

แผนผังธุรกิจฉบับสมบูรณ์: Business Model Canvas (BMC)

รายวิชา: การเป็นผู้ประกอบการ
สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสิงห์บุรี



ผู้สอน ครูทิพวรรณ ศรีสวัสดิ์ (ครูแมวเหมียว)

หมดยุคแผนธุรกิจ 40 หน้าที่ไม่มีใครอ่าน



อดีต: เขียนแผนธุรกิจหนาเตอะ ใช้เวลานาน และล่าสมัยทันทีที่พิมพ์เสร็จ



ปัจจุบัน: พิมพ์เขียว 1 หน้ากระดาษ (1-Page Visual Blueprint) ที่แสดงให้เห็นว่าทุกส่วนของธุรกิจเชื่อมโยงกันอย่างไร

นิยามสำคัญ: โมเดลธุรกิจอธิบายถึงหลักการว่าองค์กรสร้าง (Creates), ส่งมอบ (Delivers), และเก็บเกี่ยวคุณค่า (Captures value) อย่างไร



ผ่านมองธุรกิจ: การสร้างสมดุลระหว่าง "คุณค่า" และ "ประสิทธิภาพ"

ซึกซ่าย (Infrastructure):
เราต้องมีทรัพยากรและกิจกรรมอะไร?
(เน้นตรรกะและประสิทธิภาพ)

ซึกชวา (Value Creation):
ใครคือลูกค้า? เรามอบอะไรให้พวกเขา?
(เน้นอารมณ์และความต้องการ)

ชวานราก (Financials):
รายได้และต้นทุนสมดุลกันหรือไม่?
(หัวใจสำคัญของนักบัญชี!)



จุดเริ่มต้น: ลูกค้าคือใคร? และเราให้อะไรพวกเขา?

1. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments):
เรากำลังสร้างคุณค่าให้ใคร?
(คำเตือน: อย่าตอบว่า "ทุกคน"
ต้องเจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่มีปัญหา
เดียวกัน)

2. คุณค่าที่ส่งมอบ (Value Propositions): เราช่วยแก้ปัญหาอะไร?
หรือสร้างประโยชน์อะไรให้ลูกค้า?
(โฟกัสที่ผลลัพธ์
ไม่ใช่แค่ฟีเจอร์ของสินค้า)



สะพานเชื่อมใจ: การเข้าถึงและรักษาลูกค้า



3. ช่องทาง (Channels):
เราจะส่งมอบ "คุณค่า"
ไปถึงมือลูกค้าได้อย่างไร?
(หน้าร้าน, โซเชียลมีเดีย, บ้าน,
โซเชียลมีเดีย, แอปพลิเคชัน)

**4. ความสัมพันธ์กับลูกค้า
(Customer Relationships):**
เราจะโต้ตอบและสร้างความ
ไว้วางใจอย่างไร? (บริการตนเอง,
มีผู้ดูแลส่วนตัว, ระบบสมาชิก)



ผลตอบแทน: สายธารรายได้ (Revenue Streams)

5. รูปแบบรายได้: ธุรกิจทำเงินจากคุณค่าที่ส่งมอบได้อย่างไร?

- **มุมมองนักบัญชี:** ลูกค้ายินดีจ่ายเงินสำหรับอะไรจริงๆ? (ค่าสินค้า, ค่าสมัครสมาชิก, ค่าธรรมเนียมการใช้บริการ)
- **เคล็ดลับ:** อย่าเขียนแค่ราคาปัจจุบัน แต่ให้มองหาโอกาสในการสร้างรายได้รูปแบบใหม่ๆ



เครื่องยนต์กลไก: ทรัพยากรและกิจกรรมหลัก



6. ทรัพยากรหลัก (Key Resources):
สินทรัพย์ใดที่คุณ 'ขาดไม่ได้'
เพื่อให้โมเดลนี้ทำงานได้?
(พนักงาน, เครื่องจักร, ลิขสิทธิ์, เงินทุน)

7. กิจกรรมหลัก (Key Activities):
งานสำคัญอะไรที่คุณต้องทำ
'ให้ดียิ่งขึ้น' ในทุกๆ วัน?
(การผลิต, การแก้ปัญหาให้ลูกค้า,
การพัฒนาแพลตฟอร์ม)

พลังเครือข่าย: พันธมิตรหลัก (Key Partnerships)



8. **เครือข่ายพันธมิตร:** ใครคือตัวช่วยที่ทำให้ธุรกิจเดินหน้า? เพราะเราทำเองคนเดียวไม่ได้ทุกอย่าง
- **ทำไมต้องมีพันธมิตร?:** เพื่อลดความเสี่ยง, ลดต้นทุน, หรือได้ทรัพยากรที่เราไม่มี (เช่น ซัพพลายเออร์, บริษัทขนส่ง, การทำ Co-branding)
 - **ข้อควรระวัง:** ระบุเฉพาะพาร์ทเนอร์ที่ช่วยส่งมอบ "คุณค่าหลัก" จริงๆ ไม่ใช่จดรายชื่อซัพพลายเออร์ทั้งหมด

บิลเรียกเก็บเงิน: โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)



9. โครงสร้างต้นทุน: การจับเคลื่อน
เครื่องยนต์นี้มีค่าใช้จ่ายอะไรบ้าง?

- มุมมองนักบัญชี: กิจกรรมและ
ทรัพยากรใดมีต้นทุนสูงที่สุด?
และเป็นต้นทุนคงที่ (Fixed Costs)
หรือต้นทุนผันแปร (Variable Costs)?

* ต้นทุนคือภาพสะท้อนทางการเงินของ
“ทรัพยากร + กิจกรรม + พันธมิตร”

ไม่ใช่แค่ 9 ช่อง แต่คือ "ระบบนิเวศน์" ที่เชื่อมโยงกัน

Synthesis:

- BMC ไม่ใช่ลิสต์รายการที่เขียนเสร็จแล้วจบไป
- ทริคข้อสำคัญ: หากคุณเปลี่ยน "กลุ่มลูกค้า" (ช่อง 1)... "ช่องทาง" (ช่อง 3), "ความสัมพันธ์" (ช่อง 4) และ "โครงสร้างต้นทุน" (ช่อง 9) จะต้องเปลี่ยนตามเสมอ!
- มองภาพรวมให้เห็นจุดอ่อนและโอกาสที่ซ่อนอยู่



เลือกเครื่องมือให้ถูกงาน: BMC vs. เครื่องมืออื่นๆ



Business Model Canvas (BMC)

- **จุดประสงค์:** ดูภาพรวมระบบทั้งหมด (Operation + Value)
- **เหมาะสำหรับ:** ธุรกิจที่มีรูปแบบชัดเจน หรือต้องการปรับโครงสร้างใหม่

Lean Canvas

- **จุดประสงค์:** เน้นค้นหาว่าปัญหา/ทางออกคืออะไร
- **เหมาะสำหรับ:** สตาร์ทอัพหรือไอเดียใหม่ที่ยังไม่เคยทดสอบ

Value Proposition Canvas (VPC)

- **จุดประสงค์:** เเจาะลึกความต้องการลูกค้า vs สินค้า
- **เหมาะสำหรับ:** การออกแบบสินค้าให้ตอบโจทย์ (Product-Market Fit)

ระวังตกหลุมพราง! ข้อผิดพลาดที่พบบ่อยในการทำ BMC



❌ **ทำเหมือนการทำข้อสอบ:**
รีบกรอกให้ครบทุกช่องให้จบๆ
โดยไม่วิเคราะห์ความเชื่อมโยง

❌ **ขายพีเจอร์ ไม่ได้ขายคุณค่า:**
ช่อง Value Proposition ดันไป
เขียนสเปคสินค้า แทนที่จะเขียนว่า
"ช่วยแก้ปัญหาอะไรให้ลูกค้า"

❌ **ทำครั้งเดียวแล้วทิ้ง:**
โมเดลธุรกิจที่ดีต้องถูกอัปเดตเสมอ
เมื่อตลาดเปลี่ยน แผนผังต้องเปลี่ยน!



เริ่มต้นร่างพิมพ์เขียวธุรกิจของคุณเอง!



- จงใช้ Business Model Canvas เป็นเครื่องมือในการ "ทดสอบสมมติฐาน" ไม่ใช่แค่กระดาษจดไอเดีย
- เริ่มจากความเข้าใจลูกค้า (ขวา) -> สร้างโครงสร้างรองรับ (ซ้าย) -> และตรวจสอบกำไร-ขาดทุน (ฐานล่าง)

ลุยเลย! นำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับโปรเจกต์
รายวิชาการเป็นผู้ประกอบการของคุณ