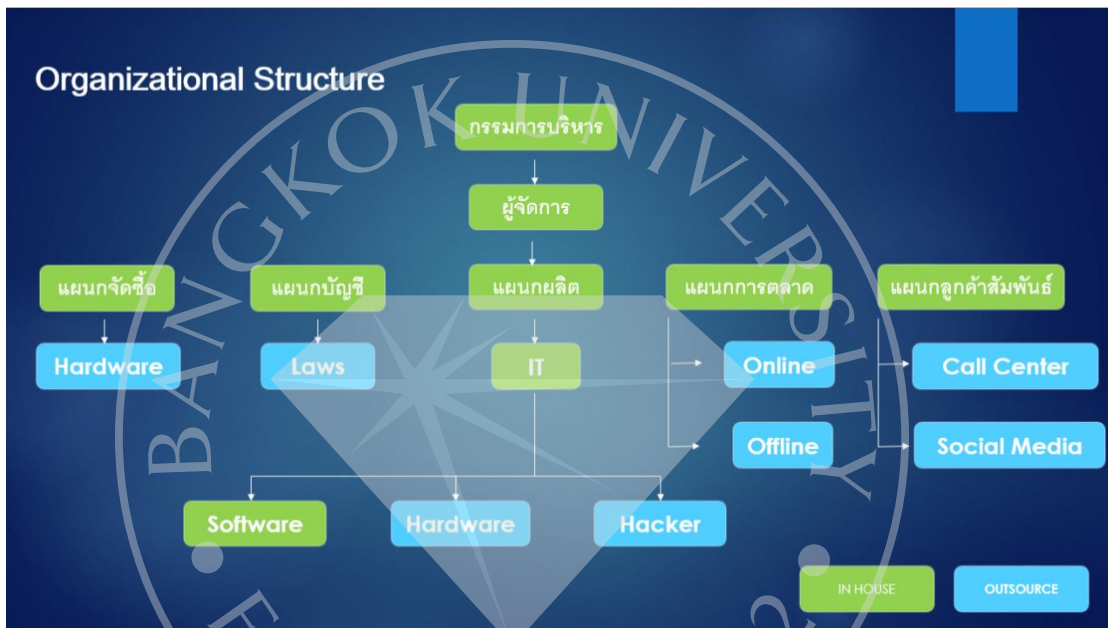
- เป็นการบอกต่อขอ A สู่ B เป็นการทำ แคมเปญ เพื่อเพิ่มสิทธิพิเศษให้ลูกค้าแนะนำผู้อื่นมาใช้ต่อ

บทที่ 5

แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน

ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กร



5.2 การกำหนดตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน

- กรรมการบริหาร มีหน้าที่กำหนดทิศทางภาพรวมขององค์กร รวมถึงแนวทางปฏิบัติ และกลยุทธ์ต่างๆ
- ผู้จัดการ มีหน้าที่กำกับ ดูแล จัดการ และตรวจสอบหน่วยงานภายในองค์กร ให้เป็นไปตามนโยบายหรือกลยุทธ์ที่วางไว้
- แผนกจัดซื้อ มีหน้าที่จัดหาซื้ออุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ให้ตรงตามความต้องการขององค์กร จากองค์กรภายนอก รวมไปถึงการควบคุมต้นทุน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กรอีกด้วย
- แผนกบัญชี มีหน้าที่จัดทำงบทางบัญชี ประเมิน วิเคราะห์ ควบคุมการเงินของบริษัท รวมไปถึงการประสานงานกับองค์กร หรือบริษัทกฎหมายจากภายนอกอีกด้วย

- แผนการผลิต เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มีหน้าที่กำกับดูแลการผลิตซอฟต์แวร์ของบุคลากรในองค์กร รวมไปถึงการกำกับดูแลการผลิตฮาร์ดแวร์จากองค์กรภายนอก และการติดต่อสื่อสารจ้างองค์กรภายนอกให้ดูแลรักษาระบบความปลอดภัยของตัวสินค้าอีกด้วย
- แผนการตลาด มีหน้าที่กำหนดทิศทางการตลาด รวมไปถึงการจ้างประสานงานกับบริษัทที่เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดในแบบของ ออนไลน์ ออฟไลน์ จากองค์กรภายนอก
- แผนลูกค้าสัมพันธ์ มีหน้าที่กำกับดูแลแก้ไขรวมไปถึงการให้ข้อมูลภาพรวมกับลูกค้า โดยมีองค์กรจากภายนอกทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเพื่อเชื่อมโยงและเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง รวมไปถึงการนำเสนอแนะมารายงาน เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.3 นโยบายการบริหารและพัฒนาบุคลากร

ใช้แนวคิดการบริหารจัดการและพัฒนาของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ให้สอดคล้องกับสังคมในยุคปัจจุบัน พร้อมทั้งตอบสนององค์ประกอบในหลายด้าน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดดังต่อไปนี้ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, Online)

5.3.1 การสำรวจความคิดเห็น/ความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Opinion Survey) และจัดทำแผนแม่บทการบริหารทรัพยากรบุคคล (HR Master Plan) การสำรวจด้านปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานมีความสำคัญต่อการวางแผนการบริหารทรัพยากรบุคคล องค์กรจะทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน การพัฒนาตนเอง และการพัฒนาผลการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการบริหารทรัพยากรบุคคล แผนแม่บทการบริหารทรัพยากรบุคคล ถือเป็นแนวทางหลักที่จะพัฒนากระบวนการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อตอบสนองต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจ และเป้าหมายขององค์กร

5.3.2 Competency Model และการประยุกต์ใช้ประโยชน์ เพื่อสำรวจและกำหนดสมรรถนะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน/พัฒนาบุคลากรขององค์กร ได้แก่ สมรรถนะหลัก (Core Competency) สมรรถนะด้านบริหาร (Management Competency) และสมรรถนะตามสายงาน (Functional Competency) ของตำแหน่งงานต่างๆ ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญของการบริหารงานบุคคลให้มีประสิทธิภาพในทุกๆ ด้าน เช่น การสรรหาพนักงาน การกำหนดค่าตำแหน่งงาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน การวางแผนความก้าวหน้าในวิชาชีพ ตลอดจนการจัดทำแผนการพัฒนาพนักงาน ผู้บริหาร และหัวหน้างานขององค์กรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ Competency และแนวคิด วิธีการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการบริหารงานบุคคล ขององค์กร

5.3.3 การจัดทำใบพรรณนาลักษณะงาน (Job Description) ที่เป็นมาตรฐาน และตัวชี้วัดประจำตำแหน่งงาน เพื่อให้องค์กรมีใบพรรณนาลักษณะงาน ของตำแหน่งงานต่างๆ ในองค์กรที่ทันสมัยและเป็นมาตรฐาน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของระบบงานบริหารบุคคลขององค์กร เช่น การสรรหากัดเลือกพนักงาน การมอบหมายงาน การประเมินค่างาน การบริหารค่าตอบแทน ฯลฯ เป็นต้น ผู้บริหาร หัวหน้างาน พนักงานได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด วิธีการ ในการจัดทำใบกำหนดหน้าที่งานที่ถูกต้อง ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานประจำวัน อาจเพิ่มเติมตัวชี้วัดผลสำเร็จของงาน (KPI) ของตำแหน่งงานต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความชัดเจนในเรื่องเป้าหมาย ความคาดหวัง ในการทำงานต่างๆ ของพนักงาน ตลอดจนการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและสอดคล้องกับความคาดหวังขององค์กร

5.3.4 การพัฒนาระบบประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Performance Management System) ออกแบบระบบเพื่อวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ที่สอดคล้องกับทิศทาง การดำเนินธุรกิจและแนวคิดการบริหารผลงานสมัยใหม่ จัดทำแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ตลอดจนจัดทำคู่มือการประเมินผลการปฏิบัติงานสำหรับเป็นแนวทางการบริหารจัดการ ระบบประเมินผลการปฏิบัติงาน พัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ในแนวคิด ความสำคัญของการประเมินผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานให้กับพนักงาน

5.3.5 การสำรวจหาความจำเป็น และจัดทำแผนฝึกอบรม พัฒนาพนักงาน (Training Roadmap & Plan) เพื่อกำหนดแผนการฝึกอบรมระยะสั้นและระยะยาว (Training Roadmap) ที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินธุรกิจ และตรงกับความต้องการของพนักงาน หัวหน้างาน และผู้บริหาร ในการที่ต้องการได้รับการพัฒนาเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามแผนการดำเนินธุรกิจขององค์กร ทั้งในปัจจุบัน และพร้อมต่อการแข่งขันในอนาคต

5.3.6 การประเมินค่าตำแหน่งงาน (Job Evaluation) และการจัดระดับตำแหน่งงาน(Job Grading) เพื่อให้ทราบถึงค่าความสำคัญของตำแหน่งงานต่างๆ ภายในองค์กร ซึ่งจะเป็ข้อมูลสำคัญ ในการนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดระดับตำแหน่งงาน การบริหารค่าจ้าง สวัสดิการ

5.3.7 การจัดทำปรับปรุงโครงสร้างเงินเดือนพนักงาน (Salary Structure) เพื่อให้องค์กรมีโครงสร้างเงินเดือนที่เหมาะสมกับรูปแบบการบริหารจัดการ และ สอดคล้องกับตลาดแรงงานในอุตสาหกรรม/ธุรกิจประเภทเดียวกัน สามารถบริหารค่าตอบแทน เงินเดือน สวัสดิการพนักงานในระดับต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และความสำคัญของแต่ละตำแหน่งงาน เพื่อช่วยให้องค์กรมีนโยบาย แนวทาง ระเบียบปฏิบัติที่ชัดเจนในการที่จะบริหารค่าจ้างเงินเดือนพนักงาน ในกรณีต่างๆ เช่น การกำหนดอัตราค่าจ้างเริ่มต้น การปรับค่าจ้างประจำปี การปรับค่าจ้างกรณีเลื่อนตำแหน่งงาน การปรับค่าจ้างเป็นกรณีพิเศษ เป็นต้น

5.3.8 การจัดทำ ปรับปรุง ระเบียบข้อบังคับการทำงานฯ หรือ คู่มือพนักงาน เพื่อให้องค์กรมี ระเบียบข้อบังคับการทำงานของบริษัทฯ ที่เหมาะสมกับประเภท ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ตลอดจน สอดคล้องกับข้อกำหนดต่างๆ ของกฎหมายแรงงานที่เกี่ยวข้อง พัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ของ ผู้บริหาร และหัวหน้างานทุกระดับในองค์กรในการที่จะดูแลพนักงานตามแนวทางปฏิบัติที่ระเบียบ ข้อบังคับฯ กำหนด ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และอย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.9 การวางแผนสื่อสารภายในองค์กร (Communication Plan) แผนการสื่อสารภายใน องค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามแผนบริหารความเปลี่ยนแปลง (Change Management) การสร้างวัฒนธรรมองค์กร แผนการสื่อสารจึงต้องสอดคล้องกับเป้าหมาย การดำเนินงานขององค์กร ส่งเสริมสัมพันธภาพที่ดี และมีตัวชี้วัดประสิทธิผลที่ชัดเจน

5.3.10 การสร้างค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร (Core Value , Organization Culture) การ กำหนดค่านิยมองค์กรเพื่อใช้ในการกำหนดพฤติกรรมบุคลากรที่ส่งเสริมความสำเร็จขององค์กร สร้าง สัมพันธภาพต่อผู้มีส่วนได้เสีย และองค์กรมีแนวทางการสร้างวัฒนธรรมตามค่านิยมที่กำหนดเป็น พื้นฐานในการกำหนดและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรต่อไป

5.3.11 การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม และวิทยากรภายในบริษัท องค์กรมีวิทยากรภายในที่มี ทักษะในการถ่ายทอดที่ดี มีคู่มือผู้สอนสำหรับหลักสูตรภายใน บริษัทได้หลักสูตรมาตรฐานของบริษัท ประมาณ 5 – 6 หลักสูตร และวิทยากรภายในประจำแต่ละหลักสูตร

บทที่ 6

แผนการดำเนินงาน

6.1 การจัดตั้งธุรกิจ

การจัดตั้งธุรกิจ จะถูกจัดตั้งบริษัทกับกรมพัฒนาธุรกิจด้วยทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาทตาม ธพท. ภายใต้ พ.ร.บ.ระบบชำระเงิน พ.ศ.2560 โดยหลักเกณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่ ด้านคุณสมบัติผู้ประกอบการธุรกิจ เช่น การกำหนดประเภทนิติบุคคล และคุณสมบัติกรรมการ ผู้มีอำนาจจัดการ ต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่ พ.ร.บ.กำหนด., ฐานะการเงินมั่นคง โดยผู้ประกอบการต้องมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่ต่ำกว่าตามที่กำหนดสำหรับธุรกิจแต่ละประเภท เช่น e-Money 100 ล้านบาท, ธุรกิจรับชำระเงิน แบ่งเป็น Acquiring 50 ล้านบาท, Payment Facilitating 10 ล้านบาท, รับชำระเงินแทน 10 ล้านบาท, ธุรกิจโอนเงิน 10 ล้านบาท และผู้ประกอบการจะต้องมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงเพียงพอที่จะให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง (สิริธิดา พนมวัน ณ อยุธยา, 2561, Online)

6.2 การผลิตสินค้า

การผลิตสินค้า ได้แก่ซอฟต์แวร์ (โปรแกรม) จะถูกทำขึ้นด้วยบุคลากรภายในของบริษัทในการผลิตหรือเขียนโปรแกรมเพื่อรักษาความลับของตัวซอฟต์แวร์รวมถึงการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย ส่วนในเรื่องของการทดสอบความปลอดภัยจะใช้หน่วยงานจากภายนอกมาซัพพอร์ตหาช่องโหว่ของตัวโปรแกรม

6.3 การจัดซื้อฮาร์ดแวร์

การจัดซื้อฮาร์ดแวร์จะมี 2 ส่วน คือ

- ฮาร์ดแวร์ที่นำออกจำหน่าย (Smart card) จะใช้ บริษัทภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ โดยทาง Galaxy Pay จะเป็นผู้ที่กำหนดคุณลักษณะเอง
- ฮาร์ดแวร์ที่ใช้ในการเชื่อมต่อและสำรองข้อมูล จะใช้งานบริษัทภายนอก ที่มีความน่าเชื่อถือสูงได้มาตรฐาน มีความเสถียร รักษาความลับของผู้ใช้บริการ พร้อมทั้งหากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด มีการสำรองข้อมูลและสามารถเชื่อมต่อไปยังเครือข่ายลง พร้อมทั้งมีผู้เชี่ยวชาญดูแลตลอดเวลา

6.4 การจัดการคลังสินค้าและการส่งสินค้า

การจัดการคลังสินค้าและการส่งสินค้า Galaxy Pay จะใช้ซอฟต์แวร์จากภายนอกมาควบคุมการบริหารจัดการคลังสินค้าเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเช่าโกดังเก็บสินค้า รวมไปถึงการส่งมอบสินค้าด้วยเช่นกันเพื่อลดความยุ่งยากในการจัดส่งที่สามารถทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น



บทที่ 7 แผนการเงิน

7.1 ความต้องการเงินทุน

ด้วยการลงทุนที่ค่อนข้างสูงโดยมีเงื่อนไขทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท และมีความจำเป็นที่
ต้องการเงินทุน รวมทั้งเงินสำรองหมุนเวียนรวมกันมีมูลค่ามากถึง 150 ล้านบาท โดยจำแนกตามนี้

- เงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานของกิจการ 40 ล้านบาท
- เงินสำรองหมุนเวียนเป็นเงินตราสกุลต่างประเทศ เพื่อสำรองให้กับผู้ที่ต้องการแลกเปลี่ยนเงินตรา เทียบเท่า 110 ล้านสกุลเงินไทยบาท

7.2 ตารางงบกำไรขาดทุน

ภาพที่ 7.2 : ตารางงบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน													รวม
	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	
รายได้													
รายได้จากการขาย Smart card							500,000	600,000	750,000	850,000	1,000,000	1,250,000	4,950,000
รายได้จากบริการ Money Exchange	120,000	144,000	168,000	192,000	216,000	240,000	264,000	288,000	312,000	336,000	360,000	384,000	3,024,000
รายได้จากค่าเช่าเครื่องมือ		4,800,000	4,800,000	4,800,000	4,800,000	4,800,000	4,800,000	4,800,000	4,800,000	4,800,000	4,800,000	4,800,000	52,800,000
รายได้อื่น....													
รวมรายได้	120,000	4,944,000	4,968,000	4,992,000	5,016,000	5,040,000	5,564,000	5,688,000	5,862,000	5,986,000	6,160,000	6,434,000	60,774,000
ต้นทุนรวม													
ต้นทุนสินค้าขาย Smart Card	416,670	416,670	416,670	416,670	416,670	416,670	416,670	416,670	416,670	416,670	416,670	416,670	5,000,040
ต้นทุนระบบ Server	100,000	150,000	200,000	250,000	300,000	350,000	400,000	450,000	500,000	550,000	600,000	650,000	4,500,000
ต้นทุนรวม	516,670	566,670	616,670	666,670	716,670	766,670	816,670	866,670	916,670	966,670	1,016,670	1,066,670	9,500,040
กำไรขั้นต้น	(396,670)	4,377,330	4,351,330	4,325,330	4,299,330	4,273,330	4,747,330	4,821,330	4,945,330	5,019,330	5,143,330	5,367,330	51,273,960
ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด													
เงินเดือน	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	1,066,000	1,066,000	1,066,000	1,066,000	1,066,000	1,066,000	10,836,000
ค่าเช่า	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	1,800,000
ค่าน้ำ	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	54,000
ค่าไฟ	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	390,000
ค่าโทรศัพท์ + อินเทอร์เน็ต	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	78,000
ค่าใช้จ่ายการตลาด	1,008,000	658,000	658,000	658,000	658,000	658,000	858,000	658,000	658,000	658,000	658,000	658,000	8,446,000
ค่าเสื่อมราคา	61,667	61,667	61,667	61,667	61,667	61,667	61,667	61,667	61,667	61,667	61,667	61,667	740,000
ค่าทดสอบความปลอดภัยระบบ	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	3,000,000
ค่าประกันภัย	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	1,200,000
ค่าปรึกษาทางกฎหมาย	500,000												500,000
ค่า Service Customer	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	600,000
ค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่นๆ	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	420,000
ค่าใช้จ่ายจัดตั้งบริษัท (ครั้งแรก)	30,000												30,000
รวมค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	2,965,667	2,085,667	2,085,667	2,085,667	2,085,667	2,085,667	2,616,667	2,416,667	2,416,667	2,416,667	2,416,667	2,416,667	28,094,000
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	(3,362,337)	2,291,663	2,265,663	2,239,663	2,213,663	2,187,663	2,130,663	2,404,663	2,528,663	2,602,663	2,726,663	2,950,663	23,179,960
ดอกเบี้ยจ่าย													
กำไรสุทธิ													
อัตรารายได้สุทธิ	-2802%	46%	46%	45%	44%	43%	38%	42%	43%	43%	44%	46%	

7.4 ตารางค่าใช้จ่ายในส่วนของการตลาด

ภาพที่ 7.4: ตารางค่าใช้จ่ายในส่วนของการตลาด

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Aug	Sep	Oct	Nov	Deco	Total
Content Production	200,000							200,000				400,000
Facebook	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	55,000
Instagram	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	16,500
Twitter	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	16,500
Google	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	110,000
Website	150,000											150,000
Youtube Review	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	110,000
Blogger Review	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	330,000
Event Store	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	1,650,000
Event Gift Smartca	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	4,400,000
Connect Store	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	550,000
	1,008,000	658,000	658,000	658,000	658,000	658,000	858,000	658,000	658,000	658,000	658,000	7,788,000

7.5 ตารางงบดุล

ภาพที่ 7.5 : ตารางงบดุล

งบดุล			
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสด			
ธนาคาร		167,327,960	
ลูกหนี้การค้า			
สินค้าคงเหลือ			167,327,960
สินทรัพย์ถาวร			
สินทรัพย์ถาวร			
คอมพิวเตอร์		600,000	
อุปกรณ์สำนักงาน		350,000	
เครื่องตกแต่งสำนักงาน		2,400,000	
เครื่องมือช่าง		250,000	3,600,000
ที่ดิน ค่าเสื่อมราคา			740,000
รวมสินทรัพย์			171,667,960
หนี้สินและส่วน			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้การค้า		-	
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินกู้ธนาคาร		-	
เงินกู้ - เจ้าหนี้คุณ ก		-	
ส่วนของผู้ถือหุ้น			
ส่วนของผู้ถือหุ้น			
ทุน เบื้องต้น			
ทุน - คุณบักทอง A		30,000,000	
ทุน - คุณบักทอง B		30,000,000	
ทุน - คุณบักทอง C		30,000,000	
ทุน - คุณบักทอง D		30,000,000	
ทุน - คุณบักทอง E		30,000,000	
นำาก กำไรสุทธิ		21,667,960	171,667,960
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			171,667,960

7.6.1 รายได้

- จากการขายสินค้า All In One Smart Card จะวางจำหน่ายหลังจากที่เปิดตัวไป 6 เดือน
- รายได้จากการขาย คาดการณ์ว่า จะขายได้ 9,900 ใบ ในราคา 500 บาทต่อหน่วย วนค่าธรรมเนียม 1 ปี โดยเชื่อว่า ผู้บริโภคต้องการแค่ฟังก์ชัน ในการใช้ ตัว Smart Card เป็นหลัก คิดเป็นมูลค่า 4,950,000 บาท
- รายได้จากการ Exchange เราเชื่อว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเป็นไปได้ที่ ผู้บริโภคไม่มีโอกาสในการใช้ฟังก์ชันนี้ เพราะฉะนั้นการใช้งาน ฟังก์ชัน All In One Smart Card และ ฟังก์ชันอำนวยความสะดวกอื่นๆ เป็นหลัก
- จากการแจก All In One Smart Card เราจัดทำการจัดบูทตามสนามบินเพื่อเข้าถึงลูกค้า มีความเป็นไปได้ถึง 60 เปอร์เซ็นต์ ที่จะสามารถคอนเน็กกับผู้บริโภคให้ใช้งานได้โดยตรง โดยจะทำการแจก All In One Smart Card ถึงเดือนละ 80,000 ใบ เป็นเวลา 1ปี โดยมีเป้าหมาย ให้บริโภคใช้งาน แบบฟรีค่าธรรมเนียม 30 วันแรก คาดการณ์ว่า จะมีผู้สนใจเป็นสามสิกรายปีประมาณ 20เปอร์เซ็นต์ เท่ากับว่าจะได้ ผู้บริโภคที่มีคุณภาพแบบพร้อมชำระค่าธรรมเนียมอยู่ประมาณ 16,000 คนต่อเดือน และเชื่อว่าจากการทำการตลาดมุ่งสู่ผู้บริโภคที่สนามบินมีความเป็นไปได้สูงที่ ผู้ใช้ส่วนใหญ่ จะใช้ฟังก์ชัน Exchange เราจึงคาดการณ์ว่า จะมีผู้ใช้บริการฟังก์ชัน Exchange 10 เปอร์เซ็นต์ ในทุกๆ เดือน จากการแจก All In One Smart Card ถึงเดือนละ 80,000 ใบเป็นเวลา 1 ปี พร้อมกับ คาดการณ์ว่า มีความเป็นไปได้ลูกค้าเดิมที่ใช้ฟังก์ชัน Exchange เดือนละ 1 เปอร์เซ็นต์ ของทุกๆ เดือน ที่เราแจก All In One Smart Card
- รายได้จากค่าธรรมเนียม คาดการณ์ว่า จะได้ถึง 52,800,000 มาจากการเก็บ ค่าธรรมเนียมแบบหัก บัตรเครดิต/เดบิต อัตโนมัติ ที่ผู้บริโภคผูกไว้กับบัตร All In One Smart Card โดยเรียกเก็บ 300บาท / 1 user โดยจากการแจกบัตรฟรีเดือนละ 80,000 ใบ และมีผู้ใช้บริการต่อ เพียงแค่ ประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์ อยู่ที่ประมาณ 16,000คน ของทุกๆ เดือน
- รายได้จากการ Exchange คาดการณ์ว่า จะได้ถึง 3.0 ล้านบาท โดยคิดแค่ 10 เปอร์เซ็นต์ของทุกเดือน และ รักษาฐานลูกค้าเดิม เดือนละ 1 เปอร์เซ็นต์ในทุกๆ เดือน โดยเราจะได้ ค่าธรรมเนียมอยู่ที่ 0.03บาท/ดอลลาร์สหรัฐ

7.6.2 รายจ่าย ที่มีความจำเป็นต้องอธิบาย

- พนักงานมีอัตราค่าตอบแทนที่สูงเพราะ ต้องเปลี่ยนผู้เชี่ยวชาญด้านโปรแกรมเมอร์ถึง 8 คนโดยมีค่าใช้จ่ายด้านพนักงานต่อปีอยู่ที่ 10,836,000 บาท
- การตลาด เราเน้นการตลาดที่เข้าถึงลูกค้าโดยตรง เรียกกลยุทธ์นี้ว่า การตลาดแบบยึดเข้ามือผู้บริโภค และเป็นเรื่องของความเชื่อมั่นเพราะเป็นเรื่องของความน่าเชื่อถือจึงมีความจะเป็นที่ ต้องใช้งบประมาณในการตลาดค่อนข้างสูงเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงและเข้าใจสินค้า/บริการเป็นอย่างดี จะมีค่าใช้จ่ายรวมอยู่ที่ปีละ 8,446,000 บาท
- การรักษาความปลอดภัยในเรื่องของการเงินก็เป็นสิ่งสำคัญ จึงจำเป็นต้องจ้างแฮคเกอร์ ภายนอกเพื่อตรวจสอบระบบช่องโหว่ของโปรแกรม เพื่อจะได้แก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดการโจรกรรม ข้อมูล ของผู้บริโภคได้ ค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 3,024,000 บาท ในปีแรก
- ไม่เพียงแต่เรื่องรักษาความปลอดภัย แต่เราต้องเตรียมความพร้อมด้วยหากเกิด เหตุการณ์ไม่คาดคิด เราจึงจำเป็นต้องทำประกันภัย โดนคาดการณ์ว่าน่าจะมียค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1.2 ล้านบาทต่อปี
- พร้อมทั้งการเงินเป็นเรื่องละเอียดอ่อน และต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมายที่มี ประสบการณ์ค่อนข้างสูง โดยตั้งงบประมาณไว้ที่ 500,000 บาทต่อปี

บทที่ 8

แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ

8.1 แผนปฏิบัติการฉุกเฉินในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่มีผลทางลบต่อธุรกิจ

8.1.1 ถ้ายอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย จะแก้ไขโดยการใช้จ่ายโฆษณา ผู้ใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การยิงโฆษณาเพื่อเพิ่มรายได้โดยทางอื่นทดแทน หรือ การนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อนำมาหารายได้ทางการตลาด

8.1.2 หากในกรณีที่มีการเข้ามาของคู่แข่งใหม่ Galaxy Pay จะต้องสร้างความน่าเชื่อถือทางการตลาดโดยสื่อออกไปให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงความปลอดภัยด้วย มิใช่เพียงแต่ความคุ้มค่าของตัวผลิตภัณฑ์ แต่ความเชื่อมั่น ไว้วางใจ ปลอดภัย โดยเฉพาะเรื่องของการเงินมีความสำคัญ และส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการไม่แพ้กัน

8.1.3 ในกรณีหากมีต้นทุนที่สูงขึ้น ได้ทำมีสำรองไว้ 2 ทางเลือกในกรณีหากเงินสดขาดสภาพคล่อง คือ

- ระดมเงินจากนักลงทุนทั้งใหม่และเก่า เพื่อหาเงินทุนมาเสริมศักยภาพในการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- เลือกที่จะใช้บริการจากสถาบันการเงิน เพื่อนำเงินทุนมาเสริมศักยภาพในการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

8.1.4 ในกรณีหากเกิดการขาดบุคลากร วิธีที่ง่ายที่สุดคือ การหาองค์กรภายนอกที่มีความรู้ความสามารถมาทดแทนในส่วนที่ควรเสริมศักยภาพ หรือเพิ่มเติมส่วนที่ขาด

8.2 แผนอนาคต หรือ แนวทางในการพัฒนาธุรกิจในอนาคต

- จะเพิ่มรายได้ต่อยอดจากแพลตฟอร์มเดิมที่มีอยู่ เช่น การใช้ข้อมูลจาก P.O.S ของร้านอาหารเพิ่มช่องทางการส่งอาหารแบบออนไลน์ Food delivery
- เพิ่มทางเลือกในช่องทางการลงทุน จากตลาดหุ้น ยกตัวเองเช่น เมื่อผู้ใช้งานสามารถเทรดหุ้นต่างประเทศโดยใช้ Galaxy Pay เป็นตัวกลั่นแกล็กเปลี่ยนเงิน พร้อมสามารถเทรดหุ้นบนแพลตฟอร์มเดียวได้ในหลายประเทศ
- จัดทำข้อมูลในการซื้อสินค้าหรือบริการ ให้กับร้านค้า เช่น ระบบสะสมแต้มให้กับร้านค้า

บรรณานุกรม

- นจรี นิमितกมลชัย และ ชลิสสา กัลยาณมิตร.(2562). การท่องเที่ยวยุคดิจิทัลและนัยต่อรายรับภาคการท่องเที่ยวไทย. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_16Apr.2019.aspx.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/old/more_news.php?cid=411.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). ธุรกรรมเงินตราต่างประเทศ. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/FinancialMarkets/FX/Pages/ForeignTransaction.aspx>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). ธุรกรรมภาพรวมระบบการชำระเงิน. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/StatPaymentTransactions.aspx>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). มูลค่าการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินและช่องทางต่างๆ. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=682&language=th.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2562). การจัดการด้านบุคลากร. สืบค้นจาก <https://www.ftpi.or.th/services/consult/ด้านบริหารจัดการคน-people-management>.
- สิริธิดา พนมวัน ณ อยุธยา. (2561). พ.ร.บ.ระบบชำระเงิน' มีผลแล้ว เน้นทำธุรกิจคล่องตัว เปิดทางพัฒนาเทคโนโลยี. สืบค้นจาก <https://voicetv.co.th/read/ByKJh642M>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

พิพัฒน์ พันธุ์ดี

อีเมล

piphat.phandee@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้สิทธิในวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

วันที่ 17 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562
ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... อยู่บ้านเลขที่ 411 1117
ชื่อย..... ถนน..... ศรัทธาภิรมย์ ตำบล/แขวง..... บางขุนพรหม
อำเภอ/เขต..... บางกอกน้อย จังหวัด..... กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์..... 10700
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว..... 7611200176
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

คณะ การสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารจัดการ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว ในงานสารนิพนธ์ /

วิทยานิพนธ์หัวข้อ..... ข้อตกลงที่ตกลงกับบัณฑิตวิทยาลัย

Transaction money of the future

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด

ระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่

ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดย

จะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน

ลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ

บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ

ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้

ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ

อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่สร้างขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดย
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
()

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภาค)
ผู้อำนวยการหลักสูตร