

โครงการร่วมลงทุน

บทสรุปผู้บริหาร

ส่วนที่ 1 : ข้อเสนอโครงการร่วมลงทุน 1-1

- | | | |
|-------|--|-----|
| 1.1 | ประวัติความเป็นมา / แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ | 1-X |
| 1.2 | วัตถุประสงค์ของโครงการ | 1-X |
| 1.3 | รายละเอียดของโครงการ | 1-X |
| 1.4 | แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model) | 1-X |
| 1.5 | ผลประโยชน์ของโครงการที่มีต่อการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศ
ตลอดจนด้านเศรษฐกิจและสังคม | 1-X |
| 1.5.1 | ผลประโยชน์ของโครงการที่มีต่อการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ของประเทศ | 1-X |
| 1.5.2 | ผลประโยชน์ของโครงการที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม | 1-X |
| 1.6 | โครงการร่วมหรือกิจกรรมร่วมต่างๆ ที่เคยทำร่วมกับ สวทช. | 1-X |
| 1.7 | รายละเอียดของผู้ร่วมทุน | 1-X |
| 1.8 | รายละเอียดการร่วมลงทุน | 1-X |
| 1.8.1 | วัตถุประสงค์ของการขอรับการสนับสนุนโดยใช้กลไกการร่วมลงทุน | 1-X |
| 1.8.2 | เหตุผลที่ต้องการร่วมลงทุนกับ สวทช. | 1-X |
| 1.8.3 | ลักษณะของการร่วมลงทุนและเงื่อนไขการร่วมลงทุนที่เสนอ | 1-X |

ส่วนที่ 2 : แผนธุรกิจ 2-1

- | | | |
|-------|--|-----|
| | วิสัยทัศน์ (Vision) | 2-X |
| | พันธกิจ (Mission) | 2-X |
| | เป้าหมายทางธุรกิจ | 2-X |
| | <u>ด้านการตลาด</u> | 2-X |
| 2.1 | ผลิตภัณฑ์ | 2-X |
| 2.1.1 | ลักษณะของสินค้า และการนำไปใช้ประโยชน์ (สำหรับธุรกิจผลิต) /
ลักษณะของบริการ (สำหรับธุรกิจบริการ) | 2-X |
| 2.1.2 | ราคาจำหน่ายของสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท | 2-X |
| 2.1.3 | สัดส่วนรายได้ของสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท | 2-X |

2.2	การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด	2-X
2.2.1	ภาพรวมของตลาด (Market Overview)	2-X
2.2.2	วิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ 5 Forces	2-X
2.2.2.1	การแข่งขันของกลุ่มในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry within an Industry)	2-X
2.2.2.2	ความสามารถในการต่อรองกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)	2-X
2.2.2.3	ความสามารถในการต่อรองกับผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customer)	2-X
2.2.2.4	อุปสรรคของการเข้ามาในอุตสาหกรรมของกลุ่มรายใหม่ (Threat of New Entrants)	2-X
2.2.2.5	อุปสรรคของสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)	2-X
2.2.3	การวิเคราะห์โครงการ โดยใช้ SWOT Analysis	2-X
2.2.4	การทำ STP Marketing	2-X
2.2.4.1	การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)	2-X
2.2.4.2	การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)	2-X
2.2.4.3	การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Product Positioning)	2-X
2.3	แผนการตลาด	2-X
2.3.1	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Market)	2-X
2.3.2	กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix)	2-X
2.3.2.1	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies)	2-X
2.3.2.2	กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies)	2-X
2.3.2.3	กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place Strategies)	2-X
2.3.2.4	กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและการขาย (Promotion Strategies)	2-X
2.3.3	งบประมาณทางการตลาด (Marketing Budget)	2-X
	<u>ด้านเทคโนโลยี</u>	2-X
2.4	เทคโนโลยีที่ใช้ในโครงการ	2-X
2.4.1	รายละเอียดของเทคโนโลยี	2-X
2.4.2	กรรมสิทธิ์ในเทคโนโลยี	2-X
2.4.3	การขอรับความคุ้มครองในทรัพย์สินทางปัญญา (ถ้ามี)	2-X
2.4.4	สถานะการพัฒนาทางเทคโนโลยี (Development Stage)	2-X
2.4.5	อายุของเทคโนโลยี (Technology Life Cycle)	2-X
2.4.6	เทคโนโลยีทดแทน (ถ้ามี)	2-X
2.5	การเตรียมความพร้อมในการรับถ่ายทอดเทคโนโลยี (เฉพาะโครงการที่รับถ่ายทอดเทคโนโลยีมาจากผู้อื่น)	2-X
2.6	แผนการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ในอนาคต	2-X

<u>ด้านเทคนิค</u>	2-X
2.7 ที่ตั้งโรงงาน และสาธารณูปโภค	2-X
2.8 สิ่งปลูกสร้าง (อาคาร โรงงาน อาคารสำนักงาน และสถานประกอบการ)	2-X
2.9 เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต / การบริการ	2-X
2.10 ขั้นตอนการผลิต / ขั้นตอนการให้บริการ	2-X
2.11 แผนผังกระบวนการผลิต / การให้บริการ	2-X
2.12 กำลังการผลิต (Production Capacity) และอัตราการใช้กำลังการผลิตต่อปี (Capacity Utilization Rate) / จำนวนการให้บริการสูงสุดที่รองรับได้	2-X
2.13 แผนการก่อสร้างอาคาร / การติดตั้งเครื่องจักรและทดสอบ / ประมาณการช่วงเวลาที่พร้อมเปิดดำเนินการในเชิงพาณิชย์	2-X
2.14 การจัดหาวัตถุดิบ	2-X
2.15 การจัดการเกี่ยวกับคุณภาพ	2-X
2.16 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	2-X
<u>ด้านการเงิน</u>	2-X
2.17 แหล่งที่มาและแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของโครงการ (Sources of Fund and Uses of Fund)	2-X
2.18 การประมาณการทางการเงิน	2-X
2.18.1 สมมติฐานทางการเงิน	2-X
2.18.2 นโยบายทางการเงิน	2-X
2.18.3 การประมาณการงบการเงิน	2-X
2.18.3.1 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	2-X
2.18.3.2 ประมาณการงบดุล	2-X
2.18.3.3 ประมาณการงบกระแสเงินสด	2-X
2.18.4 การประมาณการผลตอบแทนของโครงการ	2-X
2.18.5 อัตราส่วนทางการเงิน	2-X
2.19 การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)	2-X
<u>ด้านการบริหาร</u>	2-X
2.20 ราชานามคณะกรรมการบริษัท	2-X
2.21 รายชื่อผู้ถือหุ้น / สัดส่วนการถือหุ้น	2-X
2.22 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร	2-X
2.23 แผนผังองค์กร	2-X

2.24	หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก	2-X
2.25	แผนการพัฒนามูลฐาน	2-X
2.26	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key Success Factors)	2-X
2.27	นโยบายการจ่ายเงินปันผล	2-X
	<u>การประเมินความเสี่ยง</u>	2-X
2.28	ปัจจัยเสี่ยง (Key Risks)	2-X
2.29	การบริหารจัดการความเสี่ยง	2-X

ส่วนที่ 3 : ภาคผนวก **3-1**

3.1	ประมาณการทางการเงิน	3-X
3.1.1	ประมาณการยอดขาย	3-X
3.1.2	ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ	3-X
3.1.3	ประมาณการผลผลิตสินค้า	3-X
3.1.4	ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบหรือสินค้าที่ซื้อ	3-X
3.1.5	ประมาณการต้นทุนการผลิต / ต้นทุนขายสินค้า	3-X
3.1.6	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	3-X
3.1.7	ประมาณการเงินลงทุนในสินทรัพย์และการคิดค่าเสื่อมราคา	3-X
3.1.8	ประมาณการอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	3-X
3.1.9	การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) ในกรณีต่างๆ	3-X
3.2	รายละเอียดโครงการร่วมมือหรือรายละเอียดกิจกรรมที่เคยทำร่วมกับ สวทช.	3-X
3.3	รายละเอียดของผู้ถือหุ้น	3-X
3.3.1	ประวัติและประสบการณ์ของผู้ถือหุ้นโดยละเอียด	3-X
3.3.2	งบการเงินย้อนหลัง 3 ปี (ถ้ามี)	3-X
3.3.3	สำเนาหนังสือรับรองบริษัท	3-X
3.3.4	สำเนาหนังสือบริคณห์สนธิ	3-X
3.3.5	สำเนาบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น	3-X
3.4	ข้อมูลอื่นๆ	3-X
