

โครงการจัดทำระบบบริหารทุนมนุษย์  
(**HUMAN CAPITAL MANAGEMENT: HCM**)  
และระบบการจัดการความรู้ และนวัตกรรม  
(**KNOWLEDGE MANAGEMENT AND  
INNOVATION MANAGEMENT**)

# องค์การสวนพฤกษศาสตร์

หัวข้อการจัดการความรู้และนวัตกรรม

แนวทางแผนยุทธศาสตร์  
การบริหารทุนมนุษย์  
และการจัดการความรู้  
นวัตกรรม ตัวแบบธุรกิจ  
(**BUSINESS MODEL CANVAS**)

---

**BY KMCC**



โครงการจัดทำระบบบริหารทุนมนุษย์ (Human Capital Management : HCM)  
และระบบการจัดการความรู้ และนวัตกรรม(Knowledge Management and Innovation Management)

องค์การสวนพฤกษศาสตร์

แนวทางแผนยุทธศาสตร์ การบริหารทุนมนุษย์ และการจัดการความรู้ นวัตกรรม ตัวแบบธุรกิจ (Business Model Canvas)

องค์การสวนพฤกษศาสตร์

# The Business Model Canvas

องค์การสวนพฤกษศาสตร์ # 1 (การสร้างความรู้)

วัน เดือน ปี

19 มกราคม 2564

Primary Canvas

Alternative Canvas

<p><b>6. Key Partners</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>มหาวิทยาลัย</li> <li>สถาบันวิจัยด้านพฤกษศาสตร์ระดับสากล</li> <li>สวนพฤกษศาสตร์ต่างประเทศ</li> <li>สวนพฤกษศาสตร์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และจีน</li> <li>สวนพฤกษศาสตร์ในประเทศที่ไม่ได้สังกัดองค์การสวนพฤกษศาสตร์</li> <li>บริษัทเอกชนด้านพฤกษศาสตร์ด้านเทคโนโลยีชีวภาพ</li> <li>พื้นที่อนุรักษ์ทั้งภายในและต่างประเทศ</li> </ol>	<p><b>7. Key Activities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>กระบวนการศึกษา ค้นคว้า วิจัย</li> <li>กระบวนการจัดแสดง</li> <li>กระบวนการใช้ห้องปฏิบัติการ</li> <li>กระบวนการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่ออนุรักษ์</li> </ol>	<p><b>1. Value Proposition</b></p> <p><b>การสร้างความรู้</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>งานด้านการศึกษา ค้นคว้า วิจัย เพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ (อนุสิทธิบัตร และงานวิจัยด้านต่าง ๆ ที่ใช้ประโยชน์)</li> <li>งานหอพรรณไม้</li> <li>ห้องปฏิบัติการที่มีเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย</li> <li>งานด้านการอนุรักษ์</li> </ol>	<p><b>4. Customer Relationships</b></p> <p>การเข้าร่วมสมาคมทางวิชาการต่าง ๆ การดำเนินการรูปแบบ Co operative กับมหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกลุ่มพฤกษศาสตร์การทำงานวิจัยร่วมกัน</p>	<p><b>2. Customer Segments</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>นักวิชาการ นักพฤกษศาสตร์ในประเทศไทย</li> <li>นักวิชาการ นักพฤกษศาสตร์ในต่างประเทศ</li> <li>นักศึกษา สถาบันการศึกษา</li> <li>ประชาชนผู้สนใจงานพฤกษศาสตร์</li> <li>ผู้ประกอบการ</li> </ol>
<p><b>9. Cost Structure</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ต้นทุนการบริหารจัดการ</li> <li>ต้นทุนทุนมนุษย์</li> </ol>	<p><b>5. Revenue Streams (นอกจากรายได้สนับสนุนจากภาครัฐ)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ทุนวิจัยจากสถาบันที่สนับสนุนทั้งภายในและนอกประเทศ</li> <li>การจัดงานประชุมทางวิชาการระดับนานาชาติ</li> <li>อนุสิทธิบัตร</li> <li>งานวิจัยที่ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์</li> <li>งานบริการวิชาการ</li> <li>งานฟื้นฟู คืนถิ่น อนุรักษ์ (เช่น CSR)</li> </ol>			

<p><b>6. Key Partners</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>มหาวิทยาลัย</li> <li>สถาบันการศึกษา</li> <li>สถาบันวิจัยด้านพฤกษศาสตร์ระดับสากล</li> <li>สวนพฤกษศาสตร์ต่างประเทศ</li> <li>สวนพฤกษศาสตร์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และจีน</li> <li>สวนพฤกษศาสตร์ในประเทศ ที่ไม่ได้สังกัดองค์การสวนพฤกษศาสตร์</li> <li>บริษัทเอกชนด้านพฤกษศาสตร์ด้านเทคโนโลยีชีวภาพ</li> </ol>	<p><b>7. Key Activities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมประชาสัมพันธ์</li> <li>กิจกรรมการให้ความรู้</li> <li>กิจกรรมการดูแล บริหารจัดการ พิพิธภัณฑ์ ห้องสมุด และศูนย์ข้อมูลพืช โรงเรือนเพาะชำ</li> <li>กระบวนการเข้าถึงข้อมูลและจัดเก็บรายได้แบบ Sub Subscription base</li> </ol>	<p><b>1. Value Proposition</b></p> <p><u>แหล่งความรู้</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>การจัดการสวนพฤกษศาสตร์ (Botanical Garden Management)</li> <li>โรงเรือนเพาะชำ (Nursery) – โรงเรือนจัดแสดง**</li> <li>ศูนย์ข้อมูลพืช (Plant Information Center)</li> <li>ห้องสมุด (Library)</li> <li>พิพิธภัณฑ์</li> <li>การให้ความรู้ (Education)</li> </ol>	<p><b>4. Customer Relationships</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>การสร้างระบบ Customer Subscription Base เพื่อให้ผู้สนใจสมัครเป็นสมาชิกเพื่อเข้าถึงข้อมูลในระดับที่ลึกขึ้น</li> <li>กิจกรรมทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์</li> </ol>	<p><b>2. Customer Segments</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>นักพฤกษศาสตร์</li> <li>ประชาชนทั่วไป</li> <li>นักเรียน นักศึกษา และสถาบันการศึกษา</li> <li>นักวิจัยด้านพฤกษศาสตร์</li> <li>ผู้ที่ต้องการใช้ข้อมูลเพื่องานวิจัย หรือทำงาน (สวนไม้สวนพฤกษศาสตร์จากทั่วโลก)</li> </ol>
<p><b>8. Key Resources</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>นักวิชาการ</li> <li>พิพิธภัณฑ์</li> <li>ข้อมูลพืช</li> <li>ห้องสมุด</li> <li>นักการศึกษา สื่อความหมาย (Educators)</li> </ol>		<p><b>3. Channels</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Social Media</li> <li>Website</li> <li>การติดต่อโดยตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (สถาบันการศึกษา)</li> <li>YouTube Channel</li> </ol>		
<p><b>9. Cost Structure</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ โรงเรือนเพาะชำ ห้องสมุด</li> <li>ต้นทุนการบริหารจัดการ</li> <li>ต้นทุนทุนมนุษย์</li> </ol>		<p><b>5. Revenue Streams (นอกจากรายได้สนับสนุนจากภาครัฐ)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>การจัดการฝึกอบรม ด้านพฤกษศาสตร์</li> <li>การจัดค่ายเยาวชน และให้ความรู้ด้านพฤกษศาสตร์</li> <li>การจัดกิจกรรมทางวิชาการ</li> <li>การจัดเก็บค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ห้องสมุด ศูนย์ข้อมูล และ โรงเรือนเพาะชำ</li> <li>การจัดเก็บค่าใช้จ่ายบริการศูนย์ข้อมูล กับนักวิจัยต่างๆ ในรูปแบบ Sub Subscription</li> <li>การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เชิงสั้นทางการ</li> </ol>		

# The Business Model Canvas

องค์การสวนพฤกษศาสตร์ # 3 (การเผยแพร่ความรู้ และกิจกรรมเชิงพาณิชย์)

วัน เดือน ปี  
19 มกราคม 2564

Primary Canvas  
 Alternative Canvas

<p><b>6. Key Partners</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย</li> <li>2. สมาคมการท่องเที่ยว</li> <li>3. สมาคมโรงแรม</li> <li>4. หน่วยงานเกี่ยวกับการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ</li> <li>5. บริษัท จัดฝึกอบรมและสัมมนา</li> </ol>	<p><b>7. Key Activities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การดูแลนักท่องเที่ยว</li> <li>2. การดูแลและบำรุงรักษาสถานที่</li> <li>3. การประชาสัมพันธ์กลุ่มบริษัทเป้าหมาย</li> <li>4. การบริการลูกค้า</li> <li>5. การบริหารศูนย์ฝึกอบรม (Hospitality Management)</li> </ol>	<p><b>1. Value Proposition</b></p> <p><b>การเผยแพร่ความรู้ และกิจกรรมเชิงพาณิชย์</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ศูนย์ฝึกอบรมสัมมนา</li> <li>2. กิจกรรมการหารายได้จากการใช้ประโยชน์จากพื้นที่สวนพฤกษศาสตร์</li> </ol>	<p><b>4. Customer Relationships</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กิจกรรม CRM สำหรับกลุ่มบริษัทลูกค้า (อาทิ การจัดงานเพื่อนำเสนอความสวยงามของสวนพฤกษศาสตร์)</li> <li>2. การใช้เทคโนโลยีสร้าง Edutainment กับผู้มาเยี่ยมชม (นักท่องเที่ยว)</li> </ol>	<p><b>2. Customer Segments</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. นักท่องเที่ยว</li> <li>2. ประชาชนทั่วไป</li> <li>3. บริษัทผลิตสื่อ อาทิ บริษัทผลิตสื่อโฆษณา ภาพยนตร์</li> </ol>
<p><b>9. Cost Structure</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การบริหารจัดการพื้นที่ (ความสะอาด การบำรุงรักษา เป็นต้น)</li> <li>2. ต้นทุนการบริหารจัดการ</li> <li>3. ต้นทุนทุนมนุษย์</li> </ol>	<p><b>8. Key Resources</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สถานที่สวนพฤกษศาสตร์ทั้ง 5 แห่ง</li> <li>2. บุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงาน</li> <li>3. งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ</li> </ol>		<p><b>3. Channels</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Social Media</li> <li>2. Website</li> <li>3. การติดต่อโดยตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (บริษัท)</li> <li>4. Botanic Application</li> </ol>	<p><b>5. Revenue Streams (นอกจากรายได้สนับสนุนจากภาครัฐ)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การให้บริการพื้นที่สำหรับการถ่ายทำโฆษณา ภาพยนตร์ สื่ออื่นๆ</li> <li>2. การบริการศูนย์ฝึกอบรม ให้แก่บริษัทในการจัดสัมมนา ฝึกอบรม</li> <li>3. ค่าธรรมเนียมการเข้าเยี่ยมชม</li> <li>4. การบริหารสินทรัพย์ (ร้านอาหาร ร้านค้าต่างๆ การเช่าพื้นที่ของเครือข่ายมือถือ)</li> <li>5. ผลิตภัณฑ์จากงานวิจัยเชิงพาณิชย์ ที่อยู่ในตราสินค้าขององค์การ (Botanic Brand)</li> <li>6. ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ต้นไม้ พันธุ์ไม้ขององค์การสวนพฤกษศาสตร์</li> </ol>





**WE  
DRIVE  
YOUR  
SUCCESS**

**ROOM NO.205-6,2/F ICON PARK HOTEL, NO.310 MANEENOPPRAT RD,  
SRIPHOOM SUB-DISTRICT, MUANG CHIANGMAI DISTRICT, CHIANGMAI 50200  
TEL: +669 9489 6446 LINE ID: SIWAKON.S**