

“หลักสูตร การวางแผนธุรกิจ และกลยุทธ์ การตลาดโดยรูปแบบ” Business Model Canvas

หลักการและเหตุผล

องค์กรที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic planning) ทั้งนี้เนื่องจากแผนกลยุทธ์จะเป็นแนวทางที่ให้ผู้บริหารองค์กรดำเนินการได้อย่างมีทิศทาง คือ มุ่งสู่ความสำเร็จขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้บริหารสูงสุดจะต้องกำหนดนโยบายในขณะที่ผู้บริหารทุกระดับจะต้องร่วมกันในการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ขององค์กรวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ตัวชี้วัดความสำเร็จ กลยุทธ์ และแผนงานโครงการเข้ามารองรับ เห็นได้ว่าจะมีการบริหารจัดการแตกต่างในแต่ละระดับ ดังนั้นผู้บริหารในแต่ละระดับจึงมีหน้าที่และความรับผิดชอบแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้บริหารระดับสูงจะมีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับนโยบายและแผนขององค์กรโดยรวม (overall policy and plan) ส่วนผู้บริหารระดับกลางจะมีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับนโยบายและแผนขององค์กรในลักษณะนโยบายย่อยหรือแผนย่อย เช่น แผนเฉพาะด้าน การกำหนดรายละเอียดของนโยบายและแผนรวมขององค์กร เป็นต้น ส่วนผู้บริหารระดับต้นจะมีหน้าที่และความรับผิดชอบในแผนปฏิบัติการ การจัดทำโครงการ การกำหนดรายละเอียดของกิจกรรมของแผนและโครงการ เป็นต้น

การวางแผนกลยุทธ์นั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดก่อนตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์คือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร นั่นคือผู้บริหารจะต้องวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths)และจุดอ่อน (Weaknesses)ที่มีอยู่ขององค์กร อาทิโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรอันได้แก่ ชื่อเสียง (Reputation) ความเก่าแก่และเป็นที่เชื่อถือยอมรับ (Well-Establishment And Esteem)หรือปรัชญาและคุณค่าขององค์กรนั้นๆ ความสามารถในการระดมทุน ความคล่องตัวในการดำเนินงาน สินทรัพย์ที่มั่นคง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี ความสามารถในการขยายกิจการ การวิจัยและพัฒนา ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกในเรื่องของโอกาสและสิ่งคุกคามสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ (Set Objectives)ในการวางแผนกลยุทธ์

บริษัท เอ ซี ที อินเทลลิเจนท์ จำกัด เล็งเห็นถึงความสำคัญจึงได้จัดทำหลักสูตรเพื่อผู้บริหารองค์กรในบทบาทการเป็นผู้กำหนดนโยบายเชิงกลยุทธ์(Strategic Policy) และจัดทำแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) ขึ้นมาและแนวทางการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ ซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่จะบ่งชี้ถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของแผนงาน

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

- 1) เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์
- 2) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้เข้าใจและสามารถเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ เพื่อใช้ในการวางแผน
- 3) เพื่อรู้วิธีและเครื่องมือที่จำเป็นในการปรับปรุงแผนงานการตลาดเพื่อสร้างรายได้อย่างยั่งยืน
- 4) เข้าใจองค์รวมของการวางแผนการปฏิบัติการและการควบคุมธุรกิจ

ประเด็นสำคัญ

- กระบวนการวางแผนกลยุทธ์
- องค์ประกอบของการจัดทำแผน
- ส่วนประกอบพื้นฐานของแผนกลยุทธ์
- กระบวนการวางแผนกลยุทธ์
- วิธีการจัดทำแผนธุรกิจ แบบ Canvas Methodology
- การจัดทำ Workshop

วิธีการสัมมนา บรรยาย, การนำเสนอ, Workshop

ระยะเวลา 2 วัน วันละจำนวน 6 ชั่วโมง เวลา 9.00 – 16.00 น.

กลุ่มเป้าหมาย เจ้าของกิจการ / ผู้บริหารระดับสูง / ผู้จัดการการตลาด / ผู้จัดการขาย /
เจ้าหน้าที่วางแผนธุรกิจทั่วไป

วิทยากร อ.ชัยยะ ไชยาคม หรือ ดร.พิสิษฐ์ ธนาโชติอนันต์กุล

กำหนดการ

วันที่ 1

- 08.30-09.00 ลงทะเบียน และเปิดการอบรม
- 09.00-12.00
- คำจำกัดความกลยุทธ์
 - การรู้จักกระบวนการวางแผนกลยุทธ์
 - องค์ประกอบหลักของแผนกลยุทธ์
 - การทบทวนวิสัยทัศน์
 - การทบทวนพันธกิจ และวัตถุประสงค์
 - เรียนรู้ทำไมการวางแผนกลยุทธ์ถึงมีผลกระทบต่อการเติบโตขององค์กร
- 12.00-13.00 พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-16.00
- ส่วนประกอบพื้นฐานของแผนกลยุทธ์
 - คำแถลงพันธกิจ
 - คำแถลงวิสัยทัศน์
 - คำแถลงคุณค่าองค์กร
 - การวิเคราะห์จุดอ่อน, จุดแข็ง, โอกาส และภัยคุกคาม/ การวิเคราะห์การเติบโตขององค์กร
 - การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน/ฝั่งไดอะแกรมเพชร
 - วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์
 - กลยุทธ์
 - การกำหนดเป้าหมายระยะสั้น และการกำหนดความสำคัญ
 - แผนดำเนินการ
 - การวัดผลงาน
 - กระบวนการวางแผนการตลาดกลยุทธ์
 - กลยุทธ์การตลาด
 - เครื่องมือที่ต้องใช้
 - การเพิ่มจำนวนลูกค้า

วันที่ 2

- 09.00-12.00 - **วิธีการจัดทำแผนธุรกิจ Canvas Methodology**
- เข้าใจแนวคิดการเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - เข้าใจเรื่องการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์
 - การสร้างลูกค้าสัมพันธ์
 - การดำเนินการส่งมอบผลิตภัณฑ์
 - การสร้างกระแสรายได้ขององค์กร
 - การดำเนินกิจกรรมเพื่อสนับสนุน
 - การจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ
 - การสร้างเครือข่ายสนับสนุน
 - การจัดทำโครงสร้างต้นทุน
- 12.00-13.00 **พักรับประทานอาหารกลางวัน**
- 13.00-16.00 - **การจัดทำ Workshop**
- เพื่อหารูปแบบธุรกิจปัจจุบัน
 - วิเคราะห์ SWOT
 - จัดทำรูปแบบธุรกิจในอนาคต
- **การนำเสนอรูปแบบธุรกิจในอนาคต**
 - **สรุปผล และให้ข้อคิดเห็น**
 - **การจัดทำแผนปฏิบัติการ**
 - **การจัดทำดัชนีตัวชี้วัด**
 - **การจัดองค์กรด้านการตลาด**
 - **การควบคุมผลดำเนินการทางการตลาด**