

**BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)
&
TECHNOLOGY EVALUATION CANVAS
(TEC)**

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)



แบบจำลองธุรกิจ
เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนธุรกิจซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพ (Visualizing) ได้อย่างครบถ้วน และช่วยในการประเมินความสำเร็จของแผนงาน ทำให้เลือกรูปแบบ (Business Model) ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับธุรกิจได้

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

องค์ประกอบเพื่อจัดแบบจำลอง ได้เป็น 9 ข้อ

01

CUSTOMER SEGMENTS

กลุ่มของลูกค้า
ลูกค้าของเราคือใคร เราไปช่วยใคร

02

VALUE PROPOSITION

การนำเสนอคุณค่า
เราให้อะไรกับลูกค้า

03

CHANNELS

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า
ลูกค้าเจอเราได้ทางไหน

04

CUSTOMER RELATIONSHIPS

ความสัมพันธ์กับลูกค้า
ทำอะไรให้ลูกค้าติดใจเรา

05

REVENUE STREAMS

รายรับ
รายได้

06

COST STRUCTURE

รายจ่าย ต้นทุน
รายจ่าย

07

KEY RESOURCES

ทรัพยากรหลัก
เราต้องใช้อะไร

08

KEY ACTIVITIES

กิจกรรมหลัก
เราต้องทำอะไร

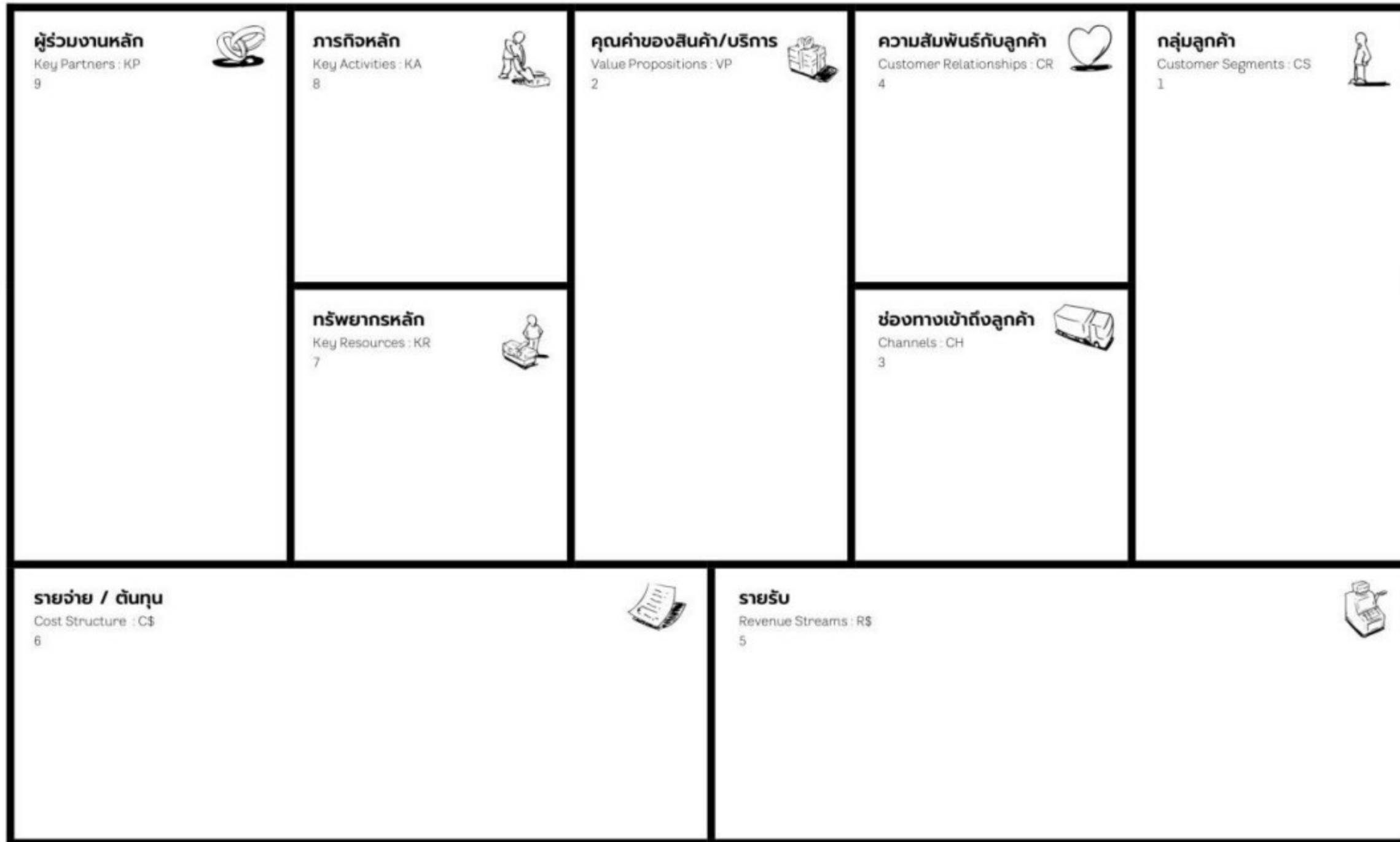
09

KEY PARTNERS

ผู้ร่วมงานหลัก
ใครจะมาเป็นตัวช่วยเรา

โมเดลธุรกิจ Business Model Canvas

ของ





1 CUSTOMER SEGMENTS

ลูกค้าเราคือใคร

วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าว่าใครเป็นลูกค้าเรา ปัญหาของลูกค้าเราคืออะไร แยกระหว่าง “คนซื้อและคนใช้” เพราะสินค้า บางอย่างคนซื้อไม่ได้ใช้ และคนใช้ไม่ได้ซื้อ เช่น ของใช้เด็ก พ่อแม่จะเป็นผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ต้องตอบโจทย์ผู้ใช้ แต่การสื่อสารเราจะสื่อสารกับผู้ซื้อ รวมไปถึงลูกค้าของเราที่มีพฤติกรรมแบบไหน

โดยสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็น แบ่งกลุ่มตามความต้องการ พฤติกรรม พื้นที่ หรือรูปแบบสินค้า เป็นต้น



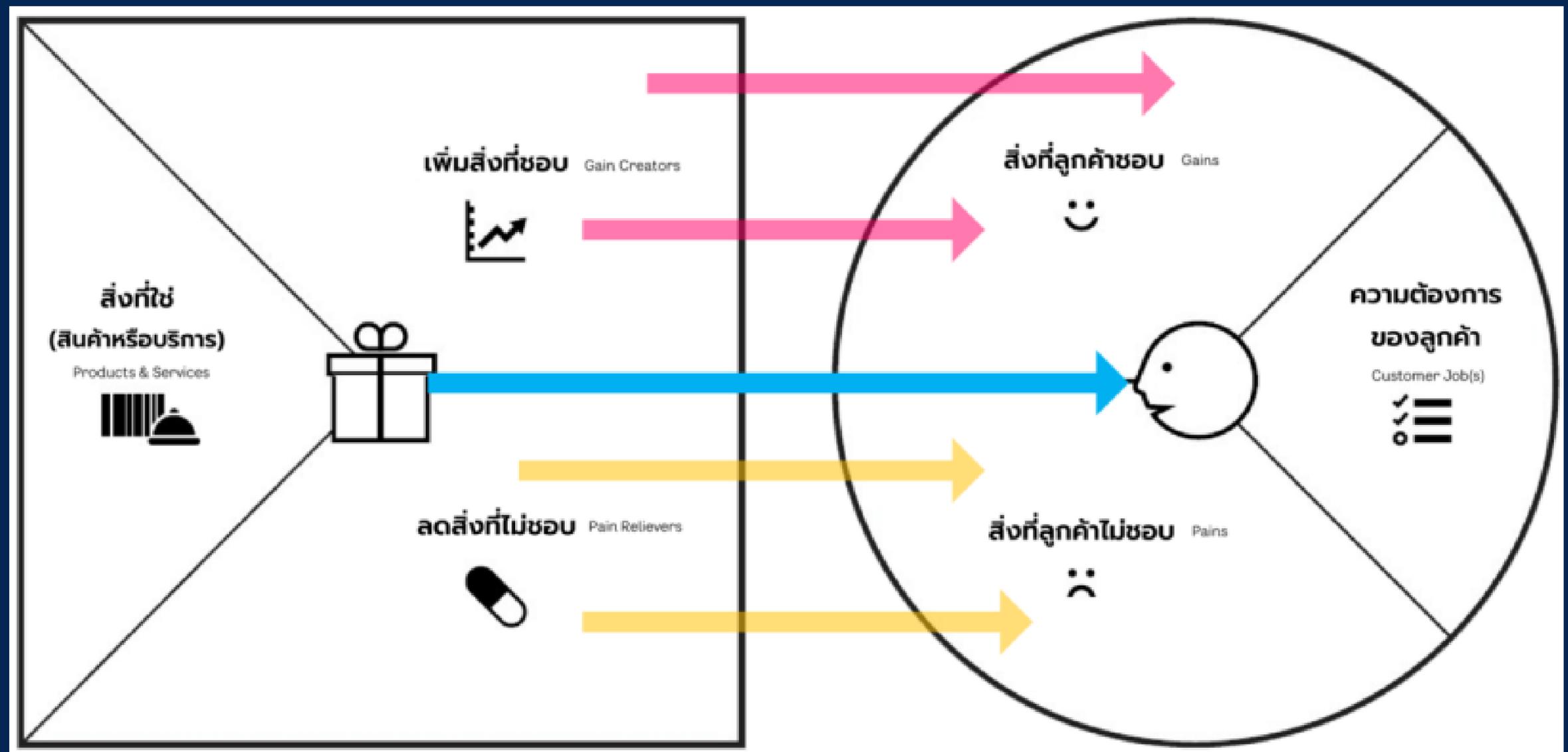
2 VALUE PROPOSITION

การนำเสนอคุณค่า

อะไรคือคุณค่าในสินค้าและบริการที่เราเลือก นำเสนอให้ลูกค้า
ลูกค้าจะได้คุณค่าอะไรจากการยอมจ่ายให้เรา เช่น ร้านขายผักแห่งหนึ่ง
ขายแพงกว่าคู่แข่งในบริเวณเดียวกัน แต่ผักที่ขายเป็น สินค้าแบบ
ออร์แกนิกได้รับการรับรองว่าปลอดสารพิษ 100% สามารถย้อนกลับไป
ดูในกระบวนการผลิตได้ นี่คืคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับหากเลือกร้านนี้

แล้วเราจะรู้ได้อย่างไร ลูกค้าจะพอใจสินค้าของเรา

สามารถใช้ canvas นี้
เป็นตัวช่วยในการ
วิเคราะห์ BMC ช่องที่
1 ควบคู่ไปกับช่องที่ 2



3 CHANNELS

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า

ช่องทางในการซื้อขาย ติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ลักษณะธุรกิจเราเป็นอย่างไร การซื้อขายผ่านช่องทางใดสะดวกที่สุด กระบวนการขายมี 5 ระยะ ดังนี้

1. Awareness ลูกค้าจะรับรู้ถึงสินค้า/บริการของเราได้ทางใดบ้าง
2. Evaluation ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของสินค้า/บริการของเราได้อย่างไร
3. Purchase ช่องทางใดบ้างที่เราสามารถส่งมอบสินค้า/บริการของเราให้ลูกค้าได้
4. Delivery ช่องทางใดบ้างที่เราสามารถส่งมอบสินค้า/บริการของเราได้
5. After-sale เราดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร



4 CUSTOMER RELATIONSHIP

ความสัมพันธ์กับลูกค้า

การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เหตุผลสำคัญที่ทำให้เกิดการบอกต่อ (word of mouth) การซื้อซ้ำจนนำไปสู่การเป็นลูกค้าประจำ แบ่งรูปแบบความสัมพันธ์ได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การให้ความช่วยเหลือส่วนบุคคล
2. การบริการตนเอง เช่น ตู้ATM
3. การบริการตนเองด้วยระบบอัตโนมัติ เช่น Line@
4. การให้บริการแบบเชื่อมต่อกันเป็นชุมชน เช่น Fanpage Facebook



5 REVENUE STREAMS

รายรับ

ช่องทางการเข้ามาของรายได้ ส่วนมากมาจาก 4 ประเภท ได้แก่

1. จากค่าบริการ
2. จากการขายสินค้า
3. จากค่าเช่า
4. จากค่าอนุญาตให้เข้าถึงสิทธิ์



6 COST STRUCTURE

รายจ่าย ต้นทุน

ต้นทุนมี 2 ประเภท

1. ต้นทุนขับเคลื่อนธุรกิจ เช่น ค่าจ้างพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ
2. ต้นทุนเพื่อเพิ่มคุณค่าให้ธุรกิจ เช่น งบโฆษณา ประชาสัมพันธ์

แยกตามประเภทของต้นทุน จะมี 4 ประเภท

1. ต้นทุนคงที่ (fixed cost) เป็นรายจ่ายคงที่ จ่ายประจำ
2. ต้นทุนแปรผัน (variable cost) ปริมาณการจ่ายขึ้นอยู่กับการใช้งาน
3. ต้นทุนผลิตมากแล้วราคาถูกลง (economy of scale)
4. ต้นทุนซื้อรวมกันแล้วถูกลง (economy of scope)



7 KEY RESOURCES

ทรัพยากรหลัก

สิ่งที่เราควรเขียนในช่องนี้ควรจะแยกเป็น 2 ส่วนคือ ทรัพยากร ส่วนที่เรามีอยู่ และ ทรัพยากรส่วนที่เราต้องการ
การมองหาทรัพยากรเราต้องย้อนกลับไปดูว่าลูกค้าของเราคือใคร และทรัพยากรของเราจะสามารถสร้างคุณค่านั้นๆได้หรือไม่ อย่างไร



8 KEY ACTIVITIES

กิจกรรมหลัก

กิจกรรมหลักที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจ หรือก็คือในธุรกิจของเรา อะไรคือหน้าที่ที่เราต้องทำบ้าง ซึ่งแต่ละธุรกิจก็จะมีหน้าที่หลักแตกต่างกันไป เช่น ธุรกิจปลูกผักออร์แกนิก หน้าที่หลักที่เราจะเขียนลงไปในช่วง Key Activities คือ ปลูก/ดูแลผักให้ปลอดสารพิษ คัดเลือกเมล็ดพันธุ์ ฯลฯ



9 KEY PARTNERS



ผู้ร่วมงานหลัก

partners คือกลุ่มคนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนิน ธุรกิจของเรา อาจจะเรียกว่าคู่ค้าหรือผู้ช่วยเหลือ กลุ่มคนเหล่านี้จะช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในกระบวนการทำธุรกิจ ช่วยกระจายความเสี่ยง และทำให้เราไม่ต้องดำเนินการทุกอย่างด้วยตัวเอง

TECHNOLOGY EVALUATION CANVAS (TEC)



การประเมินเทคโนโลยี เพื่อประกอบการขออนุมัติ บพข.
เป็นตัวช่วยสร้างความเข้าใจ และแนะแนวทางให้กับนักวิจัย
ในการวิเคราะห์เทคโนโลยีและออกแบบโมเดลธุรกิจ
เพื่อประกอบการขออนุมัติวิจัยจาก บพข.



ช่วยทำให้เราทราบว่าเราควรบริหารอย่างไร ช่วยให้นักวิจัยประเมินได้
คิดเป็นระบบ และตัดสินใจได้ว่าเทคโนโลยีของเราเหมาะที่จะ
วางออกสู่ตลาดหรือไม่ หรือเราควรอยู่แค่ขั้นของการตีพิมพ์

TECHNOLOGY EVALUATION CANVAS (TEC)

องค์ประกอบเพื่อจัดแบบจำลอง ได้เป็น 5 ข้อ

01

PROBLEM VALIDATION

ตีกรอบปัญหา

ทำให้รู้ว่าปัญหาจริงหรือเปล่า
คุ่มที่จะแก้ไหม

02

PROBLEM-SOLUTION FIT

ทางแก้ปัญหา

เทคโนโลยีของเราอยู่ในขั้นไหน
ต้องทำอะไรต่อบ้าง

03

SOLUTION-MARKET FIT

วิธีการที่จะพาสินค้าไปสู่ตลาด

ลูกค้าเราเป็นใคร ต้องเจออุปสรรค
อะไรบ้าง และจะข้ามมันไปได้อย่างไร

04

DIFFERENTIATE AND HARD TO COPY

สินค้ามีความแตกต่าง

มีคุณค่า มีจุดยืน และลอกเลียน
แบบได้ยาก

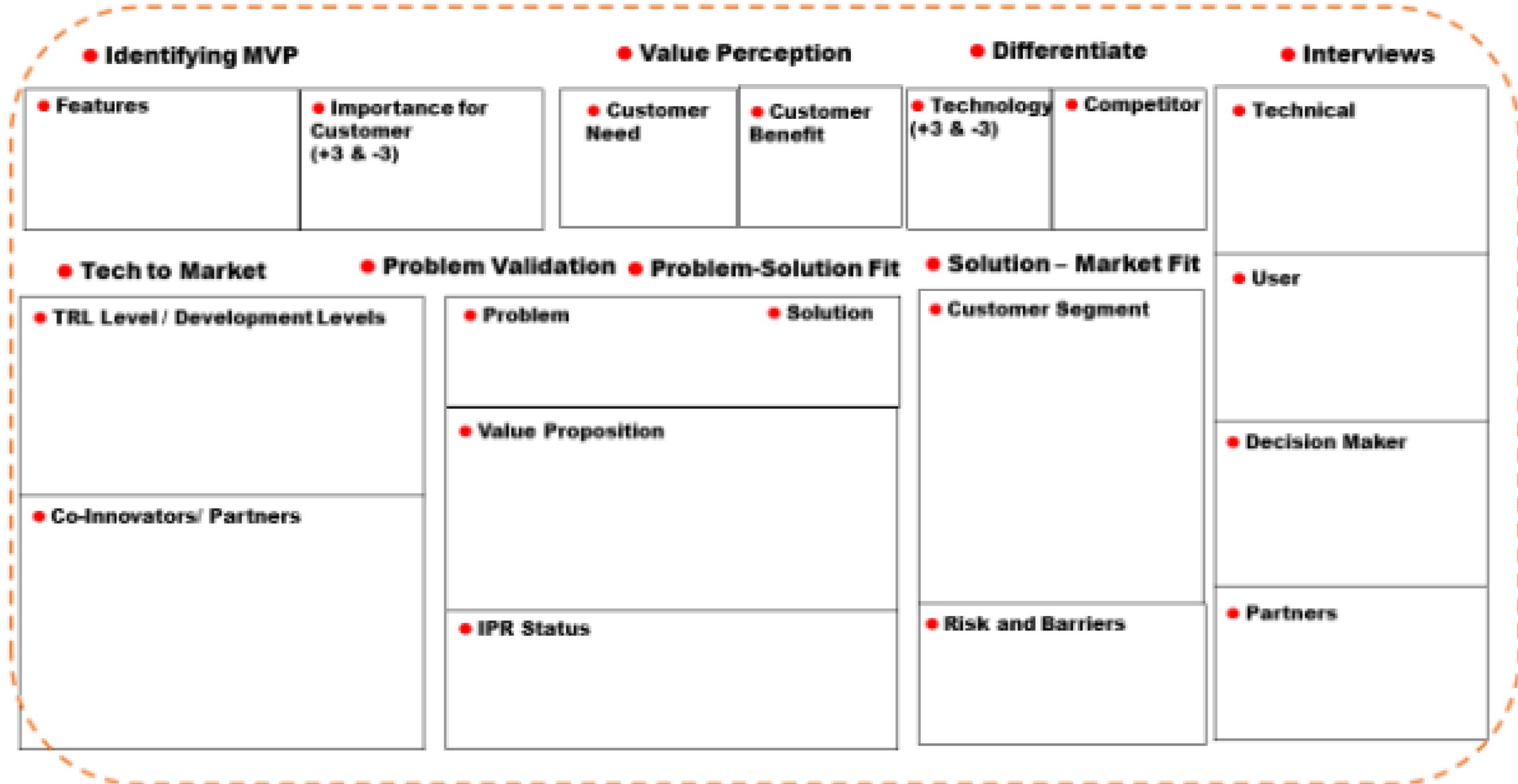
05

STAKEHOLDER ANALYSIS

วิเคราะห์ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

เราจะทำให้ทุกอย่างราบรื่นได้อย่างไร

Technology Evaluation Canvas



PROBLEM-SOLUTION FIT
"THE RIGHT SOLUTION AND OFFERINGS"

ระดับความพร้อม
ด้านเทคโนโลยี
(TRL)

ปัญหาและวิธีการ

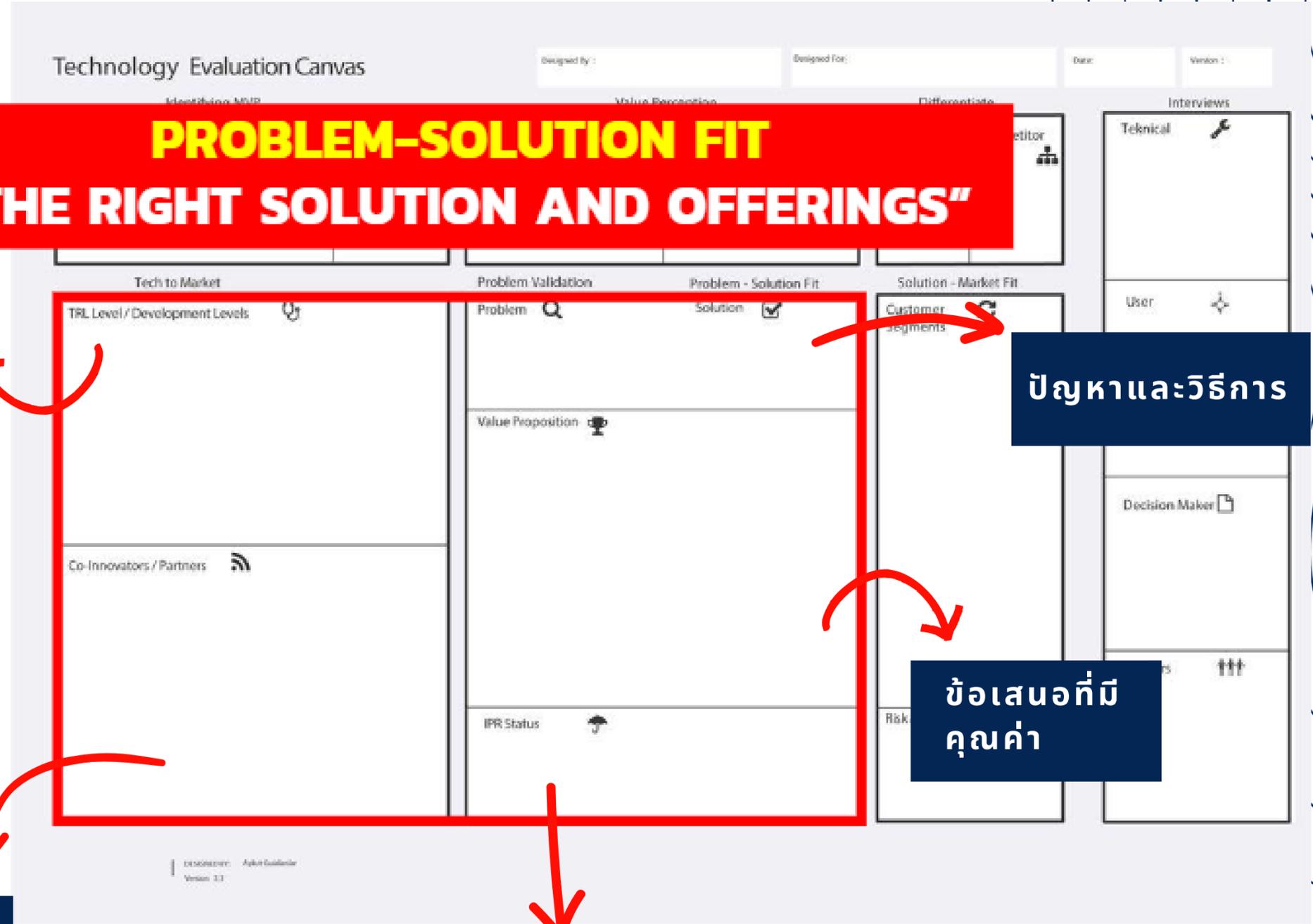
2 PROBLEM-SOLUTION FIT

ทางแก้ปัญหา
วิธีแก้ไขและการนำเสนอที่ถูกต้อง

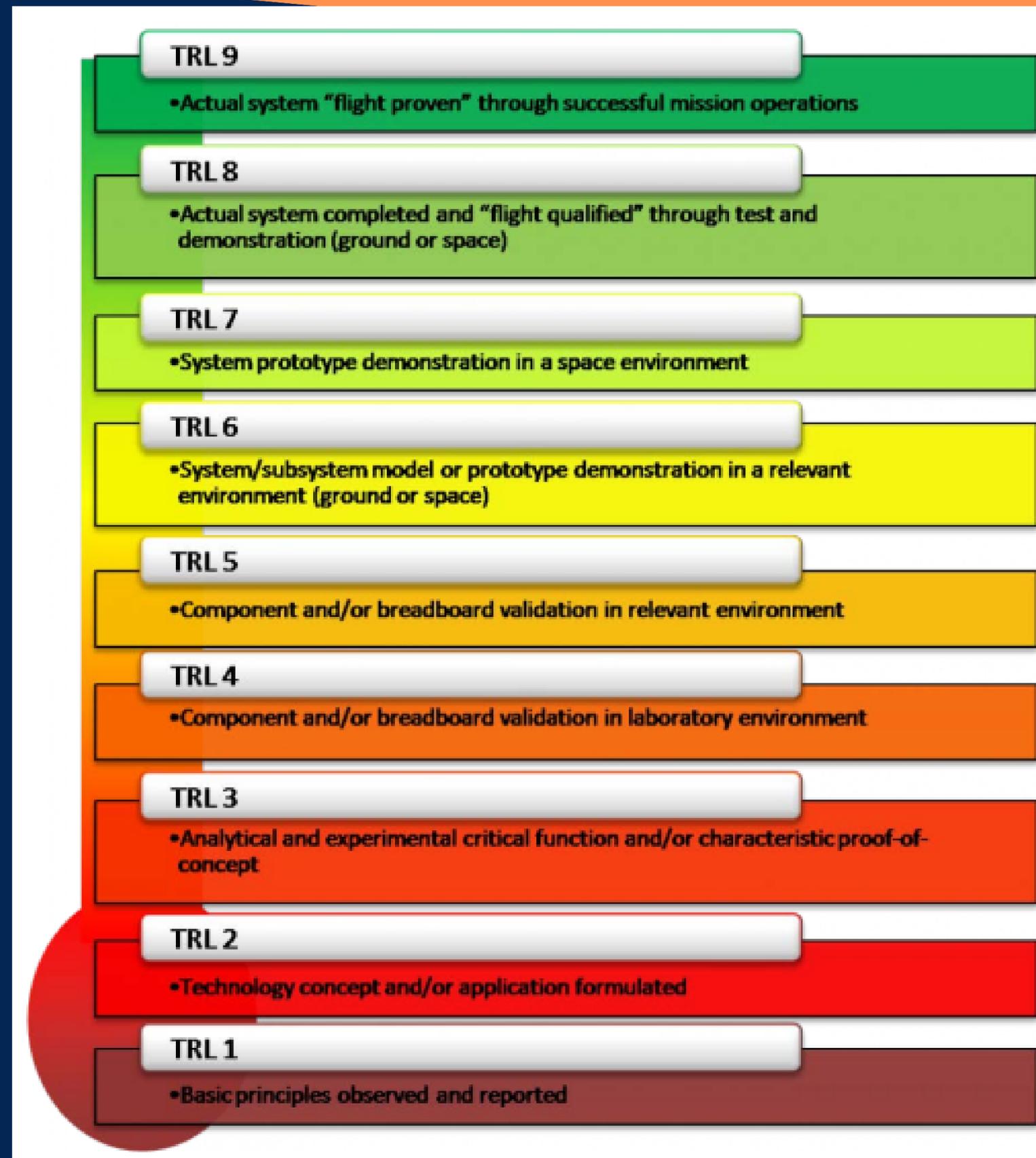
ข้อเสนอที่มี
คุณค่า

Co-innovators
หรือพันธมิตร

สถานะสิทธิใน
ทรัพย์สินทางปัญญา



TRL “เป็นระดับความพร้อม
ของเทคโนโลยี ไม่ใช่ระดับ
ความยากของเทคโนโลยี”



TECHNOLOGY READINESS LEVEL (TRL)

คือการบ่งชี้ระดับความพร้อมและเสถียรภาพของเทคโนโลยีตามบริบทการใช้งาน ตั้งแต่เป็นวัตถุดิบองค์ประกอบสำคัญ อุปกรณ์ และกระบวนการทำงานทั้งระบบ ก่อนที่จะมีการบูรณาการเทคโนโลยีเป็นระบบ (ที่มา: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และ https://www.nasa.gov/directorates/heo/scan/engineering/technology/technology_readiness_level)

TRL แบ่งเป็น 9 ระดับ โดย แบ่งเป็น 3 ช่วงหลัก ดังนี้

เป็นช่วงงานวิจัยพื้นฐาน
(Basic research)

TRL LEVEL 1-3

เป็นช่วงการพัฒนาต้นแบบ
(Prototype development)

TRL LEVEL 4-7

เป็นช่วงการผลิตหรือ
การใช้งานต่อเนื่อง
(Product on shelf)

TRL LEVEL 8-9

TRL LEVEL 1-3
เป็นช่วงงานวิจัยพื้นฐาน (BASIC RESEARCH)



TRL LEVEL 1

Basic principles
observed and reported
เป็นการศึกษาและทบทวนงาน
ที่เกี่ยวข้องซึ่งมีมาก่อนแล้ว

TRL LEVEL 2

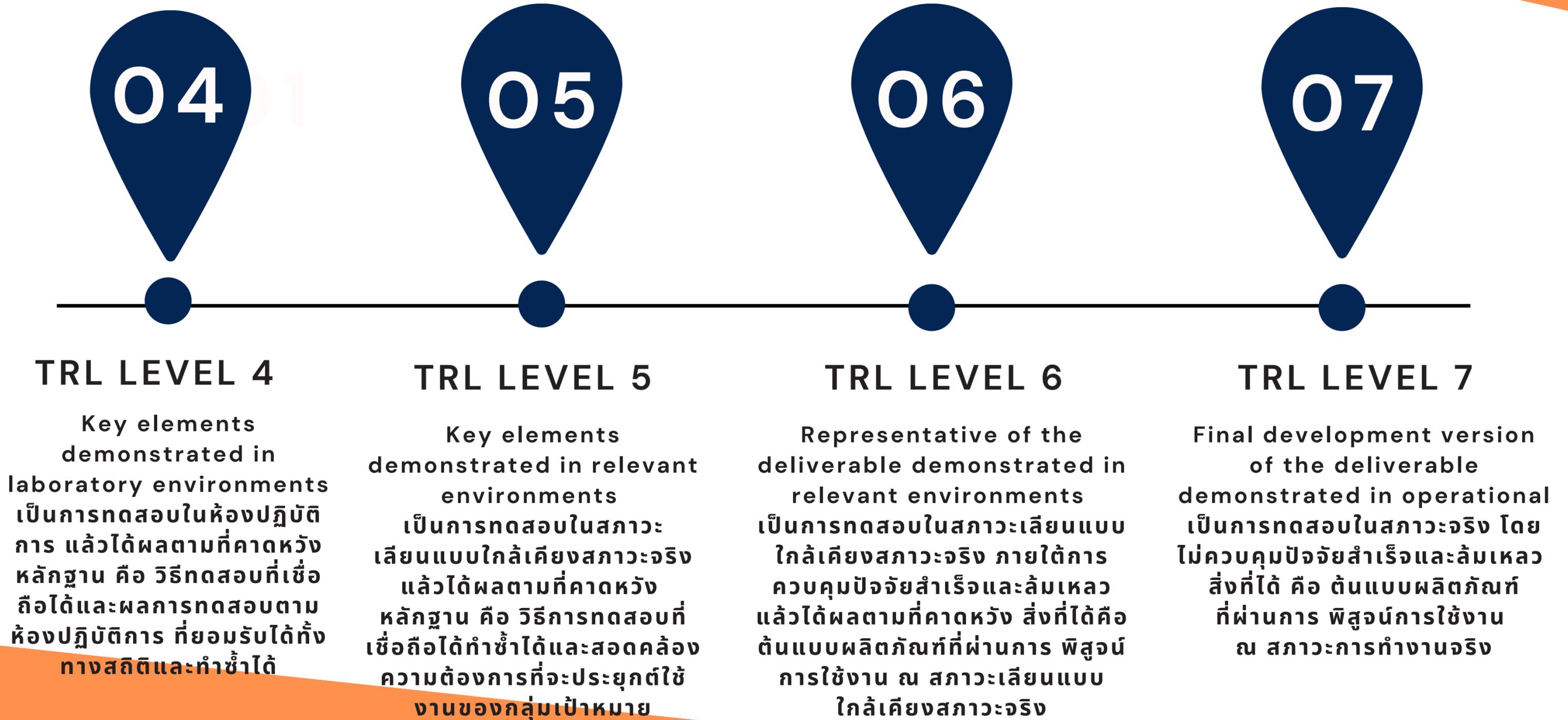
Concept and/or
application formulated
เป็นการวิเคราะห์ผลการศึกษา
จาก TRL 1
เพื่อหาโจทย์วิจัยใหม่และน่าสนใจ
เพื่อยืนยันหลักการพื้นฐานทาง
วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีว่ามี
ความเป็นไปได้หรือไม่อย่างไร

TRL LEVEL 3

Concept demonstrated
analytically or experimentally
เป็นการพิสูจน์หรือตรวจสอบแนวคิด
โจทย์วิจัยที่ตั้งไว้

TRL LEVEL 4-7

เป็นช่วงการพัฒนาต้นแบบ (PROTOTYPE DEVELOPMENT)



TRL LEVEL 8-9

เป็นช่วงการผลิตหรือการใช้งานต่อเนื่อง (PRODUCT ON SHELF)

01



TRL LEVEL 8

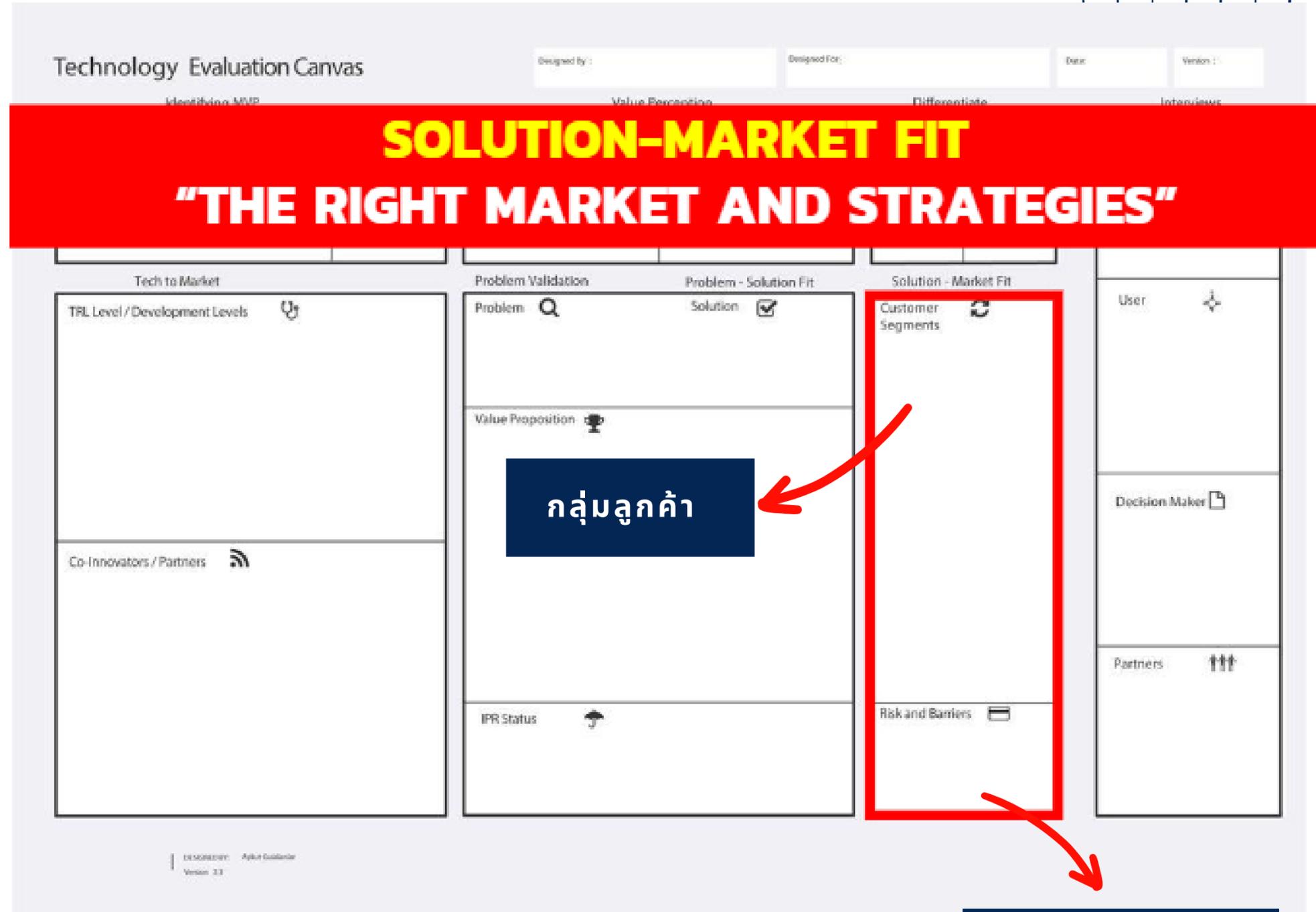
Actual deliverable qualified through test and demonstration
เป็นการผลิตในระดับอุตสาหกรรม ณ ระบบของลูกค้า
ผลคือ ผลิตภัณ์ที่จริง ลูกค้ามั่นใจและยอมรับในคุณภาพ มีผลการรับรองมาตรฐาน มีคู่มือการผลิตและใช้งานได้

TRL LEVEL 9

Operational use of deliverable
เป็นการใช้งานผลิตอย่างต่อเนื่อง มีการนำไปใช้งานจริงและติดตามผลอย่างต่อเนื่องตามระยะเวลาที่เหมาะสม

3 SOLUTION-MARKET FIT

การพาณิชย์ออกสู่ตลาด
หาตลาดและกลยุทธ์ที่เหมาะสม



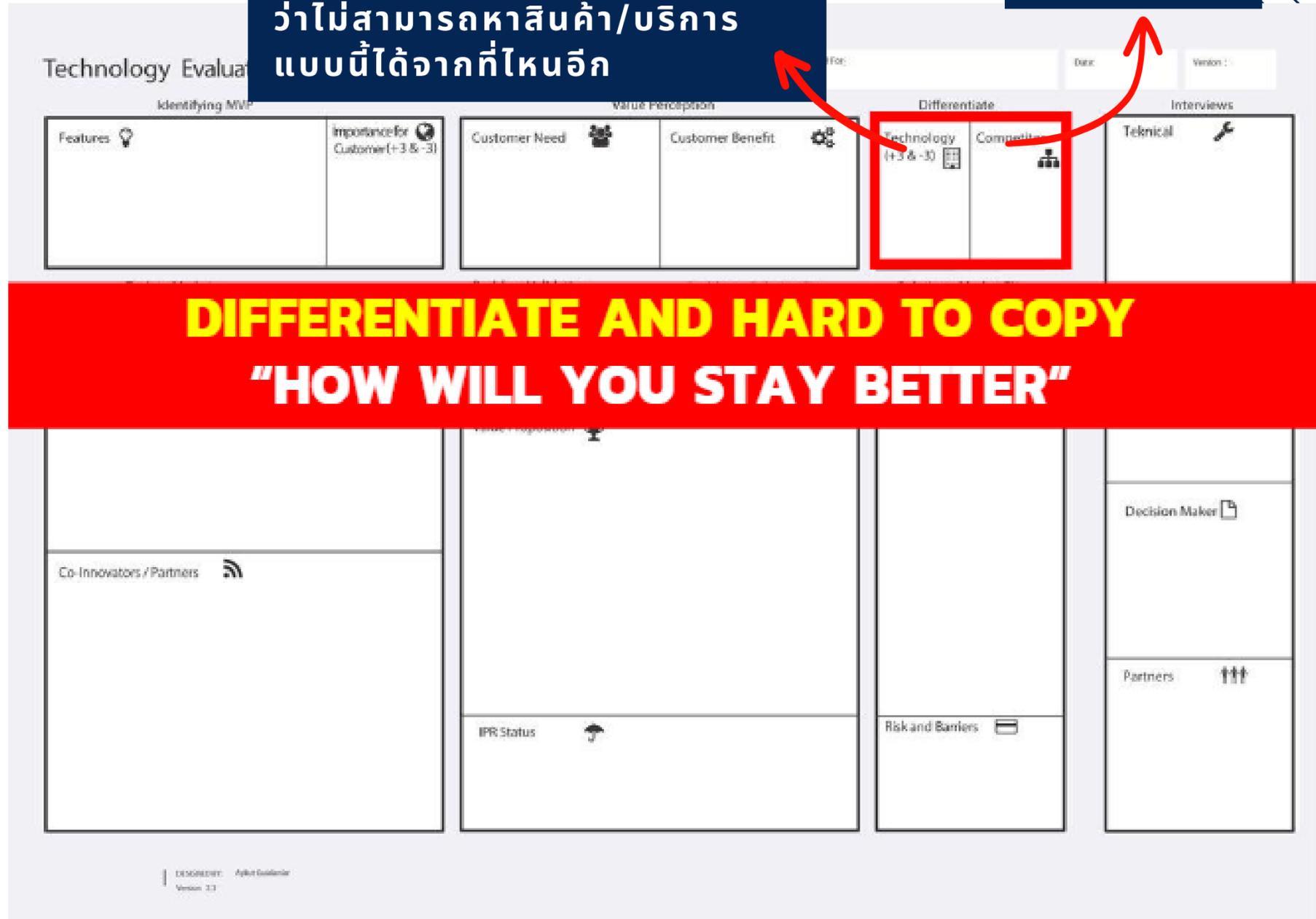
ความเสี่ยงและอุปสรรค

**4 DIFFERENTIATE
 AND HARD TO COPY**

สินค้ามีความแตกต่าง
 มีคุณค่า มีจุดยืน และลอก
 เลียนแบบได้ยาก

Points Of Difference (POD)
 เทคโนโลยีที่แตกต่าง
 สิ่งที่ทำให้ลูกค้า/ผู้ใช้ รู้สึกเชื่อมั่น
 ว่าไม่สามารถหาสินค้า/บริการ
 แบบนี้ได้จากที่ไหนอีก

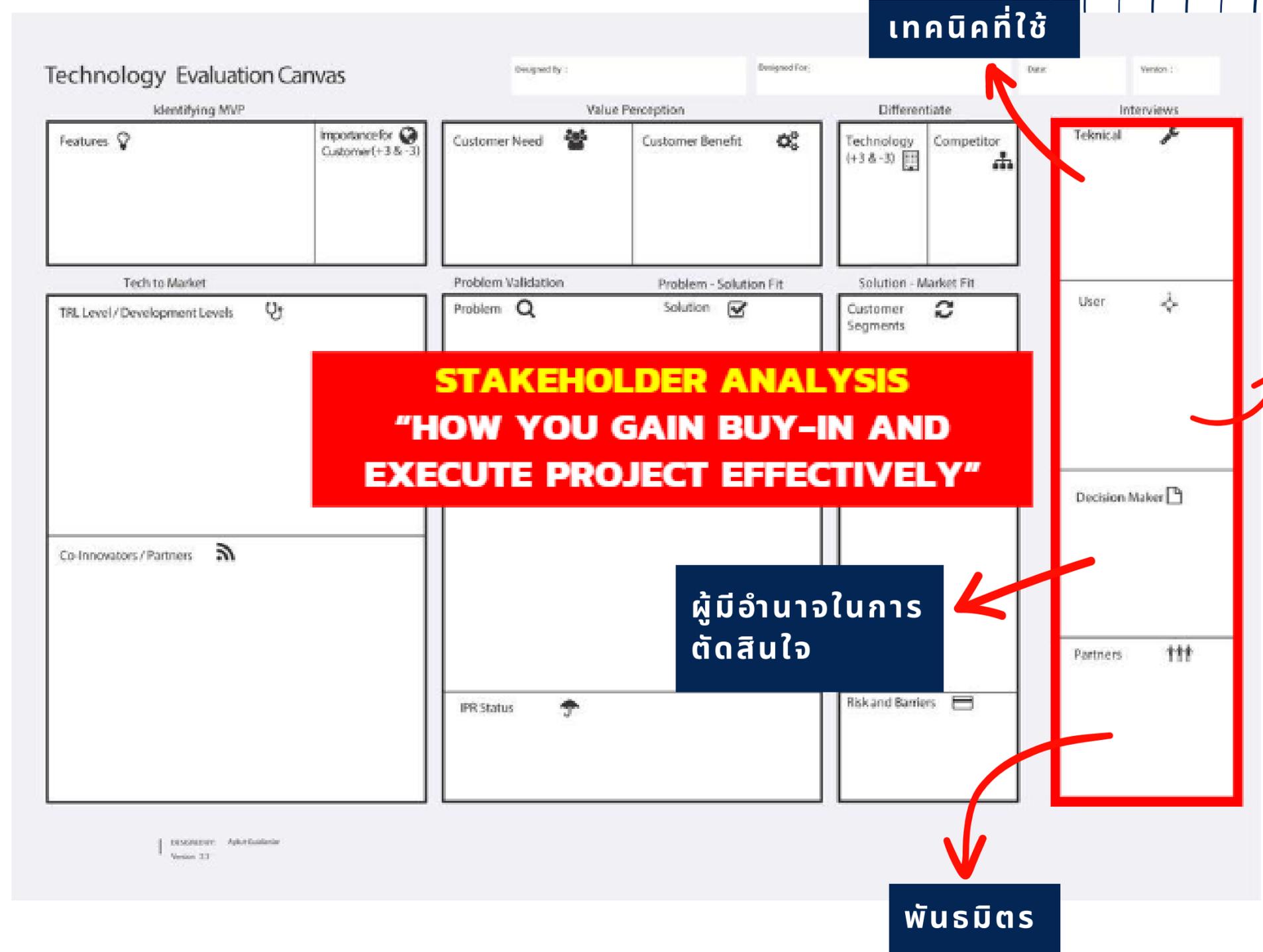
รายชื่อคู่แข่ง



DIFFERENTIATE AND HARD TO COPY
"HOW WILL YOU STAY BETTER"

5 STAKEHOLDER ANALYSIS

วิเคราะห์/ทดสอบผู้ที่มี
ส่วนได้ส่วนเสีย
เราจะทำให้ทุกอย่างราบรื่นได้อย่างไร



ช่องทางติดต่อ



Line : @kris.kmitl

เจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานโครงการแหล่งทุนภายนอก
วารกรณ์ (เพ็ญ) 084-905-9909 ,

Waraporn.sr@kmitl.ac.th / เสาวลักษณ์ (นุ้ย)
083-948-1112 , Saowaluk.ma@kmitl.ac.th