



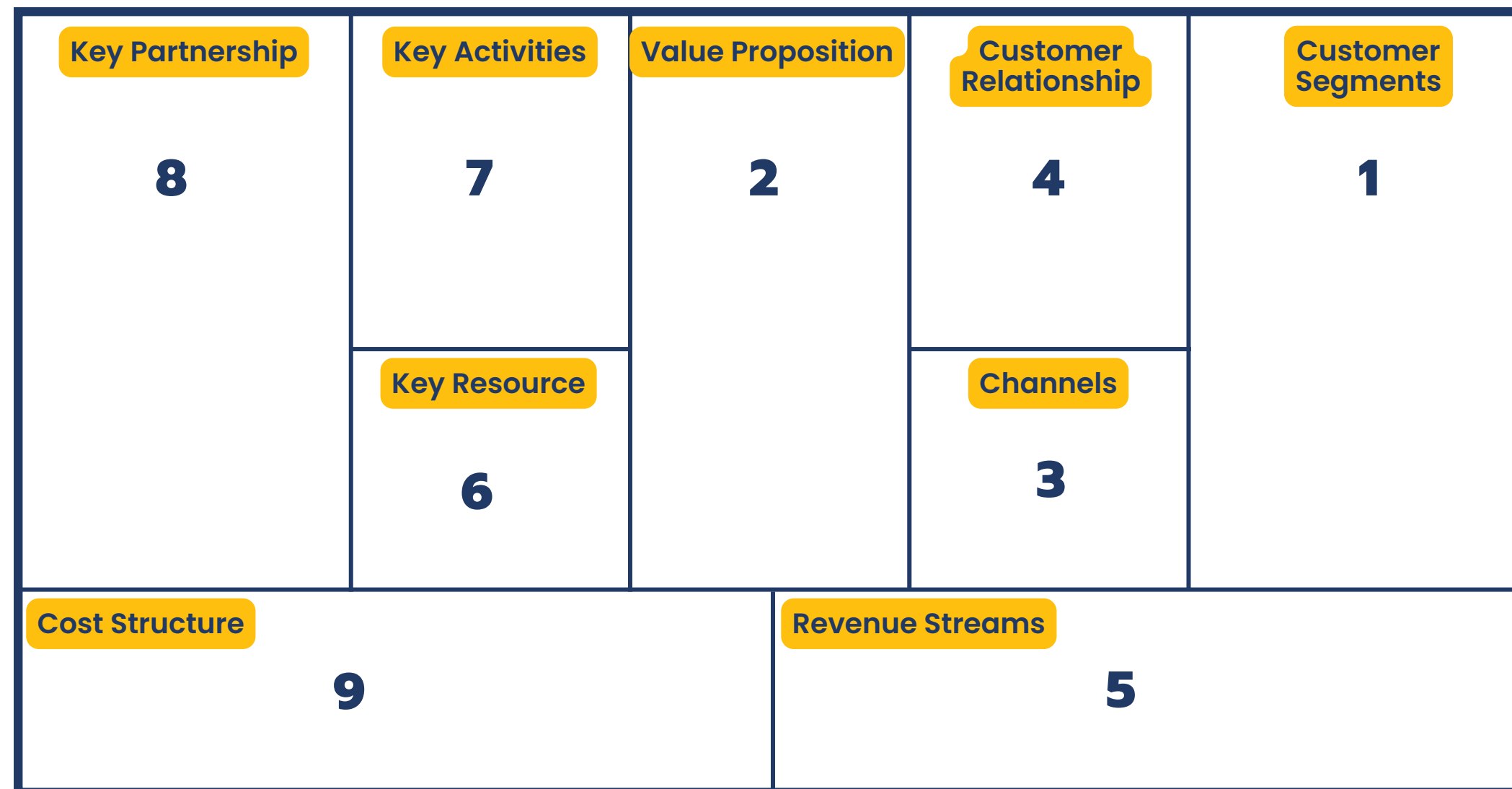
DR.MOOKTRA THONGVES

BASIC MANAGEMENT Business model canvas





Example Of Business Model Canvas





1. Customer Segments (กลุ่มลูกค้า)

Mass Market

กลุ่มเป้าหมายกว้างๆ แบบที่ไม่เฉพาะเจาะจงมากนัก โดยมากแล้วกลุ่มลูกค้าแบบนี้จะเป็นกลุ่มลูกค้าของสินค้าที่เป็น Consumer Product (สินค้าอุปโภคบริโภค) เช่นอาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ภายในบ้าน เป็นต้น

Niche Market

กลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง โดยมากแล้วกลุ่มลูกค้าแบบนี้จะเป็นกลุ่มลูกค้าของสินค้าหรือบริการที่เป็น High-involvement (คนต้องคิดและพิจารณาก่อนตัดสินใจ) เช่นบริการที่ปรึกษาสำหรับผู้บริหารระดับสูง บริการทางด้านกฎหมายสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ เป็นต้น

Segmented

กลุ่มเป้าหมายแบบแบ่งส่วน โดยที่คุณมีกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการหรือปัญหาที่แตกต่างกันมากกว่า 1 กลุ่ม ซึ่งสินค้าหรือบริการสามารถตอบโจทย์ความต้องการหรือปัญหาได้กับทุกกลุ่ม เพียงแต่ต้องบิดมุมในการนำเสนอ ตัวอย่างเช่นบริการทางกฎหมายสำหรับธุรกิจระหว่างประเทศ และบริการทางกฎหมายมรดก (คุณยังคงส่งมอบบริการทางกฎหมายอยู่ เพียงแต่ความต้องการของทั้ง 2 กลุ่มจะต่างกัน)

Diversify

กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยที่คุณใช้ความสามารถหรือทรัพยากรที่คุณมีในการสร้างสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกันเพื่อกลุ่มคนที่แตกต่างกัน เช่นบริษัทของคุณเป็นบริษัทรับจ้างทำเว็บไซต์ให้กับองค์กรใหญ่ ในขณะที่เดียวกันคุณอาจจะมีลูกค้าอีกกลุ่มที่มาใช้งานระบบ Delivery สำหรับร้านอาหารที่คุณสร้างไว้ (ทรัพยากรที่คุณมีอยู่คือทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ในการพัฒนาโปรแกรม)

Multi-sided

กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกัน โดยที่คุณเป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อทั้ง 2 กลุ่มเข้าด้วยกัน ตัวอย่างเช่นคุณเป็น Marketplace Platform ในการขายของเกี่ยวกับบ้าน กลุ่มเป้าหมายของคุณจะมีทั้งคนที่ขายของเกี่ยวกับบ้าน และคนซื้อของเกี่ยวกับบ้าน

2.Value Proposition (คุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า)

การทำธุรกิจคือการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าเพราะฉะนั้นคุณต้องตอบตัวเองถึงการมีอยู่ของธุรกิจของคุณให้ได้

Format ของ Steve Blank

เป็นตัวเริ่มต้นที่ดีในการเขียน Value Proposition ที่ดี

“We help X do Y by doing Z” = เราช่วย X ทำ Y โดยที่เราทำ Z

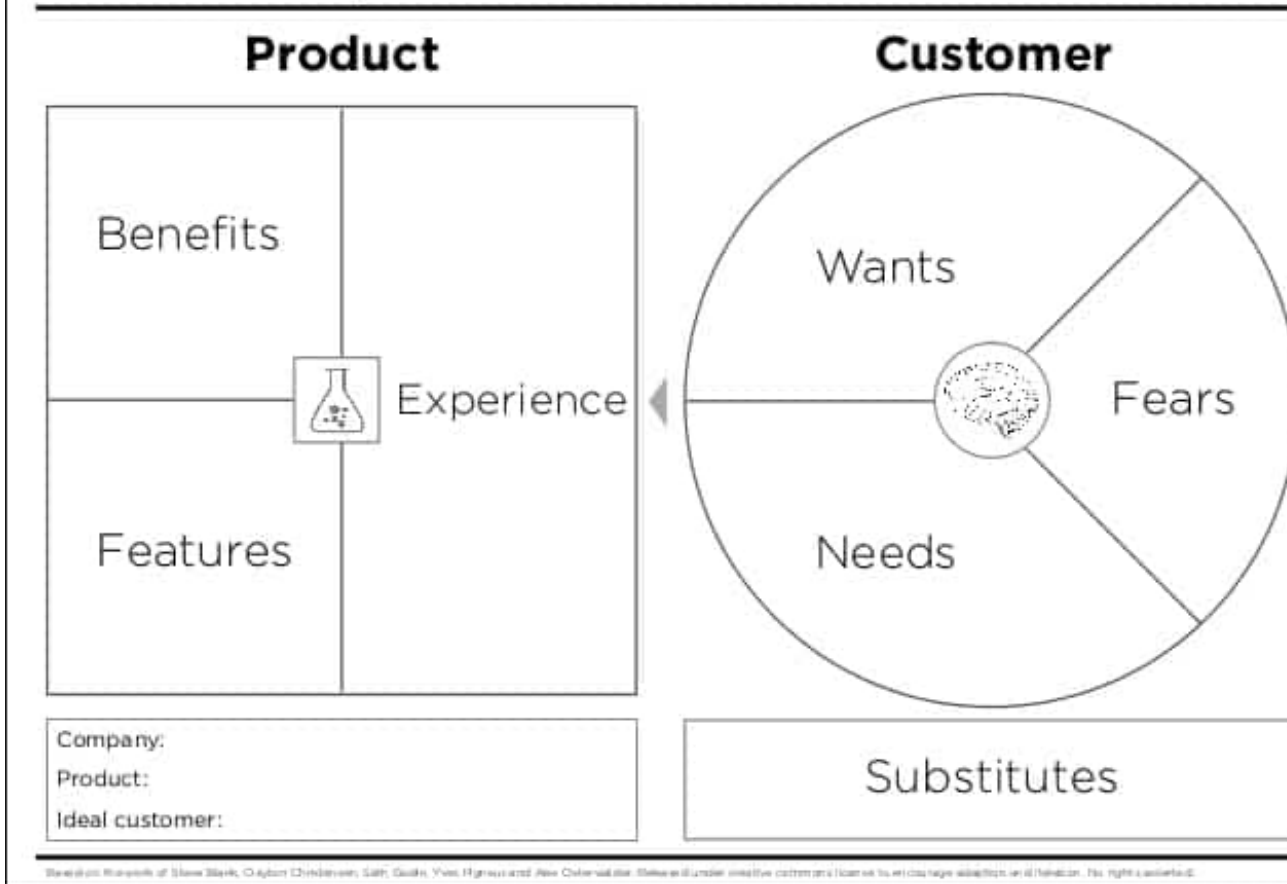
โดยที่ X คือกลุ่มลูกค้าที่คุณหมายตา Y คือสิ่งที่เขาจะได้รับและ Z คือสิ่งที่คุณส่งมอบ



Steve Blank How To Build a
Web Startup - Lean LaunchPad
Edition

steveblank.com

Value Proposition Canvas



3.Channels (ช่องทาง)



สินค้าหรือบริการของคุณจะส่งไปไม่ถึงลูกค้าเลยถ้าคุณไม่มี “ช่องทาง”

ช่องทางสามารถแบ่งง่ายๆ ออกมาได้ 3 รูปแบบได้แก่ Owned, Earned และ Paid

- Owned – ช่องทางที่คุณเป็นเจ้าของเช่นเว็บไซต์ หน้าร้านของคุณเอง แอคเคาท์ Social Media ต่างๆ (ตรงส่วนนี้จริงๆ แล้วเป็นทั้ง Owned ทั้ง Rented คือคุณเป็นเจ้าของของคุณนั้นแหละ แต่เจ้าของสุดท้ายจริงๆ คือเจ้าของ Social Media Platform)
- Earned – การที่คนอื่นไม่ว่าจะเป็น Media, Key Opinion Leader หรือ Influencer ช่วยโปรโมตธุรกิจ สินค้าหรือบริการของคุณโดยที่คุณไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย
- Paid – การจ่ายเงินให้ Media (เช่นการซื้อโฆษณาบน Social Media, Search Engine, TV หรือสื่อออฟไลน์อื่นๆ) , Key Opinion Leader หรือ Influencer ช่วยโปรโมตแบรนด์ สินค้าหรือบริการของคุณ



4. Customer Relationship (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)

ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจของคุณกับลูกค้าเป็นอย่างไร?

โดยปกติแล้วความสัมพันธ์กับลูกค้าสามารถแบ่งได้ออกเป็น 5 อย่างด้วยกัน (ใน 1 ธุรกิจสามารถมีความสัมพันธ์กับลูกค้าได้มากกว่า 1 แบบ) ได้แก่

- Personal Assistance

ความสัมพันธ์แบบผู้ช่วยส่วนบุคคล ธุรกิจที่มีความสัมพันธ์แบบนี้มักจะมีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าแบบรายบุคคล ตัวอย่างของธุรกิจที่มีความสัมพันธ์แบบนี้เช่นร้านตัดผม ร้านสุกแบบสั่งตัด

- Dedicated Personal Assistance

ความสัมพันธ์แบบผู้ช่วยส่วนตัว ธุรกิจที่มีความสัมพันธ์แบบนี้เป็นการขายสินค้าหรือบริการแบบบุคคลเช่นเดียวกับแบบก่อนหน้า แต่จะมีความลึกซึ้งกว่าเช่นจะต้องจำชื่อ หน้า รสนิยม และความชอบของลูกค้าได้ ตัวอย่างของธุรกิจที่มีความสัมพันธ์แบบนี้เช่น Digital Agency ที่ให้บริการลูกค้าเจ้าใหญ่ หรือหลักทรัพย์ให้บริการบริหาร Portfolio ส่วนบุคคลสำหรับคนที่ลงทุนเป็นจำนวนมาก

- Self-Service & Automated Services

ความสัมพันธ์แบบที่ลูกค้าช่วยตัวเอง ธุรกิจที่มีความสัมพันธ์แบบนี้มักจะไม่มีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง โดยที่ถ้าเป็น Self Service คือการที่ลูกค้าบริการตัวเองเช่นการหยิบของที่ต้องการใน Supermarket แล้วทำการจ่ายเงินที่ Self-Service Checkout ส่วนถ้าเป็น Automated Services คือการที่ลูกค้าแทบจะไม่ต้องทำอะไรด้วยตัวเองเลย ตัวอย่างเช่นบริการ Streaming ที่แนะนำหนังที่น่าสนใจให้กับลูกค้าโดยอัตโนมัติ

- Communities

ความสัมพันธ์แบบเครือข่าย ธุรกิจที่มีความสัมพันธ์แบบนี้มักจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน ตัวอย่างเช่น Social Network ต่างๆ หรือเครือข่ายสำหรับคนออกกำลังกาย เป็นต้น

- Co-Creation

ความสัมพันธ์แบบช่วยกันสร้าง ธุรกิจที่มีความสัมพันธ์แบบนี้มักจะนำเอาลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ ตัวอย่างเช่นการเว็บขายหนังสือเปิดให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการรีวิว และกำหนดความนิยมของหนังสือ หรือร้านไอศกรีมเปิดให้ลูกค้าโหวตว่าอยากกินไอศกรีมรสใหม่รสไหน เป็นต้น

5.Revenue Streams (แหล่งรายได้)



รายได้เป็นเหมือนเส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงธุรกิจของคุณ ถ้าคุณมีรายได้เยอะ (เยอะกว่ารายจ่ายมากๆ) คุณก็จะมีโอกาสในการนำรายได้ที่ได้มาไปพัฒนาด้านต่างๆ ของธุรกิจของคุณและทำให้มันเติบโต

ซึ่งแหล่งที่มาของรายได้มีหลากหลายเช่น

- Asset Sales

การขายสินค้าที่จับต้องได้ (Tangible product) เช่นเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ อาหาร หรือเครื่องดื่ม เป็นต้น

- Service Fee

การขายบริการ (Intangible product) เช่นการให้บริการที่ปรึกษาทางกฎหมาย หรือการให้บริการการตลาดออนไลน์ เป็นต้น

- Usage Fee

การขายตามการใช้งานของลูกค้า (ใช้น้อยจ่ายน้อย ใช้มากจ่ายมาก)เช่นแพ็คเกจอินเทอร์เน็ต

- Subscription Fee

การขายค่าบริการเป็นรายเดือน/รายปีแบบเหมาๆ เช่นบริการ Streaming หนังสือให้คุณจ่ายเดือนละหลักร้อยบาทแต่ดูได้แบบไม่จำกัด

- Lending/Renting/Leasing

การให้ยืมหรือให้เช่าเช่าธุรกิจชุดแต่งงานที่จ่ายค่าเช่าชุด พอเอาไปใช้เสร็จแล้วต้องเอาชุดมาคืน

- Licensing

การให้ลิขสิทธิ์ เช่นบริษัทผลิตภาพยนตร์ขายสิทธิ์ตัวละครเพื่อให้บริษัทอื่นนำไปสร้างเป็น Model Fiction

- Brokerage fees

ค่าธรรมเนียมนายหน้า เช่นคุณจ้างโบรกเกอร์ในบริษัทหลักทรัพย์ให้ซื้อขายหุ้นให้กับคุณ เมื่อมี Transaction เกิดขึ้น โบรกเกอร์จะได้เงินจากการซื้อขายหลักทรัพย์

- Advertising

การจ่ายค่าโฆษณา เช่นการที่คุณจ่ายเงินซื้อ Facebook Ads, Google Ads หรือโฆษณาในโทรทัศน์ เป็นต้น

6.Key Resources (ทรัพยากรหลักที่ต้องใช้)

การจะทำของออกมาขาย คุณจะต้องมีทรัพยากรที่ใช้เพื่อสร้างหรือทำของขึ้นมา ซึ่งคำว่าทรัพยากร หรือ Resource นั้นแบ่งง่ายๆ ออกเป็น 4 อย่างด้วยกันได้แก่

- Physical Resources (ทรัพยากรที่จับต้องได้) เช่นวัตถุดิบ สินค้า หรือพวก Raw Materials ต่างๆ
- Human Resources (ทรัพยากรบุคคล) เช่นพนักงานในบริษัทของคุณ หรือฟรีแลนซ์ เป็นต้น
- Intellectual Resources (ทรัพยากรทางปัญญา) เช่นลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร หรือข้อมูล เป็นต้น
- Financial Resources (ทรัพยากรทางการเงิน) เช่นลงเงินทุน



7.Key Activities (กิจกรรมหลักที่ต้องทำ)

สิ่งที่คุณต้องตอบได้ในข้อนี้คือกิจกรรมหลักที่คุณจะต้องทำเพื่อส่งมอบคุณค่า (Key Activities) ของสินค้าหรือบริการของคุณมีอะไรบ้าง ตัวอย่างของกิจกรรมหลักที่ต้องทำมีหลายอย่างเช่น

- Production

เช่นการออกแบบ การผลิต การควบคุมคุณภาพ หรือการซ่อมบำรุง เป็นต้น

- Research & Development

เช่นการพัฒนาสินค้า การพัฒนาขั้นตอนการทำงาน หรือการสร้างสรรคนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นต้น

- Marketing

เช่นการวางแผนการตลาด การทำแคมเปญ การซื้อสื่อ หรือการวิเคราะห์คู่แข่ง เป็นต้น

- Sales & Customer Service

เช่นการขาย การให้บริการลูกค้า เป็นต้น





8.Key Partners (พันธมิตรทางธุรกิจหลักที่ร่วมมือด้วย)

แน่นอนว่าคุณคงจะไม่ได้ทำงานเพียงคนเดียว (หรือบริษัทเดียว) โดยที่ไม่มีความร่วมมือกับใคร

ข้อมูลที่คุณต้องใส่ในข้อนี้เป็นข้อมูลของคน/บริษัทที่คุณจะทำธุรกิจด้วย (หรือคน/บริษัทที่คุณต้องพึ่งพาอาศัย) โดยปกติแล้ว Key Partners จะแบ่งออกได้เป็น 4 แบบด้วยกัน ได้แก่

- Strategic alliances between non-competitors

การร่วมมือกับคนหรือบริษัทที่ไม่ใช่คู่แข่ง เช่นการที่บริการ Delivery จับมือกับธนาคารเพื่อปล่อยเงินกู้

- Coopetition

การร่วมมือกับคู่แข่ง เช่นสายการบินต่างๆ ร่วมมือเป็นพันธมิตรธุรกิจ (ตัวอย่างที่เห็นชัดๆ ก็ Star Alliance)

- Joint Ventures to develop new businesses

การร่วมมือเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ เช่น Wongnai + LINE + Lalamove = LINE Man

- Buyer-supplier relationships

ความสัมพันธ์แบบผู้ซื้อ-ผู้ขาย เช่นบริษัทเครื่องดื่มเป็นพันธมิตรกับโรงงานบรรจุขวด

9. Cost Structure (รายจ่าย)

โครงสร้างต้นทุนเป็นหนึ่งในสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ธุรกิจของคุณไปต่อได้ ถ้าต้นทุนคุณสูง คุณก็อาจจะทำราคาแข่งกับคนอื่นยาก ถ้าต้นทุนคุณต่ำ มันอาจจะเป็นหนึ่งในจุดแข็งของธุรกิจของคุณ

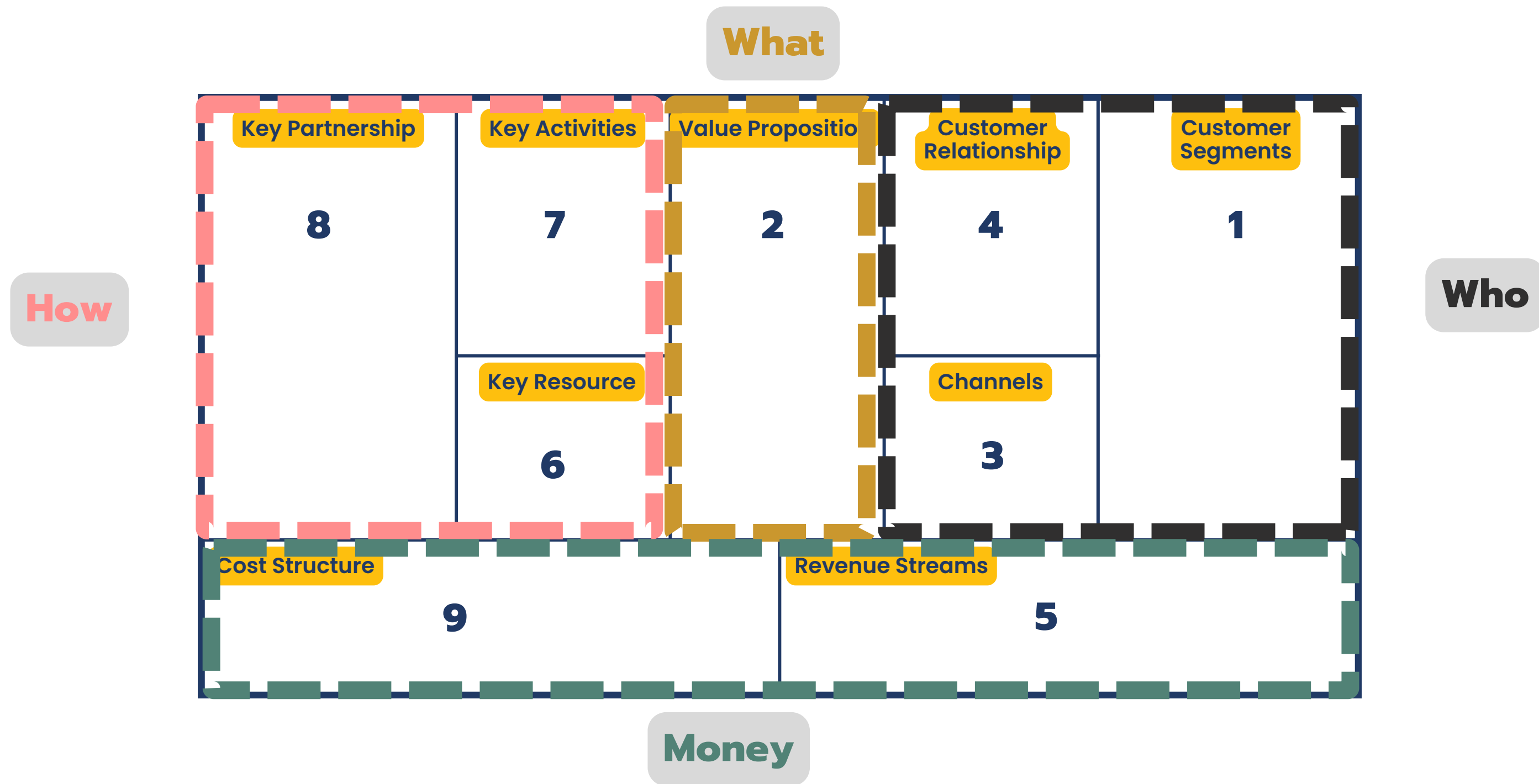
โดยปกติแล้วการแบ่งประเภทต้นทุนมีหลากหลายแบบมาก สำหรับตัว Business Model Canvas ส่วนใหญ่จะใช้ Cost Structure วิธีการจำแนกต้นทุนตามหน้าที่งานในกิจการ (Functions or Operations of a Business) เช่น Marketing Cost, Production Cost, Administrative Cost และอื่นๆ ตามสายงาน สาเหตุนี้เป็นเพราะการแบ่งอย่างนี้ทำให้ผมเห็นภาพรวมถึงต้นทุนที่ผมมีสำหรับธุรกิจนั้นๆ ได้ง่าย

เช่นถ้าผมจะทำธุรกิจซอฟต์แวร์ให้บริการทำบัญชีออนไลน์ ต้นทุนหลักๆ ก็คงจะมีเงินเดือนพนักงานสำหรับฝ่ายต่างๆ (เช่น Developer, Designer หรือ Marketer เป็นต้น) ค่าเซิร์ฟเวอร์ ค่าใช้จ่ายในการทำตลาด ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาธุรกิจ ค่าเช่าออฟฟิศ

สำหรับ Cost Structure รูปแบบอื่นนั้นอาจจะเหมาะสำหรับการใช้งานตอนที่คุณวิเคราะห์ตัวเลข หรือทำบัญชีมากกว่า



Example Of Business Model Canvas





Q & A

BASIC MANAGEMENT



Assignment

จากการจำลองธุรกิจของกลุ่มนศ.
ให้แต่ละกลุ่มลอง Business Model Canvas
ออกมาให้ชัดเจนที่สุด

จัดทำรายงานนำเสนอจัดวางให้สวยงาม
งานกลุ่ม : กลุ่มละ 8-9 ท่าน
ส่งงานใน Google drive



EP.

THE BUSINESS MODEL CANVAS












Bizlabor
นรเศรษฐกิจ

<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> - แหล่งวัตถุดิบทั้งกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ รวมทั้งอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง - บริษัทออกแบบและก่อสร้างสาขา - นักลงทุนและผู้สนใจ - เจ้าของสถานที่และ Land Lord ต่างๆ - Brand Collaboration - Alibaba, E-Commerce Platform - Delivery Platform - บริษัทขนส่ง, Logistic and Supply chain - ร้านขนมต่างๆ - โรงงานผลิตของที่ระลึก และ สินค้าต่างๆ - สื่อโฆษณาและ Content Creator 	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> - การบริหารและดำเนินงานร้าน - การฝึกและอบรมพนักงาน - การขยายสาขา และ สร้างสาขาใหม่ - การออกแบบสาขาและผลิตภัณฑ์ใหม่ - การบริหารความเสี่ยงและเงินสด - การบริหารสินค้าคงคลัง โลจิสติกส์ - การบริหารการตลาด - การวิจัยธุรกิจใหม่ สินค้า ใหม่ - การสร้างและรักษาแบรนด์ Starbucks - การสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้า - การสร้าง Innovation ใหม่ - การหาพันธมิตรและผู้สนใจ - การตรวจสอบและรักษาคุณภาพแบรนด์ 	<p>Value Proposition </p> <ul style="list-style-type: none"> - กาแฟและเครื่องดื่มคุณภาพดี อร่อย - บรรยากาศทั้งภายในและภายนอกสวยงาม - มีเครื่องดื่ม ขนม และสินค้าอื่นๆขาย - เป็นสถานที่ Third Place ได้ - มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกพร้อม - สะดวกมีหลากหลายสาขา - จำหน่ายสินค้าที่กลับไปกินที่บ้านได้ - ภาพลักษณ์ดูดี มีระดับ หูหว่า - มีนวัตกรรมใหม่ๆเสมอ - สามารถออกแบบเครื่องดื่มตามความชอบ - มีการทำสินค้าแบบ Brand Collaboration - มีสาขาแบบ Drive Thru - ส่งทาง Delivery Platform ได้ - สามารถเสนอทำเลเพื่อเป็น License ได้ - มีลูกเล่นทางการตลาดที่ตอบ โจทย์ลูกค้า - มีฐานลูกค้าจำนวนมาก 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ดูเก๋แต่งดูดี บรรยากาศสบาย - พนักงานที่บริการดี - สินค้า เครื่องดื่ม คุณภาพดี รสชาติอร่อย - การที่สามารถออกแบบเครื่องดื่มตามความชอบได้เอง - ภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ถ่ายทอดได้ - ส่วนลดและ โปร โมชันทางการตลาด - Social Network - สื่อโฆษณา Offline และ Online - กระแสไวรัล , ปากต่อปาก - สินค้า ใหม่ - Brand Collaboration 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มลูกค้าที่ชอบทานกาแฟและเครื่องดื่ม - กลุ่มลูกค้าที่หาสถานที่ (Third Place) - กลุ่มลูกค้าที่ทานขนม และอื่นๆ ภายในร้าน - กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์และของที่ระลึก - กลุ่มลูกค้าที่ทานกาแฟ ในร้านและทำที่บ้าน - กลุ่มลูกค้าประเภทนักธุรกิจ เพื่อน - กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง - กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเดินทางที่แวะหากาแฟ - กลุ่มลูกค้าที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์สังคม - กลุ่มลูกค้าที่ต้องการประสบการณ์ใหม่ - กลุ่มลูกค้าที่ตามกระแสสังคม - กลุ่มลูกค้าสั่งกาแฟทานที่บ้าน
<p>Key Resources </p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้าน Starbucks ทุกสาขา - สูตรการผลิต - ระบบมาตรฐานการผลิตและดำเนินงาน - แบรนด์และภาพลักษณ์ Starbucks - ระบบฐานข้อมูลลูกค้า และ แหล่งวัตถุดิบ - โรงงานผลิต - พนักงานและทีมงาน - เงินสด - Social Network และ แฟนคลับ - เทคโนโลยี - ฐานลูกค้าและแฟนคลับ 			<p>Channels </p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้าน Starbucks ทุกสาขา - ร้าน Starbucks ในห้าง, Stand Alone หรือ Drive thru - Social Network - สื่อโฆษณาทั้ง Offline และ Online - กระแสไวรัล , ปากต่อปาก - Delivery platform - Brand Collaboration 	
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนการดำเนินงานและบริหารร้าน - ต้นทุนการผลิตและจัดหาวัตถุดิบ - ต้นทุนค่าสถานที่ การก่อสร้าง การขยายสาขา - ต้นทุนการตลาด - ต้นทุนการพัฒนาสินค้า ร้าน และธุรกิจใหม่ - ต้นทุนการทำ Cross Selling - ต้นทุนการทำ Brand Collaboration - ต้นทุนการทำ Innovation และ Technology 			<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> - รายได้จากการขายกาแฟและเครื่องดื่มต่างๆ - รายได้จากการขายสินค้าอื่นๆ เช่น ขนม ของที่ระลึก - รายได้จากการทำ โปร โมชันต่างๆ - รายได้จากการนำเงินลูกค้าไปต่อยอดธุรกิจ - รายได้ส่วนเพิ่มจากบัตรเติมเงิน Starbucks - รายได้จากการขยายสาขา - รายได้จากการขายสิทธิการบริหาร - รายได้จากการทำ Brand Collaboration - รายได้จาก E-Commerce, Delivery platform 	

145 EP. THE BUSINESS MODEL CANVAS



Bizlabor
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> - คณะก้าวหน้า - ประชาชน หน่วยงานต่างๆที่ให้ข้อมูล ปัญหาของการทำงานของรัฐบาล - สื่อมวลชน - นักการเมืองท้องถิ่น - ผู้แทนท้องถิ่น 	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> - การคิดนโยบายใหม่ๆที่ตอบ โจทย์สังคม - การหาเสียง ประชาสัมพันธ์ข้อมูล - การหาผู้สนับสนุนพรรค - การค้นหาสมาชิกพรรค - การบริหารองค์กร พรรคการเมือง - การอภิปรายไม่ไว้วางใจ - การหาข้อมูลเพื่อชี้แจงสังคมทั้งพัฒนาและตัดสินง นโยบาย 	<p>Value Proposition </p> <ul style="list-style-type: none"> - "ตรงไปตรงมา" ทุกคำตาม - นโยบายที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงสังคม - ยกเลิกการเกณฑ์ทหาร - ชูนโยบายรัฐสวัสดิการ - นักการเมืองคุณภาพดี ชี้แจงประเด็นชัดเจน - พรรคที่ชัดเจน ในเรื่องประชาธิปไตย - ไม่จับมือกับพรรคเผด็จการ - ไม่เน้นการประชานิยม แจก เพราะไม่ยั่งยืน - เน้นทำเรื่อง ใหม่ สร้างสิ่งใหม่ไม่เหมือนเดิม - แคนดิเดตนายกฯ คนรุ่นใหม่ - สมาชิกและตัวแทนพรรคเป็นคนรุ่นใหม่ ทันสมัย เข้าใจปัญหา ชัดเจน - ลดความเหลื่อมล้ำของสังคม - มีคนรุ่นใหม่ มีความรู้ความสามารถมาก - นโยบายเศรษฐกิจ 'สร้างงาน-ซ่อมประเทศ' ลดความเหลื่อมล้ำ 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> - นักการเมืองรุ่นใหม่ เช่น พิศา, ธนาธร, ปิยะบุตร, รังสิมันต์, วิโรจน์ และอื่นๆ - นโยบายที่โดนใจ ทุนกระแสต่อโลก - สื่อ ประชาสัมพันธ์ ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ - Social Network ทั้งของพรรคและส่วนตัวของสมาชิกพรรค - กระแสพรรคและไวรัลต่างๆ - การเป็นสมาชิกพรรค - การเดินสายพบเจอผู้คน - การตีเบตเวทีต่างๆเพื่อแสดงวิสัยทัศน์ - ตัวตนพรรคที่ชัดเจน 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มคนรุ่นใหม่ตั้งแต่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกจนถึงอายุ 40 ปี - กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความเปลี่ยนแปลง - กลุ่มผู้ที่สนใจการเมือง - กลุ่มคนรุ่นใหม่ในครอบครัวเพื่อชักจูงคนรุ่นใหม่ในบ้าน - กลุ่มวัยรุ่นที่อยากหาพรรคการเมืองแบบใหม่ๆ
<p>Key Resources </p> <ul style="list-style-type: none"> - แบนด์พรรคก้าวไกล - สมาชิกพรรค (พิศฯ, วิโรจน์ และอื่นๆ) - วิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ตรงไปตรงมา - แฟนคลับและฐานเสียงคนรุ่นใหม่ - นโยบายพรรค - ประสบการณ์ ความรู้ของสมาชิกพรรค 			<p>Channels </p> <ul style="list-style-type: none"> - พรรคก้าวไกล - นักการเมืองและสมาชิกพรรค - แฟนคลับที่เป็นสมาชิกพรรค - การเดินสายพบประชาชน - การตีเบตตามเวทีต่างๆ - สื่อ ประชาสัมพันธ์ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ - Social Network (Facebook, Tiktok) - หัวคะแนนคนรุ่นใหม่ - Website 	
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนการบริหารพรรคการเมือง - ต้นทุนค่าดำเนินการบริหารพรรค - ต้นทุนเงินเดือน สถานที่ - ต้นทุน ในการหาเสียง ประชาสัมพันธ์ - ต้นทุน โสฬ์ต่างๆ 			<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> - คะแนนเสียงจากประชาชน - เงินเดือนตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย - อำนาจ ในการบริหารตำแหน่งที่เกี่ยวข้อง - รายได้จากเงินค่าธรรมเนียมบำรุงพรรคการเมือง - รายได้จากการมีผู้บริจาคและอุดหนุนภาษี ให้พรรคการเมือง - รายได้จากเงินสนับสนุนพรรคการเมือง 	

141 EP. THE BUSINESS MODEL CANVAS



<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> - แหล่งจำหน่ายวัตถุดิบต่างๆ - นักลงทุนและผู้สนใจซื้อแฟรนไชส์ธุรกิจ - Landlord, เจ้าของสถานที่, ห้อง - Delivery Platform ต่างๆ - บริษัทขนส่ง, Logistic, Supply Chain - Application การเงินต่างๆ - Agency การตลาด - แหล่งวัตถุดิบสำหรับเกรดพรีเมียม 	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการผลิตและดำเนินงานร้าน - การทำ Brand Loyalty อย่างต่อเนื่อง - การควบคุมคุณภาพ - การบริหารต้นทุนและเพิ่มมาตรฐานคุณภาพ - การเลือกทำเลและขยายสาขา - การบริหารวัตถุดิบคงคลัง, Supply Chain - การบริหาร Logistic - การใส่ใจรายละเอียดต่างๆ - การบริหารลูกค้า ในช่วงหนาแน่น - การออกแบบกลยุทธ์ราคา - การบริหารเงินทุน เงินสดและความเสี่ยง - การทำธุรกิจ Online และ Delivery - การวิจัย พัฒนา สินค้าและธุรกิจใหม่ - การทำแฟรนไชส์และบริหารจัดการ 	<p>Value Proposition </p> <ul style="list-style-type: none"> - สุกี้ยากี้และชาบูแบบตั้งเต็มสโตล์ญี่ปุ่น - ราคาเป็นแบบบุฟเฟต์ที่หลากหลาย - ไม่เน้นความหลากหลายแต่เน้นที่คุณภาพ - เป็นแบรนด์ของญี่ปุ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ - คุณภาพดีและรสชาติอร่อย - ใช้เนื้อวัวจากฟาร์มเดียวกันและนำเข้าจากต่างประเทศ - นำฟูปมีให้เลือกหลากหลาย - ใช้ไซแบบ Cage Free แบบปลอดเชื้อ - มีของหวานที่อร่อย โดนใจ - สามารถ DIY เมนูต่างๆได้เอง - การบริการดี - ร้านมีหลากหลายสาขาและอยู่ในทำเลดี - สร้างประสบการณ์ใหม่ ในการกินชาบู - มีบริการแบบ Delivery - มีโป๊วโมชั่น ชุดอาหารต่างๆ ให้เลือก - มีเนื้อหมูและวัวแบบพิเศษต่างๆ - มีหลากหลายประเทศทั่วโลก - กระบวนการทานที่มีขั้นตอนและเอกลักษณ์ 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรยากาศและสโตลร้าน - คุณภาพสินค้าและการบริการ - เมนูที่สามารถ DIY เองได้ - มีโป๊ว โมชั่นทางการตลาด - ละสมเต็มเพื่อเป็นส่วนลดต่างๆ - การให้ความรู้, Content อย่างต่อเนื่อง - สื่อออนไลน์และออฟไลน์ทุกช่องทาง - การรีวิวความเห็นทุกช่องทาง - ปากต่อปาก 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการทานแบบชาบู-สุกี้ - กลุ่มลูกค้าฐานะปานกลาง-สูง - กลุ่มลูกค้าที่ชอบประสบการณ์แปลกใหม่ - นักลงทุนและผู้สนใจธุรกิจ - กลุ่มลูกค้าที่ต้องการทานอะไรใหม่ๆ
<p>Key Resources </p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้าน Mo Mo Paradise และจำนำ - ชื่อเสียงและแบรนด์ร้าน - ความเป็นร้านสไตล์ญี่ปุ่นแบบตั้งเต็ม - มีฐานลูกค้าและแฟนคลับแบรนด์ - ประสบการณ์ของเจ้าของ - วัฒนธรรมการกินชาบูสไตล์ญี่ปุ่น - Social Network - กระแสเงินสด และ เงินทุน - เทคโนโลยีร้าน ระบบ และ IT ต่างๆ - Passion ของเจ้าของและผู้ลงทุน - ฐานข้อมูลแหล่งวัตถุดิบ - เจ้าของ, พนักงาน - ฐานลูกค้า และระบบ IT (เทคโนโลยีต่างๆ) 			<p>Channels </p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้าน Mo Mo Paradise ทุกสาขา - Social Network ทุกช่องทาง - กลยุทธ์ปากต่อปาก - สื่อโฆษณาทั้งออนไลน์และออฟไลน์ - Delivery Platform 	
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนการจัดการและดำเนินงานร้านค้า - ต้นทุนวัตถุดิบและอื่นๆ - ต้นทุนค่าสถานที่ ตกแต่ง และปรับปรุง - ต้นทุนการขยายสาขา - ต้นทุนวิจัย พัฒนาสินค้า ร้านค้าและธุรกิจใหม่ - ต้นทุนการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ - ต้นทุนการสร้างแบรนด์ - ต้นทุน Delivery Platform - ต้นทุนระบบเทคโนโลยีสนับสนุน 			<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> - รายได้จากการทานของลูกค้าภายในร้าน - รายได้จากกลยุทธ์ราคา เช่น บุฟเฟต์ (All You Can Eat) และ การเพิ่มระดับราคา (Add-on) - รายได้จากการขยายสาขาต่างๆ - รายได้ส่วนเพิ่มจากเมนูต่างๆ - รายได้จากการขายแฟรนไชส์ให้แก่ผู้สนใจ - รายได้จาก Delivery ต่างๆ - รายได้ส่วนเพิ่มจากการบริหารต้นทุน - รายได้จากการทำ Brand Luxury 	

137^{EP.} THE BUSINESS MODEL CANVAS



<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> • แหล่งวัตถุดิบต่างๆ • นักลงทุนและผู้สนใจธุรกิจ • Pepsi Co • ดารา, นักร้อง, Influencer, ผู้มีชื่อเสียง • Land Lord, เจ้าของสถานที่ประเทศต่างๆ • Brand Collaboration • Modern trade, Traditional Trade • โลจิสติกส์และซัพพลายเชน • Outsource ต่างๆ 	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> • การตลาดและการขาย • การบริหารจัดการแหล่งวัตถุดิบ • การควบคุมธุรกิจและแบรนด์ต่างๆ • การทำ Banner Sun, Collaboration • การบริหารจัดการแบรนด์อื่น • การเพิ่มช่องทางขาย • การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ • การสร้างและขยายโรงงาน • การผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ • การบริหารต้นทุน • การบริหารเงินทุนและความเสี่ยง 	<p>Value Proposition </p> <ul style="list-style-type: none"> • รสชาติดี อร่อยถูกปาก • มีหลากหลายรสชาติ และหลากหลายรูปแบบ • มีหลากหลายขนาดและราคา • หาซื้อได้ง่าย มีขายแทบทุกสถานที่ • มีรสชาติแปลกใหม่จาก Collaboration • สร้างประสบการณ์เรื่องความแปลกใหม่ • เป็นผู้นำตลาดเรื่องขนมขบเคี้ยว • Brand และ Influencer Collaboration • มีรสชาติเพิ่มในรูปแบบพรีเมียม • มีแบรนด์ลูกต่างๆมากมาย • มีการ Mix & Match รสชาติต่างๆ • มีทั้งแบบหยัก, เรียบ และแบบสแต็กซ์ 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> • สินค้าคุณภาพดี อร่อยถูกปาก หลากหลาย • Brand & Influencer Collaboration • Social Network • กิจกรรม CSR ในรูปแบบต่างๆ • สื่อโฆษณา ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ • ปากต่อปาก • ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีมาก • สินค้ามีหลากหลายรสชาติบนชั้นวางสินค้า • โปรโมชันการตลาดต่างๆ 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> • กลุ่มลูกค้าที่ชอบทานขนมขบเคี้ยว • กลุ่มวัยรุ่นทุกเพศ ทุกวัย • กลุ่มลูกค้าที่หาของทานเล่นระหว่างทำกิจกรรม • กลุ่มลูกค้ารายได้ปานกลางจนถึงสูง • กลุ่มลูกค้าที่ชอบความแปลกใหม่ • กลุ่มลูกค้าที่ชอบรสชาติเจาะจง • กลุ่มลูกค้าที่ซื้อไปขายต่อ • กลุ่มร้านค้า ตัวแทนการขาย • กลุ่ม Modern และ Traditional trade
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> • ต้นทุนการผลิตและดำเนินงาน • ต้นทุนการโฆษณาและการตลาด • ต้นทุนการบริหารจัดการ • ต้นทุนการวิจัยและพัฒนา • ต้นทุนการทำ Brand Collaboration • ต้นทุนการขยายตลาดต่างประเทศ • ต้นทุนการควบคุมบริษัทและธุรกิจ • ต้นทุนการทำ Brand deletion • ต้นทุนการสร้าง Banner Sun 	<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> • รายได้จากการขายสินค้าหลากหลายรสชาติ • รายได้จากการขยายตลาดไปทั่วโลก • รายได้จากแบรนด์หลัก, Banner Sun และแบรนด์ลูกต่างๆ • รายได้จากการขายสินค้าหลากหลายขนาด • รายได้จากการเปลี่ยนรูปแบบมันฝรั่ง (หยัก, เรียบ, สแต็กซ์) • รายได้จากการทำ Fighting Brand • รายได้จากการทำ Brand Collaboration • รายได้จากการขายช่องทางต่างๆ • รายได้จากการควบคุมกิจการ • รายได้จากการเป็นผู้นำตลาดจากกลยุทธ์การควบคุม • รายได้จากธุรกิจอื่นๆ 			

127^{EP.} THE BUSINESS MODEL CANVAS



<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> • แหล่งวัตถุดิบ • Pepsi, Amado • ตัวแทน ฟรีแลนซ์ হাসถานที่ • อะไหล่ชิ้นส่วนของตู้ • ธนาคาร บริษัททางการเงิน 	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> • การตลาด • RD เครื่องดื่มและตู้ • Supply Chain • การดำเนินงานกับตู้ เครื่องดื่ม • การขยายตู้ • การบริหารข้อมูล • การออกแบบและบริหารพื้นที่ตู้ • การลดต้นทุน 	<p>Value Proposition </p> <ul style="list-style-type: none"> • มีหลายหลากเมนูและท็อปปิ้ง • หลายราคา (ถูก-ปานกลาง) • รสชาติ อร่อย ถูกปาก • รสชาติคงที่ได้มาตรฐาน • เปิดขาย 24 ชั่วโมง • มีทั้งแบบร้อนแบบเย็น • ใช้พื้นที่น้อย • มีกาแฟพรีเมียม • ใช้งานง่าย ระบบจอสัมผัส • มีหลากหลายสาขา • ปรับเลือกความต้องการได้ • รสชาติผ่านการปรุงจากบาร์ิสต้า • มีทีมงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง • ลดความเสี่ยงทางธุรกิจ • ลดความยุ่งยากการดำเนินงาน • รวดเร็ว ไม่ต้องรอคิวนาน • มีระบบสมาชิกและฐานข้อมูล • มีส่วนผสมสำหรับคนรักสุขภาพ • ไม่มีคู่แข่ง • เทคโนโลยีจากคนไทย • ใช้ระบบเครื่องจักร AI 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> • ระบบสะสมแต้ม • สมาชิกด้วยระบบต่างๆ • Social Network • ผลิตภัณฑ์ที่โดนใจ • โปรโมชั่นทางการตลาด 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> • ลูกค้ากลุ่มที่ชอบทานเครื่องดื่ม • ลูกค้ากลุ่มออฟฟิศ • ลูกค้าที่เน้นความสะดวก • ลูกค้าที่ไม่ได้เจาะจงแบรนด์กาแฟ • ลูกค้าที่พักคอนโด โรงพยาบาล • กลุ่มสถานที่คนหนาแน่น
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> • ต้นทุนค่าผลิตตู้และขยายสาขา • ต้นทุนค่าเช่าสถานที่ • ต้นทุนส่วนแบ่งสำหรับฟรีแลนซ์ หรือ ผู้แนะนำสถานที่ • ต้นทุนการบริหารจัดการตู้ และซ่อมบำรุง • ต้นทุนสินค้าและการดำเนินงาน • ต้นทุนการวิจัยและพัฒนาธุรกิจ 		<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> • รายได้จากการขายเครื่องดื่มหลากหลายชนิด • รายได้จากการขายเมนูหลากหลายราคาและ Add on Topping ต่างๆ • รายได้จากการขายซ้ำ • รายได้ส่วนเพิ่มจากการลดต้นทุน 		



<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> - นักลงทุน - ผู้สร้าง Media, Content - ผู้สนับสนุนการสร้าง Content เช่น ผู้เขียนบท ผู้กำกับ - Sony Playstation - Amazon AWS - บัตรเครดิต และ ระบบชำระเงิน - Smart TV - อุปกรณ์สื่อสารทุกชนิด - ดารา นักแสดง 	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้าง Original Content - การดูแลระบบหลังบ้าน, IT, Server, Streaming - การขยายตลาด - การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า - Content Licensing - การพัฒนา Software 	<p>Value Proposition </p> <ul style="list-style-type: none"> - Content ที่มีจำนวนมาก และหลากหลาย - สามารถดูได้ทุกที่ และ ทุกเวลา - เป็น Content ที่เป็นเรื่องยาว - Original Content ตอบโจทย์คนดู - มี Content ที่เข้าถึงคนดูท้องถิ่นของแต่ละประเทศ - มีโปรแกรมให้ทดลองดูก่อน - ค่าบริการขึ้นอยู่กับรายได้ของคนแต่ละประเทศ - สามารถเลือก Content ดูได้เอง และ ไม่มีโฆษณา - ความสนุก ความรู้ และ ความบันเทิง ในรูปแบบต่างๆ - การส่งผ่านวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ผ่าน Content ต่างๆ - สามารถชมได้รวดเดียวจบ และ สามารถแนะนำ Content ที่เราน่าจะสนใจเหมือนๆ กันได้ 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> - การบริการตัวเอง - ความชื่นชอบ หรือ ไลฟ์สไตล์ Content ส่วนตัว - Live chat - Email หรือ ระบบ Call - Social Network - Talk of the Town 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มวัยรุ่น - กลุ่มที่ชอบดู Content ต่างๆ - กลุ่มที่หาอะไรทำเพื่อฆ่าเวลา - กลุ่มเด็ก - กลุ่มที่ต้องการดู Content ที่หลากหลาย - กลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศ - กลุ่มลูกค้าที่ต้องการฝึกภาษาต่างประเทศ - กลุ่มที่ดู Content on demand
<p>Key Resources </p> <ul style="list-style-type: none"> - รางวัล Content ต่างๆ - Database ของลูกค้า - ระบบปฏิบัติการเพื่อเข้าชม - Content Database - Brand และ ทีมผู้สร้าง - App, Website - พนักงาน และ ระบบบริหาร - ระบบการบริหาร Content 			<p>Channels </p> <ul style="list-style-type: none"> - อุปกรณ์มือถือ และ อื่นๆ - Netflix App - กระแส Content ที่เป็นที่นิยม - การเขียนรีวิว ผ่านทางเฟสบุ๊คเพจ - การโฆษณาทั้ง ออนไลน์ และ ออฟไลน์ - Social Network 	
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนระบบเก็บข้อมูล - ต้นทุนการผลิต และ สร้าง content - ต้นทุนการตลาด - ต้นทุนการวิจัย และ พัฒนา - ต้นทุนบริหารจัดการ 		<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> - รายได้จากการ Subscription - รายได้จากการสร้าง Content ที่หลากหลาย (Long tail business model) - รายได้จากการขยายฐานคนดูทั่วโลก - รายได้จากการ Add-On ที่แบ่งเป็น level - ขายลิขสิทธิ์ของคอนเทนต์ และ แบนด์ Netflix 		

<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> - Soft Bank Vision Fund - ธนาคารกสิกรไทย - กองทุน Hedge Fund - กองทุนการออมแห่งชาติ - Central - พันธมิตรร้านค้า - คนขับรถประเภทต่างๆ - BNK 48 - Toyota - Lazada - Major - แหล่งเงินทุนสนับสนุน - พันธมิตรจากธุรกิจต่างๆ 	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> - การตลาด และ สร้างแบรนด์ - พัฒนาระบบ IT, Database - การพัฒนามาตรฐานคนขับ - ระบบปล่อยสินเชื่อรายย่อย - พัฒนาธุรกิจ -> Super App - ระบบดูแลหลังบ้าน - หาพันธมิตรต่างๆ เข้า App - พัฒนา Infrastructure - การหาเงินทุน 	<p>Value Proposition </p> <ul style="list-style-type: none"> - สะดวกสบาย บริการ 24 hr - ช่วยเรียกแท็กซี่ หรือ รถในจุด และ เวลาที่ไม่สะดวก - มีการดู Rating ของคนขับ - ปลอดภัย และ รู้ประวัติคนขับ - แก้ Pain point ของ Taxi - สร้างรายได้แก่ผู้ร่วมงาน - สะดวกในการจ่ายเงินครบวงจร - เป็น Super App ที่มีบริการหลากหลาย และ Ecosystem - สินเชื่อสำหรับรายเล็ก - มีรูปแบบประกันชีวิตต่างๆ - สะดวก ปลอดภัย และ ไร้เงินสด - ส่งสินค้าแบบ door to door - ประหยัดน้ำมัน และ ค่าใช้จ่าย - ควบคุมต้นทุนได้ - ร้านค้าไม่ต้องพัฒนาระบบเอง 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> - การรีวิวบริการ และ ร้านอาหาร - โปรโมชั่น และ ส่วนลด - ข่าวสาร และ Ecosystem - Social Network - Customer Support 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มคนที่ไม่มารถ - กลุ่มคนต้องการสะดวก ง่าย - กลุ่มคนที่ไม่อยากขับรถ - กลุ่มคนที่ต้องการส่งสินค้า - กลุ่มธุรกิจ ร้านค้า - กลุ่มคนมีรถ และ อยากสร้างรายได้ - กลุ่มคนที่อยากมีรายได้เสริม - ร้านอาหารที่ต้องการช่องทางเพิ่ม - กลุ่มคนที่อยากซื้อสินค้าต่างๆ โดยไม่ต้องเดินทาง
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าบริการจัดส่งอาหาร สิ่งของ - ค่าโปรโมชั่นทางการตลาด - ต้นทุนค่าบริการต่างๆ - ต้นทุนในการสร้างแบรนด์ - ต้นทุนการผลิต และ บริหารในแต่ละหมวดธุรกิจต่างๆ 		<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> - รายได้จากการใช้บริการ Platform แบบ fixed rate - ค่า GP 30% และ ค่าส่งสินค้า - รายได้จากการขายของสำหรับทำงาน Grab อื่นๆ - รายได้จากการเป็นนายหน้า และ เก็บค่า Commission - รายได้จากการสร้างธุรกิจใหม่ โดยใช้ Data base และ Platform ที่มี 		

<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> - Family mart - Office Mate - Tops Supermarket - ผู้ว่าจ้างที่รับงานเหมาช่วง - VGI, BTS - Shopee - เครือข่าย Kerry ต่างประเทศ - Quick Service 	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> - การบริหารงาน Logistic - การสร้างแบรนด์ - ระบบ IT และฐานข้อมูล - การหาพันธมิตร และ ลงทุน - Call Center - การทำการตลาด - การสร้างศูนย์กระจายสินค้า และ จุดรับของ 	<p>Value Proposition </p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งของถึงที่หมาย - มีระบบตรวจสอบสินค้า - รวดเร็ว ทันใจ - ความสะดวกสบายในการแพ็คสินค้า และ บริการแบบครบวงจร - บริการรับสินค้าถึงที่ - ของถึงเร็ว ถึงชัวร์ - สามารถ ใช้บริการทางแอฟ - แพ็คเก่งมีสีสันสวยงาม และ ดูมีมาตรฐาน - มีระบบจัดเก็บเงินปลายทาง - สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต - มีเจ้าหน้าที่โทรหาค่อนส่ง - สินค้าไม่เสียหาย - รับประกันการเสียหาย - ระบบรับของส่งของที่เป็นมาตรฐาน 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> - โปรโมชันลดราคาต่างๆ - Call Center - การจัดทีมช่วยเหลือลูกค้า - Social Network - สื่อต่างๆ - การตอบสนอง feedback และ comment 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจ (B2B/ B2C) - กลุ่มลูกค้าทั่วไป (C2C) - กลุ่มแพลตฟอร์มค้าขายต่างๆ - กลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าด่วน - กลุ่มลูกค้าที่ต้องการตรวจสอบตลอดเวลา - กลุ่มผู้ซื้อ ผู้ขายสินค้า
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนการบริหารจัดการ - ต้นทุนการพัฒนารธุรกิจ - ต้นทุนการจัดส่งสินค้า - ต้นทุนการลงทุนศูนย์กระจายสินค้า - ต้นทุนการลงทุนขยายสาขาหน้าร้าน 	<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> - รายได้ส่งของแบบ Business to Business (B2B) - รายได้จากการส่งของแบบ Business to Customer (B2C) - รายได้จากการส่งของแบบ Customer to Customer (C2C) - รายได้จากการส่งของแบบ Bangkok Sameday 			
<p>Key Resources </p> <ul style="list-style-type: none"> - สำนักงาน และ ศูนย์กระจายสินค้า - ระบบการจัดการสินค้า - ระบบ IT และ ฐานข้อมูลลูกค้า - พนักงาน และ ทีมบริหาร - เงินทุน - แบนด์ - ภาพลักษณ์ และ รางวัลต่างๆ 	<p>Channels </p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้าน Kerry ทั่วประเทศ - Application - Social Network - หน้าบ้าน / หน้าสถานที่ - Call Center - สื่อต่างๆ 			

The Business Model Canvas

Designed for:



Designed by:



Date:

Version: 80

<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ไทบ้าน ✓ บริษัทแพลนบี ✓ นักร้องวงอื่นๆ ✓ Workpoint ✓ AIS Play ✓ GDH ✓ BMN สื่อโฆษณาใน MRT ✓ สถานที่จัดงานต่างๆ ✓ รายการทีวี ✓ Grammy ✓ Shopee ✓ บริษัทผลิตสินค้า ✓ AKS Japan 	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓การรักษาภาพลักษณ์ของศิลปิน ✓สร้างการตลาด ✓ฝึกฝนพัฒนาศิลปิน ✓การสร้าง Engagement ระหว่างศิลปิน กับ ผู้ชม ✓การออกแบบสินค้า ✓การหารายได้จากสินทรัพย์ของศิลปิน BNK48 ✓การขายสินค้าและ merchandise <p>Key Resources </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓แบรนด์ BNK ✓โมเดลธุรกิจของ ANK48 ✓ศิลปินที่หลากหลาย ✓ Digital Live Studio ✓เพลงที่ตั้ง ✓ Theater ✓ แฟนคลับ หรือ โอตะ 	<p>Value Propositions </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ✓ความสุขที่ได้ตามศิลปิน ✓ศิลปินมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ในแต่ละปี เกิดความแปลกใหม่ ✓การได้ชมศิลปินชื่นชอบเหมือน Reality ✓เพลงและทำนองที่ติดหู ✓เด็กสาวสามารถสมัครเข้าร่วมวง BNK ได้ ✓ศิลปินแต่ละคนมีจุดขายที่แตกต่างกัน ✓ศิลปินและวงมีความตั้งใจและมีฐานแฟนคลับ ✓การมีส่วนร่วมกับศิลปิน ✓สามารถ โหวตตัวเซ็นเตอร์เพลงและกัปตันได้ ✓เรื่องราวของศิลปิน ✓ความพยายามและแรงบันดาลใจ 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓การมีส่วนร่วมกับศิลปิน ✓งานจับมือ ✓สินค้าที่ระลึกที่เป็นแบบสุ่ม ✓ Social Network ✓สื่อต่างๆที่ออกข่าวสาร ✓การเปิดรับสมัครรุ่นต่อไป <p>Channels </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Youtube ✓ เว็บไซต์ ✓ งานอีเวนต์ต่างๆ ✓ ตู้ปลา ✓ Theater ✓ Social Network ✓ สื่อต่างๆทุกชนิด ✓ ภาพยนตร์ รายการทีวีต่างๆ 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓กลุ่มชื่นชอบศิลปินหญิง ✓กลุ่มวัยรุ่นทั้งชายและหญิง ✓นักร้องตลาด โฆษณา ✓กลุ่มพ่อค้า ✓กลุ่มแฟนคลับ
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ต้นทุนการสร้างและปั้นศิลปินใหม่ ✓ ต้นทุนการบริหารศิลปิน ✓ ต้นทุนทางการตลาด ✓ ต้นทุนการจัดอีเวนต์ ✓ ต้นทุนการผลิตและจำหน่ายสินค้า ✓ ต้นทุนในการสร้าง Content ให้ศิลปินออกสื่ออย่างต่อเนื่อง 		<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ รายได้จากการขายซีดีเพลง ✓ รายได้จากการขายสินค้าที่ระลึก ✓ รายได้จากการขายบัตรจับมือ ✓ รายได้จากการบริหารศิลปิน เช่น ออกงาน รายการทีวี พร็เซ็นเตอร์ ✓ รายได้ที่มาจากช่องทางศิลปินที่หลากหลายคน ✓ รายได้จากการขาย Cafe BNK48 ✓ รายได้จากงานแสดง คอนเสิร์ต ✓ รายได้จากดิจิทัลคอนเท้น sticker line ✓ streaming song application 		

The Business Model Canvas

Designed for:



Designed by:



Date:

Version: 84

<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ระบบเติมเงินต่างๆ ✓ สื่อและรายการแข่งขัน ✓ ค่ายอินเทอร์เน็ต ✓ ตาราและผู้มีชื่อเสียง ✓ KFC ✓ ROV Pro League ✓ ทีมชาติและการแข่งขัน ✓ ระดับชาติ ✓ ทีมนักพากย์ ✓ สื่อต่างๆ ✓ สปอนเซอร์ต่างๆ ✓ เมืองไทยประกันชีวิต ✓ Shopee ✓ ตัวละครจาก DC 	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ การตลาด ✓ Server & IT ✓ พัฒนาเกมส์ ✓ ทาวิธีดึงเงินจากคนเล่นฟรี ✓ การหาพันธมิตรร่วม ✓ การสร้างกิจกรรมกระตุ้นภาพลักษณ์ 	<p>Value Propositions </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ เป็นเกมที่เล่นกับมือถือ ✓ เล่นสะดวก ง่าย ✓ ตัวละครหลากหลาย ✓ สนุกสนานและบันเทิง ✓ เล่นเป็นกลุ่มกับเพื่อนหรือเล่นเดี่ยวก็ได้ ✓ ระบบเกมส์มีความเสถียร ไม่หลุดบ่อย ไม่ค้าง ✓ ดันทุงถูกเมื่อเทียบกับการเล่นกับคอมพิวเตอร์ ✓ เป็นเกมที่สามารสร้าง Content ได้สูง ✓ มีสกินและลูกเล่นให้ปรับแต่ง ✓ สามารถสร้างรายได้ ✓ มีฐานข้อมูลคนเล่นเกมมาก ✓ สามารถเล่นเป็นอาชีพได้ ✓ ใช้เวลาเล่นไม่นานต่อเกม ✓ เน้นความสามารถของการเล่นมากกว่าการเติมเงิน 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ผู้มีชื่อเสียงต่างๆ ✓ กิจกรรม e-sport ✓ โปร โมทเกมส์ ✓ รางวัลต่างๆ ในเกมส์ ✓ สตรีมมิ่งเกมจากผู้เล่นหรือคนดัง ✓ การถ่ายทอดการแข่งขัน ✓ สื่อต่างๆ และ social ✓ ของรางวัล ในเกมแต่ละฤดูกาล 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ กลุ่มวัยรุ่น ✓ กลุ่มคอเกมส์ ✓ กลุ่มที่ไม่เคยเล่นเกม ✓ กลุ่มเน็ตไอดอล ✓ กลุ่ม E-sport ✓ กลุ่มสตรีมมิ่ง ✓ Agency ต่างๆ ✓ กลุ่มที่สนใจทำธุรกิจร่วมกัน ✓ ภาคธุรกิจที่สนใจทำการตลาด ✓ กลุ่มวัยทำงาน ✓ กลุ่มคนยุคเก่าที่เคยเล่นเกม DOTA
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ต้นทุนการพัฒนาเกม ✓ ต้นทุนการตลาด ✓ ต้นทุนการดำเนินการ ✓ ต้นทุนค่าลิขสิทธิ์ ✓ ต้นทุนจากการ Collaborate ✓ ต้นทุนการจัดการแข่งขัน ✓ ต้นทุนการโปรโมท 		<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ รายได้มาจากการเติมเงินเพื่อซื้อของในเกมในรูปแบบ Freemium ✓ รายได้มาจากผู้เล่นเติมเงินเพื่อสะสม Valor point ✓ รายได้มาจากการเติมเงินเพื่อลุ้นของรางวัลพิเศษ ✓ รายได้จากการถ่ายทอดคลิปทาง Youtube ✓ รายได้จากสปอนเซอร์ต่างๆ ✓ รายได้จากการ Collaborate 		