

แผนกลยุทธ์การตลาด ของธุรกิจ LAVABOO



แผนกลยุทธ์การตลาด ของธุรกิจ LAVABOO



การศึกษาอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



©2561
บุชาธรรม อุ๋นเรื้อน
สงวนสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนกลยุทธ์การตลาด ของธุรกิจ LAVABOO

ผู้วิจัย บุชาธรรม อุ่นเรือน

โดยพิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

[Redacted Signature]

(ดร.วราวรรณ เลาทะพลวัฒนา)

ผู้เชี่ยวชาญ

[Redacted Signature]

(อาทร พร้อมพัฒนภัก)

[Redacted Signature]

(ดร.กัญญา พัฒนวรพันธุ์)

รองคณบดีคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

วันที่ 31 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562

บุชาธรรม อุ๋นเรื้อน.หลักรสูตรการจั้ดการมหารบั้ณทิต สาขาวิชา

ความเป็นผู้ประกอบการ,

แผนกลยุทธ์การตลาด ของธุรกิจ LAVABOO (หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. วรวรรณ เลาหะพลวัฒนา

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำรายงาน ในการประกอบการทำแผนธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง และสามารถเป็นข้อมูลนำไปใช้เป็นแนวทางประกอบธุรกิจแอปพลิเคชันให้เกิดประสิทธิภาพและมั่นคงถาวร

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในพบว่า จุดแข็งของธุรกิจLAVABOO เป็นแอปพลิเคชันที่ ผู้ใช้บริการสามารถพิจารณาข้อมูลก่อนเลือกใช้น้ำได้เอง ซึ่งทำให้ปลอดภัยและสะดวกสบายต่อการใช้งาน จุดอ่อนคือประสบการณ์ยังน้อยจึงต้องมีการพัฒนาและติดตามระบบอย่างใกล้ชิด อุปสรรคคือในประเทศไทยจะยังไม่มีการทำแอปพลิเคชันในรูปแบบนี้ จึงคู่แข่งอาจเกิดขึ้น เราจึงต้องรับมือและปรับปรุงธุรกิจให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา โอกาสของธุรกิจLAVABOOเป็นแอปพลิเคชันที่ช่วยนักท่องเที่ยวในเรื่องการค้นหาห้องน้ำในสถานที่ต่างๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวก็มีเข้ามาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และยังมีโอกาสพัฒนาได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อีกด้วย

ธุรกิจLAVABOOเป็นแอปพลิเคชันที่ใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักจึงมีการนำเอากลยุทธ์ต่างๆที่สำคัญมาใช้ ประกอบด้วย PESTEL, 5-force model และ 7P's เพื่อนำมาวิเคราะห์ตลาด

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในหัวข้อ แผนกลยุทธ์การตลาด ของ ธรกิจ LAVABOO ที่เป็นแอปพลิเคชัน ชั้นนี้ ส่วนหนึ่งจะสำเร็จไม่ได้ หากขาดความร่วมมือในการสำรวจลงพื้นที่จริงและได้รับการให้ข้อมูลเชิงคุณภาพและคำตอบแบบสอบถามสำหรับของมลเชิงปริมาณ รวมถึงคณาจารย์ อาจารย์ และ บิดามารดาที่ปรึกษา ผู้ให้คำแนะนำเป็นอย่างดี เพื่อนร่วมทีมที่มีความสามัคคีและช่วยเหลือกันมาโดยตลอด สดทำยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ไม่มากนักน้อยต่อผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจด้านแอปพลิเคชันที่เกี่ยวกับการค้นหาห้องน้ำเพื่ออำนวยความสะดวก

บุชาธรรม อุ่นเรือน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 แนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ	1
1.1แนะนำธุรกิจ	1
1.2วิสัยทัศน์และพันธกิจ	1
1.3เป้าหมาย	1
1.4ที่มาของการจัดทำธุรกิจLAVABOO	2
บทที่ 2 วิธีการสำรวจและวิจัยข้อมูลลูกค้า	4
2.1ข้อมูลที่ต้องการสำรวจ	4
2.2ลักษณะของผู้ให้ข้อมูล	4
2.3เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	4
2.4ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	5
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ	8
3.1การวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจ	8
3.2การวิเคราะห์ สภาพการแข่งขันของตลาด	9
3.3การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTEL Analysis)	10
บทที่ 4 รูปแบบในการดำเนินธุรกิจ	12
4.1กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ Model Business Canvas	12
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	16
การวิเคราะห์ธุรกิจด้วยหลัก 7 P's	16
บทที่ 6 บทสรุป	20

ภาคผนวก

ธุรกิจLAVABOO

ซ

21

23



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 รูปแบบโลโก้	1
ภาพที่ 2.1 เป็นแบบสำรวจอายุของผู้มาเที่ยวย่านเยาวราช	5
ภาพที่ 2.2 เป็นภาพการสอบถามความยากง่ายในการหาห้องน้ำ	5
ภาพที่ 2.3 การเข้าใช้บริการตามแหล่งต่างๆในเยาวราช	6
ภาพที่ 2.4 แสดงถึงความต้องการเครื่องมือที่ช่วยในหาห้องน้ำให้ ง่ายขึ้นแก่ผู้มาเที่ยว	7



บทที่ 1

แนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ

1.1แนะนำธุรกิจ

ภาพที่1.1 รูปแบบโลโก้



LAVABOO เป็น ผู้ให้บริการ Application ที่ช่วยบริการให้ ผู้ใช้ สามารถ หาห้องน้ำ ได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และได้มาตรฐาน และ ยังรับโฆษณาสินค้าต่างๆ ตามที่ต้องการ ผ่านแอปพลิเคชัน LAVABOO

1.2วิสัยทัศน์และพันธกิจ

Vision เมื่อต้องการหาห้องน้ำ ต้องนึกถึง LAVABOO

Mission เป็นแอปพลิเคชันที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ในการหาห้องน้ำมากที่สุดในประเทศไทย

1.3เป้าหมาย

ระยะสั้น • สร้างการจดจำ “คิดจะหาห้องน้ำ ใช้ LAVABOO”

- เราจะทำให้ LAVABOO ครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยว Streetต่างๆในกรุงเทพฯ

- มียอดดาวน์โหลดแอปฯ 5.000ครั้งในเดือนแรกที่เปิดตัว และเติบโตขึ้นเรื่อยๆหนึ่ง เท่าตัวในทุกๆเดือน

ระยะยาว

- เราจะขยายแอปพลิเคชันให้ครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวในต่างจังหวัด เริ่มที่ อโยธยา พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และจะขยายต่อไปเรื่อยๆเพื่อให้ครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทย
- เป็นแอปพลิเคชันหาห้องน้ำที่ดีที่สุดในประเทศไทย (Market leader)

1.4 ที่มาของการจัดทำธุรกิจLAVABOO

เนื่องด้วยมีสมาชิกในบริษัทพบเจอปัญหาในการหาห้องน้ำตามสถานที่ท่องเที่ยว ในประเทศไทย อาทิ เช่น เยาวราช นักท่องเที่ยวจะค่อนข้างมีปัญหา ในเรื่องการใช้บริการห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวเช่น ไม่สะอาด หายาก และ ไม่ค่อยอำนวยความสะดวก

บริษัทเล็งเห็นความยากลำบากในการหาห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว เยาวราช ซึ่งค่อนข้างเป็นปัญหากับนักท่องเที่ยวที่ไปใช้บริการในย่านนั้น บริษัทจึงเห็นโอกาสในธุรกิจ จึงเกิดIdea เป็น application ที่รวบรวมห้องน้ำ ในเยาวราช เพื่อให้ผู้ใช้หาห้องน้ำได้สะดวก ได้มาตรฐาน และง่ายต่อการจ่ายอีกด้วย

บริษัทจึงพัฒนา Application ที่ชื่อว่า LAVABOO ที่เป็นแหล่งรวบรวมห้องน้ำ ใน ย่านเยาวราช เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเยาวราช

ในตัว Application นี้ จะแสดงเส้นทางไปยังห้องน้ำ และยังมีรายละเอียดมากมาย เช่น มีรูปภาพ ลักษณะห้องน้ำ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ทิชชู มีรีวิวจากผู้ที่เคยมาใช้ และราคาระบุไว้ ผู้ใช้สามารถผ่านจ่ายApplication นี้ได้เลย เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความมั่นใจ ในการใช้แอปพลิเคชันหาห้องน้ำของLAVABOO



บทที่ 2

วิธีการสำรวจและวิจัยข้อมูลลูกค้า

2.1 ข้อมูลที่ต้องการสำรวจ

ในการศึกษาการลงพื้นที่สอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการห้องน้ำของนักท่องเที่ยวประเภทข้อมูลที่ต้องใช้ประกอบด้วย

- 1.เพศ
- 2.อายุ
- 3.อาชีพ
- 4.ความสะดวกสบายในการหาห้องน้ำในเยาวราช
- 5.ความพึงพอใจในการใช้บริการในเยาวราช

6.หากมีแอปที่ช่วยหาห้องน้ำจะใช้หรือไม่LAVABOO ได้สอบถามนักท่องเที่ยวคนไทย และ นักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่มาเดินในละแวกนั้น

2.2 ลักษณะของผู้ให้ข้อมูล

ประชากรที่ศึกษาค้นคว้าในเรื่องนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจำนวน125คน พบเป็นผู้หญิง 75 คน ผู้ชาย48 คน และทรานเซกชั่น 2 คน อาชีพ: นักเรียน-นักศึกษา 84 คน / พนักงานออฟฟิศ 19 คน / อื่นๆอีก 22 คน –อายุ: 15-20 ปี 41 คน / 21-30 ปี 70 คน / 31-40 ปี 7 คน / 41-50 ปี 5 คน / 51-60 ปี 2 คน

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในครั้งนี้ ใช้เป็นแบบสอบถามผ่านระบบคิวบาร์โค้ด โดยการส่งแบบสอบถามไปยัง LINE และ ยังส่งเป็นLink



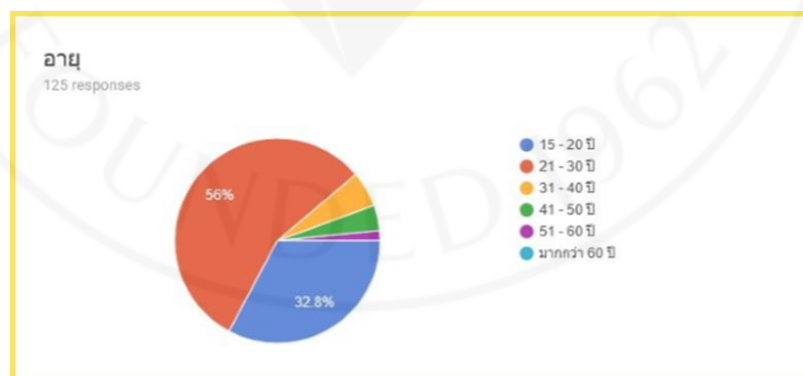
https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fdocs.google.com%2Fforms%2Fd%2Fe%2F1FAIpQLScpZgvqNGSiLgGiL_L5EEkI3CzORaHVMaeyxBvIJ5k2nLS0JA%2Fviewform%3Fusp%3Dpp_url%26fbclid%3DIwAR1Ze3z91ee_9mLyduc0qQZ2_oY56_mQpgbZR6TSDJnMDBM7MQ8DPpEK7wM&h=AT2YWFxc3yKbysXrUjmvR9MAeaMEHLRzkWbKfiuryCN1DMZ0-EeFauxOwn9LUeYADYNfSR43XPIEZmZl6sK8bKUQKGDrfYSYOLoTfXbd7wCGQiKbn4OoYofaKbDxAG6yCJ-IIQ

LAVABOO ได้ทำการลงพื้นที่บริเวณเยาวราช และทำการสอบถามปัญหาการหาห้องน้ำในแหล่งเยาวราช เป็นแบบสำรวจความสนใจในตัว Application ค้นหาห้องน้ำ ของ LaVaBoo

2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการสำรวจและสอบถามจากผู้มาเที่ยวจำนวน 125 คน

ภาพที่ 2.1 เป็นแบบสำรวจอายุของผู้มาเที่ยวย่านเยาวราช

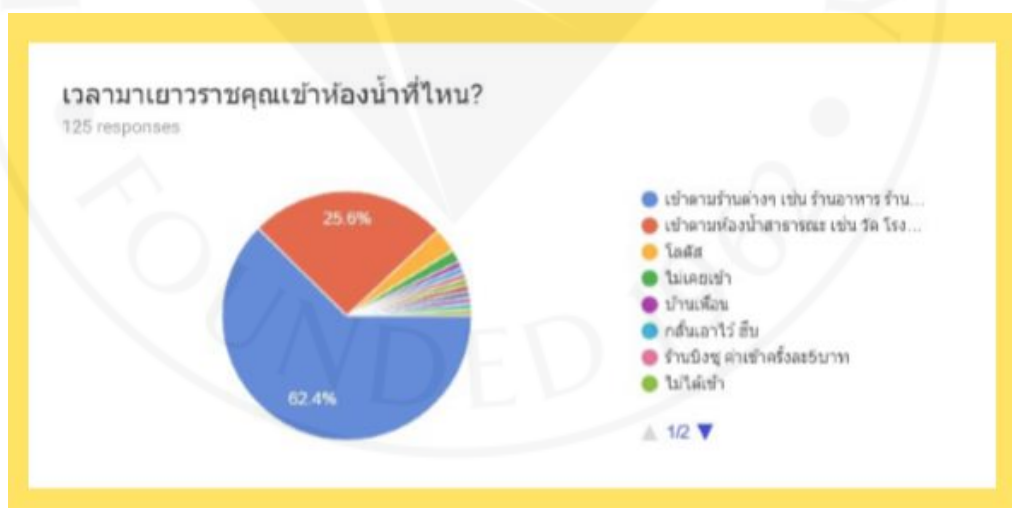


ภาพที่ 2.2 เป็นภาพการสอบถามความยากง่ายในการหาห้องน้ำ



มีการซักถามเกี่ยวกับการหาห้องน้ำการหาห้องน้ำที่เยวราชยากถึง93.6%จากผู้มาเที่ยวเยวราช

ภาพที่ 2.3 การเข้าใช้บริการตามแหล่งต่างๆในเยวราช

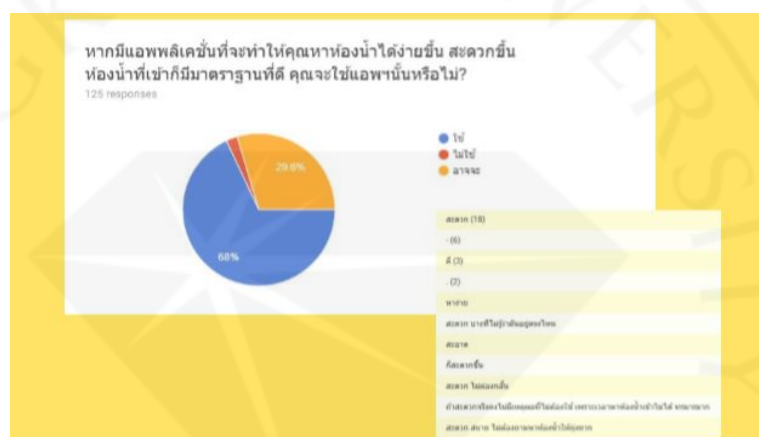


ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะเข้าไปใช้บริการตามร้านอาหาร ร้านกาแฟ แต่ก็ต้องเป็นลูกค้าถึงจะได้เข้าฟรีและส่วนมากก็ต้องจ่ายค่าเช่าห้องน้ำ และ บางครั้งก็ไม่ค่อยจะพึงพอใจมากซัก

เท่าไร เพราะการเสียเงินแต่ละครั้งก็ไม่ได้ได้รับความสะดวกสบาย หรือ มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกมากพอ

บางห้องน้ำ ก็ไม่สะอาด และ ต้องรอคนใช้บริการนานพอสมควร ห้องน้ำที่มีบริการฟรี ก็จะค่อนข้างหายากพอสมควร และไม่สะอาด

ภาพที่ 2.4 แสดงถึงความต้องการเครื่องมือที่ช่วยในหาห้องน้ำให้ง่ายขึ้นแก่ผู้มาเที่ยว



คำถามเพิ่มเติมที่เราได้ในการสอบถามค่อนข้างเป็นประโยชน์ ในการทำธุรกิจในระยะยาวอีกด้วย

บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ

3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจ

วิธีการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis

Strengths

- โหลดง่าย ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน
- อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้งาน
- เป็นแอปฯที่ User สามารถเลือกห้องน้ำได้เอง และสามารถพิจารณาข้อมูลก่อนเลือกใช้บริการ
- ปลอดภัยทั้งกับตัวผู้ใช้และผู้ให้บริการ เพราะมีข้อมูลของทั้งสองฝ่าย

Weakness

- ระบบที่จะควบคุม User และ Partner ให้ทำตามข้อกำหนดยังไม่ดีพอ
- ปัญหาระหว่าง ตัวแอปฯ User และ Partner ยังมีอยู่ เช่น จะทำอย่างไรหาก User และ Partner ชำระเงิน
- รับเงินโดยไม่ผ่านตัวแอปฯ ปัญหาตรงนี้จะต้องได้รับการแก้ไขต่อไป

Opportunities

- ไม่มีข้อจำกัดในการขยายตลาด เนื่องจากเราเป็นแอปพลิเคชันตัวกลาง ไม่ยึดติดกับสถานที่ใด สถานที่หนึ่ง ไม่ว่าจะเติบโตในไทยหรือต่างประเทศก็ทำได้
- เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวที่ประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ผู้ใช้งานต่างชาติก็มีแนวโน้ม เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

- เมื่อคนมีปัญหาในการหาห้องน้ำ เราจะเข้ามาแก้ไขและ
อำนวยความสะดวก

Threats

- ถึงแม้ในประเทศไทยจะยังไม่มีการทำแอปพลิเคชันใน
รูปแบบนี้ แต่คาดว่าในอนาคตจะมีคู่แข่งเกิดขึ้นอย่างแน่นอน

3.2 การวิเคราะห์ สภาพการแข่งขันของตลาด

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

จากการสำรวจ พบว่า ระดับการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน ยัง
ไม่เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขัน ไม่สูงมากนัก และผู้ใช้บริการ
แอปพลิเคชันในรูปแบบนี้ยังไม่มาก

อำนาจต่อรองของค้ค่า

ในเขตที่มีนักท่องเที่ยวมากแต่มีผู้ใช้งานน้อย ค้ค่าจะมี
อำนาจการต่อรองมาก แต่ถ้าเป็นในพื้นที่ที่มีผู้ใช้บริการมาก ก็จะมี
อำนาจการต่อรองน้อยในเขตเยาวราชค่อนข้างมีนักท่องเที่ยวมาก
ค้ค่าเรามีพอร์รองต่อนักท่องเที่ยว แต่ การค้นหาห้องน้ำในแหล่ง
เยาวราช ค่อนข้างหายาก เราจึงสร้างความสัมพันธ์กับPartnerที่
เป็นบ้านพัก ที่อยู่อาศัย ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ที่ต้องการ
หารายได้เสริมจากการให้บริการห้องน้ำ เราจึงมีข้อเสนอ ในการ
เป็นตัวแทนหลักค้าให้กับเขาและมีการแบ่งเงิน เปอร์เซ็นต์ และ ดิ
วเลอของเรายังได้รับผลประโยชน์อีกมากมาย เช่น ถ้าเป็นร้านค้า
เขาก็ได้ขายของไปด้วย เรายังมีการแนะนำห้องน้ำในที่ต่างๆว่าม
บริการอะไรพิเศษให้กับลูกค้า และ ถ้าหากเป็นบ้านพัก ที่ต้องการ
หารายได้เสริม ก็ยังสามารถหารายได้เสริมจากการขายสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น ทิชชู่ ได้อีกด้วย

อำนาจการต่อรองของลูกค้า

ในกิจการของบริษัท ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองสูง เพราะมีผู้ใช้บริการห้องน้ำที่ไม่เข้าร่วมกับบริษัท หรือ มีการพบเห็นผู้ให้บริการได้โดยง่าย

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

เนื่องจากเครื่องมือค้นหาห้องน้ำ ใน รูปแบบแอปพลิเคชันของบริษัทยังไม่มีสินค้าทดแทนอย่างจริงจัง แต่มีผู้ที่ให้บริการห้องน้ำแบบไม่เฉพาะทางอย่างบริษัท

ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่

ธุรกิจค่อนข้างน่าสนใจ คู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาธุรกิจที่มีเงินลงทุนมากจึงสามารถเข้ามาได้ง่าย แต่การรวบรวมผู้ให้บริการอาจจะเข้ามาได้ยากและค่อนข้างใช้เวลา

3.3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTEL Analysis)

3.3.1 ปัจจัยด้านการเมือง

ปัจจัยด้านการเมืองในกิจการของบริษัทมีผลตามนโยบาย startup ของรัฐบาล มีส่วนทำให้ธุรกิจประเภทนี้ได้รับการสนับสนุนด้านภาษี และ นโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ถือเป็นโอกาสที่ดีในทางธุรกิจ

3.3.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในกิจการของบริษัทถือว่ามีผลเป็นอย่างมากเพราะหากเศรษฐกิจไม่ดีการท่องเที่ยวก็จะทำให้การใช้งานแอปพลิเคชันลดลงไปด้วย

3.3.3 ปัจจัยด้านสังคม

ในกิจการของบริษัทไม่ได้มีผลกระทบนักเพราะการเข้าห้องน้ำถือเป็นเรื่องปกติเพียงแต่แอปพลิเคชันของเราเป็นตัวช่วยในการค้นหาและติดต่อห้องน้ำในที่ต่างๆ

3.3.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ในกิจการถือว่ามีผลกระทบมาก เพราะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนมาก และการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเป็นเรื่องง่ายใน

การใช้งานไปด้วยเช่นกัน การเข้าถึงระบบต่างๆจึงง่าย สะดวก และรวดเร็ว ทันสมัยเราจำเป็นต้องทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ทันยุค

3.3.5 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ในทางธุรกิจยังไม่ถือว่าเป็นผลกระทบมากเพราะในประเทศไทย ไม่มีมรสุม จัดอยู่ในพื้นที่ที่ที่ท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ไม่มีภัยทางธรรมชาติที่รุนแรง

3.3.6 ปัจจัยด้านกฎหมาย

ในทางธุรกิจจำเป็นต้องมีเรื่องกฎหมายเข้ามาเกี่ยวข้องกับแบบการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และความเป็นลิขสิทธิ์ในแอปพลิเคชัน



บทที่ 4

รูปแบบในการดำเนินธุรกิจ

4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ Model Business Canvas

<p>Key Partners -บ้านเช่า ในระแวก นั้น - ร้านอาหาร -ร้านกาแฟ -ร้านค้า ทั่วไป</p>	<p>Key Activities -บรีคค้นหา ห้องน้ำ -รับโฆษณา</p>	<p>Value Propositions Application ช่วยหา ห้องน้ำ ใช้ งานง่าย สะดวก รวดเร็วได้ มาตรฐาน</p>	<p>Customer Relationships มีการแจ้ง เตือนกิจกรรม ต่างๆให้กับ ลูกค้าผ่าน แอปพลิเคชัน -ติดต่อ24ชม</p>	<p>Customer Segments นักท่องเที่ยว ชาวไทย และ ต่างประเทศ</p>
	<p>Key Resources - ผู้เชี่ยวชาญ ด้าน Application -พวง การเงิน พวง ควบคุมดูแล</p>		<p>Channels -ผ่าน อินเทอร์เน็ต -Application App Store และ Android</p>	
<p>Cost Structure ค่าสร้างapplication , ค่า พนักงาน ดูแล , ค่า Ads</p>		<p>Revenue Streams -รายได้จากผู้ซื้อโฆษณาผ่าน Application -จากผู้ใช้appเมื่อซื้อเหรียญ</p>		

Value Propositions

สินค้าและบริการของเรานำเสนอคุณค่าอะไรให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ การที่จะทำให้ลูกค้าของเรากลับมาใช้บริการเรา หรือ นึกถึงเราเมื่อเกิดปัญหา ซึ่งสินค้าของเราจะประสบความสำเร็จได้นั้น เราต้องสามารถมอบคุณค่าจากสินค้าหรือบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรือการสร้างจุดแข็งที่แตกต่างจากสินค้าชนิดเดียวกัน

ธุรกิจ LAVABOO ลูกค้าสามารถเลือกห้องน้ำได้ด้วยตัวเอง โดยการค้นหาห้องน้ำ ใน Application จะโชว์รูปแบบห้องน้ำ เพื่อให้ลูกค้าเห็นก่อนเข้าใช้ และ Application ช่วยหาห้องน้ำ ยังแสดง ราคา และเส้นทาง เพื่อสบาย ง่าย สะดวก รวดเร็ว ต่อผู้มาเลือกใช้บริการ

Customer Segments

กลุ่มเป้าหมายหลัก • นักท่องเที่ยว ชาวไทย อายุ 15 - 40 ปี

กลุ่มเป้าหมายรอง • นักท่องเที่ยว Backpacker ชาวต่างชาติ อายุ 15 - 40 ปี

- นักท่องเที่ยวแบบ Tourist ชาวต่างชาติ อายุ 15 - 40 ปี

Customer Relationships

สำหรับการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ดี ย่อมให้ผลตอบแทนระยะยาวแก่ธุรกิจได้ สิ่งที่สำคัญคือการสร้างการบอกต่อ นำไปสู่การได้ลูกค้าใหม่ นำไปสู่การใช้ซ้ำ และสุดท้ายสามารถนำไปสู่การจงรัก

ภักดีในแบรนด์นั้นๆ (Brand Loyalty)

สำหรับธุรกิจ LAVABOO การสร้างลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่า มีการมอบสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าและทางแอฟพลีเคชัน

จะมีการแจ้งเตือนกิจกรรมต่างๆคอยเตือนลูกค้าและรับรีวิวกความพึงพอใจในการใช้บริการค้นหาห้องน้ำ ให้กับลูกค้าผ่านแอปพลิเคชัน และอีกทั้งยังมีบริการ ติดต่อสอบถาม 24 ชั่วโมง

Channels

ช่องทางการซื้อขายเป็นสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่ง เพื่อให้ลูกค้าของเราได้เข้าถึงและมาใช้บริการของเราได้สะดวก การมีช่องทางที่ดี จะนำพาลูกค้ามาหาเราได้มากมาย สำหรับช่องทางของธุรกิจ LAVABOO ลูกค้าสามารถ ดาวโหลดแอปพลิเคชัน ผ่านระบบ Android และ App Store นอกจากนี้ บริษัทจะมีช่องทางการสื่อสารผ่านทางช่องทางออนไลน์เพื่อให้บริการลูกค้าโดยช่องทางนี้ยังสามารถพูดคุยกับลูกค้า ตอบกลับข้อสงสัย หรือขอ Feedback จากลูกค้าได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

Key Activities

ในแต่ละธุรกิจจะมีกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไปเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบายสูงสุด การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าประทับใจแก่ลูกค้า

สำหรับธุรกิจLAVABOO บริการค้นหาห้องน้ำผ่านแอปพลิเคชัน เมื่อหาห้องน้ำยากระหว่างเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เราจัดการระบบให้สะดวกเข้าใช้บริการง่ายไม่ยุ่งยาก และยังรับโฆษณาสินค้าผ่านแอปพลิเคชันของเราอีกด้วย เพื่อเป็นอีกช่องทางให้กับกลุ่มลูกค้าได้เลือกใช้บริการ

Key Resources

ทรัพยากรเป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งเครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบ ที่ดิน เทคโนโลยีต่างๆ (Productive Resources) นอกจากนี้ทรัพยากรบุคคลทักษะความสามารถในระดับต่างๆ ความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากรแต่ละฝ่ายก็ถือเป็น Key Resources เช่นกัน

สิ่งที่ธุรกิจ LAVABOO จำเป็นก็คือ เงินทุน เพื่อจัดทำ แอปพลิเคชันและค่าใช้จ่ายต่างๆที่จำเป็นในการดำเนินงาน

ในด้านการผลิต บริษัทจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านแอปพลิเคชัน เพื่อเข้ามาสร้างระบบและดูแลเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทางบริษัทเรายังต้อง มีพนักงานเข้ามาช่วยในแผนกต่างๆ เพื่อให้บริษัทดำเนินกิจการไปได้อย่างไม่ติดขัด บริษัทจึงจัดจ้าง พนักงานการเงิน . พนักงานควบคุมดูแลแต่ละแผนก เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพและทันต่อลูกค้า เราจึงจะมีการฝึกอบรมเพิ่มทักษะให้ ความรู้กับทางพนักงาน

Key Partners

ในการทำธุรกิจ จำเป็นต้องมีพาร์ทเนอร์และพันธมิตรที่ดี ซึ่ง สามารถที่จะสนับสนุนให้ธุรกิจไปได้ไกลและมีคนคอยช่วยเหลือใน ด้านต่างๆได้ สำหรับธุรกิจ LAVABOO เป็นการให้บริการผ่าน Application บริษัทไม่มีพื้นที่ให้บริการห้องน้ำได้เอง พาร์ทเนอร์ ของเราก็คือผู้ให้บริการห้องน้ำในย่านนั้น จึงจำเป็นต้องใช้บริการ ห้องน้ำของพาร์ทเนอร์ เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านค้าทั่วไป

Cost Structure

แน่นอนว่าธุรกิจจำเป็นจะต้องเริ่มต้นและดำเนินไปด้วยทุน Cost Structure คือโครงสร้างของต้นทุนทั้งหมดที่ใช้ในการ ดำเนินธุรกิจ องค์กรที่มีความแข็งแกร่งด้านทุนมากเท่าไรในการ พัฒนาการธุรกิจให้ก้าวเดินต่อไปข้างหน้าได้มากเท่านั้น

เนื่องด้วยธุรกิจ LAVABOO ฟังก่อตั้ง การเริ่มต้นธุรกิจก็ จำเป็นที่ต้องใช้เงินทุนเพื่อนำไปเป็นต้นทุนในการสร้าง application พัฒนา และ ปรับปรุง เพื่อให้ธุรกิจ LAVABOO ได้ ดำเนินกิจการไปอย่างแข็งแกร่ง และ มั่นคง ก็ต้องมีบุคลากรที่ดี โดยมีค่าใช้จ่าย พนักงาน การดูแลระบบ และค่าจ้างพนักงาน แผนกต่างๆ

ในด้านการตลาด จะมีค่าใช้จ่ายโดยจะมีการว่าจ้างผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์มาเป็นที่ปรึกษาในการลงโฆษณาทางสื่อออนไลน์โฆษณา เพื่อเป็นที่รู้จัก แอปพลิเคชันมากขึ้นและมีโอกาสเพิ่มยอดขายเพิ่มขึ้น

Revenue Structure

รายได้ขององค์กร โดยองค์กรจะได้รับรายได้จากช่องทางใดบ้างขึ้นอยู่กับวิธีและประเภทของการทางธุรกิจ โดยจะต้องกำหนดที่มาของรายได้ให้ชัดเจน

- รายได้ในช่องทางแรกได้จากการเติมเงินเมื่อเข้าระบบของผู้มาใช้บริการเรียกว่า 'LAVA Coin' เงินที่ได้มาจากการเติมเหรียญนี้เข้ามาใช้หมุนเวียนในระบบและเมื่อมีการถอนเงินจากพาร์ทเนอร์เราจะหักเงินไว้ 35% เพื่อเป็นรายได้ให้กับบริษัท

- รายได้จากช่องทางที่สองคือการให้เช่าพื้นที่โฆษณาผ่าน Application

บทที่ 5

แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

การวิเคราะห์ธุรกิจด้วยหลัก 7 P's

Product Concept: ผู้ใช้บริการสามารถเลือกห้องน้ำองได้ ห้องน้ำสะอาด ปลอดภัย ได้รับความพึงพอใจ ส่วนผู้ให้บริการก็จะมีรายได้จากการให้บริการห้องน้ำ

Brand Name: LAVABOO (ลาวาบู) มากจากคำว่า 'Lavabo' (ลาวาโบ) ที่แปลว่าห้องน้ำ ในภาษาละติน

Slogan: "คิดจะหาห้องน้ำ ใช้LAVABOO"

Brand Personality: เป็นเพื่อนร่วมทาง ที่คุณรู้สึกสบายใจ
เมื่อมีเพื่อนคนนี้ไปด้วย

ระยะสั้น • สร้างการจดจำ “คิดจะหาห้องน้ำ ใช้ LAVABOO”

• เราจะทำให้ LAVABOO ครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยว Street
ต่างๆในกรุงเทพฯ • มียอดดาวน์โหลดแอปฯ 5.000 ครั้งในเดือน
แรกที่เปิดตัว และเติบโตขึ้นเรื่อยๆหนึ่ง เท่าตัวในทุกๆเดือน

ระยะยาว • เราจะขยายแอปพลิเคชันให้ครอบคลุมสถานที่
ท่องเที่ยวในต่างจังหวัด เริ่มที่ อโยธยา พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และ
จะขยายต่อไปเรื่อยๆเพื่อให้ครอบคลุมสถานที่ ท่องเที่ยวต่างๆใน
ประเทศไทย • เป็นแอปพลิเคชันหาห้องน้ำที่ดีที่สุดในประเทศไทย
(Market leader)

Product Differentiation: • มีการให้ข้อมูลที่จำเป็น •
ผู้ใช้บริการสามารถ review และให้ rate ห้องนํ้านั้นๆได้ เพื่อที่
ผู้ใช้งานคนต่อไปจะได้ใช้ข้อมูลใน การพิจารณาการเลือกใช้งาน
ห้องนํ้า ต่างๆ รวมถึง ทางแอปพลิเคชันเองก็สามารถนำข้อมูลไป
ใช้ใน การพัฒนาการบริการได้อีกด้วย • ในขณะเดียวกัน ผู้
ให้บริการห้องนํ้า (Partner) ก็สามารถ review และให้ rate
ผู้ใช้บริการห้องนํ้า นั้นๆได้เช่นกัน

Price แบ่งออกเป็น 3 ทาง

1.รายได้จากการซื้อเหรียญของผู้ใช้งาน

2.จากการให้เช่าพื้นที่โฆษณาบนหน้าแอปพลิเคชัน

LAVABOO

3.การให้แอปฯอื่นๆซื้อโฆษณาจากการแจก Free coins กับ
ผู้ใช้บริการ LAVABOO

Place แบ่งออกเป็น 2 อย่าง LAVABOO Application
ดาวน์โหลดได้ที่ App Store และ Google Play Store

LAVABOO Partner หรือ ห้องน้ำที่ให้บริการ จะพบได้ที่แหล่งท่องเที่ยวแนวStreet อีกทั้งยังหาห้องน้ำได้ยาก เช่น ย่านเยาวราช, ย่านตลาดพลู, ย่านโชคชัย4, ตลาดนัด วังหลัง เป็นต้น

Promotion ในช่วงแรกเราจะจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ การจดจำ ให้แก่ ลูกค้า เราจะมี การประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ และรู้จัก

1.สร้างช่องทาง Social media : Facebook และ Instagram เพื่อให้ข้อมูล สื่อสารกับผู้ใช้งาน รวมถึง ใช้เป็นช่องทาง ในการโฆษณาแอฟฯ ด้วยการโพสต์เนื้อหาที่มีความ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2.โฆษณาตามแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่นตามร้านต่างๆในเยาวราช เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้งาน

3.โฆษณาตามHOTEL เพื่อจับกลุ่มชาวต่างชาติด้วยการ แจกใบปลิวแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่มี Partnerของเราอยู่ และพร้อมแทรกเนื้อหาโฆษณาของแอฟพลิเคชันลงไปด้วย

People ทำการบันทึกข้อมูลผู้ใช้งาน และ คอยค้นหา อัปเดต ข้อมูล ห้องน้ำแหล่งใหม่ๆ เพื่อให้ทันต่อความต้องการและหาแนวทางการพัฒนาบริการของเรา จะมีการขยาย เพิ่มPartner เพิ่มขึ้น จากแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทย อาทิ เช่น ถนนข้าวสาร ตลาดพลู เป็นต้น

ทั้งยังสร้างความสัมพันธ์ให้กับด้านลูกค้า เมื่อลูกค้าใช้ บริการแอฟพลิเคชันของเรา จะมีการติดตามลูกค้า

Physical Evidence



เป็นพื้นหลังสีเหลือง ตัวหนังสือดำ เรียบง่าย เน้นการใช้สีเพื่อการจดจำ

Process

เรียบง่าย ไม่ยุ่งยากต่อการใช้งาน แสดงเส้นทาง และราคา เพื่อความชัดเจนและ สามารถเลือกใช้บริการตามรีวิวที่แสดงให้เห็นก่อนการให้บริการ

บทที่6 บทสรุป

ธุรกิจของบริษัทเป็นการให้บริการค้นหาห้องน้ำผ่านระบบ แอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาในการหาห้องน้ำ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของเราคือนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่15-40ปี โดยการลงพื้นที่รวบรวมข้อมูลในย่านเยาวราช ซึ่งเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวค่อนข้างมีปัญหามากในเรื่องการหาห้องน้ำ เราจึงเห็นโอกาสทางธุรกิจ และบริษัทคาดหวังว่า แอปพลิเคชันของเราจะเป็นผู้ให้บริการในการค้นหาห้องน้ำเป็นอันดับ1 ที่เป็นจุดให้บริการมากที่สุด

สรุปกลยุทธ์ ที่บริษัทใช้ในการดำเนินการคือ มีลงพื้นที่สำรวจประชากรหรือกลุ่มศึกษาครั้งนี้ ในย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

ได้ทำการลงพื้นที่และทำแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวบริเวณเยาวราช เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ และแผนกลยุทธ์ที่ทาง LAVABOO ได้นำมาใช้วิเคราะห์ คือ Marketing Mix ซึ่ง เครื่องมือต่าง ๆ ทาง การตลาดที่กิจการใช้เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย PESTEL, 5-force model และ 7P's คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) รูปลักษณ์ การรับรู้แบรนด์ (Physical Evidence) และ กระบวนการ(Process)



ภาคผนวก



ธุรกิจLAVABOO

1.1แบบสอบถาม

**แบบสำรวจการให้บริการ
ห้องน้ำในย่านเยาวราช**

จัดทำโดยนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(แบบสอบถาม Users)

*จำเป็น

เพศ (Sex) *

เลือก

อาชีพ *

เลือก

อายุ *

เลือก

ถัดไป

**แบบสำรวจการให้บริการห้องน้ำใน
ย่านเยาวราช**

จัดทำโดยนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(แบบสอบถาม Users)

**ห้องน้ำย่านเยาวราชหายากหรือ
ง่าย? ***

ยาก

ง่าย

**เวลามาเยาวราชคุณเข้าห้องน้ำ
ที่ไหน? ***

เข้าตามร้านต่างๆ เช่น ร้านอาหาร
ร้านค้าแฟ ร้านขนม เป็นต้น

เข้าตามห้องน้ำสาธารณะ เช่น วัด
โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น

อื่นๆ:

**ห้องน้ำที่คุณเคยใช้บริการแบบฟรี
คุณพอใจหรือไม่? ***

พอใจ

ไม่พอใจ

เฉยๆ

เพราะอะไร? *

คำตอบของคุณ

**ห้องน้ำที่คุณเคยใช้บริการแบบ
จ่ายเงิน คุณพอใจหรือไม่? ***

พอใจ

ไม่พอใจ

เฉยๆ

อื่นๆ:

**แบบสำรวจการให้บริการ
ห้องน้ำในย่านเยาวราช**

*จำเป็น

สำรวจความสนใจ

จัดทำโดยนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(แบบสอบถาม Users)

**ส่วนตัวคุณใช้แอปพลิเคชันอะไร
บ้างบนมือถือ? ***
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แอปฯเดินทาง เช่น Google Maps,
Grab, Uber

แอปฯท่องเที่ยว เช่น Traveloka,
Airbnb, Booking.com

แอปฯเดลิเวอรี่ LINE MAN,
Foodpanda, Lalamove

อื่นๆ:

เวลามาเขาวราชคุณเข้าห้องน้ำ
ที่ไหน? *

- เข้าตามร้านต่างๆ เช่น ร้านอาหาร
ร้านกาแฟ ร้านขนม เป็นต้น
- เข้าตามห้องน้ำสาธารณะ เช่น วัด
โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น
- อื่นๆ:

คุณเสียเงินค่าเข้าหรือไม่? ในกรณี
ที่คุณไม่ใช่ลูกค้าของร้านนั้นๆ *

- เสีย
- ไม่เสีย
- เสียบ้างไม่เสียบ้าง

หากเสีย คุณต้องจ่ายเงินเท่าไร?

- 5 - 10 บาท
- 11 - 20 บาท
- _____

หากมีแอปพลิเคชันที่จะทำให้คุณ
หาห้องน้ำได้ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น
ห้องน้ำที่เข้าก็มีมาตรฐานที่ดี คุณ
จะใช้แอปพานั้นหรือไม่? *

- ใช่
- ไม่ใช่
- อาจ
จะ
- อื่นๆ:

เพราะอะไร? *

คำตอบของคุณ

หากตัวแอปพลิเคชันคิดค่าบริการ
ห้องน้ำต่อครั้ง คุณคิดว่าต้องจ่าย
เท่าไรจึงจะเหมาะสม? *

- 5 - 10 บาท
- 11 - 20 บาท
- _____

แบบสำรวจการให้บริการ
ห้องน้ำ ในย่านเขาวราช

ประสบการณ์การท่องเที่ยว

จัดทำโดยนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(แบบสอบถาม Users)

มีสถานที่อื่นอีกไหม? ที่คุณคิด
ว่าการหาห้องน้ำนั้นยากเหลือเกิน
เช่น ตลาดวังหลัง ตลาดพลู เป็นต้น

คำตอบของคุณ

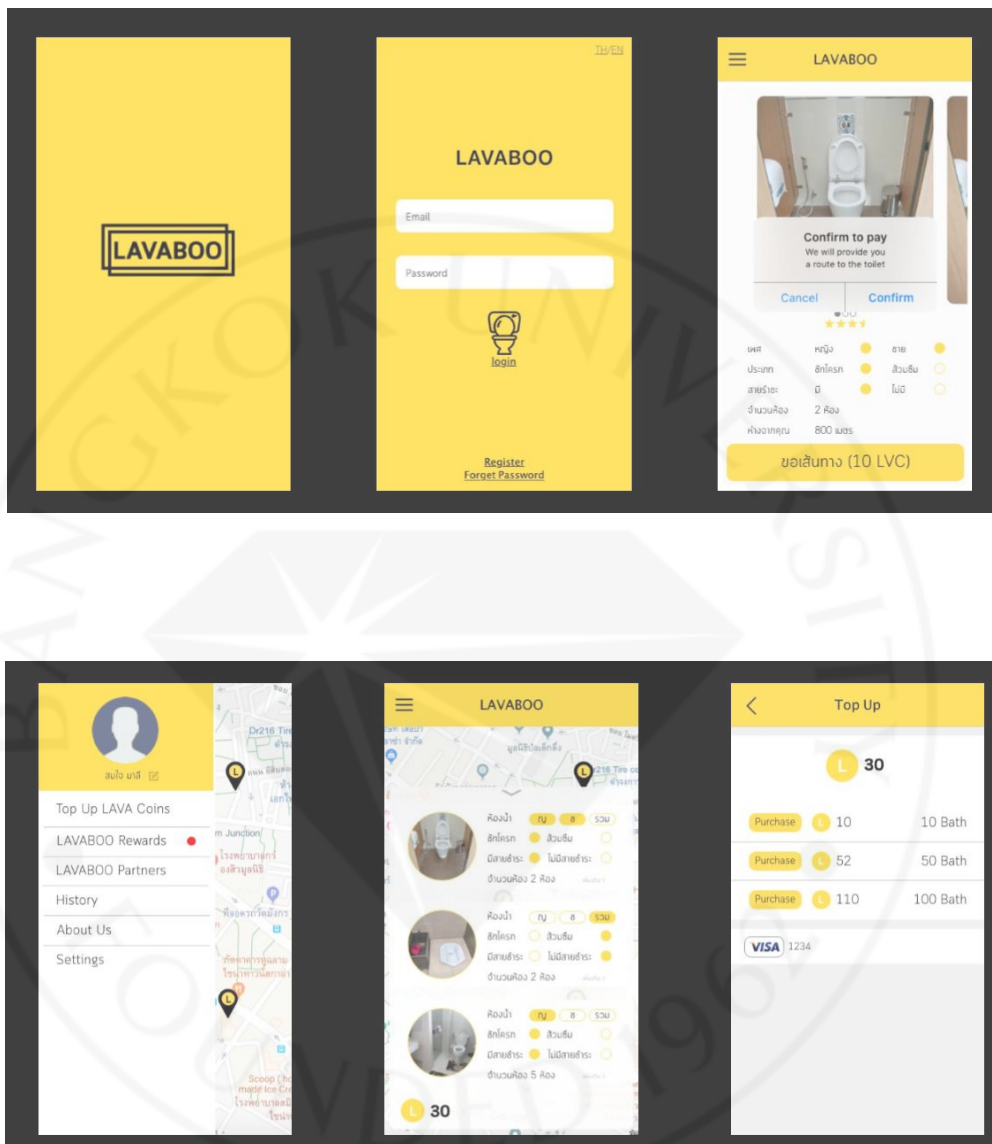
ข้อเสนอแนะ

คำตอบของคุณ

กลับ

ส่ง

1.2รูปแบบระบบการใช้งานของApplication LAVABOO



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....
ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... ปชาธรธรรม อนุเรือน อยู่บ้านเลขที่ 104 ฉ.14
ซอย..... - ถนน..... มณฑลธรรม ตำบล/แขวง เมืองทอง
อำเภอ/เขต..... สาธิตไทย จังหวัด..... ศรีสะเกษ รหัสไปรษณีย์..... 33160

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว.....

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

คณะ การสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว ในงานสารนิพนธ์ / วิทยานิพนธ์หัวข้อ.....

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด

ระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่

ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนางาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดย

จะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน

ลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ

บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ

ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้

ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ

อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาว มุขฉมม คุ้มใจเย็น)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อัษฎฐิภา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.กัญจนา พัฒนวรพันธ์)
รองคณบดีคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ลงชื่อ.....พยาน
(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภาค)
ผู้อำนวยการหลักสูตร