

รายละเอียดและเกณฑ์การแข่งขันทักษะวิชาชีพ

กลุ่มวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดลพบุรี ครั้งที่ ๒

ประจำปีการศึกษา ๒๕๕๘

วันพฤหัสบดีที่ ๖ สิงหาคม ๒๕๕๘

ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีละโว้

| ที่ | หัวข้อการประเมิน                                                                                                                                                                                              | คะแนนเต็ม |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1   | ภาพรวมธุรกิจ พิจารณาจาก                                                                                                                                                                                       | 30 คะแนน  |
|     | 1.1 แนวคิดธุรกิจ (พิจารณาความถูกต้องเหมาะสมสอดคล้องกับจุดแข็งของธุรกิจ และโอกาสทางธุรกิจที่มีศักยภาพ)                                                                                                         |           |
|     | 1.2 ลักษณะธุรกิจ (ธุรกิจการผลิต,ธุรกิจบริการ,ธุรกิจการค้า)                                                                                                                                                    |           |
|     | 1.3 เหตุผล/สิ่งจูงใจ (เหตุผลและสิ่งจูงใจในการดำเนินธุรกิจประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ)                                                                                                                           |           |
|     | 1.4 แนวคิดและความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ                                                                                                                                                                   |           |
| 2   | วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจ (SWOT Analysis)                                                                                                                                                               | 30 คะแนน  |
|     | 2.1 จุดแข็ง (Strength)                                                                                                                                                                                        |           |
|     | 2.2 จุดอ่อน (Weakness)                                                                                                                                                                                        |           |
|     | 2.3 โอกาส (Opportunity)                                                                                                                                                                                       |           |
|     | 2.4 อุปสรรค (Threat)                                                                                                                                                                                          |           |
| 3   | แผนการดำเนินงานด้านการตลาด (Marketing Plan) พิจารณาจาก                                                                                                                                                        | 40 คะแนน  |
|     | 5.1 ระบุกลุ่มเป้าหมายหลัก/กลุ่มเป้าหมายรอง พร้อมเหตุผล                                                                                                                                                        |           |
|     | 5.2 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4 P's)<br>- รายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะและประโยชน์ของสินค้า/บริการ<br>- นโยบายราคา (การตั้งราคา วิธีการและเหตุผลในการตั้งราคา)<br>- ช่องทางการจำหน่าย<br>- วิธีการส่งเสริมการขาย |           |

### คุณสมบัติของผู้เข้าแข่งขัน

1. ผู้เข้าแข่งขันนักศึกษาระดับ ปวส. ทีมละ 2 คน
2. ให้นักศึกษานำบัตรประจำตัวนักศึกษามาแสดงในวันแข่งขันด้วย
3. ส่งใบสมัครพร้อมสำเนาบัตรนักศึกษาผู้เข้าแข่งขันและค่าสมัคร ภายในวันที่ 20-25 กรกฎาคม พ.ศ.2558 ณ ฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยเทคโนโลยีละโว้

### ผู้ประสานงาน

- |                           |                            |
|---------------------------|----------------------------|
| 1. อาจารย์มัตติกา ทั้งทอง | เบอร์โทรศัพท์ 086-392-1214 |
| 2. อาจารย์วันวิสา โยมา    | เบอร์โทรศัพท์ 083-905-5365 |

## แผนการตลาด

บริษัท.....

### 1. บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

#### 1.1 ประวัติกิจการ

ชื่อเจ้าของกิจการ.....

สถานที่ตั้งกิจการ.....

โทรศัพท์..... โทรสาร.....

เริ่มกิจการเมื่อ.....

รูปแบบกิจการ.....

ประวัติของกิจการนับจากเริ่มต้นกิจการจนปัจจุบัน.....

#### 1.2 ผลิตภัณฑ์

ชื่อผลิตภัณฑ์.....

ลักษณะของผลิตภัณฑ์.....

ขนาดและบรรจุภัณฑ์.....

การนำไปใช้ประโยชน์.....

## 2. สถานการณ์ของตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาด

## 2.1 สภาพรวมและโอกาสทางธุรกิจ

การวิเคราะห์โอกาส/อุปสรรค.....

[illegible]

2.2 สภาพโดยทั่วไปของธุรกิจ.....

[illegible]

3. การวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค จุดแข็งและจุดอ่อน หรือข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

## การวิเคราะห์สถานการณ์

3.1 จุดแข็งของกิจการ.....

This image shows a single sheet of white paper with ten horizontal dashed lines, typical of primary-ruled notebook paper. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

3.2 จุดอ่อนของกิจการ.....

[illegible]

### 3.3 โอกาส.....

[illegible]

3.4 อุปสรรค.....

[illegible]

### 3.5 เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับคู่แข่ง

| ข้อดี (จุดเด่น) ของผลิตภัณฑ์ |  |                     |  |
|------------------------------|--|---------------------|--|
| ผลิตภัณฑ์ของกิจการ           |  | ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง |  |
| 1                            |  | 1                   |  |
| 2                            |  | 2                   |  |
| 3                            |  | 3                   |  |
| 4                            |  | 4                   |  |
| 5                            |  | 5                   |  |

| ข้อเสีย (จุดด้อย) ของผลิตภัณฑ์ |  |                     |  |
|--------------------------------|--|---------------------|--|
| ผลิตภัณฑ์ของกิจการ             |  | ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง |  |
| 1                              |  | 1                   |  |
| 2                              |  | 2                   |  |
| 3                              |  | 3                   |  |
| 4                              |  | 4                   |  |
| 5                              |  | 5                   |  |

4. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....

.....

.....

## 5. กลยุทธ์การตลาด

5.1 ด้านผลิตภัณฑ์.....

[illegible]

5.2 ด้านราคา.....

[illegible]

5.3 ด้านการจัดจำหน่าย.....

[illegible]

5.4 การส่งเสริมการตลาด.....

[illegible]