



ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

เรื่อง ประกวดราคาจ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๘

(IDEA LAB 8 : Thai Brand Incubation Program) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๘ (IDEA LAB 8 : Thai Brand Incubation Program) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๕,๐๙๗,๗๑๖.๖๕ บาท (ห้าล้านเก้าหมื่นเจ็ดพันเจ็ดร้อยสิบหกบาทหกสิบห้าสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

จ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๘ (IDEA LAB 8 : Thai Brand Incubation Program) จำนวน ๑ โครงการ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของ กรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็น หุ่นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ

โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) กรณีตาม (๑) - (๔) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

๑๓. ผู้ยื่นต้องมีผลงานการดำเนินงานประเภทเดียวกันกับงานที่จ้างและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่ หรือบริษัทเอกชนระดับสากลโดยมีเอกสารที่เกี่ยวข้อง หรือหนังสือรับรองผลงานที่ผ่านมา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๒๒ มกราคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น.

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ ๒๔ มกราคม ๒๕๖๘ ตั้งแต่เวลา ๑ ๐.๐๐ เป็นต้นไป (รายละเอียด ๔๐ นาที นำเสนอ ๓๐ นาที และตอบคำถามจากกรรมการ ๑๐ นาที) ณ ห้องประชุม สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า ชั้น ๕ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ริมถนน) กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ ซึ่งกรมฯ จะแจ้งรายละเอียดให้ทราบต่อไป ทั้งนี้ กรมฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มา นำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมฯ กำหนด

ผู้สนใจสามารถรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๕๐๗๗๘๑๔ ในวันและเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๘



รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ ๕๑ / ๒๕๖๘

ประกวดราคาจ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๘

(IDEA LAB 8 : Thai Brand Incubation Program) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ ๑๔ มกราคม ๒๕๖๘

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๘ (IDEA LAB 8 : Thai Brand Incubation Program) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

- ๑.๑ ร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ (Terms of Reference : TOR)
- ๑.๒ แบบใบเสนอราคาที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
- ๑.๓ แบบสัญญาจ้างทำของ
- ๑.๔ แบบหนังสือค้ำประกัน
 - (๑) หลักประกันสัญญา
- ๑.๕ บทนิยาม
 - (๑) ผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
 - (๒) การขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ๑.๖ แบบบัญชีเอกสารที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
 - (๑) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑
 - (๒) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒
- ๑.๗ แผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ
- ๑.๘ แผนการทำงาน

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงาน

ของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กรม วน วนประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็น ผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบใน ปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็น ผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็น ผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน หรือหนังสือเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใด รายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่น ข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่น ข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

๒.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้าง ภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๒.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียน เกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบ แสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มี การรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดย ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) สำหรับการซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือ รับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของ

มูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือ บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และ ประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่ สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่น ข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) กรณีตาม (๑) - (๔) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ ตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

๒.๑๓ ผู้ยื่นต้องมีผลงานการดำเนินงานประเภทเดียวกันกับงานที่จ้างและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่ หรือบริษัทเอกชนระดับสากลโดยมีเอกสารที่เกี่ยวข้อง หรือหนังสือรับรองผลงานที่ผ่านมา

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใจนิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น ข้อเสนอข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่ได้ถือสัญชาติไทย

(๓) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า และเอกสารตามที่ระบุไว้ใน (๑) หรือ (๒) ของผู้ร่วมค้า แล้วแต่กรณี

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๔.๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล ให้ยื่นงบแสดงฐานะการเงินที่มีการรับรองแล้วของ ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา

(๔.๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้ยื่นหนังสือรับรองบัญชีเงินฝาก ไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา และจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔.๓) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการและทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่

รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์ (ถ้ามี)

(๖) สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี)

(๗) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๓.๒ ส่วนที่ ๒ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนให้แนบหนังสือ มอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย โดยมีหลักฐานแสดงตัวตนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ ทั้งนี้ หากผู้รับมอบอำนาจเป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

(๒) เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

(๓) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔. การเสนอราคา

๔.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน พร้อมทั้งหลักฐานแสดงตัวตนและทำการยืนยันตัวตนของ ผู้ยื่นข้อเสนอ โดยไม่ต้องแนบบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ท้ายใบเสนอราคาให้ถูกต้อง ทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือนสิงหาคม

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจดูร่างสัญญา ร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ (Terms of Reference : TOR) ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นข้อเสนอตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๒๒ มกราคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาข้อเสนอให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ว่า ก่อนหรือในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นข้อเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการฯ เชื่อว่ามีการกระทำความผิดอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวเป็นผู้ทำงาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นมีใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

- (๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
- (๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี)

รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว

- (๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวัน

เวลาที่กำหนด

- (๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่เสนอแล้วไม่ได้

- (๕) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องศึกษาและทำความเข้าใจในระบบและวิธีการเสนอราคา

ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ www.gprocurement.go.th

๔.๙ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยจัดทำแผนการทำงานตามเอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นกรณีสัญญาที่มีอายุไม่เกิน ๙๐ วัน หรือสัญญาวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ และแผนการใช้เหล็กที่ผลิตในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๕.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๕.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ กรมจะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๕.๒.๑ จ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๘ (IDEA LAB 8 : Thai Brand Incubation Program)

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

๕.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผล การประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อ ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินสิทธิ ผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๕.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๕.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๕.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจระงับยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อได้ว่า การยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอนั้นชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๕.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๖. การทำสัญญาจ้าง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะต้องทำสัญญาจ้างตามแบบสัญญา ดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือกับกรม ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงินเท่ากับร้อยละ ๕ ของราคาค่าจ้างที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้กรมยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

๖.๑ เงินสด

๖.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่กรม ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา หรือก่อนวันนั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการ

๖.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๖.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๖.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

๗. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายที่ปวงด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง โดยแบ่งออกเป็น ๒ งวดดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในเดือนเมษายน ๒๕๖๘

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และ กรม ได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๘. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๘.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๘.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๘.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๙. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๐. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๐.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘ การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘ แล้วเท่านั้น

๑๐.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์ ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์

๑๐.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ ภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกมัดจำจากผู้ยื่นข้อเสนอ ค่าประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกมัดจำให้ชดเชยความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๐.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๐.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๐.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอ จะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) กรมไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรร แต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือถือว่ากระทำการทุจริตอื่นใด ในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

(๔) กรณีอื่นในทำนองเดียวกับ (๑) (๒) หรือ (๓) ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งออกตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๒. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว



ขอบเขตของงานหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ
การจ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๘
(IDEA LAB 8: Thai Brand Incubation Program)

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.) ได้ดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทย (IDEA LAB: Thai Brand Incubation Program) ภายใต้โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการยุคใหม่สู่สากล (MOC 4I: Thai Brand Hero Program) มาตั้งแต่ ปี ๒๕๖๑ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า/บริการด้วยนวัตกรรมการออกแบบและการสร้างแบรนด์ โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs สู่การเป็น Smart Enterprise เพื่อให้แบรนด์ไทยเป็นที่ยอมรับในเวทีการค้าโลก โดยแบ่งแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ตามความพร้อมเป็น ๔ ระดับ ได้แก่

ระดับที่ ๑ Inspiration สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ๆ โดยกระตุ้นให้มีการขยายตลาดโดยใช้ความต้องการของตลาดเป็นตัวนำ ปรับวิถีคิดของผู้ประกอบการ และเสริมทักษะการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ระดับที่ ๒ Incubation สำหรับผู้ประกอบการที่มีแบรนด์ของตนเองทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค โดยเน้นการจัดทำกลยุทธ์เพื่อการสร้างแบรนด์ การสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ รวมทั้งส่งเสริมการดำเนินธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์

ระดับที่ ๓ Implementation เสริมสร้างความเข้มแข็งสู่ตลาดต่างประเทศ โดยออกแบบสินค้า/บริการเป็นการเฉพาะ ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละตลาด พร้อมทั้งบริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจในการดำเนินธุรกิจในแต่ละประเทศแบบครบวงจร สร้างแบรนด์โร้ดแมป (Brand Roadmap) ให้เฉพาะราย เพื่อให้มีแผนที่ชัดเจนในการเจาะตลาด โดยมุ่งหวังให้เกิด Thai Brand Heroes ในตลาดต่างประเทศ

ระดับที่ ๔ Internationalization สร้างแบรนด์ร่วมกับพันธมิตรที่มีชื่อเสียงในเวทีโลก เน้นการต่อยอดให้เกิดการสร้างแบรนด์ร่วมกันและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในกลุ่มผู้ประกอบการ โดยเน้นกลุ่มที่มีแบรนด์ของตนเองอย่างเข้มแข็ง มีมูลค่าเพิ่มสูง นวัตกรรม และการออกแบบที่ดี เพื่อนำไปสู่การสร้าง Global Brand ในอนาคต

ในระหว่างปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๗ สสม. ได้บ่มเพาะแบรนด์ไทยมาแล้วกว่า ๗ รุ่น โดยมีผู้ประกอบการที่ได้รับกลยุทธ์/คู่มือการสร้างแบรนด์เป็นรายบริษัทมาแล้วจำนวนทั้งสิ้น ๑๑๓ ราย ทั้งในกลุ่มสินค้าอาหาร (๕๗ ราย) กลุ่มสินค้าสุขภาพความงาม (๒๒ ราย) รวมทั้งกลุ่มสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ (๓๔ ราย) การดำเนินการที่ผ่านมาประสบความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพและยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในด้านการสร้างแบรนด์อย่างเป็นรูปธรรม โดยแต่ละรายได้แนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ของตนเอง ค้นพบอัตลักษณ์ และจุดแข็งของตนเอง สามารถเพิ่มศักยภาพของธุรกิจในเวทีสากลด้วยการปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ แนวทางดำเนินธุรกิจ การสื่อสารแบรนด์ และการวางแผนขยายแบรนด์ในอนาคต รวมถึงการสร้างโอกาสทางการค้าของผู้ประกอบการไทยผ่านช่องทางออนไลน์สู่ตลาดต่างประเทศ อาทิ การส่งเสริมทางการตลาดผ่านแพลตฟอร์ม Thaitrade.com การประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์ม Taopao และการจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์ (OBM) กับผู้ประกอบการจีนและอินเดีย

สำหรับในปี ๒๕๖๘ กรมได้กำหนดแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล โดยมุ่งเน้นการสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองต่อความต้องการตามกระแส Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ สร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้าและธุรกิจบริการด้วยการออกแบบ และการสร้างแบรนด์ ซึ่งสอดคล้องตามนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ในการเร่งผลักดันการส่งออก เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งเน้นนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/บริการ

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

ทั้งในอุตสาหกรรมเดิมและอุตสาหกรรมแห่งอนาคตตามแนวนโยบายของรัฐบาล ที่เน้นการยกระดับภูมิปัญญาไทย ไปสู่วัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Culture) เพื่อส่งเสริมและขับเคลื่อนสินค้า/บริการไทยด้วย Soft Power ของประเทศในอุตสาหกรรมเดิม และสนับสนุนโมเดลเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy or Eco-friendly Economy) โดยส่งเสริมสินค้า/บริการเพื่อความยั่งยืนในอุตสาหกรรมแห่งอนาคต ในครั้งนี้ สำคัญๆ พิจารณาแล้ว เห็นควรดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๘ (IDEA LAB 8: Thai Brand Incubation Program) เพื่อส่งเสริม การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการสร้างแบรนด์ให้แก่ผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องตามนโยบาย รัฐบาล โดยเน้นกลุ่มเป้าหมาย ๒ กลุ่ม คือ (๑) ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับการส่งเสริม Soft Power ของไทย และ (๒) ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสีเขียวเพื่อนำมาต่อยอดด้วยแนวคิดการ ออกแบบและกลยุทธ์การสร้างแบรนด์เฉพาะราย (Design Thinking & Branding Strategy) รวมถึงการ ส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อขยายโอกาสทางการค้าในตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างมูลค่าเพิ่ม ให้แก่ธุรกิจของผู้ประกอบการ และสามารถเติบโตสู่ระดับสากลได้อย่างยั่งยืน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจ เพิ่มมากขึ้น

๒.๒ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย ในด้านการสร้างคุณค่าของแบรนด์ สินค้าให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

๒.๓ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของส่งออกสินค้าและบริการไทยทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า

๓. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสีเขียว และผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้อง กับการส่งเสริม Soft Power ของไทย ในกลุ่มสินค้าอาหาร กลุ่มสินค้าสุขภาพความงาม และกลุ่มสินค้าแฟชั่น และไลฟ์สไตล์ โดยมีการสร้างแบรนด์ และมีเครื่องหมายการค้าของตนเอง

๔. ระยะเวลาการดำเนินการ ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – สิงหาคม ๒๕๖๘

๕. ขอบเขตการดำเนินโครงการ

๕.๑ กิจกรรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (๑ วัน)

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้ประกอบการแบรนด์ไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย

รายละเอียด : เป็นการจัดสัมมนาสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างแบรนด์ โดยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการ มีการขยายตลาดโดยใช้ความต้องการของตลาดเป็นตัวนำ ปรับวิธีคิดของผู้ประกอบการ และเสริมทักษะการสร้าง มูลค่าเพิ่ม แลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ และประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการเพิ่มศักยภาพด้านแบรนด์ อาทิ การสร้างแบรนด์จากการดำเนินธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสีเขียว การใช้ Circular Design และการใช้ Soft Power ของไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้งการ ดำเนินธุรกิจในบริษัท Megatrends และเศรษฐกิจใหม่

๕.๒ กิจกรรมบ่มเพาะเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแบรนด์ แบ่งเป็นกิจกรรมย่อย ๓ กิจกรรม คือ

(๑) กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (๑ วัน)

รายละเอียด : ผู้ประกอบการแบรนด์ไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ แบรนด์ สมัครเข้าร่วมนำเสนอ (Pitching) ข้อมูลสินค้าและธุรกิจของแบรนด์ต่อวิทยากรหรือผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาคัดเลือกแบรนด์ที่มี ศักยภาพและมีแผนการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนอย่างน้อย ๑๕ แบรนด์ เข้าร่วมกิจกรรมเตรียมความพร้อมด้าน การตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ (ตามข้อ (๒)) และกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (ตามข้อ (๓)) ต่อไป

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(๒) กิจกรรมเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ (๑ วัน)

รายละเอียด : ผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ ๘ ที่ผ่านการคัดเลือก ๑๕ แบรินด์ นำเสนอข้อมูลแผนการตลาดของธุรกิจและทำงานร่วมกับวิทยากรหรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิจัยการตลาด (Marketing Research) เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้ตรงความต้องการของตลาด

(๓) กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (๓ วัน)

รายละเอียด : ผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ ๘ ที่ผ่านการคัดเลือก ๑๕ แบรินด์ รับการให้คำปรึกษาเชิงลึก จากวิทยากรหรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสร้างแบรนด์ และร่วมกันวิเคราะห์แผนกลยุทธ์ รวมถึงการดึงจุดเด่นและเรื่องราวของแบรนด์ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักและจดจำมากยิ่งขึ้น สามารถใช้แนวคิดการออกแบบและกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Design Thinking & Branding Strategy) ในกระบวนการธุรกิจและสร้างโมเดลธุรกิจใหม่

(๔) กิจกรรมพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ (วัน ๑)

รายละเอียด : เป็นการจัดแสดงผลงานและมีเวทีให้ผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ ๘ ได้นำเสนอผลงานและกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ที่ได้จัดทำร่วมกับวิทยากรหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ต่อภาคธุรกิจ ผู้ซื้อ ผู้จัดจำหน่ายสินค้าไทยทั้งในและต่างประเทศ และมอบประกาศนียบัตรพร้อมคู่มือกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้แก่ผู้ผ่านการอบรม

๕.๓ การจัดทำแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะ

รายละเอียด : วิทยากรหรือผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการจัดทำแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะ (Customized Brand & Product Strategy) ทั้งรูปเล่มและไฟล์ดิจิทัล เพื่อให้ผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรม IDEA LAB รุ่นที่ ๘ นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป โดยมีระยะเวลาในการจัดทำ ๑ - ๒ เดือน

๕.๔ กิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อขยายโอกาสทางการค้า เป็นกิจกรรมต่อยอดทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ ๘ โดยประชาสัมพันธ์แบรนด์ผู้ประกอบการทั้ง ๑๕ ราย ในรูปแบบบทความที่สามารถดึงดูดความสนใจ และนำไปติดตาม เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ และรู้จักแบรนด์สินค้าไทยของผู้ประกอบการที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการสร้างแบรนด์จากโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทย (IDEA LAB : Thai Brand Incubation Program) รุ่นที่ ๘ โดยจัดทำในรูปแบบ ๒ ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ แล้วนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมตามประเภทสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์และสื่อสารแบรนด์ของผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) ในกลุ่มผู้ซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๖. ร่างกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการฯ

ม.ค. ๖๘	- จัดจ้างผู้รับจ้างดำเนินโครงการ
ก.พ. - มี.ค. ๖๘	- รับสมัครผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการฯ - กิจกรรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (๑ วัน)
เม.ย. ๖๘	- กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (๑ วัน) - กิจกรรมเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ (๑ วัน)
พ.ค. ๖๘	- กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (๓ วัน)
มิ.ย. - ก.ค. ๖๘	- จัดทำแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะ - กิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อขยายโอกาสทางการค้า
ส.ค. ๖๘	- การนำเสนอผลงาน พิธีมอบใบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ - ส่งมอบงานและรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ

*หมายเหตุ กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

๗. รายละเอียดการดำเนินงานของผู้รับจ้าง ประกอบด้วย

๗.๑ การนำเสนอแนวคิด (Concept) และแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ในโครงการฯ ประกอบด้วย

- นำเสนอแนวคิด (Concept) และกำหนดประเด็นสื่อสารโครงการฯ โดยเสนอชื่อหัวข้อการจัดงาน (ธีม) ที่สอดคล้องกับโครงการฯ การออกแบบ Key Visual เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของโครงการฯ รวมทั้งแนวทางการออกแบบ Artwork ของโครงการฯ สำหรับนำไปประยุกต์ใช้ในการตกแต่งและประชาสัมพันธ์เผยแพร่การจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น Photo Backdrop / Roll-up / Online Banner เป็นต้น ทั้งนี้ ขนาดสัดส่วนสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

- นำเสนอแผนการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ (Action Plan) ตลอดทั้งโครงการฯ ได้แก่ แผนการรับสมัครกลุ่มเป้าหมายจากทั่วทุกภูมิภาค เพื่อเข้าร่วมโครงการฯ วิธีการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการฯ การกำหนดช่วงระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (Timeline) ที่เหมาะสม และจัดทำแบบทดสอบเพื่อคัดกรองผู้สมัคร และฐานข้อมูลผู้สมัคร ที่ครอบคลุมรายชื่อ ชื่อบริษัท ประเภทผลิตภัณฑ์ ที่ตั้งบริษัท ช่องทางการติดต่อ เลขนิติบุคคล (ถ้ามี) และข้อมูลในส่วนอื่นๆ ที่จำเป็น

๗.๒ การจัดกิจกรรมต่างๆ ภายใต้โครงการฯ โดยดำเนินการบริหารจัดการกิจกรรม ตั้งแต่เชิญชวนรับสมัครเข้าร่วมกิจกรรมตามจำนวนเป้าหมาย ประสานงานการสมัคร และดำเนินการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายใต้โครงการฯ ดังนี้

๗.๒.๑ กิจกรรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ ระยะเวลา ๑ วัน (ผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย) โดยดำเนินงาน ดังนี้

(๑) จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการ เช่น ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดา) ห้องบูรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์ (สนามบึงน้ำ) เป็นต้น รวมทั้งต้องประสานงานและจัดเตรียมการอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามเป้าหมาย ตลอดจนดำเนินการออกแบบและตกแต่งสถานที่อย่างสวยงาม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อโครงการฯ โดยจัดทำ Photo Backdrop จำนวน ๑ ชุด และ Roll-up จำนวนอย่างน้อย ๒ ชุดสำหรับถ่ายภาพหน้างาน หรือตามที่กรมเห็นสมควร

(๒) จัดพิธีเปิดกิจกรรม

- จัดหาพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์ในงานด้านการฝึกอบรม หรือ สัมมนา มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี จำนวน ๑ ราย สำหรับดำเนินรายการในพิธีเปิด รวมถึงจัดทำสคริปต์สำหรับพิธีกร โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อน

- จัดทำคำกล่าวรายงานและคำกล่าวเปิดงานสำหรับผู้บริหารกรม

- จัดทำ Press Release ๑ ฉบับ สำหรับเผยแพร่ข่าวพิธีเปิด

- จัดทำสื่อเผยแพร่การจัดกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ของกรมและสำนักฯ หรือช่องทางออนไลน์อื่นๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า ๕ ช่องทาง

- จัดหาเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกให้แก่วิทยากร สื่อมวลชน และผู้เข้าร่วมงาน อย่างเพียงพอ

(๓) จัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการสัมมนา ได้แก่ โสตทัศนูปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ ตลอดการจัดงานให้เพียงพอและเหมาะสม

(๔) นำเสนอหัวข้อและเนื้อหาหลักสูตรกิจกรรม พร้อมรายละเอียด และกำหนดการจัดหาวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในด้านการสร้างแบรนด์ การตลาด หรือการค้าระหว่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ราย ที่สอดคล้องตามเนื้อหาหลักสูตรที่นำเสนอ พร้อมทั้งแนบประวัติการทำงานโดยละเอียด (ระยะเวลาอบรมไม่น้อยกว่า ๖ ชั่วโมง/วัน) (อัตราชั่วโมงละ ๕,๐๐๐ บาท/คน)

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(๕) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม เช้า – บ่าย ให้เพียงพอสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้อง

(๖) จัดเตรียมอาหารกลางวันให้เพียงพอสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้อง

(๗) ติดต่อประสานงาน โดยดำเนินการติดต่อประสานเชิงวิทยากร และผู้สนใจตามกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งอำนวยความสะดวกในภาพรวมตลอดระยะเวลาที่มีการจัดกิจกรรม

๗.๒.๒ กิจกรรมบ่มเพาะเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแบรนด์ ระยะเวลา ๖ วัน แบ่งการดำเนินงานตามกิจกรรมย่อย ดังนี้

๗.๒.๒.๑ กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (ระยะเวลา ๑ วัน)

(๑) จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการ เช่น ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดา) ห้องบรรณภัตตาคาร กระทรวงพาณิชย์ (สนามบินน้ำ) เป็นต้น รวมทั้งประสานงานและจัดเตรียมการอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามเป้าหมาย ตลอดจนดำเนินการออกแบบและตกแต่งสถานที่อย่างสวยงาม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อโครงการฯ

(๒) จัดหาโสตทัศนอุปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ตลอดการจัดงานตามความเหมาะสม รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง

(๓) นำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรมพร้อมกำหนดการ และจัดหาวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในด้านการสร้างแบรนด์ การตลาด หรือการค้าระหว่างประเทศ หรือผู้แทนห้างค้าปลีก ร่วมทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกและให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้สมัครเข้าร่วมโครงการฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย

(๔) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม เช้า – บ่าย สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

(๕) จัดเตรียมอาหารกลางวันสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

(๖) ติดต่อประสานงาน โดยจัดเตรียมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับผู้เข้าร่วม รวมถึงวิทยากร/ผู้ทรงคุณวุฒิ เจ้าหน้าที่กรม และจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลโครงการพิธีกรดำเนินรายการ เพื่ออำนวยความสะดวกภาพรวมตลอดระยะเวลาที่มีการจัดกิจกรรม

๗.๒.๒.๒ กิจกรรมเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ (ระยะเวลา ๑ วัน)

(๑) จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการ เช่น ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดา) ห้องบรรณภัตตาคาร กระทรวงพาณิชย์ (สนามบินน้ำ) เป็นต้น รวมทั้งประสานงานและจัดเตรียมการอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามเป้าหมาย ตลอดจนดำเนินการออกแบบและตกแต่งสถานที่อย่างสวยงาม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อโครงการฯ

(๒) จัดหาโสตทัศนอุปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ตลอดการจัดงานตามความเหมาะสม รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง

(๓) นำเสนอหัวข้อและเนื้อหาหลักสูตรกิจกรรมในลักษณะ Focus Group พร้อมรายละเอียด และกำหนดการ จัดหาวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในด้านการตลาดจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ราย

(๔) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม เช้า – บ่าย สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

(๕) จัดเตรียมอาหารกลางวันสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(๖) ติดต่อประสานงาน โดยจัดเตรียมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับผู้เข้าร่วม รวมถึงวิทยากร/ผู้ทรงคุณวุฒิ เจ้าหน้าที่กรม และจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลโครงการพิธีกรดำเนินรายการ เพื่ออำนวยความสะดวกภาพรวมตลอดระยะเวลาที่มีการจัดกิจกรรม

๗.๒.๒.๓ กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (ระยะเวลา ๓ วัน)

(๑) จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการ เช่น ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดา) ห้องบูรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์ (สนามบินน้ำ) เป็นต้น รวมทั้งประสานงานและจัดเตรียมการอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามเป้าหมาย ตลอดจนดำเนินการออกแบบและตกแต่งสถานที่อย่างสวยงาม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อโครงการฯ

(๒) จัดหาโสตทัศนูปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ รวมถึงอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) และเครื่องมือที่จำเป็นในการจัดฝึกอบรมให้พอเพียงตามความเหมาะสม

(๓) นำเสนอหัวข้อและเนื้อหาหลักสูตรกิจกรรม พร้อมรายละเอียด และกำหนดการ จัดหาวิทยากรมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในด้านการสร้างแบรนด์และการตลาด ให้คำปรึกษาเชิงลึก วิเคราะห์แผนกลยุทธ์ รวมถึงการดึงจุดเด่นและเรื่องราวของแบรนด์ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักและจดจำมากยิ่งขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย

(๔) จัดเตรียมอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่ม และอาหารกลางวันสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

(๕) ติดต่อประสานงาน โดยจัดเตรียมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก ประสานงานติดต่อผู้เข้ารับการอบรม และจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลโครงการ เพื่ออำนวยความสะดวกภาพรวมของการอบรมตลอดงาน

๗.๒.๒.๔ กิจกรรมพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ (ระยะเวลา ๑ วัน)

(๑) จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการ เช่น ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดา) ห้องบูรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์ (สนามบินน้ำ) เป็นต้น เพื่อจัดกิจกรรมนำเสนอแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ รวมถึงพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด ประกอบด้วย เวทีนำเสนอกลยุทธ์ นิทรรศการแสดงสินค้า หรือภาพ storytelling ของแบรนด์ของผู้ประกอบการทั้ง ๑๕ แบรนด์ ที่ได้รับการบ่มเพาะจากกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก รวมถึงพื้นที่สำหรับพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด และจัดทำจุดถ่ายภาพ (Photo Landmark) ให้สอดคล้องกับลักษณะของงาน (Theme) สำหรับถ่ายภาพ พร้อมทั้งออกแบบระบบแสง สี เสียงต่างๆ ที่มีความเหมาะสมและแสดงให้เห็นภาพลักษณ์อันดีของโครงการฯ

(๒) จัดหาโสตทัศนูปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ ตลอดการจัดงานตามความเหมาะสม รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง

(๓) ดำเนินการจัดพิธีปิดกิจกรรม โดยดำเนินการดังนี้

- วางแผน จัดเตรียม กำหนดการและลำดับพิธี การตกแต่งสถานที่ เวที และบริเวณพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด

- จัดหาพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี จำนวน ๑ ราย สำหรับดำเนินรายการกิจกรรมนำเสนอแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ (Customize) พิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ รวมถึงจัดทำสคริปต์สำหรับพิธีกร โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อนดำเนินงาน

- จัดทำคำกล่าวรายงานสรุปผลโครงการและคำกล่าวพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด

- จัดทำ Press Release ๑ ฉบับ สำหรับเผยแพร่ข่าวหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรม

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

- จัดทำสื่อเผยแพร่การจัดกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ ในหัวข้อเกี่ยวข้องกับ การสร้างแบรนด์ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ของกรมและสำนัก หรือช่องทางออนไลน์อื่นๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า ๕ ช่องทาง

(๔) จัดทำใบประกาศนียบัตรสำหรับผู้ผ่านการฝึกอบรม ขนาด A3 พร้อมกรอบ โดยมีรูปแบบตามที่กรมกำหนด และผลิตตามจำนวนที่ได้รับจริง และจัดทำใบประกาศนียบัตรอิเล็กทรอนิกส์ (E-Certificate) พร้อมดำเนินการออกใบประกาศนียบัตรอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผู้ผ่านการฝึกอบรม

(๕) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม เช้า – บ่าย สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและ ผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

(๖) จัดเตรียมอาหารกลางวันสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

(๗) ติดต่อสื่อสาร โดยจัดหาเจ้าหน้าที่ประสานเชิญและอำนวยความสะดวกวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ จากภาครัฐ ภาคเอกชน และห้างค้าปลีก เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อรับฟังและเสนอแนะแนวทางในการ พัฒนาสินค้าและบริการของแต่ละแบรนด์ รวมถึงช่องทางในการจำหน่ายสินค้าต่อไป ตลอดจนอำนวยความสะดวก ประสานงานในการรับรองประธานพิธีเปิด รวมถึงผู้ติดตาม วิทยากร สื่อมวลชนและเจ้าหน้าที่กรม ตลอดจนอำนวยความสะดวกในด้านอื่นๆ ตามที่กรมเห็นสมควรความเหมาะสม

๗.๓ จัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะ (Customized Brand & Product Strategy) ทั้งในรูปแบบรูปเล่มและไฟล์ดิจิทัล ดังนี้

(๑) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลแบรนด์และสินค้า วางแผนกลยุทธ์ และออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์ และสินค้า ทั้ง ๑๕ แบรนด์

(๒) ออกแบบและจัดทำรูปเล่มแผนกลยุทธ์และไฟล์ดิจิทัล ดังนี้

(๒.๑) รูปเล่มรายงาน จำนวน ๑๕ เล่ม ข้อมูลประกอบด้วย รูปแบบเนื้อหาการจัดทำแผนกลยุทธ์ การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ (Customized Brand Strategy) ซึ่งครอบคลุมเนื้อหากลยุทธ์ที่วิทยากรพัฒนา ให้ผู้ประกอบการในรูปแบบเฉพาะ (Customized) เป็นต้น โดยทำการส่งมอบให้ผู้เข้าร่วมโครงการแบรนด์ละ ๑ ชุด (รวมทั้งหมด ๑๕ เล่ม) และ ๑ เล่มรวมข้อมูลทั้ง ๑๕ แบรนด์ เพื่อส่งมอบให้กรม

(๒.๒) รูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ จัดทำไฟล์ดิจิทัลแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ (Customized Brand Strategy) โดยทำการส่งมอบให้ผู้เข้าร่วมโครงการแบรนด์ละ ๑ ไฟล์ (รวมทั้งหมด ๑๕ ไฟล์) และ ๑ ไฟล์ รวมข้อมูลทั้ง ๑๕ แบรนด์ เพื่อส่งมอบให้กรม

๗.๔ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อขยายโอกาสทางการค้า

(๑) ดำเนินการจัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการในรูปแบบบทความ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ และรู้จักแบรนด์สินค้าไทยของผู้ประกอบการที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการสร้างแบรนด์จาก โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทย (IDEA LAB : Thai Brand Incubation Program) โดยจัดทำในรูปแบบ ๒ ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และจัดทำ E-Catalogue ในลักษณะ Product E-Catalogue (Customized Product Strategy) มีเนื้อหาครอบคลุมถึงรายละเอียดตัวสินค้าที่ผ่านการพัฒนา โดยดำเนินการถ่ายภาพสินค้า (ความละเอียดสูง) รวบรวมรายชื่อสินค้าและผู้ประกอบการ รายละเอียดสินค้า ช่องทางการติดต่อ เป็นต้น รวมถึงรายละเอียดอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปต่อยอดทางการค้า/ธุรกิจได้ โดยจัดทำในรูปแบบสวยงาม เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ไทยในตลาดสากล

(๒) ดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทความผ่านสื่อออนไลน์ โดยนำเสนอสื่อออนไลน์ด้านการ ส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์หรือสื่อไลฟ์สไตล์ออนไลน์ที่เหมาะสมตามกลุ่มสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ บทความและสื่อสารแบรนด์ของผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยมีผู้ติดตามแต่ละสื่อจำนวน ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ราย

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(๓) ดำเนินการบันทึกภาพและจัดทำวีดิทัศน์ (VTR) VDO Presentation พร้อม Storyboard เผยแพร่โครงการฯ ความคมชัดของภาพและเสียงระดับ Full HD จำนวน ๒ ชิ้น ดังนี้

- ชิ้นที่ ๑ เพื่อใช้ในการเชิญชวนผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ ความยาวประมาณ ๑ - ๓ นาที
- ชิ้นที่ ๒ เพื่อใช้ในการสรุปผลการดำเนินโครงการ สำหรับเผยแพร่ต่อไป ความยาวประมาณ ๒ - ๕ นาที โดยมีเนื้อหา อาทิ บทสัมภาษณ์ความรู้สึกของผู้เข้าร่วมโครงการ ความรู้และสิ่งที่ได้จากโครงการ ในภาพรวม เป็นต้น เพื่อนำไปใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป และดำเนินการบันทึกภาพเคลื่อนไหว ภาพถ่าย การจัดกิจกรรมในโครงการทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

(๔) ดำเนินการจัดทำแบบประเมินผลและรายงานวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผล พร้อมข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์จากการดำเนินโครงการ บันทึกเนื้อหาจากกิจกรรม และปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ (Key Success Factor) ข้อมูลการประเมินผลพัฒนาการของผู้เข้าร่วมโครงการแต่ละรายโดยผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงแบบสรุปกลยุทธ์ การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะ (Customized Brand & Product Strategy) ในรูปแบบรูปเล่มรายงาน และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ บันทึกลง External Hard Disk รวมทั้งจัดทำสรุปข้อมูลผู้เข้าร่วมโครงการ IDEA LAB 8 อาทิ รายชื่อบริษัท ที่อยู่ ชื่อผู้ประกอบการ ข้อมูลสำหรับติดต่อ แบนด์สินค้า ประเภทสินค้า รายละเอียดสินค้า และภาพประกอบสินค้า เป็นต้น เพื่อฐานข้อมูลสำหรับต่อยอดการเข้าร่วมโครงการอื่นๆ ของกรมฯ

๗.๕ การบริหารจัดการโครงการฯ

(๑) จัดหาผู้จัดการโครงการ (Project Manager) อย่างน้อย ๑ คน ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน มีประสบการณ์ดังกล่าวมาแล้ว อย่างน้อย ๒ ครั้ง โดยนำเสนอประวัติและประสบการณ์ทำงานเพื่อให้กรรมการพิจารณา

(๒) จัดหาเจ้าหน้าที่บริหารจัดการกิจกรรมตลอดโครงการ อย่างน้อย ๕ คน เช่น เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ เจ้าหน้าที่รับลงทะเบียนและอำนวยความสะดวกในแต่ละกิจกรรม เจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น

๘. กรรณสิทธิของข้อมูลและเอกสาร

๘.๑ เอกสาร ข้อมูล ฐานข้อมูล และ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ รวมทั้งงานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นรวมทั้งส่งมอบ และที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรณสิทธิของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีสิทธิที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่ หรือทำซ้ำใหม่ ได้ด้วยตนเอง หรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

๘.๒ ผู้รับจ้างต้องยินยอมให้กรมมีสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ในการทำงาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไป อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

๘.๓ ผู้รับจ้างจะต้องไม่มอบเอกสารและข้อมูล รวมถึงไม่เปิดเผยหรือนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการไปใช้ ประโยชน์ ทั้งในช่วงของการพัฒนาหรือหลังส่งมอบงานแล้วเสร็จ โดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

๙. สิ่งที่ต้องส่งมอบหลังงานเสร็จสิ้น ได้แก่ รายงานสรุปผลดำเนินงาน ตั้งแต่เริ่มงานถึงจบงานจำนวน ๓ ชุด พร้อมไฟล์ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวของกิจกรรมฯ บันทึกลงใน External Hard Disk Drives ขนาดความจุ อย่างน้อย ๑ เทระไบต์ (Terabyte: TB) จำนวน ๓ ชุด

หมายเหตุ:

- การดำเนินโครงการทั้งหมดสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมเพื่อประโยชน์สูงสุด ของโครงการฯ ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมฯ

- เนื้อหา ภาพ เอกสาร และรูปแบบสื่อทุกประเภทถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่าง ประเทศ ทั้งนี้ การดำเนินการจัดทำสื่อต่างๆ หากมีการใช้เพลงหรือดนตรีประกอบ ภาพประกอบ แบบตัวอักษร

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

และกราฟิกต่างๆ จะต้องถูกต้องตามลิขสิทธิ์ หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์ บริษัทจะต้องรับผิดชอบทั้งหมด และ artwork ทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรมฯ

- ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการปรับปรุงเพิ่มเติมรายละเอียดบางประการในแต่ละกิจกรรมเพื่อให้ได้ผลงานที่ดี

**ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตภายในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้าง ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๑๐. งบประมาณ วงเงินการจ้าง ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท

๑๑. ระยะเวลาการส่งมอบและการชำระเงิน

กรมจะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายที่ส่งมอบแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงินเป็น จำนวน ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ข้อ ๗.๑, ๗.๒.๑, ๗.๒.๒.๑ และ ๗.๒.๒.๒ ให้แล้วเสร็จภายในเดือนเมษายน ๒๕๖๘

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมด ให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือภายในเดือนสิงหาคม ๒๕๖๘ และกรมได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๑๒. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- ๑) มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๖) มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๗) เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- ๘) ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- ๙) ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๑๐) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
- ๑๑) ผู้ยื่นต้องมีผลงานการดำเนินงานประเภทเดียวกันกับงานที่จ้างและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่ หรือบริษัทเอกชนระดับสากลโดยมีเอกสารที่เกี่ยวข้อง หรือหนังสือรับรองผลงานที่ผ่านมา

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

๑๓. แนวทางการเสนองาน

คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำ เอกสารสำหรับการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยื่นยื่นการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรมผ่านทางระบบ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสาร ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ส่วนที่ ๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

(๑) การนำเสนอแนวคิด (Concept) และแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ในโครงการฯ ประกอบด้วย

(๑.๑) นำเสนอแนวคิด (Concept) แบบ Key Visual โครงการฯ และแนวทางการออกแบบ Artwork ของโครงการฯ

(๑.๒) นำเสนอแผนการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ (Action Plan) ตลอดทั้งโครงการฯ

(๒) การนำเสนอรายละเอียดการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายใต้โครงการฯ ประกอบด้วย

(๒.๑) กิจกรรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์

(๒.๒) กิจกรรมบ่มเพาะเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแบรนด์ ได้แก่

(๒.๒.๑) กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์

(๒.๒.๒) กิจกรรมเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์

(๒.๒.๓) กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก

(๒.๒.๔) กิจกรรมพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ

(๓) การนำเสนอแนวทางการจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะ (Customized Brand & Product Strategy)

(๔) การนำเสนอรายละเอียดการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อขยายโอกาสทางการค้า

(๕) การนำเสนอรายชื่อทีมบริหารจัดการโครงการฯ

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตาม รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ **๒๔ มี.ค. ๒๕๖๘** ตั้งแต่เวลา.....**๑๐.๐๐ น.** เป็นต้นไป (รายละเอียด ๔๐ นาที นำเสนอ ๓๐ นาที และตอบคำถามจากกรรมการ ๑๐ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า ชั้น ๕ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ริมถนน) กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนพบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ ซึ่งกรมฯ จะแจ้งรายละเอียดให้ทราบต่อไป ทั้งนี้ กรมฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมฯ กำหนด

เอกสารข้อเสนอด้านราคา ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องกรอกรายละเอียดการเสนอราคาในใบเสนอราคาตามแบบเอกสารประกวดราคาด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ให้ครบถ้วน โดยไม่ต้องยื่นใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญากรมฯ จะแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรมฯ เพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

..... **จรชณ** ประธาน **กรร** กรรมการ **กรร** กรรมการ

๑๔. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก

๑๔.๑ กรมจะพิจารณาตัดสินจัดจ้างผู้ยื่นข้อเสนอราคาโดยใช้แนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e-bidding) หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๑๔.๒ ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐกรมบัญชีกลาง เป็นผู้กำหนดการให้คะแนนราคาที่นำเสนอ (Price)

๑๔.๓ ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น ๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ (คิดจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน) ซึ่งประกอบด้วย

(๑) การนำเสนอแนวคิด (Concept) และแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ในโครงการฯ คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน ประกอบด้วย

(๑.๑) แนวคิด (Concept) แบบ Key Visual โครงการฯ และแนวทางการออกแบบ Artwork ของโครงการฯ (๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑.๑.๑) นำเสนอแนวคิด (Concept) การจัดกิจกรรมที่ทันต่อยุคสมัย ตามกระแสเทรนด์โลกใหม่ และกำหนดประเด็นสื่อสารโครงการฯ มีการเสนอชื่อหัวข้อการจัดงาน (ชื่อ) ที่สอดคล้องกับโครงการฯ โดยทำเสนอให้กรมพิจารณาเลือก มากกว่า ๒ แนวทาง มีการนำเสนอ Key Visual (KV) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์โครงการฯ ที่โดดเด่น สร้างสรรค์ มีความเป็นสากล สะท้อนให้เห็นทิศทางการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการแบรนด์ไทยสู่สากล โดยนำเสนอให้กรมพิจารณาเลือกมากกว่า ๒ แบบ พร้อมอธิบายรายละเอียดการสื่อความหมายของ KV รวมถึงที่มาการกำหนดแนวคิดและหัวข้อที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์กลุ่มเป้าหมาย และตัวชี้วัดของโครงการฯ มากที่สุด โดยแนวคิดนี้นำไปสู่การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีการสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ที่ดี สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ประกอบการ และธุรกิจสามารถเติบโตสู่ระดับสากลได้ รวมทั้งแนวทางการออกแบบ Artwork ตามแนวคิดที่นำเสนอในแต่ละแบบ เพื่อใช้ตกแต่งและเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ เช่น Photo Backdrop/ Roll-up/ Online Banner เป็นต้น	๕	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากการนำเสนอแนวคิด และแบบ Key Visual (KV) ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์โครงการ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๑.๑.๒) นำเสนอแนวคิด (Concept) และกำหนดประเด็นสื่อสารโครงการฯ มีการเสนอชื่อหัวข้อการจัดงาน (ชื่อ) ที่สอดคล้องกับโครงการฯ โดยทำเสนอให้กรมพิจารณาเลือก ๒ แนวทาง มีการนำเสนอ Key Visual (KV) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์โครงการฯ ที่สร้างสรรค์ มีความเป็นสากล โดยนำเสนอให้กรมพิจารณาเลือก ๒ แบบ พร้อมอธิบายรายละเอียดการสื่อความหมายของ KV รวมถึงที่มาการกำหนดแนวคิดและหัวข้อที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	๓		

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
กลุ่มเป้าหมาย และตัวชี้วัดของโครงการฯ รวมทั้งแนวทางการออกแบบ Artwork ตามแนวคิดที่นำเสนอในแต่ละแบบ เพื่อใช้ตกแต่งและเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ เช่น Photo Backdrop/Roll-up/Online Banner เป็นต้น			
(๑.๑.๓) นำเสนอแนวคิด (Concept) และกำหนดประเด็นสื่อสารโครงการฯ มีการเสนอชื่อหัวข้อการจัดงาน (ธีม) ที่สอดคล้องกับโครงการฯ โดยนำเสนออย่างน้อย ๑ แนวทาง มีการนำเสนอ Key Visual (KV) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์โครงการฯ ที่มีความเป็นสากล โดยนำเสนออย่างน้อย ๑ แบบ พร้อมอธิบายรายละเอียดการสื่อความหมายของ KV รวมถึงที่มาการกำหนดแนวคิดและหัวข้อ รวมทั้งแนวทางการออกแบบ Artwork ตามแนวคิดที่นำเสนอ เพื่อใช้ตกแต่งและเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ เช่น Photo Backdrop /Roll-up/Online Banner เป็นต้น	๑		

(๑.๒) แผนการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ (Action Plan) ตลอดทั้งโครงการฯ (๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑.๒.๑) นำเสนอแผนการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ (Action Plan) ตลอดทั้งโครงการฯ ที่มีประสิทธิภาพ สามารถดำเนินการได้จริงและพร้อมดำเนินการได้ทันที ครอบคลุมแผนการรับสมัครกลุ่มเป้าหมายจากทั่วทุกภูมิภาค และวิธีการพิจารณาคัดเลือก เพื่อเข้าร่วมโครงการฯ อย่างเป็นระบบ มีการนำเสนอตัวอย่างรายชื่อกลุ่ม/สมาคม/ผู้ประกอบการ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการฯ ที่ชัดเจน มาประกอบการนำเสนอ ระบุช่องทางและวิธีการเผยแพร่การรับสมัครให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดช่วงระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (Timeline) มีความชัดเจนและเหมาะสม สอดคล้องกับโครงการฯ มากที่สุด นำเสนอตัวอย่างแบบทดสอบเพื่อคัดกรองผู้สมัคร และการจัดทำฐานข้อมูลผู้สมัครอย่างเป็นระบบ มีการนำเสนอแผนการดำเนินงานเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อภาพรวมโครงการฯ และแผนสำรองในกรณีที่ไม่สามารถจัดกิจกรรมในระยะเวลาและสถานที่ที่กำหนดได้	๕	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากแผนการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ รายละเอียดการดำเนินงานในภาพรวมได้ครบถ้วน	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๑.๒.๒) นำเสนอแผนการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ (Action Plan) ตลอดทั้งโครงการฯ ครอบคลุมแผนการรับสมัครกลุ่มเป้าหมายและวิธีการพิจารณาคัดเลือก เพื่อเข้าร่วมโครงการฯ อย่างเป็นระบบ การกำหนดช่วงระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (Timeline)	๓		

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
มีความเหมาะสม สอดคล้องกับโครงการฯ นำเสนอตัวอย่างแบบทดสอบเพื่อคัดกรองผู้สมัคร และการจัดทำฐานข้อมูลผู้สมัคร			
(๑.๒.๓) นำเสนอแผนการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ (Action Plan) ตลอดทั้งโครงการฯ ครอบคลุมแผนการรับสมัครกลุ่มเป้าหมายและวิธีการพิจารณาคัดเลือกเพื่อเข้าร่วมโครงการฯ การกำหนดช่วงระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (Timeline) มีความเหมาะสม สอดคล้องกับโครงการฯ นำเสนอตัวอย่างแบบทดสอบเพื่อคัดกรองผู้สมัคร และการจัดทำฐานข้อมูลผู้สมัคร	๑		

(๒) การนำเสนอรายละเอียดการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายใต้โครงการฯ คะแนนเต็ม ๕๐ คะแนน ประกอบด้วย

(๒.๑) กิจกรรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (๑๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒.๑.๑) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมตามแนวคิดที่เสนออย่างครบถ้วน สมบูรณ์ สอดคล้องกับภาพลักษณ์โครงการและตรงตามวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ตลอดจนมีการอธิบายรูปแบบการจัดงาน ลำดับพิธีการโดยละเอียด รวมถึงนำเสนอรายชื่อผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี ให้กรมพิจารณาเลือกมากกว่า ๒ ราย พร้อมประวัติโดยละเอียด มีการนำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรกิจกรรม โดยมีการกำหนดธีมหัวข้อ ออกแบบเนื้อหาที่น่าสนใจ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ มากที่สุด นำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญตามที่กำหนด มีชื่อเสียงระดับประเทศให้กรมพิจารณาเลือกมากกว่า ๑๐ ราย พร้อมประวัติและผลงานโดยละเอียด และมีการนำเสนอแนวทางตัวอย่างการจัดกิจกรรมมากกว่า ๑ แนวทาง	๑๐	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากจากรายละเอียดการจัดกิจกรรม รูปแบบพิธีการ การออกแบบหัวข้อ เนื้อหาการอบรม พร้อมรายชื่อวิทยากร ครบถ้วน ตาม TOR ครอบคลุม และตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒.๑.๒) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับภาพลักษณ์โครงการ มีการอธิบายรูปแบบการจัดงาน รวมถึงนำเสนอรายชื่อผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี ให้กรมพิจารณาเลือกอย่างน้อย ๒ ราย พร้อมประวัติ มีการนำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรกิจกรรม โดยมีการกำหนดธีมหัวข้อ ออกแบบเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ พร้อมนำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญตามที่กำหนดให้กรมพิจารณาเลือก ๖ - ๑๐ ราย พร้อมประวัติและผลงานโดยละเอียด	๗		

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒.๑.๓) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมอย่างครบถ้วน รวมถึงนำเสนอรายชื่อผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี อย่างน้อย ๑ ราย พร้อมประวัติ มีการนำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรกิจกรรม โดยมีการกำหนดธีมหัวข้อ ออกแบบเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ พร้อมนำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญตามที่กำหนดจำนวน ๖ ราย พร้อมประวัติและผลงาน	๕		

(๒.๒) กิจกรรมบ่มเพาะเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแบรนด์ (รวม ๔๐ คะแนน) ได้แก่

(๒.๒.๑) กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (๑๐ คะแนน)

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒.๒.๑.๑) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมตามแนวคิดที่เสนออย่างครบถ้วน สมบูรณ์ สอดคล้องกับภาพลักษณ์โครงการฯ ตลอดจนมีการอธิบายรูปแบบการจัดงาน ลำดับพิธีการโดยละเอียด กำหนดธีมหัวข้อที่น่าสนใจ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ มากที่สุด นำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญตามที่กำหนด มีชื่อเสียงระดับประเทศ และเหมาะสมที่จะทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกและให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้สมัครเข้าร่วมโครงการฯ โดยเสนอรายชื่อให้กรมพิจารณาเลือกมากกว่า ๗ ราย พร้อมประวัติและผลงานโดยละเอียด และมีการนำเสนอแนวทางตัวอย่างการจัดกิจกรรมมากกว่า ๑ แนวทาง	๑๐	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากรายละเอียดการจัดกิจกรรม พร้อมรายชื่อวิทยากรครบถ้วนตาม TOR ครอบคลุมและตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอ. ที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒.๒.๑.๒) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับภาพลักษณ์โครงการฯ นำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญตามที่กำหนด และเหมาะสมที่จะทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกและให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้สมัครเข้าร่วมโครงการฯ โดยเสนอรายชื่อให้กรมพิจารณาเลือก ๖ - ๗ ราย พร้อมประวัติและผลงานโดยละเอียด	๗		
(๒.๒.๑.๓) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมอย่างครบถ้วน นำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญตามที่กำหนด จำนวน ๕ ราย พร้อมประวัติและผลงานโดยละเอียด	๕		

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(๒.๒.๒) กิจกรรมเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ (๑๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒.๒.๒.๑) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมตามแนวคิดที่เสนออย่างครบถ้วน สมบูรณ์ สอดคล้องกับภาพลักษณ์โครงการและตรงตามวัตถุประสงค์กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด มีการนำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรกิจกรรม โดยกำหนดธีมหัวข้อ ออกแบบเนื้อหาที่น่าสนใจสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ มากที่สุด นำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญตามที่กำหนด และมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ โดยเสนอรายชื่อให้กรมพิจารณาเลือกมากกว่า ๕ ราย พร้อมประวัติและผลงานโดยละเอียด และมีการนำเสนอแนวทางตัวอย่างการจัดกิจกรรมมากกว่า ๑ แนวทาง	๑๐	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากรายละเอียดการจัดกิจกรรม การออกแบบหัวข้อเนื้อหา หลักสูตร การอบรม พร้อมรายชื่อวิทยากร	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒.๒.๒.๒) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมตามแนวคิดที่เสนออย่างครบถ้วน มีการนำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรกิจกรรม โดยกำหนดธีมหัวข้อ ออกแบบเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ นำเสนอรายชื่อทีมวิทยากรที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญตามที่กำหนด และมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ โดยเสนอรายชื่อให้กรมพิจารณาเลือก ๔ - ๕ ราย พร้อมประวัติและผลงานโดยละเอียด	๗	ครบถ้วนตาม TOR ครอบคลุม และตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	
(๒.๒.๒.๓) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมอย่างครบถ้วน มีการนำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรกิจกรรม โดยกำหนด ธีมหัวข้อ ออกแบบเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ พร้อมนำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญตามที่กำหนด จำนวน ๓ ราย พร้อมประวัติและผลงาน	๕		

(๒.๒.๓) กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (๑๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒.๒.๓.๑) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมตามแนวคิดที่เสนออย่างครบถ้วน สมบูรณ์ สอดคล้องกับภาพลักษณ์โครงการและตรงตามวัตถุประสงค์กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด มีการนำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรกิจกรรม โดยกำหนดธีมหัวข้อ ออกแบบเนื้อหาที่น่าสนใจสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ มากที่สุด นำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญตามที่กำหนด มีชื่อเสียง	๑๐	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากการนำเสนอ รายละเอียดการจัดกิจกรรม การ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณา

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ระดับประเทศ โดยเสนอรายชื่อให้กรมพิจารณาเลือกมากกว่า ๗ ราย พร้อมประวัติและผลงานโดยละเอียด และมีการนำเสนอแนวทางตัวอย่างการจัดกิจกรรมมากกว่า ๑ แนวทาง		ออกแบบหัวข้อเนื้อหา หลักสูตรการอบรม พร้อมรายชื่อวิทยากร	จากการนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒.๒.๓.๒) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมตามแนวคิดที่เสนออย่างครบถ้วน มีการนำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรกิจกรรม โดยกำหนดธีมหัวข้อ ออกแบบเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ นำเสนอรายชื่อที่มหาวิทยาลัยที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญตามที่กำหนด โดยเสนอรายชื่อให้กรมพิจารณาเลือก ๖ - ๗ ราย พร้อมประวัติและผลงานโดยละเอียด	๗	ครบถ้วนตาม TOR ครอบคลุมและตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	
(๒.๒.๓.๓) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมตามแนวคิดที่เสนออย่างครบถ้วน มีการนำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรกิจกรรม โดยกำหนดธีมหัวข้อ ออกแบบเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ โดยนำเสนอรายชื่อที่มหาวิทยาลัยที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญตามที่กำหนด จำนวน ๕ ราย พร้อมประวัติและผลงานโดยละเอียด	๕		

(๒.๒.๔) กิจกรรมพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ (๑๐ คะแนน)

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒.๒.๔.๑) นำเสนอรูปแบบการจัดพิธี การจัดเตรียมและออกแบบตกแต่งสถานที่แสดงให้เห็นภาพลักษณ์ที่ดี เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ รวมถึงมีการนำเสนอรูปแบบพิธีการ การจัดกิจกรรมโดยละเอียด อาทิ การตกแต่งสถานที่จัดงาน ขั้นตอนและรายละเอียดพิธีมอบ พิธีปิด รูปแบบคูหาจัดนิทรรศการ รูปแบบประกาศนียบัตร รายชื่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี ให้กรมพิจารณาเลือกมากกว่า ๒ ราย พร้อมแนบประวัติการทำงานโดยละเอียด เป็นต้น รวมทั้งรายชื่อผู้แทนห้างค้าปลีกและเซนส์โตร์ที่จะเชิญเข้าร่วมรับฟังและให้ความเห็นการนำเสนอกลยุทธ์ในพิธีปิด จำนวนมากกว่า ๕ ราย ตลอดจนมีการนำเสนอข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมดังกล่าว รวมถึงแผนสำรองกรณีที่ไม่สามารถดำเนินการได้	๑๐	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากการนำเสนอรูปแบบการจัดพิธีการ การจัดเตรียมสถานที่ คูหา นิทรรศการ พิธีกร รายละเอียดครบถ้วนตาม TOR ครอบคลุมและตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒.๒.๔.๒) นำเสนอรูปแบบการจัดพิธี การจัดเตรียมและ ออกแบบตกแต่งสถานที่ รวมถึงมีการนำเสนอรูปแบบ พิธีการ การจัดกิจกรรม อาทิ การตกแต่งสถานที่จัดงาน ขึ้นตอนและรายละเอียดพิธีมอบ พิธีปิด รูปแบบคูหาจัด นิทรรศการ รูปแบบประกาศนียบัตร รายชื่อพิธีกรผู้ดำเนิน รายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี ให้ กรมพิจารณาเลือกอย่างน้อย ๒ ราย พร้อมแนบประวัติการ ทำงานโดยละเอียด เป็นต้น รวมทั้งรายชื่อผู้แทนห้างค้า ปลีกและเซนส์โตร์ที่จะเชิญเข้าร่วมรับฟังและให้ความเห็น การนำเสนอกลยุทธ์ในพิธีปิด จำนวนอย่างน้อย ๕ ราย	๗		
(๒.๒.๔.๓) นำเสนอรูปแบบการจัดพิธี การจัดเตรียมและ ออกแบบตกแต่งสถานที่ รวมถึงมีการนำเสนอรูปแบบ พิธีการ การจัดกิจกรรม อาทิ การตกแต่งสถานที่จัดงาน ขึ้นตอนและรายละเอียดพิธีมอบ พิธีปิด รูปแบบคูหา จัดนิทรรศการ รูปแบบประกาศนียบัตร รายชื่อพิธีกร ผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อย กว่า ๒ ปี อย่างน้อย ๑ ราย พร้อมแนบประวัติการ ทำงานโดยละเอียด เป็นต้น	๕		

(๓) การนำเสนอแนวทางการจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์และสินค้าใน รูปแบบเฉพาะ (Customized Brand & Product Strategy) คะแนนเต็ม ๒๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๓.๑) นำเสนอแนวทาง รายละเอียดการดำเนินการ วิเคราะห์ข้อมูลแบรนด์และสินค้า การวางแผนกลยุทธ์ และการออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์และสินค้า ตามหลัก วิชาการที่น่าเชื่อถือ มีการออกแบบหัวข้อ และการวาง Layout รูปภาพและข้อความของรูปเล่มสรุปกลยุทธ์ การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะรายบริษัท (Customized Brand & Product Strategy) พร้อมตัวอย่าง มากกว่า ๒ แบบ ที่มีความสวยงาม โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับธีมงานและวัตถุประสงค์ของโครงการฯ สะดวกในการนำไปใช้จริง	๒๐	ประเมินจากเอกสาร ที่ยื่นข้อเสนอและ การนำเสนอต่อ คณะกรรมการ โดยพิจารณาจาก แนวทางการจัดทำ ข้อมูลแผนกลยุทธ์ การออกแบบ รูปเล่มแผนกลยุทธ์ การสร้างแบรนด์ และสินค้าใน	คณะกรรมการ พิจารณาโดย เปรียบเทียบจาก เอกสารและการ นำเสนอที่ผู้ยื่น ข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนน พิจารณาจากการ นำเสนอที่ดีที่สุด เรียงลำดับลงมา
(๓.๒) นำเสนอแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลแบรนด์และ สินค้า วางแผนกลยุทธ์ และออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์ และสินค้า มีการออกแบบหัวข้อ และการวาง Layout รูปภาพและข้อความของรูปเล่มสรุปกลยุทธ์การสร้างแบ รนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะรายบริษัท (Customized Brand & Product Strategy) พร้อมตัวอย่าง ๒ แบบ ที่ สอดคล้องกับธีมงานและวัตถุประสงค์ของโครงการ	๑๕	และสินค้าใน รูปแบบเฉพาะราย บริษัท ครบถ้วน ตาม TOR ครอบคลุม และตรง ตามวัตถุประสงค์ ของโครงการ	

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๓.๓) นำเสนอแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลแบรนด์และสินค้า วางแผนกลยุทธ์ และออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์และสินค้า มีการออกแบบหัวข้อ และการวาง Layout รูปภาพและข้อความของรูปเล่มสรุปกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะรายบริษัท (Customized Brand & Product Strategy) พร้อมตัวอย่าง ๑ แบบ	๑๐		

(๔) การนำเสนอรายละเอียดการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อขยายโอกาสทางการค้า คะแนนเต็ม ๑๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๔.๑) นำเสนอแนวทางการจัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการในรูปแบบบทความที่สามารถโน้มน้าวดึงดูดความสนใจ เชิญชวนให้ติดตาม เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ และรู้จักแบรนด์สินค้าไทยของผู้ประกอบการที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการสร้างแบรนด์จากโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทย (IDEA LAB : Thai Brand Incubation Program) พร้อมนำเสนอรายชื่อสื่อออนไลน์ด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์หรือสื่อไลฟ์สไตล์ออนไลน์ที่หลากหลายและเหมาะสม ตามกลุ่มสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทความและสื่อสารแบรนด์ของผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าว ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยมีผู้ติดตามจำนวนมากว่า ๑๐๐,๐๐๐ รายอย่างน้อย ๓ สื่อ มีการนำเสนอรูปแบบการจัดทำ E-Catalogue ในลักษณะ Product E-Catalogue (Customized Product Strategy) ฉบับภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาครอบคลุมถึงรายละเอียดตัวสินค้าที่ผ่านการพัฒนาในรูปแบบสวยงามเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ไทยในตลาดสากล โดยนำเสนอตัวอย่างมากกว่า ๒ แบบ นำเสนอการออกแบบจัดทำวีดิทัศน์ (VTR) VDO Presentation พร้อม Storyboard โดยนำเสนอตัวอย่างไม่น้อยกว่า ๓ ชิ้น สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรมและสำหรับสรุปภาพรวมโครงการ พร้อมมีตัวอย่างวีดิทัศน์อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน มาประกอบการนำเสนอ	๑๕	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากแนวทางการจัดทำเนื้อหา รายชื่อสื่อประชาสัมพันธ์ รูปแบบการจัดทำ E- Catalogue และการออกแบบจัดทำวีดิทัศน์ ครบถ้วนตาม TOR ครอบคลุม และตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๔.๒) นำเสนอแนวทางการจัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการในรูปแบบบทความ พร้อมนำเสนอรายชื่อสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมตามกลุ่มสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทความและสื่อสารแบรนด์ของผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยมีผู้ติดตาม	๑๐		

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
จำนวนอย่างน้อย ๑๐๐,๐๐๐ ราย จำนวน ๒ สื่อ มีการนำเสนอรูปแบบการจัดทำ E-Catalogue ในลักษณะ Product E-Catalogue (Customized Product Strategy) ฉบับภาษาอังกฤษ โดยนำเสนอตัวอย่างอย่างน้อย ๑ แบบ นำเสนอการออกแบบจัดทำวีดิทัศน์ (VTR) VDO Presentation พร้อม Storyboard โดยนำเสนอตัวอย่างอย่างน้อย ๒ ชิ้น สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรมและสำหรับสรุปภาพรวมโครงการ			
(๔.๓) นำเสนอแนวทางการจัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการในรูปแบบบทความ พร้อมนำเสนอรายชื่อสื่อออนไลน์ที่เหมาะสม เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทความและสื่อสารแบรนด์ของผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยมีผู้ติดตามจำนวนอย่างน้อย ๑๐๐,๐๐๐ ราย จำนวน ๑ สื่อ มีการนำเสนอรูปแบบการจัดทำ E-Catalogue ในลักษณะ Product E-Catalogue (Customized Product Strategy) นำเสนอการออกแบบจัดทำวีดิทัศน์ (VTR) VDO Presentation พร้อม Storyboard โดยนำเสนอตัวอย่างอย่างน้อย ๑ ชิ้น สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรมและสำหรับสรุปภาพรวมโครงการ	๕		

(๕) การนำเสนอรายชื่อทีมบริหารจัดการโครงการฯ คะแนนเต็ม ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๕.๑) มีการนำเสนอผู้จัดการโครงการ (Project Manager) อย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน ตั้งแต่ ๓ ครั้งขึ้นไป และรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการกิจกรรมตลอดโครงการมากกว่า ๗ ราย เพื่อให้การดำเนินโครงการมีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์โครงการ พร้อมแนบรายชื่อ ประวัติ โดยย่อ ตำแหน่ง หน้าที่ และช่องทางการติดต่ออย่างละเอียดครบถ้วน	๕	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอ และการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากจำนวนบุคลากร ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณา
(๕.๒) มีการนำเสนอผู้จัดการโครงการ (Project Manager) อย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน อย่างน้อย ๒ ครั้ง และรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการกิจกรรมตลอดโครงการมากกว่า ๕ ราย เพื่อให้การดำเนินโครงการมีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์โครงการ พร้อมแนบรายชื่อ ประวัติ โดยย่อ ตำแหน่ง หน้าที่ และช่องทางการติดต่อ	๓	ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยจัดทำเป็นรูปแบบ PDF file และนำเสนอในรูปแบบ Power Point	จากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๕.๓) มีการนำเสนอผู้จัดการโครงการ (Project Manager) อย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน อย่างน้อย ๒ ครั้ง และรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการกิจกรรมตลอดโครงการ อย่างน้อย ๕ ราย เพื่อให้การดำเนินโครงการมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์โครงการ	๑		

๑๕. อัตราค่าปรับ

๑๕.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๕.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๕.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๖. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๗. เจ้าหน้าที่โครงการ

- ๑๗.๑ นางสาวรัมภาวรรณ อินทรรักษา โทร. ๐ ๒๕๐๗ ๘๒๗๖
- ๑๗.๒ นางสาววัชรินทร์ พันธุ์เกา โทร. ๐ ๒๕๐๗ ๘๒๘๔
- ๑๗.๓ นายบัณฑิต กุบกระปี่ โทร. ๐ ๒๕๐๗ ๘๒๖๒

๑๘. สถานที่ติดต่อ

กลุ่มงานส่งเสริมแบรนด์ไทยและนักร้องแบบสุดลาดโลก สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า ชั้น ๕ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สนามบินน้ำ)

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

ในการจัดซื้อจัดจ้าง

๑. ชื่อโครงการ โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๘ (IDEA LAB 8: Thai Brand Incubation Program)

๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท

๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ๑๓ มกราคม ๒๕๖๘

โดยคำนวณราคาเฉลี่ยที่สืบราคาจากผู้มีอาชีพรับจ้าง ๓ ราย แล้วปรากฏว่าคิดได้เป็นจำนวนเงิน ๕,๐๙๗,๗๑๖.๖๕ บาท (ห้าล้านเก้าหมื่นเจ็ดพันเจ็ดร้อยสิบหกบาทหกสิบห้าสตางค์) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้วเป็นราคากลาง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑ ค่าดำเนินการกิจกรรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ จำนวน ๑ วัน (สถานที่ราชการ)	๕๑๔,๖๖๖.๖๗ บาท
๔.๑.๑ ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	๑๗๗,๖๖๖.๖๗ บาท
๔.๑.๒ ค่าเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ในการฝึกอบรม	๑๑๖,๖๖๖.๖๗ บาท
๔.๑.๓ ค่าสมนาคุณวิทยากร	๒๒๐,๓๓๓.๓๓ บาท
(๑) เสวนา (๓ คน (วิทยากร ๒ คน ผู้ดำเนินรายการ ๑ คน) x คนละ ๕,๐๐๐ บาท/ ชั่วโมง x ๓ ชั่วโมง x ๑ วัน)	๔๕,๐๐๐.๐๐ บาท
(๒) บรรยาย (๓ คน x คนละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๑ ชั่วโมง x ๑ วัน)	๑๕,๐๐๐.๐๐ บาท
(๓) ค่าใช้จ่ายในพิธีเปิดกิจกรรม	๘๓,๓๓๓.๓๓ บาท
(๔) ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (๓๕ บาท x ๑๐๐ คน x ๒ มื้อ)	๗,๐๐๐.๐๐ บาท
(๕) ค่าอาหารกลางวัน (มื้อละ ๓๐๐ บาท x ๑๐๐ คน x ๑ มื้อ)	๓๐,๐๐๐.๐๐ บาท
(๖) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	๔๐,๐๐๐.๐๐ บาท
๔.๒ ค่าดำเนินการกิจกรรมบ่มเพาะเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแบรนด์ จำนวน ๖ วัน (สถานที่ราชการ)	๒,๐๗๙,๐๔๙.๙๙ บาท
๔.๒.๑ กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ จำนวน ๑ วัน	๔๐๘,๐๓๓.๓๓ บาท
(๑) ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	๑๒๓,๓๓๓.๓๓ บาท
(๒) ค่าเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ในการฝึกอบรม	๘๓,๓๓๓.๓๓ บาท
(๓) ค่าสมนาคุณวิทยากร (๕ คน x คนละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๗ ชั่วโมง x ๑ วัน)	๑๗๕,๐๐๐.๐๐ บาท
(๔) ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (๓๕ บาท x ๖๐ คน x ๑ มื้อ)	๒,๑๐๐.๐๐ บาท
(๕) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	๒๔,๒๖๖.๖๗ บาท
๔.๒.๒ กิจกรรมเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ จำนวน ๑ วัน	๔๑๙,๔๓๓.๓๓ บาท
(๑) ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	๑๒๓,๓๓๓.๓๓ บาท
(๒) ค่าเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ในการฝึกอบรม	๘๓,๓๓๓.๓๓ บาท
(๓) ค่าสมนาคุณวิทยากร (๓ กลุ่ม x ๒ คน x คนละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๖ ชั่วโมง x ๑ วัน)	๑๘๐,๐๐๐.๐๐ บาท
(๔) ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (๓๕ บาท x ๓๐ คน x ๒ มื้อ)	๒,๑๐๐.๐๐ บาท
(๕) ค่าอาหารกลางวัน (มื้อละ ๓๐๐ บาท x ๓๐ คน x ๑ มื้อ)	๙,๐๐๐.๐๐ บาท
(๖) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	๒๑,๖๖๖.๖๗ บาท
๔.๒.๓ กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก จำนวน ๓ วัน	๘๑๒,๖๑๖.๖๖ บาท
(๑) ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	๒๐๓,๓๓๓.๓๓ บาท
(๒) ค่าเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ในการฝึกอบรม	๑๒๓,๓๓๓.๓๓ บาท
(๓) ค่าสมนาคุณวิทยากร (๕ คน x ชั่วโมงละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๖ ชั่วโมง x ๓ วัน)	๔๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท
- วันที่ ๑ (๕ คน x ชั่วโมงละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๖ ชั่วโมง)	๑๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท
- วันที่ ๒ (๕ คน x ชั่วโมงละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๖ ชั่วโมง)	๑๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท
- วันที่ ๓ (๕ คน x ชั่วโมงละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๖ ชั่วโมง)	๑๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท
(๔) ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (๓๕ บาท x ๓๐ คน x ๖ มื้อ)	๕,๙๕๐.๐๐ บาท
(๕) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	๓๐,๐๐๐.๐๐ บาท

๔.๒.๔ กิจกรรมพิธีมอบประกาศนียบัตร และพิธีปิดโครงการ จำนวน ๑ วัน	๔๓๘,๙๖๖.๖๗ บาท
(๑) ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	๒๑๖,๖๖๖.๖๗ บาท
(๒) ค่าเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ในการฝึกอบรม	๑๑๐,๐๐๐.๐๐ บาท
(๓) ค่าใช้จ่ายในพิธีปิดกิจกรรม	๗๓,๓๓๓.๓๓ บาท
(๔) ค่าใบประกาศนียบัตร (๓๐๐ บาท x ๑๕ ใบ)	๔,๕๐๐.๐๐ บาท
(๕) ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (๓๕ บาท x ๓๐ คน x ๒ มื้อ)	๒,๑๐๐.๐๐ บาท
(๖) ค่าอาหารกลางวัน (มีโต๊ะ ๓๐๐ บาท x ๓๐ คน)	๙,๐๐๐.๐๐ บาท
(๗) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	๒๓,๓๖๖.๖๗ บาท
๔.๓ ค่าจัดทำแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะ (Customized Brand & Product Strategy) ทั้งในแบบรูปเล่ม และไฟล์ดิจิทัล จำนวน ๑๕ ชุด	๑,๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท
(๑) ค่าวิเคราะห์ข้อมูลแบรนด์และสินค้า วางแผนกลยุทธ์ และออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์และสินค้า (๘๐,๐๐๐ บาท x ๑๕ ชุด)	๑,๒๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท
(๒) ค่าออกแบบและจัดทำรูปเล่มแผนกลยุทธ์และไฟล์ดิจิทัล (๒๐,๐๐๐ บาท x ๑๕ ชุด)	๓๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท
๔.๔ ค่าดำเนินการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อขยายโอกาสทางการค้า	๑,๐๐๓,๙๙๙.๙๙ บาท
(๑) ค่าดำเนินการจัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการในรูปแบบบทความ โดยจัดทำในรูปแบบ ๒ ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ	๒๖๓,๓๓๓.๓๓ บาท
(๒) ค่าประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทความผ่านสื่อออนไลน์	๓๘๔,๐๐๐.๐๐ บาท
(๓) ค่าดำเนินการบันทึกภาพและจัดทำวิดีโอทัศน์	๒๓๓,๓๓๓.๓๓ บาท
(๔) ค่าดำเนินการจัดทำแบบทดสอบ แบบประเมินผลและรายงานวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผล	๑๒๓,๓๓๓.๓๓ บาท

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

- ๕.๑ บริษัท มิวท์ จำกัด
- ๕.๒ บริษัท เค.เอส. ริชเชส จำกัด
- ๕.๓ บริษัท จีดีเอ็กซ์ จำกัด

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

๖.๑ ประธานกรรมการ
(นายสรารุช กลิ่นสุวรรณ)
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

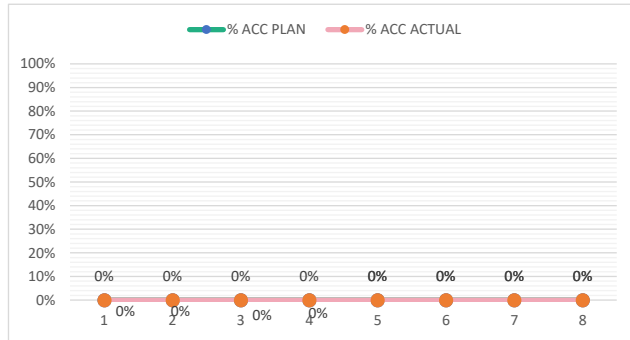
๖.๒ กรรมการ
(นางสาวปวีตรา ม่วงสกุล)
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

๖.๓ กรรมการ
(นางสาวศุภกานต์ ไชยนวล)
นักวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ปฏิบัติการ

ตัวอย่างแบบการจัดทำแผนการทำงาน

ที่	รายการ	หน่วย	ปริมาณงาน	ราคาต่อหน่วย	เป็นเงิน	%
1	งานรื้อโครงสร้างเดิม					
	รายการ...	ลบ.ม.				
	รายการ...	ลบ.ม.				
2	งานผิวทาง					
	รายการ...	ตร.ม.				
	รายการ...	ตร.ม.				
รวม					-	0%

1	2	3	4	5	6	7	8
เดือน...	เดือน...	เดือน...	เดือน...	เดือน...	เดือน...	เดือน...	เดือน...



Money								
AccMoney								
% PLAN								
% ACC PLAN								
% ACTUAL								
% ACC ACTUAL								
% ACC DIFF								
% PLAN/2								
% PLAN/2 DIFF								

หมายเหตุ:

- กรณีตัวอย่าง กำหนดระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานทั้งสัญญา จำนวน 8 เดือน
- หมายถึง ระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานของแต่ละรายการก่อสร้าง เช่น งานรื้อโครงสร้างเดิม กำหนดระยะเวลาก่อสร้าง จำนวน 4 เดือน (ไม่รวมระยะเวลาการก่อสร้างผิวทาง)
- 25 หมายถึง ร้อยละของงานที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินการก่อสร้างตามแผนงานประจำเดือนของแต่ละรายการก่อสร้าง ซึ่งแต่ละรายการก่อสร้าง คิดเป็น 100 %
- Money มูลค่างานแต่ละรายการ คำนวณจากร้อยละตามแผนงานเทียบกับมูลค่างานของแต่ละรายการ
- % PLAN ร้อยละของแผนดำเนินงาน คำนวณจากมูลค่าของงานตามแผนดำเนินการ เมื่อเทียบกับมูลค่าของงานทั้งโครงการ

ตารางการจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ
โครงการ.....

รายการพัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ
แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ปริมาณ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	เป็นเงิน (รวม)	พัสดุ ในประเทศ	พัสดุ ต่างประเทศ
๑							
๒							
๓							
๔							
๕							
รวม							
อัตรา (ร้อยละ)							

ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

()