



รายงานการวิจัย

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่
The application of technology to the entrepreneurs of startup

กนิฐา แสงกระจ่าง
สาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประจำปีงบประมาณ 2562

รายงานการวิจัย

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่
The application of technology to the entrepreneurs of startup

กนิฐา แสงกระจ่าง

สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ทุนอุดหนุนโดย งบประมาณแผ่นดินมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ที่พิจารณาโดยผ่านความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ
โครงการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ
ประจำปีงบประมาณ 2562

ชื่องานวิจัย	การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่
ผู้วิจัย	กนิฐา แสงกระจ่าง สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ปีที่เสร็จ	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ เพื่อได้รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ เพื่อได้หลักสูตรอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้ที่เข้ารับการอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ก่อนอบรม และหลังอบรม เพื่อได้ Business Canvas ธุรกิจด้านดิจิทัล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการรายใหม่ด้านดิจิทัล จำนวน 50 คน การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า

1) ผลการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ความเป็นมาของธุรกิจ รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ รูปแบบการรับงาน/การเข้าถึงลูกค้า รูปแบบการบริหารจัดการ กลุ่มลูกค้า กลยุทธ์ในการดำเนินงาน การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค การได้เปรียบเชิงแข่งขัน ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร

2) ผลวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ทั้งหมด 2 ด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมากทุกด้าน โดยด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดที่สังเคราะห์ขึ้นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.26 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36

3) ผลการพัฒนาหลักสูตรอบรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ หลักสูตรอบรม เนื้อหาประกอบด้วย แนวคิดธุรกิจ ไม่น้อยกว่า 3 ชั่วโมง การประกอบการธุรกิจไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง การวิเคราะห์และการวางแผนธุรกิจไม่น้อยกว่า 12 ชั่วโมง

4) ผลเปรียบเทียบเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้ที่เข้ารับการอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ก่อนอบรม และหลังอบรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5) มี Business Canvas จำนวน 5 ธุรกิจ

คำสำคัญ : ธุรกิจเกิดใหม่, เทคโนโลยี

Research Title : The application of technology to the entrepreneurs of startup
 Name : Kanitra Sangkajang
 : Phetchabun Rajabhat University
 Year : 2018

Abstract

This research has 4 objectives: to get the technology application model for entrepreneurs to develop emerging businesses. To get a training course on applying technology to entrepreneurs to develop emerging businesses To compare the achievement of those who received training in applying technology to entrepreneurs to develop new businesses before training and after training for business Canvas digital business. The sample group used to study and collect data in this research was classified into 2 groups, namely, student groups interested in becoming entrepreneurs. And entrepreneurs And 50 new digital entrepreneurs. Data analysis is mean and standard deviation.

1) The results of applying technology to entrepreneurs to develop emerging businesses Research results can be summarized as follows: Business history Business operation model The form of work / customer access Management style of customer groups, operational strategies Analysis of obstacles Competitive advantage Economic value And profitability

2) Analysis of the results of expert found that the average level is very high in all aspects. By the opinions about the synthesized concepts at a high level an average of 4.26 and a standard deviation of 0.36

3) Results of the training course development Application of technology to entrepreneurs to develop new business, training courses, content consisting of business concepts of not less than 3 hours, business operations of not less than 15 hours, business analysis and planning of not less than 12 hours

4) The comparison results to develop new business The post-test scores were higher than before at the statistical significance level of .01.

5) There are 5 Business Canvas.

Key Word : Business Canvas, Technology

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยคำแนะนำต่าง ๆ จากคณาจารย์ และบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และความร่วมมือช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้ทรงคุณวุฒิที่สละเวลาให้คำแนะนำ คำปรึกษา รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการที่เข้ารับการสัมภาษณ์ ที่ให้ความกรุณาตรวจสอบ และเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบ และการให้ข้อมูลในการทำวิจัยแก่คณะผู้วิจัย

ท้ายสุดนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงยิ่ง ทุนการวิจัยที่ได้รับจากทุนอุดหนุนการวิจัยของจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562 ที่ได้ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยครั้งนี้มา ณ ที่นี้ด้วย

กนิฐา แสงกระจ่าง

15 กรกฎาคม 2562

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย	2
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย	2
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.6 ประโยชน์ของผลการวิจัย	4
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ระบบการบริหารทรัพยากรขององค์กร	5
2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564)	10
2.3 ธุรกิจรูปแบบใหม่	14
2.4 SWOT Analysis	18
2.5 Business Canvas	19
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	21
3.1 ระยะที่ 1 ศึกษาบริบทเบื้องต้นธุรกิจด้านดิจิทัล	22
3.2 ระยะที่ 2 การคัดเลือกผู้ประกอบการและการดำเนินงาน	23
3.3 ระยะที่ 3 จัดทำรายงานผลการดำเนินงาน	24
3.4 การกำหนดประชากร และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	24
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลของการวิจัย	28
4.1 ผลการพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการ สู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่	28
4.2 ผลการพัฒนาลักสูตรอบรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการ สู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่	30
4.3 ผลสัมฤทธิ์ของผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตรการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี แก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่หลังอบรมสูงกว่า	31
4.4 ผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีและจัดทำ Business Canvas	32
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	67
5.1 สรุปผลการวิจัย	68
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	76
5.3 ข้อเสนอแนะ	76
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	78

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1 ผลการประเมินพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการ สู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่	29
4-2 รายละเอียดหลักสูตรการอบรม	30
4-3 ผลเปรียบเทียบเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้ที่เข้ารับการอบรมการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ก่อนอบรม และหลังอบรม	31
4-4 การสัมภาษณ์ธุรกิจบริษัท กูรูเซอร์วิส จำกัด	36
4-5 บทสัมภาษณ์ธุรกิจบริษัท เซนต์เซอร์เฮาส์(ประเทศไทย) จำกัด	43
4-6 การสัมภาษณ์ธุรกิจบริษัท บีช โพลิศ จำกัด	48
4-7 การสัมภาษณ์บริษัทหลักทรัพย์นายหน้าซื้อขายหน่วยลงทุน ฟินโนมีนา จำกัด	58
4-8 การสัมภาษณ์ธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด อีระอโต้	66
4-9 สรุปผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่	68

(ซ)

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

2-1 Business Model Canvas

19

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ตามที่รัฐบาลได้กำหนดให้การสร้างผู้ประกอบการเริ่มต้น (Startup) เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศตามวิสัยทัศน์ประเทศไทย 4.0 ที่มีเป้าหมายในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจสู่ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” และแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ปัจจัยแวดล้อมและความสามารถในการแข่งขันปัจจุบันของไทย โดยสถาบันการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่สำคัญของโลกทั้งสถาบันการจัดการนานาชาติและการประชุมเวทีเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum : WEF) มีข้อสรุปตรงกันว่า ประเทศไทยยังมีความอ่อนแอด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยตัวชี้วัดหลักด้านการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาการลงทุน ในโครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวนบุคลากรทางการวิจัยและพัฒนา จำนวนสิทธิบัตรและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ยังเป็นข้อจำกัดต่อการนำองค์ความรู้ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้สนับสนุนการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศโดยรวม นอกจากนี้หน่วยงานต่างๆ ภายใต้ระบบวิจัยของไทยยังขาดการบูรณาการในการทำงานระหว่างกัน รวมทั้งขาดกลไกที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเชื่อมโยงการวิจัยระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และการจัดการความเสี่ยง ตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดจากการวิจัยและพัฒนา ในเชิงพาณิชย์ยังไม่ชัดเจนจึงควรมีการสนับสนุนรูปแบบและสื่อการเรียนการสอน สร้างความตระหนักของประชาชนให้เรียนรู้ คิด และทำอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ เปิดโอกาสให้เข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้อย่างทั่วถึง (รจเรชา วิทยาวุฒิกุล: 2554) ดังนั้น การวางรากฐานคนให้มีประสิทธิภาพ มีความรู้ความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยี เพื่อที่จะเป็นผู้มีความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในระดับโลกต่อไป จึงเป็นวาระเร่งด่วนในการพัฒนาประเทศ

จากนโยบายของรัฐบาล “ประเทศไทย 4.0” ที่ต้องการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจที่มีการสร้างมูลค่าสูง ใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย (Creative/Innovation Driven Economy) เพื่อให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากการเป็นประเทศรายได้ปานกลาง และก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ที่ “ทำน้อย ได้มาก” โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการ พัฒนาและส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ หรือ เกิดอาชีพใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนที่มีการนำความคิดสร้างสรรค์ ดิจิทัลเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้สร้างมูลค่าสูงทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคต

ระบบเศรษฐกิจใหม่นั้นมุ่งให้ความสำคัญในการสร้างมูลค่าจากสินค้าและบริการ ด้วยการใช้ ความคิดสร้างสรรค์และประยุกต์ใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าด้วยกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นตลอดเวลาจากเหตุผล และความจำเป็นดังกล่าวนั้นมีเป้าหมายพัฒนาทักษะเชิงลึกในการเป็นผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อได้รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่
- 1.2.2 เพื่อได้หลักสูตรอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่
- 1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้ที่เข้ารับการอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ก่อนอบรม และหลังอบรม
- 1.2.4 เพื่อได้ Business Canvas ธุรกิจด้านดิจิทัล

1.3 สมมติฐานการวิจัย

- 1.3.1 รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ในอยู่ในระดับมาก
- 1.3.2 ได้หลักสูตรอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่
- 1.3.3 ผลสัมฤทธิ์ของผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่หลังอบรมสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01
- 1.3.4 ได้ Business Canvas ธุรกิจด้านดิจิทัล อย่างน้อย 5 ธุรกิจ ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่

1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

- 1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่
 - พื้นที่การวิจัย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
- 1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.4.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการรายใหม่ด้านดิจิทัล
 - 1.4.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการรายใหม่ด้านดิจิทัล จำนวน 50 คน
- 1.4.1 ขอบเขตด้านการดำเนินการ
 - วิเคราะห์ผู้ประกอบการและจัดทำหลักสูตรการจัดอบรมผู้ประกอบการให้เหมาะสมกับผู้เข้าร่วมโครงการ โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย (1) รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (2) รูปแบบการให้บริการและการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (3) รูปแบบการบริหารจัดการ กลยุทธ์ในการดำเนินงาน การวิเคราะห์สภาพการณ์ทางธุรกิจและการวางแผนธุรกิจปัญหาอุปสรรค SWOT และ (4) การได้เปรียบแข่งขัน ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร และการวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจให้เหมาะสมกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ
 - รับสมัครผู้ประกอบการ ได้แก่ นักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านดิจิทัล

- วิเคราะห์ศักยภาพ และความต้องการ สามารถพัฒนาต่อยอดและยกระดับได้ และคัดเลือกร้อยละ 10 ของผู้เข้ารับการอบรมเข้าร่วมโครงการระยะที่ 2 ต่อไป

1.4.3 เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ประกอบด้วย

1.4.3.1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลผู้ประกอบการ

เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (สัมภาษณ์เชิงลึก) ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้วัดความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ประกอบการหรือกิจการ โดยมีเนื้อหาที่หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ส่วนของข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา

ส่วนที่ 2 บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษา ประกอบด้วย

- รูปแบบการดำเนินธุรกิจ
- แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ
- จำนวนผู้ติดตาม
- จำนวนผู้กด LIKE ,VIEW
- แนวคิดสร้างสรรค์สำหรับนำมาใช้ในการก่อตั้งหรือขยายธุรกิจ ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูง
- การนำ Digital Platform หรือเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจที่แตกต่าง และโดดเด่นกว่ารูปแบบธุรกิจทั่วไป
- ระดับความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยี
- ที่ปรึกษาทางด้านการเงิน / เงินทุน / หุ้นส่วน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงกลยุทธ์

- การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคของแต่ละสาขาธุรกิจ
- แนวทางในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจ
- ปัจจัยจำเป็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละสาขาธุรกิจ
- ปัญหา/อุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจของแต่ละสาขาธุรกิจ
- สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการให้หน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือ

1.4.3.2 แบบประเมินรูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่

1.4.3.3 แบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ในการอบรมหลักสูตร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่

1.4.3.4 แบบประเมินรูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

งานวิจัยนี้มีคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ธุรกิจใหม่ หมายถึง ระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มุ่งให้ความสำคัญในการสร้างมูลค่าจากสินค้าและบริการ ด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์และประยุกต์ใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าด้วยกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นตลอดเวลา ซึ่งยังไม่ได้รับการศึกษาหรือมีแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจที่มีประสิทธิภาพ และส่งเสริมสนับสนุนด้านนโยบายและงบประมาณจากภาครัฐในการขับเคลื่อนส่งเสริมให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มสูงอย่างต่อเนื่อง

1.5.2 ERP หมายถึง ศาสตร์หรือกลยุทธ์การบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้าแบบหนึ่ง ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อช่วยให้บริษัท สามารถจัดการกระบวนการต่าง ๆ ภายใน ให้ดำเนินการนำเสนอสินค้าหรือบริการได้อย่างสอดคล้องและตอบสนองได้ตรงต่อความต้องการของลูกค้า เนื่องจากปริมาณคู่แข่งในธุรกิจนั้น ๆ มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การแข่งขันก็ย่อมมีความรุนแรงขึ้น ในขณะที่จำนวนลูกค้ายังเท่าเดิม การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าแบบ CRM จึงเกิดขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด นำมาซึ่งความภักดีของลูกค้า สามารถทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีโอกาสที่จะทำกำไรในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 16.1 ผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ได้รับพัฒนาทักษะเชิงลึก ERP ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
- 16.2 นักศึกษาที่สนใจในการประกอบธุรกิจได้รับการพัฒนาศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการ
- 16.3 นักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านดิจิทัล ได้เรียนรู้ทักษะการประกอบอาชีพเพื่อพัฒนาขึ้นเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และหลักการโดยนำเสนอรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 2.1 ระบบการบริหารทรัพยากรขององค์กร
- 2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564)
- 2.3 ธุรกิจรูปแบบใหม่
- 2.4 SWOT Analysis
- 2.5 Business Canvas

2.1 ระบบการบริหารทรัพยากรขององค์กร

ระบบการบริหารทรัพยากรขององค์กร (ERP) คือ ระบบการบริหารเพื่อวางแผนและจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั่วทั้งบริษัทของทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กรโดยการเชื่อมโยงกระบวนการทางธุรกิจทุกขั้นตอน เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบเพื่อมุ่งไปสู่ผลกำไรสูงสุดของบริษัท และที่สำคัญยังรวมถึงระบบการจัดการสินค้าคงคลัง จึงเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในการบริหารธุรกิจเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กร อีกทั้งยังช่วยให้สามารถวางแผนการลงทุนและบริหารทรัพยากรขององค์กรโดยรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ERP จะช่วยทำให้การเชื่อมโยงทางแนวนอนระหว่างการจัดซื้อ จัดจ้าง การผลิต และการขายทำได้อย่างราบรื่น ผ่านข้ามกำแพงระหว่างแผนกและทำให้สามารถบริหารองค์กรรวมเพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดเป็นการรวบรวมกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process) ตลอดจนเชื่อมโยงโปรแกรมประยุกต์ (Applications) ต่างๆ ของแต่ละส่วนงานเข้าเป็นระดับองค์กร (Enterprise) โดยมีข้อมูลที่จัดเก็บไว้เพียงแห่งเดียว

กาญจนา สมุทวิญญู กล่าวว่า ซอฟต์แวร์ ERP เป็นระบบสารสนเทศที่เข้าไปช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานทุกกระบวนการ (Business Process) และในทุกหน่วยงานขององค์กร เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลของทุกกระบวนการและทุกหน่วยงานนั้นเข้าสู่ฐานข้อมูลส่วนกลางที่เป็นฐานข้อมูลเดียวกัน (Single Database) ทั้งนี้เพื่อให้ทุกหน่วยงานมีข้อมูลที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ลดเวลาการทำงาน ลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน ลดความผิดพลาดและความขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้น เนื่องจากการสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในกันเอง หรือกับหน่วยงานภายนอก ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในทุกๆ กระบวนการของธุรกิจให้ได้ประโยชน์อย่างสูงสุด แต่ ERP ไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องมือการจัดการในระดับปฏิบัติงาน (Business Transaction) เท่านั้นแต่ยังสามารถช่วยผู้บริหารสำหรับการตัดสินใจระดับ Tactical Level ด้วย

ประวัติ ERP

ก่อนที่จะมีระบบ ERP นั้น เดิมในวงการอุตสาหกรรมประมาณช่วงทศวรรษ 1960 ได้มีการนำเอาระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในส่วนของการผลิตทางด้านการคำนวณความต้องการวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต หรือที่เรียกเป็นทางการว่าระบบ Material Requirement Planning (MRP) ก็คือเราจะใช้ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการบริหารและจัดการในส่วนของวัตถุดิบหรือ Material ที่ใช้ในการผลิตเท่านั้น ต่อมาในช่วงประมาณทศวรรษ 1970 ระบบการผลิตในอุตสาหกรรมมีความซับซ้อนเพิ่มมากขึ้นจึงมีการนำเอาระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในส่วนของการผลิตในด้านของเครื่องจักร (Machine) และส่วนของเรื่องการเงิน (Money) นอกเหนือไปจากส่วนของวัตถุดิบ ซึ่งเราจะเรียกระบบงานเช่นนี้ว่า Manufacturing Resource Planning (MRP II)

แนวคิด ERP เริ่มในยุคนี ค.ศ. 1990 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา จุดกำเนิดเริ่มแรกของ ERP มาจากแนวคิดของการพัฒนาระบบการบริหารการผลิตรวม (Material Requirement Resource Planning / Manufacturing Resource Planning MRP System) ของอุตสาหกรรมการผลิตในอเมริกา โดยคำว่า ERP และแนวคิดของ ERP นั้นก็พัฒนามาจาก MRP ซึ่งมีวิวัฒนาการดังนี้

- กำเนิดของ MRP แนวคิด MRP เกิดขึ้นครั้งแรกที่อเมริกาในยุคนั้นของ ทศวรรษ 1960 ในช่วงแรก MRP ย่อมาจาก Material Requirement Planning (การวางแผนความต้องการวัสดุ) เป็นวิธีการในการหาชนิดและจำนวนวัสดุที่ต้องใช้ในการผลิตตามตารางเวลาและจำนวนสินค้าที่ได้วางแผนโดย MPS (Master Production Schedule)
- Closed Loop MRP อย่างเข้ายุคปี ค.ศ. 1970 MRP ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถในการป้อนกลับข้อมูลการผลิตจริงใน shop floor นอกจากนั้นยังเพิ่มแนวคิดเรื่อง การวางแผนความต้องการกำลังการผลิต (Capacity Requirement Planning)
- การพัฒนาไปสู่ MRP II จากความสำเร็จของ Closed Loop MRP ก็เกิดการพัฒนาต่อยอดขึ้นเป็น MRP II ในยุคปี ค.ศ. 1980 (โดย MRP ใหม่นี้ย่อมาจาก Manufacturing Resource Planning) ซึ่งได้รวมการวางแผนและบริหารทรัพยากรการผลิตอื่นๆ นอกจากการวางแผนและควบคุมกำลังการผลิต และวัตถุดิบการผลิตเข้าไปในระบบด้วย
- จาก MRP II ไปเป็น ERP MRP II เป็นแนวคิดที่ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิต ERP ได้ขยายแนวคิดของ MRP II ให้สามารถใช้ได้ทั้งองค์กรของธุรกิจที่หลากหลาย โดยการรวมระบบงานหลักทุกอย่างในองค์กรเข้ามาเป็นระบบเดียวกันลักษณะของ ERP

ERP สามารถจัดการ Transaction Cycle ได้หมดดังนี้

- *Expenditure*
- *Conversion*
- *Revenue*
- *Financial*

ERP เป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการบริหารจัดการได้ทั้งองค์กร โดยที่มีฐานข้อมูลที่เก็บข้อมูลทุกอย่างไว้ที่เดียวกัน เพื่อป้องกันความซ้ำซ้อนของข้อมูล ทำให้มีประสิทธิภาพ มีการแบ่งปันข้อมูลสูงสุด โดยแต่ละส่วนสามารถดึงข้อมูลส่วนกลางที่ตัวเองสนใจมาวิเคราะห์ได้ และสามารถที่จะนำมาใช้ร่วมกันได้หมดไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การผลิต การบัญชี และการบริหารทรัพยากรบุคคล

ระบบ MRP นั้นจะเข้ามาช่วยในการจัดการทางด้าน Material (วัตถุดิบ) ส่วนระบบ MRP II นั้นจะเข้ามาช่วยในการจัดการใน M อีกสองตัวนอกเหนือจาก Material ก็คือ Machine (เครื่องจักร) และ Money (เงิน) ซึ่งระบบ MRP II ที่ชื่อ TIMS ของประเทศนิวซีแลนด์ จะมีเมนูหลักของ Module 3 Modules หลักด้วยกันคือ Financial Accounting Distribution และ Manufacturing และใน Module ของ Manufacturing จะมีส่วนของ MRP รวมอยู่ด้วย

จะเห็นได้ว่าการนำเอาระบบ MRP II เข้ามาช่วยในองค์กรหนึ่งๆ นั้น จะยังไม่สามารถซัพพอร์ตการทำงานทั้งหมดในองค์กรได้ นี่จึงเป็นที่มาของระบบ ERP ซึ่งจะรวมเอาส่วนของ M ตัวสุดท้ายก็คือ Manpower เข้าไปไว้ในส่วนของระบบงานที่เรียกตัวเองว่า ERP นั่นเอง ดังนั้นระบบ ERP จึงเป็นระบบที่ใช้ในการบริหารงานทรัพยากรทั้งหมดในองค์กร (Enterprise Wide) หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งก็คือ ระบบ ERP จะเป็นระบบที่ใช้ในการจัดการ 4 M ซึ่งจะประกอบไปด้วย Material Machine Money และ Manpower นั่นเอง ดังนั้นถ้าไปดูที่เมนูหลักของระบบ ERP จะพบว่าเมนูของทั้ง MRP และ MRP II รวมอยู่ด้วยเพราะ ERP มีต้นกำเนิดมาจากระบบ MRP และ MRP II นั่นเอง

ERP จะเน้นให้ทำ Business Reengineering เพื่อปรับปรุงระบบให้เข้ากับ ERP ซึ่งจะแบ่ง Function Area เป็น 4 ส่วนหลักๆ คือ Marketing Sales Production And Materials Management Accounting And Finance และ Human Resource

แต่ละส่วนจะมี Business Process อยู่ในนั้น ซึ่งจะมีหลาย Business Activity มาประกอบกัน เช่น activity การออก Invoice เป็น Activity แต่ละ Activity จะไปต่อเนื่องกันหลายๆอันออกไปจนกลายเป็น Process ที่เรียกว่า “Computer Order management” ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับ Functional Area ที่เรียกว่า “Marketing And Sale” Concept หลักๆของ ERP คือ เอาทุกข้อมูลของแต่ละแผนกมา Integrate กัน เพื่อ Share ข้อมูลกัน

โครงสร้างของซอฟต์แวร์ ERP

โครงสร้างของซอฟต์แวร์ ERP [6] มี 4 ประการประกอบด้วย

- ซอฟต์แวร์โมดูล (Business Application Software Module) โมดูลที่ทำหน้าที่หลักขององค์กร นอกจากงานเฉพาะแล้วยังสามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันได้
- ฐานข้อมูลรวม (Integrated Database) - ซอฟต์แวร์ทุกโมดูลสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลได้โดยตรง และใช้ฐานข้อมูลรวมร่วมกันได้ ข้อมูลที่ได้จากการประท้วงผลของซอฟต์แวร์จะอยู่ในรูปแบบมาตรฐานและนำมาเก็บไว้ที่เดียวกัน ช่วยลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล ในการบริหารจัดการข้อมูลนั้นจะมีซอฟต์แวร์ที่เรียกว่าระบบจัดการฐานข้อมูลช่วยอำนวยความสะดวกให้กับซอฟต์แวร์
- ระบบสนับสนุนการบริหารจัดการ (System Administration Utility) สนับสนุนการบริหารจัดการระบบ เช่น คัดลอกสำเนา ลงทะเบียนกำหนดสิทธิ์การใช้งาน รักษาความปลอดภัยของข้อมูล การบริหารเครือข่ายและการสำรองฐานข้อมูล
- ระบบสนับสนุนการพัฒนาและการปรับเปลี่ยน (Development and Customization Utility) สนับสนุนการพัฒนาหรือการปรับเปลี่ยนบางงานให้เข้ากับการทำงานขององค์กร ความยากง่ายในการปรับเปลี่ยนจะขึ้นอยู่กับแต่ละซอฟต์แวร์ ERP

ทำไมปัจจุบันจึงมีความจำเป็นต้องนำระบบ ERP มาใช้

สภาพปัจจุบันของข้อมูลระบบสารสนเทศ

การขาดการประสานรวมกันของระบบงานเนื่องจากการกระจายของข้อมูลอยู่ตามแผนกต่างๆ และมีระบบข้อมูลสารสนเทศแยกตามแผนกต่างๆ กัน ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนของข้อมูลและการที่จะให้แผนกต่างๆ ใช้ข้อมูลร่วมกันนั้นเป็นไปได้ยาก ทำให้เป็นอุปสรรคกีดขวางการทำงานประสานร่วมกันระหว่างแผนก และทำให้การที่แต่ละแผนกจะใช้ความสามารถของตนเองช่วยกันแก้ปัญหาและบริหารงานอย่าง สร้างสรรค์นั้นไม่สามารถเกิดขึ้นได้

การขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของข้อมูลระบบข้อมูลที่ผ่านมา นั้น ข้อมูลที่เกิดขึ้นในแต่ละแผนกนั้นจะถูกประมวลผลแบบ Batch processing เป็นช่วงๆ เช่น เดือนละครั้ง ฯลฯ ทำให้ข้อมูลของแต่ละแผนกนั้น กว่าจะถูกนำไปใช้ในองค์กรโดยรวมเกิดความล่าช้า ดังนั้นการบริหารที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลสดได้ ณ เวลานั้น (real time) เพื่อการตัดสินใจได้ทันท่วงที (timely decision) เป็นไปไม่ได้และเกิดขึ้นยากได้

การขาดความรวดเร็วในการตอบสนองระบบข้อมูลสารสนเทศที่ผ่านมา นั้น ถูกสร้างขึ้นมาใช้เฉพาะงาน ไม่สามารถรองรับการทำธุรกิจแบบข้ามชาติ และไม่สามารถทำให้กระบวนการทางธุรกิจ

(business process) เป็นแบบ global ได้ ดังนั้นการใช้ข้อมูลข้ามประเทศเพื่อร่วมงานกันจึงเกิดขึ้นยาก ผลก็คือ ทำให้การตัดสินใจที่ทันเหตุการณ์ บนพื้นฐานของสภาพความจริงปัจจุบันของการดำเนินการแบบ global ไม่สามารถทำได้

ขาดความสามารถด้าน globalization ระบบข้อมูลสารสนเทศที่ผ่านมานั้น ถูกสร้างขึ้นมาใช้เฉพาะงาน ไม่สามารถรองรับการทำธุรกิจแบบข้ามชาติ และไม่สามารถทำให้กระบวนการทางธุรกิจ (business process) เป็นแบบ global ได้ ดังนั้นการใช้ข้อมูลข้ามประเทศเพื่อร่วมงานกันจึงเกิดขึ้นยาก ผลก็คือ ทำให้การตัดสินใจที่ทันเหตุการณ์ บนพื้นฐานของสภาพความจริงปัจจุบันของการดำเนินการแบบ global ไม่สามารถทำได้

ความไม่ยืดหยุ่นของระบบข้อมูลสารสนเทศระบบข้อมูลสารสนเทศเดิมส่วนใหญ่จะพัฒนาขึ้นขึ้นมาเอง ระบบจึงประกอบด้วยโปรแกรมที่มีขนาดใหญ่ ขาดความยืดหยุ่นในการแก้ไขเพิ่มเติมและดูแลระบบ จึงเป็นการยากต่อการปรับปรุงเพื่อให้สามารถรับมือกับการบริหารเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วได้

การวางฐานรากของแนวคิด ERP และการนำ ERP มาใช้ ทำได้โดย

การรับรู้สภาพแวดล้อมของการบริหารที่มีการแข่งขันสูงสภาพแวดล้อมการบริหารธุรกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก รุนแรงและต่อเนื่อง การที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรงจากต่างประเทศทั่วโลก และเพื่อการอยู่รอดขององค์กรต่อไปในอนาคต ความสามารถที่จะปรับตัวและรับมือกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปนี้ จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก ความเร็วในการปรับตัวเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง จะมีผลต่อผลประกอบการขององค์กร

การรับรู้ถึงปัญหาและการแก้ไขปัญหาด้านการบริหารเมื่อถึงยุคบริหารที่ต้องแข่งขันสูง ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นต้องเร่งแก้ไขโดยด่วน ไม่สามารถรอได้แม้แต่นาทีเดียว หมดยุคการทำงานที่ล่าช้า ไม่เห็นภาพรวม ไม่สามารถตัดสินใจได้รวดเร็วและ ทันเวลา ดังนั้นการวางฐานรากของ ERP และการนำ ERP เข้ามาใช้เป็นสิ่ง ที่จำเป็น

การสร้างระบบสารสนเทศองค์กรใหม่ โดยสร้างระบบ ERP เพื่อให้การนำ ERP มาใช้เป็นไปอย่างถูกต้องตามแนวคิด ERP สิ่งที่ขาดไม่ได้ก็คือ การสร้างระบบสารสนเทศองค์กรใหม่โดยสร้างระบบ ERP โดยใช้ชุดโปรแกรม ERP package เนื่องจากระบบข้อมูลที่มีอยู่แล้วนั้น ไม่สามารถที่จะแก้ปัญหาการบริหารงานตามแนวคิดของ ERP ได้

การลงมือนำ ERP มาใช้องค์กรหลายองค์กรทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก มีความมุ่งมั่นที่จะแก้ปัญหาการบริหารโดยนำ ERP มาใช้

ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรการนำ ERP มาใช้เป็นสิ่งที่คาดหวังว่าจะเป็นแรงผลักดันให้เกิดการปฏิรูปองค์กร ในการปฏิรูปองค์กรจำเป็นต้องเข้าใจว่า ชีตความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเกิดขึ้นได้อย่างไร ซึ่งความสามารถในการแข่งขันหรือความเข้มแข็งขององค์กรนั้นมี 3 ส่วนด้วยกัน

ความเข้มแข็งของสินค้าหรือบริการการแข่งขันส่วนนี้มองเห็นได้ง่ายที่สุด องค์กรที่เข้มแข็งสามารถรักษาความเข้มแข็งไว้ได้นาน เนื่องจากมีสินค้าและบริการที่แตกต่างจากคนอื่น และช่วงชีวิตของสินค้าและบริการในอดีตนั้นค่อนข้างยาวนาน แต่ว่าในปัจจุบันการสร้างแตกต่างของสินค้าและบริการนั้นเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ช่วงชีวิตของสินค้าและบริการก็สั้นลง จึงทำให้ความสามารถขององค์กรนั้นตัดสินกันที่ ความสามารถในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

ความเข้มแข็งด้านกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process) เป็นการแข่งขันในเรื่องของความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มในกระบวนการทางธุรกิจ ตาม business scenario ในการผลิตสินค้าและบริการ เช่น กระบวนการพัฒนาสินค้า กระบวนการในการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้า กระบวนการเหล่านี้ต้องรวดเร็วเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้มาก และเป็นพลังการแข่งขันที่สำคัญ ดังนั้นองค์กรจำเป็นต้องมีความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจให้ก้าวหน้าและทันสมัยอยู่เสมอ

ความเข้มแข็งด้านการพัฒนาสินค้าและบริการแบบใหม่ๆ รวมทั้งความสามารถในการสร้างกระบวนการทางธุรกิจแบบใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพความเข้มแข็งเกิดจากความสามารถในการพัฒนาสินค้าและบริการแบบใหม่ๆ และความสามารถในการสร้างกระบวนการทางแบบใหม่ บนพื้นฐานของรูปแบบอย่างต่อเนื่อง

2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564)

การพัฒนาในช่วงแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) การพัฒนาประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาดังกล่าวอยู่ในห้วงเวลาของการปฏิรูปประเทศเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานหลายด้านที่สั่งสมมานาน ท่ามกลาง สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดมากขึ้น การแข่งขันด้านเศรษฐกิจจะเข้มข้นมากขึ้น สังคมโลกจะมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันมากขึ้นเป็นสภาพไร้พรมแดน การพัฒนาเทคโนโลยีจะมีการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็วและจะกระทบชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมาก ในขณะที่ประเทศไทยมีข้อจำกัดของปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์เกือบทุกด้านและจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาที่ชัดเจนขึ้น ช่วงแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ ๑๒ นับเป็นจังหวะเวลาที่ท้าทายอย่างมากที่ประเทศไทยต้องปรับตัวขนานใหญ่ โดยจะต้องเร่งพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมให้เป็นปัจจัยหลัก ในการขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกด้าน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยท่ามกลางการแข่งขันในโลก

ที่รุนแรงขึ้นมาก แต่ประเทศไทยมีข้อจำกัดหลายด้าน อาทิ คุณภาพคนไทยยังต่ำ แรงงานส่วนใหญ่มีปัญหาทั้งในเรื่ององค์ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ สังคมขาดคุณภาพ และมีความเหลื่อมล้ำสูง ที่เป็นอุปสรรคต่อการยกระดับศักยภาพการพัฒนา โครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมสูงวัยส่งผลให้ขาดแคลนแรงงาน จำนวนประชากรวัยแรงงานลดลงตั้งแต่ปี 2558 และโครงสร้างประชากรจะเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ภายในสิ้นแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมก็ร่อยหรอเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นทั้งต้นทุนในเชิงเศรษฐกิจและผลกระทบร้ายแรงต่อคุณภาพชีวิตประชาชน ในขณะที่การบริหารจัดการภาครัฐยังด้อยประสิทธิภาพ ขาดความโปร่งใส และมีปัญหาคอรัปชั่นเป็นวงกว้าง จึงส่งผลให้การผลักดันขับเคลื่อนการพัฒนาไม่เกิดผลสัมฤทธิ์เต็มที่ บางภาคส่วนของสังคมจึงยังถูกทิ้งอยู่ข้างหลัง ท่ามกลางปัญหาท้าทายหลากหลายที่เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศในระยะยาว ดังกล่าว จึงเป็นที่ตระหนักร่วมกันในทุกภาคส่วนว่าการพัฒนาประเทศไทยไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในระยะยาวได้นั้น ประเทศต้องเร่งพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์ในทุกด้าน ได้แก่ การเพิ่มการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ซึ่งต้องดำเนินการควบคู่กับการ เร่งยกระดับทักษะฝีมือแรงงานกลุ่มที่กำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงานและกลุ่มที่อยู่ในตลาดแรงงานปัจจุบัน ให้สอดคล้องกับสาขาการผลิตและบริการเป้าหมาย และการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี รวมถึงการพัฒนาคนในภาพรวมให้เป็นคนที่สมบูรณ์ในทุกช่วงวัยที่สามารถบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เป็นสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตได้อย่างดีโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทุนมนุษย์จากการยกระดับคุณภาพการศึกษา การเรียนรู้ การพัฒนาทักษะ และยกระดับคุณภาพบริการสาธารณสุขให้ทั่วถึงในทุกพื้นที่ พร้อมทั้งต้องส่งเสริมบทบาทสถาบันทางสังคมในการกล่อมเกลาสรางคนดี มีวินัย มีค่านิยมที่ดี และมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ ในช่วงเวลาต่อจากนี้ การพัฒนาต้องมุ่งเน้นการพัฒนาเชิงพื้นที่และเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของเมืองต่าง ๆ ให้สูงขึ้น ภายใต้การใช้มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะการใช้ที่ดิน การจัดระเบียบผังเมือง และความปลอดภัยตามเกณฑ์เมืองน่าอยู่ที่เหมาะสมเพื่อกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจ และสังคมให้ทั่วถึง และเป็นการสร้างฐานเศรษฐกิจและรายได้จากพื้นที่เศรษฐกิจใหม่มากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำภายในสังคมไทยลง และในขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันจากการพัฒนาเมืองให้น่าอยู่เป็นพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ทั้งตอนในและตามแนวจุดชายแดนหลัก

นอกจากนั้น 5 ปีต่อจากนี้ไป นับเป็นช่วงจังหวะเวลาสำคัญที่ประเทศไทยยังจะต้องผลักดันให้การค้า การลงทุนระหว่างประเทศขยายตัวต่อเนื่องและเป็นแรงขับเคลื่อนการพัฒนาที่สำคัญ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการลงทุนและเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยยังมีความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจด้านการค้าและการลงทุน และการร่วมมือกับมิตรประเทศเพื่อการพัฒนาให้ขยายวงกว้างขึ้นทั้งในรูปของความตกลงทวิภาคี กรอบพหุภาคีต่าง ๆ ควบคู่กับการผลักดันให้ความเชื่อมโยง

ในอนุภูมิภาคและภูมิภาคมีความสมบูรณ์มากขึ้น รวมทั้งการดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกในการส่งเสริมการลงทุนของไทยในภูมิภาค กรอบแนวทางความร่วมมือระหว่างประเทศในทุกระดับดังกล่าว จะเป็นประตูแห่งโอกาสของประเทศไทยในการใช้จุดเด่นในเรื่องที่ตั้งเชิงภูมิศาสตร์ให้เกิดผลเต็มที่ และสามารถจะพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งของภูมิภาค ดังนั้น แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จึงให้ความสำคัญกับการผลักดันให้ความเชื่อมโยงด้านกฎระเบียบและในเชิงสถาบันระหว่างประเทศมีความคืบหน้าและชัดเจนในระดับปฏิบัติการและในแต่ละจุดเชื่อมโยงระหว่างประเทศ ควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชิงกายภาพที่ต้องเชื่อมโยงเครือข่ายภายในประเทศและต่อเชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้าน ในขณะเดียวกันก็ต้องเตรียมความพร้อมเพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูไปสู่ภาคตะวันตกและตะวันออกของภูมิภาคเอเชีย แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการต่อยอดจากความเชื่อมโยงเชิงกายภาพ สู่การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและชุมชนตามแนวระเบียงเศรษฐกิจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการกระจายความเจริญในการพัฒนาชุมชน จังหวัดและเมืองตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ รวมถึงพื้นที่เชื่อมโยงอื่นภายในประเทศ และนับว่าเป็นช่วงเวลาประเทศไทยจะต้องดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกในการสร้างสังคมผู้ประกอบการและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยไปลงทุนในต่างประเทศอย่างจริงจัง เพื่อสร้างผลตอบแทนจากทุนและศักยภาพทางธุรกิจ รวมทั้งเป็นการส่งเสริมการเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าในภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม และในอาเซียนความร่วมมือระหว่างประเทศที่จะเป็นแนวทางการพัฒนาสำคัญสำหรับประเทศไทย ในช่วงต่อจากนี้ไป เป็นความร่วมมือทางการค้าและการลงทุนทางเศรษฐกิจ ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาทางสังคม สิ่งแวดล้อม และความร่วมมือด้านความมั่นคงในมิติต่างๆ ในทุกรอบความร่วมมือทั้งระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และระดับโลก ทั้งการผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากกรอบความร่วมมือทวิภาคีและพหุภาคีที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน และการทำข้อตกลงใหม่ ๆ ในระยะต่อไป ภายใต้แนวคิดการค้าเสรีและการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือของอาเซียนกับหุ้นส่วน การพัฒนานอกอาเซียน ทั้งนี้โดยส่งเสริมความร่วมมือเพื่อการพัฒนาในทุกด้านให้เป็นบทบาทที่สร้างสรรค์ของประเทศไทย และการสนับสนุนการแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำในอนุภูมิภาคและในภูมิภาค การขับเคลื่อนการพัฒนาภายใต้กรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) รวมทั้งการนำกฎเกณฑ์ระเบียบปฏิบัติและมาตรฐานสากลทั้งในด้านคุณภาพสินค้าและบริการ สิทธิแรงงาน ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความมั่นคง ความโปร่งใส และอื่น ๆ มาเป็นแนวปฏิบัติและบังคับใช้ในประเทศไทย ดังนั้น ภายใต้ข้อจำกัดของปัจจัยพื้นฐานสำหรับการพัฒนาประเทศไทยในทุกด้านดังกล่าว ท่ามกลางแนวโน้มโลกที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และประเทศต่าง ๆ กำลังเร่งพัฒนานวัตกรรม และนำมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าผลผลิตและเพิ่มผลิตภาพการผลิตเพื่อ

เป็นอาวุธสำคัญในการต่อสู้ในสนามแข่งขันของโลก และใช้ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน จึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทยที่จะต้องเร่งพัฒนาปัจจัยพื้นฐานทางยุทธศาสตร์ทุก ด้าน ได้แก่ การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ให้เป็นระบบโครงข่ายที่สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ การพัฒนาทุนมนุษย์และการปฏิรูปให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และมีความ รับผิดชอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงด้านกฎระเบียบและระบบการบริหารราชการแผ่นดิน โดย แผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 12 มุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดสิ่ง ใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนในสังคม ทั้ง ที่เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างถอนรากถอนโคนและการพัฒนาต่อยอด รวมถึงการใช้นวัตกรรมสำหรับ การพัฒนาสินค้าและบริการทั้งในระดับพื้นบ้านจนถึงระดับสูง ซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิตและความ เป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้าง ดังนั้นการพัฒนาในช่วง 5 ปีต่อจากนี้ไปจะเป็นช่วงที่มุ่งเน้นการ พัฒนابนฐานภูมิปัญญาที่เกิดจากการใช้ความรู้และทักษะการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัย และพัฒนา และการพัฒนานวัตกรรม นำมาใช้ในทุกด้านของการพัฒนา การพัฒนาที่มีความเป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ขยายและสร้างฐานรายได้ใหม่ที่ ครอบคลุมทั่วถึงมากขึ้นควบคู่ไปกับการต่อยอดฐานรายได้เดิม สังคมไทยมีคุณภาพและมีความเป็น ธรรม โดยจะมีที่ยืนสำหรับทุกคนในสังคมและไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง รวมถึงเป็นการพัฒนาที่เกิดจากการ ผันกำลังในการผลักดันขับเคลื่อนร่วมกันของทุกภาคส่วน (Thailand 4.0) ทั้งนี้ เพื่อให้การ ขับเคลื่อนการพัฒนาภายใต้แนวคิดและแนวทางดังกล่าวข้างต้นเกิดผลสัมฤทธิ์ได้ตามเป้าหมายในช่วง ระยะเวลาต่าง ๆ นอกจากนี้ในแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 12 ได้ เน้นย้ำถึงความจำเป็นที่จะต้อง ปรับเปลี่ยนกลไกการบริหารราชการแผ่นดินสำคัญ ๆ การปรับเปลี่ยนกฎหมายและกฎระเบียบใน หลายด้าน รวมถึงการปรับการบริหารจัดการให้มีธรรมาภิบาลในทุกระดับ ปลอดภัยไร้พั้ง และ ปรับเปลี่ยนทัศนคติของคนไทยในทุกภาคส่วนให้มีค่านิยมที่ดีงาม มีวินัย มีความรับผิดชอบ และมีความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง โดยยึดหลักการรักษาผลประโยชน์ของ ส่วนรวม และด้วยสภาพปัญหา ที่เรื้อรังและเชื่อมโยงกันซับซ้อนในขณะที่มีการเปลี่ยนแปลงของ ปัจจัยภายนอกประเทศที่จะส่งผลกระทบต่อพัฒนาประเทศไทยมากขึ้น การพัฒนาเชิงรุกเพื่อเสริมจุดแข็ง และการแก้ปัญหาจุดอ่อนดังกล่าวให้สัมฤทธิ์ผลได้อย่างจริงจังนั้น ต้องเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่าง ขนานใหญ่สำหรับประเทศไทยที่มีแผนแม่บทการพัฒนาระยะยาวเป็นกรอบแนวทางที่จะกำกับทิศทาง ดังนั้น ภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคมไทยจึงมีความตระหนักร่วมกันว่าประเทศไทยจำเป็นต้องมีการจัดทำ ยุทธศาสตร์ชาติ ให้เป็นแผนแม่บทที่กำหนดเป้าหมายอนาคตประเทศ ในระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) โดยวางแนวทางการพัฒนาหลักที่ต้องดำเนินการภายใต้ทุกรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง

เพื่อจะบรรลุเป้าหมายอนาคตของประเทศที่วางไว้ โดยที่แผนแม่บทการพัฒนาระยะยาวจะเป็นกรอบที่ช่วยกำกับให้การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในมิติต่าง ๆ มีบูรณาการกัน แผนพัฒนาและแผนเฉพาะด้านในระดับต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงเป็นลำดับที่เหมาะสม และสอดคล้องกันภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติและการกำหนดเป้าหมายในระยะยาวที่ชัดเจน ส่งผลให้ต้องมีความต่อเนื่องในการแก้ปัญหา รากเหง้าและการพัฒนาพื้นฐานให้แข็งแกร่ง รวมทั้งต้องมีปรับระบบการติดตามและประเมินผลให้สามารถกำกับให้เกิดความเชื่อมโยงจากระดับยุทธศาสตร์สู่การจัดสรรงบประมาณและการดำเนินงานในระดับปฏิบัติที่สอดคล้องกับเป้าหมายที่เป็นผลผลิต ผลลัพธ์และผลสัมฤทธิ์ในที่สุด

การพัฒนาภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จึงเป็น 5 ปีแรกของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579) สู่การปฏิบัติ โดยที่ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยได้กำหนดเป้าหมายอนาคตประเทศไทยในระยะ 20 ปี พร้อมทั้งประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางหลักที่จะขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายระยะยาวของประเทศที่ได้กำหนดไว้ โดยมีแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 เป็นเครื่องมือหรือกลไกสำคัญที่สุดที่ถ่ายทอดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579) สู่การปฏิบัติในลำดับแรกที่จะขับเคลื่อนไปสู่การบรรลุเป้าหมายในระยะยาวได้ในที่สุด โดยมีกลไกตามลำดับต่าง ๆ และกลไกเสริมอื่น ๆ ในการขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพตามเป้าหมาย

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้กำหนดเป้าหมายที่จะต้องบรรลุใน 5 ปีแรกอย่างชัดเจนทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การกำหนดเป้าหมายที่จะบรรลุในระยะ 5 ปี นั้น ได้พิจารณาและวิเคราะห์การต่อยอดให้เกิดผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินการต่อไปอีกใน 3 แผนจวบจนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 15 ในช่วงปี พ.ศ. 2575 - 2579 ซึ่งเป็นช่วงสุดท้ายของยุทธศาสตร์ชาติ การพัฒนาจะบรรลุเป้าหมายอนาคตประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วภายในปี 2579 ที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ เป้าหมายการพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ทั้งในระดับภาพรวมและรายสาขาของการพัฒนาจึงเป็นรายละเอียดและองค์ประกอบของเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ในทุกด้าน โดยที่แผนพัฒนาฯ ฉบับต่อ ๆ ไปก็จะกำหนดเป้าหมาย และแนวทางการพัฒนามารับช่วงเมื่อผ่าน 5 ปีแรกของช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ผ่านไป

2.3 ธุรกิจรูปแบบใหม่

หลายประเทศทั่วโลกที่มีแนวคิดในการประกอบอาชีพที่แตกต่างกันออกไปหลากหลาย อาชีพ บางอาชีพก็ประสบความสำเร็จจากการเริ่มต้น บางอาชีพก็ประสบความสำเร็จจากการลองผิดลองถูกมาเป็นระยะเวลายาวนาน บางอาชีพมีผู้ประกอบการหลายรายหันมาให้ความสนใจและต่อยอดธุรกิจโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยในการเพิ่มช่องทางการตลาด และส่งเสริมการขายมากขึ้น

โดยปีนี้เศรษฐกิจของประเทศตลาดเกิดใหม่ได้รับผลดีจากการค้าโลกที่แข็งแกร่งและการฟื้นตัวของราคาโภคภัณฑ์ ขณะที่ค่าเงินดอลลาร์สหรัฐอ่อนค่าลง และอัตราผลตอบแทนพันธบัตร

รัฐบาลสหรัฐฯ ที่อยู่ในระดับต่ำ ส่งผลดีต่อบดุลทางการเงิน ปัจจัยบวกจากภายนอกเหล่านี้จะมีผลน้อยลงในปีหน้า แต่ขอบเขตการลงทุนในประเทศตลาดเกิดใหม่ที่เชี่ยวชาญด้านสินค้าอุตสาหกรรม และการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์จะเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการเติบโตของการค้าโลกและราคาสินค้าโภคภัณฑ์โลกด้วย

ทั้งนี้ ประเทศจีน ถือเป็นประเทศตัวอย่างของการประกอบอาชีพที่มีความหลากหลาย ตลอดจนมีปัจจัยสู่ความสำเร็จ ดังนี้

ประเทศจีนมีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว มีพลวัตสูง และเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ (economic powerhouse) ของภูมิภาคและของโลกด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี และการพัฒนาประเทศแบบก้าวกระโดดกำลังเป็นที่จับตามองของทุกฝ่ายว่าการเติบโตนี้จะมุ่งไปในทิศทางใด

ปัจจุบันถนนทุกสายวิ่งสู่ประเทศจีนซึ่งมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลกรองลงมาจาก สหรัฐฯ และมีเงินทุนสำรองที่มากที่สุดในโลก โดยความสำเร็จนี้นำมาซึ่งความหวังกังวลและโอกาสโดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน

เมื่อเข้าสู่คริสต์ศตวรรษที่ 21 เศรษฐกิจของจีนได้ก้าวเข้าสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมอย่างก้าวกระโดด ในปัจจุบันเศรษฐกิจจีนมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของโลกรองจากสหรัฐฯ การขยายตัวของเศรษฐกิจจีนนับเป็นอัตราการขยายตัวที่สูงที่สุดในรอบ 30 ปี โดยมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าร้อยละ 10 ต่อปีมาโดยตลอด

ก่อนปี 1978 จีนเป็นประเทศยากจน ประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชนบทมีรายได้ต่ำมาก รวมทั้งในบางช่วง เช่น ในทศวรรษ 1960 มีผู้คนอดอยากล้มตายเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะช่วงการปฏิวัติวัฒนธรรมซึ่งนำโดย เหมา เจ๋อตง ซึ่งเน้นการใช้ระบอบคอมมิวนิสต์ พัฒนาเศรษฐกิจ การเกษตรและชนบท กลับปรากฏว่าไม่สามารถผลิตสินค้าเกษตรส่วนเกินเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ภาวะความอดอยากกระจายไปทั่ว อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับต่ำมากประมาณไม่เกินร้อยละ 3 - 4 ต่อปี

หลังปี 1978 ภายหลังจากการอสัญกรรมของเหมา เจ๋อตง แล้ว เต๋็ง เสี่ยว ผิง เลขาธิการพรรคคอมมิวนิสต์ของจีนได้ผลักดันแนวนโยบายนำประเทศไปสู่ความทันสมัย โดยใช้แนวทางของนโยบายทุนนิยมควบคู่ไปกับสังคมนิยมหรือการวางแผนสู่ส่วนกลางไปด้วย นโยบายที่สำคัญของการนำประเทศไปสู่ความทันสมัย อาทิ เช่น การอนุญาตให้มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ จัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษรอบ ๆ ชายฝั่งเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยเริ่มจาก 14 เมืองบริเวณชายฝั่ง และพื้นที่ 3 มณฑลรอบชายฝั่งเพื่อเป็นพื้นที่เปิดรองรับการลงทุนจากต่างประเทศ มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ เช่น ถนนหนทาง สาธารณูปโภค เพื่อดึงดูดนักลงทุน รวมทั้งสนับสนุนให้มีการปรับปรุงระบบกฎหมาย โดยเฉพาะระบบภาษีและแรงจูงใจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนให้มีการขยายตัวของการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม

การเติบโตของเศรษฐกิจจีนที่มีมาอย่างต่อเนื่องมีอยู่หลายปัจจัยที่สำคัญ อาทิเช่น บทบาทของภาครัฐบาล การเข้าเป็นสมาชิกของจีนในองค์การการค้าโลก (WTO) ขนาดตลาดที่ใหญ่ รวมทั้งศักยภาพทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ฯลฯ เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่ใช้ระบบเศรษฐกิจแบบผสม คือ ทั้งวางแผนจากส่วนกลางระดับหนึ่ง โดยเฉพาะการควบคุมการใช้ที่ดินซึ่งห้ามซื้อขายกันโดยเอกชน แต่สามารถกระทำได้โดยการเช่าระยะยาว และระบบทุนนิยมที่ใช้ระบบกลไกราคา ตลอดจนการมีบทบาทสำคัญในรัฐวิสาหกิจหรือบริษัทที่เป็นของรัฐเพื่อการพัฒนาประเทศ

ในปี 2014 บริษัทที่เป็นของรัฐ (State Owned Enterprise) นับเป็นตัวจักรขับเคลื่อนที่สำคัญของเศรษฐกิจจีน เพราะสามารถผลิตสินค้าและบริการได้มากกว่าร้อยละ 50 ของผลผลิตรวมของประเทศ และเป็นแหล่งการจ้างงานมากกว่าร้อยละ 50 ของแรงงานทั้งประเทศ โดยในการจัดลำดับความมั่งคั่งของนิตยสาร Fortune ในปี 2012 ของบริษัทขนาดใหญ่ที่สุด 500 บริษัทรัฐบาลที่ใหญ่ที่สุดในโลก พบว่า มีบริษัทของประเทศจีนติดอยู่ในอันดับถึง 165 แห่ง โดยเฉพาะธุรกิจและพลังงานด้านปิโตรเลียมสำคัญในการผลิตมาเป็นเศรษฐกิจที่ภาคอุตสาหกรรมและบริการมีความสำคัญใน GDP ในปี 2014 ภาคเกษตรมีสัดส่วนใน GDP เพียงร้อยละ 10.1 ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 45.3 และภาคบริการร้อยละ 44.6 โดยมีผลผลิตของ GDP เท่ากับ 14.726 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ มีแรงงานที่ทำงานในภาคเกษตรเท่ากับร้อยละ 36.7 ของกำลังแรงงานทั้งหมด ภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 28.7 และภาคบริการเท่ากับร้อยละ 34.6 (Economy of China - Wikipedia) โดยอุตสาหกรรมการผลิตที่สำคัญของจีน ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมชั้นนำของโลกในแง่มูลค่าของผลผลิตคือ เหมืองแร่และถลุงแร่ ถลุงเหล็กและเหล็กเส้น อลูมิเนียม และอลูมิเนียม ถ่านหิน อุปกรณ์ก่อสร้าง สิ่งทอ และเสื้อผ้า ปิโตรเลียม ซีเมนต์ เคมี ปุ๋ย สินค้าเพื่อการบริโภค เครื่องเล่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ การแปรรูปอาหาร อุปกรณ์การขนส่ง รถยนต์ และยานยนต์ต่าง ๆ

ในปัจจุบันบทบาทของจีน (ซึ่งรัฐบาลจีนมักจะเรียกประเทศของตนว่าเป็นประเทศกำลังพัฒนา) มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโลกหลายประการ คือ

- (1) เป็นประเทศผู้ส่งสินค้าออกเป็นอันดับหนึ่งของโลก
- (2) เป็นประเทศผู้นำเข้าสินค้าเป็นอันดับสองของโลก
- (3) เป็นประเทศผู้ส่งสินค้าทางด้านบริการเป็นอันดับ 4 ของโลก
- (4) เป็นประเทศผู้นำเข้าสินค้าทางด้านบริการเป็นอันดับ 3 ของโลก
- (5) เป็นประเทศอันดับหนึ่งที่เป็นผู้รับลงทุนต่างประเทศของประเทศกำลังพัฒนา
- (6) เป็นประเทศอันดับหนึ่งที่ไปลงทุนในต่างประเทศของประเทศกำลังพัฒนา

การเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์ของจีนเป็นไปอย่างก้าวกระโดดและก้าวล้ำหน้าประเทศอื่น ๆ ซึ่งเป็นการสะท้อนของการเติบโตทางเศรษฐกิจคนชั้นกลางและระดับเทคโนโลยี ในปี 2006 จีนเป็นประเทศผู้ผลิตรถยนต์เป็นอันดับ 3 ของโลก (รองจากสหรัฐฯ และญี่ปุ่น) และมีผู้ใช้รถยนต์สูงเป็นอันดับ 2 ของโลก การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมมีโดยตลอด โดยในปี 2010 จีนเป็นประเทศผู้ผลิตรถยนต์เป็นอันดับหนึ่งของโลก และเป็นตลาดรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดของโลก โดยประมาณว่าจำนวนรถยนต์ 18 ล้านคันที่ซื้อขายในจีน นอกจากนี้ในปี 1999 จีนสามารถส่งออกอะไหล่รถยนต์และ

รถยนต์ รวมถึงโรงงานผลิตรถยนต์หลายแห่งได้ไปตั้งโรงงานในจีน รวมทั้ง ฮอนด้า โตโยต้า ฯลฯ ในปี 2004 มีบริษัทชั้นนำในการผลิตรถยนต์เข้าร่วมลงทุนในจีนถึง 12 บริษัท ซึ่งผลิตรถยนต์ประเทศต่าง ๆ เช่น มินิแวนส์ รถบัส รถบรรทุก ฯลฯ ในปี 2003 จีนส่งออกรถยนต์ทุกประเภทรวมทั้งชิ้นส่วนของรถยนต์สูงถึง 4.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

จีนเดินหน้าเปิดประเทศ มุ่งสู่การเป็นประเทศทรงอิทธิพลภายในปี 2050 โดยมี Belt and Road Initiatives (BRI) เป็นโครงการสำคัญที่จะส่งเสริมการเปิดเสรีการค้าและการลงทุนของจีน ในระยะแรกจะเป็นการลงทุนเพื่อเชื่อมต่อเส้นทางคมนาคมทางบกและทางทะเลและการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษต่าง ๆ ในระยะต่อมาโอกาสทางการค้าและการลงทุนจะเพิ่มมากขึ้น โดยจีนเตรียมปรับแก้กฎหมายเพื่อส่งเสริมการแข่งขันเสรีระหว่างนักลงทุนชาวต่างชาติและชาวจีน พร้อมกันนี้จีนได้เริ่มเปิดเสรีภาคการเงินทั้งการยืดหยุ่นค่าเงินหยวนและการเปิดตลาดทุนเพื่อสนับสนุน BRI อีกทางหนึ่ง

แม้เศรษฐกิจการเกษตรของจีนจะมีความสำคัญลดลงเหลือประมาณร้อยละ 13 ของ GDP ในปี 2014 แต่เศรษฐกิจการเกษตรของจีนก็มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก จีนเป็นผู้ผลิตและบริโภคสินค้าเกษตรรายใหญ่ที่สุดของโลก แม้จีนจะมีพื้นที่ทำการเกษตรร้อยละ 7 ของพื้นที่ทางการเกษตรของโลกแต่สามารถผลิตเลี้ยงดูประชากร ผู้ทำงานในภาคเกษตรของจีนมีถึง 3,000 ล้านคน ซึ่งทำงานในขนาดของที่ดินการเกษตรเท่ากับประเทศสหรัฐฯ ทั้งประเทศ จีนเป็นผู้ผลิตสินค้าเกษตรรายใหญ่คือ ข้าว ข้าวสาลี ข้าวโพด ฝ้าย ยาสูบ มะเขือเทศ ถั่วเหลือง หมู ปลา โดยจีนเป็นผู้ส่งออกสำคัญโดยส่งออกสินค้าทางการเกษตรคือ ผัก ผลไม้ ปลา ผลิตภัณฑ์จากแป้งและเนื้อ โดยได้ส่งออกผ่านเมืองท่าฮองกง ผลผลิตต่อไร่ค่อนข้างสูง เนื่องจากการเกษตรแบบใช้พื้นที่ต่อไร่แบบเข้มข้น (Intensive cultivation) โดยจีนมีพื้นที่ทางการเกษตรคิดเป็นเพียงร้อยละ 3 ใน 4 ของสหรัฐฯ แต่จีนสามารถมีผลผลิตทางการเกษตร (ทั้งพืชและสัตว์) มากกว่าสหรัฐฯ ร้อยละ 30 และในอนาคตรัฐบาลจีนคาดว่าจะสามารถเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร โดยใช้เทคโนโลยี ปุ๋ย และสินค้าทุนอื่น ๆ มากขึ้น

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจจีน ซึ่งเกิดจากภาคส่งออกเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนนั้น ส่งผลให้จีนเป็นประเทศที่มีทุนสำรองระหว่างประเทศมากที่สุดในโลก โดยทุนสำรองอยู่ในรูปของเงินเหรียญสหรัฐ พันธบัตรรัฐบาล

แม้ว่าในปัจจุบันจีนเริ่มมีบทบาททางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในบริษัทของเศรษฐกิจโลก และคาดว่าในอีก 20 - 30 ปีข้างหน้า หากเศรษฐกิจของจีนยังขยายตัวในระดับสูงเหมือนกับที่เคยเป็นมา จะทำให้จีนกลายเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดของโลก แต่ไม่ได้หมายความว่าจีนจะเข้ามามีบทบาทแทนที่สหรัฐอเมริกาได้อย่างสมบูรณ์ เงินหยวนของจีนยังไม่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลเท่าที่ควร ระดับเทคโนโลยีและความก้าวหน้าของภาคอุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี รวมทั้งแสนยานุภาพทางการทหารยังเป็นรองสหรัฐฯ อยู่เป็นอันมาก ตลอดจนภาคธุรกิจการเงินที่ยังไม่ได้เปิดเสรีทางการเงินและมีตราสารอนุพันธ์ที่เป็นแหล่งระดมเงินทุนที่สำคัญในการพัฒนาประเทศและธุรกิจได้อย่างเต็มที่ การเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจของจีนที่ทรงอิทธิพลต่อเศรษฐกิจโลกจริง ๆ (เหมือนกับที่อังกฤษและสหรัฐฯ เคยเป็นมาในอดีต) อาจจะต้องใช้เวลาอีก

พอสมควร อย่างไรก็ตามประสบการณ์การพัฒนาของจีนในอดีตของจีนก็แสดงศักยภาพของเศรษฐกิจจีนที่พร้อมจะเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจของโลกในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ได้

2.4 SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมายดังนี้



- Strengths - จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ
- Weaknesses - จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ
- Opportunities - โอกาสที่จะดำเนินการได้
- Threats - อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงาน

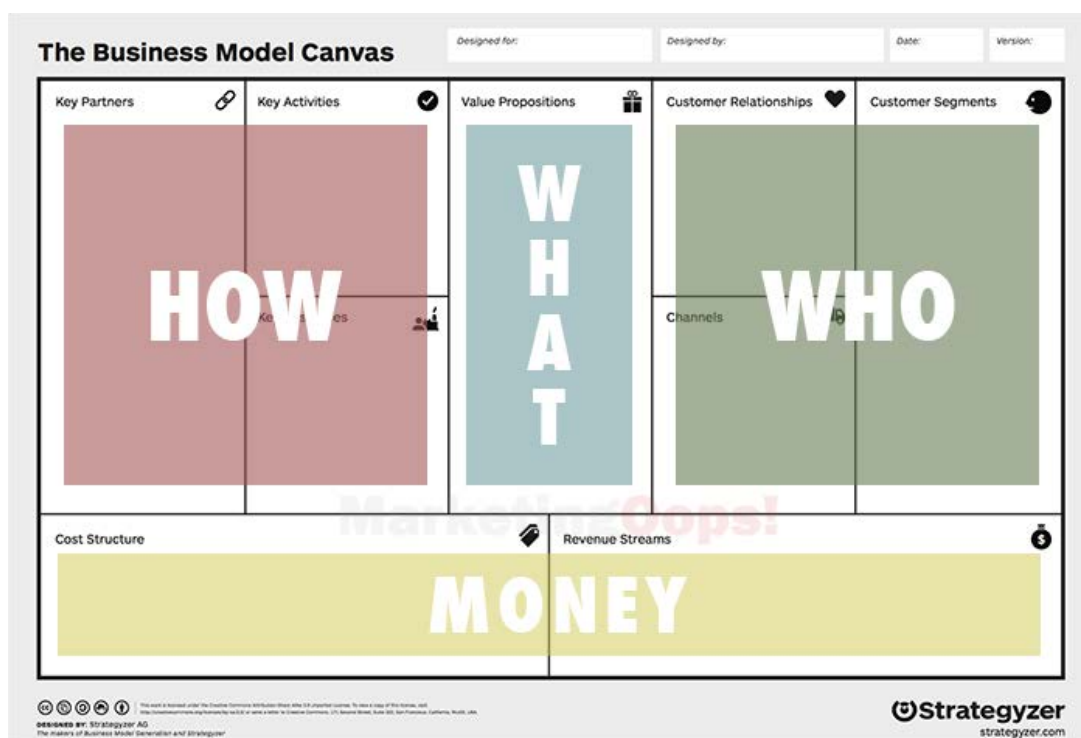
หลักการสำคัญของ SWOT คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้น การวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส - อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและ ภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้ว และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรในระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้เข้าใจถึงอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร จุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจจะทำลายผลการดำเนินงาน โอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายองค์กร ในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะ

เป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนามาในทางที่เหมาะสม ขั้นตอน / วิธีการดำเนินการทำ SWOT Analysis การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ทำให้มีข้อมูล ในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาบนจุดแข็งขององค์กร และ แสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อม หรือ ลดจุดอ่อนขององค์กรให้น้อยที่สุด

2.5 Business Canvas

หลักการแนวคิดของ Business Model Canvas ซึ่งเป็นแนวคิดที่พัฒนารูปแบบโดย Alex Osterwalder เป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจ ที่ทำให้มองเห็นธุรกิจของตนเองได้อย่างโปร่ง และทำให้ทีมรับรู้รูปแบบและปัญหาของธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะนำไปสู่ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาและระดมความคิด เพราะสามารถมองเห็นจุดเด่นจุดด้อยของตัวเองได้



ภาพที่ 2-1 Business Model Canvas

Business Model Canvas เป็นเทมเพลตสี่เหลี่ยมผืนผ้า แบ่งหัวข้อหลักออกเป็น 9 ช่อง แต่ละช่องจะช่วยให้มองเห็นรายละเอียดในธุรกิจของตัวเอง รวมทั้งจุดเด่นจุดด้อย และที่สำคัญ BMC จะช่วยให้ทีมมองเห็นภาพรวมของธุรกิจในทิศทางเดียวกัน รับรู้และเข้าใจได้พร้อมๆกันว่า ตอนนี้ปัญหาคืออะไร ตรงไหนต้องลด ตรงไหนต้องเพิ่ม การ brainstorm จะไม่สะเปะสะปะหรือหลงประเด็นซึ่งเป็นปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ง่าย

รายละเอียดในช่องแต่ละช่องมีรายละเอียดดังนี้

ช่องสีแดง คือ HOW ประกอบด้วย Key Partner, Key Activity, Key Resource

ช่องสีฟ้า คือ WHAT ประกอบด้วย Value Propositions

ช่องสีเขียว คือ WHO ประกอบด้วย Customer Relationship, Customer Segments, Channels

ช่องสีเหลือง คือ MONEY ประกอบด้วย Cost Structure, Revenue Structure

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการและขั้นตอนการดำเนินการศึกษาค้นคว้า การดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ตามลำดับต่อไปนี้

3.1 ระยะที่ 1 ศึกษาบริบทเบื้องต้นธุรกิจด้านดิจิทัล

3.2 ระยะที่ 2 การคัดเลือกผู้ประกอบการและการดำเนินงาน

3.2.1 การคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการวิจัยโดยกำหนดคุณสมบัติดังนี้

3.2.1.1 กลุ่มเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ประกอบการและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านดิจิทัล

3.2.1.2 ผู้ประกอบการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะเข้ารับการพัฒนา

3.2.1.3 ผู้ประกอบการสามารถเข้าร่วมโครงการได้ตลอดระยะเวลาของการดำเนินการโครงการ

3.2.2 การดำเนินงานดังนี้

3.2.2.1 ประชาสัมพันธ์ผู้เข้าร่วมโครงการ

3.2.2.2 รับสมัครผู้ประกอบการ

3.2.2.3 วิเคราะห์สรุปข้อมูลที่ได้จากการคัดเลือกผู้ประกอบการ

3.2.2.4 พัฒนาหลักสูตรอบรม เนื้อหาประกอบด้วย

3.2.2.4.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

3.2.2.4.2 รูปแบบการให้บริการและการเข้าถึงลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

3.2.2.4.3 รูปแบบการบริหารจัดการ กลยุทธ์ในการดำเนินงาน การวิเคราะห์สภาพการณ์ทางธุรกิจและการวางแผนธุรกิจปัญหาอุปสรรค SWOT

3.2.2.4.4 การได้เปรียบแข่งขัน ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร

3.3.2.4 จัดทำ Business Canvas อย่างน้อย 5 ธุรกิจ

3.3.2.5 ติดตามประเมินผล

3.3 ระยะที่ 3 จัดทำรายงานผลการดำเนินงานทั้งที่เป็นเอกสาร และสื่อในรูปแบบต่าง ๆ

3.3.1 การประเมินผู้ประกอบการด้านดิจิทัลที่เข้าร่วมกิจกรรม

3.3.2 สรุปผลการวิจัย

3.4 การกำหนดประชากร และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ระยะที่ 1 ศึกษาบริบทเบื้องต้นธุรกิจด้านดิจิทัลทั้งในและต่างประเทศ

3.1.1 รวบรวมข้อมูลที่ได้จากเอกสารต่าง ๆ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาบริบทเบื้องต้น เป็นการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษาดำรงเอกสาร และงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ได้กรอบแนวคิด เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย

3.1.2 สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดำเนินงานดังนี้

3.1.2.1 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อหาคำดัชนีความสอดคล้อง

ก) สร้างแบบสัมภาษณ์สอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (สัมภาษณ์เชิงลึก) ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้วัดความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ประกอบการหรือกิจการ โดยมีเนื้อหาที่หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ส่วนของข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา

ส่วนที่ 2 บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษา ประกอบด้วย

- รูปแบบการดำเนินธุรกิจ
- แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ
- จำนวนผู้ติดตาม
- จำนวนผู้กด LIKE ,VIEW
- แนวคิดสร้างสรรค์สำหรับนำมาใช้ในการก่อตั้งหรือขยายธุรกิจ ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูง
- การนำ Digital Platform หรือเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจที่แตกต่าง และโดดเด่นกว่ารูปแบบธุรกิจทั่วไป
- ระดับความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยี
- ที่ปรึกษาทางการเงิน / เงินทุน / หุ้นส่วน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงกลยุทธ์

- การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคของแต่ละสาขาธุรกิจ
- แนวทางในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจ
- ปัจจัยจำเป็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละสาขาธุรกิจ
- ปัญหา/อุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจของแต่ละสาขาธุรกิจ
- สิ่งที่คุณประกอบการต้องการให้หน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือ

ข) สร้างเอกสารประกอบการตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อเป็นเอกสารประกอบการพิจารณา การแสดงข้อคิดเห็น และประเมินค่า แบ่งออกเป็น 6 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ตอนที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 3 การออกแบบกรอบแนวคิดของรูปแบบ

ตอนที่ 4 คำจำกัดความ

ตอนที่ 5 สรุป

ตอนที่ 6 เอกสารอ้างอิง

3.1.3 รวบรวมข้อมูล

3.1.3.1 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการด้านดิจิทัล ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2562

3.1.3.2 ภายหลังเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำผลที่ได้มาวิเคราะห์

3.1.3.3 ทำการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักทางสถิติ สรุปและอภิปรายผล

3.1.4 สรุปผลข้อมูลบริบทธุรกิจด้านดิจิทัล

3.2 ระยะที่ 2 การคัดเลือกผู้ประกอบการและการดำเนินงาน

3.2.1 การคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการวิจัยโดยกำหนดคุณสมบัติดังนี้

3.2.1.1 กลุ่มเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ (Start-up) และกลุ่มผู้ประกอบการและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านดิจิทัลและข้อมูล

3.2.1.2 เป็นผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการรายใหม่

3.2.1.3 ผู้ประกอบการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะเข้ารับการพัฒนา

3.2.1.4 ผู้ประกอบการสามารถเข้าร่วมโครงการได้ตลอดระยะเวลาของการ

ดำเนินการโครงการ

3.2.2 วิธีการดำเนินงานดังนี้

3.2.2.1 ประชาสัมพันธ์ผู้เข้าร่วมโครงการ

3.2.2.2 รับสมัครผู้ประกอบการ

3.3.2.3 วิเคราะห์สรุปความข้อมูลที่ผู้เข้าร่วมโครงการ

3.3.2.4 พัฒนาหลักสูตรอบรม เนื้อหาประกอบด้วยการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการพลิกแพลงข้อมูล การสำรวจตรวจสอบข้อมูล การวิเคราะห์กลุ่มข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า การหาลูกค้า การรักษาและการพัฒนาลูกค้า รูปแบบข้อมูลสัมพันธ์ รูปแบบองค์กร และเทคนิคใหม่ ๆ ในการจัดการ

3.3.2.5 ถ่ายทอดเทคโนโลยีและจัดทำ Business Canvas อย่างน้อย 10 ธุรกิจ

3.3.2.6 ติดตามประเมินผล

3.3 ระยะที่ 3 มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

3.3.1 การประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการด้านดิจิทัลที่เข้าร่วมกิจกรรม

3.3.1.1 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อผู้ประกอบการเพื่อขอเชิญเป็นผู้ให้ข้อมูลในเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2561

3.3.1.2 ภายหลังเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ตามหลักสถิติ

3.3.1.3 ทำการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักทางสถิติ สรุป และอภิปรายผล

3.3.2 สรุปผลการวิจัย

3.4 การกำหนดประชากร และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการรายใหม่ด้านดิจิทัล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการรายใหม่ด้านดิจิทัล จำนวน 50 คน

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

มีรายละเอียดดังนี้

3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.5.1.1 ส่งแบบสัมภาษณ์ให้ผู้ใช้งานที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

3.5.1.2 หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าความสอดคล้องภายในของข้อคำถามรายข้อ (Internal Consistency) และค่าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ผู้วิจัยจะนำเสนอแบบสอบถามไปทดสอบก่อน (Pre-test) กับกลุ่มประชากรตัวอย่างคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บจริง

3.5.1.3 นำผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นมาปรับปรุงข้อคำถาม และจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการหลังจากรวบรวม และทำการตรวจสอบแบบสอบถามให้สมบูรณ์ จึงได้วิเคราะห์ผลโดยแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ

การวิเคราะห์ผลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับข้อคำถาม ใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (มณฑชัย, 2548) ดังนี้

มีความเห็นว่า สอดคล้อง กำหนดคะแนนเป็น 1

มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ กำหนดคะแนนเป็น 0

มีความเห็นว่า ไม่สอดคล้อง กำหนดคะแนนเป็น -1

จากนั้นนำมาแทนค่าในสูตรหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

โดยที่ IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency)

$$\sum R = \text{ค่าผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ}$$

$$N = \text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญ}$$

0.50 ถึง 1.00	หมายถึง	สอดคล้อง
-0.50 ถึง 0.49	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
-1.00 ถึง -0.49	หมายถึง	ไม่สอดคล้อง

การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ α หมายถึง สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

n หมายถึง จำนวนข้อ

s_i^2 หมายถึง คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ

s_t^2 หมายถึง คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ใช้สถิติเบื้องต้น ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน จำนวนนักเรียนในกลุ่มตัวอย่าง

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$S.D. = \sqrt{\frac{N\sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 X แทน คะแนนแต่ละคน
 N แทน จำนวนนักเรียน
 $\sum$ แทน ผลรวม

ขอบเขตของค่าเฉลี่ยที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นคือ

ค่าน้ำหนัก	ความหมาย
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

สูตร KR-20 ของ KuderRichardson (พรุณี , 2555 : 202)

$$r_{tt} = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum pq}{S^2} \right\}$$

เมื่อ r_{tt}	แทน ค่าความเชื่อมั่น
k	แทน จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
Σ	แทน ผลรวม
p	แทน สัดส่วนของผู้ตอบถูกในแต่ละข้อ
q	แทน สัดส่วนของผู้ตอบผิดในแต่ละข้อ
S^2	แทน ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

การวิเคราะห์หาค่าเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนผ่านระบบแนวคิด
ยูเอ็มแอลโดยใช้สูตร $E_1 : E_2$ ซึ่ง E_1 เป็นประสิทธิภาพของกระบวนการ และ E_2 เป็นประสิทธิภาพ
ของผลลัพธ์ (ชัยยงค์ , 2545 : 490-492)

$$E_1 = \frac{\sum x}{N} \times 100$$

$$E_2 = \frac{\sum F}{N} \times 100$$

เมื่อ

E_1 แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนเรียนที่คิดเป็นร้อยละ

E_2 แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนนหลังเรียนที่คิดเป็นร้อยละ

$\sum x$ แทน คะแนนรวมของนักเรียนจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียน

$\sum F$ แทน คะแนนรวมของนักเรียนจากการทำแบบทดสอบหลังเรียน

N แทน จำนวนนักเรียนทั้งหมด

A แทน คะแนนเต็มของแบบทดสอบก่อนเรียนทั้งหมด

B แทน คะแนนเต็มของแบบทดสอบหลังเรียน

บทที่ 4

ผลของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ โดยมีผลวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 4.1 ผลการพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่
- 4.2 ผลการพัฒนาหลักสูตรอบรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่
- 4.3 ผลสัมฤทธิ์ของผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่หลังอบรมสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01
- 4.4 ผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีและจัดทำ Business Canvas

4.1 ผลการพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่
ผลการพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ประกอบด้วย

- 4.1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ
- 4.1.2 รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ
- 4.1.3 รูปแบบการรับงาน/การเข้าถึงลูกค้า
- 4.1.4 รูปแบบการบริหารจัดการ
- 4.1.5 กลุ่มลูกค้า
- 4.1.6 กลยุทธ์ในการดำเนินงาน
 - ด้านผลิตภัณฑ์
 - ด้านราคา
 - ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
 - ด้านการส่งเสริมการตลาด/การขาย
 - ด้านการบริหารจัดการผู้ปฏิบัติงาน/ลูกจ้าง
 - ด้านกระบวนการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า

- 4.1.7 การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค
- 4.1.8 การได้เปรียบเชิงแข่งขัน
- 4.1.9 ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร

ผู้วิจัยได้กระทำกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คนโดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความเหมาะสมของแนวคิดภาพรวม และความเหมาะสมของแนวคิดของกระบวนการ

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบรูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ ใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ตารางที่ 4-1 ผลการประเมินพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่

ประเด็น/รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		สรุปผล
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
1. ความเหมาะสมของกรอบแนวคิด	4.23	0.59	มาก
2. ความเหมาะสมของแนวคิดของกระบวนการ	4.00	0.00	มาก
รวมทั้งสิ้น	4.26	0.36	มาก

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ทั้งหมด 2 ด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมากทุกด้าน โดยด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดที่สังเคราะห์ขึ้นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.26 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36

สรุปได้ว่าผลการประเมินรูปแบบ ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สามารถนำไปใช้งานได้

4.2 ผลการพัฒนาหลักสูตรอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่

ตารางที่ 4-2 รายละเอียดหลักสูตรการอบรม

หัวข้อหลักสูตร	จำนวนชั่วโมง	
	บรรยาย	ปฏิบัติ
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ - แนวคิดและกลยุทธ์เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ	2	-
รูปแบบการให้บริการและการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย - แรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ (เรื่องเล่าจากความสำเร็จ)	1	-
รูปแบบการบริหารจัดการ กลยุทธ์ในการดำเนินงาน - แนวคิดธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ เช่น การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการพลิกแพลงข้อมูล การสำรวจตรวจสอบข้อมูล การวิเคราะห์กลุ่มข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า การหาลูกค้า การรักษาและการพัฒนาลูกค้า รูปแบบข้อมูลสัมพันธ์ รูปแบบองค์กร และเทคนิคใหม่ ๆ ในการจัดการ	3	-
การวิเคราะห์สภาพการณ์ทางธุรกิจและการวางแผนธุรกิจ การวิเคราะห์ธุรกิจ - วิเคราะห์ภาวะความต้องการของตลาด (Demand) - วิเคราะห์ภาวะการตอบสนองทางการตลาด (Supply) - การจัดทำตารางเปรียบเทียบ Demand และ Supply ในอนาคต - การวิเคราะห์การจัดจำหน่าย ได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาด พื้นที่การจัดจำหน่าย ช่องทางการจำหน่ายและราคาสินค้า การวางแผนธุรกิจ - ข้อดีของการทำแผนธุรกิจ - การจัดทำแผนธุรกิจและวิเคราะห์ SWOT ในเบื้องต้น - วิเคราะห์และวางแผนธุรกิจด้วย Lean Canvas Model ในเบื้องต้น - การระบุลูกค้าเป้าหมาย และปัญหาของลูกค้า	5	7
การได้เปรียบแข่งขัน ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร และการวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจ		

หัวข้อหลักสูตร	จำนวนชั่วโมง	
	บรรยาย	ปฏิบัติ
ด้านการตลาด	3	-
- การสำรวจและวางแผนการตลาด		
- การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (เทคนิคการขาย)		
ด้านการผลิต	3	
- การจัดการวัตถุดิบ (แหล่งวัตถุดิบ/การจัดซื้อ/การจัดเก็บ)		
- ความสำคัญและแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์		
- การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (อย.)		
- กฎหมายที่เกี่ยวข้อง (คุณภาพ ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม)		
ด้านการจัดการองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคล	3	
- รายละเอียดการจัดตั้งธุรกิจ ทุนจดทะเบียน และการถือหุ้น		
- การจัดการโครงสร้างองค์กร การสร้างและบริหารทีมงาน		
ด้านการเงินและการลงทุน	3	
- การประมาณการยอดขาย		
- การประมาณการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายดำเนินงาน		
- การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน		
รวม	23	7

4.3 ผลสัมฤทธิ์ของผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่หลังอบรมสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตารางที่ 4-3 ผลเปรียบเทียบเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้ที่เข้ารับการอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ก่อนอบรม และหลังอบรม

แบบทดสอบ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ก่อนเรียน	30	23.53	2.330	7.603*	.000
หลังเรียน	30	19.30	1.968		

* ระดับนัยสำคัญที่ .01

จากตารางที่ 4-3 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลพบว่าเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้ที่เข้ารับการอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ คะแนนทดสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.4 ผลการสัมภาษณ์เพื่อจัดทำ Business Canvas

4.4.1 ธุรกิจ A

ชื่อบริษัท สถานที่ตั้ง ประวัติความเป็นมา

ชื่อบริษัท : บริษัท A

ประวัติความเป็นมา

บริษัท A ทำเกี่ยวกับธุรกิจทางสารสนเทศ ทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเป็นพาร์ตเนอร์กับทาง บริษัท IBM ซึ่งผู้ก่อตั้งมีความคิดในการสร้างบริษัทที่ให้บริการแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จึงมีการรวมทีมของคนที่เคยทำงานอยู่ในธุรกิจด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อที่จะทำงานในเรื่องของการให้บริการและพัฒนาซอฟต์แวร์ ในส่วนของ IBM Solution มายาวนานกว่า 10 ปี และได้มีการจดทะเบียนบริษัทในปี 2006 เริ่มแรกบริษัทก่อตั้งอยู่ที่ถนนศรีนครินทร์ ใกล้กับห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์ ซึ่งมีลักษณะเป็น Home office ทำให้ประสบปัญหาการเดินทางของพนักงาน หรือการไปให้บริการลูกค้า ทางผู้บริหารจึงมีนโยบายในการย้ายสถานที่ทำงานไปยังถนนพหลโยธิน เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเดินทางของพนักงานและการติดต่อกับลูกค้า

ประเภทธุรกิจ

บริษัท A พัฒนาซอฟต์แวร์และให้บริการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเน้นที่ซอฟต์แวร์และการบริการ ของบริษัท IBM รวมถึงทำเกี่ยวกับระบบโครงสร้างพื้นฐานความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ ซึ่งจะมีซอฟต์แวร์ที่สนับสนุนเกี่ยวกับเรื่องของความปลอดภัย เช่น farewell, antivirus เป็นต้น การทำ Data Loss Prevention (DLP) หรือ mail gateway เพื่อป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า จากการที่มีภัยคุกคามทางเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน อีกส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าในแง่ของการพัฒนาซอฟต์แวร์ ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าจะมีความต้องการจะพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อรองรับกับการทำงานที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เนื่องจากซอฟต์แวร์ประยุกต์ที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่สามารถตอบโจทย์ทางธุรกิจของลูกค้าได้ ทางบริษัทจึงมีวิธีการแก้ปัญหาหรือการให้บริการเพื่อมาตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการมองภาพรวมของ บริษัท A ดังนี้

Key Partners -IBM -McAfee -Trend Micro	Key Activities -ติดต่อเสนอโครงการให้กับลูกค้า -มีการจัดการความต้องการจากลูกค้า -บริหารโครงการ -พัฒนาซอฟต์แวร์ -ส่งมอบซอฟต์แวร์ให้กับลูกค้า -ให้บริการหลังการส่งมอบซอฟต์แวร์ -จัดการอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ -จัดหาพนักงาน Key Resources -อุปกรณ์สำนักงาน -พนักงานฝ่ายบุคคล -เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย -พนักงานพัฒนาระบบ -พนักงานทดสอบระบบ	Value Proposition -ซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพ -บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ	Customer Relationships -มีการออกบูธกิจกรรมกับลูกค้า -มีบริการหลังการขาย Channels -ติดต่อบริษัทโดยตรง -ติดต่อผ่านทาง Partner	Customer Segments -ธุรกิจแบงก์ -ธุรกิจรายใหม่ที่ใช้โซลูชันเดียวกัน -ธุรกิจบอกต่อ/ใช้ซ้ำจากลูกค้าเดิม
Cost Structure -ค่าเช่าสำนักงาน -ค่าเงินเดือน/OT พนักงาน -อุปกรณ์สำนักงาน -ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการพัฒนา -ค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง -ติดต่อประสานงานลูกค้า	Revenue Streams -รายได้จากการขายซอฟต์แวร์ -รายได้จากการให้บริการหลังการขายซอฟต์แวร์			

รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Activities, Cost)

ทางบริษัท A มีการให้บริการกับลูกค้าโดยตรง ส่วนใหญ่ลูกค้าของทางบริษัทจะอยู่ในรูปแบบของบริษัทขนาดกลางขึ้นไป โดยทางบริษัทไม่ได้ให้บริการให้กับลูกค้ารายย่อยทั่วไป ซึ่งกลุ่มลูกค้าจะเป็นบริษัทที่ต้องการใช้งาน IT solution ต่างๆ สรุปการให้บริการมี 2 แบบ คือ 1. ขายตรงให้กับทาง end-user ที่เป็นองค์กรต่างๆ 2. ขายขาดเป็น sub contact กับลูกค้า

รูปแบบการให้บริการและการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Channels)

บริษัทกูรูเซอร์วิสเป็นผู้พัฒนาและให้คำปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีแก่ลูกค้า โดยกลุ่มลูกค้าของทางบริษัทจะเป็นกลุ่มองค์กรขนาดกลางขึ้นไป ส่วนมากจะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธนาคาร เช่น ความปลอดภัยทางการเงิน และนอกจากนี้ มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโรงงาน การเข้าไปให้บริการลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ของทางบริษัทจะเป็นลูกค้าเดิมที่เคยใช้บริการ ส่วนมากลูกค้าก็กลับมาใช้บริการต่อ เพราะมีการไว้ใจกับทางผู้พัฒนา ที่สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างดี

รูปแบบการบริหารจัดการ (Resource)

ทางบริษัท A ได้ให้ความสำคัญกับการรักษาพนักงาน ส่วนพนักงานที่เข้ามาทำงานใหม่ ทางบริษัทได้มีการส่งพนักงานไปอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถอยู่ตลอดเวลา หรือในบางโครงการ ทางบริษัทได้มีการจ้างพนักงานชั่วคราวที่มีความไว้วางใจ ในการที่ให้บริการลูกค้าของทางบริษัท

การกำหนดกลุ่มลูกค้า (customer segments) และพันธมิตร (partner)

ทางบริษัท A เน้นการขายโครงการให้กับบริษัท โดยเจาะจงไปที่ความปลอดภัยทางการเงินของธนาคาร และกลุ่มลูกค้าอื่นด้วย ปัจจุบันมีลูกค้าที่มีความต้องการเรื่องการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อให้ตอบสนองทางธุรกิจค่อนข้างเยอะ พันธมิตรหลักๆ ของบริษัท คือ การเสนอวิธีการแก้ไขปัญหา กับผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท IBM และบริษัทอื่นๆ เช่น McAfee, Trend Micro เป็นต้น

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน เช่น กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา

ทางบริษัท A เน้นขายประสบการณ์การทำงานของพนักงาน และขายบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากทางบริษัทเล็งเห็นว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญ จึงพยายามพัฒนาให้มีทักษะและความสามารถอยู่ตลอดเวลา เน้นคุณภาพของการบริการเป็นหลัก

การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค SWOT

Strengths (จุดแข็ง) ของบริษัท ได้แก่

- มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
- มี Reference Site
- Connection ต่อยอด
- ภาพพจน์ของบริษัทและการบริการที่ดี
- มีความสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

Weaknesses (จุดอ่อน) ของบริษัท ได้แก่

- ไม่รับงานขนาดใหญ่
- จำนวนคนน้อย
- ราคาค่อนข้างสูง
- Reference ยังไม่หลากหลาย

Opportunities (โอกาส) ของบริษัท ได้แก่

- Banking Finance เยอะ นโยบายของแบงก์ชาติ
- การเติบโตของตลาดทางด้านไอทีอย่างต่อเนื่อง
- ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลในทางด้านไอที
- ทัศนคติที่ดีต่อสินค้าของลูกค้า
- การขยายตัวทางธุรกิจ เทคโนโลยีของกลุ่มลูกค้า

Threats (อุปสรรค) ของบริษัท ได้แก่

- คู่แข่งเยอะ
- ต้นทุนสูง
- คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดได้ง่าย

การได้เปรียบเชิงแข่งขัน

ทางบริษัท A ได้มีลูกค้าหลักมีอยู่ 2 ประเภท คือ

ลูกค้าเก่า ที่มีความต้องการในการพัฒนาและปรับปรุงซอฟต์แวร์ขององค์กรให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

ลูกค้าใหม่ เนื่องจากมีพนักงานของบริษัทที่มีประสบการณ์สูง รวมถึงการเป็นพาทเนอร์กับ IBM มานาน ทำให้มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการใช้บริการกับทางบริษัท

ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร (Value proposition, Revenue)

รายได้ของบริษัท กระจายอยู่ขึ้นอยู่กับโครงการแต่ละโครงการเนื่องจากมีโครงสร้างที่แตกต่างกัน เช่น บางโครงการมีลิขสิทธิ์ของซอฟต์แวร์เป็นหลัก บางโครงการมีการบริการเป็นหลัก จึงทำให้รายได้ของบริษัทในแต่ละปีมีความแตกต่างกัน

รูปแบบการนำ ERP เข้าไปใช้ในองค์กร (ERP)

ทางบริษัท A ได้เน้นมุ่งเน้นในด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์และการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหลัก โดยหลังจากการติดตั้งซอฟต์แวร์ให้กับทางลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทางบริษัทจะมีการให้บริการหลังการขาย เช่น เมื่อลูกค้าเกิดปัญหาในการใช้งานซอฟต์แวร์ สามารถสอบถามข้อมูลต่างๆ รวมถึงการปรับปรุงซอฟต์แวร์เพื่อตอบสนองกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 4-4 การสัมภาษณ์ธุรกิจบริษัท A จำกัด

คำถาม	คำตอบ
สวัสดีค่ะ เป็นตัวแทนมาสัมภาษณ์เกี่ยวกับธุรกิจสารสนเทศกับคุณB เป็นผู้ตอบคำถามให้กับเรา เริ่มต้นด้วย ชื่อบริษัท สถานที่ตั้ง ประวัติความเป็นมา	สถานที่ตั้งเราอยู่ที่ตึกพหลโยธินเพลส ใกล้กับ BTS อารีย์ ประวัติความเป็นมา ก็คือ พี่นายทางmdทำเกี่ยวกับ IT เกี่ยวกับ IBM Solution แล้วเค้าก็มีความคิดว่าอยากจะสร้างบริษัทที่ให้บริการกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ก็ได้มีการรวมทีมของคนที่เคยทำงานอยู่ในธุรกิจด้าน IT มาร่วมงานกัน เพื่อที่จะทำงานในเรื่องของการ provide development และในส่วนของ IBM solution ทำมาแล้วมากกว่า 10ปี
แสดงว่าบริษัทเปิดมากกว่า 10 ปีแล้ว	บริษัทจดทะเบียนบริษัทจดทะเบียนปี 2006 ก็ประมาณ 12ปี จริงๆคนที่ทำงานเขามีประสบการณ์ที่เกี่ยวกับ Solution มาก่อนหน้านั้นมาเป็น 10 ปี และก็มาก่อตั้งบริษัทด้วยกัน
แล้วบริษัทตั้งอยู่ที่ตึกพหลโยธินเพลสตั้งแต่แรกหรือป่าวคะ	พี่ย้ายมาอยู่ประมาณปี 2013 จนถึงปัจจุบัน เริ่มแรกบริษัทก่อตั้งอยู่ที่ถนนศรีนครินทร์ ใกล้ๆซีคอนสแควร์ เป็น Home office ประสบปัญหาการเดินทางของพนักงาน หรือการไปsupportลูกค้า ซึ่งค่อนข้างที่จะไกลจากลูกค้า ซึ่งส่วนมากจะอยู่ในโซนเมือง มีนโยบายในการย้ายสถานที่ทำงานเพื่อให้ใกล้กับลูกค้า ใกล้ BTS ตอบสนองพนักงานให้ทำงานได้สะดวกขึ้น
ประเภทของธุรกิจขององค์กรที่ guru service เป็นอย่างไรบ้าง	system integrator ทำด้าน implement ซึ่งจะ implement ในส่วนของ solution ที่เป็น middleware เน้น solutionของพวก IBM หรือ product ของ IBM รวมถึงทำเกี่ยวกับพวก infrastructure security ก็จะมี solution ที่สนับสนุนเกี่ยวกับเรื่องของ security พวก firewall antivirus การทำ DLP หรือการทำพวก mail gateway เพื่อทำปกป้องลูกค้า จากการที่มีภัยคุกคามอีกส่วนหนึ่งเกี่ยวกับ support ลูกค้าในแง่ของ Development ส่วนมากลูกค้าก็จะมี requirement ว่าอยากจะพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อรองรับกับการทำงานที่ specific ตรงกับ requirement ของลูกค้า เพราะ packages ที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่ตอบโจทย์ลูกค้า เราก็จะมี solution หรือการ support เพื่อมาเพิ่มเติมในส่วนนั้น
รูปแบบของธุรกิจขององค์กรที่ guru service เป็นอย่างไรบ้างคะ	ขายตรงกับทางลูกค้า ลูกค้าของเราส่วนใหญ่จะเป็นบริษัท ไม่ได้ขายตรงที่ลูกค้าทั่วไป กลุ่มลูกค้าก็เป็นบริษัทที่ต้องการใช้งาน IT solution ต่างๆ ต้องยอมรับว่าในตลาดด้าน IT มีเจ้าหลักๆที่เข้า ลูกค้าเจ้านั้นมีconnection เยอะอยู่แล้ว โดยเฉพาะพวกงานราชการ งานพวกนี้เนื่องจากเรามี service ที่ค่อนข้างแข็งแกร่ง partnerที่เค้าไม่ได้มี service ตรงนั้น แต่เค้ามี connection ที่ดีกับลูกค้า ก็จะมีการ sub serviceให้กับเรา ในการที่ช่วยให้เพิ่มเติมความต้องการของลูกค้าที่มี connection อยู่สรุปมี 2แบบ แบบที่1 ขายตรงให้กับทาง end-userที่เป็นองค์กรต่างๆ หรือแบบที่2 ก็จะเป็นแบบขายขาด เป็น

คำถาม	คำตอบ
	sub contact กับลูกค้า
ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายขององค์กรที่ guru service เป็นอย่างไรบ้างคะ	เป็น solution ที่ขายกับลูกค้า กลุ่มองค์กรขนาดกลางขึ้นไป ส่วนมากก็จะเป็น ธุรกิจที่เกี่ยวกับธนาคาร เป็นพวก finance security มีกลุ่มโรงงานบ้าง ประปราย การเข้าไปให้บริการลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีขั้นตอน ลูกค้าก็จะได้มาจาก เจ้าของ product หรือ partner มีการ lead op ส่งงานให้กับเรา เพื่อที่จะติดต่อกับทาง end user เพิ่มเติม หรือ ลูกค้าเดิมที่เคยให้บริการ ส่วนมากลูกค้าก็กลับมาใช้บริการต่อ เพราะมีการไว้ใจกับทาง engineer ที่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างดี
รูปแบบการบริหารจัดการของ องค์กรที่ guru service เป็น อย่างไรบ้างคะ	ในมุมมองของทาง engineer ก็จะพยายามรักษาให้อยู่กับเราไว้ ส่วน staff ที่เข้ามาใหม่ ทำให้เขามีความรู้มากขึ้น หรือบางงานอาจจะมีการ sub contract บ้างที่เรามีความไว้วางใจ เชื่อใจ ในการที่จะให้เค้า support ลูกค้าของเรา เรื่องของ resources อื่นๆ เนื่องจาก solution ขาย software เป็นหลัก เพราะฉะนั้น software ที่เราเอามาทำ testเอง ซึ่งเจ้าของ product ก็ จะ provide ตรงนั้นให้กับเรา เช่น ibm หรือ trend micro มีโปรแกรมให้ partner สามารถที่จะสมัครหรือโหลด software และทดสอบให้กับทางลูกค้า ได้ การส่งเสริมพนักงาน พยายามให้พนักงานเข้าฝึกอบรม ส่งพนักงานไปอบรมในด้านที่ตนเองชอบ
การกำหนดกลุ่มลูกค้าของบริษัท หรือพันธมิตรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ บริษัท	ซึ่งเน้นการขายบริษัท ซึ่งกลุ่มที่เจาะจงคือ banking finance, security เป็นหลัก และกับกลุ่มลูกค้าอื่นด้วย ปัจจุบันมีลูกค้ามีความต้องการเรื่อง integration ค่อนข้างเยอะ พันธมิตรหลักๆ ของบริษัท คือ การทำ solution กับทางผลิตภัณฑ์ของทาง IBM และอื่นๆ เช่น McAfee, Trend Micro เพื่อเสนอ solution ให้กับลูกค้า
ในแง่ของการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคขององค์กร พอจะอธิบาย ได้บ้างมั๊ยคะ	จุดแข็งและจุดอ่อน จุดแข็ง - ส่วนใหญ่เน้นขายคน ขายประสบการณ์ที่ส่งให้กับลูกค้า ลูกค้าที่เป็นองค์กรไว้วางใจในเรื่องประสบการณ์ของคนเป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องการ support หรือการ development - มีพาทเนอร์ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ (IBM) - มี reference site ต่างๆ เคยทำให้กับที่ไหนมาบ้าง เพื่อที่จะเสนอให้กับลูกค้า จุดอ่อน - เน้นบริษัทที่ไม่ใหญ่มาก บางครั้งมีงานเข้ามา บางครั้งก็อาจจะรับไม่ได้ - ราคาค่าบริการ กับค่าใช้จ่าย

คำถาม	คำตอบ
	- บางงานเพิ่มเริ่มทำ ยังไม่มีประสบการณ์มาก - ปัจจัยภายนอกในส่วนของโอกาสและอุปสรรค โอกาส - ทำตลาดกับ banking finance นโยบายแบงค์ชาติมีข้อกำหนดต่างๆ ทำให้ลูกค้ามีความต้องการต้องปรับปรุง ด้านโครงสร้างด้านความปลอดภัยต่างๆ ให้เข้ากับนโยบายขององค์กรต่างๆ เพื่อที่จะตอบโจทย์ของลูกค้าได้ - ในปัจจุบันองค์กรต่างๆ ก็ใช้ไอทีเพื่อที่จะขายให้กับลูกค้า เช่น ธนาคารออนไลน์ ทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างพื้นฐานในองค์กรเพื่อตอบสนองการทำงาน อุปสรรค - คนเข้ามาทำตลาดค่อนข้างง่าย start up เยอะ - คู่แข่งเยอะทั้งคู่แข่งเดิม และคู่แข่งรายใหม่ - ต้นทุนด้านค่าแรงค่อนข้างสูง
มีการได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาดอย่างไรคะ	ลูกค้าของบริษัทหลักมีสองทาง คือ ลูกค้าเก่า ที่มีความต้องการมาเรื่อยๆ ลูกค้าใหม่ เนื่องจากมีพนักงานของบริษัทที่มีประสบการณ์สูง รวมถึงการเป็นพาร์ทเนอร์กับ IBM มานาน
กลยุทธ์ในการดำเนินงานหรือการขายสินค้าบริการ	เน้นขายคนขายบริการ เนื่องจากบริษัทมองว่าพนักงานเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญ จึงพยายามทำให้มีทักษะและมีความสามารถมากที่สุด เน้นคุณภาพของการบริการเป็นหลัก
กลยุทธ์ด้านการตลาดของทางบริษัทเป็นอย่างไร	ในแง่ของการตลาดทางบริษัทเน้นที่ด้านโครงการมากกว่า โดยมีการทำโปรโมชั่นให้กับลูกค้า เช่น Integration รวมกับ License ในราคาที่ถูกลง
การทำกำไรเชิงธุรกิจของทางบริษัทเป็นอย่างไร	ขึ้นอยู่กับรายได้ในแต่ละปีของทางบริษัท เนื่องจากโครงการแต่ละโครงการมีโครงสร้างต่างกัน เช่น บางโครงการมีลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์เป็นหลัก บางโครงการมีการบริการเป็นหลัก
หัวใจสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นอย่างไร	อาจจะต่างกับสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ เนื่องจากเน้นฐานโครงการ เป็นหลัก โดยหลังจากการ Implement เสร็จ มีการบริการหลังการขายในแง่ของการที่ลูกค้ามีปัญหา สามารถสอบถามข้อมูลต่างๆ รวมถึงการอัปเดตผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น

4.3.2 ธุรกิจบริษัท B

ชื่อบริษัท สถานที่ตั้ง ประวัติความเป็นมา

บริษัท B

บริษัทเกิดจากกลุ่มพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมแล้วมีความสนใจประกอบกับมีช่องทางที่สามารถประกอบธุรกิจด้วยตัวเองได้ จึงจัดตั้งบริษัทขึ้นมาภายใต้ชื่อ เซนต์เซอร์เฮาส์ โดยประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์เซ็นเซอร์(Sensor), อุปกรณ์เซฟตี้(Safety), กล้องตรวจจับวัตถุ(Machine Vision)และอุปกรณ์อ่านบาร์โค้ด(Fixed Barcode Scanner) พร้อมทั้งมีบริการหลังการขายทั้งในส่วนของการติดตั้งและซ่อมบำรุง

ประเภทธุรกิจ

เป็นธุรกิจแบบนิติบุคคล ในรูปแบบบริษัทจำกัด ใช้ทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท

Key Partner	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Datalogic เป็นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเซนต์เซอร์	จัดจำหน่ายและติดตั้งเซนต์เซอร์ สำหรับใช้งานในโรงงานอุตสาหกรรม	เมื่อลูกค้าซื้อเซนต์เซอร์ไปใช้ในอุตสาหกรรม ลูกค้าสามารถลดอัตราการจ้างคนในการทำงาน และงานที่ได้มีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำสูง	ปัจจุบันผู้บริหารและฝ่ายขายเข้าไปรับฟังปัญหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า จากนั้นจัดตั้งทีมงานเพื่อมาดูแลและแก้ไขปัญหาลูกค้าแต่ละรายโดยตรง	ลูกค้าเป็นกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ที่มีอัตราการผลิตเป็นจำนวนมาก เช่น • Machine Maker • Home Application: Samsung • Tire: Bridgestone, Michelin • Food & Beverage: Coca-Cola, Pepsi
	Key Resources		Channels	
	• พนักงานในบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในตัวสินค้า และการให้บริการ • สินค้าที่มีคุณภาพ		• Telephone • Website • Sales representative • Email	
Cost Structure			Revenue Streams	
• ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด • ค่าใช้จ่ายด้านการ Support ลูกค้า • ค่าใช้จ่ายด้านการบริหาร • ต้นทุนในด้านการนำเข้าสินค้าจากยุโรป			• รายได้จากการขายสินค้าและบริการหลังการขาย	

รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Activities, Cost)

ดำเนินธุรกิจในรูปแบบซื้อมาขายไป(Trading business)

รูปแบบการบริหารจัดการ (Resource)

บริษัทมีการบริหารจัดการในรูปแบบตามสายงานหลัก (Line Organization Structure) โดยเป็นการแบ่งทีมตามรูปแบบการทำงาน มีการบังคับบัญชาเป็นชั้นๆจากบนลงล่าง

การกำหนดกลุ่มลูกค้า (customer segments) และพันธมิตร (partner)

บริษัทเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรเป็นส่วนประกอบหลักในการทำงาน โดยเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าบริษัทสัญชาติยุโรปมากที่สุด เพราะเนื่องจากสินค้าของบริษัทเป็นสินค้านำเข้าจากยุโรป ทำให้บริษัทยุโรปให้ความเชื่อถือมากกว่าทั่วไป รองลงมาเป็นกลุ่มลูกค้าบริษัทสัญชาติไทยและบริษัทสัญชาติญี่ปุ่น ซึ่งกลุ่มลูกค้าบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นจะขายได้ประมาณ 50%ของการไปเสนอขาย เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นชาติที่มีความเป็นชาตินิยมสูงมาก ทำให้กลุ่มลูกค้าบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นมักจะเลือกสินค้าจากประเทศตัวเอง หรือไม่ก็เลือกผู้ขายที่เป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นเหมือนกัน ในส่วนของพันธมิตรหรือบริษัทที่ทางบริษัทเซนต์เซอร์เฮาส์ได้เป็นตัวแทนจำหน่าย ซึ่งบริษัทเซนต์เซอร์เฮาส์ได้รับ license รับรองให้เป็นตัวแทนจำหน่ายเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย โดยมีการนำยอดขาย วิธีการดำเนินงานต่างๆไปนำเสนอกับบริษัทผู้ผลิตเพื่อขอเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ

รูปแบบการให้บริการและการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Channels)

บริษัทมีรูปแบบการเข้าถึงลูกค้าโดยใช้พนักงานขายได้ติดต่อไปตามบริษัทอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อนำเสนอเบื้องต้น หากว่าลูกค้ามีความสนใจ ก็จะมีทีมพนักงานขายอีกทีม ไปทำการนำเสนอและสาธิตการใช้งานที่บริษัทลูกค้า และมีรูปแบบให้ลูกค้าทดลองใช้งานตัวสินค้าได้ด้วยเป็นระยะเวลาประมาณ 1-2 อาทิตย์ ซึ่งหลังจากปิดการขายได้ทางบริษัทก็มีบริการหลังการขาย เป็นการบริการในส่วนการบำรุงรักษา ซ่อมแซมและรับประกันสินค้า

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน เช่น กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา เป็นต้น

บริษัทเน้นการเข้าถึงลูกค้าโดยตรง และเน้นประสิทธิภาพบริการหลังการขาย โดยจะมีการติดตามลูกค้าเก่าอยู่ตลอด มีการจัดเก็บข้อมูลการให้บริการทุกครั้งเพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแล้วเกิดการแนะนำบอกต่อ ในส่วนของผลิตภัณฑ์มีการจัดโปรโมชั่นให้แก่ลูกค้าประจำ หรือมียอดการสั่งซื้อที่สูง

การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค

- สินค้าเป็นสินค้านำเข้าจากยุโรปทั้งหมด จึงมีต้นทุนของสินค้าที่สูง
- ใช้เวลานานในการปิดการขายแต่ละครั้ง เนื่องจากต้องมีการนำเสนอให้ลูกค้าเห็น และให้ทดลองใช้งานสินค้า รวมทั้งมีการติดตั้งที่ใช้เวลานาน

การได้เปรียบเชิงแข่งขัน

- สินค้าเป็นสินค้านำเข้า มีคุณภาพสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศ
- สินค้าที่จำหน่าย ทางบริษัทได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายเพียงรายเดียวในประเทศไทย
- สามารถขายสินค้า พร้อมบริการหลังการขายได้
- สินค้าบางชนิด ทางบริษัทมีจำหน่ายเพียงรายเดียวเท่านั้นในประเทศไทย

ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร (Value proposition, Revenue)

บริษัทมีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจสูง เนื่องจากในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตและการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมสูง ทั้งการเข้ามาทำธุรกิจของต่างชาติในประเทศไทยที่มีอัตราเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งโรงงานอุตสาหกรรมทุกแห่งต้องมีการใช้เซนเซอร์ในการควบคุมการทำงาน ทำให้สินค้าของบริษัทมีความต้องการทางตลาดสูง สวนทางกับคู่แข่งที่ยังมีไม่มากทำให้การแข่งขันในธุรกิจประเภทนี้ยังไม่สูงมาก โดยบริษัทเซนส์เซอร์เฮาส์สามารถทำกำไรและคืนทุนได้ภายในระยะเวลาเพียงแค่ 1 ปีเท่านั้น

รูปแบบการนำ ERP เข้าไปใช้ในองค์กร

บริษัทยังไม่ได้มีการนำระบบ Customer Relationship Management (ERP) มาใช้ในองค์กรแบบเต็มรูปแบบ ปัจจุบันใช้วิธีผู้บริหารและฝ่ายขายเข้าไปรับฟังปัญหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า จากนั้นจัดตั้งทีมงานเพื่อมาดูแลและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าแต่ละรายโดยตรง โดยใช้วิธีการจัดเก็บประวัติการติดต่อลูกค้า เช่น คำร้องเรียน ข้อติชม การบริการหลังการขาย ซึ่งจัดเก็บข้อมูลบน Microsoft Excel และแต่ละสัปดาห์มีการทำรายงานสรุปปัญหาและนำเสนอในที่ประชุมเพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาาร่วมกันระหว่างทีม

ตารางที่ 4-5 บทสัมภาษณ์ธุรกิจบริษัท B

คำถาม	คำตอบ
ชื่อบริษัท	บริษัท B
สถานที่ตั้ง	
จัดตั้ง	พฤษภาคม 2555
ประวัติความเป็นมา	ก่อนจัดตั้งบริษัทก็เป็นพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมอยู่แล้ว และมีกลุ่มลูกค้าเดิมที่เป็น contact จากการทำงานที่เดิม และดูว่ามีช่องทางที่สามารถออกมาทำธุรกิจส่วนตัวได้ จึงรวบรวมสมาชิกและจัดตั้งบริษัทขึ้นมา
จำนวนสมาชิกตอนก่อตั้ง	6 คน เป็นคนไทย 5 คน สิงคโปร์ 1 คน
จำนวนพนักงานในปัจจุบัน	ประมาณ 20-30 คน
วิสัยทัศน์ของบริษัท	Believes in us
ประเภทธุรกิจ	ขายสินค้าประเภทอุปกรณ์ไฟฟ้าอัตโนมัติในโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นทั้งแบบซื้อมาขายไป, เป็นตัวแทนจำหน่าย
รูปแบบการเดินธุรกิจ	เป็นการดำเนินงานในรูปแบบบริษัทจำกัด มีงบประมาณในการจัดตั้งบริษัท 5 ล้านบาท
รูปแบบการให้บริการและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า	เซลล์เข้าหาลูกค้าโดยตรง
รูปแบบการบริหารจัดการ	1. พนักงานทุกคนขึ้นตรงกับเจ้าของบริษัท 2. เปิดโอกาสให้พนักงานเสนอความคิดเห็นได้ แต่การตัดสินใจอยู่ที่ผู้บริหารเท่านั้น 3. ต้องแต่งกายสุภาพทั้งที่อยู่บริษัทและไปหาลูกค้า มีเสื้อของบริษัทให้ และไม่อนุญาตให้ใส่เสื้อยัด 4. อำนาจในการตัดสินใจพนักงานสามารถตัดสินใจได้ตามขอบเขตงานที่รับผิดชอบ ถ้าหากไม่สามารถตัดสินใจได้ก็ต้องแจ้งตรงมาที่หัวหน้า

คำถาม	คำตอบ
การกำหนดกลุ่มลูกค้า และพันธมิตร	- แบ่งกลุ่มลูกค้าแยกตามประเภท product ของลูกค้า เช่น - Food & Beverage เช่น โค้ก, เป๊ปซี่ - Tire เช่น Bridgestone, มิชลิน - Machine maker - Home Application เช่น SAMSUNG - จัดตั้งบริษัทลูก ขายสินค้าประเภทสายไฟ เพื่อสามารถทำงานร่วมกันได้
กลยุทธ์ในการดำเนินงาน	เน้นการเข้าถึงลูกค้าโดยตรง และการบริการหลังการขาย 1. การรักษาลูกค้าเก่าจะมีการโทรติดตามลูกค้าอยู่ตลอดเป็นระยะ 2. การดึงดูดลูกค้าจะให้เซลล์เข้าหาลูกค้าโดยตรง จัดทำหน้าเว็บไซต์ให้น่าสนใจ ลูกค้าเก่าเป็นคนแนะนำลูกค้าใหม่ให้ 3. การบริการหลังการขายจะมีการติดตั้งและมีการรับประกันสินค้า และมีการเก็บข้อมูลการให้บริการทุกครั้ง 4. 3. บริษัทมีการจัด Promotion ให้แก่ลูกค้า เช่น ถ้ามีการสั่งซื้อในปริมาณมากจะได้ราคาพิเศษ โดยพิจารณาจากจำนวนการสั่งซื้อ หรือการสั่งซื้อซ้ำ
วิเคราะห์ปัญหาปัญหาอุปสรรค	1. ไม่ได้เป็นผู้ผลิตโดยตรงจึงไม่สามารถกำหนดราคาเองได้เท่าที่ควร 2. สินค้าเป็นสินค้านำเข้าจากยุโรปทั้งหมดจึงมีราคาค่อนข้างสูง 3. สินค้าต้องมีการทดลองก่อนใช้งานและมีการติดตั้งจึงทำให้ใช้เวลานานในการปิดการขาย
การได้เปรียบเชิงการแข่งขัน	1. เป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวในประเทศไทย 2. สินค้ามีคุณภาพสูง 3. ขายสินค้าพร้อมติดตั้ง 4. สินค้าบางชนิดหรือบริการของบริษัท ยี่ห้ออื่นไม่สามารถทำได้
ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร	1. มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจสูงเนื่องจากในประเทศไทยมีการขยายตัวของโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก 2. โรงงานอุตสาหกรรมทุกโรงงานจำเป็นต้องมีเซนต์เซอร์ เช่น โรงงานยุโรปต้องมีเซนต์เซอร์ 100% และโรงงานในญี่ปุ่นต้องมีเซนต์เซอร์ 50%

คำถาม	คำตอบ
	3. การเติบโตของบริษัทอ้างอิงตามภาพรวมการเติบโตของโรงงานอุตสาหกรรม 4. สามารถทำกำไรและคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี
รูปแบบการนำ ERP เข้าไปใช้ในองค์กร	ผู้บริหารและฝ่ายขายเข้าไปรับฟังปัญหา ทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า และสร้างโปรเจคเพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้าโดยตรง โดยมี 1. การเก็บข้อมูลลูกค้าเป็นเอกสาร ข้อมูลในไฟล์ Excel และยังมีระบบ Easy Acc สำหรับจัดการบัญชี และเก็บข้อมูลลูกค้า 2. บริษัทมีการจัดเก็บประวัติการติดต่อลูกค้า เช่นคำร้องเรียน ข้อติชม การบริการหลังการขาย ซึ่งจัดเก็บข้อมูลบน Excel และแต่ละสัปดาห์มีการทำรายงานสรุปปัญหาและประชุมเพื่อหาทางแก้ปัญหา ร่วมกันระหว่างทีมต่าง ๆ
ความแตกต่างของการเป็นพนักงานกับเจ้าของธุรกิจ	ต่างคือความรับผิดชอบ, แรงกดดันในกาดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง แต่ในทางกลับกันก็มีความอิสระในการบริหารงานมากขึ้น เช่น การจัดการกับปัญหาที่เคยเจอมาในขณะที่เป็นพนักงาน
สิ่งที่ต้องเรียนรู้เพิ่มเติม ตอนที่ เป็นเจ้าของธุรกิจ ต่างจาก ตอนเป็นพนักงานมีอะไรบ้าง	ต้องมีการพัฒนาความรู้เพิ่มขึ้นในทุกด้าน ทั้งด้านการเงิน บัญชี การบริหาร กฎหมาย ทรัพยากรบุคคล
มีกลุ่มเป้าหมายลูกค้ายังง เช่น กลุ่มลูกค้าที่เป็นโรงงาน อุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักร ขนาดใหญ่	ลูกค้าบริษัทไทย: UFC, ไทยน้ำทิพย์, ช้าง, ลีโอ, โค้ก และ ทางด่วน เป็นรัฐวิสาหกิจ เก็บเงินยาหรือล่าช้า ลูกค้าบริษัทญี่ปุ่น: ยางรถยนต์ Yokohama ลูกค้าบริษัทเกาหลี: SAMSUNG
ในฐานะที่บริษัทเซนเซอร์เข้าที่ เป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ จำพวก sensor ทางบริษัทมี การติดต่อแรกเริ่มอย่างไร และจัดการความสัมพันธ์กับ บริษัทที่เป็นผู้ผลิต sensor อย่างไร	มีการติดต่อไปยังบริษัทที่เป็นผู้ผลิต ว่าต้องการเป็นตัวแทนจำหน่าย - ในช่วงปีแรกๆ ที่เริ่มเปิดบริษัท ก็มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซนเซอร์ (ซึ่งมีหลายบริษัท ขายผลิตภัณฑ์ยี่ห้อเดียวกัน) - ปีต่อมา มีการขอ license เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายเพียงรายเดียวในประเทศไทย แต่ทางบริษัทผู้ผลิตยังไม่ได้ให้ license ในขณะนั้น ซึ่งเขาขอดูยอดขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทเราเทียบกับบริษัทอื่นๆ ประมาณ 1-2 ปี เมื่อบริษัทเรามีผลประกอบการที่ดีกว่าคู่แข่ง ทางบริษัทผู้ผลิตจึงให้ license แก่บริษัทเราเป็นตัวแทนจำหน่ายเพียง

คำถาม	คำตอบ
	รายละเอียด
รูปแบบการให้บริการเป็นแบบขายและให้บริการหลังการขาย เช่น ติดตั้ง sensor และรับบำรุงรักษา ซ่อมแซม อุปกรณ์ หรือไม่ มีการรับประกันสินค้าหรือไม่	เป็นการขายบวกกับบริการหลังการขาย มีการติดตั้ง sensor และรับบำรุงรักษา ซ่อมแซม อุปกรณ์ และมีการรับประกันสินค้า
การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า คือการให้เซลล์ติดต่อลูกค้าเพื่อเข้าไปทำการ demo สินค้าหรือไม่	เซลล์มีการนำสินค้าตัว demo ไปให้ลูกค้าทดลองใช้ก่อน ใช้เวลาประมาณ 1-2 อาทิตย์ เพื่อดูประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์
ในกรณีลูกค้ามีการ claim สินค้า บริษัทมีวิธีการจัดการกับสินค้าเคลมอย่างไร จำเป็นต้องติดต่อกับบริษัทผู้ผลิตเพื่อขอเปลี่ยนสินค้าหรือไม่ หรือบริษัทเปลี่ยนสินค้าให้ใหม่เลยทันที ในกรณีที่สินค้ายังอยู่ในประกันหรือข้อตกลง	- หากที่บริษัทมีสินค้าอยู่ในคลังสินค้า เมื่อลูกค้ามีการ claim ประกัน ก็สามารถเปลี่ยนให้ได้เลย แล้วค่อยนำสินค้าที่มีปัญหาส่งต่อไป claim ที่บริษัทอีกทีเพื่อมาเก็บไว้ในคลังสินค้าต่อไป - หากไม่มีสินค้าในคลังสินค้าที่บริษัท ก็จะต้องส่งเรื่องไปขอ claim ที่บริษัทผู้ผลิต ซึ่งอาจจะต้องใช้เวลาในการรอสินค้าเนื่องจากต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

4.4.3 ธุรกิจบริษัท C

ชื่อบริษัท สถานที่ตั้ง ประวัติความเป็นมา

ชื่อบริษัท บริษัท C

ประวัติความเป็นมา

ผู้ก่อตั้งบริษัทมีความต้องการช่วยเหลือภาครัฐในเรื่องของเทคโนโลยี โดยได้ก่อตั้งเป็นบริษัทเล็กๆ ที่มีเพื่อนและมารดา เป็นผู้ถือหุ้นร่วม

ประเภทธุรกิจ

System Integration Services หรือบริษัทผู้ทำหน้าที่ส่งมอบโซลูชันส์ตามที่ลูกค้าองค์กรต้องการ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบติดตั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ บริการด้านระบบเครือข่าย บริการซ่อมบำรุง เรียกได้ว่าเป็นผู้รับเหมาก่อสร้างทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับองค์กรต่างๆ

รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Activity ,Cost)

ทางบริษัทจะเป็นตัวกลาง โดยสร้างหรือเสาะหารูปแบบกระบวนการ Operation ทางเทคโนโลยี ให้ระหว่างฝั่งSupplier กับ ฝั่งCustomer โดยให้มีความลงตัว ตอบโจทย์ฝั่ง Customer ให้มากที่สุด เช่น การไปรับข้อมูลลูกค้ามา และวิเคราะห์ปัญหาว่ามีทางแก้ไขได้อย่างไร

รูปแบบการให้บริการและการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Channels)

1. Website
2. การติดต่อทางโทรศัพท์
3. Event Marketing
4. Connection ทางธุรกิจ

รูปแบบการบริหารจัดการ (Resource)

จัดการทรัพยากรบุคคลโดยมีรูปแบบเป็นพีรามิด 3 ลำดับชั้น เรียงจากล่างขึ้นบน ได้แก่

1. Operation จะมีจำนวนบุคลากรมากที่สุด มีหน้าที่ปฏิบัติงานตามที่รับผิดชอบ
2. Manager จะเป็นผู้ควบคุมงาน
3. Director เป็นผู้คิดวิสัยทัศน์ เป้าหมายและวางแผนรูปแบบการให้บริการของบริษัท

โดยมีการบริหารจัดการ ด้วยวิธีการ M-Power หรือเป็นการอาศัยความร่วมมือของบุคลากรที่จะใช้ความสามารถในการบริหารเวลา พลังงาน ความสามารถในการทำงาน เพื่อช่วยพัฒนาหรือทางไหนแก่บริษัทให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

การกำหนดกลุ่มลูกค้า(Customer) และพันธมิตร(Partner)

- กลุ่มลูกค้า 1. หน่วยงานราชการ ภาครัฐ
2. SME
- พันธมิตร 1. บริษัทที่ทำระบบใหญ่ให้ทางราชการ
2. บริษัท Consult

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน เช่น กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา เป็นต้น

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และให้ความสำคัญกับ Wildly Important Goal (WIG) หรือการมุ่งเน้นกับงานสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยใช้เวลาเป็นตัวกำหนดในการประเมินการทำงานเพื่อวัดผลการปฏิบัติงาน

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เสาะหาสิ่งที่เหมาะสมที่สุดกับรูปแบบธุรกิจของกลุ่มลูกค้า

กลยุทธ์ด้านราคา ในช่วงเริ่มต้นบริษัทกำหนดราคาให้ไม่สูงนัก เพื่อรับงานได้ง่ายและสร้างสะสมผลงานให้แก่บริษัท แต่ในระยะยาวต้องมีการเพิ่มมูลค่า (Value Added) เพื่อให้ค้ำค้ำค้ำราคากับผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้น

การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค SWOT

จุดแข็ง มีความใกล้ชิดลูกค้า สามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยง่ายเนื่องจากเป็นบริษัทเล็ก ไม่ต้องมีกระบวนการอื่นๆมากมายในการเข้าหาลูกค้า

จุดอ่อน ความน่าเชื่อถือ ,ทุน

โอกาส เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ซึ่งกลุ่มธุรกิจ ภาครัฐ ภาคเอกชนส่วนใหญ่ต้องมีการปรับตัว นำเอาเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินงาน

อุปสรรค บริษัทใหญ่ๆทางเทคโนโลยีที่มีการแบ่งเป็นบริษัทลูกเพื่อหางาน

การได้เปรียบเชิงแข่งขัน

แข่งขันด้วยกลยุทธ์ที่เน้นความเข้าใจลูกค้า หาวิธีการหรือกระบวนการใหม่ๆ ที่จะทำการดำเนินการของลูกค้าเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร (Value Proposition ,Revenue)

บริษัทมีความคิดที่จะเติบโตไปกับลูกค้า การทำกำไรจะเป็นในรูปแบบการขายความคิด การกลั่นกรองกระบวนการทำงานให้ออกมาดีที่สุด

รูปแบบการนำ ERP เข้าไปใช้ในองค์กร

ใช้การบันทึกข้อมูลการติดต่อลูกค้า เช่น ชื่อ-นามสกุล ,เบอร์โทรศัพท์ ,ที่อยู่ ,วันเกิด ,ตำแหน่ง ,ความสนใจส่วนตัว และการทำระบบ Sales Force ในการบริหารลูกค้า

ตารางที่ 4-6 การสัมภาษณ์ธุรกิจบริษัท C

คำถาม	คำตอบ
ชื่อบริษัท สถานที่ตั้ง ความเป็นมา	ชื่อบริษัท C ครับ สถานที่ตั้งอยู่ที่รัชดา 19 คอนโดเล็กๆประวัติความเป็นมา จบวิชะ แต่ทำงานเป็น Sale ได้มีโอกาสได้ช่วยเหลือหน่วยราชการ ธนาคาร หลายๆที่ มีความตั้งใจพิเศษที่อยากช่วยภาครัฐ แทนที่จะพูดว่า ทำไมเป็นแบบนี้ ทำไมเป็นแบบนั้น ตั้งคำถามอาจมีคนบ่นรัฐบาลในเฟซบุ๊กนั่นนั่น แต่เขาก็ไม่ทำอะไร เลยเชื่อมั่นว่าเราจะสามารถช่วยได้ เล็กๆน้อยๆเราก็สามารถช่วยได้ แต่มีข้อจำกัดของบริษัทเดิมที่มีอยู่ในตลาดประเทศไทย เชื่อว่าเรามีวิธีการบางอย่างที่สามารถช่วยได้
ตอนที่ออกมาทำ ทำกับเพื่อนกี่คน?	คุยกับแม่ คุยกับเพื่อน ให้มาถือหุ้น เพราะเนื่องด้วยกฎหมายบ้านเรา

คำถาม	คำตอบ
	ต้องมี 3 คนโดยเอาแม่กับเพื่อนอีกคนมาถือหุ้น หลักๆก็เป็นเราจริงๆธุรกิจบ้านเราเอื้อให้จดทะเบียนมากขึ้น เพราะได้ภาษี
ธุรกิจที่ทำละคะ เป็นแบบไหน	เรียกตัวเองว่าเป็น Services Integration
ช่วยขยายความนิดนึง	แต่เดิมอาจได้ยิน G-able เอ็มเฟค ต่างๆ ทุกที่ขายของไปหมดแล้ว มีทุกอย่างแล้ว ทั้ง Server คิดย้อนกลับไป ว่าใช้คุ้มยัง มันยังมี Gap ว่าใช้คุ้มรึยัง ซึ่งส่วนใหญ่มันจะยังมีอะไรบางอย่างที่ยังสามารถนำไป Integration กันได้ ยกตัวอย่างเช่น เจ้าตลาดใน ออมสิน ตัวอักษรย่อ บริษัท T กับ M ต้องทำระบบเชื่อมกัน เราก็พยายามเป็นตัวเล็กๆที่ทำให้ระบบเขาเชื่อมกันแล้วให้ใช้ได้คุ้มค่ามากที่สุด พัฒนาต่อยอดประเภทธุรกิจ System Integrator แต่เน้นไปทาง Service ที่แบบนำเอาไปเชื่อมโยงอันนู่นอันนี่อันนั้น ที่เขามีอยู่แล้ว ซึ่งเรามีความเข้าใจในด้านธุรกิจเรามีความเข้าใจในด้าน Compliance เราอาจไม่เก่งทาง Technical เราจึงให้ทางบริษัทใหญ่ๆทำ แล้วเราจะมา Integrate ใช้ตอบโจทย์กับ Business มากขึ้น รูปแบบการดำเนินธุรกิจ เรามี Supplierฝั่งหนึ่ง Customer ฝั่ง แล้วเราทำกระบวนการอะไรบางอย่างกับ Operation เพื่อ Serve Customer เพราะฉะนั้น คอร์สหลักๆของผมคือการ Operation กับคอร์สที่ซื้อของจากSupplierไปServe Customer โดยที่ Activity คือการไปปรับปรุงข้อมูลปัญหาของลูกค้ามา แล้วเรามาดูว่า เราทำอะไรกับปัญหาได้บ้าง ยกตัวอย่างเช่น Mymo Merchant กับ gsb pay ไม่อยู่ที่เดียวกัน
คือมีตัวกลางตัวไหนที่สามารถให้คุยภาษาเดียวกัน	ใช่ คือเราก็ไปดู คือถ้ามาอยู่ที่เดียวกันไฟล์จะใหญ่ แอปพลิเคชันการทำงานยิ่งซ้ำ เราก็จะไปดูว่าจะทำยังไงให้ข้อมูลหลังบ้านเราเชื่อมกันประมาณนั้น เราต้องพยายามทำโจทย์
การให้บริการ การเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เราจะเข้าถึงเขาอย่างไร	เข้าถึงโดย 1. เว็บไซต์ 2. โทร 3.marketing 4.Connectionของตัวเองจริงๆเรา ใช้ Connection เป็นหลักก่อน แล้วก็ยังมี Marketing Channel ใน Call to Action ต่างๆ แล้วอีกอย่างก็คือ เราจะโทรไปบอกปัญหาซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าจะรู้ตัวเองกำลังเจอปัญหาอะไรเรียกให้เรามาฟรีเซนต์หน่อย
มันก็เหมือนกับการสุม	ไม่เหมือนกับการสุม มันจะเหมือนกับลูกค้าที่ Segment คล้ายๆกัน เขามักจะมีปัญหาคล้ายๆกัน อย่าง Kbank กับ Gsb เป็นแบงก์เหมือนกัน แต่การทำงานไม่เหมือนกัน ปัญหาที่ถูกแก้ได้แล้วที่หนึ่ง ก็

คำถาม	คำตอบ
	อาจจะนำมาแก้ได้อีกที่
แนวทางการบริหารของพีเคะ	เชื่อในความเป็นผู้นำของแต่ละคน หากต้องการเปิดบริษัทมีแผนโครงสร้างแบบพีระมิด คือมีผู้จัดการเยอะ ทุกคนเป็นผู้จัดการทุกอย่างได้นะ เงินเดือน แต่งานของคุณมันจะไม่ Efficiency ไม่มี Effective ด้วย เพราะไม่มีคนทำงาน ฉะนั้นแบบที่เราคิดไว้คือบริษัทก็จะมี Operation Manager แล้วก็ Director แยกออกเป็นทางกว้าง รูปแบบการบริหารจัดการก็จะเป็นแบบ M-Power ก็คือให้น้องพนักงานคิด บริหาร Resource เราก็จะบริหารเกี่ยวกับเวลา ทำยังไงที่จะใช้ให้คุ้มค่าที่สุด แล้วก็ยังมีบริหาร Energy ว่าเราใช้อย่างถูกต้องไหม แล้วอีกอย่างยังมี Talent เราเชื่อว่าน้องพนักงานทุกคนเขามีจุดแข็ง พยายามหาจุดแข็งของเขาแล้ว Prove งานเข้าไปให้เหมาะสมตามนั้น
ลูกค้า กลุ่มลูกค้า?	Target Customer หลักเรามี 2 กลุ่ม คือราชการ อีกส่วนคือ SME การที่เราจะตั้งธุรกิจก็ต้องทราบเกี่ยวกับบัญชีอีเมล ที่ไม่ใช่ @gmail ลองคิดดูมันจะไม่มีที่น่าเชื่อถือ ซึ่งเราก็จะไปช่วย SME ในเรื่องเหล่านี้ แล้วก็พาร์ทเนอร์ของเราเป็น Supplier Vender บริษัทใหญ่ๆ หรือบริษัท Consult
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา?	กลยุทธ์ย่อย คือบริษัทมี Vision อยากทำให้มันเป็นจริง มันก็ต้องมี Mission นั้นแหละ จะทำยังไงในเวลาจำกัด ซึ่งเราก็จะมองที่ Wildly Important Goal (WIG) ต้องดูว่าอะไรที่มันสำคัญ ผมยกตัวอย่าง เช่น Mymo ทุกวันนี้เราอาจจะแก้ทุกอย่างที่มัน Work Around เต็มไปหมดจนมันหมดเวลา แล้วมันก็จะไปตอบพวก Strategy ในเรื่อง On Time นี่แหละ กลยุทธ์เรื่องราคา ในช่วงแรก บริษัทเราเล็ก Operation Cost ของเรายังถูก เราหันได้เพื่อเอางาน เอาผลงาน แต่ในระยะยาวเราคิดว่า การลงทุนของลูกค้ามันต้องคุ้มค่ากับสิ่งที่เขาลงทุนไป เพราะฉะนั้นตอนนี้เรายังไม่สู้ในตลาดที่เน้นราคา แต่เราเลือกที่จะเน้นเรื่องมูลค่าอยู่ หรือ Value Added กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เราเอาอะไรที่มัน Match กับ Business เขา ซึ่งเราจะมองในมุม Business นะ ไม่ใช่ Technical Requirement ต่อมาเรื่อง SWOT ก็จุดแข็งเราคือ ความใกล้ชิดลูกค้า ด้วยความที่เราเป็นบริษัทเล็กๆ เราสามารถเข้าไปถึงลูกค้าได้ง่ายๆ ไม่ต้อง

คำถาม	คำตอบ
	มีพิธีรีตอง แต่มันก็กลายเป็นจุดอ่อนไปในตัว ก็คือ ความน่าเชื่อถือทุน พวกนี้เป็นจุดอ่อนที่เราต้องกลบว่าทำยังไง Opportunities ก็เราขาย Technology ส่วน Threats ของเราก็คือบริษัทใหญ่ที่เขาแยกย่อยออกมาเป็นบริษัทลูก อีกมุมหนึ่ง Developer คนเดียวก็เป็นคู่แข่งเราได้ เพราะอีกหน้อยกฎหมายบ้านเราจะเอื้อให้จดทะเบียนคนเดียวได้ ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เราเข้าถึงลูกค้าง่าย แล้ว Comparative ของเราคือไม่ได้ไปขายทดแทนใคร เราไม่ได้เป็นศัตรูใคร แต่เราไปช่วยทำให้ดีขึ้น นั่นก็คือข้อได้เปรียบของเรา ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ คือเราโตไปพร้อมกับลูกค้า คือลูกค้าเราเป็นราชการ ใช้งบประมาณ เราสามารถช่วยลูกค้าในการทำ Proposal ได้เพราะมองอีกมุมคือ ลูกค้าก็ต้องไปขอเงินงบประมาณอีกที เพราะฉะนั้นคือเราทำร่วมกับลูกค้า มันเป็น Open Organization ซึ่งตรงๆจะเป็น Valueของเราคือไม่ยึดติดกับอะไรเป็นพิเศษ ความสามารถในการทำกำไร ก็คือตอนนี้ยังไม่เน้นกำไรมาก แต่ถ้าทำต่อไป เราอย่างขายแบบแบรนด์ Apple คือเขาขายแบบความคิด กระบวนการทำงานที่กลั่นกรองมาอย่างดีที่สุด เริ่มจากการตั้งคำถาม ทำทำไม เพื่ออะไร อย่างเรามีความเชื่อว่าราชการจะต้องดีขึ้น ระบบมันต้องดี การทำกำไรของเราตอนนี้ก็เลยเน้นไปพวกขายความคิด Service เป็นหลัก รูปแบบการใช้ ERP จริงๆพยายามจะใช้ ERP นะ เก็บ Contact ลูกค้ารวบไว้ที่เดียวกัน เก็บข้อมูลลูกค้า เช่น วันเกิด, ของชอบ, บ้าน, ที่อยู่, ตำแหน่ง อะไรพวกนี้ หรือพวก ERP Sale Force ที่เราต้องทำก็เพื่อสร้าง Action กับลูกค้า เพื่อที่จะมี Action ต่อไป

4.4.4 ธุรกิจ D

ชื่อบริษัท : บริษัท D

ประวัติความเป็นมา : บริษัทหลักทรัพย์นายหน้าซื้อขายหน่วยลงทุน มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีเป็นสื่อกลางในการให้คำแนะนำการลงทุนและเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่เป็นหน่วยลงทุนที่มีความเป็นกลาง คำว่า “FINNO.....” มาจากคำว่า FINANCE (การเงินการลงทุน) + PHENO..... (ปรากฏการณ์) เราตั้งใจให้พื้นที่แห่งนี้เป็นปรากฏการณ์ครั้งใหม่ของการรวมตัวกันของกูรูด้านการเงินการลงทุนด้วยการที่กูรูทุกคนต่างได้แชร์ความรู้ และแบ่งปันประสบการณ์ผ่านทั้งช่องทาง online และสื่อต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง เราจึงเห็นพ้องต้องกันว่า หากเรานำจุดแข็งของแต่ละคนมารวมกัน จะสามารถสร้างฐานความรู้ตั้งแต่พื้นฐานไปจนถึงระดับมืออาชีพที่ครบเครื่องสำหรับนักลงทุน เราจึงตัดสินใจก่อตั้งบริษัท D ขึ้นมา โดยไม่ได้เพียงหวังว่าจะแนะนำการลงทุนที่น่าสนใจให้กับนักลงทุนเท่านั้น แต่เราอยากให้นักลงทุนที่ได้เข้ามาหาความรู้ เพื่อปลดล็อก “ศักยภาพ” ในฐานะนักลงทุนให้ก้าวข้ามขีดจำกัดของตัวเอง เพราะสุดท้ายแล้วเราเชื่อว่านักลงทุนที่จะประสบความสำเร็จไม่ใช่คนที่ลงทุนตามคำบอกของคนอื่น แต่คือนักลงทุนที่มีความรู้ความสามารถในการลงทุนด้วยตัวเองอย่างแท้จริง สิ่งที่ท่านได้เห็นในเว็บไซต์ของเราในวันนี้เป็นก้าวแรกเล็ก ๆ ของพวกเรา โดยเรายังคงมีแผนงานที่จะพัฒนาพื้นที่แห่งนี้ต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจ และมุ่งไปกับ Mega Trend ของอุตสาหกรรมการเงินในเรื่อง FinTech ซึ่งหมายถึงการที่เทคโนโลยี (Tech) จะเข้ามามีบทบาทต่อภาคการเงิน (Fin) ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคไปสู่สิ่งที่ดีกว่า ซึ่งบลน.มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นสถาบันการเงินที่มีส่วนร่วมในการส่งเสริมและพัฒนาการลงทุนของประเทศไทย บลน.ก่อตั้งโดยกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสายงานการลงทุนตลอดจนสายงานด้านการดูแลนักลงทุน โดยไม่ได้สังกัดธนาคารหรือบริษัทหลักทรัพย์ใดๆ การให้คำแนะนำการลงทุนจึงเป็นคำแนะนำที่เป็นกลางโดยคำนึงถึงภาวะเศรษฐกิจและความเหมาะสมของนักลงทุนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ บลน.ฟินโนมีนาให้บริการต่อนักลงทุนบุคคลทั่วไปรวมไปถึงนักลงทุนองค์กร

ประเภทธุรกิจ :

บริษัท หลักทรัพย์นายหน้าซื้อขายหน่วยลงทุน

รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Activities, Cost) :

- จัดกิจกรรมแนะนำการลงทุนให้กับผู้สนใจในการลงทุน ให้เข้าร่วมกิจกรรมและการเปิดบัญชีหลักทรัพย์กับบริษัท

- โฆษณาประชาสัมพันธ์ทางเฟสบุ๊กในการจัดกิจกรรมของบริษัท เพื่อแนะนำการลงทุนให้กับกลุ่มลูกค้าหลากหลายกลุ่มเป้าหมาย

รูปแบบการให้บริการและการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Channels) :

รูปแบบการให้บริการ ให้คำแนะนำกับนักลงทุน

ช่องทาง บริษัทหลักทรัพย์นายหน้าซื้อขายหน่วยลงทุน มีวิธีการในการติดต่อ 3 ช่องทางดังนี้

1. เสนอบริการโดยตรงผ่านทางโทรศัพท์ – พนักงานของบริษัทติดต่อนักลงทุนที่แสดงความสนใจและได้ลงทะเบียนขอรับคำแนะนำผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์หลักของบริษัท ช่องทาง Facebook ช่องทาง official Line และช่องทางอีเมลของบริษัท

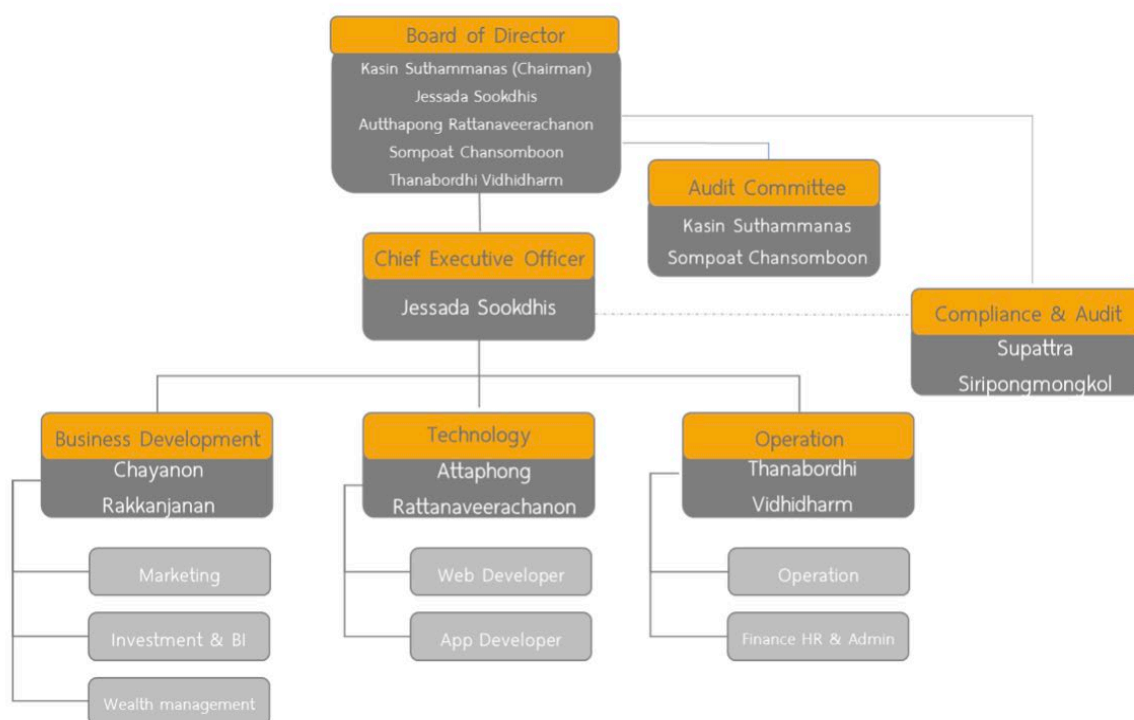
โดยพนักงานของบริษัทจะติดต่อนักลงทุนผ่านทางโทรศัพท์เพื่อแนะนำบริษัท/ผลิตภัณฑ์และบริการการวางแผนการลงทุนรวมถึงแนะนำการใช้งานเครื่องมือแนะนำการจัดพอร์ตการลงทุน NTER (เอ็นเทอร์)

2. เสนอบริการผ่าน website – บริษัทหลักทรัพย์นายหน้าซื้อขายหน่วยลงทุน ใช้ website โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อเป็นการให้ ให้ความรู้เรื่องการลงทุนแก่นักลงทุนทั่วไปเป็นวงกว้าง โดยไม่คิดค่าธรรมเนียม

โดยเป็นช่องทางทางการในการให้ข้อมูลของบริษัทและนำเสนอเครื่องมือแนะนำการจัดพอร์ตการลงทุน NTER (เอ็นเทอร์) รวมถึงเป็นช่องทางในการติดต่อกับนักลงทุนที่สนใจลงทุนผ่านอีเมล

3. เสนอบริการผ่าน Application – บริษัทหลักทรัพย์นายหน้าซื้อขายหน่วยลงทุน มี application ชื่อ “FINNO.....” ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้จากทั้งสองระบบปฏิบัติการ iOS และ ANDRIOD เพื่อให้นักลงทุนสามารถเข้าถึงบริการของบริษัทหลักทรัพย์นายหน้าซื้อขายหน่วยลงทุนผ่านมือถือให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของสังคมในปัจจุบัน ซึ่งนักลงทุนสามารถรับบริการของบริษัททาง Application ได้อย่างเท่าเทียมกับการรับบริการผ่านช่องทางเว็บไซต์

รูปแบบการบริหารจัดการ :



บลน.แบ่งโครงสร้างองค์กรออกเป็น 4 สายงานหลัก ได้แก่สายงานพัฒนาธุรกิจ (Business Development Department) สายงานเทคโนโลยี (Technology Department) สายงานปฏิบัติการ (Operation Department) และสายงานกำกับ การปฏิบัติงานและตรวจสอบ (Compliance & Audit Department) ซึ่งเป็นแต่ละสายงานมีความอิสระจากกัน บลน.จัดให้มีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่รวมถึงขั้นตอนการทำงานและความรับผิดชอบที่ชัดเจนในขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อความถูกต้องของข้อมูลและลดความเสี่ยงที่อาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ในอนาคต โดยทาง บลน.ฟินโนมีนาได้มีการกำหนดขอบเขตอำนาจและความรับผิดชอบในแต่ละสายงาน

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน :

มีผู้เชี่ยวชาญในด้านกองทุนให้คำปรึกษา นักวิเคราะห์กองทุน และมีผู้ดูแลนักลงทุน (Investment Advisor) ให้กับนักลงทุน ที่มีประสบการณ์มากกว่า 15 ปี มากกว่า 5 ท่าน โดยการใช้การวิเคราะห์แบบ 2Q ซึ่งประกอบไปด้วย

- การวิเคราะห์ด้าน Quantitative Analysis ที่มี 5 ด้านองค์ประกอบ
- การวิเคราะห์ด้าน Qualitative Analysis ที่มี 5 ด้านองค์ประกอบ



SWOT :

- จุดแข็ง :
- มีประสบการณ์การลงทุน มากกว่า 30 - 40 ทาน
 - มีการแจ้งเตือนให้กับนักลงทุนในสถานะการณ์ต่างๆ เพื่อปรับ Portfolio การลงทุน
- จุดอ่อน :
- เป็นบริษัท Startup
 - ขาด บลจ. เด่นๆ 3 องค์การ ที่เป็นพันธมิตร อันได้แก่ (T-FUNDS, PHATRA, BBLAM)

The Business Model Canvas

Key Partners - บริษัทหลักทรัพย์ - กลุ่มนักลงทุน	Key Activities ● จัดกิจกรรมแนะนำการลงทุนให้กับผู้สนใจในการลงทุน ให้เข้าร่วมกิจกรรมและการเปิดบัญชีหลักทรัพย์กับบริษัท ● ให้คำปรึกษาด้านการซื้อขายหน่วยลงทุน ● เสนอและแนะนำด้านการซื้อขายหน่วยลงทุน ● เป็นนายหน้าในด้านการซื้อขายหน่วยลงทุน Key Resources - ทีมวิเคราะห์หน่วยลงทุน - ฝ่ายงานพัฒนารูธุรกิจ - ฝ่ายงานเทคโนโลยี - ฝ่ายงานปฏิบัติการ ฝ่ายกำกับกำกับการปฏิบัติงานและตรวจสอบ	Value Propositions ● เมื่อนักลงทุนมีการซื้อและขายกองทุน บริษัทจะได้ค่าธรรมเนียมจากการลงทุนของนักลงทุน ● ให้คำแนะนำด้านการซื้อขายหน่วยลงทุน ● มี Port Access Allocations เพื่อแจ้งเตือนลูกค้า ● ถ่ายทอดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญโดยตรง ● มีการคัดสรรหน่วยลงทุนที่เหมาะสมมาแล้ว	Customer Relationship ● ใช้หลักการ Consumer Relationship ERP ● มีการดูแลและให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง ● มีช่องทางให้ติดต่อมากมาย Channels ● Telephone ● Website ● Mobile Application ● Social Media	Customer Segments - กลุ่มลูกค้าที่เพิ่งเริ่มลงทุนใหม่ หรือนิสิตนักศึกษา หรือ ผู้ทำงานในระยะแรก - กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้และมีจุดประสงค์การลงทุนชัดเจน - กลุ่มลูกค้าที่เกษียณหรือมีเงินก้อน - กลุ่มลูกค้าที่ลงทุนหนักเพื่อหวังผลตอบแทนสูง - กลุ่มลูกค้าที่มีประสบการณ์สูง - กลุ่มลูกค้าที่มีเงินลงทุนส่วนเกินและไม่ได้มีแผนจะใช้เงินนี้ใช้ในระยะสั้น พร้อมลงทุนระยะยาว 1 – 3 ปี
Cost Structures ● ค่าบริหารจัดการ ● ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ● ค่าพนักงาน ● ระบบจัดการข้อมูล			Revenue Streams ● ค่าธรรมเนียมจากการซื้อขายหน่วยลงทุน (FEE) ● ค่ากิจกรรมเข้าอบรมสำหรับนักลงทุน	

การได้เปรียบเชิงแข่งขัน :

มีกองทุนให้สามารถซื้อได้หลากหลาย เป็น Fund Supermart

ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร (Value proposition, Revenue) :

เมื่อมีนักลงทุนมีการซื้อและขายกองทุน บริษัทจะได้ค่าธรรมเนียมจากการลงทุนของนักลงทุน

รูปแบบการนำ ERP เข้าไปใช้ในองค์กร (ERP) :

ใช้หลักการ Consumer Relationship ERP โดยครอบคลุมแง่มุมของวิธีการจัดการกับลูกค้าโดยมีเจ้าหน้าที่ติดต่อและจัดกิจกรรมสัมพันธ์กับลูกค้าขององค์กร และตัวแทนขององค์กรจะทำหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าและผู้บริโภคกลุ่มที่ไม่ประสงค์จะออกนามเป็นการภายใน การเตือนล่วงหน้าสามารถทำได้ในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ หรือไม่ก็ความรู้สึก และทัศนคติของผู้บริโภค

ตารางที่ 4-7 การสัมภาษณ์บริษัท D

คำถาม	คำตอบ
ชื่อบริษัทครับ	บริษัท ของเรานะคะ ชื่อ บริษัท D นะคะ หรือ ชื่อย่อๆ ของเราใช้ใน ที่รู้จักกัน บลน D
ครับ แล้วประเภทของธุรกิจจะครับ	ประเภทธุรกิจ เนี่ย นะคะ เราทำเป็นเรื่องของ เป็นการให้คำแนะนำกับนักลงทุนนะคะ โดย ลักษณะ เป้าหมายของเรา คือ ทางเทคโนโลยีต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ทางด้าน Social อย่างเช่น Facebook , Twitter หรือ ผ่านมี Line Ads นะคะ แล้วก็ Internet website ต่างๆ นะคะ โดยเรา ให้คำแนะนำกับลูกค้า หลักการก็คือว่า เรามองเป้าหมาย ว่า เราเห็นว่า กองทุน คือนักลงทุน เองง่ายๆว่า นักลงทุน มีประเด็น มีปัญหานักลงทุน อยากลงทุน โดยไม่ต้องไปกับแบงค์ไหน และอีกนิดหนึ่งคือเสริม คือ อย่างที่ เรียนว่า เรามีช่องทางเยอะแยะเลย จุดแข็งของเราก็คือ เรามี Guru มากกว่า 30-40 ชีวิต นะคะ ที่มารวบรวม ให้ข้อมูล ซึ่ง อย่างทุกๆเย็นพฤหัสบดี อย่างนี้ เราจะมี Live กับ Guru

คำถาม	คำตอบ
	ต่างๆ อย่างเช่นตอนนี้เรามีว่าตลาดหุ้นเป็นอย่างไร นำจับตามองขนาดไหน หรือ กลุ่มลงทุนไหน ไปในแนวทางไหนดี ซึ่งจุดแข็งเราก็คือเราไม่ทิ้งลูกค้า เราเป็นการจัด Port Access Allocations ให้กับลูกค้า แล้วเมื่อลูกค้าถึงภาวะจุดนิ่ง เราจะมี Noti ไปเตือนลูกค้าอยู่แล้วว่าโอเค ณ ขณะนี้ สถานการณ์แบบนี้คุณควร จะปรับ Port ใหม่ อ่า หรือว่าคุณควรจะทำเงินออก หรือคุณควรที่จะเพิ่มเงินคือจุดแข็ง ของเรา
จุดอ่อนที่เราจะต้อง มา Improve ของบริษัท อะครับ มีข้อไหนบ้างที่ตอนนี้ สามารถแข่งคู่แข่งได้ อะไรอย่างงี้ครับ	จุดอ่อนของเราตอนนี้ เนียนนะคะ ก็คือเราว่า ต้องบอกว่าเราเป็นบริษัทใหม่ เป็น Start up ทุกๆ อย่างเราเลยต้องมา เราเลยต้องเริ่มต้นบางอย่างกับอีก กรณีนี้ก็คือจุดอ่อนของเราเนี่ย จุดอ่อนของเราจริงๆ ไม่เรียกว่าเป็นจุดอ่อน นะคะ เพราะว่าพอหลังจากที่เราได้ เอ่อ อนุมัติ License จาก กสท มา เพื่อให้เป็น fund supermart ทีนี้ เมื่อเราทำเป็น fund supermart แล้วเนี่ย เราจะต้องเป็นทั้งผู้แนะนำ แล้วก็ทำตัว รับ Orders จากลูกค้าแล้วก็ส่ง Orders ไปให้ บลจ. ต่างๆ ทีนี้ มันจะมีจุดอ่อนนิดนึง ตรงที่ว่า ปัญหามันอยู่ที่ว่า Third Party คือตัว บลจ. ตอนนี้ จริงๆ ในที่เราต้องการ จบเซ็นสัญญา Selling Agent ของเขาเนี่ย 18 ที่ ซึ่งตอนนี้ได้มา 13-14 ซึ่งอันนี้ถือเป็นจุดอ่อน ซึ่งถ้าได้ บลจ. เด่นๆ 3 ตัว ที่จุดอ่อนของเราเลยนะคะ เราขาดการเซ็นสัญญากับ ธนชาติ,ภัทร และ บัวหลวง ซึ่ง 3 บลจ.
กลุ่มลูกค้าของบริษัท มีกี่ประเภท หรือมีการแบ่งยังไงในการเลือกที่จะแบ่ง Campaign ไหนกับลูกค้าอะไรยังไงแบบนี้ครับ	คือเป้าหมายของเราก็คือว่า เราต้องการหลักการแรกๆ ก่อตั้งบริษัท คือว่า เราต้องการให้คนไทยมีล้านบาทแรก คนไทย 1 ล้านคนจะต้องรู้จักการลงทุน และจะต้องสามารถพาตัวเองไปในวัยเกษียณต่อไปได้ เพราะฉะนั้นเราก็เลยมีการสร้างพอร์ตขึ้นมา ซึ่งในแต่ละพอร์ตก็จะบอกถึงเรื่องความเหมาะสมของลูกค้าตอนนี้ พอร์ตเรามีประมาณ 12 พอร์ต เริ่มตั้งแต่พอร์ตแรกคือ First Million คือพอร์ตสำหรับลูกค้าที่เพิ่งเริ่มลงทุน ใหม่ หรือนิสิตนักศึกษาที่มีเงินลงทุนน้อย เริ่มต้นในการลงทุนคือ 5000 บาท และก็ลงทุนทุกๆ เดือน เดือนละ 2500

คำถาม	คำตอบ
	หรือถ้าเดือนไหนไม่มีก็ไม่ต้องลงทุน หรือพอร์ตที่ 2 ก็คือพอร์ตโกลด์ซึ่งสร้างเป้าหมายว่าเราอยากทำอะไร อย่างเช่น สำหรับคนที่มียารได้แล้วก็อยากจะจัดพอร์ตนี้ไว้สำหรับซื้อบ้าน ซึ่งเอกลักษณ์ของพอร์ตแบบนี้คือใช้วิธีการคำนวณโดยให้ลูกค้าประเมินจากสิ่งที่ลูกค้าต้องการยกตัวอย่างเช่น คุณอยากจะซื้อรถแล้วคุณอยากจะเก็บเงินภายในกี่ปี และคุณต้องการผลตอบแทนเท่าไรลักษณะนี้พอร์ตก็จะสามารถคำนวณออกมาให้และบอกได้เลยว่าจริงๆ แล้วลูกค้าเหมาะสมกับการลงทุนแบบนี้หรือไม่ ถ้าไม่เหมาะสมก็เลือกใหม่ระยะเวลาอาจจะยาวขึ้น หรือเงินลงทุนอาจจะเยอะขึ้น และพอร์ตที่ 3 จะมีสำหรับกลุ่มเกษียณและมีเงินก้อน สิ่งที่คุณลูกค้าและให้ความสนใจมากที่สุดก็คือเขาไม่มีเงินหลังจากเกษียณและมาใช้จ่ายอย่างเดิมทุกๆ เดือนเพราะฉะนั้นก็จะมีการคำนวณออกมาแล้วว่าคุณอยากได้เงินเท่าไรสมมติว่าคุณมีเงินหลังเกษียณอยู่ 20 ล้าน ถ้าคุณไม่ได้นำมาลงทุนเลยมันก็จะหดหายไป แต่ถ้าคุณบอกว่าเอาเงิน 20 ล้านมาและนำมาแบ่งลงพอร์ต ตรงกับความต้องการของลูกค้าเช่นได้ผลตอบแทน 30000-40000 ต่อเดือน ซึ่งมันก็สามารถเป็นไปได้ และมีคนที่ลงทุนหนักเพื่อหวังว่าจะได้ผลตอบแทนสูงมากแต่หากว่าตลาดตกก็อาจจะเจ็บได้เหมือนกันแม้จะมีเงินลงทุนเยอะซึ่งส่วนใหญ่แล้วเขาจะเลือกลงทุนกองทุนหุ้น 5 ตัวเด็ดๆ ตอนนี้ที่เราสร้างขึ้นมา อีก 3-4 Port เราเรียกว่า BIC , Best In Class เนี่ย ก็เป็นกลุ่มลูกค้าอีกประเภท ตัวเองให้ลูกค้าดูเลยว่าตะกร้า คือ Concept มันไม่ได้บอกว่าคือกองทุนยิ่งไซด์ใหญ่ แล้วผลตอบแทนจะน่าเชื่อถือตลอด หรือควรจะลงทุนหรือไม่ควรลงทุน เพราะฉะนั้นเนี่ย ก็เลยมีการจัดว่า Best In Class เราเปิดออกมา มี 4 ประเภท ประเภทแรกคือประเภทหุ้น เราจัดคัตเลยว่หุ้นดีๆ ใน Best ในตลาดที่เป็นกองทุนประเภทเดียวกัน แล้วก็มาจัดเลยว่ จัดให้ลูกค้าเลยว่เลือกเอา Best In Class เนี่ย มี 3 กองทุนเท่านั้นเอง อย่างกองทุน มีกองไหนเด่นบ้าง และภาวะตลาดตอนนี้ควรจับ กลุ่มประเภทที่สองเป็นกลุ่ม

คำถาม	คำตอบ
	Property ซึ่งก็ยังคงมองว่า Property ในเมืองไทยเนี่ยค่อนข้างถือว่ายังใช้ได้ดี ผลตอบแทนก็ดี แล้วเราก็เลือก 3 กองขึ้นมา แล้วประเภทต่อไปก็คือ ประเภทเทคโนโลยี เราก็มองว่า เทคโนโลยีอันนี้ มันน่าจะไป เขาก็มีเลือกขึ้นมาและอันสุดท้าย ก็คือ ทอง เพราะฉะนั้นจะเห็นว่าเราอะ มีการสร้าง Class ให้กับลูกค้า ตามความเหมาะสมที่ลูกค้าจะเลือกอยู่แล้ว

4.4.5 ธุรกิจบริษัท E

ชื่อบริษัท สถานที่ตั้ง ประวัติความเป็นมา

ชื่อบริษัท : บริษัท E

ประวัติความเป็นมา : บริษัท E ก่อตั้งเมื่อ ปีพุทธศักราช 2545 โดยเริ่มดำเนินธุรกิจจากการนำเข้ามอเตอร์ ประตูลิฟท์และประตูอัตโนมัติ โดยเป็นมอเตอร์ที่เป็นระบบ DC (Direct Current) ที่มีแบตเตอรี่สำรองใช้ไฟเพียงแค่ 24 โวลต์ โดยเป็นเจ้าของแรกของประเทศไทยที่มีการนำเข้ามาใช้ จากประเทศมาเลเซีย มีการเน้นการทำตลาดโดยใช้เว็บไซต์เป็นหลัก และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์มาเรื่อยๆ จนมีการรับแบรนด์ Powertech ที่มาจากประเทศไต้หวัน โดยทาง บริษัท E ได้มีการพัฒนาซอฟต์แวร์และระบบ และได้มีการจดสิทธิบัตรเป็นของ บริษัท E เอง โดยซอฟต์แวร์และระบบนี้จะมีเพียงที่เดียวในประเทศไทย เพราะทาง บริษัท E มีการพัฒนาซอฟต์แวร์และระบบด้วยตนเอง

ประเภทธุรกิจ

จัดจำหน่ายและติดตั้ง ประตูลิฟท์ ประตูอัตโนมัติ ไม้กั้น ระบบ Access control (อุปกรณ์ที่ใช้ในการควบคุมเปิดปิดประตูอัตโนมัติ เช่น เครื่องสแกนนิ้ว เครื่องทาบบัตร เครื่องกดรหัส) มีการทำแบบครอบครัวและครบวงจร

รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Activity, Cost)

บริษัท E จะมีการแบ่งรูปแบบธุรกิจออกเป็น 2 แบบ คือ

1. รูปแบบการขายส่ง โดยที่ บริษัท E เป็นรายเดียวในประเทศไทยที่มีการนำเข้าแบรนด์ Powertech จึงจำเป็นต้องหาตัวแทนจำหน่ายตามภูมิภาคทั่วประเทศไทย เพื่อขยายผลิตภัณฑ์
2. รูปแบบการขายปลีก ซึ่งจะเป็นลูกค้าทั่วไป หมู่บ้านจัดสรร หน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยจะมีการรับติดตั้งและมีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ราคาต้นทุนที่สูงเพราะต้องมีการนำเข้าสินค้าจากไต้หวัน ซึ่งตอนนี้ทางโรงงานที่ไต้หวันมีการปรับราคาที่สูงขึ้นถึง 13 % แต่ทางบริษัท E ยังไม่มีการปรับราคายังขายในราคาเดิมจึงทำให้มีต้นทุนสูงและยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆเมื่อต้องมีการออกต่างจังหวัดและค่าใช้จ่ายอื่นๆของทีมติดตั้ง

รูปแบบการให้บริการและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Channels)

การเข้าถึงลูกค้าส่วนใหญ่จะเน้นการทำตลาดแบบออนไลน์โดยจะมี 4 ช่องทาง คือ

- 1.Website
- 2.Facebook
- 3.Instagram
- 4.Youtube

Facebook เป็น Social media หลักที่ใช้มากที่สุด เนื่องจากหน้าร้านของบริษัท E ไม่ได้อยู่ในทำเลที่ลูกค้าผ่านไปผ่านมาและสามารถเข้าถึงได้ง่าย และในเรื่องของธุรกิจที่เกี่ยวกับมอเตอร์ลูกค้าส่วนใหญ่จะศึกษาผ่าน website ก่อนจะไม่ได้เหมือนธุรกิจอื่นที่สามารถเข้าถึงหน้าร้านได้เลย เพราะฉะนั้นสำหรับธุรกิจนี้หน้าร้านแทบจะไม่จำเป็นเลยแต่สิ่งที่จำเป็น คือ ผลงาน และการทำตลาดออนไลน์

รูปแบบการให้บริการเน้นการให้บริการหลังการขายให้กับลูกค้าเป็นหลัก โดยในปัจจุบันร้านมอเตอร์มีหลายร้าน บริษัท E จึงมีการให้บริการหลังการขายให้กับลูกค้า เช่นกรณีลูกค้าโทรเข้ามาสอบถามข้อมูลข้อผิดพลาดจะมีพนักงานรับโทรศัพท์ แล้วจะมีพนักงานไปดูที่หน้างานก่อนที่จะประเมินตีราคาและคุยถึงเรื่องผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการหลังจากมีการติดตั้งแล้วจะมีการบริการหลังการขายให้ลูกค้าฟรีภายใน 48 ชั่วโมง เพราะทางบริษัทได้เข้าใจถึงความปลอดภัยของลูกค้าจึงจะต้องรีบเร่งแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

รูปแบบการขนส่งผลิตภัณฑ์จะใช้การขนส่งโดยบริษัทเอกชนถ้าไปต่างจังหวัด แต่ถ้าในกรุงเทพฯ ปริมาณจะใช้นั้รับสินค้า แต่ถ้าจำนวนที่ส่งน้อยมากจะให้ลูกค้ามารับเองที่โรงเก็บสินค้าและช่องทางการติดต่อช่องทางติดต่อออนไลน์เป็นหลัก แต่ถ้าช่องทางการค้นหาจะมาจาก Website

รูปแบบการบริหารจัดการ (Resource)

รูปแบบการบริหารจัดการจะแบ่งออกเป็นการขายส่งและการขายปลีก ในส่วนของการขายส่งนั้นจะมีทีมงานที่สามารถวิ่งออกต่างจังหวัดได้และสามารถดูแลตัวแทนจำหน่ายในต่างจังหวัดได้ และในส่วนของการขายปลีกนั้นจะเป็นตัวแทนที่เข้าพวกโครงการหมู่บ้าน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงทีมงานที่ต้องดูแลการติดตั้งและบริการหลังการขาย บริษัท E มีการรันตีไว้ โดยจะมีการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจนคือทีมงานที่ต้องออกงานต่างจังหวัดและทีมงานที่อยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และมีการใช้โปรแกรม Sale desk เพื่อใช้ในการจัดการลูกค้าได้แทนที่การทำงานแบบเก่าคือการจดใส่กระดาษ

การกำหนดกลุ่มลูกค้า (customer segments) และพันธมิตร (partner)

ลูกค้าจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลักๆคือ

1. ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะเป็นคนกลางที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีการขยายตัวหรือการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ ทำให้ธุรกิจเติบโตมากยิ่งขึ้นและเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

2. ผู้รับเหมาหรือร้านประตู โดยบางงานจากพวกงานโครงการบางทีกลุ่มเซลล์ไม่สามารถเข้าถึงได้จึงทำให้งานโครงการใหญ่บางโครงการมาจากกลุ่มผู้รับเหมา โดย บริษัท E จะพยายามนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจเพื่อให้ต่างฝ่ายต่างได้ประโยชน์ต่อกันและกัน

3. ลูกค้าทั่วไป ซึ่งกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จะเข้ามาจากตลาดออนไลน์และจากที่กลุ่มเซลล์หามาด้วย

ในส่วนของกลุ่มพันธมิตรก็มีเนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีการนำเข้ามามอเตอร์ทางกลุ่มพันธมิตร จำเป็นต้องมีการส่งมอเตอร์มาให้เราเพียงเจ้าเดียว เพราะฉะนั้นจะมีระดับที่ทางโรงงานตั้งไว้ว่าปีหนึ่งจะต้องมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์อย่างต่ำปีละกี่ชุดเช่น ปีละ 2,000 ชุด เป็นต้น เพราะฉะนั้นทาง บริษัท E จึงจำเป็นต้องหารตัวแทนจำหน่ายเพื่อทำการระบายผลิตภัณฑ์ และในตอนนี้ทาง บริษัท E กำลังจะขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้านด้วย ซึ่งตอนนี้ได้ทำการขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้านเป็นเวลาประมาณ 4-5 เดือน ซึ่งถือว่าได้รับเสียงตอบรับกลับมาค่อนข้างดี

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน เช่น กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ทางบริษัท E พยายามที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา เพื่อให้ตอบโจทย์ลูกค้าคนไทยมากที่สุด โดยเฉพาะมอเตอร์ประตูรีโมทในแต่ละแบรนด์จะมีความแตกต่างกัน แต่ทางบริษัท E พยายามทำ แบรนด์ Powertech ให้มีความแตกต่างจากแบรนด์อื่นและทำให้การตลาดดีขึ้น มีการปรับปรุง แบรนด์ Powertech ในด้าน Software ที่จะมีปุ่ม C ที่ใช้ในการกด Reset มอเตอร์ ซึ่งในปุ่มนี้จะมีการจดสิทธิบัตรเป็นของตัวเองเป็นเจ้าเดียวที่มี และไม่มียี่ห้อไหนที่ฟังก์ชันนี้เป็นการพัฒนา Software ที่ร่วมมือกับแบรนด์ที่ได้วันคิดค้นขึ้นมา

กลยุทธ์ด้านราคา โดยมีอัตราราคาที่ตายตัวอยู่แล้ว มีราคาเริ่มต้นที่ 10,000 - 60,000 พร้อมรวมค่าติดตั้งกล่าวถึงเฉพาะมอเตอร์ประตูรีโมทที่เป็นแบบบานเลื่อน

กลยุทธ์ด้านการตลาด พยายามทำการตลาด เช่นการออกบูท การออกอีเว้นท์ ตามงานต่างๆ เพื่อให้คนทั่วไปได้รู้จักแบรนด์ เช่นงานสถาปนิก โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือ กลุ่มตัวแทนจำหน่าย กลุ่มผู้รับเหมา ซึ่งผลที่ได้ไปออกบูทคือมีเสียงตอบรับเป็นอย่างดี และออกบูทงานบ้านและสวน โดยกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นลูกค้ารายปลีก และมีเสียงตอบรับเป็นอย่างดี

กลยุทธ์ด้านการขาย ณ ตอนนี้ บริษัท E กำลังจะทำการตลาดแบบเชิงรุก คือโดยปกติจะราให้ลูกค้าเข้ามาหาเพียงอย่างเดียว แต่ตอนนี้ได้มีการขยายในส่วนของทีมงาน ในการวิ่งออกตามต่างจังหวัด และตามโครงการหมู่บ้านมากขึ้น ในส่วนของการโฆษณาในปัจจุบันโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แต่ตอนนี้กำลังมีโปรเจกต์ที่กำลังจะทำ Advertising เพื่อจะประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักมากขึ้น ในส่วนของการจัดโปรโมชั่นนั้นนานๆที่จะมีการจัดโปรโมชั่นซึ่งจะออกตามการออกบูท การออกอีเว้นท์ตามงานต่างๆ ปีละประมาณ 2 ครั้ง โปรโมชั่นแต่ละครั้งไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันออกไปตามนวัตกรรมใหม่ๆที่ออกมาเพื่ออยากให้คนรู้จัก อย่างล่าสุดมีการเปิด-ปิดประตูผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยเชื่อมต่อกับไวไฟที่บ้าน

การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค SWOT

ด้านจุดแข็งขององค์กร ทีมงานที่มีคุณภาพโดย ทีมงานติดตั้งเป็นทีมช่างที่อยู่มานานตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทแต่ก็มีการรับคนใหม่มาบ้าง แต่ทีมช่างทุกคนล้วนมีประสบการณ์ และมีฝีมือ ซึ่งเวลาทำงานจริงช่างแต่ละคนจะมีความคิดใหม่ๆในการทำงานมีความพลิกแพลงให้งานออกมาดี และในส่วนของทีมงานขายทีมแอดมิน ทีมการตลาด ทุกคนพร้อมที่จะร่วมมือร่วมใจผลักดันธุรกิจให้ก้าวหน้า จุดแข็งด้านตัวผลิตภัณฑ์ มีจุดแข็งเยอะมากที่สามารถสู้กับคู่แข่งได้ คือผลิตภัณฑ์นี้ตอบโจทย์ลูกค้าได้ดีกับการใช้งานง่าย ได้รับประโยชน์มากที่สุด

ด้านจุดอ่อน ด้วยความที่องค์กรเล็กๆ จึงมีด้านจุดอ่อนเนื่องจากตอนนี้องค์กรกำลังทำการทำตลาดเชิงแบบเชิงรุกทำให้มีงานติดตั้งมากแต่ด้วยความที่เรามีทีมติดตั้งน้อย มี 3 ทีม ทีมละ 3 คน ซึ่งทีมติดตั้งสามารถทำงานติดตั้งในกรุงเทพฯและปริมณฑลได้วันละ 3 งานเท่านั้นซึ่งค่อนข้างน้อยจึงไม่เพียงพอ แต่ก็กำลังมีแผนที่จะเปิดรับทีมงานทีมติดตั้งมากขึ้น

ด้านโอกาสจากภายนอกซึ่งในปัจจุบันมีโครงการหมู่บ้าน โครงการคอนโดมิเนียมเกิดขึ้นเยอะทำให้ได้รับโอกาสในการติดตั้งมากขึ้นซึ่งเป็นการขยายธุรกิจมากขึ้น ทำให้ทีมงานฝ่ายงานขายสามารถเข้าไปนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

ด้านอุปสรรคที่เกิดขึ้น จะมีเรื่องของคู่แข่ง ซึ่งจะมีคู่แข่งเยอะ แต่เราเน้นในเรื่องของการบริการหลังการขายทำให้เราสามารถอยู่รอดจนถึงทุกวันนี้ และเรื่องราคาต้นทุนที่สูงเมื่อทางโรงงานที่ไต้หวันมีการปรับราคาที่สูงขึ้นถึง 13 % แต่ทางบริษัท E ยังไม่มีการปรับราคายังขายในราคาเดิมเนื่องจากต้องการให้แบรนด์ติดตลาดมากกว่าเดิม

The Business Model Canvas

Key Partners 1. บริษัทผู้ผลิตที่ได้หวัน 2. บริษัทผู้ผลิตที่มาเลเซีย 3. ร้านรับเหมาก่อสร้าง	Key Activities 1.การขายผลิตภัณฑ์ 1.2 รูปแบบการขายส่ง 1.2รูปแบบการขายปลีก 2. การให้บริการหลังการขาย 3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการใช้ในประเทศไทย	Value Propositions โดยมีอัตราราคาที่ตายตัวอยู่แล้ว มีราคาเริ่มต้นที่ 10,000 - 60,000 พร้อมรวมค่าติดตั้งกล่าวถึงเฉพาะมอเตอร์ประตูรั้วบ้านที่เป็นแบบบานเลื่อน เพราะฉะนั้นราคาขายค่อนข้างที่จะสูง เช่น	Customer Relationship มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เนื่องจากการบริการหลังการขายที่ต้องทำให้มีความใกล้ชิดกับลูกค้า และโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าขายส่ง จำเป็นต้องมีการรักษากลุ่มลูกค้านี้ไว้	Customer Segments 1. ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะเป็นคนกลางที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีการขยายตัวหรือการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ ทำให้ธุรกิจเติบโตมากยิ่งขึ้นและเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น 2. ผู้รับเหมาหรือร้านประตู โดยบางงานจ้างพวกงานโครงการบางที่กลุ่มเซลล์ไม่สามารถเข้าถึงได้จึงทำให้งานโครงการใหญ่บางโครงการมาจากกลุ่มผู้รับเหมา โดย บริษัท จะพยายามนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจเพื่อให้ต่างฝ่ายต่างได้ประโยชน์ต่อกันและกัน 3. ลูกค้าทั่วไป ซึ่งกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จะเข้ามาจากตลาดออนไลน์และจากที่กลุ่มเซลล์หามาด้วย
	Key Resources 1. ทีมงานขาย 2. ผลิตภัณฑ์ 3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย		Channels การเข้าถึงลูกค้าส่วนใหญ่จะเน้นการทำตลาดแบบออนไลน์โดยจะมี Website Instagram YouTube และการขายตรงโดยเซลล์	
Cost Structures ราคาต้นทุนที่สูงเพราะต้องมีการนำเข้าสินค้าจากไต้หวัน ซึ่งตอนนี้ทางโรงงานที่ไต้หวันมีการปรับราคาที่สูงขึ้นถึง 13 % แต่ทางบริษัท Eยังไม่มีการปรับราคายังขายในราคาเดิมจึงทำให้มีต้นทุนสูง และยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆเมื่อต้องมีการออกต่างจังหวัดและค่าใช้จ่ายอื่นๆของทีมติดตั้ง		Revenue Streams รายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย เพราะเป็นกลางที่เป็นผู้ขยายตลาด และผู้รับเหมาที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่สามารถสร้างชื่อให้กับแบรนด์ได้ดี และลูกค้าปลีกก็ทำรายได้ให้กับบริษัทพอสมควร โดยกำไรต่อเดือนค่อนข้างที่จะสูงทำให้บริษัทอยู่ได้		

ตารางที่ 4-8 การสัมภาษณ์ธุรกิจบริษัท E

คำถาม	คำตอบ
การได้เปรียบเชิงแข่งขัน	ในส่วนของบริษัทด้วยความที่เปิ่ดมานานและมีการนำเข้ามาเตอร์ที่มีแบตเตอร์ี่สำรองเป็นเจ้าแรก แล้วก็ทำการตลาดแบบออนไลน์บน website เป็นเจ้าแรก และไม่มีมีการเปลี่ยนแปลงธุรกิจเลยตั้งแต่เริ่มต้นเลยทำให้คนรู้จักผลิตภัณฑ์ของบริษัท E มาก ในส่วนของผลิตภัณฑ์ บริษัท E พยายามทำแบรนด์ Powertech ให้ติดตลาดมากที่สุด โดยในปัจจุบันช่างหรือผู้รับเหมาและรวมถึงร้านที่เกี่ยวข้องกับมอเตอร์ประตุรีโมต่างก็รู้จัก แบรนด์ Powertech ทั้งนั้น และมีประเทศเพื่อนบ้านติดต่อมาเพื่อขอเป็นคู่ค้าด้วย ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ บริษัท E กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทอื่น คือ เรื่องของฟังก์ชันการใช้งานที่มีความครบครัน แต่ถึงจะมีราคาสูงแต่ก็ความสามารถก็เทียบเท่าหรืออาจจะมากกว่าแบรนด์ดังจากอิตาลีที่มีราคาสูงกว่าได้เลย ซึ่งเป็นข้อดี ด้านการแข่งขันทางบริษัทจะสอนให้เซลล์พูดความจริงกับลูกค้าเสมอ เพื่อแสดงความจริงใจ โดยไม่มีการหลอกขายลูกค้าโดยลูกค้าสามารถเช็คได้ว่าผลิตภัณฑ์มาจากที่ไหน จากความจริงใจนี้สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้
ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร (Value proposition, Revenue)	ความคุ้มค่าในการลงทุนของบริษัท โดยผลิตภัณฑ์ด้านประตุรีโมทนั้นในปัจจุบันเป็นที่นิยมที่สูงขึ้นมาก เนื่องจากโครงการหมู่บ้าน โครงการคอนโดมิเนียม หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงร้านสะดวกซื้อที่ใช้ประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อความสะดวกสบาย และมีกำไรจากการลงทุนที่ก้าวกระโดด จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทขายดียิ่งขึ้นมีความคุ้มค่าที่ลงทุน ในส่วนของด้านกำไร เช่น ร้านสะดวกซื้อที่ใช้ประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติจะมีเพียงไม่กี่บริษัทที่รับทำประตูแบบนี้พร้อมติดตั้งแบบครบวงจร เพราะฉะนั้นในส่วนตรงนี้สามารถทำกำไรได้มาก แต่ยังไม่ถึงกับมีผลิตภัณฑ์อื่นที่กำลังจะเข้ามาทำการตลาดเพื่อให้ได้กำไรมากขึ้น เช่น ผ้าใบที่ไว้ทางโรงรถ โดยปกติจะใช้เป็นผ้าใบที่ซึ่งกับเสาธรรมดาแต่ตอนนี้มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นผ้าใบที่ใช้เป็นระบบอัตโนมัติทั้งหมัดใจการยืดหรือหุบผ้าใบ ซึ่งตัวนี้กำลังจะนำเข้ามาอาจจะ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำกำไรให้กับบริษัทอีกหนึ่งอย่าง
รูปแบบการนำ ERP เข้าไปใช้ในองค์กร (ERP)	มีการรักษาลูกค้าโดยการให้บริการหลังการขายและมีการแสดงความจริงใจต่อลูกค้า และยังมีการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆให้ยอดขายดีขึ้น หรือการ

คำถาม	คำตอบ
	ประชาชนสัมพันธ์สินค้าใหม่ให้ลูกค้าได้ทราบ มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้า และ มีการแยกทุนและกำไรอย่างชัดเจน มีการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ เป็นช่องทางที่ใช้ในการติดต่อกับลูกค้า มีการรวมกลุ่มของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ และผู้ขาย จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นพิเศษ สำหรับการเปิดตัวสินค้าใหม่ หรือการแถมสินค้าและการลดราคา และพัฒนาสินค้าตลอดเวลา มีการใช้โปรแกรม Sale Desk ในการจัดการข้อมูลของลูกค้า โดยที่แต่ก่อน เซลล์จะใช้พวกการจด การแปะโพสต์อิท รวมถึงการใช้โปรแกรม Microsoft Excel ในการจัดเก็บข้อมูล พอได้มีการใช้โปรแกรม Sale Desk ซึ่งเป็นโปรแกรมสำหรับการขายโดยเฉพาะ โดยโปรแกรมทำงานโดยให้ผู้ใส่ข้อมูลของลูกค้า พวกที่อยู่ของลูกค้า และลักษณะของผลิตภัณฑ์ ที่ได้คุยกันไว้ และสามารถทำใบเสนอราคาให้ลูกค้าได้เลย ซึ่งเป็นข้อดีของโปรแกรมเนื่องจาก ก่อนที่จะมีโปรแกรมเซลล์ต้องโทรกลับเข้ามาที่ออฟฟิศเพื่อให้คนที่ออฟฟิศทำใบเสนอราคาให้ ซึ่งไม่สะดวก พอได้ใช้โปรแกรมหลังจากเซลล์คุยกับลูกค้าเรียบร้อยแล้วเซลล์สามารถออกใบเสนอลูกค้าได้ในทันทีผ่านอุปกรณ์มือถือ Tablet I-pad และสามารถส่งใบเสนอราคาให้ลูกค้าได้เลย และโปรแกรมนี้สามารถวิเคราะห์และคำนวณราคาตัวเลขได้เลย ว่าภายในเดือนนี้ยอดขายที่เราจบกับลูกค้าเป็นเงินเท่าไร และมีลูกค้าคนไหนที่เราไม่สามารถปิดการขายได้ และยังได้ทราบถึงกำไรที่ได้และต้นทุนที่ใช้ ซึ่งทำให้ง่ายขึ้นกว่าแต่เดิมที่ต้องให้พนักงานบัญชีคิดใน Microsoft Excel รวมถึงใบเสร็จต่างๆ ข้อจำกัดในโปรแกรม คือมีการจำกัดจำนวน user คือประมาณ 10,000 user ซึ่งเป็นจำนวนสูงสุดที่ทางบริษัทใช้ พอจำนวนข้อมูลลูกค้าครบ 10,000 ราย โปรแกรมไม่สามารถลบข้อมูลนั้นได้ ต้องใช้วิธีการแก้ไขข้อมูลลูกค้าเพื่อบันทึกข้อมูลลูกค้าที่ลงไป ซึ่งอาจจะเป็นส่วนด้อยของโปรแกรมที่ควรนำไปพัฒนาต่อ แต่ถ้าโดยรวมถือว่าเป็นโปรแกรมที่ใช้งานได้ดี

ตารางที่ 4-9 สรุปผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่
(มกราคม – มีนาคม)

ธุรกิจ ดิจิทัล	บริษัท	ผลสำเร็จและการประเมินผลสำเร็จ	ระยะเวลา ดำเนินการ 2562		
			ม.ค	ก.พ	มี.ค
โครงการ ถ่ายทอด เทคโนโลยี ผู้ประกอบการ สู่การ พัฒนา ธุรกิจเกิด ใหม่ด้าน ดิจิทัล	บริษัท A	-ได้ถ่ายทอดเทคโนโลยี	✓		
	บริษัท B	-ได้ถ่ายทอดเทคโนโลยี	✓		
	บริษัท C	-ได้ถ่ายทอดเทคโนโลยี		✓	
	บริษัท D	-ได้ถ่ายทอดเทคโนโลยี			✓
	บริษัท E	-ได้ถ่ายทอดเทคโนโลยี			✓

บทที่ 5

อภิปรายผล/วิจารณ์

การวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์รูปแบบได้จากการศึกษาบริบทเบื้องต้น เป็นการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อใช้สังเคราะห์รูปแบบ จากนั้นผู้วิจัยได้นำรูปแบบที่ได้จากการสังเคราะห์ นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ

จากนั้นผู้วิจัยได้นำรูปแบบที่ได้จากการสังเคราะห์ นำไปออกแบบและพัฒนาหลักสูตรการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้ที่เข้ารับการอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ก่อนอบรม และหลังอบรมการจากกลุ่มตัวอย่าง และจัดทำ Business Canvas ธุรกิจด้านดิจิทัล อย่างน้อย 5 ธุรกิจ ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ โดยมีข้อค้นพบของงานวิจัย นำเสนอตามลำดับได้ดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

ได้ทำการสรุปผลการวิจัยจำแนกตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.1 ผลการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

5.1.1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

5.1.1.2 รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ

5.1.1.3 รูปแบบการรับงาน/การเข้าถึงลูกค้า

5.1.1.4 รูปแบบการบริหารจัดการ

5.1.1.5 กลุ่มลูกค้า

5.1.1.6 กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด/การขาย
- ด้านการบริหารจัดการผู้ปฏิบัติงาน/ลูกจ้าง
- ด้านกระบวนการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า

5.1.1.7 การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค

5.1.1.8 การได้เปรียบเชิงแข่งขัน

5.1.1.9 ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร

5.1.2 ผลวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ทั้งหมด 2 ด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมากทุกด้าน โดยด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดที่สังเคราะห์ขึ้นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.26 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36

สรุปได้ว่าผลการประเมินรูปแบบ ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สามารถนำไปใช้งานได้

5.1.3 ผลการพัฒนาหลักสูตรอบรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ หลักสูตรอบรม เนื้อหาประกอบด้วย

5.1.3.1 แนวคิดธุรกิจ ไม่น้อยกว่า 3 ชั่วโมง ประกอบด้วย รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (แนวคิดและกลยุทธ์เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ) และรูปแบบการให้บริการ และการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (แรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ (เรื่องเล่าจากความสำเร็จ))

5.1.3.2 การประกอบการธุรกิจไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง ประกอบด้วย

- รูปแบบการบริหารจัดการ กลยุทธ์ในการดำเนินงาน
- แนวคิดธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ เช่น การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการพลิกแพลงข้อมูล การสำรวจตรวจสอบข้อมูล การวิเคราะห์กลุ่มข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า การหาลูกค้า การรักษาและการพัฒนาลูกค้า รูปแบบข้อมูลสัมพันธ์ รูปแบบองค์กร และเทคนิคใหม่ ๆ ในการจัดการ

- การวิเคราะห์สภาพการณ์ทางธุรกิจและการวางแผนธุรกิจ

การวิเคราะห์ธุรกิจ

- วิเคราะห์ภาวะความต้องการของตลาด (Demand)
- วิเคราะห์ภาวะการตอบสนองทางการตลาด (Supply)
- การจัดทำตารางเปรียบเทียบ Demand และ Supply ในอนาคต
- การวิเคราะห์การจัดจำหน่าย ได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาด พื้นที่
- การจัดจำหน่าย ช่องทางการจำหน่ายและราคาสินค้า

การวางแผนธุรกิจ

- ข้อดีของการทำแผนธุรกิจ
- การจัดทำแผนธุรกิจและวิเคราะห์ SWOT ในเบื้องต้น
- วิเคราะห์และวางแผนธุรกิจด้วย Lean Canvas Model ใน

เบื้องต้น

- การระบุลูกค้าเป้าหมาย และปัญหาของลูกค้า

5.1.3.3 การวิเคราะห์และการวางแผนธุรกิจไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง

การได้เปรียบแข่งขัน ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร และการวิเคราะห์และการวางแผนธุรกิจ

ด้านการตลาด

- การสำรวจและวางแผนการตลาด
- การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (เทคนิคการขาย)

ด้านการผลิต

- การจัดการวัตถุดิบ (แหล่งวัตถุดิบ/การจัดซื้อ/การจัดเก็บ)
- ความสำคัญและแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (อย.)
- กฎหมายที่เกี่ยวข้อง (คุณภาพ ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม)

ด้านการจัดการองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคล

- รายละเอียดการจัดตั้งธุรกิจ ทุนจดทะเบียน และการถือหุ้น
- การจัดการโครงสร้างองค์กร การสร้างและบริหารทีมงาน

ด้านการเงินและการลงทุน

- การประมาณการยอดขาย
- การประมาณการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายดำเนินงาน
- การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน

โดยเนื้อหาแต่ละหลักสูตร เนื้อหาและวิทยากร ต้องสอดคล้องกับผู้ประกอบการที่เข้ารับการอบรม

5.1.4 ผลเปรียบเทียบเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้ที่เข้ารับการอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่มาก่อนอบรม และหลังอบรม

ผลการเปรียบเทียบข้อมูลพบว่าเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้ที่เข้ารับการอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ คะแนนทดสอบหลังเรียนสูงขึ้นกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.1.5 ผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีและจัดทำ Business Canvas จำนวน 5 ธุรกิจ ดังนี้

Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการมองภาพรวมของ บริษัท A ดังนี้

Key Partners	Key Activities	Value Proposition		Customer Relationships	Customer Segments
-IBM -McAfee -Trend Micro	- ติดต่อเสนอโครงการให้กับลูกค้า - มีการจัดการความต้องการจากลูกค้า - บริหารโครงการ - พัฒนาซอฟต์แวร์ - ส่งมอบซอฟต์แวร์ให้กับลูกค้า - ให้บริการหลังการส่งมอบซอฟต์แวร์ - จัดการอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ - จัดหาพนักงาน	- ซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพ - บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ		- มีการออกบูธกิจกรรมกับลูกค้า - มีบริการหลังการขาย	- ธุรกิจแบงก์ - ธุรกิจรายใหม่ที่ใช้โซลูชันเดียวกัน - ธุรกิจบอกต่อ/ใช้ซ้ำจากลูกค้าเดิม
Key Resources	Channels				
- อุปกรณ์สำนักงาน - พนักงานฝ่ายบุคคล - เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย - พนักงานพัฒนาระบบ - พนักงานทดสอบระบบ	- ติดต่อบริษัทโดยตรง - ติดต่อผ่านทาง Partner				
Cost Structure			Revenue Streams		
- ค่าเช่าสำนักงาน - ค่าเงินเดือน/OT พนักงาน - อุปกรณ์สำนักงาน - ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการพัฒนา - ค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง - ติดต่อประสานงานลูกค้า			- รายได้จากการขายซอฟต์แวร์ - รายได้จากการให้บริการหลังการขายซอฟต์แวร์		

Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการมองภาพรวมของ บริษัท B ดังนี้

Key Partner	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
เป็นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเซนต์เซอร์	จัดจำหน่ายและติดตั้งเซนต์เซอร์ สำหรับใช้งานในโรงงานอุตสาหกรรม	เมื่อลูกค้าซื้อเซนต์เซอร์ไปใช้ในอุตสาหกรรม ลูกค้าสามารถลดอัตราการจ้างคนในการทำงาน และงานที่ได้มีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำสูง	ปัจจุบันผู้บริหารและฝ่ายขายเข้าไปรับฟังปัญหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้าจากนั้นจัดตั้งทีมงานเพื่อมาดูแลและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าแต่ละรายโดยตรง	ลูกค้าเป็นกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ที่มีอัตราการผลิตเป็นจำนวนมาก เช่น • Machine Maker • Home Application: Samsung • Tire: Bridgestone, Michelin • Food & Beverage: Coca-Cola, Pepsi
	Key Resources		Channels	
	• พนักงานในบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในตัวสินค้าและการให้บริการ • สินค้าที่มีคุณภาพ		• Telephone • Website • Sales representative • Email	
Cost Structure			Revenue Streams	
• ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด • ค่าใช้จ่ายด้านการ Support ลูกค้า • ค่าใช้จ่ายด้านการบริหาร • ต้นทุนในด้านการนำเข้าสินค้าจากยุโรป			• รายได้จากการขายสินค้าและบริการหลังการขาย	

Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการมองภาพรวมของ บริษัท C ดังนี้

Key Partners - บริษัทหลักทรัพย์ - กลุ่มนักลงทุน	Key Activities ● จัดกิจกรรมแนะนำการลงทุนให้กับผู้สนใจในการลงทุน ให้เข้าร่วมกิจกรรมและการเปิดบัญชีหลักทรัพย์กับบริษัท ● ให้คำปรึกษาด้านการซื้อขายหน่วยลงทุน ● เสนอและแนะนำด้านการซื้อขายหน่วยลงทุน ● เป็นนายหน้าในด้านการซื้อขายหน่วยลงทุน Key Resources - ทีมวิเคราะห์หน่วยลงทุน - ฝ่ายงานพัฒนารูทกิจ - ฝ่ายงานเทคโนโลยี - ฝ่ายงานปฏิบัติการ ฝ่ายกำกับกำกับการปฏิบัติงานและตรวจสอบ	Value Propositions ● เมื่อมีนักลงทุนมีการซื้อและขายกองทุน บริษัทจะได้ค่าธรรมเนียมจากการลงทุนของนักลงทุน ● ให้คำแนะนำด้านการซื้อขายหน่วยลงทุน ● มี Port Access Allocations เพื่อแจ้งเตือนลูกค้า ● ถ่ายทอดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญโดยตรง ● มีการคัดสรรหน่วยลงทุนที่เหมาะสมมาแล้ว	Customer Relationship ● ใช้หลักการ Consumer Relationship CRM ● มีการดูแลและให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง ● มีช่องทางให้ติดต่อมากมาย Channels ● Telephone ● Website ● Mobile Application ● Social Media	Customer Segments - กลุ่มลูกค้าที่เพิ่งเริ่มลงทุนใหม่ หรือนิสิตนักศึกษา หรือ ผู้ที่ทำงานในระยะแรก - กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้และมีจุดประสงค์การลงทุนชัดเจน - กลุ่มลูกค้าที่เกษียณหรือมีเงินก้อน - กลุ่มลูกค้าที่ลงทุนหนักเพื่อหวังผลตอบแทนสูง - กลุ่มลูกค้าที่มีประสบการณ์สูง - กลุ่มลูกค้าที่มีเงินลงทุนส่วนเกินและไม่ได้มีแผนจะใช้นี้ใช้ในระยะสั้น พร้อมลงทุนระยะยาว 1 – 3 ปี
Cost Structures ● ค่าบริหารจัดการ ● ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ● ค่าพนักงาน ● ระบบจัดการข้อมูล			Revenue Streams ● ค่าธรรมเนียมจากการซื้อขายหน่วยลงทุน (FEE) ● ค่ากิจกรรมเข้าอบรมสำหรับนักลงทุน	

Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการมองภาพรวมของ บริษัท D ดังนี้

Key Partners 1. บริษัทผู้ผลิตที่ได้หวัน 2. บริษัทผู้ผลิตที่มาเลเซีย 3. ร้านรับเหมาก่อสร้าง	Key Activities 1.การขายผลิตภัณฑ์ 1.2 รูปแบบการขายส่ง 1.2รูปแบบการขายปลีก 2. การให้บริการหลังการขาย 3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการใช้ในประเทศไทย Key Resources 1. ทีมงานขาย 2. ผลิตภัณฑ์ 3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	Value Propositions โดยมีอัตราราคาที่ตายตัวอยู่แล้ว มีราคาเริ่มต้นที่ 10,000 - 60,000 พร้อมรวมค่าติดตั้งกล่าวถึงเฉพาะมอเตอร์ประตูรั้วบ้านที่เป็นแบบบานเลื่อน เพราะฉะนั้นราคาขายค่อนข้างที่จะสูง เช่น	Customer Relationship มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เนื่องจากการบริการหลังการขายที่ต้องทำให้มีความใกล้ชิดกับลูกค้า และโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าขายส่ง จำเป็นต้องมีการรักษากลุ่มลูกค้านี้ไว้ Channels การเข้าถึงลูกค้าส่วนใหญ่จะเน้นการทำตลาดแบบออนไลน์โดยจะมี Website / Facebook / Instagram / Youtube และการขายตรงโดยเซลล์	Customer Segments 1. ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะเป็นคนกลางที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีการขยายตัวหรือการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ ทำให้ธุรกิจเติบโตมากยิ่งขึ้นและเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น 2. ผู้รับเหมาหรือร้านประตู โดยบางงานจ้างพวกงานโครงการบางที่กลุ่มเซลล์ไม่สามารถเข้าถึงได้จึงทำให้งานโครงการใหญ่บางโครงการมาจากกลุ่มผู้รับเหมา โดย บริษัท D จะพยายามนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจเพื่อให้ต่างฝ่ายต่างได้ประโยชน์ต่อกันและกัน 3. ลูกค้าทั่วไป ซึ่งกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จะเข้ามาจากตลาดออนไลน์และจากที่กลุ่มเซลล์หามาด้วย
Cost Structures ราคาต้นทุนที่สูงเพราะต้องมีการนำเข้าสินค้าจากไต้หวัน ซึ่งตอนนี้ทางโรงงานที่ไต้หวันมีการปรับราคาที่สูงขึ้นถึง 13 % แต่ทางบริษัท D ยังไม่มีการปรับราคายังขายในราคาเดิมจึงทำให้มีต้นทุนสูง และยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ		Revenue Streams รายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย เพราะเป็นกลางที่เป็นผู้ขยายตลาด และผู้รับเหมาที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่สามารถสร้างชื่อให้กับแบรนด์ได้ดี และลูกค้าปลีกก็ทำรายได้ให้กับบริษัทพอสมควร โดยกำไรต่อเดือนค่อนข้างที่จะสูงทำให้บริษัทอยู่ได้		

Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการมองภาพรวมของทางหุ้นส่วนจำกัด บริษัท E ดังนี้

Key Partners ร้านรับเหมาก่อสร้าง	Key Activities 1.การขายผลิตภัณฑ์ 2. การให้บริการหลังการขาย 3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการใช้ในประเทศไทย	Value Propositions โดยมีอัตราราคาที่ตายตัวอยู่	Customer Relationship มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เนื่องจากการบริการหลังการขายที่ต้องทำให้มีความใกล้ชิดกับลูกค้า และโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าขายส่งจำเป็นต้องมีการรักษากลุ่มลูกค้านี้ไว้	Customer Segments 1. ตัวแทนจำหน่าย 2. ผู้รับเหมา 3. ลูกค้าทั่วไป
	Key Resources 1. ทีมงานขาย 2. ผลิตภัณฑ์ 3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย		Channels การเข้าถึงลูกค้าส่วนใหญ่จะเน้นการทำตลาดแบบออนไลน์โดยจะมี Website / Facebook Instagram YouTube	
Cost Structures ราคาต้นทุนที่สูงเพราะต้องมีการนำเข้าสินค้า แต่ทางบริษัท D ยังไม่มีการปรับราคายังขายในราคาเดิมจึงทำให้มีต้นทุนสูง และยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆเมื่อต้องมีการออกต่างจังหวัดและค่าใช้จ่ายอื่นๆของทีมติดตั้ง		Revenue Streams รายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย เพราะเป็นกลางที่เป็นผู้ขายตลาด และผู้รับเหมาที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่สามารถสร้างชื่อให้กับแบรนด์ได้ดี อยู่ได้		

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2.1 ผลการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ความเป็นมาของธุรกิจ รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ รูปแบบการรับงาน/การเข้าถึงลูกค้า รูปแบบการบริหารจัดการ กลุ่มลูกค้า กลยุทธ์ในการดำเนินงาน การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค การได้เปรียบเชิงแข่งขัน ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร

5.2.2 ผลวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ทั้งหมด 2 ด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมากทุกด้าน โดยด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดที่สังเคราะห์ขึ้นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.26 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36

5.2.3 ผลการพัฒนาหลักสูตรอบรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ หลักสูตรอบรม เนื้อหาประกอบด้วย แนวคิดธุรกิจ ไม่น้อยกว่า 3 ชั่วโมง การประกอบการธุรกิจไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง การวิเคราะห์และการวางแผนธุรกิจไม่น้อยกว่า 12 ชั่วโมง

5.2.4 ผลเปรียบเทียบเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้ที่เข้ารับการอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ก่อนอบรม และหลังอบรม

ผลการเปรียบเทียบข้อมูลพบว่าเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้ที่เข้ารับการอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ คะแนนทดสอบหลังเรียนสูงขึ้นกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.2.5 ผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีและจัดทำ Business Canvas จำนวน 5 ธุรกิจ

5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

การศึกษางานวิจัยนี้ มีข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยที่ต้องการนำผลวิจัยไปใช้และในครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ มีดังต่อไปนี้

5.3.1.1 โครงสร้างการขยายการใช้งานประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ในอนาคต ควรให้ความรู้ในระดับลึก เพื่อขยายไปยังบ้านและชุมชน

5.3.1.2 นโยบายและการสนับสนุน จากการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่า ผู้ประกอบการยังมีความต้องการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 การศึกษาค้นคว้าในการวิจัยครั้งนี้ จะช่วยให้บุคคลที่ต้องการศึกษาประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ ในเรื่องอื่น ๆ ได้มีแบบแผนที่จะพัฒนาให้ก้าวหน้าขึ้น จักนำไปสู่การดำเนินงานที่สอดคล้องและตรงความต้องการของผู้ใช้มากที่สุด

5.3.2.2 ควรวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการนำประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสู่การพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ใน ให้สามารถมองเห็นรูปแบบการประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

บรรณานุกรม

กาญจนา สมุทวิญญู (2547) เปิดเกมธุรกิจด้วย ERP [Online] (2547.) สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 จาก :

http://www.plusmainfotech.com/news_and_articles/AD1/Plusma_IT18.pdf

อุบลวรรณ ขุนทอง (2557) ปัจจัยความสำเร็จของการใช้ระบบการบริหารทรัพยากรขององค์กร ด้านการบัญชีและการเงินที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงบทบาทของนักบัญชีและนักการเงินและส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานในองค์กรธุรกิจไทย วารสารสุทธิปริทัศน์ กรุงเทพมหานคร

Alemayehu Hailu and Syed (Shawon) Rahman (2012) Evaluation of Key Success Factors Influencing ERP Implementation Success IEEE Eighth World Congress on Services

Logistics Corner รู้เรื่อง ERP (ENTERPRISE RESOURCE PLANNING) [Online] (2009.)

Available สืบค้นวันที่ 6 ธันวาคม 2558 จาก:

http://logisticscorner.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1277:-erp-enterprise-resource-planning&catid=43:technologies&Itemid=91

Shruti Nagpal และคณะ (2015) Comparative Study of ERP Implementation Strategies ©2015 IEEE

Ya-Yueh Shih (2010) A study of ERP systems selection via fuzzy AHP method ©2010 IEEE