

Creative RMUT and Sustainable Innovation for Thailand 4.0



The 9th Rajamangala University of Technology National Conference

The 8th Rajamangala University of Technology International Conference

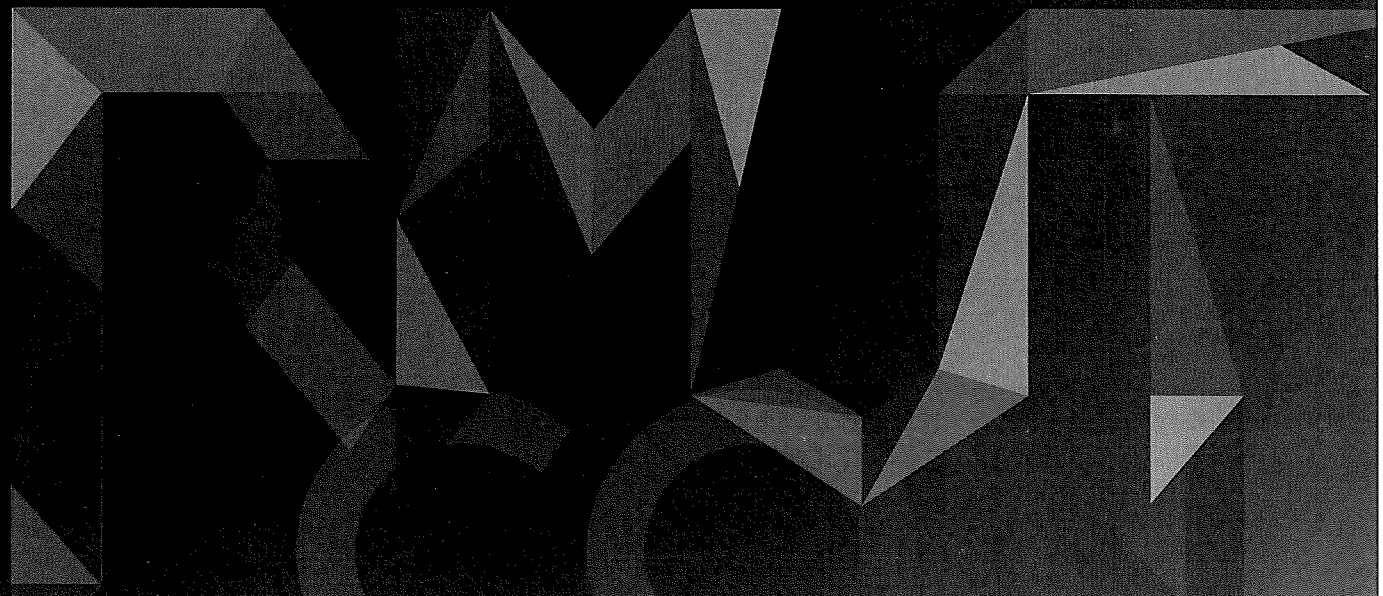
August 8th- 9th, 2017 at Impact Muang Thong Thani Exhibition and Convention

รายงานสืบเนื่อง

การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9
“ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”

- ◆ มนุษยศาสตร์ สังคมวิทยาและการศึกษา
- ◆ เกษตรศาสตร์สร้างสรรค์
- ◆ วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี
- ◆ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปกรรม และงานสร้างสรรค์
- ◆ วิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม
- ◆ การบริการวิชาการสู่สังคม
- ◆ เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0



Creative RMUT and Sustainable Innovation for Thailand 4.0



The 9th Rajamangala University of Technology National Conference

The 8th Rajamangala University of Technology International Conference

August 8th- 9th, 2017 at Impact Muang Thong Thani Exhibition and Convention

รายงานสืบเนื่อง

การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9
“ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”

RMUTCON

ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0

คณะกรรมการกองบรรณาธิการ

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา	ประธานกรรมการ
รองผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมงานวิจัย	กรรมการ
รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไกรฤกษ์ เขยชื่น)	กรรมการ
รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพนภา จุลโบล)	กรรมการ
รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะศิลปศาสตร์ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยชนะ ใจบุญ)	กรรมการ
รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ฯ (อาจารย์ไสรจ พฤทธิโกมล)	กรรมการ
รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว (ดร.นิภารัตน์ สายประเสริฐ)	กรรมการ
รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิวัฒน์ มูเก็ม)	กรรมการ
รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ วิทยาลัยเพาะช่าง (อาจารย์นิลุบล ขอรวมเดช)	กรรมการ
รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการและวิจัย วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอบกุล จันทโคติกา)	กรรมการ
ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการและวิจัย วิทยาลัยพลังงานและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนรัตนโกสินทร์ (ดร.เอกสิทธิ์ นกุลเจริญลาภ)	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตริงตา แผลมสมุทร	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชกร หัสโรค์	กรรมการ
ดร.ธีรินทร์ คงพันธ์	กรรมการ
ดร.สิริวรรณพิชา ธนจิราวัฒน์	กรรมการ
ดร.ฉันทมน โปธิพิทักษ์	กรรมการ
นางสาวญานิศา โพธิ์ไพชยนต์	กรรมการ
นางสาวพัชรี สุขสมัย	กรรมการ
นางสาววรารักษ์ หะรังศรี	กรรมการ
รองผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนางานวิจัย	กรรมการและเลขานุการ
นางสาววรรัตน์ วัฒนชโนบล	ผู้ช่วยเลขานุการ
นางสาวสมกมล ภัทรกิจโสภณ	ผู้ช่วยเลขานุการ

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัยระดับชาติ

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย	ประธานกรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา	กรรมการและเลขานุการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	
รองผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนางานวิจัย	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	
รองผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมงานวิจัย	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	
สาขาเกษตรศาสตร์สร้างสรรค์	
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงฤทัย ชำรงโชติ	กรรมการ
ดร.กฤติกา นรจิตร์	กรรมการ
ดร.กฤษณ์ สงวนพวง	กรรมการ
ดร.ชลธิชา สารวงษ์	กรรมการ
ดร.พิมพ์ชฎา อธิธิวัฒน์พงษ์	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก	
รองศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ พรสุริยา	กรรมการ
รองศาสตราจารย์สุชาติ ชัยวรกุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชงโค แซ่ตั้ง	กรรมการ
ดร.ชัยวัฒน์ มครเพศ	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมจิตร์ ถนอมวงศ์วัฒน์นะ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังคณา ธนกันญา	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี สวาสต์ธรรม	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	
รองศาสตราจารย์ ดร.พรธรรพี อำนวยสิทธิ์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาติ หาญวงษา	กรรมการ
ดร.กัญญาณัช ศิริธัญญา	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินุช สุจรีต	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ภูมิ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพร ธารางกูร	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิมล เกิดปร่าง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิรินาถ ศรีอ่อนนวล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ อินทร์สังข์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังคณา ไส้เกื้อ	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ	
รองศาสตราจารย์ ดร.รวิวรรณ เต็มขันธ์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์เจษฎา อีสหะ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นัยวิท เถลิมนนท์	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพันธ์ วงศ์สุทธาวาส	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลันธร วิชาศิลป์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรประภา ขุนถนอม	กรรมการ
สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ	
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก	
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูล สีใส	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.พีชรี ชยากรโคภิต	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ประภัสร์ ศิริสัมพันธ์นาวา	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณทลบุตร	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุตาพร กุณทลบุตร	กรรมการ
รองศาสตราจารย์วสันต์ กิ่งอ่ำ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ฌ น่าน	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุสุมา คำพิทักษ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติกร ภมรปฐมกุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภา ทองคง	กรรมการ
ดร.สุรมงคล นิมจิตต์	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ ก่ออารีโย	กรรมการ
ดร.ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี	กรรมการ
ดร.ธนธัส ทัพมงคล	กรรมการ
ดร.อารีย์ มัยงพงษ์	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	
รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี ฉิรินัง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพนภา จุลโบล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสมร ผ่องพุฒิ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี	กรรมการ
ดร.ชฎาณัฐ ปิยะวิบูลย์	กรรมการ
ดร.ธัญนันท์ วรเศรษฐพงษ์	กรรมการ
ดร.มาลัย กมลสกุลชัย	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	
ดร.พรหทัย ตันจัตตานนท์	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญหทัย ใจเปี่ยม

กรรมการ

ดร.พัชรินทร์ บุญนุ่น

กรรมการ

ดร.เบญจลักษณ์ เข้มคุ้ม

กรรมการ

ดร.วัลภา พัฒนา

กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

รองศาสตราจารย์ดุขฎิ พรหมทัต

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา แสนสุข

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริมา แก้วเกิด

กรรมการ

ดร.จันทิมา เอกวงษ์

กรรมการ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ดร.พสุธิตา ตันตราจิม

กรรมการ

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์

กรรมการ

ดร.ธงชัย ทองมา

กรรมการ

ดร.วุทธิชัย ลีมอรุณภัย

กรรมการ

ดร.อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล

กรรมการ

มหาวิทยาลัยพะเยา

ดร.จุมภฏ สนิทช่างูร

กรรมการ

ดร.อุษณีย์ รัศมีวงษ์จันทร์

กรรมการ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร

กรรมการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก

กรรมการ

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ดร.เอิบ พงบุหงอ

กรรมการ

หน่วยงานภาคเอกชน

ดร.ชาติชาย คงเพชรดิษฐ์

กรรมการ

สาขาการบริการวิชาการสู่สังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อมรรรัตน์ อนันต์วราพงษ์

กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.สุทธิพร บุญส่ง

กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธีรัตน์ ดวงสุวรรณ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เดชา จันทร์ศิริ

กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ สงรักษ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไชยยะ ธนพัฒน์ศิริ

กรรมการ

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ดร.เพชรรัตน์ เจริมรอด

กรรมการ

สาขามนุษยศาสตร์ สังคมวิทยาและการศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตยา สำเร็จผล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ เผ่าชู	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล พิชญ์ไพบูลย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ อนันต์วราพงษ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครวุฒิ จินตานุรักษ์	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ดร.ชัยวัฒน์ หฤทัยพันธ์	กรรมการ
ดร.ภทรพร ยุทธาภรณ์พินิจ	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประนอม พันธุ์ไสว	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.สุทธิพร บุญส่ง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทียมยศ ปะสาวะโน	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งอรุณ รังรองรัตน์	กรรมการ
ดร.รสริน เจริมไธสง	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ โพธิ์พูกษานันท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาคพันธ์ ศาลาทอง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งอรุณ พรเจริญ	กรรมการ
ดร.กวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์	กรรมการ
ดร.นิตากร ไพบูลย์ศิลป์	กรรมการ
ดร.นิตินันท์ ศรีสุวรรณ	กรรมการ
ดร.วิชชพร เทียบจัตุรัส	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตรึงตา แผลมสมุทร	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หงษ์ศิริ ภิชโยติลกชัย	กรรมการ
ดร.จินตนา ฉัตรบุรณานันท์	กรรมการ
ดร.นิภารัตน์ สายประเสริฐ	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ บัวเจริญ	กรรมการ
ดร.นิวัตร มูลปา	กรรมการ
ดร.ศักรินทร์ ภู น่าน	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐทิศา โจรจนประศาสน์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ทรศนีศ ศิริศรี	กรรมการ
ดร.สุคตนิง ฌ ระนอง	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เนาวรัตน์ อินทรประสิทธิ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์แจ่มจันทร์ บุญโญปกรณ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลลดา ทวีคุณ	กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงจันทร์ สินโพธิ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโทธนุ ทดแทนคุณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันทวี วงษ์เสถียร	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลัดดา แพร่ภัทรพิศุทธิ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สายหยุด อุไรสกุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุดา งามเหลือ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อำไพวรรณ ทัพเป็นไทย	กรรมการ
ดร.ธนภูมิ ปองเสงี่ยม	กรรมการ
ดร.ธารณี นวสันธิ์	กรรมการ
ดร.นันทยา คงประพันธ์	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน	
ดร.ณัฐพัชร มณีโรจน์	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	
ดร.วรราชพร อารยะพันธ์	กรรมการ
สำนักพัฒนานวัตกรรมการจัดการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ	
ดร.วสันต์ สุทธาวาศ	กรรมการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	
ดร.ประพนธ์ เล็กสุมา	กรรมการ
ดร.นิโรธ เดชกำแหง	กรรมการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	
ดร.ปรีนธ์ ชินโชติ	กรรมการ
สาขาวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม	
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	
ศาสตราจารย์ ดร.อลงกลด แทนอมทอง	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ชนิษฐา เจริญลาภ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิรมล วรสิขุ	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก	
รองศาสตราจารย์ดร.สุธีญา พรหมสมบูรณ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิภาพร ก้านทอง	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลอลักษณ์ เสถียรรัตน์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉันทิทิพ สกุลเขมฤทัย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรียาภรณ์ ไชยสัตย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณศุภย์ ทองพูล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์โต สกุลเขมฤทัย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติพัฒน์ อนุรักษ์ถาวร	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สรชา ไวรวิกิจ	กรรมการ
ดร.อัคพงษ์ พันธุ์พุกษ์	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ จันทร์สุวรรณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิริน สีระธนกุล	กรรมการ
ดร.กฤษฎา เหล็กดี	กรรมการ
ดร.กัลทิมา เซาว์ชาญชัยกุล	กรรมการ
ดร.ชัชวาล ศรีภักดี	กรรมการ
ดร.ชาญวิทย์ ปราบพัตย์	กรรมการ
ดร.ณิศรา สุทธิสังข์	กรรมการ
ดร.ดวงฤทัย นิคมรัฐ	กรรมการ
ดร.ธนพงศ์ สารอินทร์	กรรมการ
ดร.ปิยะพงษ์ ปานแก้ว	กรรมการ
ดร.วรินทร์ บุญยะโรจน์	กรรมการ
ดร.วิไลวรรณ ถิ่นะกุล	กรรมการ
ดร.สุนิสา สายอุปราช	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยชนะ ใจบุญ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรสวรรค์ อมรศักดิ์ชัย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธานินทร์ ปัจจุโส	กรรมการ
ดร.เบญจมาศ ไชยลาภ	กรรมการ
ดร.ธเนศวร นวลใย	กรรมการ
ดร.มนตรี ฉายสว่าง	กรรมการ
ดร.สุภัค เพียงสูงเนิน	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

รองศาสตราจารย์มุกดา สุขสวัสดิ์	กรรมการ
ผศ.ดร.เพ็ญศรี เพ็ญประไพ	กรรมการ
ผศ.ดร.ฉานิกา แข่งแ่ง ชุกกลิ่น	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุมพต พุ่มศรีภานนท์	กรรมการ
ดร.ชวัลวิทย์ คุ่มทรัพย์	กรรมการ
ดร.ณัฐพงศ์ วงศ์ดำเนิน	กรรมการ
ดร.ดวงหทัย สิงห์คะ	กรรมการ
ดร.ธีระยุทธ เพลิดพริ้ง	กรรมการ
ดร.พรพรรณ รัตนสัจจะ	กรรมการ
ดร.รุจิรา คงนุ้ย	กรรมการ
ดร.วิชณี มัธยม	กรรมการ
ดร.ศศิกานต์ สุวรรณประทีป	กรรมการ
ดร.สามารถ ต่ายขาว	กรรมการ
ดร.สุธิษา และเช็น	กรรมการ

สาขาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี คู่สุขธรรม	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะพร คามภีรภาพพันธ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ เผ่าชู	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวรุตม์ จินตานุรักษ์	กรรมการ
ดร.เฉียบบุตม์ รัตนวิไลสกุล	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ถาวร ชีระเวชญาณ	กรรมการ
ดร.ทงศักดิ์ อิ่มใจ	กรรมการ
ดร.วันโชค เครือหงษ์	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

รองศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ ลังกาพินิจ	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญยัง ปลั่งกลาง	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรินทร์ ปัทมวารคุณ	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ผ่องศรี ศิวราศักดิ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ กิมะพงศ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรี ศรีนนท์ฉัตร	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินดารัตน์ มณีเจริญ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินา ประสาทแก้ว	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญย์ฤทธิ์ ประสาทแก้ว	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุรฉกร อยู่เย็น	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปกรณเกียรติ์ เสวตเมธิกุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิตินันต์ กร้ามาต	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พุทธรพล ทองอินทร์ดำ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธชัย ศิลปวิจารณ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วารุณี อริยะวิริยนันท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรชัย โรยนรินทร์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ต่อสกุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวกร อ่างทอง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรพงษ์ ภาวสุปรีย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงโต สุกุลเขมฤทัย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนัน ปานสาคร	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุไรวรรณ อินทร์แหยม	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริชัย แดงเอม	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นนุช ศศิธร	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ วิจารณ์กุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนพล มงคลรัตนาสีทธิ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งอรุณ พรเจริญ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ ภูผา	กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาคร วุฒิพัฒน์พันธ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา เกตุดี	กรรมการ
ดร.คมพันธ์ ชมสมุทร	กรรมการ
ดร.ประกอบ ขาติภักดิ์	กรรมการ
ดร.ผกามาศ ชูสิทธิ์	กรรมการ
ดร.รัตนาวลี ไม้สัก	กรรมการ
ดร.วิภา จักรชัยกุล	กรรมการ
ดร.วีรวรรณ จันทนะทรัพย์	กรรมการ
ดร.สิงห์แก้ว ปือกเท็ง	กรรมการ
ดร.สุกัญญา เชิดชูงาม	กรรมการ
ดร.สุจิรา ไชยกุลสินธุ์	กรรมการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	
รองศาสตราจารย์ ดร.สำเร็จ รักซ้อน	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไกรฤกษ์ เขยชื่น	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันต์พงษ์ ศรีสถิต	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมกริช ละวรรณวงษ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพงษ์ ตริตรง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจนศักดิ์ เอกบุรณะวัฒน์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระพล กลิ่นบุญ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสพโชค โห้ทองคำ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิต กิตติสุวรรณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธีรศักดิ์ พรพุดศิริ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิวัฒน์ มูแก้ม	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิศิษฐ์ ลีลาผาติกุล	กรรมการ
ดร.เอกสิทธิ์ นกุลเจริญลาภ	กรรมการ
ดร.คณณ สุจारी	กรรมการ
ดร.ชานนท์ บุญมีพิพิธ	กรรมการ
ดร.ชัยพร ปานยินดี	กรรมการ
ดร.ติณณภพ แพงผม	กรรมการ
ดร.ณัฐวุฒิ สุวรรณภูมิ	กรรมการ
ดร.ทศพล ทิพย์โพธิ์	กรรมการ
ดร.ธีรินทร์ คงพันธ์	กรรมการ
ดร.บวรกิตติ เนคมานุกรักษ์	กรรมการ
ดร.ปรัชญา มงคลไวย์	กรรมการ
ดร.พิชานันท์ วงศ์ศิริธร	กรรมการ
ดร.พิมลพรรณ เนียมกลาง	กรรมการ
ดร.รัตติกาล ชันธุ์เครือ	กรรมการ
ดร.สันติ ไทยยีนวงษ์	กรรมการ
ดร.สำเนียง องสุพันธ์กุล	กรรมการ
ดร.อนุชิต ฮันเย็ก	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

รองศาสตราจารย์ ดร.โกศล โอฬารไพโรจน์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.บัญญัติน์ โจลานันท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร พัชประภิติ	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

รองศาสตราจารย์จรูญ เจริญเนตรกุล	กรรมการ
รองศาสตราจารย์สุชาติ เย็นวิเศษ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุวัฒน์ เจริญจิต	กรรมการ
ดร.กীরติ อินทวิเศษ	กรรมการ
ดร.ชยานิษฐ์ บุญสนิท	กรรมการ
ดร.ชัชฎา หนูสาย	กรรมการ
ดร.อาคม ลักษณะสกุล	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

รองศาสตราจารย์นภัทร วัจนเทพินทร	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสพิรุฬห์ ศรีสำเร็จ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธนา กันทะพะเยา	กรรมการ
ดร.บุญธิดา ชุนงาม	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

รองศาสตราจารย์ ดร.ภาณท์ เกิดชื่น	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ศักดิ์ ธรรมโชติ	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.บัณชิต ภูตาคม	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา	กรรมการ
รองศาสตราจารย์สมสิน วางขุนทด	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติสุดา สมณา	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมเกียรติ ศรีศิลา	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพลงพิน เพียรภูมิพงศ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติเดช บัวใหญ่	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระยุทธ สีบสุข	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันติโกมล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรเดช สุวิทย์รักษ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มงคล คูพิมาย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรีย์ วงศ์ไตรรัตน์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสันต์ ศรีเมือง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศตคุณ เดชพันธ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ศรีสกุลเดียว	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัตน์ วรรณศรี	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิทธิพล วรรณพันธ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุบล สุริพล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธงชัย คล้ายคลัง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธวัช วิวัฒน์เจริญ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นัฐวดี ทิพย์โยธา	กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประเสริฐ เพื่อนหมื่นไวย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พันธพงษ์ อภิชาติกุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์มรกต ทิวสิงห์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชรพล นาคทอง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิษุพงษ์ วิบูลเจริญ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิษุทธิ์ จันทะรี	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิรัตน์ หวังเขื่อนกลาง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิวัฒน์ อภิสิทธิ์ภิญโญ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วุฒิชัย สง่างาม	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทัศน์ ยอดเพชร	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพจน์ วิชโรภากุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรินทร์ อ่อนน้อม	กรรมการ
ดร.เกตุกาญจน์ ไชยชั้นธุ์	กรรมการ
ดร.เชิดศักดิ์ สุขศิริพัฒนพงศ์	กรรมการ
ดร.ไมตรี พลสงคราม	กรรมการ
ดร.คำภี จิตชัยภูมิ	กรรมการ
ดร.จักษดา อ่างงวุดมิ	กรรมการ
ดร.จันทนา สันทัดพร้อม	กรรมการ
ดร.จาริณี จงปลื้มปิติ	กรรมการ
ดร.จิตติวัฒน์ นิธิกาญจนธาร	กรรมการ
ดร.ณัฐกฤตา ประเสริฐโสภา	กรรมการ
ดร.ถนอมศักดิ์ โสภณ	กรรมการ
ดร.ธนากร ภูเงินขำ	กรรมการ
ดร.นवलละออง สระแก้ว	กรรมการ
ดร.นุชนาฏ ฝาเพ็ยม	กรรมการ
ดร.ประจวบ อินระวงศ์	กรรมการ
ดร.พลเทพ เวงสูงเนิน	กรรมการ
ดร.พินิจ ศรีธร	กรรมการ
ดร.ยุกติทัศน์ ขวานนท์พิทักษ์	กรรมการ
ดร.รัตนันท์ เหลื่อมพล	กรรมการ
ดร.รัฐพล สมณา	กรรมการ
ดร.วิทวัส สิงห์สังข์	กรรมการ
ดร.สมพินิจ เหมืองทอง	กรรมการ
ดร.สุจิตรา อุ้นเรือน	กรรมการ
ดร.อนิวรรณ หาสุข	กรรมการ
ดร.อภิญา อินทร์นอก	กรรมการ

สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปกรรม และงานสร้างสรรค์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

รองศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตต์ อินทร์คง

กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรจิต พิระพัฒนกุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารี เลาะเหม็ง	กรรมการ
ดร.ศศิธร คล้ายชม	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร ฐรี	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญเรือง สมประจบ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิระ แสงรัศมี	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิทยา พิมลสิทธิ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สรชา ไวรวิกิจ	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ดร.กวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์	กรรมการ
ดร.สาธิต เหล่าวัฒน์พงษ์	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

รองศาสตราจารย์ ว่าที่ ร.ท.ชัยชาญ จันทศรี	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษกรก สุกข์ ญ อยุธยา	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จุฬาลักษณ์ ไพบูลย์ฟุ้งเฟื่อง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรางคณา นิยมเจริญ	กรรมการ
ดร.ฐปณี รัตนถาวร	กรรมการ
ดร.บันลือ ขอรวมเดช	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

รองศาสตราจารย์ ดร.ตระกูลพันธ์ พัทธเมธา	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล มโนวงศ์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์วันชัย เพ็ญแดง	กรรมการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ปิยาภรณ์ อรมุต	กรรมการ
-------------------------------------	---------

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ จำรัสจรุงผล	กรรมการ
ดร.ขจรศักดิ์ เจ้ากรมทอง	กรรมการ
ดร.อรวิจิ อมรสิทธิ์ระกุล	กรรมการ

แนวทางการทำธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านแบบจำลองธุรกิจ
The Business Guideline of young entrepreneur toward Business Model Canvas

ภูธิป มีถาวรกุล* และสันติธร ภูริภักดี

สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ และมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการทำธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านรูปแบบธุรกิจที่ต่างกัน 4 รูปแบบในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์วิธีการทำธุรกิจโดยใช้แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas) เป็นแบบในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่เป็นเจ้าของธุรกิจ จำนวน 9 คน โดยแยกเป็น 4 ธุรกิจ คือ 1) ธุรกิจระบบแอปพลิเคชันการจัดการหน้าร้านอาหาร 2) ธุรกิจร้านอาหาร 3) ธุรกิจร้านนวดไทยและสปา 4) ธุรกิจขายผลไม้อบแห้ง

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ทั้ง 4 ประเภทธุรกิจมีแบบจำลองทางธุรกิจเป็นแนวทางในการทำธุรกิจโดยที่ 1) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) จะเริ่มสร้างธุรกิจจากความต้องการของตนเองและตอบสนองความต้องการของตนเอง 2) คุณค่าของสินค้าและบริการที่นำเสนอ (Value Proposition) คือความสำคัญในเรื่องของการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการที่เน้นจุดเด่นจุดด้อยของสินค้าและบริการ 3) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels) เน้นช่องทางสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายสังคม (Social Network) 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) จะเน้นการบริการที่เป็นเอง 5) รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams) แต่ละธุรกิจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับรูปแบบสินค้าและบริการ 6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) ส่วนใหญ่เกิดจากสินค้า และ อุปกรณ์ และให้ความสำคัญกับบุคลากรและแรงงาน 7) กิจกรรมหลัก (Key Activities) ทุกธุรกิจมีความชัดเจนในวัตถุประสงค์และรูปแบบการบริการ 8) พันธมิตรหลัก (Key Partner) ของผู้ประกอบการจะเป็นพันธมิตรทางการค้าที่จะส่งเสริมเกื้อหนุนกัน 9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการมากกว่าการทำประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการรุ่นใหม่, แบบจำลองธุรกิจ

Abstract

The purposes of the research by interview were 1) to study the business practices of young entrepreneurs through the business model of 4 different patterns in Bangkok 2) to study and analyze to conduct business toward Business Model Canvas in the business of young entrepreneurs.

The data was collected by young entrepreneurs of four type of businesses and 9 people 1) IOS and Android applications for restaurant management 2) Pub and restaurant 3) Thai massage and Spa 4) Dried Fruits and dried sweet potato

The result showed that all of 4 business using Business Model Canvas to manage own business as a guideline 1) Customer Segments will begin to start the business from their pain point 2) the value of product and services was important in terms of creating value for the products and services which focused on the strengths and weaknesses of products and services. 3) Channels focused on communication via social networks more than other 4) Customer Relationships was focus on the best service 5) Revenue Streams was differences which is depend on the product and services 6) key resources were about product and equipment and also focus on employee and technician 7) key activities showed that all businesses understand the purpose and service 8.) Key Partner was the trading partners who will promote prosperity together 9) Cost Structure were focus to develop products and services more than public relations.

Keywords : Young entrepreneur, Business Model Canvas

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน thepool28@gmail.com

1. บทนำ

ในยุคปัจจุบันอัตราเติบโตของธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่มีแนวโน้มมากขึ้นและมองเห็นถึงการขยายรูปแบบรวมทั้งมีการเจริญเติบโตที่มากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือหัวใจหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมซึ่งมีส่วนช่วยในการลดช่องว่างการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านกระบวนการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจจากพื้นฐานทางทรัพยากรไปเป็นองค์ความรู้พื้นฐานทางเศรษฐกิจ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและตลาดและการสร้างแรงจูงใจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ (สมัชชาวิสาหกิจอาเซียน, 2557) โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นใหม่ หนึ่งในนั้นคือผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ดังนั้น ความสำคัญของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้กลายเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาของประเทศซึ่งจะเห็นได้จากที่ผ่านมาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้เติบโตเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ อีกทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ยังสนับสนุนการกระจายความเจริญสู่ธุรกิจขนาดเล็กและกลาง เพื่อให้ความเจริญทางเศรษฐกิจเกิดการกระจายตัว เน้นพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ (Start Up) หรือธุรกิจขนาดย่อม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์แนวทางการทำธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่กำลังเริ่มสร้างธุรกิจด้วยตนเองและได้เลือกกลุ่มธุรกิจที่เป็นกลุ่มที่เน้นนวัตกรรมและเน้นการจำหน่ายสินค้าและ

บริการเพราะในกลุ่มธุรกิจที่เลือกมาซึ่งการขายนวัตกรรม ขายบริการ และการขายผลิตภัณฑ์โดยวิเคราะห์ผ่านแบบจำลองธุรกิจ(Business model canvas)เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและศึกษาผลดีหรือผลเสียให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ต่อไปในอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการทำธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านรูปแบบธุรกิจที่ต่างกัน 4 รูปแบบในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2.2 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์วิธีการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยใช้แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas) เป็นแบบในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่

3. ทบทวนวรรณกรรมเพื่อสร้างสมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์วิธีการดำเนินธุรกิจโดยใช้แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas) เป็นแบบในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ซึ่งผลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมีดังนี้

3.1 ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

ผุสดี รุมาคม (2540) กล่าวว่าผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจเป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เป็นผู้รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจจัดระเบียบภายในธุรกิจและบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดหาสินค้าและบริหารให้แก่สาธารณชน

สุนทร อุจจศรี (2544) สรุป ความหมายว่าผู้ประกอบการหมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งองค์กรหรือเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรและความพอใจหรือเป็นผู้กระตุนในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการค้นหา มีการวางแผนอย่างรอบคอบและตัดสินใจตามกระบวนการประกอบกิจการ รวมทั้งผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ทำงานอย่างสร้างสรรค์มีมุมมองในแง่ที่ดีตามพันธกิจในการจัดสร้างแหล่งทรัพยากรใหม่หรือนำความสามารถเก่าไปรวมกันเป็นลักษณะใหม่เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่งคั่งแก่กิจการ

สุนธา ปริญญาตร (2545) สรุปความหมายว่า ผู้ประกอบการหมายถึงบุคคลที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจในการผลิตสินค้าหรือบริการโดยมองโอกาสทางธุรกิจเพื่อแสวงหากำไรและมีความสามารถในการบริหารจัดการในการผลิตหรือการตลาด ตลอดจนต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

ภวัต ชนสารแสนล้าน (2558) ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ โดยนำทุน ที่ดิน แรงงานและวัตถุดิบที่มีอยู่อย่างจำกัดมาบริหารจัดการ เพื่อให้มีต้นทุนต่ำที่สุดแต่ให้ได้กำไรหรือประโยชน์สูงสุดและต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นกับธุรกิจในอนาคต

ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยเน้นการศึกษาที่ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ (Young entrepreneur) คือ บุคคลที่จัดตั้งธุรกิจใหม่หรือเจ้าของกิจการโดยที่เป็นการทำธุรกิจที่เริ่มต้นใหม่โดยที่บุคคลหรือกลุ่มที่จัดตั้งต้องมีอายุไม่เกิน 40 ปี

3.2 แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas)

Alexander Osterwalder and Yves Pigneur (2010) นำเสนอแบบจำลองทางธุรกิจว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนธุรกิจซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการเห็นภาพในการวางแผนธุรกิจได้อย่างครบถ้วนและแบบจำลองทางธุรกิจประกอบด้วย 9 ส่วนดังต่อไปนี้

3.2.1 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) คือกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ประกอบการต้องการและการระบุกลุ่มเป้าหมายให้ได้อย่างถูกต้องและแม่นยำนั้นเป็นสิ่งสำคัญของการทำแผนธุรกิจ (business model) ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องและแม่นยำจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจ

3.2.2 คุณค่าของสินค้าและบริการที่นำเสนอ (Value Proposition) คือ การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ โดยที่คุณค่าของสินค้าและบริการจะเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจมีจุดแข็งหรือจุดเด่นเหนือคู่แข่งและคุณค่าของสินค้าและบริการอาจเป็นนวัตกรรมที่แตกต่างจากธุรกิจอื่นๆได้เช่นกัน

3.2.3 ช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels) หมายถึงช่องทางในการติดต่อสื่อสาร ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือช่องทางที่บริษัทใช้ในการสื่อสารและติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายโดยช่องทางเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจซึ่งทำให้ช่องทางการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายจึงมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการ

3.2.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) คือการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า โดยที่ธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าจะทำให้กลุ่มลูกค้าเกิดความภักดี บอกต่อ และ ซื่อซำ

3.2.5 รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams) หมายถึงรูปแบบรายได้ที่ธุรกิจจะได้รับหลังหักค่าใช้จ่ายแล้วซึ่งรูปแบบของรายรับสามารถมีได้หลายวิธี เช่น รายรับจากการจำหน่ายสินค้าและบริการ ค่าเช่า หรือ ค่าโฆษณา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจและกลุ่มเป้าหมาย

3.2.6 ทรัพยากรหลัก (Key Resources) คือทุกสิ่งที่มีไม่ว่าจะเป็นเงินลงทุน เงินหมุนเวียน เครื่องจักร เทคโนโลยี สิทธิบัตรทรัพย์สินทางปัญญา รวมไปถึงทรัพยากรมนุษย์และพนักงาน

3.2.7 กิจกรรมหลัก (Key Activities) หมายถึง งานหลักของธุรกิจหรือกิจกรรมที่ธุรกิจต้องดำเนินการเพื่อให้ตอบสนองวัตถุประสงค์และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น การผลิต การจำหน่ายสินค้าและบริการให้ลูกค้า การสร้างเครือข่าย การตลาด และการประชาสัมพันธ์

3.2.8 พันธมิตรหลัก (Key Partner) คือ กลุ่มคนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำธุรกิจ ซึ่งพันธมิตรหลักสามารถเป็นธุรกิจประเภทเดียวกันได้

3.2.9 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) คือต้นทุนทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินการธุรกิจ และต้นทุนมีทั้ง ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนผันแปร (Variable Cost) รวมถึงต้นทุนเพื่อเพิ่มคุณค่าให้ธุรกิจ เช่น ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์

Key Partners (KP) พันธมิตรหลัก	Key Activities (KA) กิจกรรมหลัก	Value Proposition (VP) คุณค่าของสินค้า และบริการที่ นำเสนอ	Customer Relationships (CR) ความสัมพันธ์กับ ลูกค้า	Customer Segments (CS) กลุ่มลูกค้า
	Key Resources (KR) ทรัพยากร หลัก		Channels (DC) ช่องทางเข้าถึง ลูกค้า	
Cost Structure (CS) โครงสร้างต้นทุน			Revenue Streams (RS) รูปแบบของรายได้	

รูปที่ 1 : แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas)

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ขอบเขตของการวิจัย

4.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่เป็นเจ้าของธุรกิจ จำนวน 9 คน โดยแยกเป็น 4 ธุรกิจ คือ 1) ธุรกิจระบบแอปพลิเคชันการจัดการร้านอาหาร 2) ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม 3) ธุรกิจร้านนวดไทยและสปา 4) ธุรกิจขายผลไม้อบแห้ง

4.1.2 ขอบเขตด้านพื้นที่และขอบเขตด้านเวลา

การศึกษานี้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ประกอบการอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยที่ผู้วิจัยเริ่มศึกษาข้อมูลและลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง 10 พฤษภาคม พ.ศ.2560 ถึง 10 มิถุนายน พ.ศ.2560

4.1.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ปัจจัยที่ทำการศึกษาประกอบด้วย 2 ปัจจัยคือ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านรูปแบบธุรกิจที่ต่างกัน 4 รูปแบบในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์

วิธีการทำธุรกิจโดยใช้แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas) เป็นแบบในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือต่าง ๆ ที่สำคัญเพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบไปด้วย

4.2.1 ตัวผู้วิจัยเอง คือ เครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยเพราะการวิจัยเป็นการพูดคุยและสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมก่อนการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมและเชื่อถือได้

4.2.2 แหล่งอ้างอิงต่างๆ เช่น หนังสือ เอกสาร บทความ วารสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง

4.2.3 สมุดบันทึก คือเครื่องมือที่ใช้บันทึกข้อมูลเพื่อใช้ในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์

4.2.4 เครื่องบันทึกเสียงคือเครื่องมือใช้บันทึกข้อมูลเป็นเสียงสัมภาษณ์ระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้สัมภาษณ์และนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4.2.5 แบบสัมภาษณ์ คือ แนวคำถามสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยใช้แนวคำถามสัมภาษณ์ที่มีความครอบคลุมในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

4.3 การรวบรวมข้อมูล

ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ผู้วิจัยขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อใช้เครื่องบันทึกเสียง และแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลหลักทราบว่าข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น และเริ่มคำถามสัมภาษณ์ด้วยการถามถึงธุรกิจที่ได้ทำอยู่ จากนั้นจึงเริ่มถามถึงดำเนินธุรกิจโดยใช้แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas) เป็นแบบในการดำเนินธุรกิจ โดยมี 2 ขั้นตอนคือ 1) ศึกษาข้อมูลโดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้องานวิจัย 2) เก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์และข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถตอบคำถามได้อย่างอิสระแต่การสัมภาษณ์จะดำเนินต่อไปเรื่อยๆ จนกว่าคำตอบตามจุดประสงค์ของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงยุติการสัมภาษณ์

4.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบ 3 เสา (Triangulation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ (Denzin, 1989)

4.4.1 การตรวจสอบสามเสาด้านข้อมูล (Data Triangulation) ผู้วิจัยตรวจสอบแหล่งข้อมูลโดยเก็บข้อมูลที่แตกต่างกันเพื่อดูว่าถ้าข้อมูลที่ต่างกันจะมีความเปลี่ยนแปลงหรือไม่ และตรวจสอบธุรกิจที่ต่างกันโดยการสัมภาษณ์รูปแบบทางธุรกิจที่ต่างกันว่าข้อมูลต่างกันหรือไม่อย่างไร

4.4.2 การตรวจสอบสามเสาด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยมีผู้เก็บข้อมูลมากกว่า 1 คนเพื่อสร้างความหลากหลายในการตีความของผู้รวบรวมข้อมูล

4.4.3 การตรวจสอบสามเสาด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) นอกจากการสัมภาษณ์แล้วผู้วิจัยยังใช้การสังเกตธุรกิจของผู้ให้ข้อมูลควบคู่กับการซักถาม

5. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวិจัยเรื่อง แนวทางการทำธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านแบบจำลองธุรกิจ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านมุมมองของธุรกิจ 4 ประเภท ได้มีการให้ข้อมูลที่แตกต่างกันตาม ประเภทธุรกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ โดยผ่านแบบจำลองทางธุรกิจ มีรายละเอียดสรุปได้ ตามตารางที่ 1-4 ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์แบบจำลองทางธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่กลุ่มที่ 1 (ธุรกิจระบบแอปพลิเคชันการจัดการร้านอาหาร)

<u>Key Partners</u> (KP)	<u>Key Activities</u> (KA)	<u>Value</u> <u>Proposition (VP)</u>	<u>Customer</u> <u>Relationships</u> (CR)	<u>Customer</u> <u>Segments (CS)</u>
<p><u>พันธมิตรหลัก</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - องค์กรหรือสมาคมที่ส่งเสริมด้านนวัตกรรมหรือธุรกิจเกิดใหม่(Start Up) - ธุรกิจที่อยู่ในสาขาเดียวกันเช่น ระบบจัดส่ง ระบบการจัดการคิวร้านอาหารหรือระบบแนะนำร้านอาหาร 	<p><u>กิจกรรมหลัก</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาผลิตภัณฑ์และระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล - ดูแลลูกค้าในปัจจุบันให้ใช้โปรแกรมได้มีประสิทธิภาพ - หาลูกค้าใหม่ 	<p><u>คุณค่าของสินค้าและบริการที่นำเสนอ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ระบบการจัดการร้านอาหารแบบครบวงจร ทั้งในและนอกร้านอาหารผ่านสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต - ระบบการจัดร้านอาหารใช้ง่าย มีความปลอดภัยในข้อมูล และ มีความทันสมัย - ระบบมีความยากต่อการเลียนแบบ 	<p><u>ความสัมพันธ์กับลูกค้า</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นพี่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาโดยแนะนำผ่านความรู้จาก ผลตอบรับ หรือประสบการณ์ - บริการลูกค้าถึงที่ Onsite-service 	<p><u>กลุ่มลูกค้า</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง และ ใหญ่ - ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีขนาดเล็กแต่มีมูลค่าสูง - ธุรกิจกับธุรกิจ (B2B)
	<p><u>Key Resources</u> (KR) <u>ทรัพยากรหลัก</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ระบบการจัดการร้านอาหาร หรือคำสั่งในการเขียนโปรแกรม (source code) - บุคลากรหรือช่างเทคนิค 		<p><u>Channels (DC)</u> <u>ช่องทางเข้าถึงลูกค้า</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - การตลาดผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น SEO หรือ Online marketing - เข้าประกวดงานต่างๆให้ได้รับรางวัล 	

<p>Cost Structure (CS) โครงสร้างต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าจ้างบุคลากรและค่าบริหารจัดการระบบปฏิบัติการ 90% - ค่าประชาสัมพันธ์และอื่นๆ 10% 	<p>Revenue Streams (RS) รูปแบบของรายได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าบริการระบบการจัดการร้านอาหารแบบรายปี ซึ่งสูงกว่าระบบรูปแบบปกติมาก 90% - ค่าบริการเพื่อส่งเสริมยอดขายให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร 10%
--	--

จากตารางที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจระบบแอปพลิเคชันการจัดการร้านอาหารได้ให้มุมมองทางธุรกิจผ่านแบบจำลองธุรกิจโดยที่ 1) กลุ่มลูกค้า คือ ธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและใหญ่ 2.) คุณค่าของสินค้าและบริการที่นำเสนอ คือ ระบบการจัดการหน้าร้านอาหารผ่านสมาร์ทโฟน และ แท็บเล็ตที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ 3) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels) ส่วนใหญ่จะเน้นการตลาดผ่าน อินเทอร์เน็ต เช่น SEO หรือ Online marketing 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) คือ การดูแลหลังการขายที่เปรียบเหมือนที่ปรึกษาด้านการจัดการร้านอาหาร 5) รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams) คือ ค่าเช่าบริการแบบรายปี 6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) คือ คำสั่งในการเขียนโปรแกรม (source code) รวมพนักงานด้านเทคนิคทุกคน 7) กิจกรรมหลัก (Key Activities) หมายถึง พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการหลังการขาย 8) พันธมิตรหลัก (Key Partner) ส่วนใหญ่จะมาจากองค์กาหรือสมาคมที่ส่งเสริมด้านนวัตกรรมหรือธุรกิจเกิดใหม่(Start Up) 9) โครงสร้างต้นทุนหลักคือพนักงานและบุคลากร

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์แบบจำลองทางธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นเยาว์กลุ่มที่ 2 (ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม)

<u>Key Partners (KP)</u>	<u>Key Activities (KA)</u>	<u>Value Proposition (VP)</u>	<u>Customer Relationships (CR)</u>	<u>Customer Segments (CS)</u>
<p>พันธมิตรหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทเครื่องดื่มช่วยประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล - กลุ่มนักร้องและศิลปิน 	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขายเครื่องดื่มและอาหาร - จัดงานเลี้ยง หรือจัดกิจกรรม - ดูแลร้านอาหารและดูแลบรรยากาศร้าน 	<p>คุณค่าของสินค้าและบริการที่นำเสนอ</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรยากาศร้านและราคาเป็นกันเอง - ดนตรีสดจากศิลปิน - การบริการที่อบอุ่นเน้นความเป็นกันเอง - เครื่องดื่มและ 	<p>ความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - บัตรสมาชิก - โปรโมชั่นและกิจกรรมในช่วงเทศกาล - สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายสังคม 	<p>กลุ่มลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้าที่พักอยู่ในคอนโดหรือบ้านจัดสรร รอบบริเวณร้าน ที่ต้องการพักผ่อนหลังเลิกงาน - กลุ่มลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 28-35ปี

		อาหาร	(Social Network) เป็นประจำ	
	<u>Key Resources (KR) ทรัพยากรหลัก</u> - บุคลากรและพนักงาน เช่น นักดนตรี พ่อครัว และพนักงานบริการ - อาหารและเครื่องดื่ม - บรรยากาศร้าน		<u>Channels (DC) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า</u> - ลูกค้าปากต่อปาก เพื่อนชวนเพื่อน - ลูกค้าที่ติดตามนักร้องหรือวงดนตรีสดที่มีชื่อเสียง - การประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคม (Social Network)	
<u>Cost Structure (CS) โครงสร้างต้นทุน</u> - ค่าจ้างบุคลากรและพนักงาน 60% - ต้นทุนค่าอาหาร เครื่องดื่ม และอื่นๆ 40%		<u>Revenue Streams (RS) รูปแบบของรายได้</u> - เครื่องดื่ม 50% - อาหาร 40% - จัดเลี้ยง 10%		

จากตารางที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มได้ให้มุมมองทางธุรกิจผ่านแบบจำลองธุรกิจ โดยที่ 1) กลุ่มลูกค้า คือ ลูกค้าอายุ 28-35ปีที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียง 2.) คุณค่าของสินค้าและบริการที่นำเสนอ นอกเหนือจากเครื่องดื่มและอาหาร คือ บรรยากาศร้านและดนตรีสดโดยศิลปินที่เป็นที่รู้จัก 3) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels) ส่วนใหญ่จะเน้นเป็นเรื่องของการบอกต่อปากต่อปาก 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) คือ เน้นความเป็นกันเองเพื่อให้ลูกค้าสบายใจ 5) รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams) คือ เครื่องดื่ม 6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) คือ พนักงาน พ่อครัว เครื่องดื่ม อาหาร และ บรรยากาศของร้าน 7) กิจกรรมหลัก (Key Activities) คือการขายอาหารและเครื่องดื่ม 8) พันธมิตรหลัก (Key Partner) ส่วนใหญ่คือบริษัทเครื่องดื่มที่มาช่วยส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น บริษัทเบียร์ 9) โครงสร้างต้นทุนหลักคือพนักงานและบุคลากร

ตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์แบบจำลองทางธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในกลุ่มที่ 3 (ธุรกิจร้านนวดไทยและสปา)

<u>Key Partners</u> (KP)	<u>Key Activities</u> (KA)	<u>Value</u> <u>Proposition (VP)</u>	<u>Customer</u> <u>Relationships</u> (CR)	<u>Customer</u> <u>Segments (CS)</u>
<p><u>พันธมิตรหลัก</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - เจ้าของพื้นที่ให้เช่า <p>มีการช่วย</p> <p>ประชาสัมพันธ์ผ่าน</p> <p>สื่อต่างๆในพื้นที่ เช่น</p> <p>พื้นที่แจกใบปลิว</p> <p>หรือ จอโฆษณา</p>	<p><u>กิจกรรมหลัก</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - คัดกรองหมอนวด - เรื่องฝีมือและ - มารยาทการบริการ - การบริการนวด - ไทยและสปา - ทดสอบฝีมือหมอนวดเป็นประจำ - อบรมมารยาทการให้บริการ - คิดโปรแกรมส่งเสริมการขาย - หรือ โปรแกรมการบริการใหม่ๆ 	<p><u>คุณค่าของสินค้าและบริการที่นำเสนอ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - นวดไทยและสปาที่มีมาตรฐานสูงใน - ราคาระดับกลาง - มาตรฐานหมอนวดและบริการต้องให้ได้ - เทียบเท่าร้านนวดไทยและสปา - ระดับสูงเช่น Health Land 	<p><u>ความสัมพันธ์กับลูกค้า</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสัมพันธ์ของการบริการระหว่างลูกค้ากับหมอนวด - ความเอาใจใส่ต่อลูกค้าของผู้จัดการร้านและหมอนวด - โปรโมชันส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น - บัตรสมาชิก หรือ - บัตรสะสม 10 ฟรี 1 	<p><u>กลุ่มลูกค้า</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - พนักงานออฟฟิศที่มีรายได้ 20,000บาทขึ้นไป - (สาขาบริเวณสี่แยกพระราม9) - นักท่องเที่ยวทั่วไป (สาขา - ห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง)
	<p><u>Key Resources</u> (KR) <u>ทรัพยากรหลัก</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - พนักงานนวดไทย - บรรยากาศของร้าน เช่น ความสะอาดของร้าน - อุณหภูมิ แสงไฟ - กลิ่น เสื้อผ้าของ - ลูกค้า หรือ ชุดหมอนและผ้าปูที่นอน 		<p><u>Channels (DC)</u> <u>ช่องทางเข้าถึงลูกค้า</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - การบอกต่อจากลูกค้าเก่าที่ได้รับจากการนวดและการบริการ - การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น - ป้าย ใบปลิว - อินเทอร์เน็ต 	

<p>Cost Structure (CS) โครงสร้างต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าพนักงานนวดไทย และ ค่าเช่าพื้นที่ 80% - ค่าประชาสัมพันธ์ 10% - อื่นๆ เช่น ค่าซักผ้า ค่าน้ำชา หรือ น้ำหอมปรับอากาศ 10% 	<p>Revenue Streams (RS) รูปแบบของรายได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - การนวดไทยและการบริการ 95% - สินค้าเสริมที่เกี่ยวข้องกับนวดไทยและสปา 5%
---	--

จากตารางที่ 3 ผู้ประกอบการธุรกิจธุรกิจร้านนวดไทยและสปาได้ให้มุมมองทางธุรกิจผ่านแบบจำลองธุรกิจ โดยที่ 1) กลุ่มลูกค้า คือ พนักงานออฟฟิศหรือนักท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งของสาขา 2.) คุณค่าของสินค้าและบริการที่น่าเสนอ คือ นวดไทยและสปาที่มีมาตรฐานด้านคุณภาพและราคาปานกลาง 3) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels) ส่วนใหญ่จะเกิดจากการบอกต่อปากต่อปาก 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) คือ การดูแลและมีความเอาใจใส่ต่อลูกค้าของผู้จัดการร้านและหมอนวด 5) รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams) คือ การนวดไทยและการบริการ 6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) คือ พนักงานนวดไทยทุกคน 7) กิจกรรมหลัก (Key Activities) หมายถึง การบริการนวดไทยและสปา รวมถึงการอบรมมารยาทการให้บริการ 8) พันธมิตรหลัก (Key Partner) ส่วนใหญ่จะมาจากเจ้าของพื้นที่ให้เช่า มีการช่วยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆในพื้นที่ 9) โครงสร้างต้นทุนหลัก คือค่าพนักงานนวดไทย และ ค่าเช่าพื้นที่

ตารางที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์แบบจำลองทางธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในกลุ่มที่ 4 (ธุรกิจขายผลไม้อบแห้ง)

<u>Key Partners</u> (KP)	<u>Key Activities</u> (KA)	<u>Value</u> <u>Proposition (VP)</u>	<u>Customer</u> <u>Relationships</u> (CR)	<u>Customer</u> <u>Segments (CS)</u>
พันธมิตรหลัก	กิจกรรมหลัก	คุณค่าของสินค้าและบริการที่น่าเสนอ	ความสัมพันธ์กับลูกค้า	กลุ่มลูกค้า
- บุคคลที่สร้างเนื้อหาด้านสุขภาพ (Product Review) ผ่านการนำเสนอทางเครือข่ายสังคม (Social Network)	- ผลิตมันญี่ปุ่นและผลไม้อบแห้งแบบสดใหม่ - จัดส่งสินค้าผ่านไปรษณีย์ - ประชาสัมพันธ์และ	- มันทญี่ปุ่นอบแห้ง - มะเขือเทศอบแห้ง - ผลไม้ต่างๆอบแห้ง	- สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายสังคม (Social Network) แบบเป็นกันเอง และ	- คนที่ชอบของรับประทานของเพื่อสุขภาพ และ ไม่มีน้ำตาล

- ร้านขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	สร้างเนื้อหาที่เกี่ยวกับผลไม้อบแห้งผ่านระบบเครือข่ายสังคม (Social Network)	- การผลิตแบบสดใหม่ (Homemade)	นำเสนอรูปที่สวยงามหรือเนื้อหาที่น่าสนใจ	
	<u>Key Resources (KR) ทรัพยากรหลัก</u> - มันทูปุ่นและผลไม้อบแห้ง - อุปกรณ์และเครื่องมือการทำผลไม้อบแห้ง		<u>Channels (DC) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า</u> - การประชาสัมพันธ์และการขายผ่านเครือข่ายสังคม (Social Network)	
<u>Cost Structure (CS) โครงสร้างต้นทุน</u> - ค่าวัตถุดิบ ค่ามันทูปุ่นและผลไม้ - ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และ อื่นๆ		<u>Revenue Streams (RS) รูปแบบของรายได้</u> - มันทูปุ่นและผลไม้อบแห้ง แบบปลีกและส่ง		

จากตารางที่ 4 ผู้ประกอบการธุรกิจขายผลไม้อบแห้งได้ให้มุมมองทางธุรกิจผ่านแบบจำลองธุรกิจโดยที่ 1) กลุ่มลูกค้า คือ คนที่ชอบของรับประทานเพื่อสุขภาพ และ ไม่มีน้ำตาล 2.) คุณค่าของสินค้าและบริการที่นำเสนอคือ มันทูปุ่นและผลไม้อบแห้งแบบผลิตแบบสดใหม่ 3) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels) เน้นการประชาสัมพันธ์และการขายผ่านเครือข่ายสังคม (Social Network) 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) คือ สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายสังคม (Social Network) มีเนื้อหา รูปภาพ หรือ เรื่องราวที่เกี่ยวข้องและน่าสนใจ 5) รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams) คือ มันทูปุ่นและผลไม้อบแห้ง แบบปลีกและส่ง 6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) คือ วัตถุดิบที่สดใหม่ รวมถึงอุปกรณ์และเครื่องมือการอบแห้ง 7) กิจกรรมหลัก (Key Activities) คือ ผลิตมันทูปุ่นและผลไม้อบแห้งแบบสดใหม่ จัดส่งสินค้า และ ประชาสัมพันธ์ผ่านระบบเครือข่ายสังคม 8) พันธมิตรหลัก (Key Partner) บุคคล ร้านค้าที่อยู่ในแวดวงสุขภาพ 9) โครงสร้างต้นทุนหลักคือค่าวัตถุดิบ ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และ อื่นๆ

6. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ทั้ง 4 ประเภทธุรกิจมีแบบจำลองทางธุรกิจเป็นแนวทางในการทำธุรกิจโดยที่สามารถแบ่งเป็นรายละเอียดและสรุปตามตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 รวมมุมมองการวิเคราะห์แบบจำลองทางธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ 4 ประเภทธุรกิจ

แบบจำลองธุรกิจ ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจระบบ แอปพลิเคชันการ จัดการร้านอาหาร	ธุรกิจร้านอาหาร และเครื่องดื่ม	ธุรกิจร้านนวดไทย และ สปา	ธุรกิจขายผลไม้ อบแห้ง
Customer Segments (CS) กลุ่มลูกค้า	ผู้ประกอบการ ร้านอาหารทั่วไป และร้านขนาดใหญ่ที่ มีหลายสาขา (Restaurant Chain)	ลูกค้าทั่วไปที่อยู่ รอบๆบริเวณร้าน	ลูกค้าที่ต้องการนวด ไทยที่อยู่รอบบริเวณ ร้าน	ลูกค้าผ่านเครือข่าย สังคม (Social Network) ที่สนใจลิ ค่าสุขภาพ
Value Proposition (VP) คุณค่าของสินค้า และบริการที่ นำเสนอ	ระบบการจัดการ ร้านอาหารแบบครบ วงจรที่ยากต่อการ เลียนแบบ	บรรยากาศร้าน เครื่องดื่มและอาหาร	นวดไทยและสปากับ หมอนวดที่มีคุณภาพ	มันญี่ปุ่นและผลไม้ อบแห้งแบบสดใหม่ (Homemade)
Channels (DC) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า	สื่อสารผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ต เช่น SEO หรือ Online marketing	บรรยากาศที่ดี มี ดนตรีสด เน้นการ บริการเพื่อให้เกิด การบอกต่อ (word of mouth)	เน้นการบริการ หมอ นวดที่ดี เพื่อให้เกิด การบอกต่อ(word of mouth)	สื่อสารและการขาย ผ่านเครือข่ายสังคม (Social Network)
Customer Relationships (CR) ความสัมพันธ์กับ ลูกค้า	เป็นที่ปรึกษาของ ธุรกิจเพื่อรักษาความ พึงพอใจ	สื่อสารผ่านระบบ เครือข่ายสังคม (Social Network)	ความสัมพันธ์ของ การบริการระหว่าง ลูกค้ากับหมอนวด	สื่อสารผ่านระบบ เครือข่ายสังคม (Social Network)
Revenue Streams (RS) รูปแบบของรายได้	ค่าบริการระบบการ จัดการร้านอาหาร แบบรายปี	ค่าเครื่องดื่มและ อาหาร	การนวดไทยและการ บริการ	ผลิตภัณฑ์จากผลไม้ อบแห้ง
Key Partners	ธุรกิจ องค์กรหรือ	บริษัทเครื่องดื่ม และ	เจ้าของพื้นที่ให้เช่า	กลุ่มคน ร้านค้าที่

แบบจำลองธุรกิจ / ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจระบบ แอปพลิเคชันการจัดการร้านอาหาร	ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจร้านนวดไทยและ สปา	ธุรกิจขายผลไม้อบแห้ง
(KP) พันธมิตรหลัก	สมาคมที่ส่งเสริมด้านนวัตกรรมหรือธุรกิจเกิดใหม่(Start Up)	กลุ่มนักเรียน		สนใจในผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ
Key Activities (KA) กิจกรรมหลัก	พัฒนาผลิตภัณฑ์และ ดูแลลูกค้า	ขายเครื่องดื่มและอาหารพร้อมบรรยากาศร้านที่ดี	การบริการนวดไทยและ สปาที่มีคุณภาพ	ผลิตสินค้าแบบสดใหม่และขายผ่านระบบเครือข่ายสังคม (Social Network)
Key Resources (KR) ทรัพยากรหลัก	คำสั่งในการเขียนโปรแกรม (source code) รวมถึงบุคลากรหรือช่างเทคนิค	บุคลากรและพนักงานบริการ	บุคลากรและพนักงานบริการ	ผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์และเครื่องมือ
Cost Structure (CS) โครงสร้างต้นทุน	ค่าจ้างบุคลากรและค่าบริหารจัดการระบบปฏิบัติการ	ค่าจ้างบุคลากรและพนักงาน	ค่าพนักงานนวดไทยและ ค่าเช่าพื้นที่	ค่าวัตถุดิบเพื่อการผลิต

6.1 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) ทั้ง 4 ธุรกิจสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดและผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ ศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากความชอบ ความรู้สึกเริ่มจากตัวเอง เช่น ธุรกิจร้านนวดไทยและสปา เริ่มจากกลุ่มผู้ประกอบการชอบใช้บริการร้านนวด หรือ ธุรกิจระบบแอปพลิเคชันการจัดการร้านอาหารเริ่มต้นจากการที่ไปรับประทานอาหารแล้วได้รับบริการที่ไม่ดี แม้แต่ ธุรกิจขายผลไม้อบแห้ง ก็เริ่มต้นจากการที่ไม่ชอบผลไม้อบที่ใส่น้ำตาล เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักเริ่มสร้างธุรกิจจากความต้องการของตนเองหรือความไม่พอใจในสินค้าและบริการซึ่งสอดคล้องกับกรอบทฤษฎีของ Steven Muegge (2012) ที่พูดถึง ความสำคัญของปัญหาจากผู้บริโภค (The Important of the customer pain point) ซึ่งมีความสำคัญมากซึ่งสามารถเปรียบได้กับสารตั้งต้นในการสร้างธุรกิจสินค้าและบริการในยุคปัจจุบัน ดังนั้นในปัจจุบันผู้บริโภคมองหาสิ่งที่จะมาทำให้ชีวิตและสภาพการเป็นอยู่ดีขึ้น เข้ามาแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน

6.2 คุณค่าของสินค้าและบริการที่นำเสนอ (Value Proposition) ผู้ประกอบการทั้ง 4 ธุรกิจมีความเข้าใจถึงความสำคัญในเรื่องของการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการหรือจุดเด่นจุดด้อยของสินค้าและบริการนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Wheelen & Hunger (2002) ที่พบว่าจุดแข็งและจุดอ่อนเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการนั้นสามารถเป็นผู้กำหนดได้และจะต้องมีความเข้าใจในธุรกิจของตนก่อนว่ามีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

6.3 ช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels) ผู้ประกอบการทั้ง 4 ธุรกิจจะสังเกตได้ว่า ธุรกิจที่เกี่ยวกับการบริการจะเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อให้เกิดการบอกต่อหรือปากต่อปาก (word of mouth) และ ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ทั้ง 4 ธุรกิจจะเน้นช่องทางสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายสังคม (Social Network) เป็นในการเข้าถึงลูกค้าเพราะในปัจจุบันระบบเครือข่ายสังคมหรืออินเทอร์เน็ตมีความสำคัญสูง ซึ่งสอดคล้องกับ จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์ (2558) ที่ว่างานประชาสัมพันธ์และการสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้ผู้บริโภคในปัจจุบัน คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่อยู่ในระดับมากและมากที่สุดส่วนใหญ่จะใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรมากกว่าใช้เพื่อการทำงานร่วมกัน

6.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ทั้ง 4 ธุรกิจจะสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าโดยที่เน้นการสร้าง มิตรภาพ เน้นการบริการที่เป็นกันเอง หรือ นำเสนอรูปแบบเนื้อหาที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ เพราะการสร้างมิตรภาพ เน้นการบริการที่เป็นกันเองเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับ กิติชัย ศรีชัยภูมิ (2556) ที่ว่า การสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อการบริการลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์กับลูกค้าและลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

6.5 รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams) ผู้ประกอบการเข้าใจถึงรูปแบบรายได้หลักซึ่งแต่ละธุรกิจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับรูปแบบสินค้าและบริการ เพราะแต่ละธุรกิจรายได้จะมาจากผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับกิจกรรมหลัก (Key Activities) ของทุกธุรกิจ

6.6 ทรัพยากรหลัก (Key Resources) ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ทั้ง 4 ธุรกิจ เข้าใจถึงความหมายเป็นอย่างดีและผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับบุคลากรและแรงงาน ซึ่งสอดคล้องกับ ลภัสวัฒน์ ศุภผลกุลนันท (2559) ที่ว่า แรงงานที่มีฝีมือและความชำนาญมากเป็นข้อได้เปรียบและมีความเป็นเอกลักษณ์ที่เป็นจุดแข็งของแต่ละธุรกิจ

6.7 กิจกรรมหลัก (Key Activities) ทุกธุรกิจมีความชัดเจนในวัตถุประสงค์และรูปแบบการบริการเพื่อให้กิจกรรมหลักเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็น การผลิต การจำหน่ายสินค้าและบริการให้ลูกค้า หรือ การประชาสัมพันธ์

6.8 พันธมิตรหลัก (Key Partner) จะสังเกตได้ว่าปัจจุบันการมีพันธมิตรทางการค้าเป็นสิ่งจำเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับเพราะจะส่งเสริมเกื้อหนุนกัน เช่น ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มมีบริษัทขายเครื่องดื่มมาช่วยสนับสนุนกิจการการขายเพราะถ้าร้านขายดีบริษัทเครื่องดื่มก็จะขายดีด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Kale and Singh (2007) ที่ศึกษาพบว่าการที่องค์กรจะประสบไปพร้อมกับกับองค์กรที่เป็นพันธมิตรนั้น จะต้องเรียนรู้ แลกเปลี่ยน และนำความรู้ที่ได้รับจากพันธมิตรมาใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพ การพึ่งพาอาศัยระหว่างกัน

6.9 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) สังกัดได้ว่าผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ทั้ง 4 ธุรกิจให้ความสำคัญด้านต้นทุนไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการมากกว่าการประชาสัมพันธ์ เป็นเพราะผู้ประกอบการเป็นคนรุ่นใหม่สามารถใช้ช่องทางสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายสังคม (Social Network) ได้ดีและเป็นช่องทางที่ใช้ต้นทุนน้อยที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์จึงเอาทุนที่มีไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ Ansoff (1965) ที่ว่าการพัฒนาสินค้าและบริการจะช่วยกระตุ้นยอดขายและยังสามารถช่วยรักษฐานลูกค้ารวมถึงสร้างความภักดีกับกลุ่มลูกค้าอีกด้วย

จากการอภิปรายข้างต้นจะเห็นได้ว่าแนวทางการทำธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ทั้ง 4 รูปแบบธุรกิจมีความต่างกันซึ่งจะขึ้นอยู่กับทรัพยากรหลัก กิจกรรมหลัก คุณค่าของสินค้าและบริการที่นำเสนอและผู้ประกอบการรุ่นเยาว์มีข้อมูลรวมถึงวิธีการดำเนินธุรกิจโดยใช้แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas) ที่ช่วยให้สามารถสร้างรายได้จากการทำธุรกิจ เรียนรู้และหาความรู้ต่าง ๆ ในการเริ่มต้นธุรกิจได้ง่ายขึ้น เห็นจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มที่ให้ข้อมูลมีความรู้ทางธุรกิจผ่านแบบจำลองทางธุรกิจที่ครบถ้วน แต่อย่างไรก็ตาม แผนธุรกิจไม่มีสูตรที่ตายตัว การมีแผนธุรกิจผ่านแบบจำลองทางธุรกิจเป็นเพียงการวางแผนหนึ่งแต่ผู้ประกอบการไม่ควรยึดติด ควรที่จะศึกษาสิ่งใหม่และพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลงต่อไป

7. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

7.1 ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์หรือผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจสามารถนำแบบแผนการทำธุรกิจที่ต่างกัน 4 รูปแบบเพื่อไปเป็นแนวทางการพัฒนา วิเคราะห์หรือต่อยอดธุรกิจ

7.2 ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์หรือผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจยังสามารถวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจโดยใช้แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas) ของวิจัยนี้ เพื่อไปเป็นแบบในการดำเนินธุรกิจ

7.3 องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน หรือ สมาคมที่สนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์สามารถนำแบบแผนการดำเนินธุรกิจโดยใช้แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas) ของวิจัยนี้เพื่อไปเป็นแบบในการหาหัวข้อหรือแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ หรือ ธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) ในการทำธุรกิจ

7.4 แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas) ของวิจัยนี้เหมาะสมกับเจ้าของกิจการที่ทำธุรกิจหรือต้องการขยายธุรกิจ โดยที่เจ้าของกิจการสามารถนำแบบจำลองทางธุรกิจค้นหาว่าในธุรกิจเดิมมีอะไรยังขาด เป็นภาระหรือ อะไรที่เป็นจุดด้อย ของธุรกิจ เพื่อค้นหาสิ่งที่จะทำให้ธุรกิจก้าวหน้าต่อไป

7.5 วิจัยนี้จะสามารถทำให้ผู้ที่จะทำธุรกิจเห็นภาพรวมธุรกิจได้มากขึ้นและมองเห็นช่องว่างของธุรกิจและบริการได้มากขึ้นผ่านตัวอย่างรูปแบบธุรกิจที่ต่างกัน 4 รูปแบบ

8. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปคือ

8.1 ผู้วิจัยควรเพิ่มกลุ่มธุรกิจให้มากขึ้นอาจเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่แต่ไม่จำเป็นต้องเจาะจงระดับอายุของกลุ่มธุรกิจผู้ให้ข้อมูลหลัก

8.2 ควรศึกษาแนวทางการทำธุรกิจผ่านกรอบทฤษฎีอื่นเพื่อให้เกิดความหลากหลายในงานวิจัย

8.3 ผู้วิจัยควรทำวิจัยเป็นเชิงปริมาณเพิ่มเติมจากวิจัยคุณภาพเพื่อให้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) เพื่อให้งานวิจัยความหลากหลายและน่าสนใจมากขึ้น

9. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยต้องขอขอบพระคุณอาจารย์และที่ปรึกษาทุกท่าน รวมถึงผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้

10. เอกสารอ้างอิง

- [1] กิติชัย ศรีชัยภูมิ (2556) ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้าวิสาหกิจขนาดเล็กับความภักดีต่อตราสินค้าของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย. ดุษฎีนิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- [2] จุฑารัตน์ ศรารวมวงค์ (2558). แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสาร. ว.วิจัยสมาคมห้องสมุดฯ ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 ก.ค.-ธ.ค. 2558
- [3] ผุสดี รุมาคม. (2540). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พิสิทส์เซ็นเตอร์.
- [4] ภวัต ธนสารแสนล้าน (2558). การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีที่ 8 ฉบับที่ 2
- [5] ลภัสวัฒน์ ศุภผลกุลนันทร (2559). การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการเปิดเสรีทางการค้าอาเซียน : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา. วารสารราชวมงคลล้านนา ปีที่ 4 ฉบับที่ 2
- [6] สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 - 2564. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี <http://www.nesdb.go.th> [2กรกฎาคม2560]
- [7] สมัชชารัฐสภาอาเซียน (AIPA) (2557). การประชุมใหญ่สมัชชารัฐสภาอาเซียน (AIPA) ครั้งที่ 35. วันที่ 14-20 กันยายน2557. กรุงเทพฯ: สภาธรรมรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- [8] สุคนธา ปริญญาตรี. (2545). ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์: ศึกษากรณี กลุ่มแม่บ้านทองเหลืองसान จังหวัดฉะเชิงเทรา วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- [9] สุนทร อุจจศรี. (2544). ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด : กลยุทธ์ในการดำเนินงานและภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- [10] Ansoff (1965). I. Corporate Strategy. New York: McGraw-Hill
- [11] Alexander Osterwalder and Yves Pigneur (2010) Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. New Jersey: John Wiley Sons, Inc,
- [12] Denzin, N. (1989). The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Research Methods (3rd edition, first published on 1970), Prentice Hall.
- [13] Kale, P., Dyer, J., & Singh, H. (2007). Alliance capability, stock market response, and long-term alliance success: The role of the alliance function. Strategic Management Journal 23, 8: 747-768
- [14] Steven Muegge (2012). Business Model Discovery by Technology Entrepreneurs. Technology Innovation. Management Review. April 2012: 5-16.
- [15] Thomas L. Wheelen and Hunger J. David (2002) Concepts in Strategic Management and Business Policy, Pearson Education Asia, New Delhi.