

การประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ Business Model Canvas ในการพัฒนาระบบสารสนเทศ การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทรและรับสมัครงานของภาคธุรกิจในจังหวัดนนทบุรี

APPLICATION OF BUSINESS MODEL CANVAS BUSINESS PLAN TO DEVELOP EMPLOYMENT INFORMATION SYSTEM FOR UEA-A-TORN COMMUNITY AND RECRUITMENT OF BUSINESS SECTOR IN NONTHABURI PROVINCE

เศรษฐภูมิ เถาขาริ*

Sedthapoom Thoucharee*

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

Department of Logistics Management, Faculty of Industrial, Phranakhon Rajabhat University

Received: August 20, 2024 / Revised: January 29, 2025 / Accepted: February 11, 2025

บทคัดย่อ

เนื่องจากสถานประกอบการในจังหวัดนนทบุรี ขาดแหล่งรับสมัครงานทางออนไลน์ที่เหมาะสม ประกอบกับประชาชนในชุมชนเอื้ออาทรมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในการเดินทางไปสมัครงาน ดังนั้นงานวิจัยนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างแผนธุรกิจ Business Model Canvas เพื่อบริหารจัดการระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์เพื่อการสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในเขตจังหวัดนนทบุรี 2) ประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ Business Model Canvas กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์เพื่อการสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในเขตจังหวัดนนทบุรี และ 3) เพื่อประเมินผลการประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ Business Model Canvas กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์เพื่อการสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยได้วิเคราะห์ SWOT ของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) แล้วนำผลลัพธ์ที่ได้มาสร้างกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix ส่งผลให้มีการศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการจัดหา จัดจ้างแรงงานตามความต้องการทำงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และตามความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนนทบุรี ทำให้ได้เว็บไซต์ <https://jobwatu2.com/> แล้ววิเคราะห์แรงกดดันทั้ง 5 (5 Force Model) แอนซอฟ เมทริกซ์ (Ansoff's Matrix) โซ่คุณค่า (Value Chain) ของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี แล้วนำผลลัพธ์ที่ได้มาสร้างแผนธุรกิจ Business Model Canvas ของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี ทำให้ได้ 1) แผนธุรกิจ Business Model Canvas ที่ประกอบด้วย 9 กิจกรรม คือ 1.1) กลุ่มลูกค้า 1.2) คุณค่าที่นำเสนอ 1.3) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า 1.4) สายสัมพันธ์กับลูกค้า 1.5) รูปแบบของรายได้ 1.6) ทรัพยากรที่มี 1.7) งานหลักที่ทำ 1.8) พันธมิตรหลัก และ 1.9) ต้นทุน 2) มีการประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ BMC กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์เพื่อการสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่ครอบคลุม 9 กิจกรรมดังกล่าวมาข้างต้น และ 3) มีผลการประเมิน

*Corresponding Author

E-mail: sedthapoom@pnru.ac.th

ผลการประยุกต์ใช้ Business Model Canvas พบว่า ทำให้ประชาชนที่ใช้งานเว็บไซต์ <https://jobwatku2.com/> มีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น 21.13%

คำสำคัญ: ชุมชนเอื้ออาทร โซ่คุณค่า จังหวัดนนทบุรี

Abstract

Due to businesses in Nonthaburi Province lack appropriate online job recruitment sources and people in the Uea-a-torn Community have relatively high expenses in traveling to apply for jobs, this research aims to: 1) create a Business Model Canvas business plan to manage information system on website in job applications of Uea-a-torn Community (Wat Ku 2) and job recruitment of business sector service in Nonthaburi Province; 2) apply a Business Model Canvas business plan to the information system on website for job applications of Uea-a-torn Community (Wat Ku 2) and job recruitment of business service sector in Nonthaburi province; and 3) evaluate the application of a Business Model Canvas business plan to manage information system on website for job applications of Uea-a-torn Community (Wat Ku 2) and job recruitment of business service sector in Nonthaburi Province. The SWOT of Uea-a-torn Community (Wat Ku 2) was analyzed and the results were used to create strategies with TOWS Matrix. This resulted in a study of the website development guidelines for sourcing and hiring labor according to the work needs of Uea-a-torn Community (Wat Ku 2) and the labor needs of entrepreneurs in Nonthaburi Province. This resulted in the website <https://jobwatku2.com/> and an analysis of the 5 Force Model, Ansoff's Matrix, and Value Chain of information system on the job application website of Uea-a-torn Community (Wat Ku 2) and job recruitment of business service sectors in Nonthaburi Province. The results were used to create a Business Model Canvas of information system on the job application website of Uea-a-torn Community (Wat Ku 2) and job recruitment of the business sector services in Nonthaburi Province. Consequently, the following results have been obtained: 1) Business Model Canvas consisting of 9 activities, namely, 1.1) Customer Segments, 1.2) Value Propositions, 1.3) Channels, 1.4) Customer Relationships, 1.5) Revenue Streams, 1.6) Key Resources, 1.7) Key Activities, 1.8) Key partnerships, and 1.9) Cost Structure; 2) the BMC business plan was applied to the information system on the website for job applications in Uea-a-torn Community (Wat Ku 2) and job recruitment of the business sector services in Nonthaburi Province covering the 9 activities mentioned above; and 3) the results of the evaluation of the application of a Business Model Canvas revealed that it allowed people who used the website <https://jobwatku2.com/> to have jobs and increase their income by 21.13%.

Keywords: Uea-a-torn Community, Value Chain, Nonthaburi Province

บทนำ

เนื่องจากในปัจจุบันจังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดที่มีการลงทุนทางด้านอุตสาหกรรม และธุรกิจ บริการ ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก (Department of Business Development, 2022) ส่งผลให้เกิดความต้องการแรงงานเป็นจำนวนมาก (Nonthaburi Provincial Office, 2023) ซึ่งภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการดังกล่าวนิยมติดประกาศรับสมัครงานในหน้าบริษัทขาดแหล่งรับสมัครงานทางออนไลน์ที่เหมาะสมกับสถานประกอบการ ทำให้ยากต่อการเข้าถึงข้อมูลรับสมัครงานของประชาชน ส่งผลให้สถานประกอบการประสบกับภาวะขาดแคลนแรงงานในบางสาขาวิชาชีพ ได้แรงงานที่มีทักษะฝีมือที่ไม่ตรงกับความต้องการ ประกอบกับชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นชุมชนที่ประกอบด้วยสมาชิกทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะวัยทำงานที่มีความขยันขันแข็งในการหาเลี้ยงครอบครัวเป็นอย่างมาก ประชาชนในชุมชนมักจะมีการปรับเปลี่ยนการทำงาน การทำงานตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น สภาพสตรีที่เป็นแม่บ้านไม่สามารถสมัครทำงานเต็มเวลาได้ เนื่องจากต้องรับภาระดูแลลูก และดูแลครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ ประชาชนมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในการเดินทางไปทำงาน สมัครงานส่งผลให้ประชาชนบางส่วนในชุมชนดังกล่าว ประสบกับภาวะขาดงานทำได้งานทำที่ไม่ตรงกับทักษะฝีมือ และเวลาที่ว่าง ดังนั้น

งานวิจัยนี้จึงมุ่งที่จะวิเคราะห์ SWOT เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) สร้างกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix ทำให้มีการศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการจัดหา จัดจ้างแรงงานตามความต้องการทำงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และตามความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนนทบุรี (Thoucharee, 2024) ทำให้ได้เว็บไซต์ <https://jobwatku2.com/> หลังจากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์แรงกดดันทั้ง 5 (5 Force Model) แอนซอฟ เมทริกซ์ (Ansoff's Matrix) โซ่คุณค่า (Value Chain) ของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจบริการในจังหวัดนนทบุรี แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ดังกล่าวมาใช้ในการออกแบบ และพัฒนาแผนธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) เพื่อบริหารจัดการระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจบริการในจังหวัดนนทบุรี นำมาสู่การมีงานทำ รายได้ที่เพิ่มขึ้นของประชาชนในชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

โดยสามารถแสดงกรอบแนวคิดของการวิจัยดังในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์

1. สร้างแผนธุรกิจ Business Model Canvas เพื่อบริหารจัดการระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ เพื่อการสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในเขตจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ Business Model Canvas กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ เพื่อการสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในเขตจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อประเมินผลการประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ Business Model Canvas กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ เพื่อการสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2)

และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในเขตจังหวัดนนทบุรี

ทบทวนวรรณกรรม**การวิเคราะห์ SWOT**

เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร เพื่อค้นหาปัจจัยภายในองค์กรคือ จุดแข็ง (Strengths) ข้อได้เปรียบขององค์กร จุดอ่อน (Weaknesses) ข้อเสียเปรียบขององค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร คือ โอกาส (Opportunities) ที่จะทำให้องค์กรดำเนินงานได้ดี และอุปสรรค (Threats) ที่จะคุกคามการดำเนินงานขององค์กร (Faculty of Agriculture, Chiang Mai University, 2015) ซึ่ง Longsheng et al. (2022)

ได้วิเคราะห์ SWOT หลายเกณฑ์แบบบูรณาการของการนำขยะมาเป็นพลังงาน (Waste to Energy (WtE)) อย่างยั่งยืนในปากีสถาน ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ SWOT เป็นรากฐานสำหรับการกำหนดลำดับขั้นของนโยบาย WtE ซึ่งจะช่วยให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจดำเนินการตามขั้นตอนนโยบายที่ถูกต้อง

TOWS Matrix

เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริหารองค์กร สามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ถูกต้อง และเหมาะสมโดยสอดคล้องกับสถานะแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กร โดยมีรูปแบบการจับคู่กลยุทธ์ของ TOWS Matrix ที่สำคัญ 4 รูปแบบ คือ กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นการใช้จุดแข็งขององค์กรร่วมกับโอกาส เพื่อหาผลประโยชน์สูงสุดจากโอกาสที่เกิดขึ้น จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีเพื่อแก้ไขจุดอ่อนขององค์กร กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นการใช้จุดแข็งที่มีอยู่มาป้องกัน หรือหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นการพ่วงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นไม่ให้อย่าง ด้วยการพยายามบรรเทาปัญหา หรือหลีกเลี่ยงไม่ให้ปัญหาเกิดเพิ่ม (Bluebik Group, 2021)

ปัจจัยกดดันทั้ง 5 (5 Force Model)

เป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาดที่องค์กรกำลังดำเนินธุรกิจอยู่ หรือกำลังจะเริ่มดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์เป็น 5 ปัจจัย คือ 1) อำนาจต่อรองจากลูกค้า (Power of Customers) 2) อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ (Power of Suppliers) 3) การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants) 4) การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes) และ 5) การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry) (Department of Industrial Promotion, 2016)

แอนซอฟ เมทริกซ์ (Ansoff's Matrix)

เป็นเครื่องมือการวางแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับ

สร้างการเติบโตในอนาคต โดยกำหนดช่องทางในการสร้างความเติบโตสำหรับองค์กรธุรกิจไว้ 4 ช่องทาง คือ 1) การเจาะตลาด (Market Penetration) เป็นความพยายามที่องค์กรจะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในตลาดเดิมที่มีอยู่ 2) การพัฒนาตลาด (Market Development) เป็นการขยายสู่ตลาดใหม่โดยใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิม 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ โดยมุ่งเน้นไปที่ตลาดที่มีอยู่เพื่อให้เกิดการเติบโตเพิ่มขึ้น และ 4) การกระจายธุรกิจ (Diversification) เป็นการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในตลาดใหม่ ๆ (Ansoff, 1957)

โซ่คุณค่า (Value Chain)

เป็นแนวคิดที่ช่วยในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานปฏิบัติการว่าจะมีส่วนช่วยเหลือให้องค์กรธุรกิจก่อเกิดคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างไร โดยแนวคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กรเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มของสินค้าตลอดกระบวนการ ซึ่งประกอบด้วย โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) การผลิต (Operations) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) และบริการหลังการขาย (After-Sale Services) โดยกิจกรรมหลักจะทำงานประสานงานกันได้ดีจะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร (Firm Infrastructure) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) และการจัดหา (Procurement) (Hassachu, 2020)

Business Model Canvas

เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ค้นหาแนวคิด และกระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ชัดเจน รวมทั้งใช้ในการสร้างกลยุทธ์ใหม่ทางธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย 9 ส่วน คือ กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) คุณค่าของสินค้าหรือบริการ

(Value Propositions) ช่องทางทางการตลาด (Channels) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) รายรับ (Revenue Streams) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) กิจกรรมหลัก (Key Activities) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships) และโครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) รูปแบบธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) นี้ จึงเปรียบเสมือนพิมพ์เขียวสำหรับการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจ ด้วยการออกแบบโครงสร้างองค์กร กระบวนการ และระบบที่เอื้อต่อการผลักดันสู่การปฏิบัติ (Office of Knowledge Management and Development (Public Organization), 2013) ซึ่ง Aphibunyopas และ Klamsaengsai (2020) ได้วิเคราะห์และจัดทำรูปแบบการทำธุรกิจ (Business Model Canvas) ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติหนองบัวแดง อำเภอหนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ พบว่า ควรอบรมให้ความรู้ ให้คำปรึกษาด้านการวางแผน บริหารจัดการธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการศึกษาดูงาน ซึ่งส่งผลให้เกิดการทำงานที่เป็นระบบจากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การวิเคราะห์ SWOT เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) นำมาสู่สร้างกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix ทำให้มีการศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ และได้เว็บไซต์ <https://jobwatku2.com/> หลังจากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์แรงกดดันทั้ง 5 (5 Force Model) แอนซอฟ เมทริกซ์ (Ansoff's Matrix) โซ่คุณค่า (Value Chain) ของเว็บไซต์ดังกล่าว แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการออกแบบและพัฒนาแผนธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) เพื่อบริหารจัดการระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจในจังหวัดนนทบุรี

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยจะใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลการวิเคราะห์ SWOT กลยุทธ์ TOWS Matrix แรงกดดันทั้ง 5 (5 Force Model) แอนซอฟ เมทริกซ์ (Ansoff's Matrix) และโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งจะตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยวัดค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) พบว่า แบบสอบถามมีค่า IOC เท่ากับ 0.91, 0.85, 0.83 และ 0.89 ตามลำดับ แสดงว่าแบบสอบถามดังกล่าวมีค่าความตรงตามเนื้อหาสูง ซึ่งจะสอบถามข้อมูลจากประชาชนในชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) โดยใช้ประชากร (Population) จำนวน 100 คน แล้วคำนวณจำนวนตัวอย่าง (Sample) โดยใช้สูตรเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 คน และผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยใช้ประชากร (Population) จำนวน 20 คน แล้วคำนวณจำนวนตัวอย่าง (Sample) โดยใช้สูตรเครจซี่และมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน แล้วใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หลังจากนั้นจะนำข้อมูล และประเด็นสำคัญที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมุ่งเน้นการค้นหาข้อสรุป และการตีความเกี่ยวกับคุณลักษณะต่าง ๆ ของสาร ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร บริบทในการสื่อสาร ผลจากการสื่อสาร พฤติกรรมทางสังคมที่สะท้อนผ่านสาร เพื่อใช้ในการออกแบบ และพัฒนาแผนธุรกิจ BMC ประยุกต์ใช้แบบแผนธุรกิจ BMC วัดระดับรายได้ของประชาชนที่ใช้งานเว็บไซต์ <https://jobwatku2.com/> หลังจากนั้นจะวิเคราะห์ Paired-Samples t Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายได้ของประชาชนในชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) ระหว่างก่อนและหลังการประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ BMC เพื่อบริหารจัดการระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ SWOT

ทำให้เห็นสภาพแวดล้อมภายใน คือ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ที่เทียบกับ

ชุมชนเอื้ออาทรอื่น ๆ ในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และภายนอก คือ โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) ที่สำคัญ ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 2

จุดแข็ง (Strengths) S1 เป็นชุมชนที่ประกอบด้วยสมาชิกทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะวัยทำงาน ที่มีความขยันขันแข็งในการหาเลี้ยงครอบครัวเป็นอย่างมาก S2 ประชาชนในชุมชนมักจะมีการปรับเปลี่ยนการทำงานตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น S3 เป็นชุมชนที่ประกอบด้วยสมาชิกที่หลากหลายและมีภูมิปัญญาเป็นของตนเอง S4 ตำแหน่งที่ตั้งของชุมชนอยู่ไม่ห่างไกลจากย่านร้านค้าโรงงานอุตสาหกรรม	จุดอ่อน (Weaknesses) W1 ส่วนมากสุภาพสตรีที่เป็นแม่บ้านไม่สามารถสมัครทำงานเต็มเวลาได้ เนื่องจากต้องรับภาระดูแลลูก และดูแลครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ W2 คนสูงวัยในชุมชนยังขาดทักษะการใช้เทคโนโลยีในสื่อสังคมออนไลน์ W3 แต่ละครอบครัวประสบกับภาวะรายได้น้อยรายจ่ายที่ค่อนข้างมาก W4 สถานประกอบการ ธุรกิจชุมชนนิยมติดประกาศรับสมัครงานในหน้าบริษัท ทำให้ยากต่อการเข้าถึงข้อมูลรับสมัครงานของประชาชนในชุมชน W5 สถานประกอบการ ธุรกิจชุมชนขาดแหล่งรับสมัครงานทางออนไลน์ที่เหมาะสมกับสถานประกอบการ
โอกาส (Opportunities) O1 ได้รับการอบรม พัฒนาฝีมือแรงงานจากสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน O2 ได้รับการอบรม ฝึกอาชีพจากการศึกษานอกโรงเรียน อำเภอปากเกร็ด เทศบาลอำเภอปากเกร็ด โรงเรียนทหารขนส่ง ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศรี และครอบครัวภาคกลาง O3 เกิดการพัฒนากระบวนการติดต่อสื่อสารไร้พรมแดน เช่น อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ O4 บางโรงงานมีบริการรถรับ-ส่งพนักงาน O5 ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมสูงวัย ทำให้สถานประกอบการมีความต้องการแรงงานกลุ่มนี้ O6 มีบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต O7 มีบริษัทให้บริการติดตั้งและพัฒนาซอฟต์แวร์	อุปสรรค (Threats) T1 ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันค่อนข้างชะลอตัว T2 การจราจรค่อนข้างติดขัด T3 มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในการเดินทางไปทำงาน สมัครงาน T4 ภาครัฐยังขาดการส่งเสริม สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งข้อมูลการรับสมัครงานออนไลน์

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ SWOT ของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2)

ผลการสร้างกลยุทธ์ TOWS Matrix

จากผลการวิเคราะห์ SWOT ของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) สามารถแสดงผลการสร้างกลยุทธ์ TOWS

Matrix ของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงรับดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 3

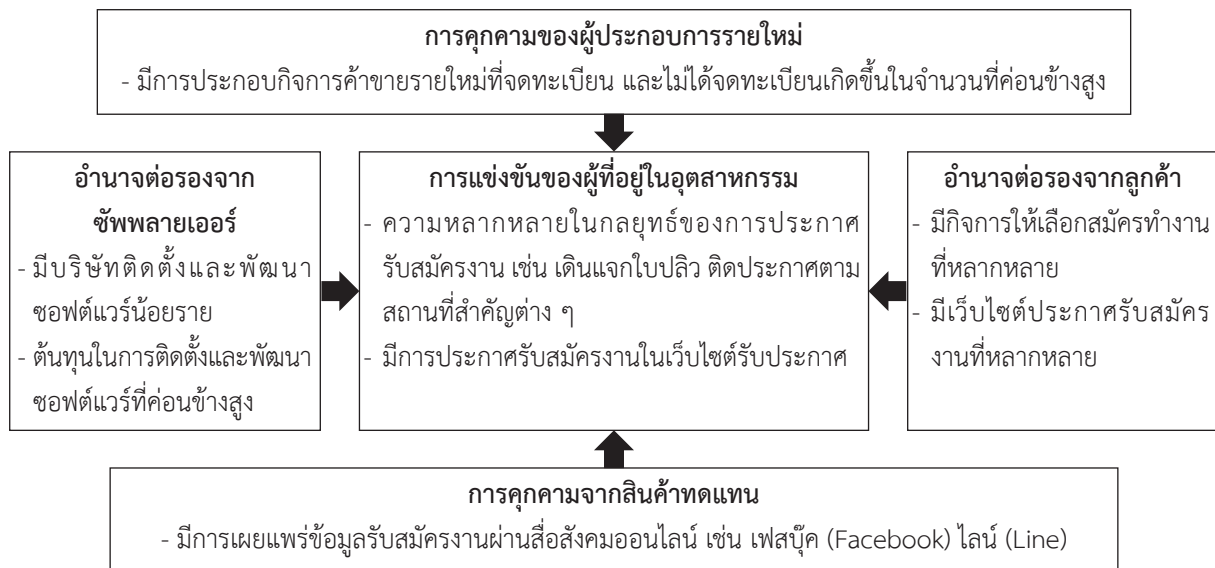
สภาพแวดล้อมภายใน สภาพแวดล้อมภายนอก	จุดแข็ง (Strengths) S1 เป็นชุมชนที่ประกอบด้วยสมาชิกทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะวัยทำงาน ที่มีความขยันขันแข็งในการหาเลี้ยงครอบครัวเป็นอย่างมาก S2 ประชาชนในชุมชนมักจะมี การปรับเปลี่ยนการทำงาน การทำงานตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น S3 เป็นชุมชนที่ประกอบด้วยสมาชิกที่หลากหลายและมี ภูมิปัญญาเป็นของตนเอง S4 ตำแหน่งที่ตั้งของชุมชนอยู่ ไม่ห่างไกลจากย่านร้านค้า โรงงานอุตสาหกรรม	จุดอ่อน (Weaknesses) W1 ส่วนมากสภาพสตรีที่เป็นแม่บ้านไม่สามารถสมัครทำงานเต็มเวลาได้ เนื่องจากต้องรับภาระดูแลลูก และดูแลครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ W2 คนสูงวัยในชุมชนยังขาดทักษะการใช้เทคโนโลยีในสื่อสังคมออนไลน์ W3 แต่ละครอบครัวประสบกับภาวะรายได้น้อยรายจ่ายที่ค่อนข้างมาก W4 สถานประกอบการ ธุรกิจชุมชน นิยมติดประกาศรับสมัครงานในหน้าบริษัท ทำให้ยากต่อการเข้าถึงข้อมูลรับสมัครงานของประชาชนในชุมชน W5 สถานประกอบการ ธุรกิจชุมชนขาดแหล่งรับสมัครงานทางออนไลน์ที่เหมาะสมกับสถานประกอบการ
โอกาส (Opportunities) O1 ได้รับการอบรม พัฒนาฝีมือแรงงานจากสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน O2 ได้รับการอบรม ฝึกอาชีพจากการศึกษา นอกโรงเรียนอำเภอปากเกร็ด เทศบาล อำเภอปากเกร็ด โรงเรียนทหารขนส่ง ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาสตรีและครอบครัวภาคกลาง O3 เกิดการพัฒนากระบวนการติดต่อสื่อสาร ไร้พรมแดน เช่น อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ O4 บางโรงงานมีบริการรถรับ-ส่งพนักงาน O5 ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมสูงวัย ทำให้สถานประกอบการมีความต้องการแรงงานกลุ่มนี้ O6 มีบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต O7 มีบริษัทให้บริการติดตั้งและพัฒนาซอฟต์แวร์	กลยุทธ์เชิงรุก (SO) S1O1 ประชาชนในชุมชนควรร่วมมือกับสถาบันพัฒนา ฝีมือแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงานของตนเอง S2O3 ควรส่งเสริมประชาชนในชุมชนให้ใช้การติดต่อสื่อสาร ไร้พรมแดนเพื่อการสมัคร ค้นหา S3O2 ประชาชนในชุมชนควรได้รับการฝึกอาชีพให้ตรงกับ ทักษะ ความรู้และภูมิปัญญา S4O4 ประชาชนในชุมชนควรสมัครงานในบริษัทที่มีบริการรถรับ-ส่งพนักงาน	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) W4O6 สถานประกอบการ ธุรกิจควรติดต่อ บริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต เพื่อประกาศรับสมัครงานทางสื่อออนไลน์ W5O7 ควรมีการพัฒนากระบวนสารสนเทศบน เว็บไซต์เพื่อการสมัครงานของชุมชนและการรับสมัครงานของสถานประกอบการ
อุปสรรค (Threats) T1 สถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันค่อนข้างชะลอตัว T2 การจราจรค่อนข้างติดขัด T3 มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในการเดินทางไปทำงาน สมัครงาน T4 ภาครัฐยังขาดการส่งเสริม สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งข้อมูลการรับสมัครงานออนไลน์	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) S1T1 ประชาชนในชุมชนควร มุ่งเน้นหารายได้หลากหลายช่องทาง และลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น S4T3 ประชาชนในชุมชนควร มุ่งเน้นหางาน สมัครงานในพื้นที่ ย่านใกล้เคียงชุมชน	กลยุทธ์เชิงรับ (WT) W1T3 ควรส่งเสริมให้สตรีที่เป็นแม่บ้านสามารถสมัครทำงานไม่เต็มเวลา (Part Time) ผ่านสื่อออนไลน์ W2T3 ควรพัฒนาทักษะของคนสูงวัยในการใช้เทคโนโลยีในสื่อสังคมออนไลน์ W3T1 ควรส่งเสริมการมีงานทำของแต่ละครอบครัว

ภาพที่ 3 ผลการสร้างกลยุทธ์ TOWS Matrix ของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2)

จากผลการสร้างกลยุทธ์ TOWS Matrix ทำให้มีการศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อการจัดหา จัดจ้างแรงงานตามความต้องการทำงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกุ 2) และตามความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนนทบุรี (Thoucharee, 2024) ทำให้ได้เว็บไซต์ <https://jobwatku2.com/> หลังจากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์แรงกดดันทั้ง 5 (5 Force Model) แอนซอฟ เมทริกซ์ (Ansoff's Matrix) โซ่คุณค่า (Value Chain) ของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกุ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์แรงกดดันทั้ง 5

ทำให้เห็นสภาวะการแข่งขันทางการตลาดของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกุ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรีที่สำคัญ คือ อำนาจต่อรองจากลูกค้า (Power of Customers) อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ (Power of Suppliers) การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants) การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes) และการแข่งขันของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry) ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ผลการวิเคราะห์แรงกดดันทั้ง 5 ของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกุ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์แอนซอฟ เมทริกซ์

ทำให้มีกรอบแนวคิดในการวางแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับการสร้างการเติบโตของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกุ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรีที่

สำคัญ คือ 1) การเจาะตลาด (Market Penetration) 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) 3) การพัฒนาตลาด (Market Development) และ 4) การกระจายธุรกิจ (Diversification) ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 5

	ผลิตภัณฑ์เดิม	ผลิตภัณฑ์ใหม่
ตลาดเดิม	การเจาะตลาด (Market Penetration) ระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์เป็นแหล่งสมัครงานของประชาชนในชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของสถานประกอบการในเขตจังหวัดนนทบุรี	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) มีการพัฒนา ปรับปรุงระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ให้สอดคล้อง เหมาะสมกับความต้องการสมัครงานของประชาชนในชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของสถานประกอบการในเขตจังหวัดนนทบุรี
ตลาดใหม่	การพัฒนาตลาด (Market Development) ระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์เป็นแหล่งสมัครงานของประชาชนในชุมชนอื่น ๆ และรับสมัครงานของสถานประกอบการในเขตจังหวัดปริมณฑล	การกระจายธุรกิจ (Diversification) มีการพัฒนา ปรับปรุงระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ให้สอดคล้อง เหมาะสมกับความต้องการสมัครงานของประชาชนในชุมชนอื่น ๆ และรับสมัครงานของสถานประกอบการในเขตจังหวัดปริมณฑล และสอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์

ภาพที่ 5 ผลการวิเคราะห์แอนซอฟ เมทริกซ์ ของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์โซ่คุณค่า

ทำให้เข้าใจถึงบทบาทของแต่ละกิจกรรม ว่ามีส่วนช่วยเหลือให้ระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี

ก่อนำเสนอคุณค่าให้แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างไร ซึ่งประกอบด้วย **การดำเนินงานในกิจกรรมหลัก (Primary Activities)** คือ 1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) 2) การดำเนินงาน (Operations) 3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) 4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) และ 5) การ

ให้บริการหลังการขาย (After-Sale Services) **การดำเนินงานในกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities)** คือ 1) โครงสร้างองค์กร (Firm Infrastructure) 2) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) 3) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) และ 4) การจัดหา (Procurement) ดังแสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain) ของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรีในภาพที่ 6

กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities)	Firm Infrastructure					กำไร
	- นักวิจัย ผู้ช่วยนักวิจัยและผู้นำชุมชนทำหน้าที่ในการบริหารจัดการระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ - มีการบันทึกบัญชีรายรับ รายจ่ายของการบริหารจัดการระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์แบบง่าย ๆ - ไม่เน้นการพยากรณ์ยอดผู้ใช้งานเว็บไซต์ https://jobwatu2.com/ - มีการเผยแพร่เว็บไซต์ https://jobwatu2.com/ บนสื่ออินเทอร์เน็ตที่มี Domain & Hosting เป็นของตนเอง					
	Human Resources Management					
	- สรรหา และคัดเลือกเป็นผู้ช่วยนักวิจัย โดยสัมภาษณ์และทดลองปฏิบัติงาน - มีการสอนงานแก่ผู้ช่วยนักวิจัยโดยนักวิจัยและหัวหน้าโครงการที่มีความชำนาญงาน - มีการอบรมนักศึกษา ประชาชนเกี่ยวกับใช้งานและการบำรุงรักษาเว็บไซต์					
	Technology Development					
- มีการพัฒนา (Development) ติดตั้ง (Implementation) ซอฟต์แวร์ระบบสารสนเทศร่วมกันระหว่างชุมชน นักวิจัย ผู้ช่วยนักวิจัย และบริษัทเอกชน - มีการบำรุงรักษา (Maintenance) ซอฟต์แวร์ระบบสารสนเทศร่วมกันระหว่างชุมชน นักวิจัย ผู้ช่วยนักวิจัย และบริษัทเอกชน						
Procurement						
- จัดหาคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะโดยใช้ของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเป็นของตัวเอง - มีการจัดหา จัดจ้างผู้ช่วยนักวิจัยเป็นผู้ดูแลระบบ (Admin) เว็บไซต์ https://jobwatu2.com/ - ใช้อาคารสำนักงานซึ่งเป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ใช้ไฟฟ้าของการไฟฟ้านครหลวง ค่าเช่า Domain & Hosting ค่าบริการอินเทอร์เน็ตของบริษัทเอกชน						
Inbound Logistics	Operations	Outbound Logistics	Marketing and Sales	After-Sale Services		
- สถานประกอบการป้อนข้อมูลกิจการ และความต้องการแรงงาน - ประชาชนเข้าสู่เว็บไซต์เพื่อหางานทำ - ผู้ดูแลระบบ (Admin) เข้าสู่ระบบเพื่อจัดการข้อมูลการใช้งานระบบ	- มีการบันทึกข้อมูลกิจการ และการรับสมัครงาน - มีการค้นหางานตามความต้องการของผู้สมัครงาน - มีการจัดการข้อมูลการใช้งานระบบ	- มีการรายงานข้อมูลการรับสมัครงาน - มีการรายงานผลการค้นหางานของผู้สมัครงาน - มีการรายงานผลการจัดการข้อมูลการใช้งานระบบ	- ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ jobwatu2.com ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต - ผู้ประกอบการและประชาชนสามารถมาติดต่อได้ที่สำนักงานสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์	- รับข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการเกี่ยวกับทักษะฝีมือแรงงานที่ผู้ประกอบการต้องการ - ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาทักษะ ฝีมือแรงงานให้ตรงกับที่สถานประกอบการต้องการ		
กิจกรรมหลัก (Primary Activities)						

ภาพที่ 6 ผลการวิเคราะห์ใช้คุณค่าของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี

ผลการสร้างแผนธุรกิจ Business Model Canvas

จากผลการวิเคราะห์ SWOT ทำให้เห็นสภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอกของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) แล้วนำผลลัพธ์ที่ได้มาสร้างกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix ส่งผลให้มีการศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการจัดหา จัดจ้างแรงงานตามความต้องการทำงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และตามความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนนทบุรี (Thoucharee, 2024) ทำให้ได้เว็บไซต์ <https://jobwatku2.com/> ผลการวิเคราะห์ 5 Forces Model ทำให้เห็นสภาวะการแข่งขันทางการตลาดของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ Ansoff's Matrix ทำให้มีกรอบแนวคิดในการวางแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับสร้างการเติบโตของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิเคราะห์

โซ่คุณค่า (Value Chain) ทำให้เข้าใจถึงบทบาทของแต่ละกิจกรรม (ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน) ว่ามีส่วนช่วยเหลือให้ระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี ก่อให้เกิดคุณค่าให้แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างไร สามารถนำมาใช้เพื่อระบุกิจกรรม 9 กิจกรรมคือ 1) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) 2) คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions) 3) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels) 4) สายสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) 5) รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams) 6) ทรัพยากรที่มี (Key Resources) 7) งานหลักที่ทำ (Key Activities) 8) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships) และ 9) ต้นทุน (Cost Structure)

โดยสามารถแสดงรายละเอียดแผนธุรกิจ Business Model Canvas ของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี ดังในภาพที่ 7

พันธมิตรหลัก (Key Partnerships)	งานหลักที่ทำ (Key Activities)	คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions)	สายสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)	กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม - สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน - การเคหะแห่งชาติ - พัฒนาชุมชน อำเภอปากเกร็ด - การศึกษาออกโรงเรียน อำเภอปากเกร็ด - เทศบาลอำเภอปากเกร็ด - โรงเรียนทหารขนส่ง - สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ - บริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต - บริษัทติดตั้งและพัฒนาซอฟต์แวร์	- รับข้อมูลความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการ - รับข้อมูลความต้องการทำงานของผู้สมัครงาน - เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ เช่น เทคนิคการจัดการอุตสาหกรรม	- เป็นระบบสารสนเทศที่อำนวยความสะดวกในการค้นหาตำแหน่งงานของผู้สมัครงาน - เป็นระบบสารสนเทศที่อำนวยความสะดวกในการประกาศรับสมัครงานของผู้ประกอบการ - เป็นแหล่งให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่สำคัญอื่น ๆ เช่น เทคนิคการจัดการอุตสาหกรรมและบริการ	- มีการติดตามผลลัพธ์การสมัครงาน - มีการติดตามผลลัพธ์การรับสมัครงาน - สร้างระบบสมาชิก - สร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้งานระบบ	- ประชาชน บุคคลทั่วไปในชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) - ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนนทบุรี - ประชาชน และผู้ประกอบการในเขตจังหวัดอื่น ๆ
ทรัพยากรที่มี (Key Resources) - พนักงานผู้ดูแลระบบ (Admin) - คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ - คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก - สำนักงานสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร			ช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels) - สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) - สื่ออินเทอร์เน็ต - สำนักงานสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	
ต้นทุน (Cost Structure) - ต้นทุนการติดตั้งระบบสารสนเทศ เช่น ค่าจ้างพัฒนาระบบ - ต้นทุนค่าดำเนินงาน เช่น ค่าจ้างพนักงาน ค่าไฟฟ้า ค่าเช่า Domain & Hosting ค่าบริการอินเทอร์เน็ต			รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams) - ค่าธรรมเนียมลงประกาศรับสมัครงาน ลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ - ประชาชนมีงานทำมีรายได้เพิ่มขึ้น	

ภาพที่ 7 แผนธุรกิจ Business Model Canvas ของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี

ผลการประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ Business Model Canvas

สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ Paired-Samples t Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของรายได้ระหว่างก่อนกับหลังการประยุกต์

ใช้แผนธุรกิจ BMC กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ Paired-Samples t Test ค่าเฉลี่ยของรายได้ระหว่างก่อนกับหลังการประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ BMC กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี

รายการ	รายได้ก่อนใช้ BMC	รายได้หลังใช้ BMC
ค่าเฉลี่ย	9,147.00 บาท	11,080.00 บาท
Std. Deviation	3,116.45 บาท	865.11 บาท
ความแตกต่างค่าเฉลี่ย	1,933.00 บาท	
% ความแตกต่างค่าเฉลี่ย		21.13
p-value		0.025
t-value		-2.636*

หมายเหตุ *มีค่าความแตกต่างอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

จากตารางที่ 1 ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์ Paired-Samples t Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของรายได้ระหว่างก่อนกับหลังการประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ BMC กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ช่วงความเชื่อมั่น 95%

อภิปรายผล

สร้างแผนธุรกิจ Business Model Canvas เพื่อบริหารจัดการระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์เพื่อการสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในเขตจังหวัดนนทบุรี

ทำให้ได้แผนธุรกิจ Business Model Canvas ที่ประกอบด้วย 9 กิจกรรม คือ 1) กลุ่มลูกค้า 2) คุณค่าที่นำเสนอ 3) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า 4) สายสัมพันธ์กับลูกค้า 5) รูปแบบของรายได้ 6) ทรัพยากรที่มี 7) งานหลักที่ทำ 8) พันธมิตรหลัก และ 9) ต้นทุน

การประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ Business Model Canvas กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ เพื่อการสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในเขตจังหวัดนนทบุรี

ได้มุ่งเน้นคุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions) คือ เป็นระบบสารสนเทศที่อำนวยความสะดวกในการค้นหาตำแหน่งงานของผู้สมัครงาน อำนวยความสะดวกในการประกาศรับสมัครงานของผู้ประกอบการ และเป็นแหล่งให้ความรู้ เทคนิคการจัดการอุตสาหกรรมและบริการ เน้นกลุ่มลูกค้า (Customer Segment) คือ ประชาชนในชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) ผู้ประกอบการในจังหวัดนนทบุรี โดยมีช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรหลัก (Key Partnerships) เพื่อพัฒนาฝีมือแรงงาน เน้นใช้ทรัพยากรที่มี (Key Resources) เพื่อดูแลรักษาระบบเว็บไซต์ เน้นงานหลักที่ทำ (Key Activities) คือ รับข้อมูลความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการ และรับข้อมูลความต้องการทำงานของผู้สมัครงาน เน้นสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) โดยมีการติดตามผลลัพธ์การสมัคร และรับสมัครงาน มีการบริหารต้นทุน

(Cost Structure) ที่เป็นค่าจ้างพัฒนาระบบและค่าดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Wójcikiewicz et al. (2020) ที่ได้มีการประยุกต์ใช้ Business Model Canvas กับ E-platform สำหรับการท่องเที่ยวทางเรือ (Sailing Tourism) ให้มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายและทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้ด้วย ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือในการพัฒนาระหว่างหน่วยงานเอกชนและตัวแทนของสถาบัน และองค์กรระดับภูมิภาคในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ นอกจากนี้ Fritz และ Rodríguez (2022) ก็ได้นำเสนอ Community-Business Model Canvas สำหรับการทำให้เมืองทองคำขนาดเล็ก และงานฝีมือที่ปราศจากสารปรอทพบว่า ต้องอาศัยความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ส่งผลให้เกิดรูปแบบธุรกิจชุมชน และการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นสร้างอนาคตที่ยั่งยืนสำหรับช่างฝีมือ และคนงานเมืองขนาดเล็ก

การประเมินผลการประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ Business Model Canvas กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์เพื่อการสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในเขตจังหวัดนนทบุรี

ส่งผลให้ประชาชนที่ใช้งานเว็บไซต์ <https://jobwatu2.com/> มีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 1,933 บาท/เดือน (หรือเพิ่มขึ้น 21.13%) ซึ่งแตกต่างอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Aphibunyopas และ Klamsaengsai (2020) ที่ได้ประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ Business Model Canvas กับวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติหนองบัวแดง อำเภอหนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ พบว่า ส่งผลให้วิสาหกิจมีรายได้เพิ่มขึ้น 17%

สรุปผล

เนื่องจากผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนนทบุรีขาดแหล่งรับสมัครงานทางออนไลน์ที่เหมาะสม ทำให้

ยากต่อการเข้าถึงข้อมูลรับสมัครงานของประชาชน ส่งผลให้สถานประกอบการประสบกับภาวะขาดแคลนแรงงานในบางสาขาวิชาชีพ ได้แรงงานที่มีทักษะฝีมือที่ไม่ตรงกับความต้องการ ประกอบกับประชาชนในชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในการเดินทางไปหางาน สมัครงาน ส่งผลให้ประชาชนบางส่วนในชุมชนดังกล่าว ประสบกับภาวะขาดงานทำได้งานที่ไม่ตรงกับทักษะฝีมือและเวลาที่ว่าง งานวิจัยนี้จึงได้วิเคราะห์ SWOT ทำให้เห็นสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของชุมชนเอื้ออาทร แล้วนำผลลัพธ์ที่ได้มาสร้างกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix ส่งผลให้มีการศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการจัดหา จัดจ้างแรงงานตามความต้องการทำงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และตามความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนนทบุรี ทำให้ได้เว็บไซต์ <https://jobwatu2.com/> ผลการวิเคราะห์ 5 Forces Model ทำให้เห็นสถานะการแข่งขันทางการตลาดของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ Ansoff's Matrix ทำให้มีกรอบแนวคิดในการวางแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับการเติบโตของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain) ทำให้เข้าใจถึงบทบาทของแต่ละกิจกรรมว่ามีส่วนช่วยเหลือให้ระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี ก่อให้เกิดคุณค่าให้แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างไร ทำให้ได้แผนธุรกิจ Business Model Canvas ของระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกู่ 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี ที่ประกอบด้วย 9 กิจกรรม คือ 1) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) 2) คุณค่า

ที่นำเสนอ (Value Propositions) 3) ช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels) 4) สายสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) 5) รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams) 6) ทรัพยากรที่มี (Key Resources) 7) งานหลักที่ทำ (Key Activities) 8) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships) และ 9) ต้นทุน (Cost Structure) แล้วมีการประยุกต์ใช้แผนธุรกิจ BMC กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์เพื่อการสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกุฎี 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในเขตจังหวัดนนทบุรี ส่งผลให้ประชาชนที่ใช้งานเว็บไซต์ <https://jobwatku2.com/> มีรายได้เพิ่มขึ้น 21.13% ซึ่งคาดว่าจากผลสำเร็จดังกล่าว สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนเอื้ออาทรอื่น ๆ ในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรมุ่งเน้นประยุกต์ใช้กิจกรรมทั้งหมด

9 กิจกรรมในแผนธุรกิจ Business Model Canvas กับระบบสารสนเทศบนเว็บไซต์การสมัครงานของชุมชนเอื้ออาทร (วัดกุฎี 2) และรับสมัครงานของภาคธุรกิจ บริการในจังหวัดนนทบุรี

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมุ่งเน้นพัฒนา และปรับปรุงเว็บไซต์ให้เข้ากับประชาชนที่เป็นกลุ่มสังคมสูงวัยและสถานประกอบการที่ต้องการใช้แรงงานจากประชาชนกลุ่มดังกล่าว เนื่องจากสังคมสูงวัยเป็นแนวโน้มของสังคมที่กำลังเกิดขึ้นในประเทศไทย

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณประชาชนในชุมชนเอื้ออาทร (วัดกุฎี 2) ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนนทบุรี ภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ที่ได้ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือเป็นอย่างดี

References

- Ansoff, I. (1957). Strategies for diversification. *Harvard Business Review*, 35(5), 113-124. <https://archive.org/details/strategiesfordiversificationansoff1957hbr/mode/2up>
- Aphibunyopas, J., & Klamsaengsai, S. (2020). Business promotion and development of trading village: A case study of Nong Bua Daeng Organically-Dyed Weaving Group Community Enterprise, Nong Bua Daeng District, Chaiyaphum Province. *Journal of International and Thai Tourism*, 16(2), 1-21. [in Thai]
- Bluebik Group. (2021). *Create a strategy with TOWS Matrix*. <https://bluebik.com/th/blogs/2676> [in Thai]
- Department of Business Development. (2022). *Statistics data 2022*. https://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=1459 [in Thai]
- Department of Industrial Promotion. (2016). *5 forces analysis*. <https://bsc.dip.go.th/th/category/sale-marketing/sm-5forcesanalysis> [in Thai]
- Faculty of Agriculture, Chiang Mai University. (2015). *SWOT analysis*. <https://www.agri.cmu.ac.th/2017/files/download/หลักการวิเคราะห์%20SWOT.pdf> [in Thai]

- Fritz, M. C. M., & Rodríguez, L. S. J. (2022). Mercury-free artisanal and small-scale gold mining: Proposing a community-business model canvas. *The Extractive Industries and Society*, 9, 101039. <https://doi.org/10.1016/j.exis.2021.101039>
- Hassachu, M. (2020). *A study on analyzing the supply chain and value chain for developing the community enterprises and One Tambon One Product* [Master's thesis]. Silpakorn University. [in Thai]
- Longsheng, C., Shah, A. A. S., Solangi, A. S., Ahmad, M., & Ali, S. (2022). An integrated SWOT-multi-criteria analysis of implementing sustainable waste-to-energy in Pakistan. *Renewable Energy*, 195, 1438-1453. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2022.06.112>
- Nonthaburi Provincial Office. (2023). *Nonthaburi provincial development plan 5 years (2023-2027)*. <https://www.nonthaburi.go.th/Downloads/download.htm> [in Thai]
- Office of Knowledge Management and Development (Public Organization). (2013). *Business model Canvas*. http://www.okmd.or.th/upload/pdf/2561/eBook/TCA_book_2012_2013.pdf [in Thai]
- Thoucharee, S. (2024). Study of guidelines for website development for procurement and employment of labor according to the work needs of Uer Atom Community (Wat Ku 2) and according to the labor needs of entrepreneurs in Nonthaburi Province. In N. Sangwaranatee (Ed.), *The 7th Graduate School Conference* (pp. 514-524). Suansunandha Rajabhat University. <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/miniconference/article/view/4696> [in Thai]
- Wójcikiewicz, S. R., Wagner, N., Łapko, A., & Hącia, E. (2020). Applying the business model Canvas to design the e-platform for sailing tourism. *Procedia Computer Science*, 176, 1643-1651. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.09.188>



Name and Surname: Sedthapoom Thoucharee

Highest Education: Ph.D. (Industrial Engineering),
Ubon Ratchathani University

Affiliation: Department of Logistics Management,
Faculty of Industrial, Phranakhon Rajabhat University

Field of Expertise: General Management and Logistics and Supply
Chain Management