

# Review BMC

## “DOAE Farmer Market Managers”

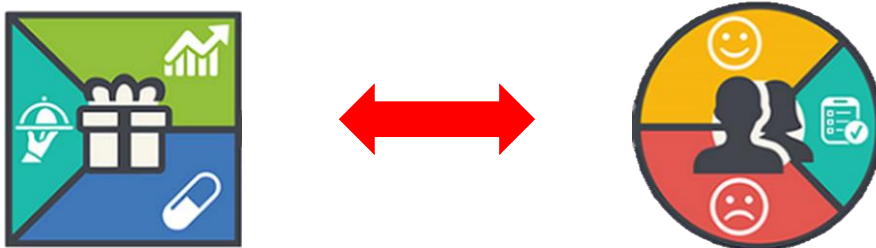
อ.พิไลลักษณ์ พิชัยรัตน์  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
วันจันทร์ที่ 26 พฤศจิกายน 2561

1

Review BMC  
“DOAE Farmer Market Managers”

# Business Model Canvas

2



- ต้องสนอง**ความต้องการ**ของกลุ่มเป้าหมาย
- ต้อง**ช่วยแก้ปัญหา**ของกลุ่มเป้าหมายได้

3

# 4 Questions

# 9 Boxes

4

# 4 Questions

<b>WHO ?</b>	ทำให้ใคร ?
<b>WHAT ?</b>	ทำอะไร ?
<b>HOW ?</b>	ทำอย่างไร ?
<b>MONEY ?</b>	คุ้มหรือไม่ ?

5

# 9 Boxes

8.	6.	2.	4.	1.
	7.		3.	
9.		5.		

6

# ตัวอย่าง

7

## 1. WHO ?



## 2. WHAT ?



## 3. HOW ?








## 4. MONEY ?













8

**Review BMC**  
 "DOAE Farmer Market Managers"

<p><b>8</b></p> 	<p><b>6</b></p> 	<p><b>2</b></p> 	<p><b>4</b></p> 	<p><b>1</b></p> 
	<p><b>7</b></p> 		<p><b>3</b></p> 	
<p><b>9</b></p> 	<p><b>5</b></p> 			

9

**Review BMC**  
 "DOAE Farmer Market Managers"

<p><b>8.KP</b></p> 	<p><b>6.KA</b></p> 	<p><b>2.VP</b></p> 	<p><b>4.CR</b></p> 	<p><b>1.CS</b></p> 
	<p><b>7.KR</b></p> 		<p><b>3.CH</b></p> 	
<p><b>9.C\$</b></p> 		<p><b>5.R\$</b></p> 		

10



1.กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย  
(Customer Segments : **CS**)



2.คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่สร้าง  
และส่งมอบให้ลูกค้า  
(Value Propositions : **VP**)



3.ช่องทางการส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้า  
(Channels : **CH**)



4.ความสัมพันธ์กับลูกค้า  
(Customer Relationship : **CR**)

11



5.รายได้ (Revenue Stream: **R\$**)

หลังส่งมอบคุณค่า



ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย



เราจะได้



12



6.กิจกรรมหลัก  
(Key Activities : KA)



7.ทรัพยากรหลัก  
(Key Resources : KR)



8.พันธมิตร  
(Key Partners : KP)

13



9.โครงสร้างต้นทุน  
(Cost Structure : C\$)



14



# WHO ?



# HOW ?



# WHAT ?



# MONEY ?



1.กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย  
(Customer Segments : **CS**)

2.คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่สร้าง  
และส่งมอบให้ลูกค้า  
(Value Propositions : **VP**)

3.ช่องทางการส่งมอบ  
คุณค่าให้ลูกค้า  
(Channels : **CH**)

4.ความสัมพันธ์กับลูกค้า  
(Customer Relationship : **CR**)

5.รายได้หลังส่งมอบคุณค่าให้  
ลูกค้า  
(Revenue Stream : **R\$**)

6.กิจกรรมหลัก  
(Key Activities : **KA**)

7.ทรัพยากรหลัก  
(Key Resources : **KR**)

8.พันธมิตร  
(Key Partners : **KP**)

9.โครงสร้างต้นทุนในการ  
สร้างและส่งมอบคุณค่า  
ให้กับลูกค้า  
(Cost Structure : **C\$**)





17



# VALUE PROPOSITION CANVAS



แผนที่คุณค่า  
**Value Map**



ข้อมูลของลูกค้า  
**Customer Profile**

18

## แบบฝึกหัดประกอบการบรรยาย พื้นฐาน Business Model Canvas กิจกรรมที่ 1.1 – 1.3



19

### ขอขอบคุณ

- คณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
- แหล่งข้อมูลประกอบการจัดทำเอกสาร

### ข้อมูลติดต่อ

อ.พิไลลักษณ์ พิชัยวัตต์

โทร: 02-855-0986 / 094-09146164

Email: [pilailuckpic@pim.ac.th](mailto:pilailuckpic@pim.ac.th) / [panpilailuck@gmail.com](mailto:panpilailuck@gmail.com)

20