



เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

1. วัตถุประสงค์ของการแข่งขัน

- 1) เพื่อส่งเสริมทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ให้นักศึกษา
- 2) เพื่อให้ให้นักศึกษาได้ใช้ความรู้ความสามารถที่ได้ศึกษามาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานจริง
- 3) เพื่อให้ให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์นอกเหนือจากการศึกษาในห้องเรียน
- 4) เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
- 5) เพื่อยกระดับทักษะฝีมือของผู้เรียนอาชีวศึกษาสู่มาตรฐานวิชาชีพ

2. คุณสมบัติและข้อกำหนดของผู้เข้าประกวด แข่งขัน

2.1 คุณสมบัติ

- 1) เป็นสมาชิกประเภทสามัญขององค์การนักวิชาชีพในอนาคตแห่งประเทศไทย ระดับสถานศึกษา
- 2) เป็นนักเรียนในระบบ หรือระบบทวิภาคี (ไม่เป็นพนักงานประจำบริษัท) ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาและได้ลงทะเบียนเรียนในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
- 3) ระดับจังหวัด ต้องผ่านการแข่งขัน และได้รับรางวัลชนะเลิศ ระดับสถานศึกษา
- 4) ระดับภาค ต้องผ่านการแข่งขัน และได้รับรางวัลชนะเลิศ ระดับจังหวัด
- 5) ระดับชาติ ต้องผ่านการแข่งขัน และได้รับรางวัลชนะเลิศ รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1
รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 ในระดับภาค

2.2 ข้อกำหนด

- 1) กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด และต้องเป็นผู้เข้าแข่งขันทีมเดิมทั้งระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ โดยให้สถานศึกษาเสนอรายชื่อนักศึกษาสำรองเพิ่มเติม จำนวน 1 คน เพื่อกรณีที่มีเหตุสุดวิสัยที่จะต้องมีการเปลี่ยนตัวผู้เข้าแข่งขัน ให้นักศึกษาที่เป็นตัวสำรอง สามารถเข้าแข่งขันแทนได้ ทั้งนี้ให้ส่งใบสมัครมาพร้อมกับผู้เข้าแข่งขันทั้ง 3 คนตั้งแต่ระดับสถานศึกษา โดยระบุคำว่า “ตัวจริง” หรือ “ตัวสำรอง” มุมบนขวาในใบสมัครให้ชัดเจน
- 2) ผู้เข้าแข่งขันทีมละ 3 คน และสำรอง 1 คน ครูผู้ควบคุมทีม 1 คน
- 3) ยื่นใบสมัครพร้อมหลักฐาน และลงทะเบียนเข้าร่วมการแข่งขัน
- 4) ผู้เข้าร่วมแข่งขันแต่งกายด้วยชุดนักเรียน หรือตามที่คณะกรรมการจัดการแข่งขันกำหนด





เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

3. รายละเอียดของการแข่งขัน

3.1 สมรรถนะรายวิชา

3.1.1 การสร้างสรรค์ทางการตลาด และการพัฒนางานการตลาด โดยใช้กระบวนการคิดในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า

3.1.2 การวิเคราะห์และการวางแผนการตลาด ตามหลักการและกระบวนการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

3.1.3 การทำงานเป็นทีม เทคนิคการปฏิบัติงานด้านการตลาด

3.1.4 เลือกใช้/ประยุกต์ใช้ปัจจัย เทคนิควิธีการและเทคโนโลยีในการปฏิบัติงานด้านการตลาด

3.2 งานที่กำหนด

3.2.1 สิ่งที่เจ้าภาพจัดการแข่งขันเตรียมไว้เพื่อดำเนินการแข่งขัน

1) ประสานงานกับเจ้าภาพสถานที่ในการจัดเตรียมสถานที่สำหรับการแข่งขัน

(1) ห้อง และโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับการแข่งขันเขียนกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ตามจำนวนทีมที่เข้าร่วมแข่งขัน

(2) ห้องเก็บตัวผู้เข้าแข่งขันเพื่อรอการนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์

(3) ห้องนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถให้บุคคลภายนอกเข้าร่วมชมการแข่งขันได้

(4) จัดเตรียมเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องปริ้นท์เตอร์ เครื่องเสียง ไมโครโฟนสำหรับผู้เข้าแข่งขันนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 2 ตัว สำหรับพิธีกร 1 ตัว และกรรมการ 2 ตัว

(5) จัดเตรียมกระดาษ 100 ปอนด์ ขนาด A2 ทีมละ 1 แผ่น

(6) เตรียมอุปกรณ์และบุคลากรในการบันทึกภาพและวิดีโอที่คัดลอกช่วงการแข่งขัน และมอบให้ทีมผู้เข้าร่วมการแข่งขันเฉพาะทีมของตนเองเท่านั้น

(7) เตรียมอุปกรณ์ในการจับเวลาเพื่อแสดงเวลาในการแข่งขัน

2) ประสานงานกับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน มาจากสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา จำนวน 1 คน และจากภาคเอกชน จำนวน 2 คน เป็นคณะกรรมการตัดสิน และคณะกรรมการตัดสินในระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ต้องไม่ใช่บุคคลเดียวกัน

3) ประสานงานกับคณะกรรมการตัดสิน เพื่อกำหนดโจทย์ในการแข่งขันกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์คนละ 1 ข้อ รวม 3 ข้อ แล้วนำมาจับสลากเลือกโจทย์ 1 ข้อ เพื่อใช้ในการแข่งขัน





เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

4) จัดเตรียมป้ายเวทีการแข่งขัน และป้ายแสดงเวลา จำนวน 3 ป้าย ดังนี้ เหลือเวลา 5 นาที เหลือเวลา 3 นาที และหมดเวลา

5) จัดเตรียมแบบฟอร์มให้คะแนนสำหรับคณะกรรมการตัดสิน

3.2.2 วิธีการแข่งขัน

1) รายละเอียดการแข่งขัน

(1) การแข่งขันใช้เวลา 1 วัน แข่งขันการเขียนกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ตามเกณฑ์ที่กำหนดเวลา 3 ชั่วโมง คะแนนเต็ม 100 คะแนน

(2) ใช้เวลาในการนำเสนอทีมละ 10 นาที คะแนนเต็ม 50 คะแนน

(3) คณะกรรมการตัดสินสามารถซักถามได้ภายหลังที่ผู้เข้าแข่งขันแต่ละทีมนำเสนอเสร็จสิ้นภายในระยะเวลา 5 นาทีเท่านั้น

2) การแข่งขันทั้งระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ให้ใช้เกณฑ์เดียวกัน

3) การจัดลำดับการแข่งขันใช้วิธีการจับสลาก สำหรับเป็นหมายเลขของโต๊ะเขียนกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์และลำดับการนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์

4) ห้ามผู้เข้าแข่งขันนำข้อมูลหรือเอกสาร อุปกรณ์ เครื่องมือสื่อสารทุกชนิดเข้าพื้นที่การแข่งขัน

5) ห้ามผู้เข้าแข่งขันระบุชื่อสถานศึกษาของตนเอง ขณะทำการแข่งขันทุกขั้นตอน

6) อนุญาตให้ผู้เข้าแข่งขันนำอุปกรณ์เครื่องเขียนได้ดังนี้เท่านั้น ประกอบด้วย

- ปากกา (ไม่จำกัดชนิดและจำนวน) - ดินสอ
- น้ำยาลบคำผิด - ยางลบ
- ไม้บรรทัด 1 ฟุต 1 อัน - ไม้บรรทัด 2 ฟุต 1 อัน
- ที่เหลาดินสอ - สีไม้ 24 สี 1 ชุด
- สีเมจิก 12 สี 1ชุด - เครื่องคำนวณ

7) ในการแข่งขันนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ ผู้เข้าแข่งขันที่ยังไม่ได้นำเสนอ ต้องอยู่ในสถานที่เก็บตัวเพื่อรอการแข่งขัน

8) บุคคลทั่วไป ครูผู้ควบคุมทีม และนักศึกษาที่แข่งขันเสร็จสิ้นแล้ว สามารถชมการแข่งขันการนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ได้โดยไม่ส่งเสียงรบกวน หากฝ่าฝืน ไม่อนุญาตให้ชมการแข่งขันต่อไป

9) กรณีพบการทุจริต ผิดกติกา ไม่อนุญาตให้เข้าร่วมการแข่งขัน

3.3 กำหนดการแข่งขัน ระยะเวลาการแข่งขัน 1 วัน





เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

- 08.00 – 08.30 น. ผู้เข้าร่วมแข่งขันและครูควบคุมทีมลงทะเบียนพร้อมกัน ที่ห้อง.....
จับสลากลำดับการแข่งขัน ผู้เข้าแข่งขันนั่งประจำโต๊ะตามหมายเลขที่ได้
- 08.30 – 09.00 น. พิธีเปิดและประธานจับสลากเลือกโจทย์ จำนวน 1 ข้อสำหรับการแข่งขัน
- 09.00 – 12.00 น. ผู้เข้าแข่งขันเขียนกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์
- 12.00 – 13.00 น. พักรับประทานอาหารตามอัธยาศัย
- 13.00 – 15.00 น. คณะกรรมการดำเนินงานจัดทำสำเนากลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพิ่ม
อีก 2 ชุด เพื่อให้คณะกรรมการตัดสินตรวจ คนละ 1 ชุด
- 15.00 – 17.30 น. นำเสนอกกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ตามลำดับที่จับสลาก
- 17.30 – 18.30 น. คณะกรรมการจัดทำคะแนน และประกาศผลการแข่งขัน
- 18.30 น. ประธานมอบเกียรติบัตร และปิดการแข่งขัน

หมายเหตุ กำหนดการอาจเปลี่ยนแปลงตามจำนวนทีมที่เข้าแข่งขัน

3.4 สิ่งที่ผู้เข้าแข่งขันต้องเตรียม

3.4.1 บัตรประจำตัวนักศึกษาและบัตรประจำตัวประชาชน (กรณีไม่นำมาต้องมีเอกสารรับรองจาก
ผู้อำนวยการสถานศึกษา)

3.4.2 อุปกรณ์เครื่องเขียน ดังนี้ (คณะกรรมการดำเนินงานตรวจอุปกรณ์เครื่องเขียนก่อนดำเนินการแข่งขัน)

- ปากกา (ไม่จำกัดชนิดและ จำนวน) - ดินสอ
- น้้ายาลบคำผิด - ยางลบ
- ไม้บรรทัด 1 ฟุต 1 อัน - ไม้บรรทัด 2 ฟุต 1 อัน
- ที่เหลาดินสอ - สีไม้ 24 สี 1 ชุด
- สีเมจิก 12 สี 1ชุด - เครื่องคำนวณ

3.5 เกณฑ์การตัดสินหรือเกณฑ์การให้คะแนน

3.5.1 เกณฑ์การให้คะแนนการเขียนกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์

ที่	หัวข้อการประเมิน	คะแนนเต็ม (คะแนน)
1	วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) และวัตถุประสงค์ (Objective)	5
2	Brand Concepts (logo & Slogan)	5



Signature



เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

3	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค : 6W1H / 7O'S	10
4	การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) 4.1 จุดแข็ง 4.2 จุดอ่อน 4.3 โอกาส 4.4 อุปสรรค	10
5	การกำหนด STP Marketing 5.1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmenting) 5.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) 5.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) และ ระบुकู้แข่งขันทางตรง และคู่แข่งทางอ้อม	15
6	การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4 P's) (Marketing Strategy) 6.1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product) 6.2 กลยุทธ์การตั้งราคา (Price) 6.3 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 6.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	20
7	ความรับผิดชอบต่อสังคม	5
	รวม	70

3.5.2 เกณฑ์การให้คะแนนการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

ที่	หัวข้อการประเมิน	คะแนนเต็ม (คะแนน)
1	สินค้า/บริการมีความแปลกใหม่ โดดเด่น น่าสนใจ สอดคล้องกับวิถีชีวิต (Life Style) ของกลุ่มเป้าหมาย	10
2	แนวความคิดเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept : logo & Slogan)	10
3	การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์	5
4	การต่อยอดผลิตภัณฑ์ในอนาคต	5



Signature



เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

รวม

30

หมายเหตุ การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ให้ทำลงในกระดาษ 100 ปอนด์ ขนาด A2 ที่แจกให้
ทีละ 1 แผ่นเท่านั้น (ใช้หน้า-หลัง)

3.5.3 เกณฑ์การให้คะแนนการนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์

ที่	หัวข้อการประเมิน	คะแนนเต็ม (คะแนน)
1	การเตรียมความพร้อมและการทำงานของทีมในการนำเสนอ	10
2	การใช้คำพูด น้ำเสียงและบุคลิกภาพ	10
3	ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอ	15
4	ความสามารถในการตอบข้อซักถามของคณะกรรมการตัดสิน	10
5	การบริหารเวลา	5
รวม		50

หมายเหตุ การให้คะแนนหัวข้อการบริหารเวลา มีรายละเอียด ดังนี้

เวลา (นาที)	คะแนน
9.00 - 10.00	5



Signature



เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

7.00 – 8.59	4
5.00 – 6.59	3
3.00 – 4.59	2
1.00 – 2.59	1
กรณีที่ผู้เข้าแข่งขันใช้เวลาเกิน 10 นาที	
10.01 – 10.59	4
11.00 – 11.59	3
12.00 – 12.59	2
13.00 – 13.59	1
14.00 เป็นต้นไป	0

3.6 คณะกรรมการตัดสิน

- 1) ระดับจังหวัด ให้มีคณะกรรมการตัดสินไม่เกิน 7 คน โดยประธานกรรมการบริหาร อวท. ระดับจังหวัด พิจารณาลงนามแต่งตั้ง
- 2) ระดับภาค และระดับชาติ ให้มีคณะกรรมการตัดสินไม่เกิน 7 คน โดยมีบุคคลภายนอกอยู่ในพื้นที่ไม่เกิน 2 คน
- 3) กรณีมีความจำเป็นต้องเพิ่มคณะกรรมการตัดสินให้ประธานกรรมการบริหารองค์การนักวิชาชีพในอนาคตแห่งประเทศไทย ระดับภาค ลงนามแต่งตั้งอนุกรรมการ

3.7 คณะกรรมการดำเนินงาน

- 1) ระดับจังหวัด ให้มีคณะกรรมการดำเนินงาน โดยประธานกรรมการบริหาร อวท. ระดับจังหวัด พิจารณาลงนามแต่งตั้ง
- 2) ระดับภาค ให้มีคณะกรรมการดำเนินงานโดยอยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการบริหารองค์การนักวิชาชีพในอนาคตแห่งประเทศไทย ระดับภาค โดยประธานกรรมการบริหาร อวท. ระดับภาค พิจารณาลงนามแต่งตั้ง
- 3) ระดับชาติ ให้มีคณะกรรมการดำเนินงานไม่เกิน 15 คน โดยมีผู้แทนของแต่ละภาค ๆ ละ 1 คน และภาคที่เป็นเจ้าภาพพิจารณาคณะกรรมการ จำนวน 11 คน โดยเลขาธิการคณะกรรมการอาชีวศึกษาพิจารณาลงนามแต่งตั้ง





เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

4. เกณฑ์การพิจารณาเหรียญรางวัล

- 1) คะแนน 80 ขึ้นไป ระดับเหรียญทอง
- 2) คะแนน 70 - 79 ระดับเหรียญเงิน
- 3) คะแนน 60 - 69 ระดับเหรียญทองแดง

5. การจัดอันดับรางวัล (คณะกรรมการบริหาร อวท.ระดับชาติกำหนด)

- 1) ชนะเลิศ ได้คะแนนสูงสุด
- 2) รองชนะเลิศอันดับ 1 ได้คะแนนรองจากรางวัลชนะเลิศ
- 3) รองชนะเลิศอันดับ 2 ได้คะแนนรองจากรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1
- 4) รองชนะเลิศอันดับ 3 ได้คะแนนรองจากรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2
- 5) รองชนะเลิศอันดับ 4 ได้คะแนนรองจากรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 3
- 6) รางวัลชมเชย ได้คะแนนรองจากรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 4 และมีคะแนนอยู่ในระดับเหรียญทองแดงขึ้นไป

หมายเหตุ ในกรณีคะแนนเท่ากันให้พิจารณาจากผลคะแนนข้อ 3.5.1 การเขียนกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ เป็นลำดับแรก

6. รางวัลที่ได้รับ

- 1) ชนะเลิศ ได้รับโล่พร้อมเกียรติบัตร (ระดับภาคและระดับชาติ)
- 2) รองชนะเลิศอันดับ 1 ได้รับเกียรติบัตร
- 3) รองชนะเลิศอันดับ 2 ได้รับเกียรติบัตร
- 4) รองชนะเลิศอันดับ 3 ได้รับเกียรติบัตร
- 5) รองชนะเลิศอันดับ 4 ได้รับเกียรติบัตร
- 6) รางวัลชมเชย ได้รับเกียรติบัตร

หมายเหตุ

- 1) โล่รางวัลมอบให้สถานศึกษา เกียรติบัตรมอบให้สถานศึกษา ผู้เข้าแข่งขัน และครูผู้ควบคุม
- 2) ผลการตัดสินของคณะกรรมการถือว่าเป็นที่สิ้นสุด





เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

แบบฟอร์มกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์แบบย่อ

ชื่อผลิตภัณฑ์

1. วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objective) (5 คะแนน)

วิสัยทัศน์ (Vision)

.....
.....

พันธกิจ (Mission)

.....
.....
.....





เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

วัตถุประสงค์ (Objective)

.....
.....
.....

2. Brand Concept (Logo & Slogan) (5 คะแนน)

.....
.....
.....
.....
.....

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค : 6W1H / 7O'S (10 คะแนน)

6W1H	7O'S

4. การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) (10 คะแนน)

4.1 จุดแข็ง (ปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้กิจการมีความได้เปรียบคู่แข่ง)

.....
.....





เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

4.2 จุดอ่อน (ปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้กิจการเสียเปรียบคู่แข่ง)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.3 โอกาส (ปัจจัยภายนอกที่จะส่งเสริมหรือสนับสนุนให้กิจการเติบโตได้ในอนาคต)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.4 อุปสรรค (ปัจจัยภายนอกที่จะทำให้กิจการไม่รุ่งเรือง เติบโตช้า เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Signature



เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

5. การกำหนด STP Marketing (15 คะแนน)

5.1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmenting)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) และระบุคู่แข่งทางตรง และคู่แข่งทางอ้อม

.....





เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4 P's) (20 คะแนน)

6.1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6.2 กลยุทธ์การตั้งราคา (Price)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

6.3 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. ความรับผิดชอบต่อสังคม (5 คะแนน)

.....



Signature



เกณฑ์ กติกา การประกวด แสดง แข่งขัน
ทักษะวิชาชีพ ประเภทวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
ทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing Strategy)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ระดับสถานศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ ปีการศึกษา 2565-2567

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Signature