

แบบฟอร์มข้อเสนอโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Proposal)

เพื่อของบประมาณ ด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

โครงการริเริ่มสำคัญ (Flagship Project) ปีงบประมาณ 2563

แพลตฟอร์ม (Platform)

โปรแกรม (Program)

โปรแกรมย่อย (Sub Program)

แผนงานหลัก

แผนงานย่อย

ประเด็นริเริ่มสำคัญ (Flagship)

เป้าหมาย (Objective)

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ-หลัก (Key Result)

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ-รอง (Key Result)

* ให้เลือกจากระบบ โดย

- ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ-หลัก (Key Result) สามารถเลือก KR ของ Objective ของ Program ที่เลือก
- ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ-รอง (Key Result) สามารถเลือก KR ภายใต้อแพลตฟอร์มใดก็ได้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อชุดโครงการวิจัย/โครงการวิจัยเดี่ยว

(ภาษาไทย)

(ภาษาอังกฤษ)

2. โครงการวิจัยย่อยภายใต้ชุดโครงการวิจัย (กรอกเฉพาะชุดโครงการวิจัย)

โครงการวิจัยย่อยที่ 1

.....

โครงการวิจัยย่อยที่ 2

.....

3. ลักษณะโครงการวิจัย

- โครงการใหม่ ดำเนินงานจำนวนปี
- โครงการต่อเนื่องจำนวนปี โดยเริ่มรับงบประมาณในปี.....
จำนวน.....บาท ดำเนินงานเป็นปีที่

4. คำสำคัญ (Keywords)

(ภาษาไทย)

(ภาษาอังกฤษ)

5. สาขาการวิจัย (เลือกจากฐานข้อมูลในระบบ)

6. รายละเอียดของคณะผู้วิจัย (ใช้ฐานข้อมูลจากระบบสารสนเทศกลางเพื่อบริหารงานวิจัยของประเทศ)
ประกอบด้วย

- ชื่อ-สกุล
- ตำแหน่งในโครงการ
- สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลโครงการวิจัย

1. บทสรุปผู้บริหาร

2. หลักการและเหตุผล (แสดงถึงบริบทของพื้นที่และระบุที่ไปที่มาของปัญหาและความต้องการของพื้นที่ (Situation Review) และอธิบายความจำเป็นและความสำคัญที่โครงการวิจัยจะเข้าไปแก้ไขปัญหาสำคัญ/พัฒนาศักยภาพที่สำคัญ และระบุคำถามงานวิจัยของโครงการวิจัย)

3. วัตถุประสงค์ (ระบุเป็นข้อ)

4. สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมา (กรณีเป็นโครงการต่อเนื่อง หรือโครงการที่มีผลก่อนหน้า)

5. กรอบการวิจัย (กรอบการวิจัยที่เป็นแผนผังภาพแสดงถึงเป้าหมายและตัวชี้วัดของชุดโครงการ และมีการแสดงความเชื่อมโยงโครงการย่อยภายในชุดเพื่อตอบเป้าหมายร่วมกัน)

6. แนวคิด ทฤษฎี และสมมติฐานงานวิจัย

7. วิธีการดำเนินงานวิจัยและแผนการดำเนินงานวิจัย (ระบุวิธีการดำเนินงานวิจัยที่สำคัญโดยสรุป และแสดงแผนการดำเนินงานรายกิจกรรมและระยะเวลาที่ใช้ ในแต่ละปีงบประมาณ)

8. สถานที่ทำวิจัย : โปรดระบุสถานที่ทำวิจัยจำแนกตามโครงการวิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากระบบ และเพิ่มเติมชื่อเฉพาะ เช่น ชุมชน หมู่บ้าน

9. แผนการใช้จ่ายงบประมาณของโครงการวิจัย

9.1 แสดงรายละเอียดประมาณการงบประมาณตลอดชุดโครงการ โดยแยกเป็น งบประมาณชุดโครงการวิจัย และโครงการวิจัยย่อย (กรณีของงบประมาณเป็นชุดโครงการต่อเนื่อง ระยะเวลาดำเนินการวิจัยมากกว่า 1 ปี ให้แสดงงบประมาณตลอดแผนการดำเนินงาน) โดยแบ่งเป็นหมวดต่าง ๆ ดังนี้

- งบบุคลากร
- งบดำเนินการ แบ่งเป็น ค่าตอบแทน ค่าใช้สอย และค่าวัสดุ
- งบลงทุน แบ่งเป็น ครุภัณฑ์ และสิ่งก่อสร้าง
- ค่าธรรมเนียมอุดหนุนสถาบัน

ตัวอย่าง : การกรอกงบประมาณรวมตลอดโครงการ สำหรับ PMU-C (บพข.)

Category	Budget
ค่าตอบแทน	
ค่าจ้างผู้ช่วยนักวิจัย	
ค่าใช้สอย	
- Design cost	
- ค่าวิเคราะห์ Analysis cost	
- ค่าจ้างที่ปรึกษาทางเทคโนโลยี/ทางธุรกิจ	
- Prototype cost	
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าเดินทาง	
ค่าครุภัณฑ์	
ค่าวัสดุ อุปกรณ์ Materials and Supplies	
Facility rental/ User Fees (กรณีบริษัท Startup)	

หมายเหตุ : สำหรับ PMU-C (บพข.) ไม่สนับสนุนค่าเดินทางไปต่างประเทศ

9.2 รายละเอียดการจัดซื้อครุภัณฑ์ : กรณีมีความต้องการซื้อครุภัณฑ์ให้ใส่รายละเอียด ดังนี้

- ชื่อครุภัณฑ์
- รายละเอียดครุภัณฑ์
- เหตุผลและความจำเป็นต่อโครงการ
- รายชื่อครุภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

หมายเหตุ : สำหรับ PMU-C (บพข.) รายละเอียดการจัดซื้อครุภัณฑ์ (หากขอครุภัณฑ์กรุณาให้ข้อมูล Equipment Justification อย่างละเอียด)

10. มาตรฐานการวิจัย (โปรดระบุ หากงานวิจัยที่มีการใช้สัตว์ทดลอง/มีการวิจัยในมนุษย์/มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางชีวภาพ/มีการใช้ห้องปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับสารเคมี)

11. หน่วยงานร่วมดำเนินการ/ภาคเอกชนหรือชุมชนที่ร่วมลงทุนหรือดำเนินการ

ลำดับ ที่	ปีงบประมาณ	ชื่อหน่วยงาน/ บริษัท	แนวทางร่วม ดำเนินการ	การร่วมลงทุน ในรูปแบบตัว เงิน (in-cash) (บาท)	การร่วมลงทุน ในรูปแบบอื่น (in-kind)	รวม
1						
2						

12. ระดับความพร้อมที่มีอยู่ในปัจจุบัน (ถ้ามี)

12.1 ระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technology Readiness Level: TRL)

1) TRL ณ ปัจจุบัน ระดับ

รายละเอียด

2) TRL เมื่องานวิจัยเสร็จสิ้นระดับ

รายละเอียด

12.2 ระดับความพร้อมทางสังคม (Societal Readiness Level: SRL)

1) SRL ณ ปัจจุบัน ระดับ

รายละเอียด

2) SRL เมื่องานวิจัยเสร็จสิ้นระดับ

รายละเอียด

13. ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัยที่สอดคล้องกับ OKR (Output/Outcome/Impact)

13.1 Key Result – 1 (ตัวชี้วัดหลัก) จำแนกตามปีงบประมาณ

1) ผลผลิต

- ผลสำคัญที่จะเกิดขึ้น (ระบุตัวเลขที่เป็นค่าเป้าหมายพื้นฐาน (Baseline Data) และใส่ค่าเป้าหมายที่จะเกิดขึ้นจากงานวิจัยที่ชัดเจน)

2) ผลลัพธ์

- ผลสำคัญที่จะเกิดขึ้น (ระบุตัวเลขที่เป็นค่าเป้าหมายพื้นฐาน (Baseline Data) และใส่ค่าเป้าหมายที่จะเกิดขึ้นจากงานวิจัยที่ชัดเจน)

- ผู้ที่จะได้รับผลกระทบ

- แนวทางการนำผลงานไปขยายผล/ใช้ประโยชน์

3) ผลกระทบ

- ผลสำคัญที่จะเกิดขึ้น (ระบุเป็นค่าเป้าหมายที่ชัดเจน)
- ผู้ที่จะได้รับผลกระทบ

13.2 Key Result – 2 (ตัวชี้วัดรอง) (ถ้ามี)

1) ผลผลิต

- ผลสำคัญที่จะเกิดขึ้น (ระบุตัวเลขที่เป็นค่าเป้าหมายพื้นฐาน (Baseline Data) และใส่ค่าเป้าหมายที่จะเกิดขึ้นจากงานวิจัยที่ชัดเจน)

2) ผลลัพธ์

- ผลสำคัญที่จะเกิดขึ้น (ระบุตัวเลขที่เป็นค่าเป้าหมายพื้นฐาน (Baseline Data) และใส่ค่าเป้าหมายที่จะเกิดขึ้นจากงานวิจัยที่ชัดเจน)
- ผู้ที่จะได้รับผลกระทบ
- แนวทางการนำผลงานไปขยายผล/ใช้ประโยชน์

4) ผลกระทบ

- ผลสำคัญที่จะเกิดขึ้น (ระบุเป็นค่าเป้าหมายที่ชัดเจน)
- ผู้ที่จะได้รับผลกระทบ

14. แนวทางการขับเคลื่อนผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปสู่ผลลัพธ์และผลกระทบ

- การเชื่อมโยงกับนักวิจัยที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่ทำการวิจัยทั้งในและต่างประเทศ (ถ้ามี) (Connections with other experts within and outside Thailand) และแผนที่จะติดต่อหรือสร้างความสัมพันธ์กับผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งการสร้างทีมงานวิจัยในอนาคตด้วย
- การเชื่อมโยงหรือความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัย (Stakeholder and User Engagement) โดยระบุชื่อหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาสังคมและชุมชน โดยอธิบายกระบวนการดำเนินงานร่วมกันและการเชื่อมโยงการขับเคลื่อนผลการวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์อย่างชัดเจน รวมถึงอธิบายกระบวนการดำเนินงานต่อเนื่องของผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยเมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น

15. การประเมินตนเอง (Self-assessment) (เฉพาะชุดโครงการวิจัย/โครงการวิจัยเดียว)

15.1 ความสอดคล้องและความเป็นไปได้ในการตอบ OKR ของแผนด้าน ววน. ของประเทศ

- สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และตอบ KR ของ Platform
- ตอบ KR ของ Platform และ KR ของ Program
- ตอบเฉพาะ KR ของ Program
- ตอบเฉพาะตัวชี้วัดของโครงการ

15.2 ความสอดคล้องของโครงการวิจัยย่อยกับ KR ของชุดโครงการ (เฉพาะชุดโครงการวิจัย)

- สอดคล้องทุกโครงการ
- สอดคล้องบางโครงการ
- ไม่สอดคล้อง

15.3 ประสิทธิภาพการบริหารงานของหัวหน้าโครงการ ในการบริหารโครงการย้อนหลังไม่เกิน 5 ปี (โครงการที่เกิดผลกระทบสูง 5 ลำดับแรก) (เฉพาะชุดโครงการวิจัย/โครงการวิจัยเดี่ยว)

ชื่อโครงการวิจัย	ปีที่ได้รับงบประมาณ	งบประมาณ (บาท)	การนำไปใช้ประโยชน์

ข้อมูลเพิ่มเติมเฉพาะ PMU-C (บพข.)

1. ชนิดของโครงการ (โปรดเลือก)

- Prototype/Process development (TRL4-7)
- Working Prototype/Process
- Engineering Prototype/Process
- Service & Creative Prototype
- Pre-Commercial Demonstration

2. อธิบาย เทคโนโลยี และ/หรือ สิ่งประดิษฐ์ ที่เกี่ยวข้อง (3-5 บรรทัด) หรือให้ข้อมูล Technological Evaluation Canvas ตามเอกสารแนบ

2.1 ผลงานวิจัยเดิมที่จะนำมาต่อยอด.....

2.2 ผลงานเดิมมีการขอรับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาหรือไม่ (โปรดเลือก)

- ไม่มี
 - มี กรุณาระบุ ชนิดของทรัพย์สินทางปัญญาที่ขอรับความคุ้มครอง
- สถานะภาพปัจจุบันของการคุ้มครอง (กำลังยื่นคำขอ หรือได้รับการคุ้มครองแล้ว)

อยู่ระหว่างยื่นคำขอรับ (เลขที่คำขอ _____)

ได้รับการคุ้มครองแล้ว (เลขที่การคุ้มครอง _____)

2.3 เทคโนโลยีและ/หรือ สิ่งประดิษฐ์ ที่จะพัฒนาภายใต้โครงการนี้

.....

2.4 โอกาสทางการตลาด (ระบุว่า เทคโนโลยี สินค้าหรือบริการของท่านมี Competitive advantage
เหนือกว่า เทคโนโลยี สินค้าหรือบริการที่มีในท้องตลาดหรือไม่ อย่างไร)

.....

2.5 ประเภท หรือ สาขาวิชาของเทคโนโลยี เช่น Biotechnology, Chemistry, Bio-Engineering เป็นต้น

.....

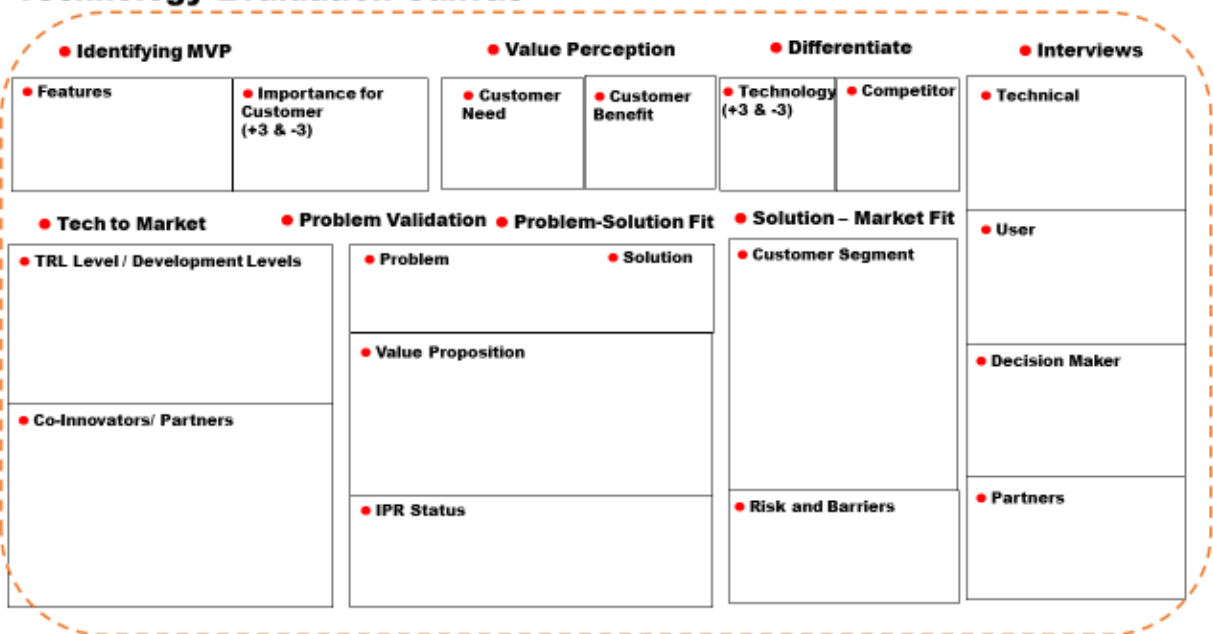
2.6 แผนการในอนาคต หรือแผนระยะต่อไปของโครงการ เช่น วิจัยในสัตว์ทดลอง หรือวิจัยทางคลินิกใน
มนุษย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการหรือกระบวนการในระดับใหญ่โดยภาคเอกชน การมีเอกชนมารับ
ถ่ายทอดเทคโนโลยี การออกไปจัดตั้งบริษัท (spin off) เป็นต้น

.....

.....

.....

Technology Evaluation Canvas



3. ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจ (หากเป็นกรณี Startup หรือ Spinoff Company)

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท

- 3.1 ชื่อบริษัท.....
- 3.2 ประเภทธุรกิจ.....
- 3.3 ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ.....
- 3.4 ที่ตั้งสำนักงาน

- เลขที่.....ถนน.....แขวง/ตำบล.....
 เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....
 โทรศัพท์.....โทรสาร.....อีเมล.....
- 3.5 ชื่อผู้ติดต่อ.....
- 3.6 วันจดทะเบียนก่อตั้ง.....ทะเบียนเลขที่.....
- 3.7 ทุนจดทะเบียน.....บาท
- ทุนจดทะเบียน มูลค่าหุ้นละบาท จำนวน.....หุ้น
- ทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วบาท จำนวนหุ้น
- เมื่อวันที่

ส่วนที่ 2

- 3.8 ปัญหาที่ต้องการแก้ไขและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- 3.9 ขนาดและแนวโน้มของตลาด/โอกาสทางการตลาด

- 3.10 โมเดลธุรกิจในการนำผลิตภัณฑ์หรือบริการสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ถ้ามี)

- 3.11 กลยุทธ์และแผนการตลาดระยะสั้น กลาง ยาว

ส่วนที่ 3 : แผนธุรกิจ สามารถใช้ Business Model Canvas ตามเอกสารแนบ

- 3.12 โปรดแสดงการคิดราคาสินค้า/ผลิตภัณฑ์/ บริการหรือกระบวนการและแสดงการเปรียบเทียบกับ
 ของคู่แข่งในตลาด

- 3.13 โปรดระบุแผนเพื่อให้ธุรกิจยั่งยืน และแผนการลงทุนไปในอนาคต

Business model canvas

<p>● Key partners Who are your most important partners? What are the reasons for your reliance on them? Which key activities do your partners perform?</p>	<p>● Key activities What are the activities you perform using other resources to create & deliver your value proposition?</p>	<p>● Value propositions What is the value you promise to your customers? Which of your activities generate this value? Which is the customer segment that your value proposition addresses? Which is your promise for your customers? Which are the products and services you create for your customers?</p>	<p>● Customer relationships Which relationships does each customer segment expect you to establish and maintain?</p>	<p>● Customer segments Who are the customer segments? What are the customer segments that deliver the resources or create the value proposition?</p>
<p>● Key resources What are the resources you need to create & deliver your value proposition?</p>		<p>● Channels How do you reach potential buyers? How do customers receive your value proposition? How do you use your products or services?</p>		
<p>● Cost structure What are the important costs you incur to create & deliver your value proposition?</p>		<p>● Revenue streams How do customers reward you for the value you provide to them? What are the different revenue models?</p>		

Brought to you by Business Models Inc.

www.stratogyr.com

ลงนาม.....

(.....)

หัวหน้าโครงการ

Societal Readiness Level – SRL

Societal Readiness Level – SRL คือ ระดับความพร้อมของความรู้และเทคโนโลยีทางด้านสังคม ที่ใช้ในการประเมินระดับความพร้อมของความรู้และเทคโนโลยีทางด้านสังคม องค์ความรู้ เทคโนโลยี กระบวนการ การแก้ปัญหา สิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมทั้งด้านสังคม เป็นเครื่องมือที่นำมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน ในการบริหารจัดการโครงการ โปรแกรมทางด้านสังคม รายละเอียดดังนี้

SRL 1 – การวิเคราะห์ปัญหาและกำหนดความพร้อมของความรู้และเทคโนโลยีทางด้านสังคมที่มี - (identifying problem and identifying societal readiness)

SRL 2 – การกำหนดปัญหา การเสนอแนวคิดในการพัฒนาหรือการแก้ปัญหาและคาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในโครงการ (formulation of problem, proposed solution(s) and potential impact, expected societal readiness; identifying relevant stakeholders for the project.)

SRL 3 – ศึกษา วิจัย ทดสอบแนวทางการพัฒนาหรือแก้ปัญหาที่กำหนดขึ้นร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง (initial testing of proposed solution(s) together with relevant stakeholders)

SRL 4 – ตรวจสอบแนวทางการแก้ปัญหาโดยการทดสอบในพื้นที่นำร่องเพื่อยืนยันผลกระทบตามที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และดูความพร้อมขององค์ความรู้และเทคโนโลยี (problem validated through pilot testing in relevant environment to substantiate proposed impact and societal readiness)

SRL 5 – แนวทางการแก้ปัญหาได้รับการตรวจสอบ ถูกนำเสนอแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง area (proposed solution(s) validated, now by relevant stakeholders in the area)

SRL 6 – ผลการศึกษานำไปประยุกต์ใช้ในสิ่งแวดล้อมอื่น และดำเนินการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเบื้องต้นเพื่อให้เกิด

ผลกระทบที่เป็นไปได้ (solution (s) demonstrated in relevant environment and in co-operation with relevant stakeholders to gain initial feedback on potential impact)

SRL 7 – การปรับปรุงโครงการและ/หรือการแนวทางการพัฒนา การแก้ปัญหา รวมถึงการทดสอบการแนวทางการพัฒนา การแก้ปัญหาใหม่ในสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (refinement of project and/or solution and, if needed, retesting in relevant environment with relevant stakeholders)

SRL 8 – เสนอแนวทางการพัฒนา การแก้ปัญหาในรูปแบบแผนการดำเนินงานที่สมบูรณ์ และได้รับการยอมรับ (proposed solution(s) as well as a plan for societal adaptation complete and qualified)

SRL 9 – แนวทางการพัฒนาและการแก้ปัญหาของโครงการได้รับการยอมรับและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับสิ่งแวดล้อมอื่นๆ (actual project solution (s) proven in relevant environment)

Business model canvas

Name: Live Shop

<p>● Key partners Who are your most important partners? Which key resources do you acquire from partners? Which key activities do your partners perform?</p> <ul style="list-style-type: none"> Fashion Events e.g Zaap on sale Beauty influencers (e.g Pimtha) Payment Providers Logistic companies 	<p>● Key activities What are the activities you perform every day to create & deliver your value proposition?</p> <ul style="list-style-type: none"> Marketing to shoppers and business owners Research into scaling opportunities in the future <p>● Key resources What are the resources you need to create & deliver your value proposition?</p> <ul style="list-style-type: none"> Developers Database Marketers Designers 	<p>● Value propositions What is the value you deliver to your customer? Which of your customer's problems are you helping to solve? What is the customer need that your value proposition addresses? What is your promise to your customer? What are the products and services you create for your customer?</p> <ul style="list-style-type: none"> Try-on and buy clothes online (Mix & Match) Visualize looks attractive for your body shape Personalized shopping Reach out to a wider consumer base Provide insightful information for the business owner Saves time to answer (line) chat about sizes 	<p>● Customer relationships What relationship does each customer segment expect you to establish and maintain?</p> <ul style="list-style-type: none"> Multimedia marketing (e.g. beauty influencers on FB & IG, Pop-up Booth, YouTube, 6-second ad) Direct marketing to Business owners <p>● Channels How does your value proposition reach your customer? Where can your customer buy or use your products or services?</p> <ul style="list-style-type: none"> Mobile application Instagram, Line, Facebook, Twitter 	<p>● Customer segments For whom are you creating value? What are the customer segments that either buy, receive or decide on your value proposition?</p> <ul style="list-style-type: none"> Thai millennials in Bangkok Thai fashion brand owners
<p>● Cost structure What are the important costs you must incur to create & deliver your value proposition?</p> <ul style="list-style-type: none"> Fixed: Technology development, R & D costs Variable: Marketing Costs, Team staff wages, Partnership fees 		<p>● Revenue streams How do customers reward you for the value you provide to them? What are the different revenue models?</p> <ul style="list-style-type: none"> Commission from marketing Commission fro, sales (Phase 2) Monthly Subscription to data report Integration with big companies' websites 		

Brought to you by Business Models Inc.

www.strategyzer.com

LIVE Shop

Our Vision: Disrupt the Southeast Asian e-commerce apparel industry.

Business Description

LIVE Shop is an e-commerce and marketing app that aims to disrupt Southeast Asia's fashion e-commerce industry. Using computer vision and machine learning technology, users and sellers will be able to generate an accurate 3D model of their body and products respectively from 2 photos taken from their smartphones. Users are then able to visualize exactly what they would look like wearing the clothes down to the slightest crease, enabling more informed purchasing decisions and personalized shopping experience. Find inspiration from peers with similar body structure and fashion sense. Join us to take a ride in the fashion revolution.

Business model canvas

Name: Live Shop

<p>● Key partners Who are your most important partners? Which key resources do you acquire from partners? Which key activities do your partners perform?</p> <ul style="list-style-type: none"> Fashion Events e.g Zaap on sale Beauty influencers (e.g Pimtha) Payment Providers Logistic companies 	<p>● Key activities What are the activities you perform every day to create & deliver your value proposition?</p> <ul style="list-style-type: none"> Marketing to shoppers and business owners Research into scaling opportunities in the future <p>● Key resources What are the resources you need to create & deliver your value proposition?</p> <ul style="list-style-type: none"> Developers Database Marketers Designers 	<p>● Value propositions What is the value you deliver to your customer? Which of your customer's problems are you helping to solve? What is the customer need that your value proposition addresses? What is your promise to your customer? What are the products and services you create for your customer?</p> <ul style="list-style-type: none"> Try-on and buy clothes online (Mix & Match) Visualize looks attractive for your body shape Personalized shopping Reach out to a wider consumer base Provide insightful information for the business owner Saves time to answer (line) chat about sizes 	<p>● Customer relationships What relationship does each customer segment expect you to establish and maintain?</p> <ul style="list-style-type: none"> Multimedia marketing (e.g. beauty influencers on FB & IG, Pop-up Booth, YouTube, 6-second ad) Direct marketing to Business owners <p>● Channels How does your value proposition reach your customer? Where can your customer buy or use your products or services?</p> <ul style="list-style-type: none"> Mobile application Instagram, Line, Facebook, Twitter 	<p>● Customer segments For whom are you creating value? What are the customer segments that either buy, receive or decide on your value proposition?</p> <ul style="list-style-type: none"> Thai millennials in Bangkok Thai fashion brand owners
<p>● Cost structure What are the important costs you must incur to create & deliver your value proposition?</p> <ul style="list-style-type: none"> Fixed: Technology development, R & D costs Variable: Marketing Costs, Team staff wages, Partnership fees 		<p>● Revenue streams How do customers reward you for the value you provide to them? What are the different revenue models?</p> <ul style="list-style-type: none"> Commission from marketing Commission fro, sales (Phase 2) Monthly Subscription to data report Integration with big companies' websites 		

Brought to you by Business Models Inc.

www.strategyzer.com