

ครบเครื่องเรื่องการจัดตั้งธุรกิจ
การตลาดสมัยใหม่
สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจยุคดิจิทัล
Business Model Canvas
และการเริ่มต้นธุรกิจ



CCF



Citi Foundation
citi

CIBA
วิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พี่หนูดีสอนน้อง

หนังสือสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
แห่งศตวรรษที่ 21 และความท้าทายที่เกี่ยวข้อง

สำหรับนักเรียน
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น
และมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผู้แต่ง
อาจารย์ศศิกา อธิสินจกกล
ออกแบบ
กนกวรรณ รัตนปรีชาชัย



บทนำ

มูลนิธิ ซี.ซี.เอฟ. เพื่อเด็กและเยาวชน ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ร่วมกับมูลนิธิซิตี้ (Citi Foundation) ได้จัดโครงการส่งเสริมทักษะการเงินและอาชีพสำหรับเยาวชนรุ่นที่ 1 เพื่อเป็นการสร้างทางเลือกในการประกอบอาชีพให้เด็กและเยาวชนในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลายให้ได้รับความรู้เรื่องการเป็นผู้ประกอบการในศตวรรษที่ 21 ตลอดจนมีทักษะการออมและบริหารเงิน

ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวได้รับความร่วมมือจากโรงเรียนนาร่อง 5 แห่ง ประกอบด้วย โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม โรงเรียนพิทยาลงกรณ์พิทยาคม โรงเรียนนวลนรดิศ-วิทยาคม รัชมังคลาภิเษก โรงเรียนโสศศึกษาจังหวัดนครปฐม และโรงเรียนวัดไตรสามัคคี โดยนักเรียนที่เข้าร่วมและผ่านการฝึกอบรมในหัวข้อ “ทักษะทางการเงิน” และ “การเป็นผู้ประกอบการ” จากคณาจารย์และทีมงานของวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ซึ่งโรงเรียนจะได้รับการสนับสนุนในการสร้างและประกอบอาชีพที่นักเรียนถนัดและสนใจจากมูลนิธิซิตี้ (Citi Foundation)

นอกจากนี้ทางมูลนิธิซิตี้ (Citi Foundation) ได้จัดสรรเงินสนับสนุนให้แก่วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ เพื่อจัดทำหนังสือเรื่องสั้น ในรูปแบบ E-Book จำนวน 2 เล่ม ได้แก่ “ทักษะทางการเงิน” และ “การเป็นผู้ประกอบการ” โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการได้ใช้ในการทบทวนความรู้ เรียนรู้เนื้อหาเพิ่มเติมหลังจากสิ้นสุดโครงการแล้ว ตลอดจนคณาจารย์และผู้สนใจทั่วไปสามารถจะใช้ประโยชน์จากหนังสือชุดนี้อีกด้วย

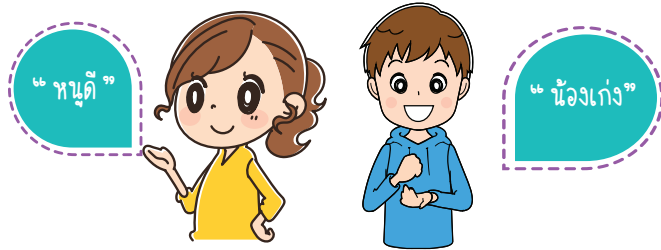
โดยหนังสือ “**พินทุติสอน้อง**” เป็นหนังสือที่ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการแห่งศตวรรษที่ 21 และความท้าทายต่าง ๆ ที่ต้องเผชิญ ครอบคลุมเรื่องการจัดตั้งธุรกิจ การตลาดสมัยใหม่สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจยุคดิจิทัล Business Model Canvas และการเริ่มต้นธุรกิจ ทางคณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อคณาจารย์ นักเรียน และผู้ที่สนใจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการ การสร้างธุรกิจใหม่ รวมทั้งการประกอบการธุรกิจในยุคดิจิทัล อันทำประโยชน์ต่อทั้งชุมชน สังคม และประเทศชาติได้สำเร็จ มั่นคง และมั่นคงอย่างยั่งยืน

คณะผู้จัดทำ

ตอนที่ 1

ผู้ประกอบการ แห่งศตวรรษที่ 21 และความท้าทายที่เกี่ยวข้อง

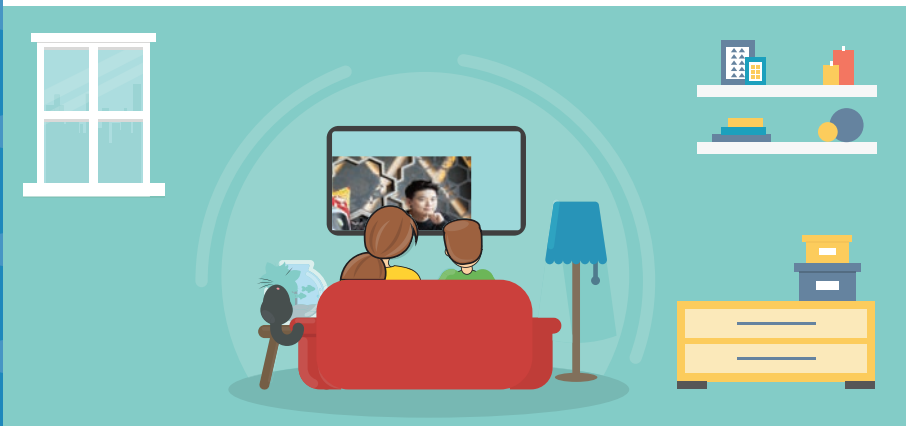




ตอนบ่ายวันอาทิตย์ ณ บ้านอันแสนอบอุ่นของหนูดีและน้องเก่ง สองพี่น้อง
นั่งอยู่ในห้องนั่งเล่น กำลังดูสารคดีเกี่ยวกับบุคคลที่ประสบความสำเร็จในแวดวง
ธุรกิจ น้องเก่งเกิดความเบื่อหน่ายและอยากดูการ์ตูนมากกว่าจึงเริ่มจ้องและ
บ่นว่า

“พี่หนูดีดูอะไรก็ไม่รู้ น่าเบื่อจัง ดูการ์ตูนเถอะ เก่งเบื่อแล้ว”

พี่หนูดีหันมามองหน้าน้องเก่ง แล้วนึกขึ้นถึงสมัยตนเองอายุเท่าน้องก็บ่น
กับพ่อเช่นนี้เหมือนกัน แต่วันนี้หนูดีโตแล้ว เรียนอยู่ ม. 3 กำลังขึ้นชั้น ม.4 ตอนนี้
หนูดีรู้ว่าอะไรที่จะเป็นประโยชน์กับตนเองและน้องในอนาคต



หนูดีจึงสุดลมหายใจลึกๆ แล้วค่อยๆ คิดคำอธิบายให้น้องเก่งที่เรียนอยู่ชั้น
ป.6 ได้ฟัง

“น้องเก่งจะ น้องเก่งรู้ไหม ทำไมคุณต๊อบ แก้วแก่น้อย, คุณดาว คอฟฟี่
บีนส์ บายดาว, แจ็ก หม่า, และมาร์ก ซักเกอร์เบิร์ก ถึงประสบความสำเร็จ”

น้องเก่งส่ายหน้าแล้วตอบว่า

“ไม่รู้ครับพี่หนูดี เขารวยมั่งครับ เลยประสบความสำเร็จ”

พี่หนูดีหัวเราะแล้วส่ายหัวกับคำตอบของน้อง

“ไม่ใช่จ้าน้องเก่ง ก่อนที่คนเหล่านี้จะรวย เขาต้องทำงานจะ ทำงานหนัก มากเลยรู้ไหม จึงจะประสบความสำเร็จและรวยแบบนี้”

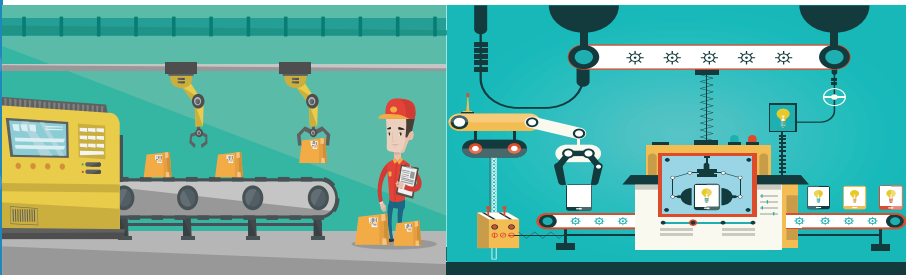
น้องเก่งทำท่ากุมขมับ

“ต้องเหนื่อยมากเลยเธอครับพี่หนูดี ถึงจะสำเร็จและรวยแบบนี้ ไม่เอาแล้ว น้องเก่งไม่ยอมสำเร็จ ไม่อยากรวย อยากรู้คุณ อยากรู้เล่นเฟสบุ๊ค ไม่อยาก ทำงานหนักหรอก เหนื่อยแย่”

น้องเก่งทำท่ากุมขมับ หนูดีซ้ำกับคำตอบของน้องแต่ก็มีความหนักใจ หนูดี ได้เข้าฟังการอบรมจากโครงการ CCF ที่มีอาจารย์จากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มาบรรยายให้ฟังในเรื่อง “การเป็นผู้ประกอบการแห่งศตวรรษที่ 21 และ ความท้าทายที่เกี่ยวข้อง” หนูดีจึงรู้ว่าถ้าพวกเราเยาวชนไทยไม่ปรับตัวหรือไม่เตรียมพร้อม สำหรับโลกอนาคต พวกเราคนไทยต้องลำบากแน่นอน หนูดีเลยอธิบายสิ่งที่ ได้รับฟังมาจากการอบรมให้น้องเก่งฟังดังนี้

“เพราะในอนาคตเครื่องจักรจะเข้ามาแทนที่การทำงานของแรงงานคน คนจะตกงานอีกมากมายถ้าเราไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ เพราะแรงงาน เครื่องจักรไม่ดื้อ ไม่งอแง แถมไม่ต้องกลัวจะเสี่ยงอันตราย ที่กิจการเลือกใช้หุ่นยนต์ แทนคนเพราะต้องการรักษาคุณภาพมาตรฐาน และที่สำคัญต้องการประหยัด ค่าใช้จ่าย

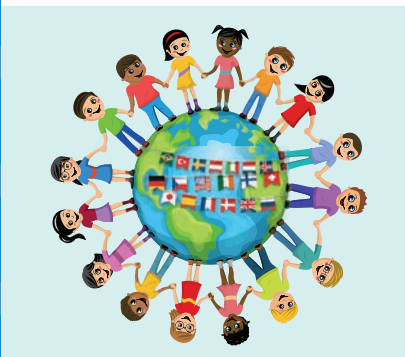
“เยาวชนทั่วอาเซียน นอกจากจะเก่งภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองแล้ว ยังมีภาษาจีนแมนดาริน ภาษาไทย ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ภาษาฝรั่งเศส หรือ ภาษารัสเซีย เป็นภาษาที่สามและภาษาที่สี่ด้วย ซึ่งในอนาคตจะมีการค้าขายข้ามชาติ มากขึ้น ถ้าไม่มีทักษะในภาษาอื่นเลย จะทำให้การติดต่อเพื่อการค้าขายหรือแม้ กระทั่งเป็นตัวเลือกในตลาดแรงงานก็คงจะยาก เนื่องจากนักศึกษาต่างชาติที่มาจาก ประเทศจีนหรือประเทศในแถบอาเซียนสามารถพูดภาษาไทยและเขียนอ่านได้ดี



และจะมีแรงงานข้ามชาติมากขึ้น นอกจากนี้อาจารย์ยังบอกอีกด้วย อย่ามาอ้างว่าเขาเป็นเมืองขึ้นเขาจึงเก่งภาษาต่างประเทศ เพราะคนฉลาดจะมองอนาคตและเชื่อว่าภาษาเป็นหน้าต่างสู่โลกกว้างไกล



“เยาวชนหลาย ๆ คนในต่างประเทศเรียนภาษา CODE ที่ใช้เขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ตั้งแต่อยู่ประถมหรือมัธยม สามารถสร้างโปรแกรมหรือสร้างเกมออนไลน์ขายได้ตั้งแต่ยังไม่จบมัธยม บางครั้งการเรียนภาษาต่างชาติดอาจไม่พอภาษาสากลที่สุดที่ใช้กันได้ทั่วโลกคือภาษาคอมพิวเตอร์ ที่ไม่ว่าจะชาติไหนก็ใช้ภาษาเดียวกันนี้ หากเรารู้จัก CODE ที่ใช้เขียนโปรแกรมก็จะต่อยอดธุรกิจออนไลน์ได้ง่าย จะเขียน Application ขายก็ได้ ลงขายใน Play Store หรือ App Store ก็ขายได้ทั่วโลกเช่นกัน และเจ้าของ Application สมัยใหม่อายุหน่อยลงไปทุกวัน ๆ ด้วย เป็นเศรษฐกิจตั้งแต่ยังเด็กเลย



“Globalization หรือโลกาภิวัตน์ คือยุคไร้พรมแดนที่เมื่อโลกเล็กลง หมายถึงคนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น เดินทางไปมาหาสู่กันได้ง่ายขึ้น ต้นทุนในการติดต่อสื่อสารการเดินทางที่ต่ำลง มีการค้าขายข้ามพรมแดนอย่างอิสระ สินค้าและบริการก็มีการขยายวง เป็นตลาดรวมของโลก การขยายกิจการ และการผลิตกระจายไปยังแหล่งต่างๆ ทั่วโลก เทคโนโลยีที่ช่วยให้โลกเล็กลงทำให้การแข่งขันกันอย่างเสรีมากขึ้น

“ถ้าเราไม่สร้างจุดแข็ง เราก็จะสู้คู่แข่งจากชาติอื่นๆ ที่ก้าวเข้ามาค้าขายในประเทศไทยไม่ได้เลย โลกาวัดนี้ทำให้เกิดแรงงานข้ามชาติมากขึ้น การเรียนรู้ในสิ่งที่แตกต่างในชาติ วัฒนธรรม และภาษา อาจเป็นจุดแข็งของเราในอนาคตก็ได้

“นอกจากนี้ยังมีภัยที่เกิดจากทั้งธรรมชาติและจากน้ำมือมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นมลพิษในสิ่งแวดล้อมที่ทำให้คนไม่แข็งแรง เจ็บป่วยง่าย ไม่มีแรงทำมาหากิน เพื่อหาเงินเลี้ยงครอบครัว การตัดต้นไม้ทำให้แล้งในฤดูร้อน และน้ำท่วมในฤดูฝน พายุฝนรุนแรงขึ้น เกิดดินถล่มทำให้เพาะปลูกไม่ได้ หรือที่ร้ายแรงคือเสียทั้งทรัพย์สิน เงินทองและเสียชีวิต



“ภัยจากการแข่งขันกันอย่างไร้มนุษยธรรมทางการค้า การค้าแรงงานมนุษย์ อย่างไร้มนุษยธรรม อีกทั้งคอร์รัปชันหรือฉ้อราษฎร์บังหลวง เกิดความยุติธรรมในสังคม คนที่ไม่สามารถฝ่าฟันปัญหาได้หรือไม่เข้มแข็งพออาจจะหันเข้าสู่มีฉ้อฉล เช่น ฉกชิงวิ่งราว ขายาเสพติด ครอบครัแตกสาแตกขาด ส่งผลให้ลูกหลานขาดโอกาสในสังคม และที่ร้ายแรงไม่แพ้กันคือการไม่รักษาสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรธรรมชาติแบบไม่วางแผน ทำให้เกิดการขาดแคลนได้ในอนาคต ซึ่งส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของทุกคนแน่นอน”





น้องเก่งนอนเท้าค้างพัง คิ้วขมวดมุ่น และพูดขึ้นว่า

“โอ้โฮ! พี่หนูดี ในอนาคตเราต้องเจอเรื่องแบบนี้จริง ๆ เหนื่อยครับเนี่ย ทำไมมันน่ากลัวจังเลยครับพี่หนูดี

“ถ้าน้องเก่งไม่ปรับตัวตาม น้องเก่งคงต้องเหนื่อยกว่าตอนที่แม่บอกให้ขยันเรียนหนังสือเน่ ๆ เลย”

พี่หนูดียิ้มใจดีและดีใจที่น้องเก่งสามารถคิดตามและเข้าใจ

“มันก็ได้ไม่น่ากลัวขนาดนั้นหรอกจ้ะน้องเก่ง เพียงแค่น้องเก่งจะต้องปรับตัว ต้องขยันขึ้นอีกนิดเดียวแค่นั้นเองจ้ะ”

พี่หนูดีกล่าว ทันใดนั้นน้องเก่งก็ลุกขึ้นพรวดพราดมาเขย่าตัวพี่หนูดีแล้วพูดเสียงดังอย่างกระตือรือร้น

“พี่หนูดี! พี่หนูดี! แล้วทำไม ต้องปรับตัวยังงี้ครับ น้องเก่งอยากเป็นคนมีจุดแข็ง อยากเป็นคนเก่ง”

พี่หนูดีเริ่มมึนหัว

“โอ๊ย! พอแล้วน้องเก่ง พี่เวียนหัวไปหมดแล้วนะ อย่าเสียงดังแล้วค่อย ๆ พูด ด้วย การมีความอดทนก็เป็นสิ่งหนึ่งที่น้องเก่งจะต้องฝึกหัดนะ จะต้องมีสติ มีสมาธิ รู้จักอดทนรอ รู้กาลเทศะ เป็นคุณสมบัติสำคัญเลยแหละน้องเก่ง จะทำได้ไหมหนอ”

พี่หนูดีกล่าวล้อน้องเก่ง



“ได้สิครับพี่หนูดี น้องเก่งจะฝึกอดทนรอ จะฝึกมีสมาธิ มีสติ จะทำตัวให้มี
กาลเทศะครับ”

น้องเก่งรับปาก

“ดีมากเลยจ้ะ นี่สุดยอดเลย!”

“เออละ...ก่อนอื่นพี่หนูดีขอถามน้องเก่งก่อนว่า โตขึ้นมาอยากเป็นอะไร
และอยากทำอะไรบ้าง”

พี่หนูดีถามน้อง น้องเก่งทำท่าครุ่นคิด

“น้องเก่งอยากเป็นเจ้าของกิจการครับพี่หนูดี อยากมีเงินเยอะ ๆ ให้พ่อกับ
แม่และพี่หนูดีใช้ ไปเที่ยวต่างประเทศด้วย อยากมีบ้านหลังโต ๆ อยากมีรถสวย ๆ ขับ
ที่สำคัญน้องเก่งอยากให้ทุกคนที่มาซื้อของกับน้องเก่งมีความสุขด้วยครับ”

“ถ้าอย่างนั้นก็ดีเลยน้องเก่ง พี่หนูดีจะเล่าให้ฟังว่าการเป็นผู้ประกอบการ
ที่ประสบความสำเร็จในอนาคตจะต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง เพราะพี่เองก็อยากเป็น
เจ้าของกิจการเหมือนกัน”

หนูดีแบ่งปันความฝันร่วมกับน้องและอธิบายความรู้เกี่ยวกับผู้ประกอบการ
แห่งศตวรรษที่ 21 ที่ได้รับฟังมาจากการอบรมให้น้องเก่งได้ฟังดังนี้



“ความรู้เกี่ยวกับโลก หรือ Global Awareness เป็นการตระหนักรู้และเข้าใจความเป็นไป ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้ ไม่มองเพียงเฉพาะสิ่งที่เกิดขึ้นกับตนเองหรือในชุมชนของตนเองเท่านั้น เช่น รู้ว่าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในประเทศสหรัฐอเมริกาจะส่งผลต่อการส่งออกของสินค้าไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา หรือภาวะโรคระบาดจากไวรัสซาร์สในประเทศไทยจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย หรือการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย เช่น ข้อบังคับการนำเข้าสินค้าที่เป็นอาหารทะเลเปลี่ยนแปลง อย่างเช่นเรื่องการค้ำมนุษย์ก็อาจเป็นการตัดโอกาสการส่งออกของประเทศไทยก็เป็นได้



ที่มาของข้อมูล http://www.p21.org/storage/documents/P21_Framework_Definitions.pdf
<http://www.thailandonlinefocus.com/> <http://61.19.73.142/km/?p=1227>

“นอกจากนี้ความรู้เกี่ยวกับโลก หรือ Global Awareness ยังหมายถึง การเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกัน ร่วมมือกันทำงาน ร่วมมือกันสร้างสรรค์บนพื้นฐานของ วัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งเชื้อชาติ ศาสนา ความเชื่อ ลักษณะการใช้ชีวิต ที่แตกต่างกัน เพราะว่าประเทศเราไม่สามารถอยู่และเข้มแข็งโดยไม่พึ่งคนอื่นได้ เราไม่ได้เก่งทุกด้าน เรายังต้องการพันธมิตรที่จะช่วยเหลือและจับมือกันฝ่าฟัน ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ในอนาคตเราคงเล็งที่จะทำงานกับคนหลากหลายชาติ ไม่ได้ รู้จักกันไว้ ทำความเข้าใจกันไว้ เพื่อการทำงานในบรรยากาศที่สร้างสรรค์ และ เป็นสุขจะดีกว่า จริงไหมจะน้องเก่ง”

พีหนุติถาม

“จริงครับพีหนุติ น้องเก่งจะไม่ล้อเพื่อนต่างชาติแล้วครับ ไม่นะอีกหน่อย น้องเก่งกับหม่อง วินอ่อง อาจจะเป็นพันธมิตรในการทำธุรกิจก็ได้ครับพีหนุติ”

น้องเก่งตอบ

“จริงจ๊ะ น้องเก่งของพี”

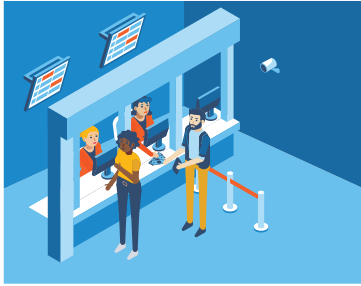
เมื่อน้องเก่งคิดดี พีหนุติก็ต้องออกปากชมและย้าว่า

“สร้างมิตรดีกว่าสร้างศัตรูจริงไหมน้องเก่ง”

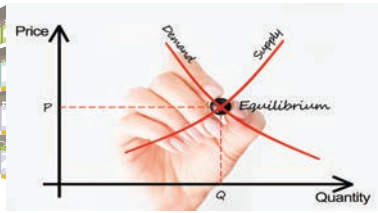
น้องเก่งพยักหน้าหงิกๆ เห็นด้วย



“ความรู้ต่อไปคือความรู้เกี่ยวกับการเงิน เศรษฐศาสตร์ ธุรกิจ และการเป็น ผู้ประกอบการ สิ่งแรกที่ต้องรู้เลยและสำคัญมากคือที่มาของรายได้และรายจ่าย ทั้งของธุรกิจที่เราทำและกิจกรรมส่วนตัว จะต้องมีการจดบันทึก รู้ที่มาและที่ไป เพื่อที่จะทำให้เรามีข้อมูลในการใช้จ่ายของธุรกิจและตนเอง เพื่อที่จะได้วางแผน การเงินการลงทุนของกิจการและวางแผนการออมสำหรับตัวเองได้ รู้ว่าควรลงทุน หรือควรจ่ายเงินกับเรื่องใดที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดให้กับธุรกิจของตัวเองและ ชีวิตส่วนตัว เมื่อเรามีเงินออมก็มีเงินไว้ลงทุน มีเงินไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน



“นอกจากความรู้เกี่ยวกับการเงินธุรกิจแล้ว การรู้และเข้าใจระบบเศรษฐกิจระดับชุมชนก็สำคัญ อย่างน้อยก็รู้ว่าเมื่อมีความต้องการทางการตลาดหรืออุปสงค์ (Demand) สินค้าได้รับความสนใจก็อาจจะมีราคาสูงขึ้น และถ้าโรงงานผลิตไม่ทัน สินค้าที่จะขายนั้นไม่เพียงพอ แปลว่าขาดอุปทาน (Supply) ก็ทำให้สินค้าราคาแพงขึ้นเช่นกัน ในทางกลับกัน ถ้าอุปทาน (Supply) หรือสินค้าล้นตลาด แต่ไม่มีคนซื้อ นั่นหมายความว่าราคาสินค้าก็จะถูกลง เพราะคนไม่ต้องการพอค้าแม้ค้าก็ต้องปรับลดราคาเพื่อให้ของขายหมด



“ยกตัวอย่างง่าย ๆ ถ้าน้องเก่งจะขายกระทง ผลิตกระทงเพื่อเตรียมขายวันลอยกระทงใช่ไหม และคนต้องการกระทงก่อนถึงเวลาลอยกระทงใช่ไหมจะนั่นก็คืออุปสงค์หรือความต้องการทางการตลาด (Demand) เมื่อน้องเก่งและคนที่ผลิตกระทงเจ้าอื่นผลิตมาขายพร้อม ๆ กัน แปลว่าอุปทานหรือของที่เสนอขายอยู่ตามท้องตลาด (Supply) สินค้าคือกระทงมีล้นตลาดใช่ไหม นั่นหมายถึงร้านขายกระทงทุกร้านต้องลดราคาเพื่อให้คนมาซื้อกระทง ยิ่งตกตึกเลยเวลา ยิ่งต้องลดราคาเพื่อขายกระทงให้หมด ในทางกลับกัน ถ้าน้องเก่งผลิตกระทงจากวัสดุ หรือมีการออกแบบอย่างสร้างสรรค์แตกต่างจากร้านอื่น ทุกคนก็จะสนใจกระทงน้องเก่งหมด ไม่มองร้านกระทงร้านอื่นเลย นั่นแปลว่ากระทงของน้องเก่งมีอุปสงค์ หรือความต้องการทางการตลาดสูง น้องเก่งจะขายได้คนเดียวและขายได้ในราคาแพงด้วยเพราะขาดอุปทานในตลาด ร้านค้าอื่นผลิตแบบนี้ไม่ได้ เห็นไหมกิจการที่จะขายดีได้จะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ด้วยนะ

ทักษะของความเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญ

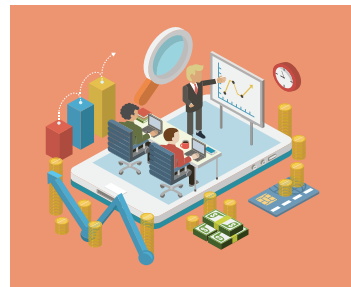


1. **มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative)** ในการเริ่มต้นธุรกิจ กล่าวคือเป็นคนที่มีมองเห็นโอกาสและช่องทางในการสร้างธุรกิจขึ้นมา ภายใต้สภาพแวดล้อมต่างๆ

2. **เรียนรู้หรือสร้างนวัตกรรม (Innovation)** ของการดำเนินธุรกิจอันจะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือบริการรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงกระบวนการผลิต การตลาด และการจัดการทรัพยากร เป็นต้น

3. **ยอมรับความเสี่ยง (Risk)** อันอาจจะเกิดขึ้นจากการขาดทุนหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเป็นนักเสี่ยงอย่างมีหลักการ คือตัดสินใจอย่างฉับไว และมีความรอบคอบด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้

4. **มีความสามารถในการจัดการทั่วไป (General Management)** ทั้งในด้านการกำหนดแนวทางของธุรกิจและการจัดสรรทรัพยากร



5. **มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน (Performance Intention)** เพื่อสร้างความเจริญเติบโตและกำไรจากการดำเนินธุรกิจ”

“พี่หนูดีครับ บางอย่างน้องเก่งก็มองภาพออก บางอย่างก็นึกตามไม่ทัน แต่น้องเก่งรู้แน่ครับว่าหลายๆ ทักษะที่พี่หนูดีเล่ามาต้องลงมือทำใช้ใหม่ครับถึงจะเข้าใจอย่างถ่องแท้” น้องเก่งถามพี่หนูดี

“ใช่จ้ะน้องเก่ง บางเรื่องพี่หนูดีเพิ่งเข้าใจตอนได้ลงมือทำธุรกิจกับชมรมที่โรงเรียน น้องเก่งจะต้องฝึกลงมือทำ เพื่อหาประสบการณ์จริงกับชมรมนะ แล้วน้องเก่งจะได้มีประสบการณ์และเข้าใจในทุกเรื่อง” หนูดีแนะนำน้อง

“ครับพี่หนูดี น้องเก่งมองไว้แล้วละว่าจะเข้าร่วมชมรมที่ให้ประสบการณ์ตั้งแต่การคิดค้นสินค้า การผลิต และการขายเลย” น้องเก่งให้คำมั่นกับพี่หนูดี

“ยังมีเรื่องที่ต้องรู้อีกนะน้องเก้ง อยากฟังต่อไหม”

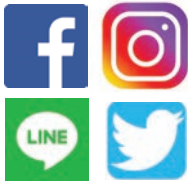
พี่หนูดีถาม น้องเก้งพยักหน้าแทนคำตอบ



“ความรู้ด้านการเป็นพลเมือง Civic Literacy รู้ถึง สิทธิและหน้าที่ของพลเมืองที่ดี เข้าใจกระบวนการทำงาน ทางกฎหมายและการดำเนินงานของภาครัฐ รู้และเข้าใจ กฎหมายเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องในระดับชุมชน ประเทศ และ ระหว่างประเทศ เบื้องต้นเลยก็คือข้อกฎหมายเบื้องต้น เพื่อ ที่จะไม่ฝ่าฝืนกฎหมาย บางธุรกิจต้องขอใบอนุญาตเพื่อเริ่มต้น กิจกรรม บางธุรกิจก็มีกฎหมายบังคับ ที่สำคัญคือกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิทางปัญญา คือห้ามไปละเมิดสิทธิสินค้า หรือความคิดสร้างสรรค์ของผู้อื่น อย่าเอารูปการ์ตูนที่มีลิขสิทธิ์ มาใช้ในสินค้าของตน ต้องขออนุญาตให้ถูกต้องตามกฎหมาย ก่อน ไมอย่างนั้นอาจโดนฟ้องร้องได้นะจ๊ะ

“จิตของความเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurial Mind หมายถึง ความ ชำนาญ ความผูกพัน ประสบการณ์เฉพาะเรื่องในธุรกิจที่ตนเองทำ ถ้าไม่รู้ดีทำไปก็ อาจเสียหายได้ เราต้องเรียนรู้ให้รู้เรียนให้ลึก มองภาพให้ออก สังเกตให้ดี เราจึงจะ สามารถสรุปผลและเอาไปใช้ได้ เลิกการค้าขายที่ตัดราคา แต่สู้กันด้วยคุณภาพ สู้กันด้วยความแตกต่าง สู้กันด้วยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุดและมีคุณธรรม ลูกค้าคือศูนย์กลาง อะไรที่จะขายได้หรือขายไม่ได้ขึ้นอยู่กับ ลูกค้า ดังนั้นการเคารพความคิดเห็นของลูกค้าก็เป็นเรื่องสำคัญ ยิ่งฟังความคิดเห็น แตกต่างมากเท่าไร เราก็จะได้ไอเดียเดียวเพื่อการเปลี่ยนแปลงมากขึ้นเท่านั้น ยิ่งถูกใจ ก็ยิ่งซื้อเยอะ ที่สำคัญธรรมาภิบาลของผู้ประกอบการ ความรับผิดชอบต่อสังคม ความเห็นอกเห็นใจต่อพนักงาน ลูกค้า และผู้ที่มีส่วนร่วมในธุรกิจทั้งหมด





“ข้อสุดท้ายแล้วนะจ๊ะน้องเก้ง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ Information Technology อาจารย์เล่าว่าเรื่องนี้สำคัญมาก ๆ น้องเก้งสังเกตไหมว่าไปไหนก็ต้องมีคอมพิวเตอร์เก็บข้อมูล หรือให้กรอกอะไรก็ต้องกรอกเอกสาร ข้อมูลต่างๆ โดยผ่านคอมพิวเตอร์ ไหนจะมีการค้าขายบนอินเทอร์เน็ตอีก เดียวนี้ร้านค้าร้านรวงต่างๆ เจียบเหงา เพราะคนหันไปซื้อของผ่านระบบอินเทอร์เน็ตกันหมด

“นอกจากนี้ระบบสารสนเทศเป็นระบบที่ทำให้เราเก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้าได้ และถ้าใช้ข้อมูลเป็นนะ เราสามารถพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้เลยด้วย การค้าขายผ่านระบบออนไลน์และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถลดต้นทุนของธุรกิจ และระบบสารสนเทศถ้าใช้เป็นก็จะลดข้อผิดพลาดในการตัดสินใจด้วยนะ...น้องเก้งเข้าใจหรือเปล่า”

หนูดีชักสงสัยเพราะน้องเก้งเจียบเสียงไปได้สักระยะแล้วเลยก้มหน้าดูเห็นน้องหลับคาตัก เลยหยิกหูน้องเก้งและบ่น

“นี่นะ... น้องเก้ง เจ้าตัวดี ปลอยให้อธิบายตั้งนานแล้วมาหลับเนี่ยนะ”

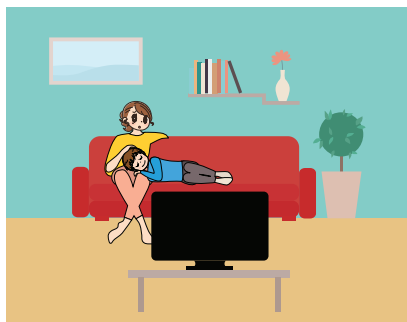
น้องเก้งคลำหูบ่อยๆ

“เปล่าหลับนะ แค่หลับตาฟังเท่านั้นเอง น้องเก้งจำได้ทุกข้อเลย น้องเก้งสัญญาว่าจะพยายามทำให้ดีที่สุด น้องเก้งอยากเป็นผู้ประกอบการที่เก่ง และประสบความสำเร็จครับพี่หนูดี”

น้องเก้งมองหน้าพี่หนูดี

“พี่หนูดี...ผู้ประกอบการที่ดีต้องไม่ขี้โมโหนะ”

พูดจบแล้ว น้องเก้งก็วิ่งหนีพี่หนูดีทันที



ตอนที่ 2

ครบเครื่องเรื่องการจัดตั้งธุรกิจ (บริษัทจำลอง)



“พี่หนูดี! ว่างไหมครับ น้องเก่งมีเรื่องสงสัยจะถามครับ”

น้องเก่งวิ่งเข้าห้องทำงานพลางตะโกนเสียงดังถามพี่หนูดี

“ว่างจ้า น้องชายตัวดีถามแบบนี้พี่ต้องว่างแน่นอน มีอะไรให้พี่รับใช้ล่ะ”

น้องเก่งยกเก้าอี้มานั่งข้าง ๆ พี่หนูดี

“พี่หนูดีครับ วันนี้น้องเก่งเลือกเข้าชมรมแล้ว เป็นชมรมเบเกอร์รี่ของโรงเรียน วันนี้คุณครูเรียกประชุมแล้วบอกว่าเราจะต้องจัดตั้งบริษัทจำลอง แล้วบริษัทจำลองนั้นหมายถึงอะไรเหรอครับ”

พี่หนูดีทำหน้านิ่วและตอบน้อง

“บริษัทจำลองก็เหมือนบริษัทจริงนั่นแหละ เพียงแต่แตกต่างกันตรงที่ไม่ได้มีการจดทะเบียนบริษัทตามกฎหมาย แต่โดยรวมแล้วมีวิธีการทำงานที่เหมือนกัน มีการลงทุนและแบ่งปันผลกำไรกันตามที่ตกลงกันไว้”

น้องเก่งพยักหน้าหงึก ๆ

“อ้อ! จำลองขึ้นมา ทำเงินปลอมเพื่อมาซื้อของด้วยไหม?”

พี่หนูดีรีบส่ายหน้า

“ไม่ใช่จ๊ะ ใช้เงินจริงซื้อขายกันเลยก็ได้ บริษัทจำลองมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเสมือนห้องทดลองปฏิบัติการเพื่อฝึกทักษะจริงด้านบริหารจัดการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ บริการ ซึ่งอาจมีผู้สนับสนุนจากภายนอกด้วยก็ได้ เช่น CCF กับมูลนิธิที่ดีให้โอกาสและเงินทุน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยังมาให้ความรู้ และหน่วยงานภายนอกอาจให้ความช่วยเหลือในเรื่องของการขายก็ได้”



“อ้อ! อย่างนี้เอง”

น้องเก่งพยักหน้าหงิกๆ

“แล้วการตั้งบริษัทจำลองต้องทำยังไงบ้างครับ พี่หนูดี”

น้องเก่งถาม พี่หนูดีเปิดสมุดที่เคยจดบันทึกไว้ตอนที่ CCF จัดอบรม
และอาจารย์จากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์มาบรรยายให้ฟัง



“การจัดตั้งบริษัทจำลองเธอจะ จริง ๆ ไม่ยากเท่าไหร่นะครับ ขั้นตอนแรกคือ
ต้องรู้วัตถุประสงค์ก่อนว่าจะตั้งบริษัทจำลองมาเพื่ออะไร เอาอย่างนั้นละ เดี่ยวพี่จะ
อธิบายให้เป็นขั้นตอนเลย เจ้าน้องเก่งตัวแสบของพี่จะได้หายสงสัยและเอาไปใช้กับ
ชมรมได้”

พี่หนูดีพูดพลางยี้หัวน้องชายแสนรัก



“ขั้นตอนแรกจะต้องระบุวัตถุประสงค์เพื่อให้ทุกคนที่เข้าร่วมหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทจำลองได้เข้าใจตรงกัน ส่วนมากวัตถุประสงค์โดยรวมมีดังนี้”



1. เพื่อส่งเสริมและเสริมสร้างทักษะเชิงปฏิบัติการ
2. เพื่อเรียนรู้การวางแผน การดำเนินการ การควบคุม การปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ
3. เพื่อให้ได้รู้จักการทำงานร่วมกันเป็นทีม มีทักษะและภาวะผู้นำและผู้ตาม และข้อสุดท้ายเลยนะ สำคัญมาก
4. เพื่อก่อให้เกิดรายได้จากการปฏิบัติการณ์เงินออม และรู้จักการตัดสินใจลงทุน”

“ขั้นตอนต่อไปนี้สำคัญมากเลยนะ เป็นขั้นตอนที่ให้ทุกคนได้ถามตัวเอง ได้รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เรียกว่าเป็นขั้นตอนที่เราจะศึกษาระบบธุรกิจที่เราสนใจ จะทำจริง เช่น ขั้นตอนการผลิต แหล่งวัตถุดิบ แหล่งตลาดที่จะไปขายสินค้า ต้นทุนที่ต้องใช้ ความชอบของลูกค้า และเงินทุน จากนั้นแล้วเราจะต้องพิจารณาด้วยว่า เรานั้นมีความพร้อมด้านไหนบ้าง และไม่พร้อมในเรื่องอะไร อาจจะเขียนขึ้นมาเป็นตารางแบบนี้เลยก็ได้นะ จะได้ชัดเจนและไม่สับสนด้วย”

ใครคิด ใครทำ ใครมีความรู้ ใครมีเงินทุน
ใครมีทรัพยากร ใครรับผิดชอบในเรื่องใดบ้าง

สินค้า / บริการอะไร ถูกใจลูกค้าหรือเปล่า
แก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ไหม

ผลิตหรือซื้อสินค้า / วัตถุดิบจากแหล่งไหน
แล้วเอาไปขายที่ไหนบ้าง ขายวิธีใดบ้าง

ผลิตเมื่อไหร่ ส่งเมื่อไหร่ ขายได้เมื่อไหร่

วิธีการผลิต
และวิธีการขาย

How ขายอย่างไร/ผลิตอย่างไร

Who ใคร

What ขายอะไร

Where ขายที่ไหน

When ขายเมื่อไหร่

ตารางเพื่อศึกษาขั้นตอน และข้อพิจารณา

หัวข้อ	คำอธิบาย	ดีแล้ว	ต้องปรับปรุง	แนวทางการปฏิบัติ
ใคร				
ขายที่ไหน				
ขายเมื่อไหร่				
ผลดีอย่างไร				
ขายอย่างไร				
สรุป ความพร้อม	สรุปสิ่งที่ต้องปรับปรุง			

“ว้าว! มีตารางแบบนี้ง่ายดีนะครับพี่หนูดี เอาไปแบ่งกับเพื่อน ๆ ช่วยกันคิด ช่วยกันเขียน แล้วมาสรุปเป็นหัวข้อตามตารางเลยก็ง่ายดี”

น้องเก่งทำหน้าที่ไว้วางงานจะง่ายและเบาลง พี่หนูดีหัวเราะกับความคิดของน้องเก่ง

“เมื่อเรารู้กิจกรรมที่จะทำทุกอย่างแล้ว เช่น น้องเก่งรู้แล้วจะทำเบเกอรี่ขาย รู้แหล่งวัตถุดิบ รู้ราคาต้นทุน รู้ขั้นตอนการผลิต รู้ว่าจะไปขายที่ไหน ที่สำคัญรู้แล้วด้วยว่าลูกค้าต้องการอะไร ขั้นตอนนี้จะเป็นขั้นตอนที่เข้าสู่การวางแผนแล้ว”

“การวางแผนเหมือนกับที่เก่งวางแผนแก๊งเพื่อนไหมครับ”

น้องเก่งถามด้วยความสงสัย แต่กลับโดนพี่หนูดีค้อนไล่ให้

แหม! ยกตัวอย่างให้ดี ๆ ก็ไม่ได้

ความหมายของการวางแผน (Planning) ก็คือ การสร้างจุดมุ่งหมาย เป้าหมาย และจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม การวางแผนก็เหมือนเราเขียนแผนการดำเนินชีวิตแหละ



“เช่น วันนี้น้องเก่งตั้งเป้าหมายว่าจะไปโรงเรียนให้ทันก่อนโรงเรียนเข้านี่คือเป้าหมาย จากนั้นเราก็ระบุวิธีการ เช่น น้องเก่งจะตื่นให้เช้าขึ้น จัดตารางเรียนและเตรียมของให้พร้อมก่อนนอน ตื่นมาจะได้อาบน้ำ ทานข้าวและไปโรงเรียนได้เลย จะได้ไม่สายไหง้ะ”

พี่หนูดีตอบ

“อืม...มันเป็นอย่างนี้เอง แล้วจะต้องทำยังไงบ้างครับ”

น้องเก่งถาม พี่หนูดีพลิกหน้าสมุดจด

“วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission) จะเป็นจุดเริ่มต้นของการวางแผนจะ วิสัยทัศน์จะบอกว่าในอนาคตข้างหน้าเราต้องการให้บริษัทเราเป็นอย่างไร เช่น ขายและเชี่ยวชาญในด้านใด, เติบโตอย่างไร, เติบโตที่ไหน และจะสำเร็จอย่างไร”

น้องเก่งยังคงไม่เข้าใจ

“พี่หนูดีครับ ยกตัวอย่างหน่อยได้ไหมครับ”



พี่หนูดีตอบ

“ได้สิจ๊ะ เช่น ชมรมของน้องเก่งขายเบเกอรี่ใช้ไหม เราก็ต้องระบุที่เราเชี่ยวชาญในการทำเบเกอรี่ อาจจะระบุไปเลยว่าเป็นแล้วแข็งแรง เพราะสะดวกปลอดภัย ใช้วัตถุดิบหลักจากธรรมชาติ แล้วเติบโตอย่างไร น้องเก่งอาจจะขยายสาขาไปทั่วประเทศ เติบโตอย่างไรคือวิธีที่จะทำให้ธุรกิจของเราเติบโต น้องเก่งอาจจะบอกว่าน้องเก่งจะทำเบเกอรี่ให้มีรสชาติอร่อย สะอาด สดใหม่จากเตาทุกวัน มีคุณภาพ ใส่ใจลูกค้า บริการดี และข้อสุดท้าย ธุรกิจของเราจะสำเร็จอย่างไร

หมายถึงวิธีการที่จะทำให้เราสำเร็จ เช่น มียอดขายสูงสุดในประเทศ หรือ เป็นที่รู้จัก และยอมรับทั่วประเทศ”

น้องเก่งพยักหน้า

“ครับ เป็นอย่างนี้เอง น้องเก่งพอเข้าใจแล้ว”



“มีวิสัยทัศน์แล้ว ก็จะต้องมีพันธกิจด้วยนะ สัญญา ข้อผูกมัด และวิธีการทำงานที่ใช้เพื่อให้วิสัยทัศน์และเป้าหมายของบริษัทเป็นจริง พันธกิจอาจจะต้องระบุถึง แผนกลยุทธ์ วิธีการทำงาน วิธีการควบคุม วิธีการแก้ไขปัญหา”

พี่หนูดีอธิบายยังไม่ทันจบดี เห็นน้องเก่งกำลังจะอำปาก พี่หนูดีเลยหัวเราะและพูดว่า “จะให้ยกตัวอย่างใช่ไหมละ ได้สิ รอแป๊บหนึ่ง เปิดสมุดจดก่อน”

พี่หนูดีพลิกหน้าสมุดเพื่อหาข้อมูลที่จดไว้ครั้งที่ได้เข้าฟังบรรยายในการอบรม

“ตัวอย่างพันธกิจนะ เช่น ชมรมเบเกอร์ ผู้ผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่โฮ้โฮ้อร่อยร้อย! มุ่งมั่นพัฒนารสชาติที่หลากหลาย รักษาคุณภาพ นำความรู้สมัยใหม่มาพัฒนาการผลิต เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ลูกค้าซื้อหาเบเกอรี่ของเราได้สะดวกขึ้น บริหารและปันผลอย่างเป็นธรรม และไม่ก่อกมลพิษให้กับชุมชนและสิ่งแวดล้อมด้วย นี่โงะที่เป็นการบอกว่าเราสัญญาอะไรกับลูกค้า ชุมชน และพนักงานของเรา และทำอย่างไรให้ธุรกิจของเราประสบความสำเร็จได้”

น้องเก่งพยักหน้าเข้าใจ และพูดว่า

“น้องเก่งนึกว่าจะเขียนพันธกิจยากกว่านี้เสียอีก”

พี่หนูดียิ้มหวานให้น้องเก่งแล้วพูดว่า

“แหม...มันเขียนง่าย แต่ทำยากนะ เพราะแผนการทำธุรกิจต่อจากนี้ไป จะต้องเป็นไปตามที่วิสัยทัศน์และพันธกิจกำหนดนะ จึงเปรียบเสมือนธงชัยที่ทำให้เรารู้ว่าจะดำเนินธุรกิจไปในทิศทางไหนยังงี้ละ”

น้องเก่งพยักหน้าเห็นด้วย

“ขั้นตอนต่อไป ทุกธุรกิจจะต้องมีเป้าหมาย ทุก ๆ แผนงานที่ทำก็จะต้องมีเป้าหมาย เป้าหมายใคร ๆ ก็ตั้งได้ แต่ตั้งแล้วนำไปใช้วัดผลได้หรือเปล่าก็เป็นสิ่งสำคัญนะจ๊ะ น้องเก่งลองตั้งเป้าหมายของธุรกิจเบเกอรี่ของชมรมหน่อยสิจ๊ะ”

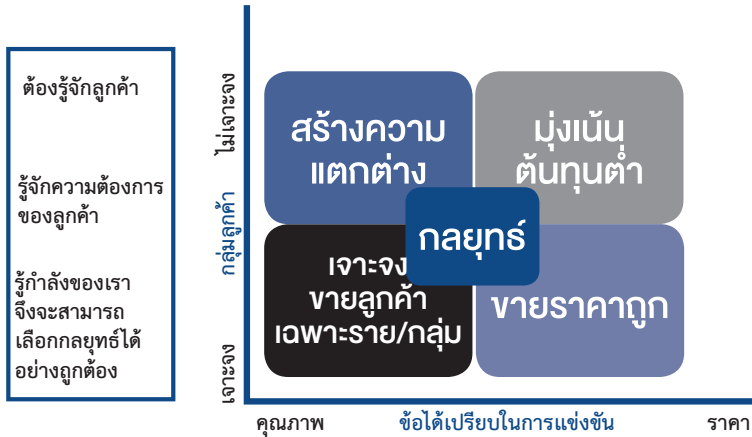
น้องเก่งทำท่าครุ่นคิด แล้วตืดนิ้ว

“น้องเก่งรู้แล้ว ๆ เป้าหมายของธุรกิจเบเกอรี่ของชมรมจะต้องเป็นอย่างนี้ครับ ขายเบเกอรี่ได้ ลูกค้าชอบ มีคนมาซื้อเยอะ ๆ ตั้งเป้าหมายแบบนี้ใช้ไหมครับ พี่หนูดี” พี่หนูดีหมั่นไส้เลยเขกหัวน้องเก่งไป แล้วให้ความรู้เพิ่มเติม



“การตั้งเป้าหมายจะต้องตั้งเป้าหมายแบบฉลาด หรือแบบ SMART หมายถึง (Specific) เจาะจง, (Measurable) วัดผลได้, (Achievable) ที่สำเร็จได้, (Realistic) ที่เป็นจริงได้, และ (Timely) ที่มีกรอบระยะเวลาชัดเจน ตัวอย่างเช่น ร้านอริยอรรย เบเกอรี่มียอดขายเพิ่มขึ้น 3% ในทุกเดือน ซึ่งเป้าหมายแบบนี้มีบอกครบหมดเลยว่าจะทำอะไร วัดผลด้วยยอดขายก็เปอร์เซ็นต์ และไม่เหนียวเกินไปที่จะทำสำเร็จได้เป็นจริงตามความสามารถของชมรม และมีกรอบระยะเวลาคือทุกเดือน แบบนี้ถึงเรียกว่าเป็นการตั้งเป้าหมายแบบฉลาด”

Porter's Generic Strategy



น้องเก่งคลำหัวบ้อย ๆ แล้วพยักหน้าหงิก ๆ แสดงความเข้าใจ

“ต่อไป กลยุทธ์คือวิธีการที่จะใช้ในการแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ อาจารย์บอกว่า ก่อนที่เราจะตั้งกลยุทธ์ที่จะใช้ นอกจากที่เรามีวิสัยทัศน์และพันธกิจแล้ว เรายังต้องรู้จักลูกค้าและคู่แข่งของเราด้วยนะ อาจารย์ยกตัวอย่างกลยุทธ์ในการแข่งขันของคนที่นามสกุลคล้าย ๆ Harry Potter เดียวที่หนูดีเปิดสมุดก่อนนะว่าใช้ไหม”

ที่หนูดีเปิดสมุดหา เมื่อหาเจอแล้วก็ดีใจรีบอธิบายให้น้องเก่งฟังต่อ

“ไม่ใช่ Harry Potter เขาชื่อ Michael E. Porter เป็นคนรวบรวมกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันและสรุปออกมาเป็น 4 กลยุทธ์ด้วยกัน กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง, กลยุทธ์มุ่งเน้นต้นทุนต่ำ, กลยุทธ์ขายราคาถูก, และกลยุทธ์เจาะจงขายลูกค้าเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะราย

“กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจะเน้นนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าปรารถนาที่แตกต่างจากยี่ห้ออื่น แต่ขายให้กับลูกค้ากลุ่มใหญ่ ตัวอย่างเช่น โทรศัพท์ Smart Phone ของ HUAWEI SAMSUNG หรือ iPhone, กลยุทธ์มุ่งเน้นต้นทุนต่ำจะแข่งขันกันด้วยราคาและขายให้กับลูกค้ากลุ่มใหญ่ ตัวอย่างเช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยี่ห้อ MAMA WAIWAI หรือ YUMYUM, กลยุทธ์ขายราคาถูก ก็ยังคงแข่งขันกัน

ด้วยราคา แต่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เล็กลงที่มีความต้องการใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น เครื่องปรับอากาศยี่ห้อ SAMSUNG DAIKIN MITSUBISHI, และสุดท้าย กลุ่มผู้เจาะจงขายลูกค้าเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะราย สินค้าจะต้องมีความแปลกใหม่ ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มที่มีความต้องการเป็นพิเศษ และขายได้ในราคาที่สูงกว่าสินค้าหรือกลุ่มลูกค้าทั่วไป นาฬิกา ROLEX กระเป๋า HERMES BIRKIN หรือสินค้าเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ หรือคนที่ถนัดมือซ้าย เป็นต้น”

น้องเก่งฟังแล้วยากจะทดสอบความเข้าใจของตัวเอง เลยพยายามนึกถึงกลยุทธ์ของชมรมเบเกอรี่ของตนเอง แล้วเสนอให้พี่หนูดีฟัง

“พี่หนูดีครับ น้องเก่งว่าร้านเบเกอรี่ของชมรมจะต้องใช้กลยุทธ์ขายราคาถูกได้ไหมครับ เพราะเรามีเงินทุนจำกัด แถมยังมีตลาดจำกัดอยู่แค่ในโรงเรียน ขายแพงบักเรียนก็ไม่มีเงินซื้อ”

พี่หนูดีใช้ความคิด

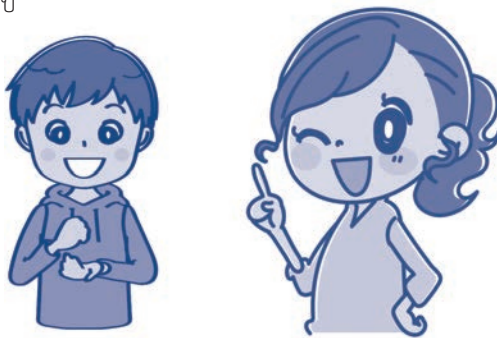
“ก็ถูกนะ แสดงว่าเราเข้าใจถูกแล้ว”

พี่หนูดีปรบมือให้น้องเก่ง

“น้องเก่ง สุดท้ายแล้วเมื่อมีคนทำงานหลาย ๆ คนก็ต้องมีการแบ่งหน้าที่กันทำงาน เราจำเป็นต้องมีการจัดโครงสร้างองค์กร เพื่อให้รู้ถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละคน สำหรับบริษัทจำลองของชมรมเปรียบเสมือนหน่วยงานเล็ก ๆ อาจารย์แนะนำว่า น่าจะจัดโครงสร้างองค์กรแบบการทำงานตามหน้าที่ เพื่อเป็นการลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน และรวมคนที่ทำงานในหน้าที่เดียวกันหรือมีความถนัดแบบเดียวกันมาทำงานร่วมกัน”

พี่หนูดีหยิบกระดาษกับ

ปากกามาวาดให้น้องเก่ง
ได้เห็นภาพชัดเจนขึ้น



การแบ่งงานกันทำตามหน้าที่



“น้องเก่งเห็นไหมจ๊ะ พี่แบ่งการทำงานให้เป็นแผนกใหญ่ ๆ 4 แผนกด้วยกัน และในแต่ละแผนกก็จะกำหนดหน้าที่ของตัวเอง ทำให้รู้ว่าจะต้องรับคำสั่งจากใคร จะต้องรายงานผลการทำงานไปถึงใคร และหัวหน้าของแต่ละแผนกนั้นก็จะต้องรายงานผลไปถึงประธานหรือผู้จัดการบริษัทจำลองยังไง”

น้องเก่งมองตามที่พี่หนูคืออธิบายและตอบว่า

“อย่างนี้การทำงานก็ง่ายขึ้นนะครับ รู้ว่าใครทำหน้าที่อะไรบ้างจะได้ไม่ต้องมาแอบซี้เกียจ ไปทำงานที่ไม่ใช่ของตนเอง จะได้รู้ว่าใครรับผิดชอบอะไรบ้าง ขอบคุณมาก ๆ ครับพี่หนูดี เก่งเข้าใจมากขึ้นเลยว่าบริษัทจำลองหมายถึงอะไร แถมยังได้ความรู้ในการจัดตั้งบริษัทจำลองให้กับชมรมอีกด้วย เดี่ยวพรุ่งนี้น้องเก่งมีเรื่องไปอวด... เอ๊ยยยย! ไปอธิบายให้เพื่อนฟังแล้ว อยากให้ถึงพรุ่งนี้เร็ว ๆ จัง ขอบคุณครับพี่สาวคนสวย”

พูดเสร็จก็วิ่งออกจากห้องไปเลย ทิ้งให้พี่หนูดีนั่งหัวเราะกับความล้นของน้องเก่ง น้องชายตัวแสบ

ตอนที่ 3

การตลาดสมัยใหม่

สำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล

การตลาดสมัยใหม่



“พี่หนูดี! ว่างไหมครับ เก่งมีเรื่องสงสัยจะถามครับ”

น้องเก่งวิ่งเข้ามาในห้องแล้วถามพี่หนูดี

“ว่างสิจ๊ะ นี่ที่อ่านหนังสือออนไลน์เกี่ยวกับการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอยู่ น้องเก่งมีอะไรจะถามพี่หรือจ๊ะ”

น้องเก่งเหล่ตามอง Smart Phone แล้วทำหน้าไม่เชื่อ แต่ก็ไม่ได้ขัดอะไร แต่ถามในสิ่งที่ตนเองสงสัยกับพี่หนูดี



“การตลาดหรือครับ วันนี้น้องเก่งก็ได้ยินคุณครูพูดถึงการตลาด คุณครูบอกว่าการทำธุรกิจต้องมีแผนการตลาด ขนาดสหกรณ์ของโรงเรียนยังต้องมีแผนการตลาดเลย แต่แผนการตลาดคืออะไรครับพี่หนูดี ใช้การวางแผนให้แม่ค้าคนไหนขายของตรงไหนในตลาดนัดหรือเปล่าครับ”

พี่หนูดีส่ายหน้า

“ไม่ใช่จ้ะ การวางแผนการตลาดเป็นการวางแผนเพื่อหารายได้เพื่อกำหนดต้นทุนธุรกิจ ทำให้เรารู้ว่าลูกค้าเราเป็นใคร และจะใช้วิธีการไหนดึงดูดใจให้ลูกค้าตัดสินใจมาซื้อสินค้าหรือบริการของเราด้วย”

น้องเก่งพยักหน้า

“อ้อ! มันเป็นอย่างนี้เอง”

“การตลาดสำหรับธุรกิจทั่วไปก็จะมี 4Ps ได้แก่ Product คือผลิตภัณฑ์ มีทั้งสินค้าและบริการ, Price การตั้งราคาที่จะขาย, Place ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือวิธีการขาย คือจะต้องทำอย่างไรให้สินค้าหรือบริการจากเราส่งถึงลูกค้าได้, และ Promotion การส่งเสริมการตลาด มีสองวัตถุประสงค์ด้วยกัน คือการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการโน้มน้าวใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า”



พินทุยยังเสริม พร้อมยกตัวอย่างอีกว่า

“อย่างเช่น **Product** สินค้าของน้องเก่งมีผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ก็ให้ระบุไปเลยว่ามีขนมปังอะไรบ้าง และขนมปังของเรามีจุดขายอะไร เช่น ไม่ใส่สารกันบูด รสชาติอร่อยเพราะใส่ใจคัดสรรวัตถุดิบ แต่ถ้ามีบริการเสริม เช่น รับจองล่วงหน้า 1 วัน หรือรับผลิตในกรณีพิเศษ ก็ต้องระบุให้ชัดเจน **Price** ราคา ก็เขียนให้ชัดเจน เพราะเราขายสินค้าที่ราคาไม่แพงมากนักตามกลยุทธ์การขายราคาถูก (ในตอนที่ 2) จะขาย 5 บาท 10 บาท หรือจะขายเป็นแพ็คเกจ 3 ชิ้น ราคา 20 บาทก็ได้

Place ช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องระบุให้ชัดเจนว่าสินค้าของเราจะไปถึงมือลูกค้าอย่างไร เช่น การจำหน่ายที่โรงอาหารของโรงเรียน เป็นการขายปลีก ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เป็นต้น

Promotion การส่งเสริมการตลาด ในส่วนแรกคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารให้ลูกค้าได้รู้ว่าเราขายอะไร ขายที่ไหน ยี่ห้ออะไร เรามีดีในเรื่องอะไร สำหรับในโรงเรียนอาจติดประกาศ หรือจะแจกใบปลิวก็ได้นะ

“ส่วนการส่งเสริมการขาย เป็นการกระตุ้นยอดขายในระยะสั้นๆ อาจทำได้หลายวิธี เช่น การลดราคา การสะสมแต้มแลกซื้อ การแจกของฟรีให้ลูกค้าชิม และ



การแถมสินค้า อย่างออริยออริยเบเกอรี่ของชมรม น้องเก่งก็อาจใช้วิธีการให้ชิมฟรีก่อนให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ และใช้สะสมแต้มเพื่อแลกซื้อหรือแลกของฟรีก็ได้เหมือนกัน แต่ต้องระวังนะ ทุกๆ การส่งเสริมการตลาดและการขายจะมีค่าใช้จ่าย เพราะเราไม่ได้ให้ฟรีๆ เข้าใจไหม”

“เข้าใจครับ” น้องเก่งตอบ

“แต่ในปัจจุบันนี้กลยุทธ์ทางการตลาดก็มีอะไรที่เพิ่มเติมมาเพื่อให้เหมาะกับยุคดิจิทัลนะน้องเก่ง”

พี่หนูดีพยายามหาข้อมูลใน Smartphone ให้น้องเก่งดู

“นี่น้องเก่ง อยากกินพิซซ่าไหม เดี่ยวพี่สั่งให้ทาง Application ใน Smartphone นี่ละ”

น้องเก่งตาโตใจที่จะได้กินพิซซ่า นึกว่าโชคดียังในวันนี้พี่สาวใจดี

“นี่น้องเก่ง พี่เปิด Application แล้วเลือกหน้าของพิซซ่าได้เลยนะ เดี่ยวพี่กด Location ก่อนนะ จะได้ไม่ต้องกรอกที่อยู่ให้เสียเวลา นี่ขั้นตอนการจ่ายเงิน พี่ใช้เงินใน Application ที่พี่เติมเงินสดไว้จ่าย ไม่ต้องใช้บัตรเครดิตด้วย เห็นไหมง่ายจะตาย เดี่ยวอีกครึ่งชั่วโมงพิซซ่าจะมาส่งแล้ว”

น้องเก่งยังมองพี่สาวตัวเองตาโตกว่าเก่า และอึ้งว่าทำไมพี่สาวตัวเองทันสมัยจัง

“นี่ไง การตลาดแห่งยุคดิจิทัล พี่ไม่ต้องโทรศัพท์สั่ง พี่ไม่ต้องออกไปซื้อถึงร้านค้า แค่เปิด Application หรือสั่งซื้อผ่าน Website ก็ได้ จ่ายเงินยิ่งง่าย ไม่ต้องใช้บัตรเครดิตหรือขอให้คุณพ่อจ่ายให้อีกแล้ว”

แต่มีสิ่งหนึ่งที่น้องเก่งสงสัยว่าพี่สาวเอาเงินมาจากไหน เพราะคุณพ่อให้เงินไม่ได้เยอะมากนัก

“แล้วพี่หนูดีเอาเงินมาจากไหนครับ”

พี่หนูดีไขข้อสงสัยให้น้องเก่งได้รู้

“พี่ทำของขายผ่านออนไลน์นี่จ๊ะ พี่ไม่ได้ขายครีมหน้าแดงหน้าขาวที่เป็นพิษต่อผิวคนนะ แต่พี่ไปเรียนวิธีการทำสบู่จากธรรมชาติมา เลยร่วมหุ้นกับเพื่อนของพี่ทำสบู่ขาย ที่พี่กลับบ้านช้าบางวัน เพราะพี่ไปทำสบู่ที่บ้านเพื่อนเวลาทำไม่ทัน ส่วนพี่เองมีหน้าที่ช่วยขายผ่านออนไลน์”

น้องเก่งพยักหน้าและชื่นชมพี่หนูดีอยู่ในใจ

“พี่หนูดีครับ กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจทั่วไปกับธุรกิจยุคดิจิทัลเหมือนกันไหมครับ”

พี่หนูดีเปิด Smartphone เพื่อค้นภาพที่ถ่ายจากการอบรมโดยโครงการ CCF และอาจารย์จากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

“นี่ไง เจอแล้ว อาจารย์เคยสอนว่ามีพื้นฐานเดียวกัน แต่สิ่งที่แตกต่างกัน จากเดิมคือกลยุทธ์ที่ทำให้ตรงใจกับลูกค้ามากขึ้น ที่เรียกว่า 4Es ได้แก่

Experience การสร้างประสบการณ์ที่รู้สึก เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

Exchange การสร้างคุณค่าที่แตกต่างให้คู่กับการแลกเปลี่ยน เพราะลูกค้าฉลาดมากขึ้นและมีทางเลือกมากขึ้น จึงต้องแสดงให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการของเรามีค่าพอที่จะให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ

Everyplace สำหรับลูกค้า ที่ไหนเมื่อไหร่ต้องให้ได้ต้องเข้าถึงลูกค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา และ

Evangelism สร้างความประทับใจและแรงบันดาลใจ ดึงดูดลูกค้าให้เป็นสาวกของยี่ห้อเรา

“ที่จะยกตัวอย่างธุรกิจสบู่อธรรมชาติออนไลน์ยี่ห้อ “ธรรมชาติ” ของพี่ให้น้องเก่งฟัง

“Experience พี่ให้ลูกค้าได้สั่งซื้อเข้ามา ในแต่ละสัปดาห์ก็จะจับฉลากหาผู้โชคดี แล้วส่งสินค้าให้เขาทดลองใช้ และ Review หรือบอกผลการใช้งานของสบู่อแล้วนำคลิปวิดีโอลงในเฟซบุ๊กเพจของสบู่อยี่ห้อ “ธรรมชาติ” เป็นการเปิดประสบการณ์ให้ลูกค้าได้ลองใช้และบอกต่อด้วย ว่าของของพี่ดียังไง



“Exchange สบู่อ “ธรรมชาติ” ของพี่ราคาแพง เพราะลดการใช้สารเคมี วัตถุดิบบางอย่างมาจากธรรมชาติ มีกรรมวิธีที่ซับซ้อนจึงมีต้นทุนสูง พี่ก็เลยใช้จุดนี้มาเป็นจุดขาย ทำให้รู้ว่าสบู่อของเรา มาจากธรรมชาติจริงๆ ใส่ใจทำทุกขั้นตอนเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าและกล้าที่จะจ่าย”



“Everyplace ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าของพี่ได้ทุกช่องทางผ่านระบบออนไลน์เลยนะ แถมส่งเร็วอีกต่างหาก สั่งเข้าได้เหินเลย อยากได้เพียงคืนก็ส่งไม่เกินบ่ายโมง ของก็ถึงมือลูกค้าแล้ว และ

“Evangelism พี่อยากมีลูกค้าประจำเยอะๆ เพราะลูกค้าประจำจะเป็นคนกระจายและโฆษณาสินค้าให้โดยเราไม่ต้องเสียเงิน พี่เลยต้องใส่ใจในการให้บริการ ทั้งก่อนการขายและหลังการขาย พี่จะคอยติดต่อลูกค้าใหม่เสมอๆ เพื่อต้องการความคิดเห็นหลังใช้สินค้า อีกอย่างพี่ได้สร้างชุมชนคน “ธรรมชาติ” ในเฟซบุ๊กเพจด้วยนะ เพื่อรวมพลคนใช้สบู่ของพี่ไง เขาจะได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน จะได้รอดกันด้วยว่าใช้สบู่ของพี่แล้วผิวสวย เป็นแรงบันดาลใจให้ลูกค้าใหม่ๆ ตัดสินใจซื้อ และหากใครสนใจเข้ามาในชุมชนของพี่ ก็จะมีลูกค้าประจำมาช่วยตอบคำถาม และในอนาคตพี่อาจให้ลูกค้าของพี่เป็นตัวแทนจำหน่ายสบู่ของพี่ด้วยนะ เป็นยังไงล่ะ แผนการตลาดในยุคดิจิทัลของพี่”

“โอ้โฮ! สุดยอดไปเลยพี่หนูดี เก่งจังเลย อยากขายขนมปังแบบดิจิทัลจัง น้องเก่งจะทำได้ไหมครับ”

พี่หนูดีหัวเราะชอบใจ

“ได้สิ ทำได้อยู่แล้ว ไม่ยากด้วย”

เสียงคนกดกริ่งหน้าบ้าน

“แต่ตอนนี้พี่หิวแล้วละ ไป เจ้าเด็กน้อยผู้หิวโหยความรู้ รีบลงไปเอาพิซซ่าเร็ว เขามาส่งแล้ว”

น้องเก่งรีบวิ่งตื๊งๆ ออกจากห้องเพื่อไปเอาพิซซ่า และเย็นนี้น้องเก่งก็อิ่มทั้งความรู้และอ้มท้องด้วย ต้องขอบคุณพี่หนูดีที่ทั้งเก่งทั้งใจดีจริงๆ

ตอนที่ 4

Business Model Canvas และการเริ่มไต่เต้าธุรกิจ



ในห้องทำงานของพี่หนูดี พี่หนูดีกำลังวุ่นกับการขีด ๆ เขียน ๆ บนกระดาษแผ่นโตที่วางไว้บนพื้น

“ก๊อ ก๊อ ก๊อ พี่หนูดีว่างไหมครับ น้องเก่งเข้าไปคุยด้วยได้ไหมครับ น้องมีเรื่องสงสัยจะถาม”

พี่หนูดีวางมือจากสิ่งที่ทำอยู่ และหันมาอนุญาต

“เข้ามาสิจ๊ะน้องเก่ง พี่กำลังทำ Business Model Canvas อยู่เลย วันนี้ที่โรงเรียนพี่ CCF และอาจารย์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยมาอบรมเรื่องการทำ Business Model Canvas สนุกมากเลย ทำให้พี่มองเห็นความเชื่อมโยงในแต่ละส่วนของธุรกิจของพี่ได้มากขึ้น อีกทั้งยังรู้ด้วยว่าพี่ลืมนึกถึงส่วนไหนไป แล้วเราจะน้องเก่ง มีอะไรจะถามพี่เธอ”

น้องเก่งมองกระดาษแผ่นโตบนพื้นอย่างสนใจ

“ไม่ถามแล้วละ สนใจที่พี่หนูดีทำมากกว่า ไอ้บิส บิสเดล ที่พี่หนูดีทำอยู่มันน่าสนใจกว่าเยอะเลย”

พี่หนูดีหัวเราะ “ไม่ใช่แล้ว เขาเรียกว่า บิส-สิ-เนส-โม-เดล-แคน-แวล เปรียบเสมือนเรวาดแผนธุรกิจ กลยุทธ์ทั้งหลายของเราลงบนผืนผ้าใบไป เหมือนทำแผนที่นั่นแหละน้องเก่ง”

น้องเก่งทวนคำ “บิส-สิ-เนส-โม-เดล-แคน-แวล”

หนูดีพยักหน้า “ใช่จ้ะ ต้องอ่านแบบนี้ อยากรู้ใช่ไหมว่ามันเป็นยังไง”

น้องเก่งพยักหน้าหงึก ๆ อย่างตื่นเต้น



¹Osterwalder, Alexander, and Pigneur, Yves. **Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, And Challengers.** Wiley, 2010.

“ก่อนอื่นเลยนะน้องเก่ง อาจารย์สอนพี่ว่า ถ้าเราอยากทำธุรกิจแต่ยังไม่รู้จะทำธุรกิจอะไร ให้เรามองหากลุ่มลูกค้าที่ถูกलि้มหรือคนอื่นไม่ใส่ใจ เช่น ถ้าจะขายเบเกอรี่ ก็ยังมีคนที่เป็นเบาหวานหรือคนที่แพ้แป้งสาลีแต่อยากกินขนมปังหรือขนมเค้กอยู่ หรืออาจจะมองสินค้าหรือบริการที่ยังไม่มีขายในที่ที่เราเล็งไว้ว่าจะไปขาย เช่น ในโรงเรียนของเก่งมีชมรมขายไอศกรีม ชมรมขายขนมหวานแบบไทยๆ หลายชมรมใช้ใหม่ ส่วนชมรมเบเกอรี่ตอนแรกยังไม่มี คุณครูเลยสนใจจะตั้งชมรม



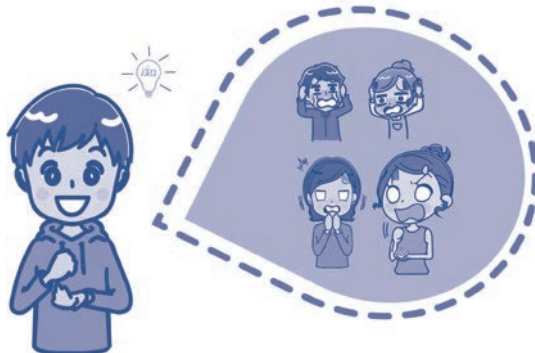
เบเกอรี่ขึ้นมาใจ เพราะยังไม่มีใครขายในโรงเรียนเลย หรือการเริ่มต้นธุรกิจอาจเริ่มต้นจากสิ่งที่เรานัด สนใจ และคิดว่า จะทำได้ดีกว่าคนอื่น เช่น พี่สนใจความสวยงาม เลยไปเรียนรู้เพื่อให้ทำสบู่ ออกมาได้ดีกว่ายี่ห้ออื่นใจ

“แต่ถ้าเรารู้แล้วว่าเราจะขายอะไร มีสินค้าหรือบริการที่อยู่ในใจเรียบร้อยแล้ว

ก็มีสองสามข้อที่เราจะต้องพิจารณาก่อนที่จะเริ่มต้นธุรกิจของเรา **ข้อแรก**คือ สินค้าหรือบริการของเราจะต้องแตกต่างจากที่ขายอยู่ทั่วไปหรือไม่, **ข้อที่สอง** สินค้าหรือบริการของเราตรงกับความต้องการของลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หรือเปล่า

“ข้อสุดท้าย เราได้ทำการบ้านมาอย่างดีก่อนเริ่มต้นธุรกิจจริงแล้วหรือยัง ทุกอย่างมันก็โยงกลับมาว่า เรารู้จักลูกค้าของเราดีแล้วหรือยัง หรือแค่เพียงคิดอยาก จะขาย ถ้าเป็นข้อหลังอาจารย์บอกพี่ว่าเตรียมรื่องให้น้ำตาเซ็ดหัวเขาได้เลย เพราะสิ่งที่เราถูกใจกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการนั้นไม่เหมือนกัน”

น้องเก่งเห็นด้วย เพราะได้ทดลองทำขนมปังแล้วกลุ่มคนทำชิมว่าอร่อย แต่เอาไปให้เพื่อนนอกกลุ่มชิมกลับไม่มีคนชอบ



“Business Model Canvas หรือแผนโมเดลทางธุรกิจช่วยให้เรามองภาพรวม และใช้วิเคราะห์ว่าเรารู้หรือขาดอะไร และมีแผนอย่างไร ซึ่ง Business Model Canvas เกิดจากการรวบรวมข้อมูลจากประสบการณ์โดยการเป็นที่ปรึกษาทางธุรกิจ ของที่ปรึกษาทั้งสองท่าน Alexander Osterwalder และ Yves Pigneur¹ ซึ่งเป็น ที่นิยมและใช้กันทั่วโลกและเหมาะสมที่จะนำมาใช้กับธุรกิจดิจิทัลด้วย โดยเฉพาะ ธุรกิจ Startup”

น้องเก่งมองไปที่กระดานบนพื้น แล้วสงสัยว่ากระดานแผ่นนี้หรือที่กำหนดวิธี การทำธุรกิจ



“น้องเก่งดูนี่สิ ในกระดานแผ่นนี้มีทั้งหมด 9 ช่อง เป็นการอธิบายถึง 9 องค์ประกอบหลักในการดำเนินธุรกิจ เริ่มต้นด้วย

1. ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
 2. คุณค่าที่นำเสนอให้แก่ลูกค้า
 3. ความสัมพันธ์ต่อลูกค้า
 4. ช่องทางการสื่อสารและการขาย
 5. รายได้หลักของธุรกิจ
 6. กิจกรรมหลักของธุรกิจ
 7. ทรัพยากรหลัก
 8. พันธมิตรหลัก
 9. โครงสร้างต้นทุน”
- หนูดีชี้ให้น้องเก่งดูทีละช่อง



น้องเก่งสงสัย

“แล้วเราจะเริ่มต้นจากตรงไหนล่ะครับ พี่หนูดี?”

หนูดีชี้ให้ดูในช่องแรก

“ดูที่ลูกค้าย่อยเป้าหมายของน้องเก่ง ในช่องนี้เราต้องอธิบายให้ได้ว่าลูกค้าของเราเป็นใคร

ต้องการให้เราแก้ไขปัญหอะไร มีพฤติกรรมอย่างไร เราต้องระบุให้ชัดเจนนะ ห้ามเขียนเด็ดขาดเลยว่าลูกค้าเราคือคนทั่ว ๆ ไป เพราะถึงแม้ลูกค้าจะเป็นเด็กอายุเท่ากัน ความชอบ ความต้องการยังไม่เหมือนกันเลย”

น้องเก่งคิดตาม

“ถ้าอย่างนั้นลูกค้าหลัก ลูกค้าเป้าหมายของอริยอรรยเบเกอร์ที่ชมรมก็ต้องระบุว่า ลูกค้าคือนักเรียน ครู และบุคลากรที่โรงเรียนที่ชอบทานขนมปังเป็นอาหารว่างหรือทานมื้ออาหาร อย่างนี้ใช่ไหมครับ”

พี่หนูดีพยักหน้า

“ใช่จ้ะ ต้องระบุแบบนี้แหละ และถ้าเพิ่มเติมได้ว่า รสนิยมหรือรสชาติที่ลูกค้าชอบคือแบบไหนยิ่งแจ่มเลย เช่น ลูกค้าชอบทานเบเกอร์ที่ไม่ใส่สารกันบูด ทำจากวัตถุดิบหลักจากธรรมชาติ จะทำให้เห็นความต้องการของลูกค้าได้ชัดเจนขึ้น เรื่องนี้ห้ามคิดเองนะ น้องเก่งต้องลงมือพูดคุยกับลูกค้าเพื่อให้รู้ความต้องการนะจ๊ะ”

น้องเก่งคิดตาม

“เป็นเพราะว่าลูกค้าแต่ละกลุ่ม แต่ละวัย ถึงแม้จะซื้อสินค้าชนิดเดียวกัน แต่ก็มีความต้องการไม่เหมือนกันใช่ไหมครับพี่หนูดี”

พี่หนูดีพยักหน้า

“ใช่จ้ะน้องเก่ง”



“เรื่องถัดไปนะ เราต้องเขียนสรุปคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่เราจะนำเสนอให้แก่ลูกค้า ต้องเป็นคุณค่าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ห้ามคิดเองเออเองว่าลูกค้าจะชอบนะจ๊ะ ยิ่งถ้ามีลูกค้าหลายกลุ่ม ยิ่งต้องเขียนให้ชัดเจนสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่มด้วย และถ้าทำได้ควรจะนำเสนอคุณค่าของสินค้าหรือบริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง แบบที่คู่แข่งทำไม่ได้แน่นอน”

พี่หนูดีพูดพลาซซี่ไปยังช่องที่ 2

“นี่ไง ถ้าเป็นพี่นะ พี่จะระบุให้ชัดเจนเลยว่าอริยอรรยเบเกอร์ของน้องเก่งจะนำเสนอคุณค่าโดยการผลิตจากรัตถุดิบจากธรรมชาติ ไม่ใส่สารกันบูด รสชาติอรรย ราคาไม่แพง ให้ลูกค้าสามารถเลือกไส้ของขนมปังและสั่งจองล่วงหน้าได้”

น้องเก่งพยักหน้า

“จริงด้วย พี่หนูดีพูดถึงข้อดีทั้งหมดที่เก่งอยากให้ลูกค้าที่มาซื้อขนมปังได้รับเลยครับ”



“ในข้อที่ 3 คือ การสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้า เป็นการสร้างการรับรู้ที่เราขายอะไร ยี่ห้ออะไร และขายที่ไหน เขาจะมาซื้อสินค้าหรือบริการของเราได้อย่างไร และยังเป็นการสร้างฐานลูกค้าให้เกิดความจงรักภักดีต่อยี่ห้อของเราเพื่อไม่ให้เปลี่ยนใจไปใช้ของยี่ห้ออื่นอีกด้วย น้องเก่งจะเห็นได้ว่าพี่แบ่งเป็นสองส่วนอย่างชัดเจน ส่วนแรกคือการสร้างการรับรู้ โดยรวมก็คือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารู้จักเรานั้นแหละ

น้องเก่งคิดว่าจะโฆษณาร้านอริยอรรยเบเกอร์ของน้องเก่งได้อย่างไรละ”

น้องเก่งใช้เวลาคิดเพียงเล็กน้อยก็ตอบคำถาม

“น้องเก่งก็จะเสนอให้ลูกค้าได้รู้ว่า ขนมปังที่อรรยซื้อได้ที่ชมรมของเก่งที่เดียวในโรงเรียน และก็ติดป้ายหน้าห้องชมรมครับ ทำให้ลูกค้ารู้ว่าเราขายอะไร เรามีอะไร และมาซื้อสินค้าเราได้ยังไง แล้วก็เปิดเฟซบุ๊กเพจด้วยครับพี่หนูดี จะโพสต์รูปขนมปังที่ทำสด ๆ ใหม่ ๆ ทุกวันเลย เอาไว้น้ำลายลูกค้า”

พี่หนูดีมองค้อนน้องชายตัวแสบ

“อ้าว...แล้วส่วนที่เหลือล่ะ น้องเก่งจะสร้างฐานลูกค้าให้เกิดความจงรักภักดีต่ออริยอรรอยเบเกอรี่ได้อย่างไร?”

น้องเก่งตอบกลับได้ทันที

“ในเฟซบุ๊กเพจใครรับพี้นูดี น้องเก่งจะให้ลูกค้ามาแลกเปลี่ยนกันว่าชอบกินขนมปังอะไร ให้ลูกค้ามารีวิว ใครได้ Like เยอะที่สุดจะได้กินขนมปังฟรีสามชิ้นเลย แล้วน้องเก่งคุยกับเพื่อนในชมรมด้วย เพื่อน ๆ ยากทำบัตรสะสมแต้ม ลูกค้าซื้อครบ 10 ชิ้นเมื่อไหร่จะแถมให้กินฟรีชิ้นนึงทันที แบบนี้ได้ไหมครับ พี้นูดี”

พี้นูดีพยักหน้า

“ได้สิ เป็นไอเดียที่ดีเลยด้วย”



“แล้วข้อที่ 4 ละครับพี ใช้ช่องทางการสื่อสารและการขายหรือเปล่าครับ แล้วมันจะต่างกับการสร้างความสัมพันธ์อย่างไรครับ”

น้องเก่งสงสัย

“ต่างสิจ๊ะ ช่องทางการสื่อสารหมายถึงช่องทางจริง ๆ แต่การสร้างความสัมพันธ์หมายถึงวิธีการที่จะใช้สื่อสาร แต่อย่างช่องทางการสื่อสารสำหรับร้านอริยอรรอย พีเห็นมีทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์นะ ช่องทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์และให้ลูกค้าติดต่อกับเราได้ อย่างแบบออฟไลน์ พีเห็นว่าน้องเก่งจะใช้ป้ายโฆษณาที่หน้าร้านชมรม แต่พีอยากแนะนำให้น้องเก่งแจกใบปลิวตามห้องเรียน หรือติดโฆษณาที่บอร์ดประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน พร้อมใส่เบอร์โทรศัพท์เพื่อให้ลูกค้าสามารถโทรมาสอบถามพูดคุยได้ด้วย”



น้องเก่งเสริม

“ที่โรงเรียนน้องเก่งเขาอนุญาตให้แต่ละชมรมประชาสัมพันธ์ชมรมตนเอง
หน้าเสาธงทุกเช้าได้ด้วยครับ น้องเก่งจะใช้วิธีนี้ด้วย”



หนูดีคิดนิ้วเปาะ

“ยอดไปเลยน้องพี”

น้องเก่งเพิ่มเติมอีกว่า

“สำหรับรูปแบบออนไลน์ อย่างที่น้องเก่งบอกพี่หนูดีว่า เก่งจะมีเฟชบุ๊กให้
ลูกค้าได้พูดคุยกัน ได้ถ่ายรูปอดกัน เป็นการช่วยโฆษณา แถมยังให้เก่งได้แอบเก็บ
ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าชอบและไม่ชอบด้วยนะครับ”

พี่หนูดีพยักหน้าเห็นด้วย

“มาซื้อที่ 5 แล้ว ข้อนี้สำคัญเลยละน้องเก่ง เป็นข้อที่ทุกคนชอบ เพราะจะ
ได้รู้ว่ารายได้มาจากช่องทางไหนบ้าง น้องเก่งคิดว่าน้องเก่งจะมีรายได้มาจาก
ช่องทางไหนบ้างจะ”



น้องเก่งนับนิ้วมือ

“น่าจะมาจากการขายที่ชมรมละครับพี่หนูดี
แล้วถ้ามีคนมาจ้างเราทำก็ถือเป็นรายได้เหมือนกัน”

พี่หนูดีพยักหน้า

“ใช่จะ แต่ก็ยังมีบางธุรกิจนะที่มีรายได้จากทางอื่น
เช่น อาจมีพื้นที่ให้คนอื่นมาเช่าขายของ ค่าเช่าที่ได้ก็ถือเป็นรายได้ นอกจากนั้นถ้าเรามี Application หรือ Website แล้วมีร้านค้าอื่นมาขอ
ลงโฆษณาแล้วจ่ายค่าโฆษณาให้กับเรา ก็ถือว่าเป็นรายได้เช่นกัน”

น้องเก่งพยักหน้า

“เข้าใจแล้วครับพี่หนูดี”

พี่หนูดีเสริม

“แต่ถ้าน้องเก่งสามารถคำนวณจำนวนเงินสำหรับการเริ่มต้นกิจการ เช่น
สักระยะหนึ่งปีได้จะยิ่งดีเลย จะได้นำตัวเลขไปคำนวณกำไรขาดทุนในเบื้องต้นได้”

น้องเก่งพยักหน้าเข้าใจ



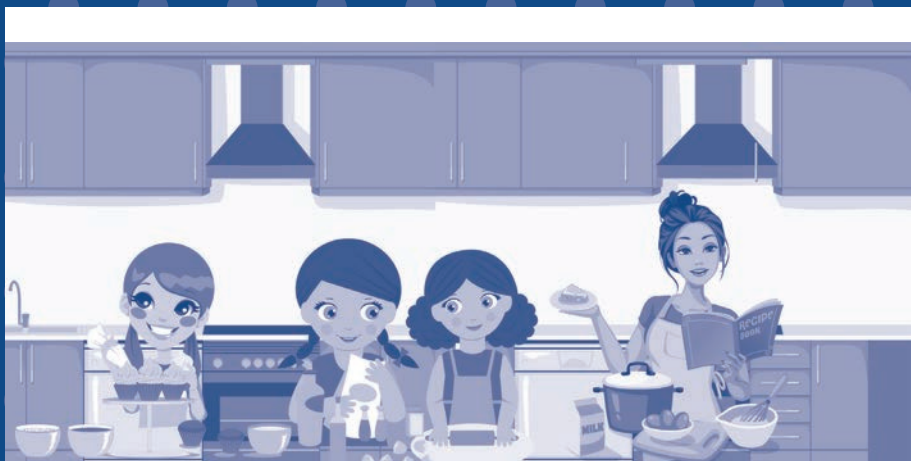
มาถึงข้อที่ 6 แล้ว 5 ข้อที่ผ่านมาเป็นเรื่องที่ใกล้ชิดกับลูกค้า แต่ตั้งแต่
ข้อที่ 6 จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจแล้ว

“ข้อที่ 6 คือกิจกรรมหลักที่จะทำให้เราสามารถผลิตคุณค่าที่จะนำเสนอให้
กับลูกค้าได้ หลายๆ ธุรกิจมองแต่เรื่องการผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่จริง ๆ แล้ว
ยังมีเรื่องอื่นๆ อีก เช่น การพัฒนาการผลิต การคิดค้นสูตรสินค้าใหม่ๆ การออกแบบ
สินค้า การสร้างกระบวนการที่จะอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

ในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการในธุรกิจเรา ตัวอย่างเช่น อร่อยอร่อย
เบเกอรี่จะต้องมุ่งเน้นในการรักษาคุณภาพการผลิต ค้นหาวัตถุดิบที่ตรงใจลูกค้า
และที่สำคัญจะจัดกิจกรรมให้กับสมาชิกในชมรมได้เพิ่มพูนทักษะในการทำเบเกอรี่
ให้เก่งกว่าเดิมอีกด้วย เข้าใจไหมจ๊ะน้องเก่ง”

น้องเก่งพยักหน้า

“เข้าใจแล้วครับพี่หนูดี”



“แล้วข้อ 7 คือทรัพยากรหลัก หมายถึงวัตถุดิบ อุปกรณ์ต่างๆ ที่เราต้องใช้เพื่อดำเนินธุรกิจ นอกจากนั้นอาจหมายถึงสินทรัพย์ที่มีมูลค่าอื่นๆ เช่น สิทธิบัตร สูตรขนมปัง ยี่ห้อ ตราสินค้า รวมถึงอสังหาริมทรัพย์ เช่น สถานที่ โรงงาน หรือจะเป็นความรู้ความชำนาญต่างๆ หรือพนักงานที่เก่งๆ ก็ถือว่าเป็นทรัพยากรหลักด้วยเช่นกัน”

พี่หนูคือธิบาย

“ถ้าอย่างนั้น ทรัพยากรหลักของอริยอรรอยเบเกอรี่ก็เป็นสูตรที่คิดค้นเอง ไม่เหมือนร้านอื่น ใส่ที่คิดค้นเองและเก็บเป็นสูตรลับ รวมถึงเพื่อนๆ ของน้องเก่งที่มีความสามารถในการทำขนมไข่ไหมครับ ขอนึกก่อนนะครับ น้องเก่งคิดว่ามีอีก... อ้อ ช่องทางการจัดจำหน่ายครับ ห้องขนมของน้องเก่งอยู่ใจกลางโรงเรียนเลย ใครจะไปไหนต้องเดินผ่าน ทาง่ายด้วย แถมยังมีเครื่องมืออุปกรณ์เบเกอรี่ครบครัน”

น้องเก่งเสริม

“แหม! ชักจะเก่งสมชื่อเนะเรา ได้เรียนรู้จากของจริงก็ดีย่างนี้ พูดยินเดียวก็เข้าใจเป็นภาพเลย”

“ใกล้จะขอสุดท้ายแล้ว ข้อที่ 8 เป็นข้อที่ขาดไม่ได้เลย พันธมิตรทางการค้า เราทำธุรกิจด้วยตัวคนเดียวไม่ได้หรอก เพราะเราไม่สามารถไปปลูกข้าวสาลีเอง ปลูกอ้อยเอง เลี้ยงหมูเลี้ยงไก่เอง เพื่อมาเป็นวัตถุดิบไข่ไหมจะ และบางครั้งเราไม่มีต้นทุนก็เริ่มต้นธุรกิจได้ยากเช่นกัน ที่สำคัญความรู้ในการทำธุรกิจหรือในการผลิตก็ไม่มี ไหนคนเก่งลองบอกพี่หน่อยว่า พันธมิตรของเราเป็นใครบ้าง?”

น้องเก่งทำท่าแบบอึกคิ้วซัง



“ก็ต้องเป็นคนที่ยาววัดดูดิบ เครื่องปรุง ส่วนผสม รวมถึงอุปกรณ์ทำขนม ไข่ไหมครับ เมื่อก็น้องเก่งแอบเห็นว่าพี่หนูดีเขียนใน Business Model Canvas ของพี่ว่า คนที่ให้ความรู้ก็นับเป็นพันธมิตร อย่างนี้น้องเก่งนับพี่หนูดีเป็นพันธมิตร ด้วยรวมถึงมูลนิธิซีดี มูลนิธิ CCF และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย ที่สนับสนุน ทั้งความรู้และทุนในการเริ่มต้นกิจกรรมของชมรมด้วยไข่ไหมครับ”

พี่หนูดีตอบ

“ไข่จำ บางครั้งยังรวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยนะ บางธุรกิจ ไปฝากร้านอื่นๆของให้ ก็นับเขาเหล่านั้นเป็นพันธมิตรด้วยเช่นกัน”

น้องเก่งพยักหน้าเข้าใจ

“มาข้อสุดท้ายแล้ว ข้อนี้ก็สำคัญนะน้องเก่ง เป็นข้อที่ทำให้เรารู้ว่าเราจะต้องเตรียมเงินเพื่อใช้จ่ายในเรื่องอะไรบ้าง โดยรวมๆ แล้วก็จะมีการใช้จ่ายสองด้านใหญ่ๆ ด้านแรกคือการผลิตและการจัดตั้งกิจการ ด้านที่สองคือการใช้จ่ายเพื่อสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจ”

พี่หนูดีเปิดสมุดที่จดไว้ แล้วอธิบายเพิ่ม

“ค่าใช้จ่ายในการผลิตและการจัดตั้งกิจการจะเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเช่า การซื้อสถานที่ ตึก เพื่อเป็นโรงงาน หรือสถานที่ขายสินค้าหรือบริการ นอกจากนี้ยังเป็นค่าซื้ออุปกรณ์ วัตถุดิบ ค่าแรง และค่าจดทะเบียนต่างๆ สำหรับการเริ่มต้นกิจการด้วย อย่างอริยอรรยเบเกอร์จะต้องซื้ออุปกรณ์ทำขนมทั้งหมด ต้องจ่ายค่าเช่าสถานที่ ค่าน้ำ ค่าไฟให้กับโรงเรียน ต้องจ่ายค่าแรงงานให้กับสมาชิกในชมรม ค่าทำบรรจุภัณฑ์ ค่ารถ ค่าขนส่ง เป็นต้น”



น้องเก่งพยักหน้า

“เยอะเหมือนกันนะเนี่ย”

“นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายอีกประเภทคือ ค่าใช้จ่ายในการสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจ ค่าใช้จ่ายพวกนี้รวมถึงค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด เช่น การโฆษณา การทำ CSR หรือเพื่อสร้างและสานสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าและธุรกิจกับพันธมิตร สำหรับ อรียอรรอยเบเกอร์ ค่าใช้จ่ายส่วนนี้น่าจะเป็นค่าใช้จ่ายที่ทำใบปลิว โปสเตอร์ สติกเกอร์ ติดสินค้าเป็นโลโก้ของชมรม พร้อมใส่เบอร์โทรศัพท์ การซื้อโฆษณาในเฟซบุ๊ก ของที่จะแจกฟรีในเพจเฟซบุ๊ก เวลาที่ลูกค้ามาโพสต์รีวิวชมรมปัง รวมถึงค่าใช้จ่ายในการทำบัตรสะสมแต้มและที่นำแต้มมาแลก กล้วย ๆ ปีใหม่หรือเทศกาลต่าง ๆ ชมรมของน้องเก่งก็อาจจะต้องทำขนมไว้แจกลูกค้าประจำและผู้สนับสนุนที่เป็นพันธมิตรกับชมรมด้วย”

น้องเก่งพยักหน้าเข้าใจ และพี่หนูดีเสริมว่า

“อย่าลืมนะ ค่าใช้จ่ายถ้าคำนวณเป็นจำนวนเงินได้จะดีมากเลย เราจะได้รู้ว่า ขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจและเงินสำรองเพื่อที่จะให้ธุรกิจอยู่ได้อย่างน้อยในปีแรก ต้องใช้เงินกี่บาท บางคนก็คำนวณกับรายได้หลักของกิจการ ทำให้พอรู้ว่าจะมีกำไร หรือขาดทุนในเบื้องต้น

เอาอย่างนี้ดีกว่า เรามาช่วยกันเขียนให้ชัดเจนเลยดีกว่า Business Model Canvas ของอรียอรรอยเบเกอร์จะมีหน้าตาเป็นอย่างไร”



Business Model Canvas: อร่อยอร่อยเบเกอรี่

พันธมิตรหลัก	กิจกรรมหลัก	คุณค่าที่นำเสนอให้แก่ลูกค้า	ความสัมพันธ์ต่อลูกค้า	ลูกค้า
• มูลนิธิ CCF • มูลนิธิ CITI • DPU : CIBA • ผู้จัดการฝ่ายปัจจัยการผลิตและอุปกรณ์การผลิต	• คิดค้นสูตรขนมใหม่ ๆ • คัดสรรวัตถุดิบใหม่ ๆ • คัดกระบวนการให้บริการลูกค้า • รักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ • ส่งสมาชิกในชมรมไปร่วมอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ	• ผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ ไม่ใส่สารกันบูด รสชาติอร่อย ราคาไม่แพง • ให้ลูกค้าสามารถเลือกได้ของขนมปังและสิ่งจอสล่งหน้า	• ลูกค้ารู้จักอร่อยอร่อยเบเกอรี่ และจะติดใจในรสชาติ • คุณภาพและความหลากหลายรวมถึงการบริการที่เร็วทันใจ	• นักเรียน ครู และบุคลากรที่ชื่นชอบเบเกอรี่ • ไม่ชอบอาหารที่ใส่สารเยอะ ๆ • ชอบผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ • ชอบรสชาติของเบเกอรี่ที่หลากหลายและอร่อย
โครงสร้างต้นทุน	ทรัพยากรหลัก		ช่องทางสื่อสาร + การขาย	
• เครื่องดื่ม • ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาส่งเสริมการขาย CSR • ค่าใช้จ่ายในการรักษาพันธมิตร • บริษัท โรงงาน และคลังเก็บวัตถุดิบ • ค่าเช่าของสถานที่ตั้งร้าน • ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง • เงินเดือนพนักงาน • ค่าใช้จ่ายในการผลิตขนม	• สูตรลับของขนม • ยี่ห้อขนม • อุปกรณ์แล้ววัตถุดิบสำคัญต่าง ๆ • ร้านค้าของชมรม		• มีช่องทาง การติดต่อสื่อสารทั้งแบบ Online และ Office แบบที่ตั้งร้านอยู่ใจกลางโรงเรียน	
รายได้หลักของธุรกิจ				
• รายได้จากการขายอาหาร ขนม และเครื่องดื่มหน้าร้าน • รายได้จากการขายอาหาร ขนม เครื่องดื่มผ่านระบบ • Catering (ส่งเป็นกล่องตามงาน)				

และแล้วสองพี่น้องก็ร่วมกันทำ Business Model Canvas จนสำเร็จ ทำให้น้องเก่งเอาไปใช้อธิบายให้กับเพื่อนๆ ในชมรมได้เข้าใจและดำเนินการตามได้ และน้องเก่งได้รับคำชมจากทั้งเพื่อนในชมรมและคุณครูที่ปรึกษาชมรม

บรรณานุกรม

Osterwalder, Alexander, and Pigneur, Yves. Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, And Challengers. Wiley, 2010.

ประวัติผู้เขียน

อาจารย์ศศิภา อธิสินจกกล

- อาจารย์ประจำสาขาบริหารธุรกิจหลักสูตรนานาชาติ
วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี CIBA
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต



เชี่ยวชาญ: การสร้างนวัตกรรมและการประกอบการ
ธุรกิจ, การบริหารจัดการธุรกิจข้ามชาติ,
Startup, การสร้าง Business Model,
การบริหารจัดการความยั่งยืนทางธุรกิจ



อาจารย์สุกัญญา สิงห์ด้อย

- อาจารย์ประจำสาขาการจัดการ
และการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล
วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี CIBA
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

เชี่ยวชาญ: การบริหารการเงินและการออม,
ภาษีธุรกิจ, ภาษีธุรกิจขนาดย่อมและ Startup,
ภาวะผู้นำและการจัดการการเปลี่ยนแปลง,
การจัดการองค์การ

อาจารย์รัตนางค์ ตูละวรรณ

- อาจารย์ประจำสาขาการจัดการและ
การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล
วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี CIBA
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต



เชี่ยวชาญ: การบริหารธุรกิจและองค์การ, การจัดการเชิงกลยุทธ์,
การบริหารและจัดการธุรกิจชุมชน, การสื่อสารมวลชน,
การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการทางธุรกิจ,

ประวัติมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเป็นหนึ่งในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนชั้นนำของประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2511 ภายใต้เจตนารมณ์ของ ดร.ไสว สุทธิพิทักษ์ และอาจารย์สนั่น เกตุทัต โดยใช้ชื่อสถาบันว่า “ธุรกิจบัณฑิต” ซึ่งตั้งอยู่ริมคลองประปา ถนนพระราม 6 ต่อมาได้เลื่อนฐานะเป็นวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในปี พ.ศ. 2513 และเลื่อนฐานะเป็น “มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” ในปี พ.ศ. 2527 ด้วยพัฒนาการที่ไม่หยุดยั้งผนวกกับการขยายตัวของระบบการศึกษาในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2532 มหาวิทยาลัยได้ย้ายสถานที่ตั้งมาอยู่ที่ริมคลองประปา ถนนประชาชื่น บนเนื้อที่กว่า 100 ไร่ เพื่อก่อสร้างอาคารเรียนและอาคารปฏิบัติการทางการเรียนการสอนที่ทันสมัย รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบที่เอื้อประโยชน์ต่อนักศึกษาอย่างสมบูรณ์แบบ ภายใต้สภาวะแวดล้อมที่สวยงามและร่มรื่น

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเปิดสอนทั้งหลักสูตรภาษาไทยและหลักสูตรนานาชาติ ในระดับปริญญาตรีทั้งภาคปกติและภาคค่ำ ระดับปริญญาโท ปริญญาเอก โดยมี ดร.อรรณู ธรรมโนเป็นนายกสภามหาวิทยาลัย และ ดร.ดาริกา ลัทธพิพัฒน์เป็นอธิการบดี และทั้งมีการก่อตั้งวิทยาลัยนานาชาติ (DPUIC) ในปี พ.ศ. 2547 และวิทยาลัยนานาชาติจีน (KDCIC) พ.ศ. ในปี 2553 เพื่รองรับผู้ที่ต้องการศึกษาหลักสูตรนานาชาติและเพื่อมุ่งสู่ความเป็นสากล และในปี พ.ศ. 2559 ได้พัฒนาครั้งยิ่งใหญ่เพื่อตอบสนองความต้องการในตลาดแรงงานและอาชีพแห่งอนาคต ก่อตั้งวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี (CIBA) วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ (CIM) วิทยาลัยครีเอทีฟดีไซน์ แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์เทคโนโลยี (ANT) วิทยาลัยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและวิศวกรรมศาสตร์ (CITE) และวิทยาลัยการพัฒนาและฝึกอบรมด้านการบิน (CADT) ตลอด 49 ปีที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยได้ผลิตบัณฑิตออกไปสู่สังคมกว่า 80,000 คน ในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก มีบุคลากรรวมทั้งสิ้น 1,074 คน มีสัดส่วนอาจารย์ระดับปริญญาเอก 17% ระดับปริญญาโท 76% นับเป็นสถาบันการศึกษาที่ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอย่างกว้างขวาง

ในปีนั้นมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกำลังก้าวเข้าสู่การฉลองครบรอบปีที่ 50 และด้วยปณิธานอันแน่วแน่ของผู้ก่อตั้งที่จะสร้างเยาวชนไทยให้เป็นพลเมืองดีของสังคม เป็นนักธุรกิจที่มีทั้งความรู้ ความสามารถ และจรรยาบรรณในวิชาชีพ เพื่อจะได้เป็นกำลังสำคัญของชาติ เพราะมีความเชื่อว่า **“นักธุรกิจเป็นผู้สร้างชาติ”** ยังผลให้สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่งสถาปนาขึ้นโดยเน้นการเรียนการสอนด้านธุรกิจ สมเป็น **“แหล่งวิชาการประสานความรู้ธุรกิจ”**

ประวัติวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรม และการบัญชี (CIBA)

ในปี พ.ศ. 2559 นับเป็นศักราชแห่งการเริ่มต้นใหม่ในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา เศรษฐกิจ สังคม และความเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันของเทคโนโลยีทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี หรือ College of Innovative Business and Accountancy (CIBA) ได้ก่อตั้งขึ้นด้วยปณิธานอันแน่วแน่ของมหาวิทยาลัย **“มุ่งนำความรู้สู่การปฏิบัติ”** และวิสัยทัศน์อันกว้างไกล ของ ดร.ดาริกา ลัทธพิพัฒน์ อธิการบดีและคณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต **“มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตจะเป็นสถาบันหลักในการขับเคลื่อนการปรับเปลี่ยน สู่ธุรกิจยุคใหม่และบูรณาการประชาคมอาเซียนกับสาธารณรัฐประชาชนจีนภายในปี พ.ศ. 2563”**

ตามที่รัฐบาลได้กำหนดนโยบายเศรษฐกิจภายใต้โมเดล Thailand 4.0 โดยใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อน ในฐานะสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตพร้อมขานรับนโยบายรัฐบาล ผลิตกคนเพื่อตอบโจทย์โมเดล Thailand 4.0 โดยใช้คณะบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ และวิทยาลัยนานาชาติเป็นตัวขับเคลื่อน โดยการบริหารจัดการจะเป็นรูปแบบของ Innovative management ล้อกับ Thailand 4.0 และการค้าระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นภูมิภาคอาเซียนหรือระดับโลก ซึ่งเป็นการทำงานบูรณาการร่วมกันของทุกคณะและทุกสาขาวิชา ภายใต้การใช้ทรัพยากรร่วมกัน

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี หรือ CIBA มี 16 หลักสูตร โดยแบ่งเป็นระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก โดยหลักสูตรปริญญาตรี มี 9 หลักสูตร ปริญญาโท มี 4 หลักสูตร และปริญญาเอกอีก 3 หลักสูตร ในปัจจุบัน CIBA เป็นวิทยาลัยที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ โดยมีมากกว่า 22 สัญชาติทั่วโลก จากยุโรป แอฟริกา อเมริกาใต้ และเอเชีย โดยเฉพาะ AEC และจีน ทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและสามารถสร้างพันธมิตรกับเพื่อนต่างชาติซึ่งถือเป็นหนึ่งในจุดแข็งของวิทยาลัย และ CIBA ยังมุ่งมั่นและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า บริการ Startup และการสร้างโมเดลทางธุรกิจใหม่

“เพราะความสำเร็จของเราไม่ใช่เพียงแค่การสร้างชาติ ไม่ใช่แค่การสร้างนักธุรกิจ แต่จะต้องเป็นนักธุรกิจและผู้ประกอบการที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพื่อสร้างสังคมที่ดี และเรียนรู้ที่จะบริหารจัดการเพื่อการเจริญเติบโตและยั่งยืนอีกด้วย” นี่คือนโยบายของเรา วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี หรือ CIBA