

## เกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอโครงการพัฒนา Premium OTOP และ High Value Services

### องค์ประกอบที่ 1 การวิเคราะห์พื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ 20)

- 1.1 มีข้อมูลเบื้องต้นที่โดดเด่นและมีศักยภาพทางการตลาด
- 1.2 มีความชัดเจนและความโดดเด่นของพื้นที่ เช่น มีชื่อเสียงหรือความโดดเด่นในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านกายภาพ ชีวภาพรวมทั้งความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 1.3 ผลิตภัณฑ์ Premium OTOP หรือ High Value Services จะต้องเกิดจากกลุ่มคนในพื้นที่และต้องพัฒนาจากการใช้ฐานทรัพยากรของความหลากหลายทางกายภาพและชีวภาพ รวมทั้งความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยต้องมีความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิต (Supply Chain) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในพื้นที่
- 1.4 มีข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมายที่โดดเด่นหรือมีศักยภาพในด้านต่างๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ด้านนวัตกรรมของท้องถิ่นหรือโอกาสในการพัฒนาเป็น High Value Services ของท้องถิ่น
- 1.5 มีข้อมูลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อจำกัดของกลุ่มเป้าหมาย และแนวทางรวมทั้งประเด็นการพัฒนาที่กลุ่มเป้าหมายที่จะสร้างโอกาสทางการตลาดและวิธีการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ในความเป็น Premium OTOP หรือ High Value Services ของพื้นที่ ในอนาคต
- 1.6 มีโจทย์ที่ชัดเจนในการพัฒนากลุ่มเป้าหมาย ตามแนวทางและประเด็นการพัฒนากลุ่มเป้าหมายที่จะสร้างโอกาสทางการตลาดและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ในความเป็น Premium OTOP หรือ High Value Services ของพื้นที่ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าและการขยายออกสู่ตลาดในวงกว้างของผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งจะส่งผลต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่หรือชุมชนตลอดจนเป็นการตอบสนองนโยบาย Thailand 4.0 ของประเทศในระยะต่อไป

### องค์ประกอบที่ 2 วัตถุประสงค์ของโครงการ (ร้อยละ 5)

- 2.1 มีความชัดเจนตามโจทย์การพัฒนาและความเป็นไปได้ในระยะเวลาที่กำหนด

### องค์ประกอบที่ 3 ผลผลิต และตัวชี้วัดความสำเร็จ (ร้อยละ 25)

- 3.1 มีความชัดเจนของผลผลิตและตัวชี้วัด เช่น รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความแตกต่างและโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์หรือการบริการแบบเดิม ตัวแบบ (Model) หรือ Platform ในการจัดการหรืออื่นๆ ตามห่วงโซ่การผลิต (Supply Chain) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ที่บ่งบอกถึงการยกระดับของผลิตภัณฑ์หรือการบริการโดยความคิดสร้างสรรค์
- 3.2 ต้นแบบเครือข่ายการตลาดในวงกว้าง (E-commerce) และต้นแบบ Application ของผลิตภัณฑ์หรือการบริการของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งเสริมให้เกิดการสร้างโอกาสทางการตลาดและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในระยะต่อไป

**องค์ประกอบที่ 4 แนวคิดสร้างสรรค์ องค์ความรู้ เทคโนโลยีและ/ หรือสิ่งประดิษฐ์ ที่ใช้เป็นฐานในการกำหนดกระบวนการและวิธีการในการดำเนินโครงการ (ร้อยละ 20)**

4.1 มีผลการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) เกี่ยวกับแนวคิดสร้างสรรค์ องค์ความรู้ เทคโนโลยีและ/ หรือสิ่งประดิษฐ์ โดยกระชับ ที่จะใช้เป็นฐานในการกำหนดกระบวนการ วิธีการ และความ เป็นไปได้ในการดำเนินโครงการ

4.2 มีความชัดเจนของผลงานวิจัย ผลการประดิษฐ์คิดค้นหรือองค์ความรู้ของนักวิจัย ที่จะนำมา ประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลุ่มเป้าหมายตามวัตถุประสงค์

**องค์ประกอบที่ 5 กระบวนการและวิธีการ รวมทั้งผลงานวิจัยของนักวิจัยและแนวคิดสร้างสรรค์ องค์ ความรู้ เทคโนโลยีและ/ หรือสิ่งประดิษฐ์ที่จะประยุกต์ใช้ (ร้อยละ 10)**

5.1 มีความชัดเจนของกระบวนการและวิธีการ ที่ต่อบุคคลประสงค์และการได้มาซึ่งผลผลิตและ ตัวชี้วัดที่กำหนด รวมทั้งผลงานวิจัยของนักวิจัยและแนวคิดสร้างสรรค์ องค์ความรู้ เทคโนโลยีและ/ หรือ สิ่งประดิษฐ์ที่จะประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลุ่มเป้าหมาย

**องค์ประกอบที่ 6 แผนการดำเนินงานและแผนปฏิบัติการ (ร้อยละ 10)**

6.1 มีการกำหนดแผนการดำเนินงานที่ต่อบุคคลประสงค์ และการแสดงรายละเอียดของ แผนปฏิบัติการได้อย่างชัดเจนตามที่กำหนด

**องค์ประกอบที่ 7 งบประมาณ (ร้อยละ 5)**

7.1 มีความชัดเจนของรายการค่าใช้จ่ายและจำนวนเงินที่มีลักษณะเป็นค่าใช้จ่ายต่อหน่วย (Unit Cost) ตามแผนปฏิบัติการ และนำมาจัดหมวดหมู่ตามหมวดรายจ่าย

**องค์ประกอบที่ 8 แผนระยะสั้น (1-2 ปี) และระยะยาว (3-5 ปี) ของ โครงการ**

8.1 มีการระบุ กรอบการดำเนินงานโครงการในระยะ 1-2 ปี และระยะ 3-5 ปี ประกอบด้วย กระบวนการหรือกิจกรรมหลัก ผลผลิต กลุ่มเป้าหมาย และช่วงเวลา

**องค์ประกอบที่ 9 หัวหน้าโครงการและผู้ร่วมโครงการ (ร้อยละ 5)**

9.1 มีประสบการณ์โดยตรงหรือเกี่ยวข้องและมีจำนวนผู้ร่วมโครงการที่เหมาะสม