

# LEAN CANVAS

● ESG3201 แนวคิดในการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ

---

# LEAN CANVAS คือ ○

เครื่องมือช่วยให้สตาร์ทอัพเข้าใจภาพรวมของธุรกิจได้ในเวลาอันรวดเร็ว เปรียบเสมือนกับการเขียนแผนธุรกิจฉบับย่อ ทำให้ทราบปัจจัยสำคัญที่จะต้องโฟกัสครอบคลุมทุกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องของการสร้างธุรกิจ เพื่อให้แน่ใจว่าธุรกิจที่สร้างขึ้นมานั้นตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง โดย Lean Canvas มีลักษณะเป็นตาราง 9 ช่อง สำหรับให้ทีมงานช่วยกันระดมความคิด และมองเห็นภาพรวมธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน





# องค์ประกอบของ LEAN CANVAS

Problem - ปัญหาอะไรที่เรากำลังจะแก้ไข

Customer Segments - ใครคือลูกค้าที่จะเจอปัญหานี้

Unique Value Proposition - จุดเด่นของเราที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

Solution - วิธีการที่จะแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้

Channels - เราจะเข้าถึงลูกค้าได้อย่างไร

Revenue Streams- แหล่งรายได้มาจากไหนบ้าง

Cost Structure - ต้นทุนค่าใช้จ่ายมาจากอะไรบ้าง

Key Metric - KPI สำคัญชี้วัดความสำเร็จเพื่ออนาคต

Unfair Advantage - จุดเด่นของเราที่เหนือคู่แข่ง





### PROBLEM

List top 1-3 problems



### SOLUTION

Outline a possible solution for each problem



### UNIQUE VALUE PROPOSITION

Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention



### UNFAIR ADVANTAGE

Something that cannot easily be bought or copied



### CUSTOMER SEGMENTS

List your target customers and users



### KEY METRICS

List the key numbers that tell you how your business is doing



### CHANNELS

List your path to customer (inbound or outbound)



### EXISTING ALTERNATIVES

List How these problems are solved today



### EARLY ADOPTERS

List the characteristics of your ideal customers



### COST STRUCTURE

List your fixed and variable costs



### REVENUE STREAMS

List your sources of revenue

1

## Problem

ปัญหาอะไร  
ที่เรากำลังจะแก้ไข

4

## Solution

วิธีการที่จะแก้ไขปัญหา  
ให้กับลูกค้า

3

## Unique Value Proposition

จุดเด่นของเรา  
ที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

5

## Unfair Advantage

จุดเด่นของเรา  
ที่เหนือคู่แข่ง

2

## Customer Segments

ใครคือลูกค้า  
ที่จะเจอปัญหานี้

8

## Key Metric

KPI สำคัญชี้วัด  
ความสำเร็จเพื่ออนาคต

9

## Channels

เราจะเข้าถึงลูกค้า  
ได้อย่างไร

7

## Cost Structure

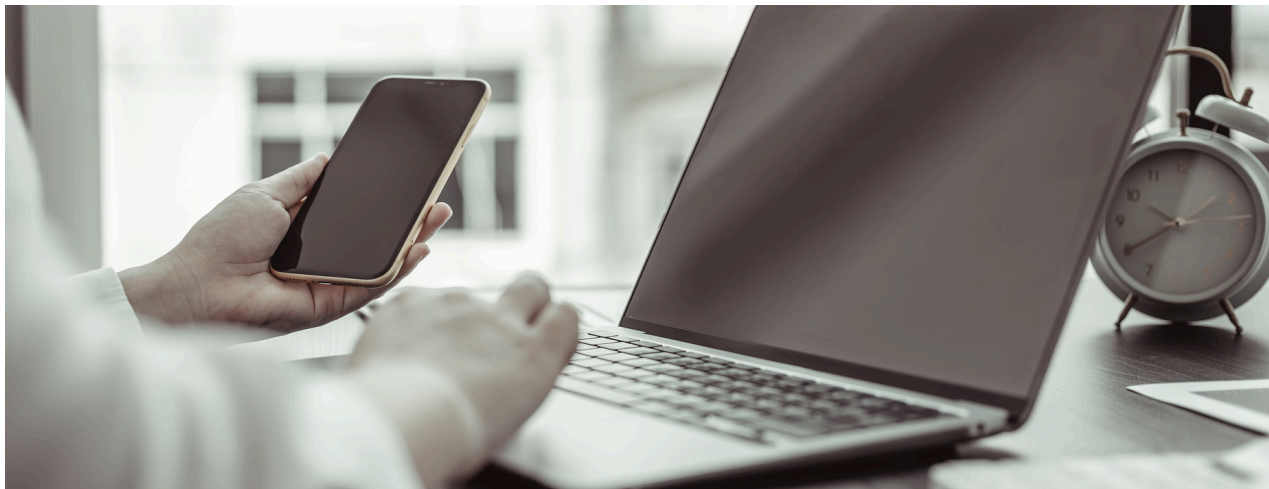
ต้นทุนค่าใช้จ่ายมาจากอะไรบ้าง

6

## Revenue Streams

แหล่งรายได้มาจากไหนบ้าง

# LEAN CANVAS



## 01 Problems (ปัญหา)

ระบุปัญหาหลัก 3 ข้อ ของกลุ่มเป้าหมายที่มีโอกาสเป็นลูกค้ามากที่สุด โดยเรียงจากปัญหาสำคัญมากไปหาสำคัญน้อย พร้อมนำเสนอทางเลือกอื่นที่ผู้บริโภคใช้ในการตอบสนองความต้องการ หรือ แก้ปัญหาในปัจจุบัน

## 02 Solution (วิธีแก้ปัญหา)

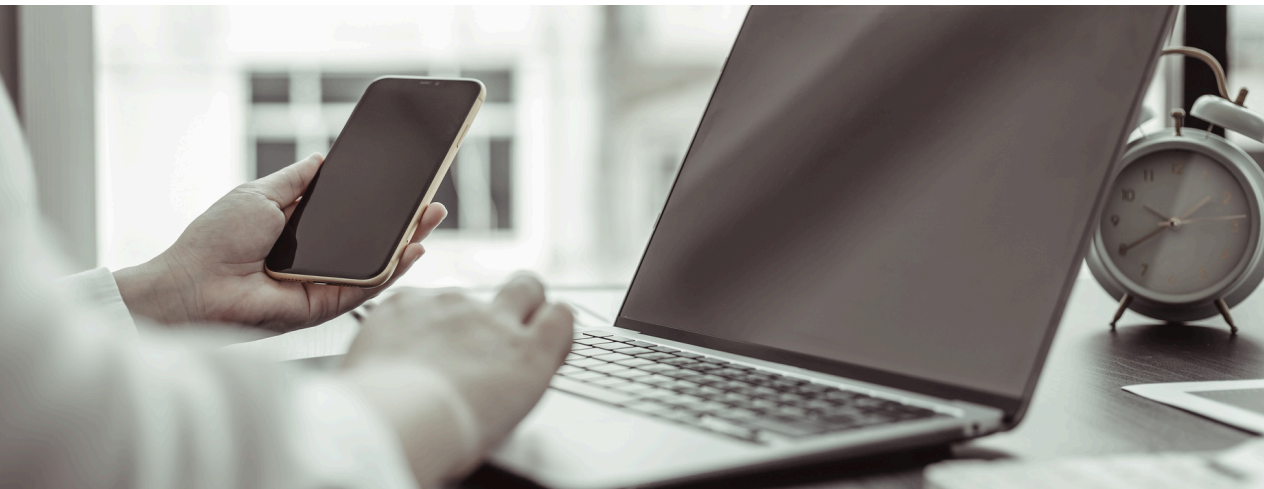
วิธีแก้ไขปัญหาแบบใหม่ๆ และหลากหลาย เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตสินค้าหรือบริการตอบสนองผู้บริโภคเหล่านั้นได้อย่างแท้จริง

## 03 Unique Value Proposition (จุดเด่นเฉพาะตัว)

จุดเด่น คุณสมบัติ ประโยชน์ของสินค้าหรือบริการที่ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเหตุผลที่กลุ่มเป้าหมายต้องตัดสินใจซื้อสินค้าบริการ



# LEAN CANVAS



04

## Unfair Advantage (ข้อได้เปรียบที่คู่แข่งไม่มี)

ข้อได้เปรียบ จุดเด่นของสินค้าหรือบริการ ความโดดเด่นของธุรกิจ  
เหนือคู่แข่ง และเลียนแบบได้ยาก

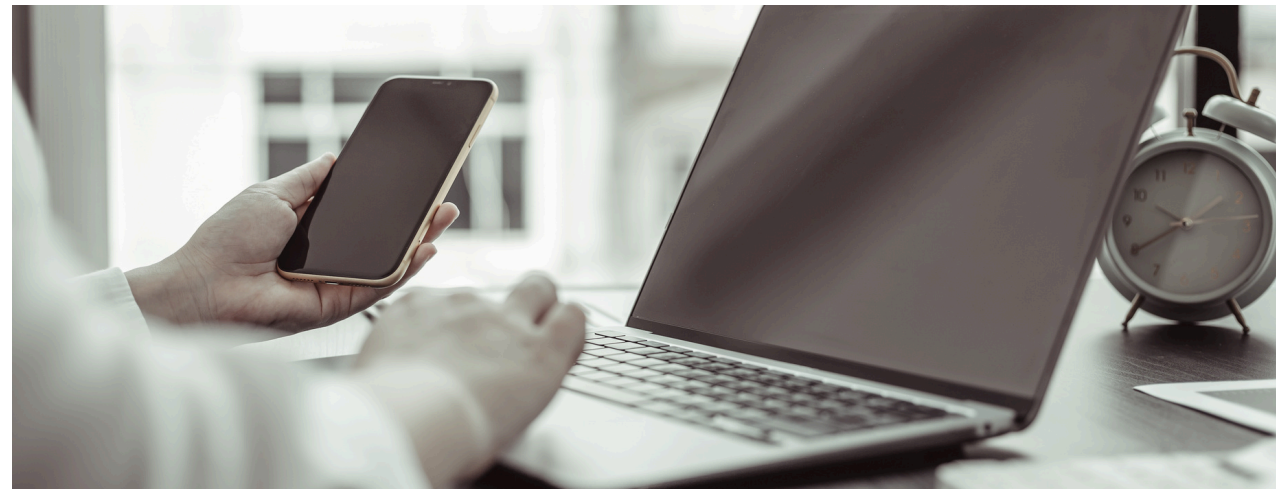
05

## Channels (ช่องทางติดต่อ)

ช่องทางการประชาสัมพันธ์ การตลาด การจัดส่งทั้งแบบ  
Online/Offline ที่สามารถสื่อสารคุณค่า รวมทั้งจำหน่ายสินค้า  
หรือบริการแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยการช่องทางเข้าถึงแบ่ง  
ออกเป็น 5 ระยะ

- Awareness สร้างการรับรู้ ให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึง  
สินค้าหรือบริการ
- Purchase รูปแบบและช่องทางกลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าบริการ
- Delivery รูปแบบและช่องทางส่งสินค้าบริการ
- After-sales วิธีการดูแลลูกค้า ช่องทางติดต่อสื่อสาร
- Evaluation ช่องทางกลุ่มเป้าหมายส่งข้อติชมเพื่อประเมิน  
ผลสินค้าบริการ

# LEAN CANVAS



06

## Revenue Stream (กระแสรายได้)

กำหนดราคาสินค้า บริการ และระบุแหล่งที่มาของรายได้ให้ครบถ้วน เพื่อแสดงถึงกระแสรายรับของธุรกิจ นอกจากนี้ต้องประเมินความมั่นคงของธุรกิจ ประมาณการรายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการคืนทุน

07

## Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)

ระบุต้นทุนคงที่และต้นทุนแปรผัน เพื่อเข้าใจโครงสร้างต้นทุนทั้งหมดของธุรกิจ

08

## Key Metrics (ตัวชี้วัดสำคัญ)

ระบุปัจจัย ตัวชี้วัดสำคัญที่มีผลต่อการเติบโตในอนาคตและการประสบความสำเร็จของธุรกิจ

09

## Customer Segments: กลุ่มลูกค้าเป็นใคร

ในส่วนแรกเราต้องระบุว่ากลุ่มลูกค้าของเราเป็นใคร ถ้าจะให้ดีแนะนำว่าอย่าโฟกัสแค่กลุ่มลูกค้าปลายทางเพียงอย่างเดียว แต่ให้นึกถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น หากเป็นแพลตฟอร์มขายบ้าน ลูกค้าของเราอาจจะไม่ได้มีแค่ผู้เช่าและผู้ซื้ออย่างเดียว แต่อาจจะมีเจ้าของบ้านหรือตัวแทนด้วยก็ได้ เป็นต้น



