

ร่างประกาศและขอบเขตการจ้าง TOR

ชื่อหน่วยงาน	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ชื่อเรื่อง	ประกวดราคาจ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะและส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทย สู่ตลาดสากล ปี ๒๕๖๙ (IDEA LAB) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)
วงเงินงบประมาณเบื้องต้น	๖,๕๐๐,๐๐๐ บาท
อีเมลแอดเดรส	supplies@ditp.go.th
หมายเลขโทรศัพท์	๐-๒๕๐๗-๗๗๕๑
ที่อยู่หน่วยงาน	๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
วันที่ประกาศ	๑๖ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๙
วันสิ้นสุดการประกาศ	๒๑ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๙

(ร่าง)

ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เรื่อง ประกวดราคาจ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะและส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล ปี ๒๕๖๙
(IDEA LAB) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะและส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล ปี ๒๕๖๙ (IDEA LAB) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาากลางของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๖,๕๓๒,๑๐๐.๐๐ บาท (หกล้านห้าแสนสามหมื่นสองพันหนึ่งร้อยบาทถ้วน) จำนวน ๑ รายการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ในวันยื่นข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นที่ไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด

๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่..... ระหว่างเวลา..... น. ถึง..... น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตาม รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่..... ตั้งแต่เวลา..... เป็นต้นไป (รายละเอียด ๔๐ นาที นำเสนอ ๓๐ นาที และตอบคำถามจากกรรมการ ๑๐ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า ชั้น ๕ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ริมถนน) กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ ซึ่งกรมฯ จะแจ้งรายละเอียดให้ทราบต่อไป ทั้งนี้ กรมฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมฯ กำหนด

๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เลขที่..... ลงวันที่..... ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือ www.gprocurement.go.th

ประกาศ ณ วันที่

เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๙

(นายสุรินทร์ สุนทรสนาน)

รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(ร่าง)

เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ /๒๕๖๙

การจ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะและส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล ปี ๒๕๖๙ (IDEA LAB)

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ เมษายน ๒๕๖๙

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะและส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล ปี ๒๕๖๙ (IDEA LAB) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ตามรายการ ดังนี้

ผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะและส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล ปี ๒๕๖๙ (IDEA LAB) จำนวน ๑ โครงการ โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

- ๑.๑ ขอบเขตของงาน
- ๑.๒ แบบใบเสนอราคาที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
- ๑.๓ แบบสัญญาจ้างทำของ
- ๑.๔ แบบหนังสือค้ำประกัน
 - (๑) หลักประกันการเสนอราคา
 - (๒) หลักประกันสัญญา
- ๑.๕ บทนิยาม
 - (๑) ผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
 - (๒) การขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ๑.๖ แบบบัญชีเอกสารที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
 - (๑) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑
 - (๒) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒
- ๑.๗ แผนการทำงาน
- ๑.๘ ใบแจ้งการชำระเงิน สำหรับชำระเงินหลักประกันการเสนอราคา
- ๑.๙ แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ

ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้ผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กรม วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง ในวงเงิน ไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สองล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ กรม เชื้อถือ

๒.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(๒) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

(๓) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

(๓.๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

(๓.๒) การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding) ให้ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจตามข้อ (๓.๑) ดำเนินการซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มีการจำหน่ายเอกสารซื้อหรือจ้าง

๒.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๒.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่น ข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อน วันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะ การเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่ เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือน มกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มี การรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตาม กฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีกรรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุน จดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท

๓. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณี ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือ รับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่ เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคล ธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่า งบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือ บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และ ประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่ง ประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่ สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่น ข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือ บุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของ มูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และ ประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคาร แห่ง ประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับ อนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลาง ต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงิน

รวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

๕. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือ บุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๒ ข้อ ๓ และข้อ ๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. ๒๕๓๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

๖. กรณีตาม ข้อ ๑ - ข้อ ๕ ไม่ใช่บังคับกรณีดังต่อไปนี้

(๖.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

(๖.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. ๒๕๔๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(๖.๓) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้วก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

(๖.๔) การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา ๕๖ วรรคหนึ่ง (๒) (ข) และ (ค) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ

(๖.๕) การซื้ออสังหาริมทรัพย์และการเช่าอสังหาริมทรัพย์

(๖.๖) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใจนิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีได้ถือสัญชาติไทย

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

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งยังไม่มีผลการรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีผลการรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท

๓. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ

โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

๕. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๒ ข้อ ๓ และข้อ ๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. ๒๕๓๔ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

(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) หลักประกันการเสนอราคา ตามข้อ ๕

(๒) สำเนาหนังสือรับรองผลงานจ้าง

(๓) เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

(๔) 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 ผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่ต้องแนบบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ตามข้อ ๖.๒

ให้ถูกต้อง ทั้งนี้ ราคารวมทั้งเสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น ค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคาไม่ได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือนกันยายน ๒๕๖๔

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจดูร่างสัญญารายละเอียด ขอบเขตของงานฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นข้อเสนอตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่..... ระหว่างเวลา..... น. ถึง..... น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลฯ ว่า ก่อนหรือ ในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการพิจารณาผลฯ เชื่อว่ามีการกระทำอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นเสนอดังกล่าวเป็นผู้ที่จ้างงาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นมีใจเป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

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

รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว

- (๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวัน

เวลาที่กำหนด

- (๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่ไม่ได้

(๕) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องศึกษาและทำความเข้าใจในระบบและวิธีการเสนอราคา ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ www.gprocurement.go.th

๔.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่กรณีที่มีระยะเวลาดำเนินการตามสัญญาไม่เกิน ๖๐ วัน

๔.๑๐ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่เป็นกรณีสัญญามีอายุไม่เกิน ๙๐ วัน หรือกรณีการจ้างซึ่งสัญญาหรือบันทึกข้อตกลงเป็นหนังสือ ที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานดังกล่าวให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๕. หลักประกันการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางหลักประกันการเสนอราคาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบการ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ จำนวน ๓๒๕,๐๐๐.๐๐ บาท (สามแสนสองหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

๕.๑ เงินสด

๕.๒ หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่ คณะกรรมการนโยบายกำหนด

๕.๓ พันธบัตรรัฐบาลไทย

๕.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาต ให้ ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่าง หนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอ นำพันธบัตรรัฐบาลไทยหรือหนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มาวางเป็นหลักประกันการเสนอราคาจะต้องส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้กรม ตรวจสอบความถูกต้องในวันที่..... ระหว่างเวลา..... น. ถึง..... น.

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอประสงค์จะวางหลักประกันการเสนอราคาเป็นเงินสด ให้ผู้ยื่น ข้อเสนอดำเนินการชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงิน ดังนี้

ผ่านบริการรับชำระเงิน (Bill Payment) ผ่านระบบ KTB Corporate Online ตามใบ แจ้งการชำระเงิน ที่แนบมาพร้อมกับเอกสารเชิญชวนนี้

และส่งหลักฐานการชำระเงินกับธนาคาร พร้อมทั้งแบบแจ้งความประสงค์ชำระเงินค่า หลักประกันการเสนอราคา (เฉพาะกรณีที่มีหลักประกันการเสนอราคาหลายรายการพิจารณา) มาให้ กรม ตรวจสอบความถูกต้อง โดยยื่นมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอผ่านระบบ e-GP โดยการชำระเงินและส่งหลักฐาน การชำระเงินให้ดำเนินการในวันและเวลาที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันและเวลาเสนอราคาเท่านั้น

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ประสงค์จะใช้หนังสือ ค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในประเทศเป็นหลักประกันการเสนอราคาให้ระบุชื่อผู้เข้าร่วมค้ารายที่ สัญญาร่วมค้ากำหนดให้เป็นผู้ยื่นข้อเสนอให้กับหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หลักประกันการเสนอราคาตามข้อนี้ กรมจะคืนให้ผู้ยื่นข้อเสนอหรือผู้ค้ำประกันภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่กรมได้พิจารณาเห็นชอบรายงานผลคัดเลือกผู้ชนะการประกวดราคาเรียบร้อยแล้ว เว้น แต่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่คัดเลือกไว้ซึ่งเสนอราคาต่ำสุดหรือได้คะแนนรวมสูงสุดไม่เกิน ๓ ราย ให้คืนได้ต่อเมื่อได้ ทำสัญญาหรือข้อตกลง หรือผู้ยื่นข้อเสนอได้พ้นจากข้อผูกพันแล้ว

การคืนหลักประกันการเสนอราคา ไม่ว่าในกรณีใด ๆ จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ย

๖. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๖.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาตัดสินโดยใช้ หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๖.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ กรมจะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๖.๒.๑ ผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะและส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล ปี ๒๕๖๙ (IDEA LAB)

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ $100 - (((\text{ราคาของผู้เสนอราคา} - \text{ราคาต่ำสุด}) / \text{ราคาต่ำสุด}) * 100)$

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

๖.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือขอบเขตงานที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีสาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อ ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการพิจารณาผลฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินสิทธิ ผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๖.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มี การผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๖.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๖.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อได้ว่า

การยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนออื่นชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินการตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่ยอมรับได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๖.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๗. การทำสัญญาจ้าง

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

๗.๑ เงินสด

๗.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารส่งจ่ายให้แก่กรม ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา หรือก่อนวันนั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการ

๗.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญญัติกลางกำหนด

๗.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๗.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พันจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

๘. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง โดยแบ่งออกเป็น ๓ งวดดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายน ๒๕๖๙

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๕๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในเดือนสิงหาคม ๒๕๖๙

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และ กรม ได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๙.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๙.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๙.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

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

๑๑. ข้อสงวนสิทธิ์ในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๑.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙ การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙ แล้วเท่านั้น

๑๑.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องสั่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์ ดังนี้

(๑) แจ้งการสั่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างสั่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับการอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้นโดยเรืออื่นที่ไม่ใช่เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับการอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่มิปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์

๑๑.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกมัดจำผู้ออก

หนังสือคำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกร้องให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๑.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๑.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) กรมไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรร แต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใด ในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

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

๑๑.๗ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเลือกช่องทางการอุทธรณ์และช่องทางการรับหนังสือแจ้งตอบผลการพิจารณาอุทธรณ์ไว้ตั้งแต่ขั้นตอนการยื่นข้อเสนอ และหากผู้ยื่นข้อเสนอมีความประสงค์ที่จะอุทธรณ์ผลการประกาศผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้าง จะต้องยื่นอุทธรณ์และรับหนังสือแจ้งตอบการพิจารณาอุทธรณ์ผ่านช่องทางที่ได้เลือกไว้เท่านั้น

๑๒. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๓. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

เมษายน ๒๕๖๙

ขอบเขตของงานหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ
การจ้างผู้ดำเนินโครงการบ่มเพาะและส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล ปี 2569 (IDEA LAB)

๑. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการของไทยสู่ตลาดโลก โดยการทำกิจกรรมการตลาดต่างๆ ให้สินค้าและธุรกิจบริการของไทย สามารถแข่งขันกับสินค้าและบริการของประเทศอื่นๆ รวมถึงการดำเนินการให้ผู้ส่งออกไทย และผู้นำเข้าจากต่างประเทศได้พบปะเจรจาการค้าทั้งผ่านช่องทาง On Site ในรูปแบบต่างๆ เช่นงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (International Trade Fair) และการจับคู่เจรจาการค้า (Business Matching) เป็นต้น และ Online รูปแบบต่างๆ เช่น Website หรือ Social Media ต่างๆ นอกจากนี้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมสินค้าและบริการของไทย เช่น การพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาดเป้าหมายและตลาดโลก รวมถึงจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการให้มีความพร้อมในการดำเนินกระบวนการส่งออก และให้มีความรู้เรื่องการตลาด สินค้า บริการ แนวโน้มตลาด แนวโน้มสินค้าและบริการ รวมถึงกฎระเบียบการส่งออก/นำเข้า เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย

สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.) ได้ดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทย (IDEA LAB: Thai Brand Incubation Program) มาตั้งแต่ ปี ๒๕๖๑ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า/บริการ ด้วยการออกแบบ และการสร้างแบรนด์ โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs มุ่งสู่การเป็น Smart Enterprise ให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเพิ่มมูลค่าธุรกิจ เพื่อให้แบรนด์ไทยเป็นที่ยอมรับในเวทีการค้าโลก โดยแบ่งแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ตามความพร้อมเป็น ๔ ระดับ ได้แก่

ระดับที่ ๑ Inspiration สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ๆ โดยกระตุ้นให้มีการขยายตลาดโดยใช้ความต้องการของตลาดเป็นตัวนำ ปรับวิธีคิดของผู้ประกอบการ และเสริมทักษะการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ระดับที่ ๒ Incubation สำหรับผู้ประกอบการที่มีแบรนด์ของตนเองทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค เน้นการสร้างกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ การสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ รวมทั้งส่งเสริมการดำเนินธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์

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

ระดับที่ ๔ Internationalization สร้างแบรนด์ร่วมกับพันธมิตรที่มีชื่อเสียงในเวทีโลก เน้นการต่อยอดให้เกิดการสร้างแบรนด์ร่วมกันและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในกลุ่มผู้ประกอบการ โดยเน้นกลุ่มที่มีแบรนด์ของตนเองอย่างเข้มแข็ง มีมูลค่าเพิ่มสูง นวัตกรรมและมีการออกแบบที่ดี เพื่อนำไปสู่การสร้าง Global Brand ในอนาคต

ในระหว่างปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๘ สสม. ได้บ่มเพาะแบรนด์ไทยมาแล้วกว่า ๘ รุ่น โดยมีผู้ประกอบการที่ได้รับกลยุทธ์/คู่มือการสร้างแบรนด์เป็นรายบริษัทมาแล้วจำนวนทั้งสิ้น ๑๒๘ ราย ทั้งในกลุ่มสินค้าอาหาร (๖๖ ราย) กลุ่มสินค้าสุขภาพความงาม (๒๔ ราย) รวมทั้งกลุ่มสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ (๓๘ ราย) การดำเนินการที่ผ่านมาประสบความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพและยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในด้านการสร้างแบรนด์อย่างเป็นรูปธรรม โดยแต่ละรายได้แนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ของตนเอง ค้นพบอัตลักษณ์จุดแข็งของตนเอง สามารถเพิ่มศักยภาพของธุรกิจในเวทีสากลด้วยการปรับผลิตภัณฑ์ แนวทางธุรกิจ การสื่อสารแบรนด์ การวางแผนขยายแบรนด์ในอนาคต รวมถึงการสร้างโอกาสทางการค้าของผู้ประกอบการไทยผ่านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบบทความบนสื่อชั้นนำด้านแบรนด์ ควบคู่กับกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำในประเทศ (IDEA LAB Instore Promotion) และการจับคู่เจรจาธุรกิจในรูปแบบออนไลน์ (Online Business

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

Matching: OBM) กับผู้ซื้อ ผู้นำเข้า จากต่างประเทศ เพิ่มโอกาสให้แบรนด์สินค้า/บริการของผู้ประกอบการ SMEs ไทย เป็นที่ยอมรับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

สำหรับในปี ๒๕๖๙ กรมได้กำหนดแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่ สู่สากล โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่สินค้าและบริการมูลค่าสูง การสร้างอัตลักษณ์ด้วยการออกแบบและการสร้างแบรนด์ เพื่อยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องตามนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ในการเร่งผลักดันการส่งออก เสริมความแข็งแกร่งให้ผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมไทย (SMEs) ทั้งภาคการผลิตสินค้าเกษตร และภาคอุตสาหกรรม การส่งออก ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยเฉพาะการยกระดับภูมิปัญญาไทยไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ของประเทศ สู่การสร้างความมั่นคงและคว้าโอกาสในตลาดใหม่ๆ ซึ่งจะเป็นการสร้าง ข้อได้เปรียบให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกไทยสู่การค้าโลก ดังนั้น สำนักฯ ได้พิจารณาและเห็นควรดำเนินโครงการ บ่มเพาะและส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล ปี ๒๕๖๙ (IDEA LAB) เพื่อส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยการสร้างแบรนด์ให้แก่ผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องตามนโยบายรัฐบาล โดยเน้นบ่มเพาะ และพัฒนากลุ่มเป้าหมาย ๓ กลุ่ม คือ (๑) ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) และ (๒) ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมภูมิปัญญาไทยไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) (๓) ผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ ประเภทเจ้าของแบรนด์ (Franchisor) เพื่อนำมาต่อยอดด้วยแนวคิด การออกแบบและกลยุทธ์การสร้างแบรนด์เฉพาะราย (Design Thinking & Branding Strategy) รวมถึงการ ส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยที่ผ่านการบ่มเพาะแบรนด์ทั้ง ๙ รุ่น ให้ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์และทำ กิจกรรมร่วมกันในรูปแบบของกิจกรรมส่งเสริมการขายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำในประเทศ ประชาสัมพันธ์สร้าง การรับรู้แบรนด์ไทยที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์สินค้าแบรนด์ไทยให้เกิดการ ยอมรับและความเชื่อมั่นในสินค้าแบรนด์ไทย ขยายโอกาสทางการค้าทั้งในและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจของผู้ประกอบการ และสามารถเติบโตสู่ระดับสากลได้อย่างยั่งยืน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ สินค้า/บริการด้วยนวัตกรรม การออกแบบ และการสร้างแบรนด์

๒.๒ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย ในด้านการสร้างคุณค่าของแบรนด์ สินค้าให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

๒.๓ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างเครือข่ายพันธมิตรและต่อยอดผู้ประกอบการที่มีศักยภาพให้สร้าง มูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจด้วยกลยุทธ์การสร้างแบรนด์

๒.๔ เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ผู้ประกอบการไทย ขยายโอกาสทางการตลาดและส่งเสริมภาพลักษณ์ สินค้าแบรนด์ไทยให้เป็นที่รู้จักผ่านช่องทางการค้าต่างๆ ที่มีศักยภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ ยกกระดับ แบรนด์ประเทศไทยสู่สายตาสากล

๓. กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย

๓.๑ ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)

๓.๒ ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมภูมิปัญญาไทยไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

๓.๓ ผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ ประเภทเจ้าของแบรนด์ (Franchisor)

๓.๔ ผู้ประกอบการที่ผ่านการบ่มเพาะแบรนด์ไทย รุ่นที่ ๑ - ๘

๔. กลุ่มสินค้า/บริการเป้าหมาย อาหาร สุขภาพความงาม และแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ โดยมีความต้องการในการ สร้างแบรนด์ของตนเองให้มีศักยภาพ

๕. ระยะเวลาการดำเนินการ ระหว่างเดือนพฤษภาคม - กันยายน ๒๕๖๙

..... ประธาน กรรมการ กรรมการ
..... กรรมการ กรรมการ

- พ.ค. ๖๙ - จัดจ้างผู้รับจ้างดำเนินโครงการ
- รับสมัครผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการฯ
- พ.ค. - มิ.ย. ๖๙ - กิจกรรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (Branding Inspiration) (๑ วัน)
- กิจกรรมคัดกรองผู้สมัครเข้าร่วมการนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Screening) (๑ วัน)
- กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Pitching) (๑ วัน)
- มิ.ย. ๖๙ - กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (Brand Workshop) (๓ วัน)
- ก.ค. - ส.ค. ๖๙ - จัดทำคู่มือแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะราย (Customized Brand Strategy) และคู่มือสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ (Brand Campaign Guide)
- การนำเสนอผลงาน พิธีมอบใบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ
- กิจกรรมส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล (IDEA LAB : Thai Brand Instore Promotion)
- จัดทำสื่อรวบรวมข้อมูลโครงการเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า
- ส.ค. - ก.ย. ๖๙

หมายเหตุ : กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมเพื่อประโยชน์สูงสุดของราชการ

๖. ขอบเขตการดำเนินการ ประกอบด้วย ๒ กิจกรรมหลัก ได้แก่

๖.๑ กิจกรรมบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๙ (IDEA LAB 9 : Thai Brand Incubation Program)

โดยดำเนินการกิจกรรมดังนี้

๖.๑.๑ กิจกรรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (Branding Inspiration) (จำนวน ๑ วัน ณ สถานที่ราชการ ผู้เข้าร่วมจำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ ราย) เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างแบรนด์ โดยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีการขยายตลาดโดยใช้ความต้องการของตลาดเป็นตัวนำ ปรับวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการ และเสริมทักษะการสร้างมูลค่าเพิ่ม แลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นด้านกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ และประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการเพิ่มศักยภาพด้านแบรนด์ อาทิ กลยุทธ์การสร้างความต่างในยุคใหม่ (Modern Branding Strategy) เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการสร้างแบรนด์ (AI & Tech for Branding) การสื่อสารและกระตุ้นยอดขายด้วย Brand Campaign รวมทั้งเรียนรู้ความสำเร็จจากการสร้างแบรนด์ (Branding Success Cases) เป็นต้น

๖.๑.๒ กิจกรรมบ่มเพาะเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแบรนด์ (Brand Incubation) แบ่งเป็น ๓ กิจกรรมย่อย

กิจกรรมที่ ๑ คัดกรองผู้สมัครและนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Screening & Pitching) (จำนวน ๒ วัน ณ สถานที่ราชการ) ประกอบด้วย ๑) การคัดกรองผู้สมัครเข้าร่วมการนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Screening) โดยพิจารณาจากเอกสารใบสมัครและหลักฐานประกอบการพิจารณา มีผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกจำนวนอย่างน้อย ๔ ราย คัดเลือกผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ แบรินด์ ๒) กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Pitching) โดยผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดกรองจำนวนอย่างน้อย ๓๐ แบรินด์ (แบรินด์ละ ๒ คน) เข้าร่วมนำเสนอข้อมูลสินค้าและธุรกิจของแบรนด์ต่อวิทยากรหรือผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกจำนวนอย่างน้อย ๕ ราย เพื่อพิจารณาคัดเลือกแบรินด์ที่มีศักยภาพและมีแผนการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนอย่างน้อย ๒๐ แบรินด์ โดยผู้ผ่านการคัดเลือก แบ่งออกเป็น

• ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการสร้างแบรนด์ (ระดับเริ่มต้น/ระดับกลาง) อย่างน้อย ๑๕ แบรินด์ เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึกในรูปแบบกิจกรรมวางแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์

• ผู้ประกอบการแบรนด์ที่มีความพร้อมด้านการสร้างแบรนด์ (ระดับสูง) อย่างน้อย ๕ แบรินด์ เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึกในรูปแบบกิจกรรมต่อยอดกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สู่การสร้างสรรคแคมเปญแบรนด์

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

กิจกรรมที่ ๒ อบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (Brand Workshop) (จำนวน ๓ วัน ณ สถานที่ราชการ ผู้เข้าร่วม ๒๐ แปรนต์ แปรนต์ละ ๒ ราย รวมจำนวนอย่างน้อย ๔๐ ราย) ผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ ๙ ที่ผ่านการคัดเลือกอย่างน้อย ๒๐ แปรนต์ (แปรนต์ละ ๑ - ๒ ราย) ทำงานร่วมกับวิทยากรด้านการสร้างแบรนด์ จำนวนอย่างน้อย ๕ ราย โดยผู้ประกอบการที่มีสินค้า/บริการศักยภาพ มีประสบการณ์ด้านการสร้างแบรนด์ระดับต้น/ระดับกลาง (๑๕ แปรนต์) รับคำปรึกษาเชิงลึก ร่วมกันวิเคราะห์แผนกลยุทธ์ รวมถึงการตั้งจุดเด่นและเรื่องราวของแบรนด์ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักและจดจำมากยิ่งขึ้น สามารถใช้แนวคิดการออกแบบและกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Design Thinking & Branding Strategy) ในกระบวนการธุรกิจหรือสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ สำหรับผู้ประกอบการแบรนด์ไทยที่มีศักยภาพด้านการสร้างแบรนด์ระดับสูง แต่แบรนด์ยังไม่เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง (๕ แปรนต์) รับคำปรึกษาในการจัดทำ Brand Campaign โดยร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ระดับความสำเร็จของแบรนด์ และแนวทางที่จะต่อยอดเพื่อเสริมการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ของตนเอง หรือกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายของแบรนด์

กิจกรรมที่ ๓ พิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ (จำนวน ๑ วัน ณ สถานที่ราชการ ผู้เข้าร่วมจำนวนอย่างน้อย ๖๐ ราย) จัดแสดงผลงานและมีเวทีให้ผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ ๙ ได้นำเสนอผลงานและกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ที่ได้จัดทำร่วมกับวิทยากรหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ต่อภาคธุรกิจ ผู้ซื้อ ผู้จัดจำหน่าย จากหลากหลายแห่ง และมอบประกาศนียบัตรพร้อมคู่มือกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้แก่ผู้ผ่านการอบรม

๖.๑.๓ การจัดทำคู่มือแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะราย (Customized Brand Strategy) และคู่มือสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ (Brand Campaign Guide) โดยทีมผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ดำเนินการจัดทำคู่มือแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะราย (Customized Brand Strategy) จำนวน ๑๕ แปรนต์ และจัดทำคู่มือสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ (Brand Campaign Style Guide) จำนวน ๕ แปรนต์ ทั้งรูปเล่มและไฟล์ดิจิทัล เพื่อให้ผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรม IDEA LAB รุ่นที่ ๙ นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป โดยมีระยะเวลาในการจัดทำ ๑ - ๒ เดือน

๖.๒ กิจกรรมส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล (IDEA LAB : Thai Brand Instore Promotion) โดยบูรณาการความร่วมมือกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำในประเทศที่มีกลุ่มผู้ซื้อ ผู้บริโภค นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จัดแสดงสินค้าและส่งเสริมการขายสินค้าภายในห้างสรรพสินค้าให้กับผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ ๑ - ๙ ที่ได้รับคัดเลือกเข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ แปรนต์ ซึ่งจะเป็นการแนะนำแบรนด์ไทยให้เป็นที่รู้จักและทดลองตลาดในประเทศผ่านการค้าปลีกในรูปแบบ on-site ระยะเวลา ๑๐ - ๑๕ วัน รวมทั้งประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้แก่ผู้ซื้อ ผู้บริโภค นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในลักษณะของการให้ KOLs/KOCs เชิญชวนกลุ่มผู้ซื้อ ผู้บริโภค ร่วมชมและซื้อสินค้าของผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ ๑ - ๙ ที่เข้าร่วมกิจกรรม สำหรับกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจในรูปแบบออนไลน์ที่ สสม. บูรณาการร่วมกับสำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล Thaitrade.com ในการเป็นผู้ดำเนินการประสานเชิญชวนผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ในตลาดเป้าหมายเพื่อจับคู่เจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการในกิจกรรมตามช่วงเวลาที่กำหนด ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางการค้าในตลาดสากลให้กับกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าว และดำเนินการจัดทำสื่อรวบรวมข้อมูลโครงการเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า รวบรวม และเรียบเรียงข้อมูลแบรนด์สินค้าผู้ประกอบการรุ่นที่ ๑ - ๙ ที่ได้รับคัดเลือก ถ่ายภาพสินค้า และจัดทำออกมาในรูปแบบ E-Catalog ภาษาอังกฤษ สำหรับเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ให้แก่ ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า นักธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการที่มีการพัฒนาแบรนด์อย่างต่อเนื่อง ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ และจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มอย่างดีจำนวน ๑๐ เล่ม

..... ประธาน กรรมการ กรรมการ
..... กรรมการ กรรมการ

๗. รายละเอียดการดำเนินการของผู้รับจ้าง

๗.๑ การจัดกิจกรรมบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๙ (IDEA LAB 9 : Thai Brand Incubation Program) โดยนำเสนอแผนการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ (Action Plan) ตลอดทั้งกิจกรรมหลัก ครอบคลุมทุกกิจกรรมย่อย การกำหนดช่วงระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (Timeline) ที่เหมาะสม รายละเอียดการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

๗.๑.๑ กิจกรรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (Branding Inspiration) (จำนวน ๑ วัน ณ สถานที่ราชการ ผู้เข้าร่วมจำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ ราย)

(๑) จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการ เช่น ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดา) ห้องบูรณัตร์ไชยากร กระทรวงพาณิชย์ (สนามบินน้ำ) หรือสถานที่ราชการอื่นๆ ตามความเหมาะสม เป็นต้น ออกแบบและตกแต่งสถานที่อย่างสวยงาม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อโครงการฯ โดยดำเนินการดังนี้

- นำเสนอแนวคิด (Concept) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการฯ โดยนำเสนอให้พิจารณาอย่างน้อย ๒ แนวทาง กำหนดหัวข้อหรือประเด็นสื่อสารกิจกรรมหลัก และกิจกรรมย่อย

- นำเสนอการออกแบบภาพหลัก (Key Visual) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการฯ สอดคล้องกับแนวคิดที่นำเสนอ โดยนำเสนอให้พิจารณาอย่างน้อย ๒ รูปแบบ รวมทั้งแนวทางการออกแบบ Artwork สำหรับนำไปประยุกต์ใช้ในการตกแต่งและประชาสัมพันธ์เผยแพร่การจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น Photo Backdrop / Roll-up / Online Banner เป็นต้น ทั้งนี้ ขนาดสัดส่วนสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

- จัดทำ Photo Backdrop จำนวน ๑ ชุด และ Roll-up จำนวนอย่างน้อย ๒ ชุด สำหรับถ่ายภาพหน้างาน หรือตามที่กรมเห็นสมควร

(๒) จัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรม ได้แก่ โสตทัศนูปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ ตลอดการจัดงานให้เพียงพอและเหมาะสม

(๓) นำเสนอหัวข้อหลักสูตร เนื้อหารายละเอียดโดยย่อ กำหนดการจัดกิจกรรม จัดหาวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินโครงการในข้อ ๖.๑.๑ จำนวน ๔ ราย พร้อมทั้งแนบประวัติและผลงานที่เกี่ยวข้องโดยละเอียด (อัตรา ๔ คน x คนละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๑ ชั่วโมง x ๑ วัน)

(๔) จัดพิธีเปิดกิจกรรม

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

- จัดทำคำกล่าวเปิดงานสำหรับผู้บริหารกรม และคำกล่าวรายงาน (หากมี)

- จัดทำ Press Release (ภาษาไทย) ๑ ฉบับ สำหรับเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวพิธีเปิดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ

- เผยแพร่การจัดกิจกรรมในรูปแบบ Live Streaming ผ่านช่องทางออนไลน์ของสำนักฯ หรือช่องทางออนไลน์อื่นๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

- จัดหาเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกให้แก่วิทยากร สื่อมวลชน และผู้เข้าร่วมงาน อย่างเพียงพอ

(๕) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม เช้า - บ่าย (อัตราไม่น้อยกว่า ๓๕ บาท x ๘๐ คน x ๒ มื้อ) สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้อง

(๖) จัดเตรียมอาหารกลางวัน (อัตราไม่น้อยกว่า ๕๐๐ บาท x ๘๐ คน x ๑ มื้อ) สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้อง

(๗) ติดต่อสื่อสารและประสานงาน โดยดำเนินการติดต่อประสานเชิญวิทยากร และผู้สนใจตามกลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งอำนวยความสะดวกในภาพรวมตลอดระยะเวลาที่มีการจัดกิจกรรม

.....
..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

๗.๑.๒ กิจกรรมบ่มเพาะเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแบรนด์ (Brand Incubation) แบ่งเป็น ๓ กิจกรรมย่อย

๗.๑.๒.๑ กิจกรรมคัดกรองผู้สมัครและนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Screening & Pitching) (จำนวน ๒ วัน ณ สถานที่ราชการ) ประกอบด้วย

(๑) วันที่ ๑ กิจกรรมคัดกรองผู้สมัครเข้าร่วมการนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Screening)

(๑.๑) จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการ เช่น ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดา) ห้องบูรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์ (สนามบิณน้ำ) หรือสถานที่ราชการอื่นๆ ตามความเหมาะสม เป็นต้น ดำเนินการตกแต่งสถานที่ให้เหมาะสมกับกิจกรรม รวมทั้งต้องประสานงานและจัดเตรียมการอำนวยความสะดวกต่างๆ

(๑.๒) จัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรม ได้แก่ โสตทัศนูปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ ตลอดการจัดงานให้เพียงพอและเหมาะสม

(๑.๓) จัดหาผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ในด้านการสร้างแบรนด์ การตลาด หรือการค้าระหว่างประเทศ เหมาะสมที่จะเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการคัดกรองผู้สมัครจำนวนอย่างน้อย ๔ คน พร้อมทั้งแนบประวัติและรายละเอียดสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง (อัตราค่าตอบแทนคณะกรรมการ (เฉพาะภายนอกกรม) คนละ ๕,๐๐๐ บาท ต่อ วัน)

(๑.๔) ติดต่อสื่อสารและประสานงาน โดยดำเนินการติดต่อประสานเชิญกรรมการ รวมทั้งอำนวยความสะดวกและรับรองคณะกรรมการในภาพรวมตามความเหมาะสม

(๒) วันที่ ๒ จัดกิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Pitching)

(๒.๑) จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการ เช่น ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดา) ห้องบูรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์ (สนามบิณน้ำ) หรือสถานที่ราชการอื่นๆ ตามความเหมาะสม เป็นต้น ดำเนินการตกแต่งสถานที่ให้เหมาะสมกับกิจกรรม รวมทั้งต้องประสานงานและจัดเตรียมการอำนวยความสะดวกต่างๆ

(๒.๒) จัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรม ได้แก่ โสตทัศนูปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ ตลอดการจัดงานให้เพียงพอและเหมาะสม

(๒.๓) จัดหาผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ในด้านการสร้างแบรนด์ การตลาด หรือการค้าระหว่างประเทศ ทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการและวิทยากรผู้ให้ข้อชี้แนะแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนอย่างน้อย ๕ คน พร้อมทั้งแนบประวัติและรายละเอียดสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง (อัตรา ๕ คน x คนละ ๕,๐๐๐ บาท/ ชั่วโมง x ๗ ชั่วโมง x ๑ วัน)

(๒.๔) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม เข้า - บ่าย (อัตราไม่น้อยกว่า ๓๕ บาท x ๓๐ คน x ๒ มื้อ) สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้อง

(๒.๕) ติดต่อประสานงาน โดยดำเนินการติดต่อประสานเชิญกรรมการ รวมทั้งอำนวยความสะดวกและรับรองคณะกรรมการในภาพรวมตามความเหมาะสม

๗.๑.๒.๒ กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (Brand Workshop) (จำนวน ๓ วัน ณ สถานที่ราชการ ผู้เข้าร่วม ๒๐ แบรนด์ แบรนด์ละ ๒ ราย รวมจำนวนอย่างน้อย ๔๐ ราย)

(๑) จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการ เช่น ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดา) ห้องบูรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์ (สนามบิณน้ำ) หรือสถานที่ราชการอื่นๆ ตามความเหมาะสม เป็นต้น ดำเนินการตกแต่งสถานที่ให้เหมาะสมกับกิจกรรม รวมทั้งต้องประสานงานและจัดเตรียมการอำนวยความสะดวกต่างๆ

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(๒) จัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรม ได้แก่ โสตทัศนอุปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ ตลอดการจัดงานให้เพียงพอและเหมาะสม

(๓) นำเสนอหัวข้อหลักสูตร เนื้อหารายละเอียดโดยย่อ กำหนดการจัดกิจกรรม จัดหาวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน มีประสบการณ์ในการพัฒนาและส่งเสริมแบรนด์และการจัดทำกลยุทธ์แบรนด์สินค้า (Branding Strategy) และสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ (Brand Campaign Guide) จำนวนอย่างน้อย ๕ คน พร้อมทั้งแนบประวัติและผลงานที่เกี่ยวข้องโดยละเอียด (อัตรา ๕ คน x ชั่วโมงละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๗ ชั่วโมง x ๓ วัน)

(๔) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม เข้า - บ่าย (อัตราไม่น้อยกว่า ๓๕ บาท x ๔๐ คน x ๒ มื้อ x ๓ วัน) สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้อง

(๕) ติดต่อสื่อสารและประสานงาน โดยดำเนินการติดต่อประสานเชิญวิทยากร รวมทั้งอำนวยความสะดวกในภาพรวมตามความเหมาะสม

๗.๑.๒.๓ กิจกรรมนำเสนอแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ พิธีมอบประกาศนียบัตรและปิดโครงการ (จำนวน ๑ วัน ณ สถานที่ราชการ ผู้เข้าร่วมจำนวนอย่างน้อย ๖๐ ราย)

(๑) จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการ เช่น ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดา) ห้องบูรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์ (สนามบินน้ำ) หรือสถานที่ราชการอื่นๆ ตามความเหมาะสม เป็นต้น เพื่อจัดกิจกรรมนำเสนอแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะและการสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ รวมถึงพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด ประกอบด้วย เวทีนำเสนอกลยุทธ์ นิทรรศการแสดงสินค้า ของผู้ประกอบการทั้ง ๒๐ แบรินต์ ที่ได้รับการบ่มเพาะจากโครงการฯ รวมถึงพื้นที่สำหรับพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด และจัดทำจุดถ่ายภาพ (Photo Landmark) ให้สอดคล้องกับลักษณะของงาน (Theme) สำหรับถ่ายภาพ พร้อมทั้งออกแบบตกแต่งสถานที่จัดงานให้มีความเหมาะสมและแสดงให้เห็นภาพลักษณ์อันดีของโครงการฯ

(๒) จัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรม ได้แก่ โสตทัศนอุปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ ตลอดการจัดงานตามความเหมาะสม รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง

(๓) จัดหาผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ในด้านการสร้างแบรนด์ การตลาด หรือการค้าระหว่างประเทศ ทำหน้าที่เป็นวิทยากรผู้ให้ข้อชี้แนะแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนอย่างน้อย ๕ คน พร้อมทั้งแนบประวัติและรายละเอียดสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง (อัตรา ๕ คน x คนละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๗ ชั่วโมง x ๑ วัน)

(๔) ดำเนินการจัดพิธีปิดกิจกรรม โดยดำเนินการดังนี้

- วางแผน จัดเตรียม กำหนดการและลำดับพิธี การตกแต่งสถานที่ เวที และบริเวณพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด

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

- จัดทำคำกล่าวรายงานสรุปผลโครงการและคำกล่าวพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด

- จัดทำ Press Release (ภาษาไทย) ๑ ฉบับ สำหรับเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ

(๕) จัดทำใบประกาศนียบัตรสำหรับผู้ผ่านการฝึกอบรม ขนาด A3 พร้อมกรอบ โดยมีรูปแบบตามที่กรมกำหนด และผลิตตามจำนวนที่ได้รับจริง และจัดทำใบประกาศนียบัตรอิเล็กทรอนิกส์ (E-Certificate) พร้อมดำเนินการออกใบประกาศนียบัตรอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผู้ผ่านการฝึกอบรม (๓๐๐ บาท x ๒๐ ชุด)

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(๖) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม เข้า - บ่าย (อัตราไม่น้อยกว่า ๓๕ บาท x ๖๐ คน x ๒ มื้อ) สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

(๗) จัดเตรียมอาหารกลางวัน (อัตราไม่น้อยกว่า ๕๐๐ บาท x ๖๐ คน x ๑ มื้อ) สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

(๘) ติดต่อสื่อสารและประสานงาน โดยจัดหาเจ้าหน้าที่ประสานเชิญและอำนวยความสะดวกวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ จากภาครัฐ ภาคเอกชน และห้างค้าปลีก เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อรับฟังและเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการของแต่ละแบรนด์ รวมถึงช่องทางในการจำหน่ายสินค้าต่อไป ตลอดจนอำนวยความสะดวก ประสานงานในการรับรองประธานพิธีเปิด รวมถึงผู้ติดตาม วิทยากร สื่อมวลชนและเจ้าหน้าที่กรม ตลอดจนอำนวยความสะดวกในด้านอื่นๆ ตามที่กรมเห็นสมควรความเหมาะสม

๗.๑.๓ การจัดทำคู่มือแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะราย (Customized Brand Strategy) คู่มือสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ (Brand Campaign Guide) ทั้งรูปเล่มและไฟล์ดิจิทัล ประกอบด้วย

๗.๑.๓.๑ คู่มือแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะราย (Customized Brand Strategy) สำหรับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการสร้างแบรนด์ (ระดับเริ่มต้น/ระดับกลาง) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ แบรนด์ โดยดำเนินการดังนี้

(๑) ดำเนินการจัดทำข้อมูลแบรนด์และสินค้า การวางแผนกลยุทธ์ และการออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์และสินค้าของแต่ละแบรนด์ ทั้ง ๑๕ แบรนด์ (๑๐๐,๐๐๐ บาท x ๑๕ ชุด)

(๒) ออกแบบ รวบรวม และจัดทำรูปเล่มแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะรายและไฟล์ดิจิทัล (๒๑,๐๐๐ บาท x ๑๕ ชุด) ดังนี้

(๒.๑) รูปเล่มรายงาน จำนวน ๑๕ เล่ม ข้อมูลประกอบด้วย รูปแบบเนื้อหาการจัดทำแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหากลยุทธ์ที่วิทยากรพัฒนาให้ผู้ประกอบการในรูปแบบเฉพาะ (Customization) รายละเอียดการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์แบรนด์ทั้งก่อนและหลังการพัฒนา โดยทำการส่งมอบให้ผู้เข้าร่วมโครงการแบรนด์ละ ๑ เล่ม (รวมทั้งหมด ๑๕ เล่ม) และ ๑ เล่ม รวมข้อมูลทั้ง ๑๕ แบรนด์ เพื่อส่งมอบให้กรม

(๒.๒) รูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ จัดทำไฟล์ดิจิทัลแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะที่วิทยากรพัฒนาร่วมกับผู้ประกอบการในรูปแบบเฉพาะ (Customization) โดยทำการส่งมอบให้ผู้เข้าร่วมโครงการแบรนด์ละ ๑ ไฟล์ (รวมทั้งหมด ๑๕ ไฟล์) และ ๑ ไฟล์ รวมข้อมูลทั้ง ๑๕ แบรนด์ เพื่อส่งมอบให้กรม

๗.๑.๓.๒ คู่มือสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ (Brand Campaign Guide) สำหรับผู้ประกอบการแบรนด์ที่มีความพร้อมด้านการสร้างแบรนด์ (ระดับสูง) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ แบรนด์ โดยดำเนินการดังนี้

(๑) ดำเนินการจัดทำข้อมูลแบรนด์และสินค้า การวางแผนและการออกแบบแนวทางการจัดทำแคมเปญและภาพลักษณ์แบรนด์ ทั้ง ๕ แบรนด์ (๕๖,๐๐๐ บาท x ๕ ชุด)

(๒) ออกแบบ รวบรวม และจัดทำรูปเล่มคู่มือสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ (Brand Campaign Guide) และไฟล์ดิจิทัล (๒๑,๐๐๐ บาท x ๕ ชุด) ดังนี้

(๒.๑) รูปเล่มรายงาน จำนวน ๕ เล่ม ข้อมูลประกอบด้วย รูปแบบเนื้อหาแผนต่อยอดสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหากลยุทธ์ที่วิทยากรพัฒนาร่วมกับผู้ประกอบการในรูปแบบเฉพาะ (Customization) โดยทำการส่งมอบให้ผู้เข้าร่วมโครงการแบรนด์ละ ๑ ชุด (รวมทั้งหมด ๕ เล่ม) และ ๑ เล่ม รวมข้อมูลทั้ง ๕ แบรนด์ เพื่อส่งมอบให้กรม

(๒.๒) รูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ จัดทำไฟล์ดิจิทัลแผนต่อยอดสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ที่วิทยากรพัฒนาร่วมกับผู้ประกอบการในรูปแบบเฉพาะ (Customization) โดยทำการส่งมอบให้ผู้เข้าร่วมโครงการแบรนด์ละ ๑ ไฟล์ (รวมทั้งหมด ๕ ไฟล์) และ ๑ ไฟล์ รวมข้อมูลทั้ง ๕ แบรนด์ เพื่อส่งมอบให้กรม

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

๗.๑.๔ จัดทำสื่อรวบรวมข้อมูลกิจกรรมเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า

(๑) ดำเนินการจัดทำสื่อรวบรวมข้อมูลแบรนด์ผู้ประกอบการ IDEALAB รุ่นที่ ๙ ในรูปแบบ E-Catalog ภาษาอังกฤษ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ และรู้จักแบรนด์สินค้าของผู้ประกอบการที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการสร้างแบรนด์จากกิจกรรมบ่มเพาะแบรนด์ไทย รุ่นที่ 9 (IDEA LAB 9: Thai Brand Incubation Program) โดยดำเนินการถ่ายภาพสินค้า (ความละเอียดสูง) รวบรวมและจัดทำเนื้อหา อาทิ รายชื่อแบรนด์และผู้ประกอบการ รายละเอียดสินค้า ช่องทางการติดต่อ เป็นต้น รวมถึงรายละเอียดอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปต่อยอดทางการค้า/ธุรกิจได้ โดยจัดทำในรูปแบบสวยงาม เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ไทยในตลาดสากล

(๒) ดำเนินการบันทึกภาพการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง โดยจัดหาช่างภาพมืออาชีพดำเนินการบันทึกทั้งภาพนิ่งและเคลื่อนไหว

(๓) ดำเนินการจัดทำวีดิทัศน์ในลักษณะ VTR หรือ VDO Presentation เผยแพร่กิจกรรมและรวบรวมบรรยากาศการจัดกิจกรรม ความคมชัดของภาพและเสียงระดับ Full HD จำนวน ๒ ชั้น ดังนี้

- ชั้นที่ ๑ เพื่อใช้ในการเชิญชวนผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ ความยาวประมาณ ๑ นาที

- ชั้นที่ ๒ เพื่อใช้ในการสรุปผลการดำเนินโครงการ สำหรับเผยแพร่ต่อไป ความยาวประมาณ ๒ - ๕ นาที โดยมีเนื้อหา อาทิ บทสัมภาษณ์ความรู้สึกของผู้เข้าร่วมโครงการ ความรู้และสิ่งที่ได้รับจากโครงการ ในภาพรวม เป็นต้น เพื่อนำไปใช้เผยแพร่ในพิธีปิดโครงการและประชาสัมพันธ์ในช่องทางของกรมต่อไป

(๔) ดำเนินการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรม จัดทำแบบทดสอบสำหรับคัดกรองผู้เข้าร่วม รวบรวมข้อมูล/ความเห็นของวิทยากรในแต่ละกิจกรรม บันทึกเนื้อหาจากกิจกรรม และจัดทำแบบประเมินผลเพื่อจัดทำข้อมูลสรุปผลโครงการ พร้อมข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จากการดำเนินโครงการ และปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ (Key Success Factor) เพื่อพัฒนาโครงการในครั้งต่อไป

๗.๒ กิจกรรมส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล (IDEA LAB : Thai Brand Instore Promotion) โดยนำเสนอแผนการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ (Action Plan) ตลอดจนทั้งกิจกรรม การกำหนดช่วงระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (Timeline) ที่เหมาะสม รายละเอียดการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

(๑) นำเสนอแนวคิด (Concept) ออกแบบ Key Visual และจัดทำ Artwork สำหรับการจัดกิจกรรมร่วมกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำในประเทศ นำเสนอสถานที่หรือพื้นที่จัดกิจกรรมที่เหมาะสม โดยนำเสนอให้พิจารณาอย่างน้อย ๑ แบบ

(๒) ออกแบบและตกแต่งพื้นที่จัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการไม่น้อยกว่า ๒๐ บริษัท ผลิตรูปภาพตกแต่งในส่วนต่างๆ ของพื้นที่จัดแสดง และจัดหาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับกิจกรรม เช่น Display สินค้า ป้ายข้อมูลสินค้า ข้อมูลติดต่อผู้ประกอบการแต่ละแบรนด์ ในรูปแบบสองภาษา (ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ) เป็นต้น ให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบกิจกรรมที่เน้นเป็นการจำหน่ายปลีก รวมทั้งดำเนินการรื้อถอนหลังการจัดกิจกรรมแล้วเสร็จ โดยนำเสนอแนวทางการออกแบบและตกแต่งสถานที่จัดกิจกรรมสอดคล้องตามแนวคิดที่เสนออย่างน้อย ๑ แบบ

(๓) ดำเนินการจัดพิธีเปิดกิจกรรม

- วางแผน จัดเตรียม กำหนดการและลำดับพิธี การตกแต่งสถานที่อย่างเหมาะสม

- นำเสนอรูปแบบพิธีเปิดกิจกรรมที่เหมาะสมกับบรรยากาศและสถานที่จัดงาน

- จัดหาพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี จำนวน ๑ ราย สำหรับดำเนินรายการในพิธีเปิด รวมถึงจัดทำสคริปต์สำหรับพิธีกร โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อน

- จัดทำคำกล่าวต้อนรับและคำกล่าวเปิดงานสำหรับผู้บริหารกรม

- จัดหาเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในกิจกรรม

(๔) จัดหาอุปกรณ์วัสดุทัศนูปกรณ์พร้อมอุปกรณ์ แสง สี เสียง ต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ให้เพียงพอและเหมาะสม

..... ประธาน กรรมการ กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(๕) จัดทำ Press Release (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) และประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานและเชิญชวนผู้ซื้อ ผู้บริโภคเข้าเยี่ยมชมงาน

(๖) จัดหา KOLs/KOCs ที่มีผู้ติดตามผ่านช่องทางออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน จำนวนอย่างน้อย ๑ ราย เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในห้างสรรพสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของตนเอง เช่น Tiktok/ Facebook/ Instagram เป็นต้น ความยาวอย่างน้อย ๓๐ วินาที โดยนำเสนอจัดหา KOL/KOCs ที่เหมาะสมกับสินค้า และสามารถสร้างกระแสให้แก่สินค้าแบรนด์ไทยที่เข้าร่วมได้

(๗) ดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ “เส้นทางการสร้างแบรนด์” ของผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ ๑ - ๘ ที่มีการพัฒนาแบรนด์อย่างต่อเนื่องและโดดเด่นหรือ Success Case (จำนวน ๕ - ๑๐ แบรนด์) ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) โดยดำเนินการรวบรวม ออกแบบและจัดทำเนื้อหาเบื้องต้นประกอบการนำเสนอเรื่องราวของแบรนด์ เช่น ความเป็นมา หรือประวัติของแบรนด์ เส้นทางการพัฒนาแบรนด์ จุดเด่นและอัตลักษณ์ของแบรนด์ ผลลัพธ์ของการพัฒนาแบรนด์ เป็นต้น ดำเนินการถ่ายภาพ (ความละเอียดสูง) จัดวาง Layout ภาพและเนื้อหาอย่างสวยงาม พร้อมจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มอย่างดีจำนวน ๑๐ เล่ม -

(๘) รวบรวมและจัดทำข้อมูลผู้ประกอบการ (รุ่นที่ ๑ - ๙) ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมเครือข่ายในรูปแบบ E-Catalog ภาษาอังกฤษ สำหรับเชิญชวนผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ในตลาดเป้าหมายเพื่อจับคู่เจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการในกิจกรรมตามช่วงเวลาที่กำหนด

(๙) การบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมฯ ได้แก่

- การบริหารจัดการพื้นที่จำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้า การประสานงานในด้านต่างๆ เช่น การประสานขอสินค้าเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม การติดต่อรับ/คืนสินค้าที่เข้าร่วมกิจกรรม การประกันสินค้า การประสานบริษัทรักษาความปลอดภัยในการดูแลสินค้าที่เข้าร่วมกิจกรรม ประสานงานกับฝ่ายสถานที่ การจำหน่ายสินค้า จัดหาพนักงานบริหารจัดการสินค้าตลอดกิจกรรม อำนวยความสะดวกในการจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการ เช่น การจัดหาล่าม การนัดหมายเจรจา เป็นต้น ดำเนินการบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวการจัดกิจกรรม จัดทำแบบประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรมพร้อมติดตามผลการประเมินสรุปรายงานผล และการดำเนินการอื่นๆ ตามความเหมาะสม เป็นต้น

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

- จัดหาเจ้าหน้าที่บริหารจัดการกิจกรรม อย่างน้อย ๕ คน ดูแลอำนวยความสะดวกประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องในโครงการ รับผิดชอบในส่วนต่างๆ ของโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๘. สิ่งที่ต้องส่งมอบผลงานเสร็จสิ้น ได้แก่ เล่มรายงานส่งมอบการดำเนินงานตาม TOR. จำนวน ๓ ชุด ในแต่ละงวด ไฟล์ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวของกิจกรรมฯ พร้อมไฟล์ Art Work ต่างๆ บันทึกลงใน External Hard Disk Drives ขนาดความจุอย่างน้อย ๑ เทระไบต์ (Terabyte: TB) จำนวน ๓ ชุด ในงวดสุดท้าย

หมายเหตุ:

- การดำเนินโครงการทั้งหมดสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมเพื่อประโยชน์สูงสุดของโครงการฯ ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมฯ

- เนื้อหา ภาพ เอกสาร และรูปแบบสื่อทุกประเภทถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ การดำเนินการจัดทำสื่อต่างๆ หากมีการใช้เพลงหรือดนตรีประกอบ ภาพประกอบ แบบตัวอักษร และกราฟิกต่างๆ จะต้องถูกต้องตามลิขสิทธิ์ หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์ บริษัทจะต้องรับผิดชอบทั้งหมด และ artwork ทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรมฯ

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

- ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการปรับปรุงเพิ่มเติมรายละเอียดบางประการในแต่ละกิจกรรมเพื่อให้ได้ผลงานที่ดี

**ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตภายในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้าง ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๙. งบประมาณ วงเงินการจ้าง ๖,๕๐๐,๐๐๐ บาท

๑๐. ระยะเวลาการส่งมอบและการชำระเงิน

กรมจะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงินเป็น จำนวน ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ข้อ ๗.๑.๑ และ ๗.๑.๒.๑ ให้แล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายน ๒๕๖๙

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๕๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ข้อ ๗.๑.๒.๒, ๗.๑.๔ (๑) และ ๗.๒ (๑) ให้แล้วเสร็จภายในเดือนสิงหาคม ๒๕๖๙

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมด ให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือภายในเดือนกันยายน ๒๕๖๙ และกรมได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๑๑. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖) มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗) เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘) ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙) ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

..... ประธาน
..... กรรมการ
..... กรรมการ
..... กรรมการ
..... กรรมการ

๑๑) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเชื่อถือ

๑๒. แนวทางการเสนองาน

คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยื่นยื่นการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

๑๒.๑ ส่วนที่ ๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

๑๒.๒ ส่วนที่ ๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

๑๒.๒.๑ นำเสนอรายละเอียดการดำเนินงานต่างๆ ในโครงการฯ ครอบคลุมตามขอบเขตการดำเนินการ ข้อ ๗.๑ - ๗.๒

๑๒.๒.๒ นำเสนอรายชื่อผู้จัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในโครงการ ที่ทำให้เห็นความพร้อมในการบริหารโครงการ

๑๒.๒.๓ นำเสนอผลงานและประสบการณ์ทำงานของผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านมา

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่..... ตั้งแต่เวลา..... เป็นต้นไป (รายละเอียด ๔๐ นาที นำเสนอ ๓๐ นาที และตอบคำถามจากกรรมการ ๑๐ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า ชั้น ๕ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ริมถนน) กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ ซึ่งกรมฯ จะแจ้งรายละเอียดให้ทราบต่อไป ทั้งนี้ กรมฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมฯ กำหนด

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

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญากรมฯ จะแจ้งให้ผู้ยื่นเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรมฯ เพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

๑๓. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก

๑๓.๑ กรมฯ จะพิจารณาตัดสินจัดจ้างผู้ยื่นข้อเสนอราคาโดยใช้แนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e-bidding) หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๑๓.๒ ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐกรมบัญชีกลางเป็นผู้กำหนดการให้คะแนนราคาที่นำเสนอ (Price)

๑๓.๓ ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น ๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ (คิดจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน) ซึ่งประกอบด้วย

..... ธวัช ประธาน

.....  กรรมการ

..... ประจักษ์ กรรมการ


..... วิวัฒน์ กรรมการ


..... ดร. กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
และกิจกรรมย่อย โดยนำเสนอให้พิจารณาเลือกอย่างหลากหลาย ครอบคลุมกิจกรรมย่อยอย่างครบถ้วน มีการนำเสนอการออกแบบ ภาพหลัก (Key Visual) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการฯ มีความทันสมัย โดดเด่น สร้างสรรค์ เป็นสากล สอดคล้องกับแนวคิด ที่นำเสนอในแต่ละแนวทาง โดยนำเสนอให้พิจารณาอย่างน้อย ๔ รูปแบบ พร้อมอธิบายรายละเอียดการสื่อความหมายของ Key Visual ในแต่ละแบบโดยละเอียด รวมทั้งแนวทางการออกแบบ Artwork ตาม Key Visual ที่นำเสนอในแต่ละแบบ เพื่อใช้ตกแต่งและ เผยแพร่กิจกรรมต่างๆ เช่น Photo Backdrop/Roll-up/ Online Banner เป็นต้น รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๑)		การจัดเตรียมและ ตกแต่งสถานที่จัดงาน แนวคิด (Concept) ในการดำเนินโครงการฯ แนวทางการออกแบบ ภาพหลัก (Key Visual) และ Artwork ต่างๆ	การนำเสนอที่ดีที่สุด เรียงลำดับลงมา
(๒) นำเสนอรายละเอียดการจัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการอย่างครบถ้วน มีการนำเสนอแนวคิด (Concept) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการฯ โดยนำเสนอ ให้กรรมการพิจารณาอย่างน้อย ๓ แนวทาง พร้อมอธิบายที่มาการกำหนด แนวคิดดังกล่าว กำหนดหัวข้อหรือประเด็นสื่อสารกิจกรรมหลัก และกิจกรรมย่อย มีการนำเสนอการออกแบบภาพหลัก (Key Visual) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการฯ สอดคล้องกับแนวคิดที่ นำเสนอในแต่ละแนวทาง โดยนำเสนอให้พิจารณาอย่างน้อย ๓ รูปแบบ พร้อมอธิบายรายละเอียดการสื่อความหมายของ Key Visual รวมทั้งแนวทางการออกแบบ Artwork เพื่อใช้ตกแต่ง และเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ เช่น Photo Backdrop/Roll-up/ Online Banner เป็นต้น รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๑)	๗		
(๓) นำเสนอรายละเอียดการจัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดงาน ณ สถานที่ราชการอย่างครบถ้วน มีการนำเสนอแนวคิด (Concept) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการฯ โดยนำเสนอ ให้พิจารณาอย่างน้อย ๒ แนวทาง กำหนดหัวข้อหรือประเด็น สื่อสารสื่อสารกิจกรรมหลักและกิจกรรมย่อย มีการนำเสนอการ ออกแบบภาพหลัก (Key Visual) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ โครงการฯ สอดคล้องกับแนวคิดที่นำเสนอ โดยนำเสนอให้พิจารณา อย่างน้อย ๒ รูปแบบ รวมทั้งแนวทางการออกแบบ Artwork เพื่อใช้ ตกแต่งและเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ เช่น Photo Backdrop/Roll-up /Online Banner เป็นต้น รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๑)	๕		

๑.๒.๒) รายละเอียดการดำเนินกิจกรรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (Branding Inspiration) (๑๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมสัมมนา อย่างครบถ้วน ตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๒) – (๗) โดยมีการนำเสนอหัวข้อหลักสูตร ที่น่าสนใจ ทันสมัย สอดรับกับแนวทางการประกอบธุรกิจยุคใหม่ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ มีเนื้อหาสาระละเอียดโดยย่อ มีกำหนดการจัดกิจกรรมที่ชัดเจน เหมาะสม นำเสนอวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับขอบเขตการ ดำเนินการในข้อ ๖.๑.๑ ให้กรรมการพิจารณาอย่างน้อย ๑๒ ราย พร้อมทั้ง	๑๐	ประเมินจากเอกสาร ที่ยื่นข้อเสนอและ การนำเสนอต่อ คณะกรรมการ โดยพิจารณาจาก รายละเอียดการจัด กิจกรรม การนำเสนอ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจาก เอกสารและการนำเสนอ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้ เสนอมาและการให้ คะแนนพิจารณาจาก การนำเสนอที่ดีที่สุด



..... ประธาน  กรรมการ  กรรมการ



..... กรรมการ  กรรมการ  กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
แบบประวัติและผลงานที่เกี่ยวข้องโดยละเอียด (ตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๓)) รวมถึงนำเสนอรายชื่อพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์ในงานด้านการฝึกอบรม หรือสัมมนาไม่น้อยกว่า ๒ ปี เพื่อให้กรมพิจารณาจำนวนมากกว่า ๒ ราย พร้อมประวัติและผลงานประกอบ (ตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๔))		หลักสูตร หัวข้อ เนื้อหา การอบรม พร้อมรายชื่อวิทยากร พิธีกร และรายละเอียดตาม TOR.	เรียงลำดับลงมา
(๒) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมสัมมนา อย่างครบถ้วน ตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๒) - (๗) โดยมีการนำเสนอหัวข้อ หลักสูตรที่น่าสนใจ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ มีเนื้อหารายละเอียดโดยย่อมีกำหนดการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม นำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินการในข้อ ๖.๑.๑ ให้กรมพิจารณาอย่างน้อย ๘ ราย พร้อมทั้งแบบประวัติและผลงานที่เกี่ยวข้องโดยละเอียด (ตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๓)) รวมถึงนำเสนอรายชื่อพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์ในงานด้านการฝึกอบรม หรือ สัมมนาไม่น้อยกว่า ๒ ปี เพื่อให้กรมพิจารณาจำนวน ๒ ราย พร้อมประวัติและผลงานประกอบ (ตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๔))	๗		
(๓) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมสัมมนา อย่างครบถ้วน ตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๒) - (๗) โดยมีการนำเสนอหัวข้อ หลักสูตร เนื้อหารายละเอียดโดยย่อ กำหนดการจัดกิจกรรม นำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินโครงการในข้อ ๖.๑.๑ ให้กรมพิจารณาอย่างน้อย ๔ ราย พร้อมทั้งแบบประวัติและผลงานที่เกี่ยวข้องโดยละเอียด (ตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๓)) รวมถึงนำเสนอรายชื่อพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์ในงานด้านการฝึกอบรม หรือ สัมมนาไม่น้อยกว่า ๒ ปี จำนวน ๑ ราย พร้อมประวัติและผลงานประกอบ (ตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๑ (๔))	๕		

๑.๓) กิจกรรมบ่มเพาะเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแบรนด์ (Brand Incubation) (๑๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมอย่างครบถ้วน โดยแยกเป็นกิจกรรมย่อยที่ชัดเจน มีการนำเสนอรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ในด้านสร้างแบรนด์ การตลาด หรือการค้าระหว่างเข้าร่วมกิจกรรมตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๑ (๑) ให้กรมพิจารณามากกว่า ๔ ราย และรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมกิจกรรมตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๑ (๒) ให้กรมพิจารณามากกว่า ๕ ราย พร้อมทั้งแบบประวัติและรายละเอียดสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง มีการนำเสนอหัวข้อหลักสูตรและเนื้อหาตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๒ ที่สอดคล้องกับการพัฒนากลยุทธ์สร้างแบรนด์ โดยมีการอ้างอิงตามหลักการทางวิชาการ มีกำหนดการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งอย่างครบถ้วน พร้อมนำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านและมีประสบการณ์เป็นพิเศษ อันเป็นที่ยอมรับในการพัฒนาและส่งเสริมแบรนด์	๑๕	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อ คณะกรรมการ โดยพิจารณาจากรายละเอียดการจัดกิจกรรม พร้อมรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ วิทยากร ในแต่ละกิจกรรม ตาม TOR	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ยื่นข้อเสนอได้ เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอที่ดีที่สุด เรียงลำดับลงมา

..... ประธาน  กรรมการ  กรรมการ

..... กรรมการ  กรรมการ  กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>และการจัดทำกลยุทธ์แบรนด์สินค้า (Branding Strategy) มีผลงานเป็นที่ประจักษ์และมีประสบการณ์ทำงานในการรังสรรค์ พัฒนาภาพลักษณ์ ออกแบบและวางกลยุทธ์ให้แก่แบรนด์สินค้าชั้นนำในประเทศ ให้กรมพิจารณาอย่างน้อย ๑๐ ราย พร้อมทั้งแนบประวัติและผลงานที่เกี่ยวข้องโดยละเอียด มีรูปแบบการจัดกิจกรรมนำเสนอแผนกลยุทธ์ พิธีมอบประกาศนียบัตรและปิดโครงการอย่างครบถ้วนตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๓ โดยละเอียด พร้อมแนวทางในการจัดแสดงสินค้าของผู้ประกอบการ และรายชื่อผู้แทนห้างค้าปลีกและเซนส์โตร์ เป้าหมายที่จะเชิญเข้าร่วมรับฟังและให้ความเห็นการในกิจกรรม <u>ทั้งนี้ สามารถนำเสนอรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ/วิทยากรซ้ำกันในแต่ละครั้ง/กิจกรรมได้ โดยคำนึงถึงความเหมาะสม</u> รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒</p>			
<p>(๒) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมอย่างครบถ้วน มีการนำเสนอรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ในด้านการสร้างแบรนด์ การตลาด หรือการค้าระหว่างเข้าร่วมกิจกรรมตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๑ (๑) ให้กรมพิจารณามากกว่า ๔ ราย และรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมกิจกรรมตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๑ (๒) ให้กรมพิจารณามากกว่า ๕ ราย พร้อมทั้งแนบประวัติและรายละเอียดสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง มีการนำเสนอหัวข้อหลักสูตรและเนื้อหา ตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๒ มีกำหนดการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง พร้อมนำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านและมีประสบการณ์ในการพัฒนาและส่งเสริมแบรนด์ และการจัดทำกลยุทธ์แบรนด์สินค้า (Branding Strategy) ให้แก่แบรนด์สินค้าให้กรมพิจารณาอย่างน้อย ๗ ราย พร้อมทั้งแนบประวัติและผลงานที่เกี่ยวข้องโดยละเอียด มีรูปแบบการจัดกิจกรรมนำเสนอแผนกลยุทธ์ พิธีมอบประกาศนียบัตรและปิดโครงการอย่างครบถ้วนตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๓ <u>ทั้งนี้ สามารถนำเสนอรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ/วิทยากรซ้ำกันในแต่ละครั้ง/กิจกรรมได้ โดยคำนึงถึงความเหมาะสม</u> รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒</p>	๑๑		
<p>(๓) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมอย่างครบถ้วน มีการนำเสนอรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ในด้านการสร้างแบรนด์ การตลาด หรือการค้าระหว่าง เข้าร่วมกิจกรรมตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๑ (๑) ให้กรมพิจารณาอย่างน้อย ๔ ราย และรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมกิจกรรมตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๑ (๒) ให้กรมพิจารณาอย่างน้อย ๕ ราย พร้อมทั้งแนบประวัติและรายละเอียดสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง มีการนำเสนอหัวข้อหลักสูตรเนื้อหา รายละเอียดโดยย่อ กำหนดการจัดกิจกรรม ตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๒ พร้อมนำเสนอรายชื่อวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านมีประสบการณ์ในการพัฒนาและส่งเสริมแบรนด์ และการจัดทำกลยุทธ์แบรนด์สินค้า (Branding Strategy) ให้กรมพิจารณาอย่างน้อย ๕ ราย พร้อมทั้งแนบประวัติและ</p>	๗		

..... ประธาน กรรมการ กรรมการ

อรุณทิพย์ กรรมการ กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ผลงานที่เกี่ยวข้องโดยละเอียด และนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรมนำเสนอแผนกลยุทธ์ พิธีมอบประกาศนียบัตรและปิดโครงการอย่างครบถ้วนตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒.๓ ทั้งนี้ สามารถนำเสนอรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ/วิทยากรซ้ำกันในแต่ละครั้ง/กิจกรรมได้ โดยคำนึงถึงความเหมาะสม รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๒			

๑.๔) การนำเสนอแนวทางการจัดทำคู่มือแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะราย (Customized Brand Strategy) คู่มือสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ (Brand Campaign Guide) (คะแนน ๑๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) นำเสนอแนวทางการจัดทำข้อมูลแบรนด์และสินค้าในเชิงวิเคราะห์ การวางแผนกลยุทธ์และการออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์และสินค้าโดยอ้างอิงหลักการทางวิชาการที่น่าเชื่อถือ พร้อมรายชื่อทีมงานที่มีประสบการณ์ในการจัดทำข้อมูลประกอบการพิจารณา มีการออกแบบหัวข้อ และการวาง Layout รูปภาพและข้อความของรูปเล่มในแต่ละคู่มือตามที่กำหนดอย่างครบถ้วน พร้อมตัวอย่างให้พิจารณามากกว่า ๒ แบบ รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๓	๑๕	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากแนวทางการจัดทำคู่มือแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะราย (Customized Brand Strategy) คู่มือสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ (Brand Campaign Guide) ตาม TOR	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒) นำเสนอแนวทางการจัดทำข้อมูลแบรนด์และสินค้า การวางแผนกลยุทธ์และการออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์และสินค้าอย่างเป็นระบบ มีการออกแบบหัวข้อ และการวาง Layout รูปภาพและข้อความของรูปเล่มในแต่ละคู่มือตามที่กำหนดอย่างครบถ้วน พร้อมตัวอย่างให้พิจารณาอย่างน้อย ๒ แบบ รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๓	๑๑		
(๓) นำเสนอแนวทางการจัดทำข้อมูลแบรนด์และสินค้า การวางแผนกลยุทธ์ และการออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์และสินค้า มีการออกแบบหัวข้อ และการวาง Layout รูปภาพและข้อความของรูปเล่ม ในแต่ละคู่มือตามที่กำหนด รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๓	๗		

๑.๕) การจัดทำสื่อรวบรวมข้อมูลกิจกรรมเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า (๑๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินงานครบถ้วนตาม TOR. ข้อ ๗.๑.๔ โดยมีแนวทางการจัดทำสื่อรวบรวมข้อมูลแบรนด์ ผู้ประกอบการ IDEALAB รุ่นที่ ๙ ในรูปแบบ E-Catalog ภาษาอังกฤษ โดยมีตัวอย่างการออกแบบในภาพรวม การวาง Layout รูปภาพและข้อความให้พิจารณาอย่างน้อย ๒ แบบให้พิจารณา นำเสนอการออกแบบจัดทำวีดิทัศน์ในลักษณะ VTR หรือ VDO Presentation พร้อม Storyboard โดยนำเสนอแนวทางอย่างน้อย ๒ แนวทาง สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรมและสำหรับสรุปภาพรวมโครงการมาประกอบการนำเสนอ	๑๐	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากรายละเอียดการดำเนินงาน แนวทางการจัดทำสื่อรวบรวมข้อมูล การออกแบบ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอที่ดีที่สุด



..... ประธาน
 กรรมการ
 กรรมการ
 กรรมการ



เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
รวมถึงมีแนวทางการรวบรวมข้อมูลผู้สมัครอย่างเป็นระบบ ตัวอย่างแบบทดสอบคัดกรองผู้เข้าร่วม และแบบประเมินผล โครงการ		จัดทำวิดีโอทัศน์ และ รายละเอียดตาม TOR	เรียงลำดับลงมา
(๒) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินงานครบถ้วน ตาม TOR ข้อ ๗.๑.๔ โดยมีแนวทางการจัดทำสื่อรวบรวมข้อมูลแบรนด์ผู้ประกอบการ IDEALAB รุ่นที่ ๙ ในรูปแบบ E-Catalog ภาษาอังกฤษ โดยมี ตัวอย่างการออกแบบในภาพรวม การวาง Layout รูปภาพและ ข้อความให้พิจารณาอย่างน้อย ๑ แบบให้พิจารณา นำเสนอการ ออกแบบจัดทำวิดีโอทัศน์ในลักษณะ VTR หรือ VDO Presentation พร้อม Storyboard โดยนำเสนอแนวทางอย่างน้อย ๒ แนวทาง สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรม และสำหรับสรุปภาพรวมโครงการมา ประกอบการนำเสนอ รวมถึงมีแนวทางการรวบรวมข้อมูลผู้สมัคร อย่างเป็นระบบ	๗		
(๓) นำเสนอรายละเอียดการดำเนินงานครบถ้วน ตาม TOR ข้อ ๗.๑.๔ โดยมีแนวทางการจัดทำสื่อรวบรวมข้อมูลแบรนด์ผู้ประกอบการ IDEALAB รุ่นที่ ๙ ในรูปแบบ E-Catalog ภาษาอังกฤษ นำเสนอการ ออกแบบจัดทำวิดีโอทัศน์ในลักษณะ VTR หรือ VDO Presentation รวมถึงมีแนวทางการรวบรวมข้อมูลผู้สมัคร	๕		

๒) กิจกรรมส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล (IDEA LAB : Thai Brand Instore Promotion) (๒๐ คะแนน)

๒.๑) นำเสนอแผนการดำเนินงาน (Action Plan) แนวคิด (Concept) ออกแบบ Key Visual และจัดทำ Artwork สำหรับการจัดกิจกรรมร่วมกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำในประเทศ แนวทางการตกแต่งพื้นที่ จัดกิจกรรมและการจัดพิธีเปิดกิจกรรม (๑๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) นำเสนอแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ตลอดทั้ง กิจกรรมหลัก โดยมีการนำเสนอแนวทางการดำเนินงาน อันเป็นประโยชน์เพิ่มเติม เช่น แนวทางการจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างสีสันที่น่าสนใจภายในงาน แผนการประชาสัมพันธ์เชิญชวนสร้างการรับรู้ เป็นต้น การกำหนดช่วงระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (Timeline) มีความชัดเจนและเหมาะสมสอดคล้องกับกิจกรรม นำเสนอ แนวคิด (Concept) พร้อมแบบ Key Visual และ Artwork ที่สอดคล้องกับแนวคิดที่นำเสนออย่างน้อย ๓ แบบ มีการ นำเสนอสถานที่จัดกิจกรรมเป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำในประเทศ อยู่ใจกลางเมืองและมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นจำนวนมาก มีแนวทางการออกแบบและตกแต่งสถานที่จัดกิจกรรมสอดคล้อง ตามแนวคิดที่เสนออย่างน้อย ๓ แบบ พร้อมนำเสนอรายละเอียด การจัดพิธีเปิดกิจกรรมอย่างครบถ้วน รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๒ (๑) - (๔)	๑๐	ประเมินจากเอกสาร ที่ยื่นข้อเสนอและ การนำเสนอต่อ คณะกรรมการโดย พิเคราะห์จากแผน การดำเนินงาน (Action Plan) ตลอดทั้งกิจกรรมหลัก แนวคิด (Concept) Key Visual และ Artwork การออกแบบตกแต่ง สถานที่จัดกิจกรรม ตาม TOR.	คณะกรรมการ พิจารณาโดย เปรียบเทียบจาก เอกสารและการ นำเสนอที่ผู้ยื่น ข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนน พิจารณาจากการ นำเสนอที่ดีที่สุด เรียงลำดับลงมา

..... ประธาน  กรรมการ  กรรมการ

 กรรมการ  กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒) นำเสนอแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ตลอดทั้งกิจกรรมหลัก การกำหนดช่วงระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (Timeline) ที่เหมาะสม นำเสนอแนวคิด (Concept) พร้อมแบบ Key Visual และ Artwork ที่สอดคล้องกับแนวคิดที่นำเสนออย่างน้อย ๒ แบบ มีการนำเสนอสถานที่จัดกิจกรรมเป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำในประเทศ มีแนวทางการออกแบบและตกแต่งสถานที่จัดกิจกรรมสอดคล้องตามแนวคิดที่เสนอน้อย ๒ แบบ พร้อมนำเสนอรายละเอียดการจัดพิธีเปิดกิจกรรมอย่างครบถ้วน รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๒ (๑) – (๔)	๗		
(๓) นำเสนอแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ตลอดทั้งกิจกรรมหลัก การกำหนดช่วงระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (Timeline) ที่เหมาะสม นำเสนอแนวคิด (Concept) พร้อมแบบ Key Visual และ Artwork ที่สอดคล้องกับแนวคิดที่นำเสนออย่างน้อย ๑ แบบ มีการนำเสนอสถานที่จัดกิจกรรมเป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำในประเทศ มีแนวทางการออกแบบและตกแต่งสถานที่จัดกิจกรรมสอดคล้องตามแนวคิดที่เสนอน้อย ๑ แบบ พร้อมนำเสนอรายละเอียดการจัดพิธีเปิดกิจกรรมอย่างครบถ้วน รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๒ (๑) – (๔)	๕		

๒.๒) นำเสนอรายละเอียดด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรม (๑๐ คะแนน)
โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) นำเสนอรายชื่อสื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานและเชิญชวนผู้ซื้อ ผู้บริโภคเข้าเยี่ยมชมงาน ให้พิจารณาจำนวนมากกว่า ๕ สื่อ นำเสนอรายชื่อ KOLs/KOCs ที่มีผู้ติดตามผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน ที่เหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมายการจัดงานให้พิจารณามากกว่า ๕ ราย และนำเสนอแนวทางการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการที่มีการพัฒนาแบรนด์อย่างต่อเนื่องในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) โดยมีการนำเสนอตัวอย่างแนวทางการออกแบบให้พิจารณาอย่างน้อย ๒ แบบ และการจัดทำข้อมูลในรูปแบบ E-Catalog ภาษาอังกฤษ โดยมีการนำเสนอตัวอย่างแนวทางการออกแบบให้พิจารณาอย่างน้อย ๒ แบบ รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๒ (๕) – (๘)	๑๐	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอและการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากการนำเสนอรายชื่อสื่อและ KOLs/KOCs ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย แนวทางการจัดทำสื่อในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	คณะกรรมการจะพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาร และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
(๒) นำเสนอรายชื่อสื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานและเชิญชวนผู้ซื้อ ผู้บริโภคเข้าเยี่ยมชมงาน ให้พิจารณาจำนวนอย่างน้อย ๕ สื่อ นำเสนอรายชื่อ KOLs/KOCs ที่มีผู้ติดตามผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน ที่เหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมายการจัดงานให้พิจารณาอย่างน้อย ๕ ราย และนำเสนอแนวทางการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการที่มีการพัฒนาแบรนด์อย่างต่อเนื่องในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และการจัดทำข้อมูลในรูปแบบ E-Catalog ภาษาอังกฤษ รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๒ (๕) – (๘)	๗	(E-Book) และการจัดทำข้อมูลในรูปแบบ E-Catalog ตาม TOR.	

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๓) นำเสนอรายชื่อสื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานและเชิญชวนผู้ซื้อ ผู้บริโภคเข้าเยี่ยมชมงาน ให้พิจารณาจำนวนอย่างน้อย ๕ สื่อ นำเสนอรายชื่อ KOLs/KOCs ที่มีผู้ติดตามผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน ที่เหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมาย การจัดงานให้พิจารณาอย่างน้อย ๑ ราย และนำเสนอแนวทางการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการที่มีการพัฒนาแบรนด์อย่างต่อเนื่องในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และการจัดทำข้อมูลในรูปแบบ E-Catalog ภาษาอังกฤษ รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๒ (๕) - (๘)	๕		

๑๓.๓.๒ นำเสนอรายชื่อผู้จัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในโครงการ คะแนนเต็ม ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) มีการนำเสนอผู้จัดการโครงการ (Project Manager) อย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน ตั้งแต่ ๕ ครั้งขึ้นไป และรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการกิจกรรมตลอดโครงการ มากกว่า ๗ ราย ดูแลอำนวยความสะดวก ประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องในโครงการ รับผิดชอบในส่วนต่างๆ ของโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมแนบประวัติโดยย่อ ตำแหน่ง หน้าที่ และช่องทางการติดต่อ รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๒ (๙)	๕	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอ และการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยพิจารณาจากรายชื่อทีมงาน จำนวนบุคลากร ความสามารถและ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒) มีการนำเสนอผู้จัดการโครงการ (Project Manager) อย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน อย่างน้อย ๓ ครั้ง และรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการกิจกรรมตลอดโครงการ มากกว่า ๕ ราย ดูแลอำนวยความสะดวก ประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องในโครงการ รับผิดชอบในส่วนต่างๆ ของโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๒ (๙)	๔	ประสบการณ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	
(๓) มีการนำเสนอผู้จัดการโครงการ (Project Manager) อย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน อย่างน้อย ๒ ครั้ง โดยนำเสนอประวัติและประสบการณ์ทำงานเพื่อให้กรรมการพิจารณา และรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการกิจกรรมตลอดโครงการ อย่างน้อย ๕ ราย ดูแลอำนวยความสะดวก ประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องในโครงการ รับผิดชอบในส่วนต่างๆ ของโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รายละเอียดตาม TOR. ข้อ ๗.๒ (๙)	๓		

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

๑๓.๓.๓ นำเสนอผลงานและประสบการณ์ทำงานของผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านมา คะแนนเต็ม ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเชื่อถือ จำนวนมากกว่า ๒ สัญญา	๕	ประเมินจากเอกสารที่ยื่นข้อเสนอ และการนำเสนอต่อคณะกรรมการ โดยจะต้องมีหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาการจ้างจัดงานที่มีลักษณะเดียวกับงานที่ประกวดราคาจ้างครั้งนี้ ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยพิจารณาเฉพาะจำนวนสัญญาที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของภาครัฐ หรือเอกชนที่ผู้ว่าจ้างเชื่อถือกำหนดอ้างอิงคุณสมบัติข้อ ๑๑ ๑๑)	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเชื่อถือ จำนวน ๒ สัญญา	๔		
(๓) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเชื่อถือ จำนวน ๑ สัญญา	๓		

๑๔. อัตราค่าปรับ

๑๔.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๔.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๔.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๕. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ตั้งเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับความชำรุดบกพร่อง

๑๖. เจ้าหน้าที่โครงการ

- ๑๖.๑ นางสาวรัมภาวรรณ อินทรรักษา โทร. ๐ ๒๕๐๗ ๘๒๗๖
- ๑๖.๒ นางสาววชิรินทร์ พันธุ์เกา โทร. ๐ ๒๕๐๗ ๘๒๘๔
- ๑๖.๓ นายบัณฑิต กุบกระเป๋ โทร. ๐ ๒๕๐๗ ๘๒๖๒

๑๗. สถานที่ติดต่อ

กลุ่มงานส่งเสริมแบรนด์ไทยและนักออกแบบสู่ตลาดโลก สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า ชั้น ๕ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สนามบินน้ำ)

..... ประธาน  กรรมการ  กรรมการ

..... กรรมการ  กรรมการ  กรรมการ

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

ในการจัดซื้อจัดจ้าง

๑. ชื่อโครงการ โครงการบ่มเพาะและส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล ปี ๒๕๖๙ (IDEA LAB)

๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๖,๕๐๐,๐๐๐ บาท

๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ๑๖ เมษายน ๒๕๖๙

โดยคำนวณราคาเฉลี่ยที่สืบราคาจากผู้มีอาชีพรับจ้าง ๓ ราย แล้วปรากฏว่าคิดได้เป็นจำนวนเงิน ๖,๕๓๒,๑๐๐.๐๐ บาท (หกล้านห้าแสนสามหมื่นสองพันหนึ่งร้อยบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้วเป็นราคากลาง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑ กิจกรรมบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๙ (IDEA LAB ๙ : Thai Brand Incubation Program)	๔,๘๑๐,๔๓๓.๓๓
๑) กิจกรรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (Branding Inspiration) (จำนวน ๑ วัน ณ สถานที่ราชการ ผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๘๐ ราย)	๓๖๗,๒๖๖.๖๗
๑.๑) ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	๖๘,๓๓๓.๓๓
๑.๒) ค่าเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ในการจัดกิจกรรม	๑๐๖,๖๖๖.๖๗
๑.๓) ค่าสมนาคุณวิทยากร (๔ คน x คนละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๑ ชั่วโมง x ๑ วัน)	๒๐,๐๐๐.๐๐
๑.๔) ค่าใช้จ่ายในพิธีเปิดกิจกรรม	๙๐,๐๐๐.๐๐
๑.๕) ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (๓๕ บาท x ๘๐ คน x ๒ มื้อ)	๕,๖๐๐.๐๐
๑.๖) ค่าอาหารกลางวัน (มื้อละ ๕๐๐ บาท x ๘๐ คน x ๑ มื้อ)	๔๐,๐๐๐.๐๐
๑.๗) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	๓๖,๖๖๖.๖๗
๒) กิจกรรมบ่มเพาะเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแบรนด์ (Brand Incubation)	๑,๗๓๔,๔๖๖.๖๖
๒.๑) กิจกรรมคัดกรองผู้สมัครและนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Screening & Pitching) (จำนวน ๒ วัน ณ สถานที่ราชการ)	๕๐๗,๑๐๐.๐๐
วันที่ ๑) กิจกรรมคัดกรองผู้สมัครเข้าร่วมการนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Screening)	๑๗๐,๐๐๐.๐๐
(๑) ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	๖๘,๓๓๓.๓๓
(๒) ค่าเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ในการจัดกิจกรรม	๖๖,๖๖๖.๖๗
(๓) ค่าตอบแทนคณะกรรมการ (เฉพาะภายนอกกรม) (๔ คน x คนละ ๕,๐๐๐ บาท x ๑ วัน)	๒๐,๐๐๐.๐๐
(๔) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	๑๕,๐๐๐.๐๐
วันที่ ๒) กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Pitching) (ผู้เข้าร่วม ๓๐ แบรินด์ (แบรินด์ละ ๒ คน))	๓๓๗,๑๐๐.๐๐
(๑) ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	๕๕,๐๐๐.๐๐
(๒) ค่าเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ในการจัดกิจกรรม	๙๓,๓๓๓.๓๓
(๓) ค่าสมนาคุณวิทยากร (๕ คน x คนละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๗ ชั่วโมง x ๑ วัน)	๑๗๕,๐๐๐.๐๐
(๔) ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (๓๕ บาท x ๓๐ คน x ๒ มื้อ)	๒,๑๐๐.๐๐
(๕) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	๑๑,๖๖๖.๖๗
๒.๒) กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (Brand Workshop) (จำนวน ๓ วัน) ณ สถานที่ราชการ ผู้เข้าร่วมวันละไม่น้อยกว่า ๒๐ แบรินด์ แบรินด์ละ ๒ คน)	๗๐๘,๓๙๙.๙๙
(๑) ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	๗๓,๓๓๓.๓๓
(๒) ค่าเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ในการจัดกิจกรรม	๘๓,๓๓๓.๓๓
(๓) ค่าสมนาคุณวิทยากร (๕ คน x คนละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๗ ชั่วโมง x ๓ วัน)	๕๒๕,๐๐๐.๐๐
- วันที่ ๑ (๕ คน x ชั่วโมงละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๗ ชั่วโมง)	๑๗๕,๐๐๐.๐๐
- วันที่ ๒ (๕ คน x ชั่วโมงละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๗ ชั่วโมง)	๑๗๕,๐๐๐.๐๐
- วันที่ ๓ (๕ คน x ชั่วโมงละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๗ ชั่วโมง)	๑๗๕,๐๐๐.๐๐
(๔) ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (๓๕ บาท x ๔๐ คน x ๒ มื้อ x ๓ วัน)	๘,๔๐๐.๐๐
(๕) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	๑๘,๓๓๓.๓๓
๒.๓) กิจกรรมนำเสนอแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ พิธีมอบประกาศนียบัตรและปิดโครงการ (จำนวน ๑ วัน ณ สถานที่ราชการ ผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๖๐ ราย)	๕๑๘,๙๖๖.๖๗
(๑) ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	๙๗,๑๐๐.๐๐

(๒) ค่าเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ในการจัดกิจกรรม	๑๑๓,๓๓๓.๓๓
(๓) ค่าสมาคมนักวิทยากร (๕ คน x คนละ ๕,๐๐๐ บาท/ชั่วโมง x ๗ ชั่วโมง x ๑ วัน)	๑๗๕,๐๐๐.๐๐
(๔) ค่าใช้จ่ายในพิธีเปิดกิจกรรม	๗๖,๖๖๖.๖๗
(๕) ค่าใบประกาศนียบัตรพร้อมกรอบ (๓๐๐ บาท x ๒๐ ชุด)	๖,๐๐๐.๐๐
(๖) ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (๓๕ บาท x ๖๐ คน x ๒ มื้อ)	๔,๒๐๐.๐๐
(๗) ค่าอาหารกลางวัน (มื้อละ ๕๐๐ บาท x ๖๐ คน)	๓๐,๐๐๐.๐๐
(๘) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	๑๖,๖๖๖.๖๗
๓) ค่าจัดทำคู่มือแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะราย (Customized Brand Strategy) และคู่มือสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ (Brand Campaign Guide) ทั้งรูปเล่มและไฟล์ดิจิทัล	๒,๒๐๐,๐๐๐.๐๐
๓.๑) คู่มือแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะราย (Customized Brand Strategy) สำหรับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการสร้างแบรนด์ (ระดับเริ่มต้น/ระดับกลาง) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ แบรนด์	๑,๘๑๕,๐๐๐.๐๐
(๑) ค่าจัดทำข้อมูลแบรนด์และสินค้า วางแผนกลยุทธ์ และออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์ และสินค้า (๑๐๐,๐๐๐ บาท x ๑๕ ชุด)	๑,๕๐๐,๐๐๐.๐๐
(๒) ค่าออกแบบ รวบรวม และจัดทำรูปเล่มแผนกลยุทธ์และไฟล์ดิจิทัล (๒๑,๐๐๐ บาท x ๑๕ ชุด)	๓๑๕,๐๐๐.๐๐
๓.๒) คู่มือสร้างสรรค์แคมเปญแบรนด์ (Brand Campaign Guide) สำหรับผู้ประกอบการแบรนด์ที่มีความพร้อมด้านการสร้างแบรนด์ (ระดับสูง) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ แบรนด์	๓๘๕,๐๐๐.๐๐
(๑) ค่าจัดทำข้อมูลแบรนด์และสินค้า วางแผนและออกแบบแนวทางการจัดทำแคมเปญและภาพลักษณ์แบรนด์ (๕๖,๐๐๐ บาท x ๕ ชุด)	๒๘๐,๐๐๐.๐๐
(๒) ค่าออกแบบ รวบรวม และจัดทำรูปเล่มแผนกลยุทธ์และไฟล์ดิจิทัล (๒๑,๐๐๐ บาท x ๕ ชุด)	๑๐๕,๐๐๐.๐๐
๔) ค่าจัดทำสื่อรวบรวมข้อมูลกิจกรรมเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า	๕๐๘,๗๐๐.๐๐
(๑) ค่าดำเนินการจัดทำสื่อรวบรวมข้อมูลแบรนด์ผู้ประกอบการ IDEALAB รุ่นที่ ๙ ในรูปแบบ E-Catalog ภาษาอังกฤษ	๑๗๓,๑๓๓.๓๓
(๒) ค่าดำเนินการบันทึกภาพการจัดกิจกรรม	๑๐๕,๑๓๓.๓๓
(๓) ค่าดำเนินการจัดทำสื่อวีดิทัศน์รวบรวมการบรรยายภาคการจัดกิจกรรม	๑๖๑,๖๖๖.๖๗
(๔) ค่าดำเนินการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรม จัดทำแบบทดสอบสำหรับคัดกรองผู้เข้าร่วม รวบรวมข้อมูล/ความเห็นของวิทยากรในแต่ละกิจกรรม และจัดทำแบบประเมินผลเพื่อจัดทำข้อมูลสรุปผลโครงการ	๖๘,๗๖๖.๖๗
๔.๒) กิจกรรมส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล (IDEA LAB : Thai Brand Instore Promotion)	๑,๗๒๑,๖๖๖.๖๗
(๑) คำนำเสนอแนวคิด (Concept) ออกแบบ Key Visual และจัดทำ Artwork	๑๔๐,๐๐๐.๐๐
(๒) ค่าออกแบบและตกแต่งพื้นที่จัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้า	๓๔๘,๓๓๓.๓๓
(๓) ค่าดำเนินการจัดพิธีเปิด	๑๖๓,๓๓๓.๓๓
(๔) ค่าเช่าไฮสทัทสนูปกรณ์พร้อมอุปกรณ์ แสง สี เสียง	๑๒๑,๖๖๖.๖๗
(๕) ค่าจัดทำ Press Release (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) และประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์	๓๐๘,๓๓๓.๓๓
(๖) ค่าจ้าง KOLs/KOCs เข้าร่วมกิจกรรม	๓๕๐,๐๐๐.๐๐
(๗) ค่าจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการที่มีการพัฒนาแบรนด์อย่างต่อเนื่องในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) พร้อมจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มอย่างดีจำนวน ๑๐ เล่ม	๑๑๑,๖๖๖.๖๗
(๘) ค่ารวบรวมและจัดทำข้อมูลผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบ E-Catalogue ภาษาอังกฤษ	๑๐๖,๖๖๖.๖๗
(๙) ค่าบริหารจัดการ	๗๑,๖๖๖.๖๗
รวมทั้งสิ้น	๖,๕๓๒,๑๐๐.๐๐

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

๕.๑ บริษัท มิวท์ จำกัด

๕.๒ บริษัท อามิน บาบ่า จำกัด

๕.๓ บริษัท บาร์คเคีเท็ค จำกัด

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

๖.๑ *ลล ล* ประธานกรรมการ
(นางสาวลลิสสา จินตานนท์)
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

๖.๒ *ณัฐ* กรรมการ
(นางสาวณพวรรณ สุทธาวาศ)
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

๖.๓ *ณัฐ ใจ* กรรมการ
(นางสาวรัชชทยา เอี่ยมไพโรจน์)
นักวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ปฏิบัติการ

ตารางการจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตในประเทศ

โครงการ.....

รายการวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ

แผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ปริมาณ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	เป็นเงิน (รวม)	วัสดุ ในประเทศ	วัสดุ ต่างประเทศ
1							
2							
3							
4							
5							
รวม							
อัตรา (ร้อยละ)							

ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

()

ตัวอย่างแบบการจัดทำแผนการทำงาน

ที่	รายการ	หน่วย	ปริมาณงาน	ราคาต่อหน่วย	เป็นเงิน	%
1	งานก่อสร้างเดิม					
	รายการ...	ลบ.ม.				
	รายการ...	ลบ.ม.				
	งานมือทาง					
2	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							

	% ACC PLAN	% ACC ACTUAL
130%		
95%		
80%		
70%		
60%		
50%		
40%		
30%		
20%		
10%		
0%		
0%		
1	0%	0%
2	0%	0%
3	0%	0%
4	0%	0%
5	0%	0%
6	0%	0%
7	0%	0%
8	0%	0%

- หมายเหตุ:
- กรณีตัวอย่าง กำหนดระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานทั้งสิ้น 8 เดือน
 - หมายถึง ระยะเวลาก่อสร้างตามแผนดำเนินงานของแต่ละรายการก่อสร้าง เช่น งานก่อสร้างเดิม กำหนดระยะเวลาการก่อสร้าง จำนวน 4 เดือน (ไม่รวมระยะเวลาการก่อสร้างมือทาง)
 - ร้อยละของงานที่ได้รับจ้างต้องดำเนินการก่อสร้างตามแผนงานประจำเดือนของแต่ละรายการก่อสร้าง ซึ่งแต่ละรายการก่อสร้าง คิดเป็น 100 %
 - มูลค่างานแต่ละรายการ คำนวณจากร้อยละตามแผนงานเทียบกับมูลค่างานของแต่ละรายการ
 - ร้อยละของแผนดำเนินงาน คำนวณจากมูลค่าของงานตามแผนดำเนินการ เมื่อเทียบกับมูลค่าของงานทั้งโครงการ

Money
% PLAN