



ประลองไอเดียธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

## ECO-HACKATHON

พลัง GEN Z ขับเคลื่อนอนาคตยั่งยืน 2026

โครงการแข่งขันประลองไอเดียธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ISUZU Andaman Eco-Hackathon 2026

ตอน พลัง Gen Z ขับเคลื่อนอนาคตยั่งยืน

### 1. ความสำคัญโครงการ

วัยรุ่น (Gen Z) เป็นกลุ่มที่มีพลังและความสำคัญอย่างมากในการกำหนดทิศทางของสังคมในปัจจุบัน โดยเฉพาะความใส่ใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สะท้อนตัวตนของคนรุ่นใหม่ บวกกับเทคโนโลยีด้านดิจิทัลที่เข้ามา มีบทบาทในชีวิตมากขึ้น โซเชียลมีเดียในโลกออนไลน์จึงเป็นช่องทางสำคัญของการสื่อสารและสร้างคอมมูนิตี

เมื่อเทคโนโลยีและพลังของเยาวชนสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ โครงการแข่งขันประลองไอเดียธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ISUZU Andaman Eco-Hackathon 2026 ตอน พลัง Gen Z ขับเคลื่อนอนาคตยั่งยืน ซึ่งเป็นโครงการประกวดนวัตกรรมและแผนธุรกิจระดับมัธยมศึกษาปลาย (ม.4 - ม.6) และ อาชีวศึกษา โดยความร่วมมือระหว่างบริษัทอิชูซุอันดามันเซลล์ จำกัด ร่วมกับคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ในรูปแบบ Edutainment จึงขอเชิญนักเรียนระดับมัธยมศึกษา และระดับอาชีวศึกษาเข้าร่วมแสดงผลงาน ไอเดียสร้างสรรค์ ในโจทย์ "เปลี่ยนขยะ/มลพิษ ให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์"

โดยจำลองให้นักเรียนระดับมัธยมศึกษา และระดับอาชีวศึกษา รับหน้าที่เป็น "นักสร้างสรรค์รักษ์โลก (Green-Novator)" และ "นักการตลาด" ลงมือออกแบบแผนงานเพื่อแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนที่ครอบคลุม 3 มิติ คือ สิ่งแวดล้อม (Planet) สังคม (People) และเศรษฐกิจ (Profit) ภายใต้แผนงานที่มีความสร้างสรรค์ แปลกใหม่ และมีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติจริงในพื้นที่ชุมชน ด้วยการสนับสนุนจากบริษัทอิชูซุอันดามันเซลล์ จำกัด

### 2. รายละเอียดและขั้นตอนการสมัครเข้าร่วมโครงการ

#### 2.1 คุณสมบัติและเงื่อนไขการสมัคร

- 1) ผู้เข้าประกวดจะต้องเป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4 - ม.6) หรือ อาชีวศึกษา (ปวช.) ไม่จำกัดสาขา
- 2) สมาชิกในทีมจะต้องมาจากสถาบันเดียวกัน ทีมละ 3 - 5 คน และแต่ละกลุ่มสามารถเสนอแผนงานได้เพียง 1 แผน
- 3) ทุกทีมจะต้องมีอาจารย์ในสถาบันที่สังกัดทำหน้าที่เป็น "ที่ปรึกษาโครงการ" จำนวน 1 ท่าน เพื่อให้คำแนะนำและดูแลนักเรียนในการวางแผนงานให้อยู่ในกรอบของหลักเกณฑ์ (หมายเหตุ อาจารย์ที่ปรึกษา 1 ท่าน สามารถเป็นที่ปรึกษาให้กับทีมที่เข้าแข่งขันได้มากกว่า 1 ทีม)

## 2.2 เงื่อนไขและข้อกำหนดของการส่งผลงาน

- 1) แผนงานจะต้องเป็นข้อมูลที่ผู้เข้าแข่งขันสร้างสรรค์ด้วยตัวเอง มิได้ทำซ้ำ คัดลอก เลียนแบบ และดัดแปลงของผู้อื่น
- 2) ผู้เข้าแข่งขันทุกทีมตกลงยินยอมให้ผลงานที่ส่งเข้าประกวดรวมถึงไฟล์ต้นฉบับตกเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทอีซูซุอันดามัน จำกัด และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง
- 3) ยินยอมให้ลิขสิทธิ์ ทรัพย์สินทางปัญญาอื่น และสิทธิใดๆ ในผลงานดังกล่าวตกเป็นของบริษัทฯ และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง ไม่ว่าจะเป็นผลงานที่ได้รับรางวัลหรือไม่ก็ตาม โดยบริษัทฯ และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง ไม่จำเป็นต้องส่งคืนผลงานรวมถึงไฟล์ต้นฉบับให้แก่ผู้สมัคร
- 4) บริษัทฯ และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง สงวนสิทธิ์ในการคัดเลือกผลงานที่ส่งเข้าประกวด รวมทั้งการนำผลงานดังกล่าวมาทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ไม่ว่าจะเป็นในเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท หรือสื่อรูปแบบอื่นๆ ตามความเหมาะสม เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ หรือ เพื่อการใดๆ ที่บริษัทฯ และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง พิจารณาเห็นสมควร
- 5) มาตรฐานการตัดสินเพื่อความโปร่งใส การตัดสินผลงานในทุกรอบการแข่งขัน จะใช้หลักเกณฑ์การให้คะแนนที่เป็นมาตรฐานทั้งหมด เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ความโปร่งใส และป้องกันข้อร้องเรียนจากผู้เข้าร่วมแข่งขัน โดยผลการพิจารณาและการตัดสินของคณะกรรมการ ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิของโครงการ ถือเป็นที่สุดในทุกกรณี และไม่สามารถนำไปโต้แย้งหรือเรียกร้องสิทธิใดๆ เพิ่มเติมได้
- 6) การจัดการด้านลิขสิทธิ์และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา หากคณะกรรมการตรวจพบในภายหลังว่า แผนงานหรือคลิปวิดีโอที่ส่งเข้าประกวด มีการละเมิดลิขสิทธิ์ ทำซ้ำ คัดลอก ดัดแปลงผลงานของผู้อื่น หรือนำผลงานที่เคยได้รับรางวัลจากเวทีอื่นมาส่งประกวดซ้ำโดยไม่ดัดแปลง คณะกรรมการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณา "ตัดสิทธิ์ (Disqualify)" ทีมนั้นๆ ออกจากการแข่งขันทันที และกรณีที่ทีมดังกล่าวได้รับรางวัลไปแล้ว ทางโครงการฯ มีสิทธิ์เรียกคืนเงินรางวัล โล่รางวัล และเกียรติบัตรทั้งหมดกลับคืน
- 7) ความยินยอมในการใช้ภาพ เสียง และสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้สมัครทุกคนตกลงยินยอมให้คณะกรรมการจัดการแข่งขัน (บริษัท อีซูซุอันดามันเซลล์ จำกัด และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง) มีสิทธิ์ในการบันทึกภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และ/หรือเสียงของผู้สมัครตลอดระยะเวลาการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในโครงการ โดยคณะกรรมการมีสิทธิ์นำภาพและเสียงดังกล่าวไปใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือนำมาใช้พัฒนาต่อยอดเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและองค์กรได้ โดยไม่มีข้อผูกมัดใดๆ ทั้งสิ้น รวมถึงไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และไม่ต้องจ่ายค่าตอบแทนใดๆ แก่ผู้เข้าแข่งขัน
- 8) กติกาสำหรับการนับคะแนนในส่วนศักยภาพในการสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement & Viral Potential) (10%) จะตัดสินจากโซเชียลมีเดียโดยทางโครงการจะนับผลคะแนนจากยอดวิว (5%) ยอดแชร์ (5%)
- 9) ผลงานที่ส่งเข้าประกวดต้องไม่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือพาดพิงถึงประเด็นทางการเมืองอันอาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง และต้องไม่มีเนื้อหาที่เป็นการหมิ่นหรือกระทบกระเทือนต่อ ชาติ ศาสนา และ

พระมหากษัตริย์ รวมทั้งต้องไม่ใช้ถ้อยคำที่มีลักษณะดูหมิ่น เหยียดหยาม เสียดสี หรือยั่วแหย่ให้เกิดความแตกแยกในสังคม อีกทั้งต้องไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียม ประเพณี ศีลธรรม จริยธรรม หรือหลักศาสนาอันดีงาม

## 2.3 วิธีการสมัคร

- 1) การสมัครเป็นรูปแบบ Paperless ผู้สมัครสแกน QR Code เพื่อกำหนดรายละเอียดใน E-Form ให้ครบถ้วนที่ลิงค์ <https://cm.trang.psu.ac.th/isuzu-eco-hackathon> และพร้อมศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ QR Code
- 2) กำหนดชื่อกลุ่ม ชื่อแผนงาน และระบุสถาบันการศึกษาให้ชัดเจน พร้อมระบุข้อมูลอาจารย์ที่ปรึกษา
- 3) แนบไฟล์ภาพถ่าย "บัตรประจำตัวนักเรียน" ของสมาชิกทุกคนในทีมลงในระบบ



## 3. โจทย์การระดมสมองและรายละเอียดการแข่งขัน

### 3.1 โจทย์การระดมสมอง

ผู้เข้าแข่งขันทุกกลุ่มสามารถเลือกโจทย์ในการระดมสมองได้จาก 3 แกนหลักที่สะท้อนปัญหาจริงของพื้นที่ที่อยู่รอบสถานศึกษา ดังนี้

- Track 1 Save the Andaman (รักษ์ทะเล รักษ์ท้องเที่ยว) เช่น ไอเดียการจัดการขยะพลาสติกตามแหล่งท่องเที่ยว ชะยะทะเล หรือโมเดลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) ที่สร้างรายได้ให้ชุมชนประมงพื้นบ้านโดยไม่ทำลายธรรมชาติ ฯลฯ
- Track 2 Green Southern Agriculture (นวัตกรรมเกษตรใต้) เช่น การจัดการวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เช่น ตอซากปาล์ม เศษยางพารา เปลือกหอยแมลงภู่ ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม (Upcycling) หรือเป็นพลังงานทดแทน ฯลฯ
- Track 3 Local Eco-Logistics (ขนส่งชุมชนคาร์บอนต่ำ) เช่น การวางแผนระบบขนส่งผลผลิตทางการเกษตรหรือวัตถุดิบในระดับชุมชน ที่ช่วยลดการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ฯลฯ

### 3.2 รายละเอียดการแข่งขัน การแข่งขันจะแบ่งเป็น 3 รอบ ดังนี้

- ✧ รอบที่ 1 - รอบคัดเลือก (Idea Audition) ส่งคลิปวิดีโอสั้นและเอกสารอธิบายแนวคิด 1 หน้ากระดาษ

การแข่งขันสื่อสารไอเดียผ่านโซเชียลมีเดียและอธิบายแนวคิด 1 หน้า ผู้เข้าแข่งขันทุกทีมจะต้องจัดทำคลิปวิดีโอสั้นเพื่อนำเสนอแนวคิด **ภายใต้โจทย์ "เปลี่ยนขยะ/มลพิษ ให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์"** โดยต้องปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานดังต่อไปนี้

- ก. โครงสร้างเนื้อหาบังคับคลิปวิดีโอสั้น ความยาวคลิป 1-3 นาที (ห้ามสั้นหรือยาวกว่าที่กำหนด) ในคลิปจะต้องตอบคำถาม 3 ประเด็นหลักให้ชัดเจน ได้แก่

- 1) The Problem นำเสนอปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือมลพิษที่เกิดขึ้นจริงในชุมชนรอบสถานศึกษา (ควรมีภาพหรือข้อมูลประกอบ) และชุมชนนั้นให้ความร่วมมือกับทีมตลอดจนจบการแข่งขัน

- 2) **The Solution** ไอเดียในการเปลี่ยนขยะ/มลพิษให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตาม Track ยุทธศาสตร์ที่เลือก
- 3) **The Impact** ผลลัพธ์เชิงบวกและโอกาสความยั่งยืนที่จะเกิดขึ้นกับชุมชน ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

#### ข. คุณสมบัติทางเทคนิคคลิปวิดีโอ (Technical Specifications)

- 1) ตราสัญลักษณ์โครงการฯ ต้องปรากฏโลโก้โครงการ ISUZU Andaman Eco-Hackathon 2026 อย่างชัดเจนในคลิปวิดีโอ (วางไว้ที่มุมจอ หรือปรากฏในฉากเปิด/ปิดคลิป) โหลดได้ที่ <https://cm.trang.psu.ac.th/isuzu-eco-hackathon> หรือ QR Code
- 2) ประเภทไฟล์ บังคับใช้ .MP4 หรือ .MOV (แนะนำการเข้ารหัสแบบ H.264)
- 3) สัดส่วนภาพ 9-16 (วิดีโอแนวตั้งเต็มจอ) เหมาะสำหรับแพลตฟอร์ม TikTok, Reels, และ Shorts (ห้ามมีขอบดำบน-ล่าง)
- 4) ความละเอียดภาพ ขั้นต่ำ 1080p (1080 x 1920 pixels) เพื่อรักษาความคมชัดเมื่อนำไปฉายบนจอ LED ขนาดใหญ่
- 5) ขนาดไฟล์สูงสุด ไม่เกิน 500 MB (ขยายเพดานเพิ่มขึ้นจากเดิม เพื่อให้ไฟล์คงคุณภาพสูงสุด ไม่แตก และรองรับคลิปที่มีการถ่ายทำด้วยเฟรมเรตสูง 60 fps)
- 6) พื้นที่ปลอดภัย ควรจัดวางข้อความสำคัญ คำบรรยาย หรือโลโก้ให้อยู่กึ่งกลาง โดยเว้นขอบล่างและขอบขวาประมาณ 20% เพื่อไม่ให้โดนปุ่มกดแสดงอารมณ์หรือแคปชั่นของแอปพลิเคชันบัง
- 7) คำบรรยาย "บังคับ" ให้ฝังคำบรรยายภาษาไทย (Hardcoded Subtitles) ตลอดคลิป เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาได้แม้จะปิดเสียง
- 8) ลิขสิทธิ์เสียง เพลงประกอบ ดนตรีประกอบฉาก หรือ เพลงบรรเลงคลอเบื้องหลัง (Background Music - BGM) และเอฟเฟกต์เสียงที่ใช้ต้องไม่มีลิขสิทธิ์ (Royalty-Free) หรือได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ์เท่านั้น หากคลิปถูกดูตงเสียงหรือถูกลบจากแพลตฟอร์มเนื่องจากละเมิดลิขสิทธิ์ คณะกรรมการจะไม่รับผิดชอบต่อยอดวิวและยอดแชร์ที่สูญหาย



#### ค. การตั้งชื่อไฟล์คลิปวิดีโอ และผลงาน "1-Page Idea Pitching" ช่องทางการส่ง และการเผยแพร่คลิปวิดีโอ

- 1) การตั้งชื่อไฟล์ เพื่อป้องกันการสูญหาย ให้ตั้งชื่อตามรูปแบบ Track ที่เลือก\_ชื่อสถาบัน\_ชื่อทีม.mp4 (ตัวอย่าง Track1\_โรงเรียนภูเก็ตวิทยาลัย\_ทีมฉลามวาฬ.mp4)

2) การอัปโหลดไฟล์วิดีโอต้นฉบับและผลงาน "1-Page Idea Pitching" ลงในลิงก์

<https://cm.trang.psu.ac.th/isuzu-eco-hackathon> หรือ QR Code

3) การเผยแพร่โซเชียลมีเดียอัปโหลดผลงานลงบนโซเชียลมีเดียของทีม (TikTok และ Facebook ช่องทางละ 1 โพสต์เท่านั้น) โดยตั้งค่าเป็น "สาธารณะ (Public)" ตลอดระยะเวลาการแข่งขัน เพื่อให้คณะกรรมการสามารถเข้าตรวจผลงานได้ พร้อมติดแฮชแท็ก



#ISUZUAndamanEcoHackathon2026

หมายเหตุ: การเผยแพร่โซเชียลมีเดียให้เผยแพร่ในช่วงเปิดรับสมัครผลงานเท่านั้น (15 ส.ค. - 15 ก.ย. 69) มิฉะนั้นจะไม่ได้รับคะแนนในส่วนนี้

4) การส่งงาน นำลิงก์โพสต์โซเชียลมีเดียที่เผยแพร่แล้ว มาแนบลงในระบบรับสมัคร (E-Form

ง. เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนคลิปวิดีโอสั้น (คะแนนรวม 100 คะแนน)

1) ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (25%)

- ความแปลกใหม่ ไอเดียธุรกิจมีความคิดสร้างสรรค์ โดดเด่น และแตกต่างจากผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่เดิมในตลาด (Innovative Solution)
- การวิเคราะห์ปัญหา สามารถระบุปัญหาสังคมหรือสิ่งแวดล้อม (Pain Point) ได้อย่างชัดเจน ตรงจุด และมีความเข้าใจในบริบทของปัญหาอย่างแท้จริง

2) ผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (25%)

- การสร้างความยั่งยืน ไอเดียสามารถแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมได้จริง และสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability)
- ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม สามารถประเมินหรือคาดการณ์ผลกระทบเชิงบวกที่จะเกิดขึ้นต่อสังคม ชุมชน หรือสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน (โดยเฉพาะหากสามารถเชื่อมโยงกับบริบทของพื้นที่ฝั่งอันดามันได้ จะมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น)

3) ความคิดสร้างสรรค์และความแปลกใหม่ (Creativity & Originality) (25%)

- แนวคิดการนำเสนอมีความใหม่ แตกต่าง และแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ที่โดดเด่น
- มีเทคนิคการดึงดูดความสนใจ (Hook) ในช่วงวินาทีแรก ๆ เพื่อให้ผู้ชมติดตามจนจบ
- สามารถสร้างอารมณ์ร่วม (Emotional Involvement) กับผู้ชมได้ ไม่ว่าจะเป็นในมุมตลก สนุกสนาน สร้างแรงบันดาลใจ หรือซาบซึ้งกินใจ

4) คุณภาพการผลิต (Production & Execution Quality) (15%)

- ภาพและการจัดองค์ประกอบ ความคมชัดของวิดีโอ มุมกล้อง การจัดแสงและสี (Color Grading) สวยงามเหมาะสมกับ Mood & Tone
- เสียง คุณภาพเสียงบรรยายชัดเจน การเลือกใช้ดนตรีประกอบและเสียงเอฟเฟกต์ช่วยส่งเสริมจังหวะการเล่าเรื่อง (ต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์)
- การตัดต่อ มีความลื่นไหล จังหวะกระชับ และดึงดูดความสนใจได้ตลอดความยาวคลิป

### 5) ศักยภาพในการสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement & Viral Potential) (10%)

โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ยอดวิว (5%) ยอดแชร์ (5%)

- ผลงานมีองค์ประกอบที่กระตุ้นให้ผู้ชมอยากกดไลก์หรือกดแชร์ต่อบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย
- รูปแบบและความยาวของคลิปสอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการรับชมวิดีโอสั้นในปัจจุบัน (เช่น TikTok, Reels, Shorts)

### จ. เกณฑ์และเงื่อนไขการส่งผลงาน "1-Page Idea Pitching"

ทุกทีมต้องส่ง "1-Page Idea Pitching" ที่เข้าใจง่ายกว่า โดยมีเนื้อหาบอกเล่า 3 เรื่องหลัก คือ

#### A) รูปแบบและข้อกำหนดของผลงาน

- ขนาดและจำนวนหน้า กระดาษขนาด A4 จำนวน 1 หน้ากระดาษเท่านั้น
- รูปแบบตัวอักษร (Font) ใช้ตัวอักษรมาตรฐาน เช่น TH Sarabun PSK หรือ TH Sarabun New
- ขนาดตัวอักษร (Font Size) หัวข้อหลักขนาด 18 Point (ตัวหนา) /เนื้อหาทั่วไปขนาด 14 Point
- การจัดวางหน้ากระดาษ ผู้เข้าแข่งขันสามารถออกแบบจัดวางเนื้อหาได้อย่างอิสระ อนุญาตให้ใช้ภาพประกอบ แผนภาพ (Diagram) หรือ Infographic เพื่อช่วยให้การสื่อสารเข้าใจง่ายและน่าสนใจมากขึ้น
- ประเภทไฟล์ ส่งผลงานในรูปแบบไฟล์ .PDF เท่านั้น (เพื่อป้องกันการเคลื่อนของฟอนต์และเลย์เอาต์)

#### B) โครงสร้างเนื้อหาหลัก (Content Structure)

ผลงานต้องนำเสนอแนวคิดให้จบภายใน 1 หน้ากระดาษ โดยต้องครอบคลุมเนื้อหา 3 ส่วนหลัก ดังนี้

- Problem (ปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชน)
  - ระบุปัญหาขยะหรือมลพิษในชุมชนที่คุณต้องการเข้าไปแก้ไขให้ชัดเจน ตรงประเด็น
  - ระบุให้เห็นว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหานี้
- Solution (ไอเดียเปลี่ยนขยะสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์)
  - นำเสนอแนวคิดหรือวิธีการแก้ปัญหา (Idea/Innovation)
  - อธิบายว่าไอเดียนี้สามารถเปลี่ยนขยะหรือมลพิษ ให้กลายเป็นสินค้า บริการ หรือสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (Creative Economy) ได้อย่างไร
- Impact (ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับชุมชน)
  - อธิบายผลลัพธ์เชิงบวกที่จะเกิดขึ้นกับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในมิติของสิ่งแวดล้อม (เช่น ปริมาณขยะลดลง) และมิติของ เศรษฐกิจ/สังคม (เช่น สร้างรายได้ให้ชุมชน, สร้างอาชีพ, คุณภาพชีวิตดีขึ้น)

#### C) เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน (คะแนนรวม 100 คะแนน)

- **ความเข้าใจปัญหา (20%)** ปัญหาที่ระบุมีความชัดเจน มีอยู่จริง และส่งผลกระทบต่อชุมชน
- **ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (30%)** ไอเดียมีความแปลกใหม่ แตกต่าง และตอบโจทย์การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Creative Economy)
- **ความเป็นไปได้และผลกระทบ (30%)** ไอเดียสามารถนำไปปฏิบัติหรือพัฒนาต่อยอดได้จริง และคาดว่าจะสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีให้ชุมชนได้ชัดเจน
- **รูปแบบและการสื่อสาร (20%)** การจัดหน้ากระดาษอ่านง่าย สื่อสาร 3 ประเด็นหลักได้ครบถ้วน ตรงประเด็น ภายใน 1 หน้า

## ☆ รอบที่ 2 รอบรองชนะเลิศ (ISUZU Eco-Bootcamp) ค่ายอีซูซุบ่มเพาะไอเดีย

ทีมที่เข้ารอบทั้ง 20 ทีมจะต้องเข้าร่วม

- อบรมออนไลน์ตามที่โครงการกำหนด (10 ต.ค 69 เวลา 09.00-12.00 น.) และ
  - กิจกรรมค่ายอีซูซุบ่มเพาะไอเดียเพิ่มประสบการณ์ในรูปแบบ Edutainment ระยะเวลา 2 วัน 1 คืน (17-18 ต.ค. 69) โดยกิจกรรมค่ายอีซูซุบ่มเพาะไอเดีย แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย
- 1) กิจกรรมสันทนาการและสร้างแรงบันดาลใจ (Inspire) (17 ต.ค. 69 เวลา 8.30-12.00 น.) รับฟังแนวคิดจาก Influencer สายสิ่งแวดล้อม และมุ่งสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้เข้าแข่งขันทุกทีม
  - 2) การอบรมบรรยาย (Brainstorm & Mentoring) (17 ต.ค. 69 เวลา 13.00-16.00 น.) ทางโครงการมุ่งหวังให้ความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่ การจัดการนวัตกรรม สอนและทำแผนภาพ Lean Canvas เพื่อนำไปใช้ระดมสมองพัฒนาแผนงานอันมีความหมายและเห็นพัฒนาการของผู้เข้าแข่งขันได้ชัดเจนขึ้นด้วยกระบวนการ Design Thinking โดยมีที่ปรึกษา (Mentors) เป็นนักวิชาการท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจาก ISUZU ให้คำปรึกษา
  - 3) นำเสนอแผนงาน (18 ต.ค. 69 เวลา 09.00-12.00 น.)  
ในรอบ 20 ทีม (Pitching Day) ทีมที่ผ่านเข้ารอบจะต้องจัดทำ "สไลด์นำเสนอแผนงาน (Pitch Deck)" เพื่อใช้ประกอบการนำเสนอต่อหน้าคณะกรรมการ โดยมีกติกาและข้อกำหนดทางเทคนิค ดังนี้
    - รูปแบบไฟล์ จัดทำสไลด์ในรูปแบบแนวนอน (สัดส่วน 16-9) และเมื่อเสร็จสิ้นให้บันทึก (Export) เป็นไฟล์ .PDF เท่านั้น (เพื่อป้องกันปัญหาพอนต์หรือเลย์เอาต์เคลื่อนเมื่อเปิดกับคอมพิวเตอร์ส่วนกลาง)
    - ความยาว จำนวนสไลด์ 14 หน้า (รวมหน้าปกและหน้าแนะนำทีมงานแล้ว)
    - กฎเหล็กการออกแบบ (Design Rule)- เน้นการนำเสนอด้วยภาพ (Visual Thinking) ใช้ Infographic หรือ Key Message ที่กระชับเข้าใจง่าย "หลีกเลี่ยงการคัดลอกตัวหนังสือพิมพ์บรรยายยาวเต็มหน้าสไลด์"

- ระยะเวลา แต่ละทีมจะมีเวลาในการนำเสนอ (Pitching) บนเวทีไม่เกิน 10 นาที
- เนื้อหาในสไลด์จะต้องครอบคลุมโครงสร้าง 4 เรื่อง ได้แก่ ปัญหา, ทางออก, คุณค่า, แผนปฏิบัติที่โครงการกำหนด
- เพื่อเป็นแนวทางให้ทุกทีมสามารถเล่าเรื่อง (Storytelling) ได้อย่างสร้างสรรค์ครบถ้วนภายใน 14 สไลด์ โครงการขอแนะนำโครงสร้างการนำเสนอ พร้อมตัวอย่างจากโครงงานสมมติ "Eco-Shell ปูยแคลเซียมจากเปลือกหอย ตามตารางโครงสร้างที่ 3.1 ดังนี้

ตารางโครงสร้าง 3.1 แสดงเนื้อหาที่ต้องมีในการนำเสนอ (14-Slide Eco-Lean Pitch)

| ลำดับ<br>หน้า<br>สไลด์ | หัวข้อสไลด์ (Topic)                                                                      | รายละเอียดที่ต้องมี<br>(Description)                                                                                           | ตัวอย่างการนำเสนอ<br>โปรเจกต์ "Eco-Shell"                                                                                                                                                                 |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                      | Title & Goal<br>(ชื่อและเป้าหมาย)                                                        | ชื่อโปรเจกต์ โลโก้ทีม และเป้าหมาย 1 ประโยคที่กระแทกใจ<br>กรรมการตั้งแต่แรกเห็น                                                 | ชื่อ Eco-Shell (ปูยแคลเซียมทำเงิน)<br>เป้าหมาย "เปลี่ยนเปลือกหอยนางรมทิ้งขว้าง 1<br>ตันในชุมชน ให้กลายเป็นปูยแคลเซียมบำรุงดินที่<br>สร้างรายได้"                                                          |
| 2                      | The Problem<br>(ปัญหาที่พบ)                                                              | ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ทีมไปเจอมาคือ<br>อะไร? ใครคือคนที่กำลังเดือดร้อน<br>ที่สุดในชุมชน? (แนะนำให้ใช้<br>ภาพถ่ายพื้นที่จริง)      | ภาพประกอบ กองเปลือกหอยส่งกลิ่นเหม็นใน<br>ชุมชน<br>คำอธิบาย "ร้านอาหารทะเลทิ้งเปลือกหอยกว่า<br>500 กก./เดือน เกิดกลิ่นเหม็น เป็นแหล่งเชื้อโรค<br>และทำลายทัศนียภาพ"                                        |
| 3                      | The Solution<br>(ไอเดียแก้ปัญห)                                                          | ไอเดียหรือนวัตกรรมของทีมที่จะ<br>เข้าไปแก้ปัญหานี้คืออะไร? ตอบ<br>โจทย์การเปลี่ยนขยะเป็นเศรษฐกิจ<br>สร้างสรรค์อย่างไร?         | "เราจับซื้อเปลือกหอยที่ถูกทิ้ง นำมาผ่านเครื่อง<br>บดละเอียด ผสมกับจุลินทรีย์ เพื่อทำเป็น 'ปูย<br>แคลเซียมอินทรีย์' สำหรับบำรุงดินอย่างพารา"                                                               |
| 4                      | How it Works<br>(ขั้นตอนการทำงาน)                                                        | อธิบายขั้นตอนการทำงานของ<br>ไอเดียนี้ให้เข้าใจง่ายๆ แบบ Step-<br>by-step                                                       | "1. ตั้งถังรับเปลือกหอยที่ร้านอาหาร<br>2. นำมาทำความสะอาดและตากแดด<br>3. เข้าเครื่องบดละเอียด<br>4. หมักจุลินทรีย์ 7 วัน<br>5. บรรจุใส่ถุงพร้อมจำหน่าย"                                                   |
| 5                      | Marketing Strategy<br>& Innovation<br>(กลยุทธ์การตลาดและ<br>นวัตกรรมสร้างคอมมู-<br>นิตี) | โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎี SWOT<br>(จุดแข็ง - Strengths, จุดอ่อน -<br>Weaknesses, โอกาส -<br>Opportunities และภัยคุกคาม -<br>Threats) | จุดแข็ง (Strengths)<br>- วัตถุดิบมีต้นทุนต่ำหรือได้มาฟรีจากร้านอาหาร<br>ทะเล<br>- ช่วยลดขยะและแก้ปัญหามลพิษในชุมชน<br>- เป็นผลิตภัณฑ์รักษ์โลก (Circular Economy)<br>- ช่วยปรับสภาพดิน เพิ่มแคลเซียมให้พืช |

| ลำดับ<br>หน้า<br>สไลด์ | หัวข้อสไลด์ (Topic)                                                                                                                            | รายละเอียดที่ต้องมี<br>(Description)                                                                                         | ตัวอย่างการนำเสนอ<br>โปรเจกต์ "Eco-Shell"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        | การวิเคราะห์กรอบ<br>และกลยุทธ์ในการ<br>ดำเนินธุรกิจ                                                                                            |                                                                                                                              | <p><b>จุดอ่อน (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-กำลังการผลิตช่วงแรกยังไม่สูง</li> <li>-ต้องใช้เวลาในการทำความสะดวกและ बदเปลี่ยน</li> <li>หอย</li> <li>-แบรนด์ยังไม่เป็นที่รู้จัก</li> <li>-ต้องสร้างความเชื่อมั่นเรื่องคุณภาพสินค้า</li> </ul> <p><b>โอกาส (Opportunities)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-เกษตรอินทรีย์กำลังเติบโต</li> <li>-ภาครัฐสนับสนุน BCG และ Circular Economy</li> <li>-คนใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น</li> <li>-สามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์อื่นได้</li> </ul> <p><b>ภัยคุกคาม (Threats)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-มีคู่แข่งในตลาดหลายแบรนด์</li> <li>-ราคาปุ๋ยในตลาดมีการแข่งขันสูง</li> <li>-ปริมาณเปลือกหอยอาจไม่สม่ำเสมอในบางฤดูกาล</li> <li>-กฎระเบียบด้านมาตรฐานสินค้าเกษตร</li> </ul> |
| 6                      | <b>Marketing Strategy &amp; Innovation</b><br>(กลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมสร้างคอมมูนิตี)<br>การวิเคราะห์กรอบ<br>และกลยุทธ์ในการ<br>ดำเนินธุรกิจ | STP (การแบ่งส่วนตลาด -<br>Segmentation, การเลือก<br>กลุ่มเป้าหมาย - Targeting, การ<br>วางตำแหน่งทางการตลาด -<br>Positioning) | <p><b>Segmentation (แบ่งส่วนตลาด)</b> แบ่งตาม<br/>ลักษณะผู้ใช้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-เกษตรกรสวนยางพารา</li> <li>-เกษตรกรสวนผลไม้</li> <li>-เกษตรกรปลูกผักอินทรีย์</li> <li>-ร้านจำหน่ายอุปกรณ์การเกษตร</li> <li>-กลุ่มวิสาหกิจชุมชน</li> </ul> <p><b>Targeting (กลุ่มเป้าหมาย)</b><br/> <b>กลุ่มเป้าหมายหลัก</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-เกษตรกรสวนยางพาราในจังหวัดตรังและภาคใต้<br/>เพราะ</li> <li>-มีจำนวนมาก</li> <li>-ใช้ปูนหรือแคลเซียมปรับสภาพดินอยู่แล้ว</li> <li>-สามารถใช้ผลิตภัณฑ์ได้จริง</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                       |

| ลำดับ<br>หน้า<br>สไลด์ | หัวข้อสไลด์ (Topic)                                                                                                                                                   | รายละเอียดที่ต้องมี<br>(Description) | ตัวอย่างการนำเสนอ<br>โปรเจกต์ "Eco-Shell"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        |                                                                                                                                                                       |                                      | <p>-เป็นตลาดที่เข้าถึงง่าย</p> <p><b>กลุ่มรอง</b></p> <p>-สวนผลไม้</p> <p>-คนปลูกต้นไม้</p> <p>-ร้านขายปุ๋ย</p> <p><b>Positioning (การวางตำแหน่ง)</b></p> <p>"Eco-Shell คือปุ๋ยแคลเซียมอินทรีย์จากเปลือก<br/>         หอย ที่ช่วยฟื้นฟูดิน เพิ่มผลผลิต และช่วยลดขยะ<br/>         ในชุมชน" Slogan “คืนชีวิตให้ดิน กินอิ่มทุกต้น”</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 7                      | <b>Marketing Strategy<br/>           &amp; Innovation</b><br>(กลยุทธ์การตลาดและ<br>นวัตกรรมสร้างคอมมู<br>นิตี)<br>การวิเคราะห์กรอบ<br>และกลยุทธ์ในการ<br>ดำเนินธุรกิจ | Business Model Canvas (BMC)          | <p><b>Business Model Canvas (BMC)</b></p> <p><b>Key Partners-</b> ร้านอาหารทะเล ชุมชน อบต.<br/>         เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน มหาวิทยาลัย</p> <p><b>Key Activities</b> - รับซื้อเปลือกหอย ล้าง บด<br/>         หมัก ผลิต บรรจุ และจำหน่าย</p> <p><b>Key Resources-</b> เปลือกหอย เครื่องบด<br/>         จุลินทรีย์ ทีมงาน โรงเรือน</p> <p><b>Value Proposition-</b> เปลี่ยนขยะเป็นปุ๋ย<br/>         อินทรีย์ เพิ่มแคลเซียม ลดต้นทุนเกษตรกร ช่วย<br/>         สิ่งแวดล้อม</p> <p><b>Customer Relationship-</b> ให้ทดลองใช้ฟรี<br/>         ให้คำแนะนำการใช้ ติดตามผลหลังการขาย</p> <p><b>Channels-</b> Facebook TikTok Line<br/>         Marketplace ร้านเกษตร ชุมชน ตลาดนัด</p> <p><b>Customer Segments-</b> เกษตรกร ร้านขายปุ๋ย<br/>         วิสาหกิจชุมชน คนปลูกต้นไม้</p> <p><b>Cost Structure-</b> เครื่องบด ค่าขนส่ง บรรจุ<br/>         ภัณฑ์ ค่าแรง จุลินทรีย์</p> <p><b>Revenue Streams-</b> ขายปุ๋ย ขายแบบยก<br/>         กระสอบ ขายส่งร้านค้า รับสนับสนุนโครงการสี<br/>         เขียว</p> |

| ลำดับ<br>หน้า<br>สไลด์ | หัวข้อสไลด์ (Topic)                                                                                                                    | รายละเอียดที่ต้องมี<br>(Description)                            | ตัวอย่างการนำเสนอ<br>โปรเจกต์ "Eco-Shell"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8                      | <b>Marketing Strategy &amp; Innovation</b><br>(กลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมสร้างคอมมูนิตี)<br>การวิเคราะห์กรอบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ | กลยุทธ์ 4Ps/6Ps/7Ps/8Ps ส่วน<br>ประสมทางการตลาด (Marketing Mix) | <b>Marketing Mix (4Ps)</b><br><b>Product</b><br>-ปุ๋ยแคลเซียมอินทรีย์จากเปลือกหอย<br>-ปลอดภัยต่อดิน<br>-เพิ่มแคลเซียม<br>-บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก<br>-มี QR Code แนะนำการใช้งาน<br><b>Price</b><br>-ราคาประมาณ 39-49 บาท/ถุง<br>-ราคาจับต้องได้<br>-ถูกกว่าปุ๋ยแคลเซียมบางประเภท<br>-มีส่วนลดสำหรับการซื้อจำนวนมาก<br><b>Place</b> จำหน่ายผ่าน<br>-ร้านเกษตร<br>-วิสาหกิจชุมชน<br>-Facebook<br>-TikTok Shop<br>-ตลาดชุมชน<br>-งานเกษตรแฟร์<br><b>Promotion</b><br>-แจกสินค้าทดลอง<br>-TikTok Challenge #หอยแปลงร่าง<br>-รีวิวกจากเกษตรกร<br>-Live ขายสินค้า<br>-ซื้อครบรับต้นไม้ฟรี<br>-โปรเปิดตัว |
| 9                      | <b>Partners</b> (ผู้สนับสนุน/<br>पार्टเนอร์)                                                                                           | องค์กรท้องถิ่น, ภาครัฐ, หรือ<br>หน่วยงานพัฒนา                   | "ทางทีมมีความร่วมมือกับชุมชนบ้านชายเลโดยมีผู้นำชุมชนในการดำเนินงานพัฒนาพื้นที่ และร่วมมือกับองค์กรส่วนปกครองท้องถิ่น รวมถึงภาคเอกชนในการเข้ามาพัฒนาแนวคิด"<br>(แนบรูปภาพหรือเอกสารประกอบ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

| ลำดับ<br>หน้า<br>สไลด์ | หัวข้อสไลด์ (Topic)                              | รายละเอียดที่ต้องมี<br>(Description)                                                                                                                        | ตัวอย่างการนำเสนอ<br>โปรเจกต์ "Eco-Shell"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10                     | Marketing / Buzz<br>(การโปรโมตให้คน<br>สนใจ)     | ทำยังไงให้เพื่อนๆ หรือคนในชุมชน<br>มาร่วมกิจกรรม สนใจ หรืออุดหนุน<br>ผลงานของเรา?                                                                           | "ทำแคมเปญ TikTok Challenge #หอยแปลง<br>ร่าง และแจกปุ๋ยขนาดทดลอง (Sample) ให้<br>เกษตรกรในหมู่บ้านได้ใช้ฟรีเพื่อรีวิวผลลัพธ์"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 11                     | Business Viability<br>(รายได้และมูลค่าเพิ่ม)     | ไอเดียนี้สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value<br>Added) หรือสร้างรายได้กลับคืนสู่<br>ชุมชนได้อย่างไร?                                                                    | "ต้นทุนการผลิต 10 บาท/ถุง ขายราคา 39 บาท/<br>ถุง (กำไร 29 บาท) โดยรายได้ 10% จะนำไป<br>สมทบทุนกองทุนสวัสดิการเก็บขยะให้ชุมชน"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 12                     | Social/Eco Impact<br>(ผลลัพธ์ต่อ<br>สิ่งแวดล้อม) | ผลลัพธ์เชิงบวกที่จะเกิดขึ้นกับ<br>สิ่งแวดล้อมและสังคมคืออะไร?                                                                                               | "ภายใน 1 เดือน คาดว่าจะลดปริมาณขยะเปลือก<br>หอยได้ 50% ลดกลิ่นเหม็นรบกวนได้ 100<br>หลังคาเรือน และเกษตรกรได้ปุ๋ยที่ปลอดภัย"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 13                     | Budget Plan<br>(แผนการใช้เงินทุน)                | หากได้ ทุน Seed Funding<br>10,000 บาท/ทีม (สำหรับทีมที่<br>เข้ารอบ 5 ทีมสุดท้าย) ทีมจะเอา<br>เงินไปบริหารจัดการซื้ออะไรบ้างใน<br>1 เดือน ให้เกิดขึ้นงานจริง | "งบ 10,000 บาท แบ่งเป็น<br>รายการ งบประมาณ (บาท) รายละเอียด<br>1. เครื่องบดหรืออุปกรณ์สำหรับการผลิต X,XXX<br>บาท (จัดซื้อเครื่องบดหรืออุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการผลิตต้นแบบ)<br>2. วัตถุดิบและหัวเชื้อจุลินทรีย์ X,XXX บาท<br>(จัดซื้อวัตถุดิบ วัสดุสิ้นเปลือง และหัวเชื้อสำหรับการทดลองผลิต)<br>3. บรรจุภัณฑ์และฉลากผลิตภัณฑ์ X,XXX บาท<br>(ผลิตบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก พร้อมออกแบบและพิมพ์ฉลากสำหรับ<br>ต้นแบบ)<br>4. การทดสอบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ X,XXX<br>บาท (ค่าใช้จ่ายในการทดลอง ปรับปรุงคุณภาพ และทดสอบ<br>ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์)<br>5. ค่าเดินทางและการลงพื้นที่ X,XXX บาท<br>(ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จัดหาวัตถุดิบ หรือประสานงานกับชุมชน)<br>6. สื่อประชาสัมพันธ์และการนำเสนอผลงาน<br>X,XXX บาท (จัดทำโปสเตอร์ แผ่นพับ หรือสื่อสำหรับการ<br>นำเสนอในวัน Pitching) |
| 14                     | The Team<br>(แนะนำทีมงาน)                        | แนะนำสมาชิกในทีมและอาจารย์ที่<br>ปรึกษา เพื่อแสดงให้เห็นถึงความ<br>มุ่งมั่นว่าทีมนี้มีศักยภาพทำได้จริง                                                      | "ทีม Eco-Shell ประกอบด้วย<br>นาย A (ฝ่ายผลิต)<br>นางสาว B (ฝ่ายการตลาด)<br>นาย C (ฝ่ายบัญชี)<br>และ อาจารย์ D (ที่ปรึกษาโครงการ)"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

เกณฑ์การตัดสินรอบรองชนะเลิศ (ISUZU Eco-Bootcamp Pitching)

เพื่อคัดเลือก 20 ทีม เหลือ 5 ทีมสุดท้าย (คะแนนเต็ม 100%)

### การวิเคราะห์ปัญหาและวัตถุประสงค์ได้ตรง (Problem Analysis & Objective) (20%)

- ความเข้าใจบริบทพื้นที่ (10%) ทีมสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและบริบทของชุมชนได้อย่างลึกซึ้ง และเห็นโอกาสในการนำไอเดียไปต่อยอดทางเศรษฐกิจได้จริง
- ความชัดเจนของเป้าหมาย (10%) มีการระบุเป้าหมายการแก้ปัญหาที่ชัดเจน ตรงจุด เช่น การลดปริมาณขยะ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้วัสดุเหลือใช้ หรือการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

### กลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมสร้างคอมมูนิตี้ (Marketing Strategy & Innovation) (40%)

- การวิเคราะห์กรอบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ (30%) ที่สามารถเจาะลึกพฤติกรรมของชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎี SWOT (จุดแข็ง - Strengths, จุดอ่อน - Weaknesses, โอกาส - Opportunities และภัยคุกคาม - Threats) STP (การแบ่งส่วนตลาด - Segmentation, การเลือกกลุ่มเป้าหมาย - Targeting, การวางตำแหน่งทางการตลาด - Positioning) Business Model Canvas (BMC) กลยุทธ์ 4Ps/6Ps/7Ps/8Ps ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)
- ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสาร (Digital Marketing) (10%) ที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้คนมาร่วมกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ความเป็นไปได้ของแผนงานและการวัดผล (Feasibility, Budget & KPIs) (15%)

- ความสมเหตุสมผลของงบประมาณ (5%) มีการแจกแจงรายละเอียดการใช้จ่ายอย่างสมเหตุสมผล คำนึงถึงความเป็นไปได้ และก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการลงมือทำจริงเพื่อแก้ปัญหาในชุมชน
- ความชัดเจนของตัวชี้วัดความสำเร็จ KPIs (10%) มีการระบุตัวชี้วัด (KPIs) ที่สามารถวัดผลได้จริงตามระยะเวลาที่กำหนด ทั้งในมิติของการลดมลภาวะ (สิ่งแวดล้อม) และมิติของการสร้างประโยชน์หรือรายได้กลับคืนสู่ชุมชน (เศรษฐกิจ/สังคม)

### ศิลปะการนำเสนอและคุณภาพของ Pitch Deck (Presentation & Pitch Deck Quality) (25%)

- โครงสร้างและความสมบูรณ์ของเอกสาร (5%) การจัดทำไฟล์ Pitch Deck (รูปแบบ PDF ความยาว 14 หน้า) มีความสวยงาม อ่านง่าย มีชื่อโครงการที่จดจำง่าย ที่สรุปภาพรวมให้กรรมการเข้าใจได้ในเวลาอันสั้น
- ทักษะการนำเสนอ (10%) นำเสนออย่างมั่นใจ บุคลิกดี น้ำเสียงชัดเจน เล่าเรื่องเป็นลำดับ เข้าใจง่าย รักษาเวลาได้ ใช้รูปแบบการสื่อสารเป็นขั้นตอน (ปัญหา > แนวทางแก้ > ผลลัพธ์) ใช้ภาษากระชับ
- การตอบคำถาม (10%) ผู้เข้าแข่งขันมีไหวพริบ ใช้ข้อมูลสนับสนุน มีเหตุผล แสดงความเป็นมืออาชีพ และการทำงานเป็นทีม ในการตอบคำถามจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิได้อย่างตรงประเด็น

### ☆ รอบที่ 3 รอบชิงชนะเลิศ (Real-world Execution & Grand Finale)

ทีมที่ผ่านเข้ารอบ 5 ทีมสุดท้าย จะได้รับ "เงินทุนสนับสนุน (Seed Funding)" ทีมละ 10,000 บาท เพื่อนำแผนธุรกิจที่ได้รับการพัฒนาจากค่าย Eco-Bootcamp ไปลงมือปฏิบัติและพัฒนาชิ้นงานต้นแบบ (Prototype) หรือผลิตภัณฑ์ให้ใช้งานได้จริงในพื้นที่ชุมชนเป้าหมาย ภายในระยะเวลา 1 เดือน

## เงื่อนไขการจัดทำ VDO สารคดีผลงาน (VLOG/Documentary)

เพื่อให้คณะกรรมการเห็นผลลัพธ์เชิงประจักษ์ ทุกทีมจะต้องลงพื้นที่และถ่ายทำ VDO สรุปผลการดำเนินงานด้วยตนเอง เพื่อนำมาเปิดประกอบการนำเสนอบนเวทีรอบชิงชนะเลิศ โดย VDO ต้องมีโครงสร้างและเนื้อหาบังคับ ดังนี้

- **ความยาวคลิป** 3 - 5 นาที
- **Action in the Field** ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่ทำงานจริงของสมาชิกในทีมร่วมกับคนในชุมชน
- **Before & After** แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลง หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นหลังจากนำนวัตกรรม/โปรเจกต์เข้าไปใช้
- **Community Voice** บทสัมภาษณ์สั้นๆ หรือเสียงสะท้อนจากชาวบ้าน ผู้ใช้งานจริง หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ที่สะท้อนถึงผลกระทบต่อชุมชนจากโครงการนี้
- **Budget Summary** สรุปการบริหารงบประมาณ 10,000 บาท ที่เกิดขึ้นจริงจากการดำเนินโครงการ

## หลักเกณฑ์การให้คะแนน รอบชิงชนะเลิศ (รวม 100%)

1. **ความสำเร็จจากการลงมือทำจริง และความยั่งยืนของชุมชน (35%)**
  - ประเมินจากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงหลังนำเงิน Seed Funding ไปใช้แก้ปัญหาในพื้นที่
  - โครงการมีแนวโน้มที่จะเติบโต สามารถทำซ้ำ (Scalable) สร้างรายได้ ลดค่าใช้จ่าย หรือแก้ปัญหาของชุมชนได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว
2. **ความสมบูรณ์ของนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ (Innovation & Creativity) (30%)**
  - ประเมินความแปลกใหม่ของการแก้ปัญหา (Solution)
  - ชิ้นงานต้นแบบ (Prototype) หรือแคมเปญมีความสมบูรณ์ ใช้งานได้จริง
  - สามารถตอบโจทย์ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน
3. **พลังการสื่อสารผ่าน VDO สารคดีผลงาน และการตลาดดิจิทัล (VDO Documentary & Digital Marketing) (20%)**
  - ประเมินทักษะการเล่าเรื่อง (Storytelling) ลำดับภาพความสำเร็จ และความครบถ้วนของโครงสร้าง VDO ตามที่กำหนด
  - การประยุกต์ใช้โซเชียลมีเดียหรือเครื่องมือดิจิทัลเพื่อโปรโมตและขยายผลกระทบของโครงการให้เป็นที่รู้จัก
4. **ศิลปะการนำเสนอบนเวที และการตอบคำถาม (Live Pitching & Q&A) (15%)**
  - ทักษะการนำเสนอต่อหน้าคณะกรรมการ ความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือ การรักษาเวลาในการนำเสนอ
  - สื่อประกอบการนำเสนอมีความเหมาะสม สวยงาม เข้าใจง่าย และช่วยเสริมประสิทธิภาพในการสื่อสาร

- ความสามารถในการวิเคราะห์และตอบคำถามเชิงลึก

(การคัดเลือกและการให้คะแนนในแต่ละรอบการแข่งขัน คณะกรรมการจะไม่นำคะแนนในแต่ละรอบมารวมกันในการตัดสิน)

#### 4. รางวัลและโอกาสพิเศษ

โครงการมีมูลค่าการสนับสนุนและเงินรางวัลรวม เพื่อต่อยอดไอเดียเยาวชนและเชิดชูเกียรติบุคลากรทางการศึกษา ดังนี้

##### 4.1 เงินรางวัลสำหรับนักเรียนผู้เข้าแข่งขัน

- รางวัลชนะเลิศ เงินรางวัล 30,000 บาท พร้อมโล่เกียรติยศและเกียรติบัตร
- รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 เงินรางวัล 20,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร
- รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 เงินรางวัล 10,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร
- รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 3 (รางวัลชมเชย 2 รางวัล) เงินรางวัลทีมละ 5,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร

##### 4.2 ทูสนับสนุนการพัฒนาโครงการ

- ทีมที่ผ่านเข้ารอบชิงชนะเลิศ (5 ทีมสุดท้าย) รับเงินทุนสนับสนุน ทีมละ 10,000 บาท เพื่อนำไปลงพื้นที่สร้าง Prototype และถ่ายทำคลิป VDO เพื่อนำเสนอผลลัพธ์โครงการ

##### 4.3 รางวัลสนับสนุนอาจารย์ที่ปรึกษา

- อาจารย์ที่ปรึกษาของทีมที่ผ่านเข้ารอบ 20 ทีมสุดท้าย ได้รับรางวัลทีมละ 3,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร
- อาจารย์ที่ปรึกษาของทีมที่ผ่านเข้ารอบ 5 ทีมสุดท้าย ได้รับรางวัลทีมละ 5,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร

##### 4.4 สิทธิประโยชน์และโอกาสการต่อยอด

- ผู้เข้าร่วมแข่งขันสามารถนำผลงานที่เข้าร่วมการแข่งขันไปใช้เป็นผลงานใน Portfolio เพื่อประกอบการยื่นสมัครเข้าศึกษาต่อในระบบ TCAS
- ผู้เข้าร่วมแข่งขันได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษในการเข้าเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
- ผู้เข้าร่วมแข่งขันที่ผ่านการคัดเลือก 5 ทีมสุดท้ายจะได้รับโอกาสพิเศษพิจารณาร่วมงานกับ บริษัท อีซูซุอันดามันเซลล์ จำกัด หลังจบการศึกษา

## 5. กำหนดการโครงการ (ส.ค. - พ.ย. 2569)

| ช่วงเวลา             | รายละเอียดกิจกรรม                                              |
|----------------------|----------------------------------------------------------------|
| 15ก.ค. - 31 ส.ค. 69  | ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางออนไลน์                         |
| 15ก.ค. - 31 ส.ค. 69  | Roadshow ประชาสัมพันธ์โครงการ (ตามโรงเรียน)                    |
| 15 ส.ค. - 15 ก.ย. 69 | เปิดรับสมัครและส่งผลงาน                                        |
| 15 ก.ย. 69           | กำหนดส่งผลงานวันสุดท้าย                                        |
| 30 ก.ย. 69           | ประกาศผลทีมที่ผ่านเข้ารอบ 20 ทีม                               |
| 10 ต.ค. 69           | อบรม 20 ทีมที่ผ่านเข้ารอบ (ออนไลน์)                            |
| 17 - 18 ต.ค. 69      | กิจกรรมเข้า Camp/Workshop และนำเสนอผลงาน (14 สไลด์)            |
| 19 ต.ค. - 17 พ.ย. 69 | ทีมที่เข้ารอบ 5 ทีม นำเงิน Seed Funding ไปลงมือทำจริงในพื้นที่ |
| ภายใน 18 พ.ย. 69     | ทีมที่เข้ารอบ 5 ทีม ส่งผลงานรอบ final (คลิป VDO)               |
| 20 พ.ย. 69           | รอบชิงชนะเลิศระดับประเทศ และประกาศผลรางวัล                     |

## โครงการ ISUZU Andaman Eco-Hackathon 2026

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง เลขที่ 102 หมู่ 6

ตำบลควนปรัง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง 92000

ส่งใบสมัครในรูปแบบ Paperless ผ่าน E-Form (สแกน QR Code) ตามเวลาที่กำหนด (สอบถาม

ข้อมูลเพิ่มเติมได้ในเวลาทำการ 08.30 – 16.30 น.)

โทร 075-201-700 ต่อ ฝ่ายประสานงานโครงการ หรือ 094-5954495

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมและสมัครได้ที่ <https://cm.trang.psu.ac.th/isuzu-eco-hackathon>

Facebook: ISUZU Andaman Eco-Hackathon 2026

