

# แบบจำลองธุรกิจการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตออนไลน์

## โดยใช้แบบจำลองธุรกิจแคนวาส

### Business Model of Online Media Design

### Using Business Canvas

ณัฐฐนิชา ธรรมรังษี (Nutthanicha Thummarungsri)<sup>1</sup>

วิเชียร วรพุทธิพร (Wichian Voraputthaporn)<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการ ศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก และส่วนประสมทางการตลาด เพื่อนำไปออกแบบจำลองธุรกิจการออกแบบ สื่ออินเทอร์เน็ต โดยใช้แบบจำลองธุรกิจแคนวาส วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สภาพแวดล้อมภายนอกของ อุตสาหกรรม ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ และปริมาณ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และศึกษาเอกสาร ออก แบบแบบสอบถามแบบผสมผสาน กลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 400 ชุด นำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยการแจกแจงความถี่ และ ร้อยละ โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ ระหว่าง 20-30 ปี มีรายได้เฉลี่ย 9,001 บาท ถึง 20,000 บาทต่อเดือน การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง ประกอบ กิจการ ขนาดเล็ก การส่งต่อแบบการบอกต่อ แหล่งค้นหาบริการออกแบบ คือ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เลือกใช้งานออกแบบที่สวยงาม ติดต่อนักออกแบบได้สะดวก ราคาจัดทำ

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น E-mail: nutthanicha\_su@kku.ac.th

<sup>2</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

E-mail: cwivoe@kku.ac.th

ที่ไม่สูง ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ราคาค่าธรรมเนียมมีมาตรฐาน เช่น ค่ามัดจำ ค่างานออกแบบ มีสถานที่ทำงานอย่างเป็นทางการ การจัดการส่งเสริมการตลาด ให้ส่วนลดกับผู้ที่เคยใช้บริการ ผลการออกแบบแบบจำลองธุรกิจแคนวาส ซึ่งประกอบด้วย จัดการแก่ลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการทั้งรายใหม่ และรายเก่าเดิม บุคคลที่ต้องการงานออกแบบ ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้ามีการสอบถาม ความพึงพอใจ ส่งเสริมการตลาดทั้งลูกค้ารายใหม่ และเก่า เก็บข้อมูลสื่อสารออนไลน์เพื่อติดต่อ ขาวสารให้แก่ลูกค้า ด้านพันธมิตรหลัก ร้านขายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โปรแกรม ออกแบบเว็บไซต์ขายรูป คู่ค้าร้านสื่อสิ่งพิมพ์ ร้านพิมพ์ป้าย ร้านรับทำ บัตรจุก้นท์ ด้านทรัพยากรหลัก ทรัพยากรทางปัญญา กายภาพ การเงิน ด้านช่องทางเข้าถึง ลูกค้าช่องทางสื่อออนไลน์จากการเก็บ ข้อมูลจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ รายได้จากการ ให้บริการของงานออกแบบ โครงสร้างต้นทุน ค่าจ้างพนักงาน ซึ่อโปรแกรมสำหรับ งานออกแบบ อุปกรณ์ออกแบบ การเช่าสถานที่ คาดว่ารายได้กิจการจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในปีถัดไป จากการออกแบบทำให้ทราบถึง ลำดับขั้นตอนการสร้างธุรกิจทุกด้าน และการวางแผนทั้งด้านการริเริ่มกิจการ การสร้างพันธมิตร การวางแผนการส่งเสริม การตลาด สิ่งที่เป็น ในการสร้างธุรกิจ และการจัดการด้านการเงิน

**คำสำคัญ :** นิเทศศิลป์ การออกแบบนิเทศศิลป์ แบบจำลองธุรกิจแคนวาส

### Abstract

This independent study aims to examine 1) service behavior impacting customers' decision-making 2) external environment and marketing mix in order to design a business prototype for an online visual communication firm by using a business model canvas. The study adopted a qualitative and quantitative research design by using a survey and documentary research. The data were collected from 400 participants and were analyzed using a statistical analysis (i.e., frequency and percentage). The results revealed that the majority of participants were women aged between 20-30 years old with an income of approximately 9,001-20,000 bahts per month. They were the people who made decisions to use services by choosing small companies or through word-of-mouth communication. The main search engines used were Facebook and Twitter. Factors contributing to their decision included beautiful design, easy to contact artists, and reasonable prices. Factors regarding service marketing mix included standard fees (e.g., deposit, design), offices, and marketing campaigns to give discounts to returning customers. The results from the business model canvas showed that customer management was required for both new and old customers. To create effective customer relationships, there should be a satisfaction survey, promotions for both old and new customers, and online communication with customers to offer them product information and promotions. Key partners included electronic supply shops, design programs, picture-sale websites, print-media stores, sign manufacturers, and packaging manufacturers. Key resources included intellectual, physical, and capital resources. Channels to access customers included online channels via a Facebook fanpage. The revenue stream was from design fees. The cost structure included employee wages, designer program fees, design tools, and office rent. The revenue was expected to increase by 10% in the

following year. The results from the canvas design provided the information on steps for all aspects of the entire business and the business plan, namely activities at the initial phase, connection building, market promotion, key factors to run a business, and financial management.

**Keywords:** Visual Communication Art, Graphic Design, Business Model Canvas

## บทนำ

โลกมีวิวัฒนาการไปอย่างรวดเร็ว มีการพัฒนาอุปกรณ์เพื่อสร้างระบบเทคโนโลยีที่สามารถใช้ติดต่อสื่อสารที่มี ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การกระจายข้อมูล การสื่อสารอย่างรวดเร็วโดยใช้การกระจายข้อมูลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง แต่การที่จะเข้าใจความหมายที่สื่อ่นั้นเป็นเรื่องที่ไม่ง่าย เนื่องจากความแตกต่างกันทั้งทางด้านภาษา ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรม ความเชื่อของแต่ละท้องถิ่น การเลือกใช้งานนิเทศศิลป์จึงสามารถเป็นทางเลือกในการสื่อสารความหมายได้ชัดเจนถูกต้อง ช่วยให้มนุษย์สามารถสื่อสารกันได้เข้าใจตรงกันได้ และเกิดการสร้างจินตนาการร่วมกัน จึงได้เกิดธุรกิจที่เรียกว่านักออกแบบ สื่ออินเทอร์เน็ตในรูปแบบออนไลน์ขึ้นในปัจจุบัน เพื่อให้ธุรกิจที่ต้องการการโฆษณาบรรจุภัณฑ์ หรือตราสินค้าที่ใช้นักออกแบบนิเทศศิลป์ช่วยให้ผู้บริโภคที่ต้องการเข้าสู่ตลาด การโปรโมตสินค้าในอีกรูปแบบหนึ่ง งานนิเทศศิลป์ในปัจจุบันจึงเป็นที่ นิยมในการนำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ เช่น เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์แก้ปัญหา จัดข้อมูล และนำเอาศิลปะมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสาร การออกแบบนิเทศศิลป์เพื่อเข้าไปช่วยในการสื่อสาร การขายภายในธุรกิจ เช่น การออกแบบตรา สินค้าผลิตภัณฑ์ สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา และการให้ข้อมูลความรู้ต่างๆ มีการใช้การออกแบบนิเทศศิลป์ช่วยในธุรกิจเป็นจำนวนมาก แต่การจะริเริ่มสร้างธุรกิจทั้งจะต้องมีองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง เพื่อเข้าใจทั้งกระบวนการทำงานของกิจการโดยละเอียด ควรเข้าใจกระบวนการตลาด ทั้งด้านการสร้างรูปแบบการตลาด การส่งเสริมการตลาดให้กิจการดำเนินได้อย่าง ต่อเนื่อง การจะเข้าใจปัจจัยด้านการเงินทั้งหมดนั้นมือที่ใช้ออกแบบธุรกิจที่เป็นที่นิยมมีเครื่องมือชนิดหนึ่ง คือ เครื่องมือที่เรียกว่า การสร้างแบบจำลอง

ธุรกิจแคนวาสที่ภายในเครื่องมือนั้นมีองค์ประกอบที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ มีข้อมูลในการดำเนินธุรกิจได้อย่างครอบคลุม และครบถ้วนในทุกๆด้าน ทั้งด้านคู่ค้า ในธุรกิจงานหลักของกิจการ ทรัพยากร ที่ใช้สื่อสารกับลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ที่กำหนด และด้านสุดท้ายคือด้านการเงิน ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นเป็นสิ่งที่จำเป็น ในการดำเนินธุรกิจ

จากที่กล่าวมา ผู้ศึกษาจึงสนใจช่องทางในการคิดริเริ่มทำธุรกิจการ ออกแบบนิเทศศิลป์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เพราะในปัจจุบันผู้บริโภค และ ผู้ประกอบการธุรกิจ มีการปรับใช้สื่อออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางในการขายสินค้า มากขึ้น จึงมัก จะใช้การออกแบบที่ดีเป็นการดึงดูดกลุ่มลูกค้า ช่วยดึงความน่าสนใจ ให้กับสินค้าที่ผู้ประกอบการขายสินค้าหรือการให้บริการ ซึ่งตัวช่วยให้สินค้าหรือ บริการให้เป็นที่น่าสนใจนั้นการทำสื่อโฆษณาที่สวยงาม เนื้อหาน่าอ่าน และเข้าใจง่าย มักจะใช้งานออกแบบนิเทศศิลป์เข้ามาช่วยในธุรกิจ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจออกแบบกราฟิก และปัจจัย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและส่วนประสมทางการตลาด บริการ
3. เพื่อออกแบบจำลองธุรกิจการออกแบบสื่อนิเทศศิลป์ออนไลน์ โดยใช้แบบจำลองธุรกิจแคนวาส

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบนิเทศศิลป์ (วิบูล จันทรไฉ่ม, 2546) ได้ให้ความหมาย การออกแบบนิเทศศิลป์ไว้ว่า การคิด และสร้างสิ่งใดให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยใช้องค์ประกอบทางศิลปะ อาทิเช่น เส้น สี รูปร่าง รูปทรง พื้นผิวว่าง พื้นผิว ประกอบร่วมกันให้ผลงานนั้นเกิดความงาม มีสุนทรียภาพ และเกิดประโยชน์ใช้สอย ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้หรือ เป็นกระบวนการทางความคิดที่วางแผนรวบรวมองค์ประกอบ ทั้งหลายเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างหรือปรับปรุงประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ

อย่างมีประสิทธิภาพ ตามแนวคิดของ ทั้งในด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านความสวยงามหรือให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบที่ได้วางไว้

**การสื่อสารการตลาด** หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการสื่อสารในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อส่งไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถใช้เครื่องมือที่แตกต่างกันเพื่อให้เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น การทำสื่อโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตออนไลน์ และสื่อต่างๆ (Advertising) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การใช้พนักงานขาย (Sales Representative) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) คิดค้นโดย Kotler (2003) อาจเรียกเครื่องมือการสื่อสารการตลาดนี้ว่า “ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด”

**ปัจจัยแรงกดดัน 5 ประการ** หมายถึง เครื่องมือที่ใช้สำหรับวิเคราะห์คู่แข่ง สภาพแวดล้อมการแข่งขันเพื่อวางแผนกลยุทธ์ของกิจการ และปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยผู้คิดค้นปัจจัยแรงกดดัน 5 ประการคือ Porter E., Michael (1980)

1. การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants) เป็นภัยคุกคามที่ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจลดลง

2. อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers) ผู้ประกอบการต้องสร้างคุณค่าในตัวสินค้า เพราะผู้ซื้อเป็นปัจจัยหลักที่สามารถต่อรองราคา คุณภาพสินค้าและบริการได้ หากกิจการต้องพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่เพียงไม่กี่รายนั้น จะเพิ่มความเสี่ยงต่อกิจการ เพราะลูกค้าสามารถต่อรองราคาสินค้าและบริการได้ ซึ่งจะทำให้กำไรของกิจการลดลง ผู้ประกอบการต้องกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน และสร้างสินค้าให้แข็งแกร่งเพื่อเพิ่มลดอำนาจการต่อรองจากลูกค้า

3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services) กิจการพิจารณาว่าลูกค้าสามารถหาสินค้า ทดแทนได้ยากง่ายหรือไม่ การใช้สินค้าทดแทนมีความยากง่ายเพียงใด เพื่อเป็นการวิเคราะห์ระดับราคา และคุณภาพของสินค้าทดแทน ว่ามีความเสี่ยงมากน้อยเพียงใดต่อกิจการ

4. อำนาจต่อรองจากผู้จัดหาวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers) กิจการพิจารณาสภาพแวดล้อมของธุรกิจว่ามีผู้จัดจำหน่ายรายใดที่กิจการมีอำนาจ

ต่อรองได้สูง หรือ การรวมกลุ่มของกิจการเป็นอีกวิธีที่ทำให้กิจการมีอำนาจต่อรองกับผู้จัดหาปัจจัยการผลิต

5. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Existing Competitors) กิจการพิจารณาถึงจำนวนคู่แข่งภายในอุตสาหกรรม พิจารณาสัดส่วนตลาดของคู่แข่งแต่ละราย เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์การเข้าทำตลาดในผลิตภัณฑ์นั้น

**สภาพแวดล้อมภายนอกอุตสาหกรรม** หมายถึง เครื่องมือที่เป็นประโยชน์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ทั้งทางด้านนโยบาย และการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านกฎหมาย และข้อบังคับ เป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจ จะเป็นการนำผลการวิเคราะห์ในด้านต่างๆ มาใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริหาร ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ ให้มีความครอบคลุมทุกด้าน ทั้งการวางแผนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ การวิเคราะห์ปัจจัยหรือสภาพการแข่งขัน รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้วย การที่จะนำการวิเคราะห์ปัจจัยแรงกดดัน 5 ประการ จึงต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบในด้านต่างๆ เข้ามาร่วม

**การตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค** หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากการเลือกสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้า และบริการอยู่เสมอในชีวิตประจำวันโดยที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือ บริการตามข้อมูล และข้อจำกัดของสถานการณ์ ซึ่งถ้านักการตลาดสามารถทำความเข้าใจและเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภค การกระจายสินค้าและสร้างความยอมรับของผู้บริโภคก็จะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2545)

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด** (Kotler, 2008) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด

(Promotion) ต่อมา มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวบรวมส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็น 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

**แบบจำลองธุรกิจแคนวาส** หมายถึง แบบจำลองธุรกิจว่าธุรกิจของเราจะให้บริการหรือขายอะไร ขายให้ใคร ขายอย่างไร ขายที่ไหน ผลิตด้วยอะไร ใครมาช่วยผลิต และมีรายได้ และค่าใช้จ่ายอย่างไร รวมถึงมีกำไรจากการให้บริการ และสินค้าตัวไหนบ้าง ดังนั้นโมเดลธุรกิจควรคิดก่อนการเริ่มธุรกิจ แต่ใครที่ได้ทำธุรกิจไปแล้วก็ยังสามารถนำโมเดลธุรกิจมาปรับปรุงโดยปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น คิดให้เป็นภาพรวมมากขึ้น เครื่องมือที่จะคิด และสร้างโมเดล ธุรกิจที่ดี และนิยมใช้กันอย่างมาก ชื่อ Business Model Canvas : BMC ซึ่งจะทำให้เราเข้าใจ ธุรกิจของเราได้ดีมากขึ้น โดยใช้แบบจำลองธุรกิจแคนวาส Business Model Canvas (BMC) นี้เป็นแม่แบบ (Template) ที่ช่วยในการออกแบบโมเดลธุรกิจซึ่งถูกพัฒนา และนำเสนอโดย Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. (2010)

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษารูปแบบจำลองธุรกิจการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตออนไลน์ โดยใช้แบบจำลองธุรกิจแคนวาส มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจออกแบบกราฟิก และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการออกแบบกราฟิก เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก และส่วนประสมทางการตลาดบริการ และเพื่อออกแบบจำลองธุรกิจการออกแบบ สื่ออินเทอร์เน็ต โดยใช้แบบจำลองธุรกิจแคนวาส ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา แสดงในภาพที่ 1

## วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีวิจัยรูปแบบผสมผสาน โดยเป็นการวิจัย 2 ประเภท ได้แก่ วิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การ ศึกษาเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์ห้อยค์ประกอบเชิงสำรวจ

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในกลุ่มชมรมออกแบบ กราฟิกประเทศไทย ซึ่งมีจำนวน 93,204 คน (ชุมชนนักกราฟิกแห่งประเทศไทย GCT (Graphic Community Thailand) ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 ผู้ศึกษาเลือกเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบสุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยหลักความน่าจะเป็นจาก สูตร Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สามารถคำนวณ 399 ตัวอย่าง โดยเลือกใช้การเก็บข้อมูลแบบสุ่มแบบ สะดวก เพื่อความสะดวกในด้าน ระยะเวลา ค่าใช้จ่าย และปัจจัยต่าง ๆ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อป้องกันความผิดพลาด และความไม่สมบูรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยจึงได้ปรับเพิ่มจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมครั้งนี้เป็น 400 คน ซึ่งสูงกว่าค่าของการคำนวณ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือผู้ศึกษา ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งอธิบาย และให้ความเข้าใจในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบ ด้วย 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยคำถาม ปลายเปิด ที่สามารถเลือกได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมและการเลือกใช้บริการ ประกอบด้วยคำถาม 8 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นคำถามเฉพาะ เจาะจง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการงานออกแบบ นิเทศศิลป์ ข้อคำถามส่วนประสมทาง การตลาดบริการ 7 ด้าน ประกอบไปด้วย ข้อคำถาม 30 ข้อ เป็นคำถามลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scales)

วิธีรวบรวมข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยเก็บผลจากการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรงจำนวน 5 ท่าน และ เก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการการออกแบบ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ใช้ในการเลือกใช้บริการงานออกแบบนิเทศศิลป์ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ กูเกิลฟอร์ม (Google Form) โดยการโพสต์ลิงค์ (Link) ของแบบสอบถามตามเว็บไซต์สื่อออนไลน์ และแอปพลิเคชันสื่อสังคม ออนไลน์ภายในกลุ่ม ชมรม ที่ใช้ค้นหานักออกแบบเพื่อให้กลุ่มลูกค้า หรือ ผู้ประกอบการที่สะดวก และสนใจตอบแบบสอบถาม เป็นผู้ให้ข้อมูลเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ถึงเดือนเมษายน 2564

2. ข้อมูลทุติยภูมิ จากการทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลภายนอก ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าเอกสารข้อมูลทางวิชาการ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือ เว็บไซต์ การลงทุน และการริเริ่มวางแผนธุรกิจออกแบบนิเทศศิลป์

นำข้อมูลการศึกษาทั้ง 2 ข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงสำรวจ ใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติในรูปแบบสำเร็จรูป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2540) นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ วิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงสำรวจตรวจสอบความสัมพันธ์ขององค์ประกอบร่วมจากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลทาง เอกสาร หนังสือ และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องว่ามีความสัมพันธ์กันหรือเป็นอิสระต่อกัน

### สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ดังนี้

1.1 ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจากพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจออกแบบมีดังนี้ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน และบุคคลทั่วไปที่ต้องการออกแบบ

งานกราฟิก ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการออกแบบกราฟิก พบว่าปัญหาที่พบในการทำงานคือ การสื่อสารการสรุปรงานที่ลูกค้าต้องการ และ การตีโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้ถูกต้อง ปัญหาดังกล่าวจะพบในกลุ่มลูกค้าภาครัฐหรือวิสาหกิจ แต่ในทางกลับกันลูกค้า กลุ่มบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ไม่พบปัญหาดังกล่าว ด้านปัญหาที่พบกับกลุ่มลูกค้าบริษัทเอกชน มักจะเป็นปัญหาหน้างานที่ สามารถแก้ไขได้โดยไม่ต้องผ่านการอนุมัติก่อนเริ่มแก้ไขปัญหา โดยลูกค้าส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการจากการแนะนำคนรู้จัก หรือกลุ่มลูกค้าเก่า

1.2 ผลการศึกษาจากแบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่คาดว่า จะใช้บริการงานออกแบบนิเทศศิลป์จำนวน 400 ชุด พบว่า มีข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 20 – 30 ปี จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษา ปวช./อนุปริญญา ปวส. มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 9,001 บาท ถึง 20,000 บาท จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด พฤติกรรมของผู้ที่เคยใช้บริการงานออกแบบกราฟิก ส่วนใหญ่เคยใช้บริการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ (Logo) และฉลากสินค้า แหล่งที่ต้องการค้นหางานออกแบบส่วนใหญ่พบที่เว็บไซต์ เพชบุรี ทวิตเตอร์ ภูเก็ต และพินเทอเรสต์ ส่วนของประเภทการเลือกใช้บริการงานออกแบบ ส่วนใหญ่จาก แบบการบอกต่อ ออกแบบด้วยตนเอง และการจ้างนักออกแบบหรือกลุ่มนักออกแบบอิสระ แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับ ข่าวสารมาจากการบอกต่อสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์นักออกแบบ การเลือกงานออกแบบเคยใช้บริการเลือกจากการออกแบบ ได้สวยงาม เลือกใช้บริการจากบริษัทรับออกแบบขนาดใหญ่ หรือนักออกแบบที่ติดต่อได้สะดวก ราคาในการให้บริการไม่สูงนัก ในส่วนของผู้อนุมัติการจ้างงานออกแบบส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง หัวหน้าแผนก และผู้บริหารในองค์กร ด้านงบประมาณในการจัดทำงานออกแบบในแต่ละครั้งผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจจ่ายในช่วงราคา 3,501 บาทถึง 4,500 บาท รองลงมาอยู่ในช่วงราคา 2,501 บาท ถึง 3,500 บาท

1.3 ผลการศึกษายปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทออกแบบกราฟิกพบว่า งานออกแบบทันสมัย และ สวยงามมีให้เลือกหลากหลายชัดเจน ราคาค่าธรรมเนียมมีมาตรฐาน เช่น ค่ามัดจำงานออกแบบ ค่าแนะนำ

ของผู้ตอบแบบ สอบถามว่าควรมีสถานที่ทำงานอย่างเป็นทางการ ด้านลูกค้า เห็นว่าควรมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดให้กับผู้ที่เคยใช้บริการ ใน ส่วนของพนักงาน เรื่องการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า รวมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ มีการช่วยเหลือ ปรับปรุงงานออกแบบได้ ตลอดช่วงก่อนส่งมอบงาน การบริการหลังการขายควรมี สัญญาที่สามารถแก้ไขงาน 1 ครั้ง ภายใน 3 วัน หลังมอบหมายงาน และพนักงาน มีความรวดเร็วในการให้คำแนะนำ และการให้บริการแนะนำช่วงเวลาทำการ ของกิจการ

2. ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและส่วนประสมทางการตลาด บริการ ได้ผลดังต่อไปนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงกดดัน 5 ประการพบว่า แรงกดดัน ที่เกิดจากการแข่งขันระหว่างผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม การผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ และนักออกแบบอยู่ในระดับสูง เนื่องจากอำนาจต่อรองของ ลูกค้าในธุรกิจงาน ออกแบบ ส่วนมากอยู่ที่ความพึงพอใจของลูกค้าส่วนใหญ่ เห็นได้จากการยอมจ่ายของลูกค้า อ้างอิงจากข้อมูลการตอบแบบสอบถามที่ผู้ตอบ แบบสอบถามยอมจ่ายค่าบริการ หรือ สินค้างานออกแบบได้ในราคาสูง ในด้าน แรงกดดันที่เกิดจากสินค้าทดแทนอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน เนื่องจากรูปแบบของ สินค้าที่มีรูปแบบอยู่ในอินเทอร์เน็ต เช่น รูปปล้อยในเว็บไซต์ค้นหาทั่วไป เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ที่มีลิขสิทธิ์ภาพแต่ถูกนำมาใช้แบบผิดกฎหมาย ทำให้มีการ นำรูปภาพเหล่านี้ถูกใช้ในเชิงพาณิชย์นำไปสู่การขาดรายได้ธุรกิจ ด้านแรงกดดันที่เกิด จากอำนาจต่อรองของลูกค้าอยู่ในระดับสูง เนื่องจากงานออกแบบส่วนมากขึ้นอยู่กับ ความพึงพอใจของลูกค้าเช่นเดียวกันกับแรงกดดันที่เกิดจากการแข่งขันภายใน อุตสาหกรรม ด้านแรงที่เกิดจาก อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากทางกิจการเน้นรูปแบบไปที่การออกแบบมากกว่าการผลิตสินค้าที่จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบในการผลิต เมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน สุดท้าย ด้านแรงกดดันที่เกิดจากการ คุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ข้อมูลผลการตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า ส่วนใหญ่มักจะเลือก ใช้บริการร้านค้า หรือกิจการที่เคยใช้บริการ และจากการสอบถามคนใกล้เคียงมากกว่าการตัดสินใจ เลือกใช้บริการร้านค้า หรือ บริการกิจการใหม่

2.2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมจาก PESTEL Analysis 6 ด้าน มีปัจจัยเอื้อต่อธุรกิจทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นทางด้านนโยบายการเมืองที่ผลักดันธุรกิจขนาดเล็ก และธุรกิจที่กำลังเกิดใหม่ ทางด้านเศรษฐกิจ มีทั้งด้านแหล่งเงินทุนที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันที่เป็นยุคของเทคโนโลยีทำให้การเข้าใจและเข้าถึง ธุรกิจได้ดูได้จากกรวยอมจำราคา งานออกแบบในราคาที่ย่อมเยาสูง ทางด้านเทคโนโลยี การพัฒนาเทคโนโลยี งานออกแบบ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่อย่างต่อเนื่อง หรือจะเป็นเทคโนโลยี ในด้านคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และเทคโนโลยีสมาร์ตโฟน ที่มีการ เปลี่ยนแปลง และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านสภาพแวดล้อมที่ลูกค้าเข้าถึงได้สะดวกสบาย และมีความน่าเชื่อถือ ด้านสุดท้ายด้านกฎหมาย และข้อบังคับ จะเป็นในด้านการเข้ามา มีบทบาทสำคัญของกฎหมาย ทั้งในรูปแบบโปรแกรม และในรูปแบบรูป ภาพที่ใช้ในเชิงพาณิชย์

2.3 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ งานออกแบบ ที่มีให้เลือกหลากหลาย และงานออกแบบทันสมัยและสวยงาม ด้านราคา การมี ค่าธรรมเนียมเหมาะสมกับการให้บริการงานออกแบบ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การจ้างงานออกแบบควรมีสถานที่ทำงานอย่างเป็นทางการ ด้านการส่งเสริม การตลาด พบว่าค่าเฉลี่ยความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ มีการจัดการส่งเสริมการตลาด บริการด้านการให้ส่วนลดให้กับผู้ที่เคยใช้บริการ ด้านบุคคล ได้แก่ พนักงาน ดูแลเอาใจใส่ลูกค้ารวม ทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีสัญญาที่สามารถแก้ไขงาน 3 วัน หลังมอบหมาย งาน และมีการช่วยเหลือ ปรับปรุงงานออกแบบได้ช่วงก่อนส่งมอบงาน และด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ พนักงาน มีความรวดเร็วในการให้คำแนะนำ และการให้บริการ

3. ผลการศึกษาการออกแบบจำลองธุรกิจสรุปภาพรวมแบบจำลองธุรกิจ แคนวาส ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งหมด 9 องค์ ประกอบได้ ผลการศึกษาดังนี้

3.1 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่อยากริเริ่ม สร้างธุรกิจใหม่ มีแนวคิดที่อยากได้งานออกแบบ เพื่อนำมาดึงดูดลูกค้าให้สนใจ และกลุ่มลูกค้าทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่อยากสร้างแผนการส่งเสริมการตลาด โดยใช้ งาน ออกแบบเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมกิจการ

3.2 การนำเสนอคุณค่า คือ ความทันสมัย การสร้างความเข้าใจให้ตรงกันระหว่างลูกค้า และพนักงานเพื่อให้เกิด ข้อผิดพลาดน้อยที่สุด และลดช่องว่างเวลาที่จะเกิดขึ้นกับการสื่อสารที่ผิดพลาดระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า โดยการชี้แนวทางการสร้างมู้ดบอร์ด เพื่อให้ลูกค้าเห็นภาพ และความหมายที่นักออกแบบจะสื่ออีกทางเลือกคือการจัดทำแบบจำลองรูปภาพ (Mock Up) ขึ้นมาเพื่อเสนอลูกค้าก่อนทำข้อตกลง

3.3 ช่องทาง ได้แก่ ช่องทางสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ ช่องทางการบอกต่อโดยการสร้างคู่ค้า และการบอกต่อของลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ

3.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า มีการสร้างช่องทางสื่อสารกับลูกค้า เป็นการสร้างความสัมพันธ์ในอีกรูปแบบหนึ่ง โดยใช้เครื่องมือที่มีและฐานข้อมูลของลูกค้าที่มีให้เกิดประโยชน์ โดยใช้เพื่อนำเสนอข้อมูลสินค้า และบริการรวบรวมไปถึงการสร้างการส่งเสริมการตลาดโดยละเอียด มีการจัดส่วนลดเมื่อลูกค้าติดตามเฟซบุ๊ก แฟนเพจทางร้าน หรือสร้างการสะสมแต้ม จากการสมัครสมาชิกร้าน จากทางไลน์เพื่อสร้าง และเพิ่มช่องทางการเสนอสินค้าหรือบริการให้ลูกค้าได้โดยตรง ทางด้านการ ให้คำปรึกษา มีการตรวจสอบกล่องข้อความจากทางเฟซบุ๊ก แฟนเพจ บริการผ่านไลน์ และทางโทรศัพท์เพื่อให้ข้อมูลลูกค้าได้ โดยละเอียดเพิ่มขึ้น ในกรณีที่ลูกค้าต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม จากการสร้างฐานลูกค้าในระบบออนไลน์ จะเป็นช่องทางให้ ลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการเห็นถึงผลงานของตัวกิจการได้ง่ายมากขึ้น

3.5 ทรัพยากรหลัก คือ ทรัพยากรทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ ความรู้ความสามารถในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงาน ที่มีคุณภาพสามารถใช้เทคนิคต่าง ๆ ในงานออกแบบได้ดี และต้องมีความเชี่ยวชาญในการใช้โปรแกรมออกแบบ และหลักการ เข้าใจเรื่อง ลิขสิทธิ์ในรูปภาพ หรือองค์ประกอบในการใช้ของงานออกแบบทั้งหมด ด้านทรัพยากรทางด้านกายภาพ ได้แก่ อุปกรณ์ในการผลิตงานออกแบบคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดดิส อุปกรณ์ถ่ายภาพทั้งหมด อาคารสำนักงาน และสิ่งสำคัญ คือ อุปกรณ์ รองรับสุขภาพของนักออกแบบ แก้วน้ำพนักงาน โต๊ะพนักงาน จอแสดงผล ด้านทรัพยากรทางการเงิน ได้แก่ เงินลงทุนซึ่ง สามารถหาได้จากหลายแหล่งในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งรายละเอียดของแหล่งเงินทุน คือ สถาบันการเงิน หรือธนาคารถือเป็น แหล่งเงินกู้ ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะนอกจากจะให้

เงินยืมค่อนข้างสูง และอัตราดอกเบี้ยมีให้เลือกตาม ความเหมาะสมของเจ้าของกิจการ

3.6 กิจกรรมหลัก สิ่งสำคัญที่สุดที่จะต้องดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้นั้น ธุรกิจจะต้องสามารถสร้าง และนำเสนอคุณค่าของสินค้าและบริการให้เข้าถึงตลาด และรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเพื่อสร้างรายได้ เพื่อให้เกิดการ ทำงานตามรูปแบบธุรกิจที่วางไว้ แต่ละกิจกรรมความสำคัญแตกต่างกันไปตามรูปแบบของธุรกิจ การรวบรวมผลงานที่ออก แบบเพื่อสร้างเป็นแฟ้มผลงานของบริษัท หรือการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ได้ทำการสั่งซื้อมาสร้างงาน ออกแบบให้ลูกค้าได้ชม ผลงานตัวอย่างก่อนตัดสินใจใช้บริการกิจการ และง่ายต่อการสร้างความเข้าใจของทั้งลูกค้า และพนักงาน โดยขึ้นงานทั้งหมดที่ สร้างมาจะเป็นไปตามข้อตกลงของทั้งสองฝ่าย โดยการเห็นภาพร่างก่อนส่งมอบสินค้าจริง ให้ลูกค้า ด้านการจัดหาผู้ค้า เพื่อให้กิจการสามารถทำงานต่อเนื่องได้อย่างครบวงจร ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยมีกระบวนการในงาน ออกแบบตามขั้นตอน ในกรณีที่ลูกค้าต้องการผลิตสินค้าทางกิจการได้มีผู้ค้าส่งต่อ งานให้ทางลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวก ในขั้นตอนต่อไป

3.7 คู่ค้าและเครือข่ายสนับสนุน ร้านค้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง คู่ค้าร้านสื่อสิ่งพิมพ์ ร้านรับปริ้นซ์ป้าย โฉนด

3.8 กระแสรายได้ มาจากการให้บริการออกแบบกราฟิกต่าง ๆ เช่น การ์ด ฐูปวาดประกอบ

3.9 โครงสร้างต้นทุนเกิดจากการดำเนินกิจการ และค่าใช้จ่ายภายในกิจการ ได้แก่ ค่าจ้างพนักงาน ค่าใช้จ่ายภายในบริษัท ค่าใช้จ่ายสำหรับเช่าซื้อโปรแกรมออกแบบ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ นำค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นมาจัดทำโครงสร้างต้นทุนกิจการ 3 ปีโดยประมาณ โดยการคาดการณ์รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในปีถัดไป และการคาดการณ์ผลกำไรรายได้ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ในปีถัดไป ดังแสดงในภาพที่ 2

ผลการศึกษาทั้ง 3 ด้านของวัตถุประสงค์ ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เป็นการเลือกใช้บริการด้วยตนเอง มักเลือกผลงานของนักออกแบบหรือร้านรับออกแบบสินค้าจากการบอกต่อ และ

คัดเลือกงานออกแบบจากเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ พินเทอเรสต์ เป็นต้น การตัดสินใจเลือกงานออกแบบจากความสวยงาม สามารถติดต่อได้สะดวก มีสถานที่ตั้งร้านค้าที่ชัดเจน ในด้านสภาพแวดล้อมและส่วนประสมทางการตลาดบริการ เลือกใช้บริการงานออกแบบที่ทันสมัยและสวยงาม มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ งานชัดเจน มีการเก็บค่ามัดจำงานออกแบบ มีการจัดการส่งเสริมการตลาดให้ทั้งกลุ่มลูกค้าใหม่ และกลุ่มลูกค้าเก่า มีการบริการหลังการขาย คือ ภายใน 3 วัน หลังส่งมอบงาน สามารถแก้ไขงาน 1 ครั้ง ทางด้านสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ด้านการออกแบบจำลองธุรกิจโดยใช้แบบจำลองธุรกิจแคนวาสให้ความสำคัญด้านบุคคลหรือพนักงาน ซึ่งความพึงพอใจลูกค้าขึ้นอยู่กับผลงานการออกแบบที่เกิดจากความสามารถของนักออกแบบ มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้สำหรับการผลิตผลงานการออกแบบให้ทันสมัย พนักงานมีความรู้ความสามารถ และจัดการอบรมพัฒนานักออกแบบอยู่เสมอ

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 20-30 ปี จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษา ปวช. / อนุปริญญา ปวส. มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 9,001 บาท ถึง 20,000 บาท จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถามที่เคยใช้บริการ 166 คน จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ในส่วนของการใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ งานออกแบบกราฟิก ส่วนใหญ่เคยออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ (Logo) และฉลากสินค้า ในส่วนแหล่งที่ต้องการค้นหางานออกแบบ ส่วนใหญ่พบที่เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ภูเก็ต และพินเทอเรสต์ ในการค้นหา งานออกแบบ ส่วนของ ประเภทการเลือกใช้บริการงานออกแบบส่วนใหญ่จากการสอบถามแบบการบอกต่อ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริกุล โสระพันธ์ (2561) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจออกแบบนิเทศศิลป์ ได้แก่ ผลงานนักออกแบบเป็นสำคัญ มีการบอกราคาที่ชัดเจนเหมาะสม มีความรับผิดชอบงานบริการที่ดี ใส่ใจลูกค้า และการช่วยให้คำแนะนำลูกค้าทั้งก่อน และ หลังให้บริการสอดคล้อง กับแนวคิดของณัฐธัญญา ศรีประเสริฐ (2562)

การออกแบบผู้ตอบแบบสอบถามออกแบบด้วยตนเอง และการจ้างนักออกแบบ หรือกลุ่มนักออกแบบอิสระแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารมาจากการบอกต่อสื่อ ออนไลน์ (เว็บไซต์นักออกแบบ Social Media) เลืองานออกแบบผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ เลือจากการออกแบบ ได้สวยงาม ต่อมาบริษัท หรือนักออกแบบติดต่อได้สะดวก และราคาในการให้บริการ ไม่สูงนัก ในส่วนของผู้อนุมัติการจ้างงาน ออกแบบส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง หัวหน้าแผนก และผู้บริหารในองค์กร ด้านงบประมาณในการจัดทำงานออกแบบในแต่ละครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามยินดีจ่ายในราคา 3,501 บาท ถึง 4,500 บาท ราคาต่อ มาคือ 2,501 บาท ถึง 3,500 บาท ซึ่งเกินกว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้ในตอนแรกผู้ศึกษาคาดการณ์ไว้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ราคางานออกแบบ ต่ำกว่า 2,500 บาท ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทออกแบบกราฟิก ได้แก่ งานออกแบบทันสมัย และสวยงาม มีให้เลือกหลากหลายชัดเจน มีราคาค่าธรรมเนียมที่มีมาตรฐาน เช่น ค่ามัดจำงานออกแบบ คำแนะนำของผู้ตอบแบบสอบถาม ว่าควรมีสถานที่ทำงาน อย่างเป็นทางการ ด้านลูกค้าเห็นว่าควรมีการจัดการส่งเสริมการตลาดส่วนลด ให้กับผู้ที่เคยใช้บริการ ในส่วนของพนักงาน เรื่องการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า รวมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ มีการช่วยเหลือปรับปรุงงานออกแบบได้ ตลอด ช่วงก่อนส่งมอบงาน บริการหลังการขายควรมีสัญญาที่สามารถแก้ไขงาน 1 ครั้ง ภายใน 3 วัน หลังมอบหมายงาน และพนักงานมี ความรวดเร็วในการให้คำแนะนำ และการให้บริการการแนะนำช่วงเวลาทำการของกิจการซึ่งสอดคล้อง กับ แนวความคิดของเขมิกา ธนธำรงกุล, ปรีดา ศรีนฤวรรณ, ภูษณิศา เตชเถกิง และภัทริกา มณีพันธ์ (2563) ที่ได้ให้ความสำคัญ ด้านคุณค่าของสินค้าและบริการ และการบริการหลังการขาย ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเครื่องจักรกลการ เกษตรเป็นอย่างมาก ด้านการออกแบบจำลองธุรกิจการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้แบบจำลองธุรกิจแคนวาส พบว่ามีปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินกิจการคือปัจจัยด้านบุคคล ซึ่งลูกค้าให้ความสำคัญกับผลงานของนักออกแบบ การบริการหลังการขาย และการสื่อสารด้วยแบบร่าง เพื่อเป็นเครื่องมือสื่อสารระหว่างลูกค้าและนักออกแบบ โดยการออกแบบจำลองธุรกิจแคนวาส ได้จัดให้นักออกแบบเป็นปัจจัยหลัก ในการดำเนินกิจการ ที่ต้องมีความรู้ ความสามารถในการออกแบบ อีกทั้ง

นักออกแบบยังเป็นกิจกรรมหลัก ด้านบุคลากรที่ต้องผ่านพัฒนาอบรมให้มีทักษะและความสามารถ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชนนิกันต์ อารามพงษ์ (2563) ที่ได้ทำการศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล ซึ่งลูกค้าให้ความสำคัญกับผลงานการออกแบบที่เกิดจากความสามารถของนักออกแบบที่ผ่านการคัดเลือก มีความรู้ความสามารถ และจัดการอบรมพัฒนานักออกแบบอยู่เสมอ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบจำลองธุรกิจที่ได้พัฒนาขึ้นข้างต้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างธุรกิจต่อไป

### **ข้อเสนอแนะ**

งานวิจัยนี้สามารถนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออกแบบกราฟิก ผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ และนักออกแบบอิสระ โดยนำไปประยุกต์ใช้ และต่อยอดในการพัฒนาธุรกิจประเภทการออกแบบสื่อศิลปะหรือกราฟิกดีไซน์ และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไปทางด้านการเก็บข้อมูล ส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### **1. ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ**

1.1 การใช้เครื่องมือในการคุยกับลูกค้า โดยการใช้การสร้างมู้ดบอร์ดเพื่อกำหนดการทำงานให้ตรงความเข้าใจ ของลูกค้า แจ้งโทนสี ลักษณะงาน เพื่อใช้ในการออกแบบจริง ก่อนส่งมอบงานจริงให้ลูกค้า

1.2 คำแนะนำในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และรูปภาพที่ถูกลิขสิทธิ์แก้ปัญหาโดยการนำโปรแกรมออกแบบ เว็บไซต์ ที่ซื้อขายรูปภาพถูกลิขสิทธิ์เป็นสัญญารายปี และลิขสิทธิ์ด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ ที่ถูกต้องตามกฎหมายเพื่อแก้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์

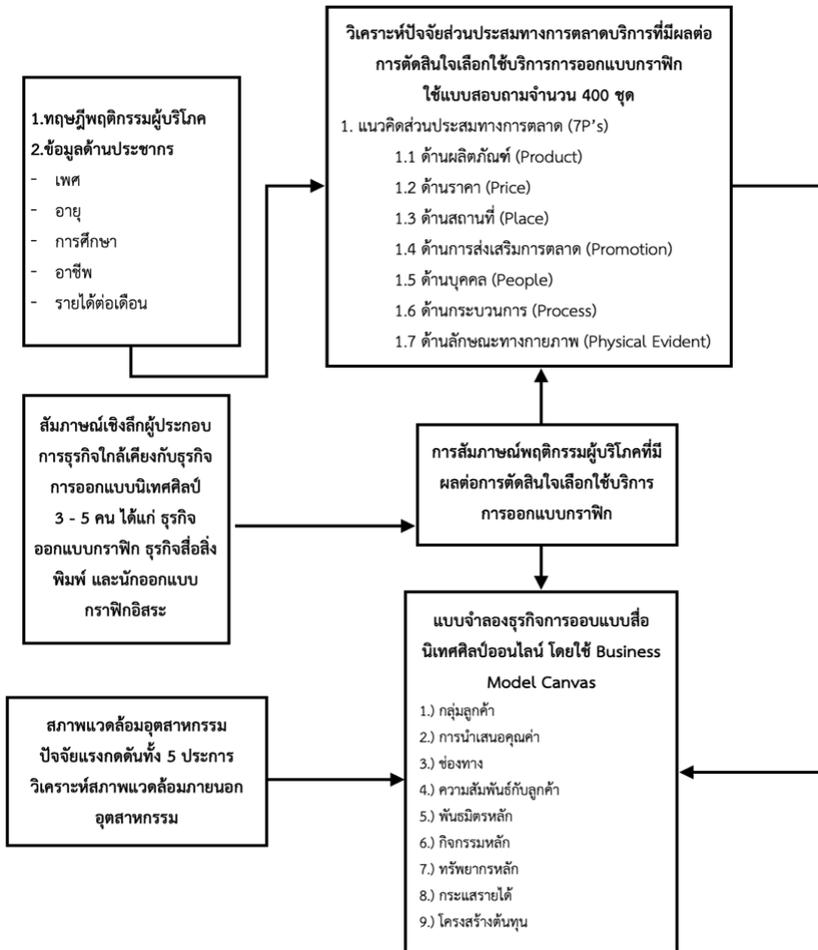
#### **2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป**

2.1 ควรเลือกกลุ่มตัวอย่างที่กระจายมากกว่านี้และตรงเป้าหมายธุรกิจ เพราะกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้ บริการ งานออกแบบกราฟิกมีมากกว่าจำนวนผู้ที่เคยใช้บริการ

2.2 สำหรับการศึกษาค้างต่อไปควรศึกษา วิเคราะห์เรื่องการประชาสัมพันธ์ให้ร้านค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นด้วยการ ทำการ วิเคราะห์ 4C ต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา (2540). **การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows**.  
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เขมิกา ธนอำรงกุล, ปรีดา ศรีนฤวรรณ, ภูษณิศดา เตชภักขิง และภัทริกา มณีพันธ์  
(2563). **โมเดลธุรกิจของธุรกิจจำหน่าย เครื่องจักรกลการเกษตรใน  
จังหวัดเชียงใหม่**. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทธิยา สสมิ. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ:  
เอ็กซ์เปอร์เน็ต.
- ชนนิกานต์ อารามพงษ์. (2563). **การออกแบบธุรกิจ กรณีศึกษา บริษัท  
ควีนมาร์เก็ตติ้ง กราฟิก ดีไซน์ เฮาส์ จังหวัดขอนแก่น**. รายงานอิสระ  
บริการธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณัฐรณญาณ ศรีประเสริฐ. (2562). **รูปแบบธุรกิจแคนวาสของร้านอาหารญี่ปุ่น  
ในจังหวัดขอนแก่น**. รายงานการศึกษา อิสระ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- วิบูล จันทรไเย่ม. (2546). **หลักการออกแบบศิลปกรรม**. ลพบุรี: คณะ  
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์สถาบันราชภัฏเทพสตรี.
- ศิริกุล ไสระพันธ์. (2561). **การออกแบบธุรกิจทาวนโฮม ในเขตอำเภอ  
อุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ โดยการใช้ BUSINESS MODEL  
CANVAS**. รายงานการศึกษาอิสระ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. (2010). **Business Model  
Generation**. John Wiley Sons Inc. Carada.
- Kotler, P. (2003). **Marketing Management**. 11th ed.Upper Saddle River,NJ:  
Prentice –Hall.
- \_\_\_\_\_, Armstrong, G., Wong, V. and Saunders, J. (2008). **Principles of  
marketing**. 5thed. Harlow: Pearson.
- Porter E., Michael (1980). **Competitive Strategic Technique for Analyzing  
Industrial and Competitors**. The Five Force. Free Press. New York.
- Taro Yamane. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rdEd. New  
Yoke. Harper and Row Publications.



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

|                                |   | ปีที่ 1      | ปีที่ 2       | ปีที่ 3      |
|--------------------------------|---|--------------|---------------|--------------|
| รายได้                         |   | 1,700,000.00 | 1,870,000.000 | 2,057,000.00 |
| <b>หัก</b>                     | ต้นทุนขาย                                 |              |               |              |
|                                | เงินเดือนพนักงานฝ่ายผลิต                  | 648,000.00   | 680,400.00    | 714,420.00   |
|                                | ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน<br>- โปรแกรม | 44,280.00    | 44,280.00     | 44,280.00    |
| รวมต้นทุน                      |   | 692,280.00   | 724,680.00    | 758,700.00   |
| กำไรขั้นต้น                    |   | 1,007,720.00 | 1,145,320.00  | 1,298,300.00 |
| <b>หัก</b>                     | ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร               |              |               |              |
|                                | เงินเดือนผู้บริหาร                        | 240,000.00   | 252,000.00    | 264,600.00   |
|                                | ค่าเช่า+ค่าน้ำประปา+ค่าไฟฟ้า              | 243,600.00   | 243,600.00    | 243,600.00   |
|                                | ค่าเบี้ยประกัน                            | 10,000.00    | 10,000.00     | 10,000.00    |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร |   | 493,600.00   | 505,600.00    | 518,200.00   |
| กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี     |   | 514,120.00   | 639,720.00    | 780,100.00   |
| <b>หัก</b>                     | ดอกเบี้ย                                  | -            | -             | -            |
| กำไรก่อนหักภาษี                |   | 514,120.00   | 639,720.00    | 780,100.00   |
| <b>หัก</b>                     | ภาษีนิติเงินได้นิติบุคคล                  | 32,118.00    | 50,958.00     | 72,015.00    |
| กำไรสุทธิ                      |   | 482,002.00   | 588,762.00    | 708,085.00   |

ภาพที่ 2 โครงสร้างต้นทุนกิจการ 3ปี โดยประมาณ