



ที่ อบ ๐๐๑๙/ ๕๐๕๙๑

ศาลากลางจังหวัดอุบลราชธานี
ถนนแจ้งสนิท อบ ๓๕๐๐๐

๙ กันยายน ๒๕๖๙

เรื่อง โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สู่สากล (Smart OTOP) กิจกรรมที่ ๒
ประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge)

เรียน นายอำเภอเขมราฐ

สิ่งที่ส่งมาด้วย	๑. กลุ่มเป้าหมาย	จำนวน	๑	ชุด
	๒. กำหนดการ	จำนวน	๑	ชุด
	๓. ตารางการประกวด	จำนวน	๑	ชุด
	๔. เกณฑ์การประกวด	จำนวน	๑	ชุด
	๕. สถานที่ดำเนินการ	จำนวน	๑	ชุด

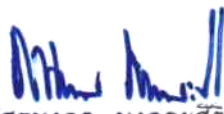
ด้วยจังหวัดอุบลราชธานีได้รับแจ้งจากกรมการพัฒนาชุมชน ว่าได้กำหนดดำเนินงานโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สู่สากล (Smart OTOP) กิจกรรมที่ ๒ ประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความรู้ ความเข้าใจของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด และแนวโน้มเศรษฐกิจยุคใหม่ รวมถึงการเสริมสร้างทักษะและศักยภาพของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ในการจัดทำและนำเสนอแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดสากล โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัด ๗๖ จังหวัดๆ ละ ๑ คน และผู้ผลิต ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีศักยภาพในการจัดทำแผนธุรกิจ จังหวัดละ ๑ คน รวมทั้งสิ้น ๑๕๒ คน ดำเนินการระหว่างวันที่ ๒๑ - ๒๓ กันยายน ๒๕๖๙ ณ โรงแรม เบลล่า บี ตำบลบางกรวย อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

จังหวัดอุบลราชธานีพิจารณาแล้ว เพื่อให้การดำเนินงานโครงการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์ จึงขอให้อำเภอ มอบหมายให้สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ประสานผู้ผลิต ผู้ประกอบการราย นางสาวจิระวรรณ วงศ์ปัดสา ผู้ประกอบการร้าน เจ-ร่า เข้าร่วมโครงการฯ ตาม วันเวลา และสถานที่ดังกล่าว ทั้งนี้มอบหมายให้ นางสาวปริญญานุช บุญนาค ตำแหน่งนักส่งเสริมการพัฒนาชุมชน หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๔๔๐๕ ๕๗๗๗ เป็นผู้ประสานงาน

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

ร้อยตรี


(สรมงคล มงคละสิริ)

รองผู้ว่าราชการจังหวัด ปฏิบัติราชการแทน

ผู้ว่าราชการจังหวัดอุบลราชธานี

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
โทร.๐๔๕-๓๔๔๒๒๘

กลุ่มเป้าหมาย

โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ผู้สากล (Smart OTOP) กิจกรรมที่ ๒ ประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge)

ระหว่างวันที่ ๒๑กันยายน ๒๕๖๙ - ๒๓ กันยายน ๒๕๖๙

ณ ลานอเนกประสงค์ ชั้น ๒ อาคารรัฐประศาสนภักดี ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กทม.

จังหวัดอุบลราชธานี

ที่	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง	สังกัด	เบอร์โทรศัพท์
๑	นางสาวปริยา นุชบุญนา	นักส่งเสริมการพัฒนาชุมชน	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี	๐๙๕-๕๐๕๕๗๗๗
๒	นางสาวจิระวรรณ วงศ์ปัดสา	ผู้ประกอบการ	เจ-รา JE-RA	๐๙๕-๑๕๑๕๘๐๒



กำหนดการ

โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สู่อุตสาหกรรม (Smart OTOP)

กิจกรรมที่ ๒ ประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge)

ระหว่างวันที่ ๒๑ – ๒๓ กันยายน ๒๕๖๕

ณ โรงแรมเบลล่า บี ตำบลบางกรวย อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

วันที่ ๒๑ กันยายน ๒๕๖๕

- | | |
|------------------|--|
| ๐๘.๐๐ – ๐๘.๓๐ น. | - ลงทะเบียน |
| ๐๘.๓๐ – ๐๙.๐๐ น. | - ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการประกวดฯ
โดย ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน |
| | - แบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมการประกวดฯ |
| ๐๙.๐๐ – ๑๒.๐๐ น. | - การประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge) กลุ่มที่ ๑ และ ๒
จำนวน ๒๐ จังหวัด (แบ่ง ๒ กลุ่ม ๆ ละ ๑๐ จังหวัด) |
| ๑๒.๐๐ – ๑๓.๐๐ น. | - พักรับประทานอาหารกลางวัน |
| ๑๓.๐๐ – ๑๖.๓๐ น. | - การประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge) กลุ่มที่ ๓ และ ๔
จำนวน ๒๔ จังหวัด (แบ่ง ๒ กลุ่ม ๆ ละ ๑๒ จังหวัด) |

วันที่ ๒๒ กันยายน ๒๕๖๕

- | | |
|------------------|--|
| ๐๘.๓๐ – ๐๙.๐๐ น. | - ลงทะเบียน |
| ๐๙.๐๐ – ๑๒.๐๐ น. | - การประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge) กลุ่มที่ ๕ และ ๖
จำนวน ๒๐ จังหวัด (แบ่ง ๒ กลุ่ม ๆ ละ ๑๐ จังหวัด) |
| ๑๒.๐๐ – ๑๓.๐๐ น. | - พักรับประทานอาหารกลางวัน |
| ๑๓.๐๐ – ๑๔.๓๐ น. | - การประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge) กลุ่ม ๗ และ ๘
จำนวน ๑๒ จังหวัด (แบ่ง ๒ กลุ่ม ๆ ละ ๑๒ จังหวัด) |
| ๑๔.๓๐ – ๑๖.๓๐ น. | - การบรรยายในหัวข้อ การส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์แก่ผู้ผลิต
ผู้ประกอบการ OTOP
โดย กรรมการผู้จัดการ บริษัท เทเวนดีโฟร์ ซ้อปปิ้ง จำกัด หรือผู้แทน |

/วันที่ ๒๓ กันยายน...

วันที่ ๒๓ กันยายน ๒๕๖๔

- | | |
|------------------|--|
| ๐๘.๓๐ – ๐๙.๓๐ น. | - ลงทะเบียน |
| ๐๙.๓๐ – ๑๐.๓๐ น. | - ประกาศผลการประกวดฯ |
| | - ถอดบทเรียนความสำเร็จ |
| ๑๐.๓๐ – ๑๒.๐๐ น. | - พิธีมอบใบประกาศนียบัตรผู้เข้าร่วมการประกวดฯ
โดย ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน |
| | - ถ่ายภาพร่วมกัน |
| ๑๒.๐๐ – ๑๓.๐๐ น. | - พักรับประทานอาหารกลางวัน |
| ๑๓.๓๐ – ๑๔.๓๐ น. | - ประธานในพิธีเดินทางมาถึงบริเวณสถานที่จัดงาน |
| | - รับชมวีดิทัศน์ผลงานการประกวดฯ |
| | - พิธีมอบรางวัลผู้ชนะการประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge)
โดย อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน |
| | - ประธานในพิธีถ่ายภาพร่วมกัน |
| ๑๔.๓๐ – ๑๕.๐๐ น. | - พิธีปิดโครงการฯ/เสร็จสิ้นการประกวดฯ |

หมายเหตุ

๑. พักรับประทานอาหารว่าง เวลา ๑๐.๑๕ – ๑๐.๓๐ น. และ ๑๔.๓๐ – ๑๔.๔๕ น.
๒. รับประทานอาหารกลางวัน เวลา ๑๒.๐๐ – ๑๓.๐๐ น.
๓. รับประทานอาหารเย็น เวลา ๑๘.๐๐ – ๑๙.๐๐ น.
๔. การแต่งกายชุดผ้าไทย หรือชุดสุภาพ โทนสีไว้ทุกข์
๕. กำหนดการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

ตารางการประกวด
โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สู่สากล (Smart OTOP)
กิจกรรมที่ ๒ ประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge)
ระหว่างวันที่ ๒๑ – ๒๓ กันยายน ๒๕๖๔
ณ โรงแรมเบลล่า บี ตำบลบางกรวย อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

วันที่ ๒๑ กันยายน ๒๕๖๔

เวลา	กลุ่มที่ ๑	กลุ่มที่ ๒
๐๙.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๑	จังหวัดที่ ๑๑
๐๙.๑๕ น.	จังหวัดที่ ๒	จังหวัดที่ ๑๒
๐๙.๓๐ น.	จังหวัดที่ ๓	จังหวัดที่ ๑๓
๐๙.๔๕ น.	จังหวัดที่ ๔	จังหวัดที่ ๑๔
๑๐.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๕	จังหวัดที่ ๑๕
พักรับประทานอาหารว่าง		
๑๐.๓๐ น.	จังหวัดที่ ๖	จังหวัดที่ ๑๖
๑๐.๔๕ น.	จังหวัดที่ ๗	จังหวัดที่ ๑๗
๑๑.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๘	จังหวัดที่ ๑๘
๑๑.๑๕ น.	จังหวัดที่ ๙	จังหวัดที่ ๑๙
๑๑.๓๐ น.	จังหวัดที่ ๑๐	จังหวัดที่ ๒๐
รับประทานอาหารกลางวัน		
เวลา	กลุ่มที่ ๓	กลุ่มที่ ๔
๑๓.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๒๑	จังหวัดที่ ๓๓
๑๓.๑๕ น.	จังหวัดที่ ๒๒	จังหวัดที่ ๓๔
๑๓.๓๐ น.	จังหวัดที่ ๒๓	จังหวัดที่ ๓๕
๑๓.๔๕ น.	จังหวัดที่ ๒๔	จังหวัดที่ ๓๖
๑๔.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๒๕	จังหวัดที่ ๓๗
๑๔.๑๕ น.	จังหวัดที่ ๒๖	จังหวัดที่ ๓๘
พักรับประทานอาหารว่าง		
๑๔.๔๕ น.	จังหวัดที่ ๒๗	จังหวัดที่ ๓๙
๑๕.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๒๘	จังหวัดที่ ๔๐
๑๕.๑๕ น.	จังหวัดที่ ๒๙	จังหวัดที่ ๔๑
๑๕.๔๕ น.	จังหวัดที่ ๓๐	จังหวัดที่ ๔๒
๑๖.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๓๑	จังหวัดที่ ๔๓
๑๖.๑๕ น.	จังหวัดที่ ๓๒	จังหวัดที่ ๔๔

วันที่ ๒๒ กันยายน ๒๕๖๙

เวลา	กลุ่มที่ ๕	กลุ่มที่ ๖
๐๙.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๔๕	จังหวัดที่ ๕๕
๐๙.๑๕ น.	จังหวัดที่ ๔๖	จังหวัดที่ ๕๖
๐๙.๓๐ น.	จังหวัดที่ ๔๗	จังหวัดที่ ๕๗
๐๙.๔๕ น.	จังหวัดที่ ๔๘	จังหวัดที่ ๕๘
๑๐.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๔๙	จังหวัดที่ ๕๙
พักรับประทานอาหารว่าง		
๑๐.๓๐ น.	จังหวัดที่ ๕๐	จังหวัดที่ ๖๐
๑๐.๔๕ น.	จังหวัดที่ ๕๑	จังหวัดที่ ๖๑
๑๑.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๕๒	จังหวัดที่ ๖๒
๑๑.๑๕ น.	จังหวัดที่ ๕๓	จังหวัดที่ ๖๓
๑๑.๓๐ น.	จังหวัดที่ ๕๔	จังหวัดที่ ๖๔
รับประทานอาหารกลางวัน		
เวลา	กลุ่มที่ ๗	กลุ่มที่ ๘
๑๓.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๖๕	จังหวัดที่ ๗๑
๑๓.๑๕ น.	จังหวัดที่ ๖๖	จังหวัดที่ ๗๒
๑๓.๓๐ น.	จังหวัดที่ ๖๗	จังหวัดที่ ๗๓
๑๓.๔๕ น.	จังหวัดที่ ๖๘	จังหวัดที่ ๗๔
๑๔.๐๐ น.	จังหวัดที่ ๖๙	จังหวัดที่ ๗๕
๑๔.๑๕ น.	จังหวัดที่ ๗๐	จังหวัดที่ ๗๖

เกณฑ์การประกวด

โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สู่สากล (Smart OTOP)

กิจกรรมที่ ๒ ประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge)

ระหว่างวันที่ ๒๑ – ๒๓ กันยายน ๒๕๖๔

ณ โรงแรม เบลล่า บี ตำบลบางกรวย อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

รายละเอียดการประกวด

๑. เอกสารประกอบการประกวด ขอให้จัดทำในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (ไฟล์ Power Point และไฟล์ PDF) จำนวนไม่เกิน ๓๐ หน้า โดยกำหนดส่งไฟล์ให้กรมการพัฒนาชุมชน ทาง e-mail : smartotopcdd@gmail.com ภายในวันที่ ๑๗ กันยายน ๒๕๖๔ ทั้งนี้ ไฟล์เอกสารที่ส่งมาทางกรมการพัฒนาชุมชน จะใช้เป็นเอกสารประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการฯ

๒. การจัดลำดับจังหวัดสำหรับการประกวดด้วยการคัดเลือกโดยวิธีสุ่ม จำนวน ๘ กลุ่ม ประกอบด้วย

๑) กลุ่มที่ ๑	จังหวัดที่ ๑ – ๑๐	วันที่ ๒๑ กันยายน ๒๕๖๔ (รอบเช้า)
๒) กลุ่มที่ ๒	จังหวัดที่ ๑๑ – ๒๐	วันที่ ๒๑ กันยายน ๒๕๖๔ (รอบเช้า)
๓) กลุ่มที่ ๓	จังหวัดที่ ๒๑ – ๓๒	วันที่ ๒๑ กันยายน ๒๕๖๔ (รอบบ่าย)
๔) กลุ่มที่ ๔	จังหวัดที่ ๓๓ – ๔๔	วันที่ ๒๑ กันยายน ๒๕๖๔ (รอบบ่าย)
๕) กลุ่มที่ ๕	จังหวัดที่ ๔๕ – ๕๕	วันที่ ๒๒ กันยายน ๒๕๖๔ (รอบเช้า)
๖) กลุ่มที่ ๖	จังหวัดที่ ๕๕ – ๖๕	วันที่ ๒๒ กันยายน ๒๕๖๔ (รอบเช้า)
๗) กลุ่มที่ ๗	จังหวัดที่ ๖๕ – ๗๐	วันที่ ๒๒ กันยายน ๒๕๖๔ (รอบบ่าย)
๘) กลุ่มที่ ๘	จังหวัดที่ ๗๑ – ๗๖	วันที่ ๒๒ กันยายน ๒๕๖๔ (รอบบ่าย)

๓. ระยะเวลาการประกวด จำนวน ๑๕ นาที/จังหวัด (ประกอบด้วย การนำเสนอ จำนวน ๑๐ นาที และตอบข้อซักถาม จำนวน ๕ นาที)

๔. หัวข้อการพิจารณา จำนวน ๑๐๐ คะแนน ประกอบด้วย

๑) การวิเคราะห์ธุรกิจและคุณค่าของผลิตภัณฑ์	จำนวน ๒๐ คะแนน
๒) กลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์	จำนวน ๒๐ คะแนน
๓) การวางแผนการเงินและศักยภาพเชิงพาณิชย์	จำนวน ๑๕ คะแนน
๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	จำนวน ๑๐ คะแนน
๕) การประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี	จำนวน ๑๐ คะแนน
๖) ความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจ	จำนวน ๑๐ คะแนน
๗) การนำเสนอและการตอบข้อซักถาม	จำนวน ๑๕ คะแนน

๕. รางวัลผู้ชนะการประกวด จำนวน ๘ รางวัล ประกอบด้วย

๑) รางวัลชนะเลิศ	จำนวน ๑ รางวัล พร้อมเงินรางวัล จำนวน ๖๐,๐๐๐ บาท
๒) รองชนะเลิศอันดับ ๑	จำนวน ๑ รางวัล พร้อมเงินรางวัล จำนวน ๕๐,๐๐๐ บาท
๓) รองชนะเลิศอันดับ ๒	จำนวน ๑ รางวัล พร้อมเงินรางวัล จำนวน ๔๐,๐๐๐ บาท
๔) รางวัลชมเชย	จำนวน ๕ รางวัล พร้อมเงินรางวัล ๑ ละ ๑๐,๐๐๐ บาท รวม ๕๐,๐๐๐ บาท

เกณฑ์การประกวด

โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สู่สากล (Smart OTOP)
กิจกรรมที่ ๒ ประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge)

ลำดับ	หัวข้อการพิจารณา	คะแนน	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนย่อย
๑	การวิเคราะห์ธุรกิจ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์	๒๐	๑.๑ การวิเคราะห์บริบทภาพรวม - มีการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) ของธุรกิจได้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม - มีการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) ของธุรกิจและมีแนวทางแก้ไข - มีการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ (Opportunities) ของธุรกิจจากสภาพแวดล้อมหรือทิศทางของธุรกิจใหม่ ๆ ได้อย่างเหมาะสม - มีการวิเคราะห์ความเสี่ยง/อุปสรรค (Threats) ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างครอบคลุม - มีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTEL) ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้อย่างสมเหตุสมผล	๕
			๑.๒ คุณค่าและความโดดเด่น - ระบุความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ได้ชัดเจน - มีข้อเสนอคุณค่า (Value Proposition) ที่ส่งมอบให้ลูกค้าอย่างเด่นชัด - ผลลัพธ์ที่มีความแตกต่าง (Point of Difference) จากคู่แข่งในตลาดได้อย่างชัดเจน - มีภูมิปัญญา หรือนวัตกรรม หรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ยากต่อการเลียนแบบ - ผลลัพธ์สร้างความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา	
			๑.๓ ความเข้าใจสภาพปัญหาและการแก้ไขปัญหา - ระบุปัญหาหลัก (Pain Point) ของกลุ่มลูกค้าได้อย่างชัดเจน - ผลลัพธ์ที่สามารถแก้ไขปัญหา (Pain Point) ของกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงประเด็น - มีการระบุขนาดของตลาด (Market Size: TAM/SAM/SOM) อย่างมีหลักการ - เข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันอย่างลึกซึ้ง - มีข้อมูลหรือสถิติอ้างอิงจากความต้องการของตลาดที่น่าเชื่อถือ	๕
			๑.๔ แนวโน้มและการเติบโต - มีทิศทางการเติบโตของธุรกิจในระยะสั้นและระยะยาว - โมเดลธุรกิจมีความยืดหยุ่นและปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงได้ดี - มีศักยภาพในการขยายขนาดธุรกิจ (Scalability) ในอนาคต - มีการวางแผนการสร้างฐานลูกค้าประจำ (Customer Retention) - มีการเปรียบเทียบสถานะการแข่งขันกับคู่แข่งหลักและคู่แข่งรองอย่างเป็นระบบ	

ลำดับ	หัวข้อการพิจารณา	คะแนน	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนย่อย
๒	กลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์	๒๐	๒.๑ การกำหนดกลุ่มลูกค้าและการวางตำแหน่ง - ระบุกลุ่มลูกค้าหลัก (Target Market) และการแบ่งส่วนตลาดได้ชัดเจน - มีการทำ Customer Personal (ได้แก่ เพศ, อายุ, พฤติกรรม, ความสนใจ เป็นต้น) ได้อย่างเป็นรูปธรรม - การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) เหมาะสมและมีความชัดเจนในตลาด - แบรนด์มีบุคลิกภาพ (Brand Personality) และอัตลักษณ์ที่จดจำง่าย - มี Storytelling หรือเรื่องราวของแบรนด์ที่สร้างอารมณ์ร่วมกับลูกค้าได้ดี ๒.๒ กลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์และราคา - ผลิตภัณฑ์มีการจัดกลุ่มระดับราคา (Product Tiering) ที่เหมาะสม - การตั้งราคาสอดคล้องกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ - มีกลยุทธ์การตั้งราคาที่เหมาะสมได้ในตลาด (Competitive Pricing Strategy) - มีโปรโมชั่นหรือส่วนลด (Promotions) ที่กระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้จริง - มีแนวทางการรักษามาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ๒.๓ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการเข้าถึง - วางช่องทางการจำหน่าย (Distribution Channels) ได้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า - มีการผสมผสานช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ (Omnichannel) ได้อย่างลงตัว - กระบวนการสั่งซื้อและจัดส่งสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ - มีพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnerships) ช่วยสนับสนุนช่องทางการตลาด - มีระบบบริการหลังการขายและการดูแลลูกค้า (Customer Relationship Management) ๒.๔ การสื่อสารการตลาดและการประเมินผล - เลือกใช้สื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ (Marketing Channels) ได้ตรงกลุ่มลูกค้า - วางแผนงบประมาณด้านการตลาด (Marketing Budget) ได้สมเหตุสมผล - มีกลยุทธ์ในการสร้างคอนเทนต์ (Content Marketing) ที่สามารถดึงดูดความสนใจ - กำหนดตัวชี้วัดผลการตลาด (Marketing KPIs) (ได้แก่ CAC, ROAS เป็นต้น) ได้อย่างชัดเจน - กลยุทธ์การตลาดสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและเห็นผลลัพธ์เชิงรูปธรรม	๕
				๕
				๕
				๕

ลำดับ	หัวข้อการพิจารณา	คะแนน	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนย่อย
๓	การวางแผนการเงิน และศักยภาพเชิงพาณิชย์	๑๕	๓.๑ โครงสร้างต้นทุนและการกำหนดราคา - มีการระบุรายละเอียดต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรได้อย่างชัดเจน - มีการคำนวณต้นทุนต่อหน่วย/ต้นทุนการผลิต ได้อย่างถูกต้องและสมเหตุสมผล - กำหนดราคาขายโดยคำนึงถึงต้นทุน คุณค่าของผลิตภัณฑ์ และกำลังซื้อของกลุ่มลูกค้า - ราคาขายสามารถแข่งขันได้เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในตลาด - มีการกำหนดอัตรากำไร (Margin) ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ	๕
			๓.๒ ประมาณการรายได้และผลตอบแทน - มีการประมาณการยอดขายและรายได้ได้อย่างอิงข้อมูลหรือสมมติฐานที่น่าเชื่อถือ - มีการประมาณการกำไร/ขาดทุนของธุรกิจได้อย่างชัดเจน - มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even Point) ได้อย่างเหมาะสม - มีการประเมินระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หรือผลตอบแทนจากการลงทุน ได้อย่างเหมาะสม - ประมาณการทางการเงินมีความสอดคล้องกับแผนการตลาด การผลิต และศักยภาพของธุรกิจ	
			๓.๓ การบริหารเงินทุนและศักยภาพเชิงพาณิชย์ - มีแผนการจัดหาและบริหารเงินทุนที่เหมาะสมกับธุรกิจ - มีการวางแผนบริหารกระแสเงินสด (Cash Flow) เพื่อรองรับการดำเนินงานธุรกิจ - มีแนวทางลดต้นทุนหรือเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไร - ธุรกิจมีศักยภาพในการสร้างรายได้และสามารถขยายขนาดธุรกิจได้ในอนาคต - แผนการเงินมีความเป็นไปได้ สอดคล้องกับสถานการณ์จริง และสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจได้	

ลำดับ	หัวข้อการพิจารณา	คะแนน	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนย่อย
๕	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	๑๐	๔.๑ การออกแบบและการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ - มีการออกแบบที่สวยงาม ดึงดูดสายตา และทันสมัย - สามารถสะท้อนอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้อย่างชัดเจน - มีการใช้นวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่า (Value-added) ให้กับผลิตภัณฑ์ - มีการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสม ปลอดภัย และได้มาตรฐาน - คำนึงถึงความยั่งยืนหรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly) ๔.๒ พึ่งพิงกันและความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ต่อการใช้งาน - บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้ดี ทนทานต่อการขนส่งและการจัดเก็บ - คำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของลูกค้า (User Experience) - ฉลากสินค้ามีรายละเอียดระบุข้อมูล และข้อบ่งชี้ตามกฎหมายครบถ้วน ชัดเจน - มีการทดสอบผลิตภัณฑ์ (Minimum Viable Product) หรือทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างก่อนวางขายจริง - ขนาด ปริมาณ และรูปแบบ ตรงกับความต้องการของลูกค้า	๕
๕	การประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี	๑๐	๕.๑ การนำเทคโนโลยีและ AI มาปรับใช้ - มีการประยุกต์ใช้ AI หรือ Automation ในกระบวนการทำงานเพื่อลดระยะเวลาหรือต้นทุนการผลิต - นำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการผลิตได้อย่างโดดเด่น - มีการนำเครื่องมือดิจิทัล (Digital Tools) มาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ โดยคำนึงถึงจริยธรรม และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง - มีการใช้ระบบ Data Analytics ในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า - เทคโนโลยีที่ใช้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับแนวโน้มในปัจจุบัน ๕.๒ ประสิทธิภาพและความคุ้มค่าทางเทคโนโลยี - เทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Operational Efficiency) - การใช้นวัตกรรมช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้กับลูกค้า (Customer Experience) - มีความคุ้มค่าระหว่างต้นทุนการลงทุนด้านเทคโนโลยีกับผลลัพธ์ที่ได้รับ - มีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าและธุรกิจ (Data Privacy & Security) - ธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยนขนาดของเทคโนโลยีได้ง่ายเมื่อมีการเติบโต	๕

ลำดับ	หัวข้อการพิจารณา	คะแนน	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนย่อย
๖	ความเป็นไปได้ ของแผนธุรกิจ	๑๐	๖.๑ ความครบถ้วนของแผนการดำเนินงาน - โครงสร้างแผนธุรกิจมีความครบถ้วน สมบูรณ์ และเรียงลำดับเนื้อหาได้ดี - มีแผนการดำเนินงาน (Action Plan / Roadmap) ที่ชัดเจน และเป็นลำดับขั้นตอน - กำหนดระยะเวลา (Timeline) ในแต่ละกิจกรรมอย่างสมเหตุสมผลและทำได้จริง - มีการระบุผู้รับผิดชอบและทรัพยากรที่ต้องใช้ในแต่ละขั้นตอนอย่างชัดเจน - มีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) ของการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลา ๖.๒ ความพร้อมและการบริหารความเสี่ยง - ไม่เคยธุรกิจสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในสภาวะตลาดในยุคนี้อย่างแน่นอน - มีแผนบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ที่ครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การเงิน และการตลาด - มีแผนรับมือสถานการณ์ฉุกเฉิน (Contingency Plan) อย่างเป็นรูปธรรม - โครงสร้างทีมงานและทักษะของสมาชิกเหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ในธุรกิจ - มีความพร้อมด้านข้อมูลหมาย ใบอนุญาต หรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	๕
				๕

ลำดับ	หัวข้อการพิจารณา	คะแนน	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนย่อย
๗	การนำเสนอ และการตอบ ข้อซักถาม	๑๕	๗.๑ คุณภาพของสื่อและการบริหารเวลา - สื่อนำเสนอ (Slide) มีความสวยงาม อ่านง่าย ใช้ภาพ/อินโฟกราฟิกประกอบได้ดี - เนื้อหาใน Slide กระชับ ตรงประเด็น ไม่หนาแน่นหรือซับซ้อนเกินไป - บริหารเวลาในการนำเสนอได้อย่างเหมาะสมและครบถ้วนตามกำหนด - การเรียงลำดับเรื่องราว (Storytelling) สั้นไหวและน่าติดตาม - สื่อนำเสนอช่วยส่งเสริมให้เข้าใจแผนธุรกิจได้ง่ายยิ่งขึ้น ๗.๒ ทักษะการสื่อสารและบุคลิกภาพ - ผู้นำเสนอมีความมั่นใจ บุคลิกภาพดี และแต่งกายเหมาะสม - การใช้ภาษากาย (Eye Contact, การแสดงออก) เชื่อมโยงกับผู้ฟังได้ดี - น้ำเสียงชัดเจน จังหวะการพูดดี น่าฟัง และสื่อสารเข้าใจง่าย - สมาชิกในทีมมีการแบ่งบทบาทในการนำเสนอ - แสดงออกถึงความตั้งใจ (Passion) ในการนำเสนอ ๗.๓ การตอบข้อซักถามของคณะกรรมการ - สามารถตอบคำถามได้ตรงประเด็น - มีข้อมูล หรือหลักฐานเชิงสถิติ อ้างอิงคำตอบอย่างน่าเชื่อถือ - แสดงถึงความรอบรู้และเข้าใจในธุรกิจของตนเองอย่างลึกซึ้ง - มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี ทักษะการแก้ปัญหา และเปิดรับข้อเสนอแนะจากกรรมการ - สามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ดีขณะตอบคำถาม	๕
				๕

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๕

สถานที่ดำเนินการ
โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สู่สากล (Smart OTOP)
กิจกรรมที่ ๒ ประกวดแผนธุรกิจ (OTOP Biz Plan Challenge)
ระหว่างวันที่ ๒๑ – ๒๓ กันยายน ๒๕๖๕
ณ โรงแรม เบลล่า บี ตำบลบางกรวย อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี



หรือ

<https://maps.app.goo.gl/9R6TQe5Knfeec8Yd7>