

เอกสารประกอบการสอน หน่วยการเรียนรู้ที่ 10 การเขียนแผนธุรกิจ

LEAN CANVAS นั้นพัฒนามาต่อยอดมาจาก Business Model Canvas (BMC) โดย Lean Canvas จะเน้นไปที่ธุรกิจ เริ่มต้นใหม่ ซึ่งมีหลายสิ่งที่ยัง ไม่ชัดเจนในเรื่องของปัญหาและความต้องการของลูกค้า ซึ่งต้องนำไปทดสอบเพื่อลดความเสี่ยง และปรับให้ผลิตภัณฑ์สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นก่อนทำธุรกิจจริง ซึ่งจะแตกต่างกับ Business Model Canvas ที่มักใช้กับธุรกิจที่เริ่มต้นมาแล้วรวมถึงธุรกิจ SMEs ทั่วไปที่ส่วนใหญ่จะรู้แล้วว่ากำลังจะทำอะไรชัดเจนแล้ว จึงไม่จำเป็นต้องมาเน้นเรื่องปัญหาและความต้องการของลูกค้า แต่จะเน้นให้เข้าใจภาพรวมของธุรกิจเชิงกลยุทธ์ว่าจะวางแผนใช้ทรัพยากรที่มีส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าให้ได้ถูกกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างไร

Lean Canvas คือ Template ผืนผ้าใบ 9 ช่องที่ช่วยให้ธุรกิจที่กำลังต้องการทำโครงการหรือการทำธุรกิจใหม่ๆสามารถวางแผนธุรกิจอย่างง่าย ให้ครบทุกองค์ประกอบที่สำคัญ ที่ธุรกิจเริ่มต้นใหม่ควรจะต้องโฟกัส โดยสรุปออกมาเป็นกระดาษ 1 แผ่นซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการตรวจสอบแผนธุรกิจ รวมถึงสื่อสารให้กับคนที่เกี่ยวข้องให้เห็นภาพรวมของธุรกิจที่เข้าใจได้ง่าย

Lean Canvas ประกอบด้วยภาพรวมหลักของธุรกิจ ทั้ง 9 องค์ประกอบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

CUSTOMER SEGMENTS ใครคือลูกค้าคนที่เจอปัญหานี้

PROBLEM ปัญหาอะไรที่เรากำลังจะแก้ไข

UNIQUE VALUE PROPOSITION จุดเด่นที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

SOLUTION วิธีการหรือฟีเจอร์ที่แก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้คืออะไร

CHANNELS เข้าถึงลูกค้าอย่างไร

REVENUE STREAMS รายได้มาจากไหนบ้าง

COST STRUCTURE ต้นทุนมีอะไรบ้าง

KEY METRICS ตัวชี้วัดที่สำคัญ คืออะไร (KPI)

UNFAIR ADVANTAGE อะไรเป็นจุดเด่น ของเราที่คู่แข่งไม่มี

Lean Canvas มี 9 องค์ประกอบ

1. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

ลูกค้าของเราเป็นใครได้บ้าง? ใครน่าจะเป็น "ลูกค้ากลุ่มแรก" ที่ชอบสินค้า/บริการ ของเรา
ใครคือลูกค้า เป็นคำถามสำคัญที่ต้องตอบ ธุรกิจส่วนใหญ่ตอนเริ่มต้นมักจะบอกว่าทุกคนคือลูกค้า เพราะเราอยากให้ทุกคนมาเป็นลูกค้าของเรา แต่ความเป็นจริงเราไม่สามารถสร้าง ออกแบบสินค้าบริการของเราให้เหมาะสมกับลูกค้าทุกคนได้ ยิ่งโดยเฉพาะกับธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ เราต้องหาลูกค้ากลุ่มแรก หรือที่เรียกว่า (Early Adopter) ให้เจอ โดยการพิจารณากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เราสามารถพิจารณา ตาม เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพครอบครัว รสนิยม พฤติกรรม โดยเราต้องทราบข้อมูลเชิงลึก หรือ Insight ของลูกค้าให้ได้ว่าลูกค้ากำลังจะประสบปัญหาและมีความต้องการอะไรที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง

2. ปัญหาของลูกค้า (Problem)

การระบุปัญหา (Problem) ให้เรา ระบุปัญหาหลัก 3 ข้อ ของกลุ่มเป้าหมาย โดยเรียงจากปัญหาสำคัญมากไปหาสำคัญน้อย โดยให้เราทำการสังเกตลูกค้า ,สัมภาษณ์ลูกค้า ,จำลองตนเองอยู่ในสถานการณ์จริง จะทำให้เราระบุปัญหาที่เกิดขึ้นจริงๆได้ชัดขึ้น ว่าลูกค้ากลุ่มไหนที่เจอปัญหา จำนวนของคนที่ได้รับผลกระทบจากปัญหา พิจารณาจากความรุนแรงของปัญหาว่าเป็นปัญหาที่หนักมัย หรือความถี่ของการเกิดปัญหานั้นเจอบ่อยๆแค่ไหน และที่สำคัญให้พิจารณาทางเลือกในการแก้ไขปัญหามีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งแน่นอนว่าปกติแล้วทุกปัญหาย่อมมีวิธีแก้ไข เพียงแต่อาจจะเป็นวิธีการแก้ไขที่มีประสิทธิภาพมากพอหรือยัง และถ้าหากยังหาไม่เจอ ทางเลือกอื่นๆในการแก้ปัญห อาจจะต้องกลับมาดูว่าปัญหานั้น ไม่ได้ใหญ่มากพอจะเป็นปัญหาให้คนต้องหาวิธีแก้ไขหรือไม่

3. จุดเด่นที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Unique Value Proposition)

จุดเด่นที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ซึ่งข้อนี้เป็นข้อที่สำคัญที่สุด (อยู่ตรงกลางของ Lean Canvas) เป็นภาพใหญ่ของธุรกิจซึ่งต้องใช้สื่อสารออกไปให้กับลูกค้ารับรู้ ว่าธุรกิจเรามีจุดเด่นอะไรที่โดดเด่นและโดนใจ อธิบายถึงคุณประโยชน์ของสินค้าหรือบริการที่ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ให้นึกถึงสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่เราสามารถสร้างความแตกต่างได้ และความต่างนั้นเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งควรจะเป็นอะไรที่แก้ปัญหได้ดีกว่าทางเลือกปัจจุบันที่มีอยู่ เช่น เร็วขึ้น ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น สบายขึ้น ประหยัดเวลาขึ้น ประหยัดเงินขึ้น เป็นต้น

4.การแก้ปัญหา (Solution)

(Unique Value Proposition) UVP มักสื่อสารออกมาเป็นนามธรรมเข้าถึงอารมณ์และความรู้สึกได้ดี แต่บางครั้งอาจจับต้องไม่ได้ แต่สำหรับ Solution นั้นจะเป็นรายละเอียดที่ทำให้เห็นภาพชัดเจนขึ้นว่าจะส่งมอบ (Unique Value Proposition) UVP นั้นๆ ออกมาได้อย่างไร (เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น) โดยจะนำเสนอวิธีแก้ไขปัญหาแบบใหม่หลากหลายทางเลือก เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตสินค้าหรือบริการตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

5.ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Channels)

ช่องทางการสื่อสารเพื่อให้เป็นที่รู้จัก

เป็นการทำตลาดให้คนมาเห็นและรู้จักเรา ปัจจุบันนี้มีช่องทางมากมายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงช่องทางฟรีและช่องทางที่เราต้องจ่ายเงิน เพื่อให้เราสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ ไม่ว่าจะเป็นSocial Media ต่างๆ การสร้าง FB Fanpage การทำ Website หรือ การเข้าไปเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามสถานที่ต่างๆ

ช่องทางการขายสินค้าหรือให้บริการ

การให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์หรือธุรกิจแบบมีหน้าร้าน สำหรับธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ อาจเน้นให้บริการผ่านทาง Application แต่บางธุรกิจการให้บริการผ่านWebsite ก็เพียงพอ ในขณะที่หน้าร้านก็อาจจะป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับบางธุรกิจ แต่สำหรับบางธุรกิจก็อาจจะไม่จำเป็นครับ

โดยการช่องทางเข้าถึงแบ่งออกเป็น 5 ระยะดังนี้ครับ

Awareness สร้างการรับรู้ ให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงสินค้าหรือบริการ

Purchase รูปแบบและช่องทางที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าบริการ

Delivery รูปแบบและช่องทางส่งสินค้าบริการ

After-sales วิธีการดูแลลูกค้า ช่องทางติดต่อสื่อสาร

Evaluation ช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายจะส่ง Feedback ความคิดเห็น ข้อติชม เพื่อประเมินผลสินค้าบริการ

5.รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams)

การกำหนดราคาสินค้า บริการ และระบุแหล่งที่มาของรายได้ให้ครบถ้วนเพื่อแสดงถึงกระแสรายรับของธุรกิจ นอกจากนี้ต้องประเมินความมั่นคงของธุรกิจ ประมาณการรายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการคืนทุน

โดยเราสามารถแบ่งรูปแบบรายได้ของธุรกิจ ได้ดังรายละเอียดดังนี้ ครับ

PRODUCT /ASSET SALE

รายได้จากการขายสินค้า ซึ่งอาจจะดูว่าคล้ายกับธุรกิจรูปแบบ SMEs ทั่วไป แต่ก็สามารถทำได้กับธุรกิจใหม่เช่นกัน ถ้าสินค้านั้นมีนวัตกรรม Innovations หรือ New Product ที่ตอบโจทย์และยังไม่มีใครเคยทำ ซึ่งอาจเป็นสินค้าเทคโนโลยี หรือสินค้าอุปโภคบริโภคที่สามารถขายได้บ่อย ตัวอย่างเช่น Plant Based Food เนื้อสัตว์สังเคราะห์ให้โปรตีนและรสชาติเสมือนจริง

RENTING

รายได้จากการให้เช่าสินค้า มักใช้กับของที่มีมูลค่าสูง มีความจำเป็นต้องใช้ในบางเหตุการณ์เท่านั้น แต่ไม่มีความจำเป็นต้องใช้บ่อย เช่น เช่ารถ เช่าสถานที่ทำงานหรือ Coworking Space

TRANSACTION FEE

ส่วนใหญ่มักเป็น Service ที่ให้บริการและเรียกเก็บเงินเป็นครั้งๆ ตามความต้องการใช้งาน ซึ่งอาจจะเป็นโมเดลธุรกิจได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นMarket Place หรือ Sharing Economyที่ ทำตัวเป็นแพลตฟอร์มตรงกลางจับคู่ระหว่างผู้ให้บริการต่างๆ (Supply) กับผู้ที่ต้องการใช้ (Demand) หรืออาจจะเป็นรูปแบบที่เราพัฒนา Software เพื่อให้บริการเองก็ได้ ซึ่งรูปแบบธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่มักจะเก็บเป็นTransaction Fee ขึ้นอยู่กับว่าเก็บที่ผู้ใช้ หรือหักจากผู้ให้บริการที่อยู่ในแพลตฟอร์ม เช่น airbnb , Grab, Fixxy

ADVERTISING

การเก็บรายได้จากค่าโฆษณา หากเป็นธุรกิจที่สามารถดึงดูดผู้คนให้มาใช้งานได้จำนวนมาก เช่น แอปพลิเคชัน หรือ แพลตฟอร์ม การหารายได้จากโฆษณา ก็ไม่ใช่เรื่องยาก ซึ่งมักจะเป็นธุรกิจประเภทสื่อบันเทิง หรือ SocialMedia เช่น Google Facebook, Youtube รวมถึงแอปพลิเคชันประเภทเกมที่มีโฆษณามากันระหว่างใช้งาน

SUBSCRIPTION FEE

การเก็บรายได้เป็นรายเดือน เพื่อให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง อาจตั้งราคาเป็นแพ็คเกจก็ได้ เพื่อให้การให้บริการที่แตกต่างกัน มักใช้กับสินค้าหรือบริการที่จำเป็นต้องใช้อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น AIYA แชทบอทสำหรับร้านค้าออนไลน์ที่ช่วยสื่อสารกับลูกค้า 24 ชั่วโมง ก็เรียกเก็บค่าบริการรายเดือนให้เลือกจ่ายเป็นตามแพ็คเกจ

FREEMIUM

เป็นการให้บริการฟรี แต่จะมีการเก็บเงินเมื่อต้องการใช้บริการส่วนเพิ่มหรือ Feature พิเศษ ซึ่งโมเดลการหารายได้ประเภทนี้ควรจะต้องมีความมั่นใจว่าบริการส่วนเพิ่มหรือบริการพิเศษนั้น จะสามารถดึงดูด ให้ผู้ใช้งานจ่ายเงินให้กับเราได้

Subscription Fee กับ Freemium

มักมีการนำมาใช้คู่กัน คือให้ใช้ฟรีก่อนจำนวนหนึ่ง(ไม่จำกัดระยะเวลาตลอดไป) และถ้าต้องการใช้บริการเพิ่มเติมก็มีแพ็คเกจ รายปีให้เลือกตามความเหมาะสม เช่น Dropbox , Google Drive

7. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

ต้นทุนมีอะไรบ้าง ค่าใช้จ่ายอะไรที่ต้องเกิดขึ้นในการที่จะส่งมอบคุณค่านี้ให้กับลูกค้าได้ สำหรับธุรกิจเกิดใหม่เป็นการยากที่จะระบุทุกอย่างและคำนวณเป็นต้นทุนได้อย่างแม่นยำอีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่มีความไม่แน่นอนสูง ซึ่งสำหรับ Lean Canvas นี้อย่างน้อยที่สุดเราจะพอรู้ว่าค่าใช้จ่ายอะไรที่น่าจะเกิดขึ้นบ้างและสิ่งที่เรากำลังจะทำจะมีคนใช้มั้ย แต่หากสามารถระบุ ได้ละเอียดก็ยิ่งดี เพราะจะทำให้เรารู้ว่าอะไรเป็นค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจ ซึ่งจะทำให้เราสามารถวางแผน วิเคราะห์และปรับปรุงพัฒนาธุรกิจของเราต่อไปได้ โดยจุดมุ่งหมายของ Business Model ที่ดี คือต้องสามารถเติบโตได้ในระยะยาวอย่างยั่งยืน นั่นก็คือการมีรายรับที่มากกว่ารายจ่าย

โดยเบื้องต้น ต้นทุนจะประกอบไปด้วย

ต้นทุนคงที่ Fix cost

คือต้นทุนพื้นฐานที่ต้องจ่าย ไม่ว่าจะผลิตหรือขายมากน้อยเพียงใด ก็มีต้นทุนที่ต้องจ่ายเท่าเดิม เช่น ค่าซื้อเครื่องจักร เงินเดือนพนักงาน ค่าเช่าที่ ค่าทำบัญชีและค่าผู้สอบ เป็นต้นครับ

ต้นทุนผันแปร Variable cost

คือต้นทุนที่จะแปรผันไปตามปริมาณการผลิตหรือการขาย เรียกได้ว่าผลิตมากก็จ่ายมาก หรือไม่ผลิตก็ไม่ต้องจ่าย

- เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าขนส่ง ค่าคอมมิชชั่น เป็นต้นครับ

8. ตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Metrics)

ตัวชี้วัดที่สำคัญคืออะไร (KPI) ในการจะทำธุรกิจหรืออะไรก็ตามควรจะต้องมีการวัดผลว่าสิ่งที่ทำนั้น มีโอกาสสำเร็จมากน้อยเพียงใด สำหรับธุรกิจเริ่มต้นใหม่โดยเฉพาะสตาร์ทอัพที่เป็น Software หรือ Application มักจะใช้ AARRR Metrics* มากำหนดเป็น KPI ในการวัดผล ซึ่งทำให้เราสามารถกำหนดรูปแบบการวัดผล พร้อมกำหนดอัตรา % ความสำเร็จที่คาดหวัง เพื่อเรียนรู้และแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้นได้

AARRR METRICS ประกอบไปด้วย

A = Acquisition การทำให้ธุรกิจเราเป็นที่รู้จัก
A = Activation การทำให้คนที่รู้จักเริ่มต้นใช้งาน
R = Retention การทำให้คนที่ใช้งานแล้วมีการใช้งานซ้ำ
R = Revenue การทำให้คนใช้งานมีการสั่งซื้อ
R = Referral การทำให้คนสั่งซื้อมีการบอกต่อ

สำหรับธุรกิจเริ่มต้นใหม่ หรือการทำโปรเจกต์ใหม่ๆ ที่ไม่ได้เป็น Software หรือ Application ก็สามารถนำ AARRR มาประยุกต์ใช้เป็นตัวชี้วัดได้เช่นเดียวกัน โดยอาจจะไม่ต้องวัดทุกเรื่องก็ได้ เพียงแค่เน้นในสิ่งที่จำเป็นที่พอจะวัดได้ในตอนต้นว่าธุรกิจหรือโปรเจกต์ที่กำลังจะทำนี้จะ Work หรือไม่

9. ข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่ง (Unfair Advantage)

อะไรเป็นจุดเด่นของเราที่คนอื่นไม่มี และไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย หรือก๊อปปี้ยาก (สำคัญมาก) ลองจินตนาการว่ามีบริษัทขนาดใหญ่มาเห็นไอเดียหรือสิ่งที่เราทำ แล้วนำไปทำตามแต่พัฒนาให้ดีกว่าแล้วลดราคามาเหลือครึ่งหนึ่งหรือให้บริการฟรีไปเลย ธุรกิจของเราจะยังดำเนินต่อไปได้หรือไม่ ถ้าไม่ได้แสดงว่าธุรกิจของเราลอกเลียนแบบได้ง่าย

ตัวอย่าง ข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

การเป็นเจ้าของในตลาด

การมีข้อมูลเชิงลึก

การมีฐานลูกค้าจำนวนมาก

มีความร่วมมือกับบริษัทขนาดใหญ่หรือภาครัฐ

มีสิทธิในการทำสินค้าหรือบริการที่คนอื่นไม่มีสิทธิ์ทำ (Authorize)

ทีมงานมีความชำนาญเฉพาะทางพิเศษ (Domain Expert)

ประโยชน์ของ Lean Canvas

เข้าใจตลาด

จากการวิเคราะห์ Customer Segments และ Problems ซึ่งเป็นหัวใจของการทำ Lean Canvas ทำให้เข้าใจความต้องการหรือปัญหาที่แท้จริงของลูกค้าเป้าหมาย สามารถนำเสนอวิธีแก้ปัญหา แนวทางตอบสนองความต้องการรูปแบบใหม่ ๆ ที่เข้ากับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ถือเป็นการวิจัยทางการตลาดที่เป็นประโยชน์มาก

เข้าใจสินค้า

ธุรกิจสามารถผลิตสินค้า บริการที่โดดเด่น มีจุดแข็งที่คู่แข่งยากเลียนแบบ และสามารถส่งมอบคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เข้าใจช่องทางการทำการตลาด

ธุรกิจจัดวางเครื่องมือเพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งช่องทางการรับรู้ ช่องทางการซื้อ ช่องทางการจัดส่ง ช่องทางการติดต่อสื่อสารและช่องทางการประเมินผล

เข้าใจภาพรวมธุรกิจ

Lean Canvas ทำให้รู้แหล่งที่มาของรายได้ โครงสร้างต้นทุนซึ่งเป็นรายจ่ายทั้งหมด ทราบเงินลงทุน กำไรต่อเดือน สามารถประเมินความมั่นคงทางธุรกิจและระยะเวลาคืนทุนอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ทำให้เข้าใจปัจจัยและตัวชี้วัดสำคัญที่ทำให้ ธุรกิจเจริญเติบโตและประสบความสำเร็จ

เข้าใจตัวเอง

เมื่อสร้าง Lean Canvas เสร็จ ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ตัวเองอย่างถ่องแท้ว่าเหมาะสมกับธุรกิจที่ต้องการสร้างหรือไม่ รู้จุดแข็งที่สามารถนำมาใช้พัฒนาธุรกิจได้ และเรียนรู้เพิ่มเติมส่วนไหนเพื่อลดจุดอ่อนของตัวเอง

การทำ Lean Canvas เป็นเพียงการแปลงแนวคิดลงสู่กระดาษเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ เบื้องต้นกับกลุ่มลูกค้าสมมุติ ซึ่งยังไม่แน่นอนว่าสามารถสร้างเป็นธุรกิจได้จริง

ขั้นตอนต่อไปคือพิสูจน์แนวคิดนี้โดยผู้ประกอบการต้องลงพื้นที่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงที่สุด โดยการทดสอบตลาดเพื่อตรวจสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นและสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายด้วยคำถามปลายเปิด เช่น

ปัญหาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ความต้องการแท้จริงของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคืออะไร

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต้องการสินค้าหรือบริการแบบไหน

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีโอกาสซื้อสินค้าหรือบริการมากน้อยเพียงใด

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคิดอย่างไรกับธุรกิจของเรา

หลังจากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลโอกาสทำธุรกิจ สรุปความต้องการของตลาดสูงพอที่จะมีกำไรและธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนได้หรือไม่

หากวิเคราะห์ประมวลผลแล้วเป็นไปได้บ้าง ด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น

กลุ่มเป้าหมายไม่ชัดเจน
ไม่ใช่ปัญหาของลูกค้า
ลูกค้าไม่มีความต้องการ
คู่แข่งในในตลาดเยอะ
เงินทุนสูง
ระยะเวลาคืนทุนนานเกินไป

ผู้ประกอบการต้องกลับไปทบทวน Lean Canvas ใหม่ อย่ายึดติดความคิดเดิม โดยใช้ข้อมูลจากการลงพื้นที่มาต่อยอด Lean Canvas เพื่อให้โมเดลทางธุรกิจมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น จากนั้นลงพื้นที่ซ้ำจนกว่าแน่ใจว่าสามารถสร้างธุรกิจได้ประสบความสำเร็จ

บทสรุปส่งท้าย

การเริ่มต้นธุรกิจใหม่ๆ นั้น มีความเสี่ยงหลายอย่างที่เรารู้ในช่วงเริ่มต้น เช่น ปัญหานั้นมีอยู่จริงมั๊ย ลูกค้าต้องการให้แก้ปัญหานั้นหรือไม่ และ ไอเดียที่เราจะเสนอแก้ไขให้ลูกค้า ลูกค้าจะสนใจหรือไม่ ถ้าสนใจกลุ่มคนเหล่านั้นคือใคร อยู่ที่ไหน มีคำถามมากมายที่ต้องการคำตอบ ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้ทำให้ธุรกิจใหม่ๆ หลายรายเริ่มต้นไปแล้ว ก็ต้องปิดตัวไปในเวลาอันสั้น แต่เนื้อหาความรู้จากรายวิชานี้ จะเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้เราเห็นแนวทางในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ๆ ผ่านทักษะกระบวนการคิดแบบ Design Thinking ที่เน้นทำความเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้ง ผสมผสานการสร้างโมเดลทางธุรกิจฉบับย่ออย่าง Lean Canvas เพื่อพิสูจน์สมมติฐานต่างๆ อย่างเป็นขั้นตอน และรู้ว่าอะไรที่จะต้องนำไปทดสอบต่อ ซึ่งอย่างน้อยก็เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีที่จะทำให้ลดความเสี่ยงจากการสร้างสินค้าและบริการที่ไม่มีคนใช้ได้ครับ

และผู้เรียนทุกคนไม่ต้องกังวล หากได้ทดสอบไอเดียธุรกิจของเราแล้วไม่เป็นไปตามที่หวัง เพราะความล้มเหลว ความผิดพลาด ถือเป็นของขวัญที่ล้ำค่า เป็นประโยชน์ทำให้เราได้รู้เลยว่าอะไรที่มันใช่ อะไรที่ยังไม่โดนใจ อะไรที่ต้องปรับปรุง และการเรียนรู้มันอาจทำให้เราเห็นอะไรบางอย่างที่กลายมาเป็นธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจกว่าก็ได้ ขอเพียงให้ได้ลองเริ่มต้น ลงมือทำ และหวังว่าการสร้างโมเดลทางธุรกิจฉบับย่ออย่าง Lean Canvas ที่ถ่ายทอดผ่านบทเรียนนี้ จะมีประโยชน์ต่อผู้เรียน ที่จะเริ่มต้นธุรกิจใหม่ๆ ได้มีแนวทางในการพิสูจน์ปัญหามีอยู่จริงและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ของเราครับ

สุดท้ายนี้ ถ้าผู้เรียนมีไอเดียในการเริ่มธุรกิจใหม่อะไรอยู่ อย่ามัวแต่รอ หยิบปากกา แล้วเปิดไปทีแบบฟอร์ม Lean Canvas ทดลองสังเกตมันขึ้นมา แล้วรีบไปทดสอบ ปรับปรุงให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะเกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เปลี่ยนโลกกันนะครับ