

## Business Model Canvas (ตอนจบ)

กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา ([kulachatrakul@gmail.com](mailto:kulachatrakul@gmail.com))

Chief Marketing Officer บริษัท มาร์เก็ตติ้งได้อีกไซด์ จำกัด

การนำเอา Business Model มาใช้มีวัตถุประสงค์อันหลากหลาย บ้างก็ต้องการศึกษาสภาพแวดล้อมองค์กรเดิมๆ ว่ามีจุดอ่อนตรงไหนบ้างเพื่อทำการปรับปรุง บ้างก็ต้องการพัฒนาโมเดลธุรกิจแนวใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ผู้เขียนได้ศึกษาและนำเอาโมเดลต่างๆ มารวบรวมให้ท่านได้เห็นพร้อมจะนำไปต่อยอดให้ธุรกิจของท่าน ซึ่งสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จาก BusinessModelGeneration.com โดยมี Business Model Patterns ดังนี้

**Un-Bundling** สำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลประโยชน์ทับซ้อน แต่ละส่วนของบริษัทยังสามารถแข่งขันได้และสร้างรายได้ มีพื้นฐานและโครงสร้างการทำงานที่หลากหลาย เช่น งานลูกค้าสัมพันธ์และงานวิจัยพัฒนา ดังนั้นการใช้โมเดลคือ แยกธุรกิจออกเป็นส่วนๆ ที่สามารถแข่งขันได้ด้วยตนเองแล้วแยกหน่วยงานออกมาตั้งบริษัทใหม่ ธุรกิจในอนาคตสามารถได้แก่ โทรคมนาคม และธนาคาร เช่น AIS , SCB , Grammy

**Long Tail** โมเดลสำหรับธุรกิจ 24 ชั่วโมง ไม่มีต้นทุน Stock ไม่มี Shelf โฆษณาสินค้า ไม่มีสินค้าจำนวนมาก สั่งซื้อน้อยแต่ละครั้ง เหมาะกับธุรกิจที่ขายสินค้าที่ไม่โดดเด่นแต่ต้องการขายสินค้าให้คนกลุ่มใหญ่แต่ไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดเดิมๆ หรือธุรกิจที่ขนาดใหญ่กว่า การใช้โมเดลคือ การนำเสนอสินค้าและบริการผ่านสื่อออนไลน์เพื่อให้ถึงกลุ่มลูกค้าออนไลน์ ไม่ได้มุ่งเน้นขายเชิงปริมาณแต่เน้นจำนวนคนซื้อ เช่น e-bay , Youtube และ Lego

**Multi-Sided Platforms** มีกลุ่มบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องกันหลายฝ่าย ฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ให้ฝ่ายหนึ่งเป็นผู้รับโดยอาศัยคนกลางเป็นผู้บริหารความสัมพันธ์นำไปสู่การสร้างเครือข่ายทางสังคม ซึ่งช่วยผลักดันให้เกิดรายได้และผลกำไร การนำโมเดลไปใช้ คือ การเข้าไปเป็นธุรกิจคนกลาง เชื่อมโยงกลุ่มบุคคลหลายๆ คนเข้าด้วยกันแล้วเสนอคุณค่าของสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ เช่น VISA , Google , โครงการเพื่อสังคมต่างๆ เช่น ปลุกป่า , จส.100 , M2F

**Free Business** โมเดลฟรีเป็นที่นิยมมากโดยเฉพาะผู้ที่ต้องการสินค้าและบริการพื้นฐาน แต่ถ้าต้องการบริการที่เหนือกว่าจะต้องจ่ายเพิ่ม เหมาะกับธุรกิจที่ต้องการฐานลูกค้าจำนวนมาก เช่น ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจที่เน้นการขายสินค้าเสริม (สินค้าสิ้นเปลือง) มากกว่าสินค้าหลัก (คงทน) การนำโมเดลไปใช้ ต้องนำเสนอคุณค่าในรูปแบบของสินค้าหรือบริการฟรีให้กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น Gillette , SKYPE , SE-ED , True Vision

**Open Business** การนำความรู้จากองค์กรภายนอกเข้ามาใช้ภายในบริษัท (Outside In) และนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาหรือส่งผ่านความรู้ให้กับองค์กรภายนอก (Inside Out) จะต้องมีการรวบรวมการรับเอาความรู้ (know how) จากองค์กรภายนอกมาเพิ่มความสามารถของกิจกรรมหลัก อาทิ สถาบันการศึกษาต่างๆ บริษัทที่ใช้ Outsource หรือซื้อ know how เช่น P&G

**Group Buying** การเจรจากับผู้ขายเพื่อต่อรองส่วนลดสินค้าและบริการภายใต้เงื่อนไขจำนวนลูกค้าขั้นต่ำที่ต้องการสั่งซื้อ ในลักษณะ "Deal of the Day" และไม่ต้องจ่ายค่าโฆษณาจนกว่าจะขาย Deal ได้ เหมาะกับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นที่ยังไม่พร้อมจ่ายค่าโฆษณาเพราะยังขายสินค้าไม่ได้ โมเดลแบบนี้จำเป็นต้องมีพันธมิตรที่พร้อมให้การเจรจาภายใต้เงื่อนไขของจำนวนที่กำหนด เช่น Groupon.com , Ensogo.com Kaidee.com

**Value Creation** เป็น Model ที่เสาะหาคุณค่าที่แท้จริงของสินค้าและบริการดั้งเดิม โดยต่อยอดเพิ่มคุณค่าที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ เพื่อสร้างรายได้เพิ่มและไม่ให้ธุรกิจต้องเลิกกิจการไปเพราะขาด Business Models เช่น บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือ สินค้า OTOP ไทย

**Customer Focus** ตรงตัวเลยคือ ธุรกิจใดใช้โมเดลนี้จะต้องเน้นการบริการในทุกจุด เริ่มจากพนักงานขายไปจนถึงบริการหลังขายจนลูกค้าพึงพอใจสูงสุด ให้บริการเต็มที่จนลูกค้าเต็มใจจ่าย เช่น AIS Serenade และคลีนิกวุฒิศักดิ์

**Innovation** ธุรกิจที่มุ่งเน้นนวัตกรรมใหม่ออกไปแข่งขันในตลาด อาจได้มาจากการซื้อจากบริษัทวิจัยหรือ R&D เองก็ได้ เช่น Apple หรือ Samsung

**Social Responsibility** การใช้ Model นี้ก็เพื่อภาพลักษณ์องค์กรที่ดีในสายตาลูกค้า แต่ต้องเชื่อมโยงทุกฝ่ายในบริษัทเข้าด้วยกัน ลูกค้า พนักงาน ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด เช่น ปตท. , SCG , CP

**Quality** บริษัทใดก็ตามที่ใช้ Model นี้ ต้องคำนึงถึงคุณภาพและชื่อเสียงมาก่อนอันดับแรก เน้นภาพลักษณ์ของ Brand มาเป็นอันดับหนึ่ง ให้เหนือความคาดหวังของลูกค้า เช่น Louis Vitton , Gucci , Fly Emirates

**Efficiency** การสร้างผลตอบแทนและกำไรให้สูงขึ้นจากประสิทธิภาพของการลดต้นทุนและการลดของเสียจากการผลิต และมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มความเร็วในการตอบสนองลูกค้า โดยมุ่งเน้นการผลิตจากการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าและการจัดหาพันธมิตรในการผลิตแทน เช่น Toyota , Fedex

ทั้งหมดนี้คือ Business Model ที่องค์กรเพียงองค์กรเดียวก็สามารถนำไปใช้ได้ทุก Platform ขึ้นกับว่า การนำเสนอ New Business Model แล้วประสิทธิภาพจะสูงเพียงใด

\*\*\*\*\*