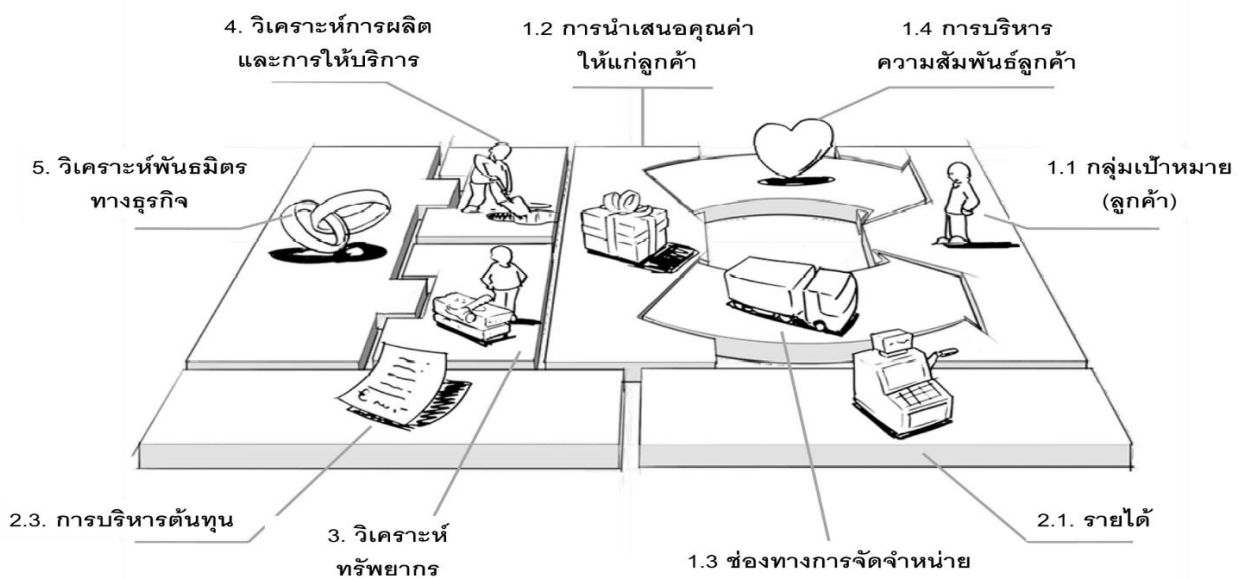
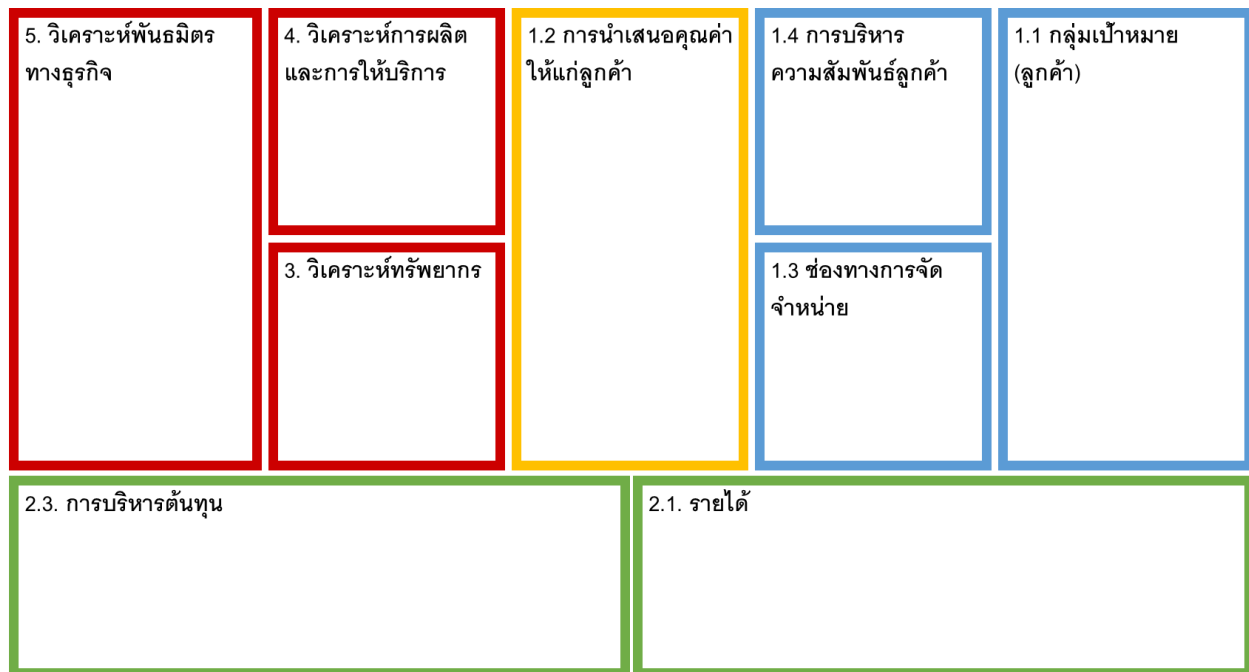


การสร้างแบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC)

เพราะการเริ่มต้นธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นค่อนข้างยาก ดังนั้นการวางแผนที่ดีจึงมีความจำเป็นอย่างมาก Business Model Canvas เป็นแนวคิดที่พัฒนาขึ้นมาโดย Alex Osterwalder โดยมีจุดเด่นอยู่การที่จะช่วยให้ผู้ทำได้เห็นธุรกิจตัวเองอย่างครอบคลุมคิดธุรกิจได้อย่างรอบด้านเนื่องจากทุกส่วนของธุรกิจนั้นเชื่อมโยงกันหมด เราจึงรู้ว่าส่วนใดขาดส่วนใดเกิน ทำให้การตั้งเป้าหมายของธุรกิจนั้นชัดเจนมากขึ้น



รูปความเชื่อมโยงของปัจจัยต่างๆใน Business Model Canvas: BMC



Business Model Canvas: BMC

Business Model Canvas เป็นเทมเพลตสี่เหลี่ยมผืนผ้า แบ่งหัวข้อหลักออกเป็น 9 ช่อง แต่ละช่องจะช่วยให้เรามองเห็นรายละเอียดในธุรกิจของตัวเอง รวมทั้งจุดเด่นจุดด้อย และที่สำคัญ BMC จะช่วยให้ทีมของเรามองเห็นภาพรวมของธุรกิจในทิศทางเดียวกัน โดยใน 9 ช่องนั้นสามารถรวมเป็น 4 หัวข้อใหญ่ได้แก่

1. **HOW** เป็นส่วนที่บอกเราว่าเรามีวิธีทำธุรกิจอย่างไร
2. **WHAT** เป็นส่วนที่ว่าสินค้าและบริการของเรานั้นคืออะไร มีคุณค่าอะไรที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง อะไรที่ทำให้ลูกค้าต้องเลือกสินค้าและบริการของเรา
3. **WHO** เป็นส่วนที่บอกว่าเราว่าลูกค้าคือใครและเราจะติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างไรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ปัญหาของลูกค้าเราคือสิ่งที่ต้องแยกระหว่างคนซื้อและคนใช้ เพราะสินค้าบางอย่างคนซื้อไม่ได้ใช้ และคนใช้ไม่ได้ซื้อ เช่น ของใช้เด็ก พ่อแม่จะเป็นผู้ซื้อ ผลลัพธ์ที่ต้องตอบใจกับผู้ซื้อ แต่การสื่อสารเราจะสื่อสารกับผู้ซื้อ เป็นต้น
4. **MONEY** เป็นส่วนของการเงินของธุรกิจ



4 หัวข้อใหญ่ใน Business Model Canvas: BMC

ผู้อ่านสามารถที่จะนำเอาข้อมูลที่ทำกรวิเคราะห์ธุรกิจในหัวข้อ “การวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจ” มาเติมในตาราง BMC ได้เลย ซึ่งผู้เขียนได้ใส่หมายเลขของหัวข้อต่างๆ เพื่อความสะดวกมาให้แล้ว จากนั้นสามารถนำมาดูภาพรวมเพื่อที่จะปรับกลยุทธ์ในแต่ละช่องให้เหมาะสมยิ่งขึ้น โดยมีจุดที่จะต้องคำนึงในการทำ BMC ดังนี้

1. เป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้า ไม่ควรที่จะกำหนดกว้างๆ ควรจะกำหนดให้แคบจนสามารถวิเคราะห์การใช้ชีวิตของเป้าหมายได้ เพื่อให้เราสามารถที่จะทำส่วนอื่นๆ ได้อย่างถูกต้องและชัดเจนมากขึ้น
2. เน้นการนำเสนอคุณค่าที่ดีที่สุด โดยแตกต่างจากคู่แข่งให้มากที่สุด
3. กิจกรรมหลัก ควรเน้นการสร้างกิจกรรมหลักให้แตกต่างจากคู่แข่งให้มากที่สุด
4. ต้นทุน ต้องสอดคล้องกับกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความแตกต่าง
5. กำหนดสิ่งที่จะไม่ทำ เป็นส่วนที่เรามักจะไม่กำหนดเราควรที่จะกำหนดสิ่งที่ไม่ทำให้ชัดเจน เพื่อที่จะสามารถโฟกัสกับสิ่งที่เราจะทำให้ได้ดีที่สุดเท่าที่ธุรกิจสามารถทำได้

ในส่วนนี้ผู้เขียนขอให้ผู้อ่านทุกท่านลองทำ BMC พร้อมทั้งปรับปรุงและพัฒนาให้ดีที่สุดเพิ่มเติมที่จะเป็นแบบแผนหลักที่จะใช้ในการทำธุรกิจต่อไป