

ร่างประกาศ และขอบเขตการจ้าง (TOR)

ชื่อหน่วยงาน	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ชื่อเรื่อง	ประกวดราคาจ้างโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๖ (IDEA LAB ๖ : Thai Brand Incubation Program) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)
วงเงินงบประมาณเบื้องต้น	๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท
อีเมลแอดเดรส	supplies@ditp.go.th
หมายเลขโทรศัพท์	๐-๒๕๐๗-๗๗๕๑
ที่อยู่หน่วยงาน	๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
วันที่ประกาศ	๑๘ เมษายน ๒๕๖๖
วันสิ้นสุดการประกาศ	๒๑ เมษายน ๒๕๖๖

(ร่าง)

ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เรื่อง ประกวดราคาจ้างโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๒ (IDEA LAB ๒ : Thai Brand Incubation Program)
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๒ (IDEA LAB ๒ : Thai Brand Incubation Program) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๕,๓๐๘,๓๓๓.๓๑ บาท (ห้าล้านสามแสนแปดพันสามร้อยสามสิบสามบาทสามสิบเอ็ดสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

จ้างโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๒ (IDEA LAB ๒ : Thai Brand Incubation Program)
จำนวน ๑ โครงการ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน ของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและ การบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำกำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมคำหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมคำหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมคำรายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำกำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมคำหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมคำหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมคำที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดเป็นผู้เข้าร่วมคำหลัก ผู้เข้าร่วมคำทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำกำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมคำ การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมคำทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมคำ

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

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

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

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

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

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

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

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

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

๑๓. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับงานที่จัดจ้าง หรือ มีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประมูลจ้างและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการหน่วยงานตามกฎหมายว่า ด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือ หน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่ หรือ บริษัทเอกชนระดับสากล โดยมีเอกสารที่เกี่ยวข้องหรือหนังสือรับรองผลงานภายในระยะเวลาไม่เกิน ๕ ปี มาแสดงด้วย

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่.....ระหว่างเวลา.....น. ถึง.....น.

ผู้เสนอราคาจะต้องนำข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตาม รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่..... ตั้งแต่เวลา..... เป็นต้นไป (รายละเอียด นำเสนอ ๓๐ นาที และตอบคำถามจากกรรมการ ๑๕ นาที) ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ ซึ่งกรมฯ จะแจ้งรายละเอียดให้ทราบต่อไป ทั้งนี้ กรมฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมฯ กำหนด

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาว์นโหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือ www.sprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒-๕๐๗๗๗๕๑ ในวันและเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๖

(นางสาวปิตินันท์ สมานรวงศ์)

นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(ร่าง)

เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ /๒๕๖๖

ประกวดราคาจ้างโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๖ (IDEA LAB ๖ : Thai Brand Incubation Program)

ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ เมษายน ๒๕๖๖

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๖ (IDEA LAB ๖ : Thai Brand Incubation Program) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

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

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

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

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นผู้มีส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กรม หน่วยงานประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน หรือหนังสือเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๒.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้
(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

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

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

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

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

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

๒.๑๓ ผู้ยื่นเสนอราคาต้องเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับงานที่จัดจ้าง หรือ มีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประมูลจ้างและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการหน่วยงานตามกฎหมายว่า ด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือ หน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่ หรือ บริษัทเอกชนระดับสากล โดยมีเอกสารที่เกี่ยวข้องหรือหนังสือรับรองผลงานภายในระยะเวลาไม่เกิน ๕ ปี มาแสดงด้วย

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)

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

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีโชคนิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น ข้อเสนอขอตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่ได้ถือสัญชาติไทย

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

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๔.๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล ให้ยื่นงบแสดงฐานะการเงินที่มีการรับรองแล้ว ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา

(๔.๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้ยื่นหนังสือรับรองบัญชีเงินฝาก ไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา และจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔.๓) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการและทุนจดทะเบียน หรือ มีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือ

บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์ (ถ้ามี)

(๖) สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี)

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

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

๓.๒ ส่วนที่ ๒ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนให้แนบหนังสือมอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย โดยมีหลักฐานแสดงตัวตนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ ทั้งนี้ หากผู้รับมอบอำนาจเป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

(๒) เอกสารด้านเทคนิค

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

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ตามแบบ ในข้อ 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 ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ท้ายใบเสนอราคาให้ถูกต้อง ทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคา โดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือนกันยายน ๒๕๖๖

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

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

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

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

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็น ผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ว่า ก่อนหรือในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นข้อเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการฯ เชื่อว่ามีการกระทำอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวเป็นผู้ที่งาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้
(๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
(๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายที่ส่งไปเรียบร้อยแล้ว

(๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวัน เวลาที่กำหนด

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

๔.๙ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยจัดทำแผนการทำงานตามเอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นกรณีสัญญาที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ และแผนการใช้เหล็กที่ผลิตในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๕.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๕.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ กรมจะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๕.๒.๑ จ้างโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๖ (IDEA LAB ๖ : Thai Brand Incubation Program)

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบกับเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

๕.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผล การประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอ เอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียด แตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีใช้ สำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อ ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการ ผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินสิทธิ ผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๕.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณี ดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วย อิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่ เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๕.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการ พิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิ ที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๕.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอ ทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะ ยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของ ทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือ ค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ ใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำ

การโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอที่ชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ หรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๕.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๖. การทำสัญญาจ้าง

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

๖.๑ เงินสด

๖.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารส่งจ่ายให้แก่กรม ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา หรือก่อนวันนั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการ

๖.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบาย กำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๖.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๖.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

๗. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวง ด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง โดยแบ่งออกเป็น ๒ งวดดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายน ๒๕๖๖

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๘๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และ กรม ได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๘. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๘.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๘.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๘.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๙. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๖ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน ๑๐ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๐. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๐.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๖ การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๖ แล้วเท่านั้น

๑๐.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องสั่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์ ดังนี้

(๑) แฉงการสั่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่าภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างสั่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มีใช่เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

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

๑๐.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกออกจากผู้ออกหนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกหรือให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๐.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๐.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอ ไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๐.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอ จะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ 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. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๒. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

เมษายน ๒๕๖๖

ขอบเขตของงาน (Term of Reference : TOR)
โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๖
(IDEA LAB 6 : Thai Brand Incubation Program)

๑. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีนโยบายในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น ๑ ใน ๕ ของเอเชียในปี ๒๕๗๐ สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการ Megatrends และยุคความปกติถัดไป (Next Normal) โดยการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ ผ่านการส่งเสริมให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย เพื่อให้เกิดการขยายช่องทางการตลาดแก่สินค้าและบริการไทย สำนักส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สนม.) จึงกำหนดดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทย (IDEA LAB: Thai Brand Incubation Program) ภายใต้โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการยุคใหม่สู่สากล (MOC 4I: Thai Brand Hero Program) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงวิสาหกิจชุมชนให้สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรมการออกแบบและการสร้างแบรนด์มุ่งสู่การเป็น Smart Enterprise โดยสร้าง New Business Model ที่มีนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี ตลอดจนมีการสร้างแบรนด์ของตนเอง เพื่อให้แบรนด์ไทยเป็นที่ยอมรับในเวทีการค้าโลก โดยแบ่งแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ตามความพร้อมออกเป็น ๔ ระดับ ดังนี้

ระดับที่ ๑ Inspiration สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ๆ โดยกระตุ้นให้มีการขยายตลาดโดยใช้ความต้องการของตลาดเป็นตัวนำ ปรับวิธีคิดของผู้ประกอบการ และเสริมทักษะการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ระดับที่ ๒ Incubation สำหรับผู้ประกอบการที่มีแบรนด์ของตนเองทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค เน้นการสร้างกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ การสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ รวมทั้งส่งเสริมการดำเนินธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์

ระดับที่ ๓ Implementation เสริมสร้างความเข้มแข็งสู่ตลาดต่างประเทศ โดยออกแบบสินค้า/บริการเป็นการเฉพาะ ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละตลาด พร้อมทั้งบริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจในการดำเนินธุรกิจในแต่ละประเทศแบบครบวงจร สร้างแบรนด์ไร้เดียงสาให้เฉพาะราย เพื่อกำหนดแผนที่ชัดเจนในการเจาะตลาด โดยมุ่งหวังให้เกิด Thai Brand Heroes ในตลาดต่างประเทศ

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

โดยที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ สนม. ได้จัดโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๑ - ๕ (Idea Lab 1 - 5) มาอย่างต่อเนื่อง มีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการและได้รับคู่มือการสร้างแบรนด์รวมทั้งสิ้น ๘๓ แบรนด์ นับได้ว่าการดำเนินการทั้ง ๕ รุ่นที่ผ่านมา ประสบความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพและยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในด้านการสร้างแบรนด์อย่างเป็นรูปธรรม โดยแต่ละรายได้แนวทางกลยุทธ์แบรนด์ของตนเอง ค้นพบอัตลักษณ์ จุดแข็ง ความท้าทายของตนเอง สามารถเพิ่มศักยภาพของธุรกิจในระดับสากล ด้วยการปรับผลิตภัณฑ์ แนวทางธุรกิจ การสื่อสารแบรนด์ การวางแผนขยายแบรนด์ในอนาคต ซึ่งผู้ประกอบการพึงพอใจและมองว่าโครงการนี้เป็นประโยชน์ ช่วยทำให้เห็นตัวตนของตนเองชัดเจนมากยิ่งขึ้น เกิดการจัดระบบความคิด และบริหารทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด อันเนื่องมาจากคำแนะนำจากทีมที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญสำหรับนำมาต่อยอดและพัฒนาแบรนด์ให้ตรงความต้องการของตลาดในปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากมีผู้ที่นำเอาวัตถุดิบ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้า ทำให้เกิดการขยายฐานการผลิตในภูมิภาค เกิดการสร้างงาน สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน อันนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอีกด้วย

สำหรับในปี ๒๕๖๖ สนม. จึงเห็นควรดำเนินโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยต่อเนื่องเป็นรุ่นที่ ๖ ภายใต้แนวคิด “Product Champion : Brand Building” เน้นผลักดันผู้ประกอบการแบรนด์ไทยที่มีสินค้าศักยภาพ

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

และมีความโดดเด่น มีอัตลักษณ์ของตนเอง เน้นกลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากสินค้าเกษตร เพื่อต่อยอดทางการตลาดด้วยกลยุทธ์การสร้างแบรนด์เฉพาะราย และแสวงหาเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อหาช่องทางและโอกาสทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถขยายตลาดในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถครองสัดส่วนทางการตลาดได้อย่างยั่งยืน โดยในปีนี้จะมีการทบทวนและติดตามผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการรุ่นที่ ๑ - ๕ เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผลของการนำกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ไปปรับใช้ และกระชับเครือข่าย เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย ในด้านการสร้างคุณค่าของแบรนด์สินค้าให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและให้สามารถขยายมูลค่าการค้าระหว่างประเทศได้อย่างยั่งยืน

๒.๒ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างเครือข่ายพันธมิตรในกลุ่มผู้ประกอบการและต่อยอดผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจด้วยกลยุทธ์การสร้างแบรนด์

๒.๓ เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าของผู้ประกอบการไทยผ่านช่องทางออนไลน์กับตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพ

๒.๔ เพื่อทบทวนและติดตามผลหลังเสร็จสิ้นโครงการปมเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๑ - ๕ ซึ่งทำให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรค การนำไปใช้จริง และควมามีประสิทธิผลของกลยุทธ์การสร้างแบรนด์

๓. ขอบเขตการดำเนินโครงการ

๓.๑ กลุ่มเป้าหมาย: ผู้ประกอบการที่ผ่านโครงการส่งเสริมนวัตกรรมหรือพัฒนาสินค้าจากหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ และมีการสร้างแบรนด์ของตนเอง มีสินค้าที่มีอัตลักษณ์และช่องทางการจัดจำหน่ายแล้ว ในกลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากสินค้าเกษตร อาทิ นวัตกรรมจากข้าว ผัก/ผลไม้ สมุนไพร โดยแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือ ๑) ประเภทอาหาร (Food) ๒) ประเภทไม่ใช่อาหาร (Non-Food)

๓.๒ กิจกรรมภายใต้โครงการ ประกอบด้วย ๗ กิจกรรมหลัก ดังนี้

๓.๒.๑ กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (๑ วัน) กลุ่มเป้าหมายคือผู้ประกอบการแบรนด์ไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๖๐ ราย โดยเป็นการจัดเสวนาแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นด้านกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ และประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการเพิ่มศักยภาพด้านแบรนด์ อาทิ การใช้ BCG Model สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแบรนด์ และเทรนด์ธุรกิจในยุค Next Normal โดยวิทยากรชั้นนำระดับประเทศ

๓.๒.๒ กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (๑ วัน) ผู้ประกอบการแบรนด์ไทย ศักยภาพ จำนวน ๓๐ แบรนด์ เพื่อนำเสนอ (Pitching) ข้อมูลต่อคณะกรรมการเพื่อพิจารณาคัดเลือกให้เหลือ ๑๕ แบรนด์ เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึกต่อไป


๓.๒.๓ กิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผล (๒ วัน) กลุ่มเป้าหมายแบ่งเป็น ๒ กลุ่ม คือ (๑) ผู้ประกอบการจาก IDEA LAB รุ่นที่ ๑ - ๕ ที่ผ่านการคัดเลือกจำนวน ๓๐ แบรนด์ และ (๒) ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยศักยภาพที่ผ่านการคัดเลือก ๑๕ แบรนด์ โดยเป็นการจัดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการได้นำเสนอสินค้าของตนเอง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแบรนด์ร่วมกัน

๓.๒.๔ กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (๓ วัน) ผู้ประกอบการแบรนด์ไทย ศักยภาพที่ผ่านการคัดเลือก ๑๕ แบรนด์ โดยเป็นทำงานร่วมกับวิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ เพื่อให้คำปรึกษาเชิงลึก และร่วมกันวิเคราะห์แผนกลยุทธ์รวมถึงการตั้งจุดเด่นและเรื่องราวของแบรนด์ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักและจดจำมากยิ่งขึ้น โดยจะมีการจัดทำแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ (Customize) รูปเล่มและไฟล์ดิจิทัล เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

๓.๒.๕ กิจกรรมพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ (๑ วัน) กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยศักยภาพที่ผ่านการคัดเลือก ๑๕ แบรนด์ โดยเป็นการจัดแสดงผลงานและมีเวทีให้ผู้ประกอบการได้นำเสนอผลงานและกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ที่ได้จัดทำร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ


..... ประธาน


..... กรรมการ


..... กรรมการ

๓.๒.๖ กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์ (OBM) กับตลาดจีน (๒ วัน) กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการ ที่ผ่านการคัดเลือกจำนวน ๔๕ แบรินด์ โดยเป็นการเจรจาการค้าออนไลน์ระหว่างผู้ประกอบการที่ ผู้นำเข้าจากจีน แสดงความสนใจเจรจาการค้าด้วย

๓.๒.๗ กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (๗ วัน) กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือก จำนวน ๔๕ แบรินด์ โดยร่วมกับสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย (Thai E-Commerce) เพื่อหาช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในต่างประเทศ หรือร่วมกับสำนัก ตลาดพาณิชย์ดิจิทัลประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์พันธมิตร

หมายเหตุ : รายละเอียดขอเขตการดำเนินโครงการเพิ่มเติมดังภาคผนวก

๔. ขอบเขตการดำเนินงานของผู้รับจ้าง

โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๖ (IDEA LAB 6 : Thai Brand Incubation Program) ภายใต้แนวคิด “Product Champion : Brand Building เป็นโครงการพัฒนาศักยภาพแบรนด์ไทย โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้ประกอบการที่มีการสร้างแบรนด์ของตนเอง หรือเคยผ่านโครงการส่งเสริมนวัตกรรมหรือโครงการพัฒนาสินค้าจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากสินค้าเกษตร อาทิ นวัตกรรมจากข้าว ผัก/ผลไม้ สมุนไพร สามารถพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจของตนเองได้ โดยกิจกรรมภายใต้โครงการประกอบด้วย การเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ การเสริมสร้างเครือข่าย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการลงมือปฏิบัติและทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ระดับชั้นนำของประเทศอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ได้รับแนวทางและองค์ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ สามารถสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าและสร้างแบรนด์ไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลได้อย่างยั่งยืน และเหมาะสมในสถานการณ์การค้าปัจจุบันฐานวิถีชีวิตถัดไป (Next Normal) โดยมีการจัดจ้างบริษัทเพื่อวางแผนและดำเนินการตามรายละเอียดขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

๔.๑ การวางแผนบริหารจัดการและดำเนินโครงการ

๔.๑.๑ การวางแผนและจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ตลอดโครงการ ดังนี้

(๑) จัดทำแผนการดำเนินงานและแผนปฏิบัติการ (Action Plan) วางแผนการดำเนินงาน การจัดกิจกรรมบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๖ ตลอดโครงการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ มีประสิทธิภาพ และมีความเหมาะสม รวมถึงตัวชี้วัดตามที่กำหนด โดยต้องเสนอแนวคิดโครงการ เนื้อหาองค์ความรู้หลัก รูปแบบการดำเนินงานและวิธีการจัดกิจกรรมในภาพรวม สถานที่จัดงาน รูปแบบการตกแต่งสถานที่ และกำหนดระยะเวลา (Timeline) ในแต่ละขั้นตอนการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน รวมถึงออกแบบ Floor Plan สำหรับสถานที่อบรมสัมมนา ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อนดำเนินงาน โดยสามารถนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาอื่นๆ เพิ่มเติมได้ หากเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อโครงการ

(๒) กำหนดประเด็นสื่อสารและนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ เสนอชื่อหัวข้อการจัดงาน (ธีม) ที่สอดคล้อง ภายใต้แนวคิด “Product Champion : Brand Building” กำหนดระยะเวลาและช่องทางการประชาสัมพันธ์รับสมัครของโครงการ เพื่อสร้างความรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งออนไลน์ (เช่น Facebook, YouTube เป็นต้น) และออฟไลน์อย่างเหมาะสม รวมถึงประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานพันธมิตร ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกแบบ Content และ Artwork ที่จะเผยแพร่ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อนดำเนินการผลิตเผยแพร่ รวมถึงออกแบบสื่ออื่นๆ

๔.๑.๒ นำเสนอแนวทางการออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

(๑) ออกแบบ Key Visual และกราฟิกสำหรับใช้สื่อสารและประชาสัมพันธ์โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทย รุ่นที่ ๖ (IDEA LAB 6: Thai Brand Incubation Program) ให้สอดคล้องกับหัวข้อการจัดงาน (ธีม) ที่เสนอและวัตถุประสงค์ของโครงการ

(๒) ออกแบบ Photo Backdrop และ Roll-up สำหรับถ่ายภาพหน้างาน พร้อมออกแบบ Banner ขนาดต่างๆ อาทิ ๖๒๐ x ๔๐๐ px และ ๑๐๐๐ x ๔๘๐ px เป็นต้น สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรมบน



..... ประธาน



..... กรรมการ



..... กรรมการ

เว็บไซต์กรม เว็บไซต์สำนัก และสื่อโซเชียลของกรมและสำนัก ทั้งนี้ ขนาดสัดส่วนสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

(๓) ออกแบบการเขียนข่าว Press Release ๒ ฉบับ ในรูปแบบ Infographic สำหรับเผยแพร่ข่าวในวันพิธีเปิด ๑ ฉบับ และพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ ๑ ฉบับ

(๔) นำเสนอแนวทางจัดทำวีดิทัศน์ (VTR) VDO Presentation พร้อม Storyboard เผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ จำนวน ๒ ชิ้น ดังนี้

- ชิ้นที่ ๑ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ ความยาวประมาณ ๑-๓ นาที

- ชิ้นที่ ๒ เพื่อใช้ในการสรุปผลการดำเนินโครงการ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป ความยาวประมาณ ๒-๕ นาที โดยมีเนื้อหา อาทิ บทสัมภาษณ์ความรู้สึกของผู้เข้าร่วมโครงการ ความรู้และสิ่งที่ได้รับจากโครงการในภาพรวม เป็นต้น ความคมชัดของภาพและเสียงระดับ Full HD

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องออกแบบและจัดทำสื่อขนาดอื่นๆ เพิ่มเติม ที่ผู้รับจ้างเห็นว่าเป็นประโยชน์และเหมาะสม

๔.๑.๓ จัดเตรียมความพร้อมและดำเนินการรับสมัครด้วยระบบออนไลน์ และประสานงานต่างๆ เกี่ยวกับการรับสมัคร ประกอบด้วย

(๑) ออกแบบและจัดทำใบสมัคร ในรูปแบบออนไลน์ ประกอบด้วย รายชื่อ ชื่อบริษัท ประเภทผลิตภัณฑ์ ที่ตั้งบริษัท ช่องทางการติดต่อ เลขนิติบุคคล (ถ้ามี) และข้อมูลในส่วนอื่นๆ ที่จำเป็น อาทิ ข้อมูลการค้า ตลาดเป้าหมายของผู้ประกอบการ

(๒) ดำเนินการเชิญชวนและรับสมัครผู้เข้าร่วมโครงการ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยจัดส่ง/เผยแพร่ข่าวการรับสมัคร และเชิญชวนตามช่องทางต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง อาทิ จัดทำและดำเนินการ Email Marketing ประสานกับหน่วยงานพันธมิตร โซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์กรมและสำนัก พร้อมรับสมัครผู้ประกอบการโดยให้มีผู้สมัครเข้าร่วมโครงการจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๖๐ ราย

(๓) จัดทำฐานข้อมูลผู้สมัครอย่างเป็นระบบ รวบรวมรายชื่อ ชื่อบริษัท ประเภทผลิตภัณฑ์ ที่ตั้งบริษัท ช่องทางการติดต่อ เลขนิติบุคคล (ถ้ามี) และข้อมูลในส่วนอื่นๆ ที่จำเป็น โดยผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจะต้องมีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดของกรม

(๔) บริหารจัดการระบบการทำแบบทดสอบออนไลน์ โดยผู้รับจ้างต้องจัดการสร้างแบบทดสอบผู้ประกอบการก่อนเข้าร่วมโครงการ พร้อมจัดทำแบบฟอร์มประเมินผลความพึงพอใจหลังเข้าร่วมกิจกรรม โดยหัวข้อของข้อมูลจะต้องสอดคล้องและสะท้อนวัตถุประสงค์ของโครงการ มีการคัดกรองปัจจัยที่เหมาะสม มีนัยสำคัญต่อโครงการ ช่วยให้เก็บข้อมูลและประเมินผลในภายหลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๕) จัดทำวีดิทัศน์ (VTR) VDO Presentation เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิญชวนและรับสมัครผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ ความยาวประมาณ ๑-๓ นาที

๔.๑.๔ ออกแบบเนื้อหาหลักสูตรกิจกรรมของโครงการ

กำหนดหัวข้อและออกแบบเนื้อหาสำหรับจัดทำหลักสูตรการอบรม พร้อมรายละเอียดในแต่ละกิจกรรมทั้งหมด ๓ กิจกรรม ประกอบด้วย

(๑) กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ จำนวน ๑ วัน

(๒) กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก จำนวน ๓ วัน

(๓) กิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผล จำนวน ๒ วัน

โดยอยู่ภายใต้กรอบเนื้อหาของเรื่องการสร้างแบรนด์ (Branding) อาทิ Branding Anatomy, Brand Identity, Co-Branding เป็นต้น ด้านการตลาด เทรนด์ธุรกิจในยุค Next Normal การใช้ BCG Model เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแบรนด์ การใช้เครื่องมือดิจิทัล หรือหัวข้ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมโครงการ



..... ประธาน



..... กรรมการ



..... กรรมการ

๔.๑.๕ นำเสนอวิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินกิจกรรมในแต่ละกิจกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย โดยต้องเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์สอดคล้องกับหลักสูตรตามข้อ ๔.๑.๔ (๑) หรือเป็นผู้เข้าร่วมที่ผู้ที่เคยผ่านโครงการ T MARK หรือ IDEA LAB ๑ - ๕ เพื่อร่วมแบ่งปันประสบการณ์กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่จะได้รับฟังการ Talk ที่มีมิติความหลากหลาย

(๒) กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Pitching) และการสัมภาษณ์รายบริษัท จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย

(๓) กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (Workshop) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย โดยต้องเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์สอดคล้องกับหลักสูตรตามข้อ ๔.๑.๔ (๒)

(๔) กิจกรรมนำเสนอแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ (Customize) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย โดยต้องเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ด้านการตลาดและการค้าระหว่างประเทศ ผู้ซื้อหรือตัวแทนจากห้างค้าปลีก หรือด้านอื่น ๆ ที่สัมพันธ์กัน เพื่อเป็นการสร้างโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการ

(๕) กิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผล จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย โดยต้องเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์สอดคล้องกับหลักสูตรตามข้อ ๔.๑.๔ (๓)

พร้อมทั้งแนบประวัติการทำงานโดยละเอียด ทั้งนี้ วิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญในแต่ละกิจกรรมสามารถเสนอรายชื่อซ้ำรายเดิมได้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

***หมายเหตุ: (๑) ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบในการเตรียมค่าสมนาคุณวิทยากรในอัตราไม่เกินชั่วโมงละ ๔,๐๐๐ บาท และเป็นผู้รับผิดชอบในการติดต่อประสานงาน เรียงเชิญวิทยากร ค่าพาหนะเดินทาง อำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้กับวิทยากรตามความเหมาะสม

(๒) กิจกรรมการฝึกอบรม หัวข้อ วิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญอาจมีการปรับเปลี่ยนขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ประโยชน์สูงสุด และดุลยพินิจของกรม โดยหลักสูตรการอบรมจะต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อนดำเนินการจัดโครงการ และหากมีการเปลี่ยนแปลงวิทยากรและหัวข้อ ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อนทุกครั้ง

๔.๑.๖ จัดหาบุคลากรเพื่อบริหารกิจกรรมตลอดโครงการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ได้แก่ ผู้อำนวยการโครงการ หัวหน้าโครงการ เจ้าหน้าที่รับลงทะเบียน เจ้าหน้าที่ประสานงานและอำนวยความสะดวก พิธีกรผู้ดำเนินรายการ เจ้าหน้าที่โสตทัศนอุปกรณ์ เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการในด้านต่าง ๆ ของโครงการ พร้อมแนบรายชื่อและประวัติการทำงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย

๔.๒ การดำเนินการจัดกิจกรรมภายใต้โครงการ ประกอบด้วย

๔.๒.๑ กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ รูปแบบไฮบริด (ระยะเวลา ๑ วัน)

(๑) ดำเนินการจัดเตรียมสถานที่สำหรับกิจกรรมเสวนาและพิธีเปิดโครงการ (สถานที่เอกชน) โดย

(๑.๑) ดำเนินการจัดหาและเตรียมสถานที่จัดงาน (ในสถานที่เอกชน) ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมต่อการจัดเสวนาทั้งในรูปแบบ Onsite และ Online ตลอดจนออกแบบและตกแต่งสถานที่จัดงานอย่างเหมาะสม สวยงาม เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการ โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม รวมถึงอาหารกลางวันสำหรับผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

(๑.๒) จัดหาโสตทัศนอุปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ ตลอดจนการจัดงานให้เพียงพอและเหมาะสม

(๑.๓) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก ในการติดต่อประสานงานกับผู้เข้ารับการอบรม รวมถึงจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลโครงการ เพื่ออำนวยความสะดวกภาพรวมตลอดระยะเวลาที่มีการจัดกิจกรรม

(๑.๔) ดำเนินการจัดพิธีเปิดกิจกรรม จำนวน ๑ ครั้ง ก่อนการจัดอบรม



ประธาน



กรรมการ



กรรมการ

(๑.๕) จัดหาพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์ในงานด้านการฝึกอบรม หรือ สัมมนา จำนวน ๑ ราย สำหรับดำเนินรายการในพิธีเปิดและระหว่างการอบรม รวมถึงจัดทำสคริปต์สำหรับพิธีกร โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อนดำเนินงาน

(๑.๖) จัดทำคำกล่าวรายงานและคำกล่าวเปิดงานสำหรับผู้บริหารกรม

(๑.๗) จัดทำ Photo Backdrop จำนวน ๑ ชุด และ Roll-up จำนวนอย่างน้อย ๒ ชุด สำหรับถ่ายภาพหน้างาน

(๑.๘) เขียนข่าว Press Release ๑ ฉบับ สำหรับเผยแพร่ข่าวในวันพิธีเปิด

(๒) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมเสวนาในรูปแบบออนไลน์ ในหัวข้อเกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ของกรมและสำนัก หรือช่องทางออนไลน์อื่นๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า ๓ ช่องทาง

(๓) ประสานงานและอำนวยความสะดวกผู้เข้าร่วมกิจกรรม ประกอบด้วย ประธานพิธีเปิด วิทยากร ผู้ติดตาม และเจ้าหน้าที่กรม ตามความเหมาะสม

(๔) กำหนดแนวทางการพิจารณาผู้สมัคร (จากแบรนด์ที่เข้าร่วมกิจกรรมเสวนาไม่น้อยกว่า ๑๖๐ แบรนด์) พร้อมดำเนินการอำนวยความสะดวกในการคัดเลือกผู้ประกอบการที่เหมาะสมจำนวน ๖๐ แบรนด์ ประกอบด้วย

(๔.๑) ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยที่มีศักยภาพจำนวน ๓๐ แบรนด์ เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมการนำเสนอแนวทางกลยุทธ์ (Pitching) และกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (Workshop)

(๔.๒) ผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ ๑ - ๕ จำนวน ๓๐ แบรนด์ เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผลต่อไป

(๕) จัดทำแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการอบรม และประเมินผลวิทยากร พร้อมสรุปผล โดยจัดทำในรูปแบบ Online ในหัวข้อที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อกรม เช่น ร้อยละความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ข้อเสนอแนะ ฯลฯ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อนการเผยแพร่

(๖) ดำเนินการบันทึกภาพเคลื่อนไหว ภาพถ่าย ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อใช้ทำวีดิทัศน์สรุปผลการดำเนินโครงการ

๔.๒.๒ กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (ระยะเวลา ๑ วัน) เพื่อให้ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยที่มีศักยภาพ ๓๐ แบรนด์ ที่ผ่านการคัดเลือกในข้อ ๔.๒.๑ นำเสนอกกลยุทธ์ต่อวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อคัดเลือก ๑๕ แบรนด์ เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึกต่อไป

(๑) ดำเนินการจัดหาและเตรียมสถานที่จัดงานพร้อมออกแบบและตกแต่งสถานที่โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสม

(๒) ประสานเชิญวิทยากรและอำนวยความสะดวกแก่วิทยากรในการเข้าร่วมกิจกรรม

(๓) จัดหาโสตทัศนูปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ ตลอดการจัดงานตามความเหมาะสม รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง

(๔) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก ประสานงาน ติดต่อผู้เข้ารับการอบรม และจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลโครงการ เพื่ออำนวยความสะดวกภาพรวมของการจัดกิจกรรมตลอดงาน

(๕) ประสานงาน รวมถึงอำนวยความสะดวกวิทยากร/ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ และเจ้าหน้าที่กรม ในด้านอื่นๆ ตามความเหมาะสม

(๖) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม รวมถึงอาหารกลางวันสำหรับผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

(๗) ดำเนินการบันทึกภาพเคลื่อนไหว ภาพถ่าย ระหว่างการจัดกิจกรรมเพื่อใช้ทำวีดิทัศน์สรุปผลการดำเนินโครงการ



ประธาน



กรรมการ



กรรมการ

(๘) จัดทำแบบประเมินผลการอบรม และประเมินผลวิทยากร พร้อมสรุปผล โดยจัดทำในรูปแบบ Online ในหัวข้อที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อกรม เช่น ร้อยละความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ข้อเสนอแนะ ฯลฯ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อนการเผยแพร่

๔.๒.๓ กิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผล (ระยะเวลา ๒ วัน)

(๑) จัดเตรียมสถานที่ที่มีความเหมาะสมสำหรับจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผล

(๒) ออกแบบและตกแต่งสถานที่ รองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๔๕ แบรินด์ (ผู้ประกอบการแบรินด์ไทยศักยภาพจำนวน ๑๕ แบรินด์ และผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ ๑ - ๕ จำนวน ๓๐ แบรินด์) ประกอบด้วย เวทีนำเสนอสินค้า พื้นที่จัดแสดงนิทรรศการตัวอย่างสินค้า รวมถึงพื้นที่อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมตามความเหมาะสม

(๓) ประสานเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรินด์เข้าร่วมกิจกรรม และอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรม

(๔) ติดต่อประสานงานกับบริษัทผู้จัดทำสื่อไลฟ์สไตล์ออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลบทความของแบรินด์ที่ผ่านการคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๕ แบรินด์

(๕) จัดหาไฮดรอลิกปั๊ม ระบบแสง สี เสียงต่างๆ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ ตลอดการจัดงานตามความเหมาะสม รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง

(๖) จัดหาพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี จำนวน ๑ ราย สำหรับดำเนินกิจกรรมสร้างเครือข่าย รวมถึงจัดทำสคริปต์สำหรับพิธีกร ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อนดำเนินงาน

(๗) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก ประสานงาน ติดต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่ออำนวยความสะดวกภาพรวมของงาน

(๘) จัดเตรียมอาหารกลางวัน และอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่มตามความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

(๙) ดำเนินการถ่ายภาพการดำเนินกิจกรรม ทั้งภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่ง

(๑๐) จัดทำแบบประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ พร้อมติดตามผลการประเมินสรุปรายงานกรมทราบภายใน ๗ วันนับจากเสร็จสิ้นกิจกรรม

๔.๒.๔ กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (Workshop) รูปแบบไฮบริด (ระยะเวลา ๓ วัน)

(๑) ดำเนินการเตรียมสถานที่จัดงานในสถานที่เอกชน ที่สะดวกในการเดินทาง มีภาพลักษณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสม

(๒) ออกแบบและตกแต่งสถานที่ จัดทำจุดถ่ายภาพ ให้สอดคล้อง Concept ของงาน

(๓) ประสานเชิญวิทยากรและอำนวยความสะดวกแก่วิทยากรในการเข้าร่วมกิจกรรม

(๔) จัดหาไฮดรอลิกปั๊ม ระบบแสง สี เสียงต่างๆ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ รวมถึงอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) และเครื่องมือที่จำเป็นในการจัดฝึกอบรมให้พอเพียงตามความเหมาะสม

(๕) จัดเตรียมเอกสารและวัสดุอุปกรณ์เครื่องเขียนที่จำเป็นในการฝึกอบรม รวมถึงแบบประเมินผลโครงการและแบบประเมินผลวิทยากรให้พอเพียงเหมาะสมตลอดการจัดงาน

(๖) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก ประสานงาน ติดต่อผู้เข้ารับการอบรม และจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลโครงการ เพื่ออำนวยความสะดวกภาพรวมของการอบรมตลอดงาน

(๗) จัดเตรียมอาหารกลางวันและอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่มสำหรับผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

(๘) ดำเนินการบันทึกภาพเคลื่อนไหว ภาพถ่าย ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อใช้ทำวีดิทัศน์สรุปผลการดำเนินโครงการ



..... ประธาน



..... กรรมการ



..... กรรมการ

(๙) จัดทำแบบประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ พร้อมติดตามผลการประเมินสรุปรายงานกรมทราบภายใน ๗ วันนับจากเสร็จสิ้นกิจกรรม

๔.๒.๕ จัดทำแบบสรุปลงยุทธศาสตร์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะ (Customized Brand & Product Strategy) ๒ รูปแบบ

(๑) รูปเล่มรายงาน จำนวน ๑๕ เล่ม ข้อมูลประกอบด้วย รูปแบบเนื้อหาการจัดทำแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ (Customized Brand Strategy) ซึ่งครอบคลุมเนื้อหากลยุทธ์ที่ผู้เชี่ยวชาญพัฒนาให้ผู้ประกอบการในรูปแบบเฉพาะ (Customize) เป็นต้น โดยทำการส่งมอบให้ผู้เข้าร่วมโครงการแบรนด์ละ ๑ ชุด (รวมทั้งหมด ๑๕ เล่ม) และ ๑ เล่มรวมข้อมูลทั้ง ๑๕ แบรนด์ เพื่อส่งมอบให้กรม

(๒) รูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ ในลักษณะ Product E-catalogue (Customized Product Strategy) โดยมีเนื้อหาครอบคลุมถึงรายละเอียดตัวสินค้าที่ผ่านการพัฒนา อาทิ รูปภาพ (ความละเอียดสูง) ชื่อ รายละเอียดสินค้า ช่องทางการติดต่อ เป็นต้น หรือรายละเอียดอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปต่อยอดทางการค้า/ทางธุรกิจได้

๔.๒.๖ กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์ (OBM) กับตลาดจีน (ระยะเวลา ๒ วัน) สำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมในข้อ ๔.๒.๓ จำนวน ๔๕ แบรนด์ (รุ่นที่ ๑ - ๖)

(๑) ติดต่อประสานงาน รวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการ และอำนวยความสะดวกการจัดเจรจาการค้าออนไลน์ระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้นำเข้าจากจีน

(๒) จัดทำ E-Catalogue รวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการ และสินค้าเพื่อจัดส่งให้ผู้นำเข้าพิจารณานัดหมายเจรจาการค้า

(๓) จัดทำแบบประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ พร้อมติดตามผลการประเมินสรุปรายงานกรมทราบภายใน ๗ วันนับจากเสร็จสิ้นกิจกรรม

๔.๒.๗ กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (ระยะเวลา ๗ วัน) สำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมในข้อ ๔.๒.๓ จำนวน ๔๕ แบรนด์ (รุ่นที่ ๑ - ๖)

(๑) ดำเนินการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการ

(๒) ติดต่อประสานงานกับสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย (Thai E-Commerce) เพื่อขอความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าแบรนด์ไทยบนแพลตฟอร์มออนไลน์

(๓) จัดทำแบบประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ พร้อมติดตามผลการประเมินสรุปรายงานกรมทราบภายใน ๗ วันนับจากเสร็จสิ้นกิจกรรม

๔.๒.๘ กิจกรรมพิธีมอบประกาศนียบัตร และพิธีปิดโครงการ (สถานที่เอกชน)

(๑) จัดเตรียมสถานที่ที่มีความเหมาะสมสำหรับจัดกิจกรรมนำเสนอแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ รวมถึงพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด

(๒) ออกแบบและตกแต่งสถานที่ ประกอบด้วย เวทีนำเสนอกลยุทธ์ นิทรรศการแสดงสินค้า หรือภาพ storytelling ของแบรนด์ของผู้ประกอบการทั้ง ๑๕ แบรนด์ ที่ได้รับการบ่มเพาะจากกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก ในข้อ ๔.๒.๔ รวมถึงพื้นที่สำหรับพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด

(๓) ประสานเชิญและอำนวยความสะดวกวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ จากภาครัฐ ภาคเอกชน และห้างค้าปลีก เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อรับฟังและเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการของแต่ละแบรนด์ รวมถึงช่องทางในการจำหน่ายสินค้าต่อไป

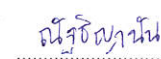
(๔) เขียนข่าว Press Release ๑ ฉบับ สำหรับเผยแพร่ข่าวหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรม

(๕) วางแผน จัดเตรียม กำหนดการและลำดับพิธี การตกแต่งสถานที่ เวที และบริเวณพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด

(๖) จัดหาโสตทัศนอุปกรณ์ ระบบแสง สี เสียงต่างๆ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ให้เหมาะสมและเพียงพอ

 ประธาน

 กรรมการ

 กรรมการ

(๗) จัดทำจุดถ่ายภาพ (Photo Landmark) ให้สอดคล้องกับลักษณะของงาน (Theme) สำหรับถ่ายภาพ พร้อมทั้งออกแบบระบบแสง สี เสียงต่างๆ ที่มีความเหมาะสมและแสดงให้เห็นภาพลักษณ์อันดีของโครงการ

(๘) จัดเตรียมพิธีกร และจัดทำสคริปต์สำหรับพิธีกร

(๙) จัดทำคำกล่าวรายงานสรุปผลโครงการและคำกล่าวพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิด

(๑๐) จัดหาเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก และประสานงานในการรับรองประธานพิธีปิด รวมถึงผู้ติดตาม วิทยากร สื่อมวลชนและเจ้าหน้าที่กรม รวมถึงอำนวยความสะดวกในด้านอื่นๆ ตามความเหมาะสม

(๑๑) จัดเตรียมอาหารกลางวัน และอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่มให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม

(๑๒) จัดทำใบประกาศนียบัตรอิเล็กทรอนิกส์ (E-Certificate) พร้อมดำเนินการออกใบประกาศนียบัตรอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผู้ผ่านการฝึกอบรม

(๑๓) จัดทำใบประกาศนียบัตร (Certificate) สำหรับผู้ผ่านการฝึกอบรม ขนาด A3 พร้อมกรอบโดยมีรูปแบบตามที่กรมกำหนด และผลิตตามจำนวนที่ได้รับจริง

(๑๔) ดำเนินการบันทึกภาพเคลื่อนไหว ภาพถ่าย ระหว่างการจัดกิจกรรมเพื่อใช้ทำวีดิทัศน์สรุปผลการดำเนินโครงการ

๔.๓ การดำเนินงานหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม

รวบรวมผลการดำเนินกิจกรรมและประมวลภาพกิจกรรมทั้งหมด ประกอบด้วย

๔.๓.๑ จัดทำสรุปรวบรวมผลการดำเนินงาน ผลการประเมินการเข้าร่วมกิจกรรม พร้อมข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จากการดำเนินโครงการ บันทึกเนื้อหาจากกิจกรรม และปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ (Key Success Factor) ข้อมูลการประเมินผลพัฒนาการของผู้เข้าร่วมโครงการแต่ละรายโดยผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงแบบสรุปกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะ (Customized Brand & Product Strategy) ในรูปแบบรูปเล่มรายงานและไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ บันทึกลง External Hard Disk

๔.๓.๒ จัดทำวีดิทัศน์ (VTR) VDO Presentation สรุปผลภาพรวมการดำเนินโครงการที่มีความคมชัดของภาพและเสียงระดับ Full HD ความยาวประมาณ ๒-๕ นาที โดยมีเนื้อหา อาทิ บทสัมภาษณ์ความรู้สึกของผู้เข้าร่วมโครงการ ความรู้และสิ่งที่ได้จากโครงการ เป็นต้น เพื่อนำไปใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป

๔.๓.๓ จัดทำสรุปข้อมูลผู้เข้าร่วมโครงการ IDEA LAB 6 อาทิ รายชื่อบริษัท ที่อยู่ ชื่อผู้ประสานงาน ข้อมูลสำหรับติดต่อ แบนด์สินค้า ประเภทสินค้า รายละเอียดสินค้า และภาพประกอบสินค้า เป็นต้น เพื่อฐานข้อมูลสำหรับต่อยอดการเข้าร่วมโครงการอื่นๆ ของกรม

ทั้งนี้ บริษัทจะต้องจัดทำเอกสารส่งกรมจำนวน ๓ ชุด พร้อมบันทึกข้อมูลลงใน External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด ในวันส่งมอบงานงวดสุดท้าย

๔.๔ ผู้รับจ้างต้องใช้วัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นวัสดุที่ผลิตภายในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตในประเทศ เสนอผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ได้ลงนามสัญญา

หมายเหตุ

๑. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในฐานะผู้จ้าง ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนรายละเอียดที่ผู้เสนองาน/เสนอราคาได้นำเสนอ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์กิจกรรมตามความเหมาะสม

๒. การออกแบบกราฟิกหรือการใช้รูปแบบอักษร (Font) หรือภาพอ้างอิงในการออกแบบในกิจกรรม ต้องถูกต้องตามลิขสิทธิ์หรือได้รับอนุญาตจากเจ้าของแล้วเท่านั้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในฐานะผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบหากมีกรณีฟ้องร้องในการละเมิดลิขสิทธิ์

๕. ระยะเวลาการดำเนินงาน

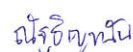
ภายในเดือนพฤษภาคม - กันยายน ๒๕๖๖



..... ประธาน



..... กรรมการ



..... กรรมการ

๖. งบประมาณ

วงเงินการจ้าง ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท

๗. ระยะเวลาการส่งมอบและการชำระเงิน

กรมจะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่นๆ และค่าใช้จ่ายที่พึงปวงแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงินเป็น จำนวน ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เบิกจ่ายร้อยละ ๒๐ เมื่อดำเนินการในข้อ ๔.๑, ๔.๒.๑-๔.๒.๒ และ ๔.๔ เสร็จสิ้นภายในเดือน มิถุนายน ๒๕๖๖

งวดที่ ๒ เบิกจ่ายร้อยละ ๘๐ เมื่อดำเนินการในข้อ ๔.๒.๓-๔.๒.๘ และ ข้อ ๔.๓ เสร็จสิ้นภายในเดือน กันยายน ๒๕๖๖

๘. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๘.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๘.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๘.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๘.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๘.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๘.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๘.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๘.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๘.๑๑ ผู้ยื่นเสนอราคาต้องเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับงานที่จัดจ้าง หรือ มีผลงานประเภท เดียวกันกับงานที่ประมูลจ้างและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการหน่วยงานตามกฎหมายว่า ด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือ หน่วยงานเอกชนขนาดใหญ่ หรือ บริษัทเอกชนระดับ สากล โดยมีเอกสารที่เกี่ยวข้องหรือหนังสือรับรองผลงานภายในระยะเวลาไม่เกิน ๕ ปี มาแสดงด้วย

๙. แนวทางการเสนองาน

คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้



..... ประธาน



..... กรรมการ



..... กรรมการ

๙.๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้าง ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

๙.๒ เอกสารข้อเสนอทางเทคนิค ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดเตรียมเอกสารให้ครบตามข้อกำหนดใน ประกาศของกรม โดยมีสาระสำคัญ ประกอบด้วย

- การนำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียดการดำเนินงาน รูปแบบการดำเนินงาน ขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ตารางการทำงาน ระยะเวลาการดำเนินการ และประวัติเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ตามข้อ ๓.

- ประวัติและผลงานของผู้เสนองานที่ผ่านมา และเอกสารหนังสือจดทะเบียนบริษัทและประวัติ โดยสรุป โดยนำเสนอไม่เกิน ๒๐ หน้า

- ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคตามเอกสารที่ยื่นไว้ในระบบประกวดราคาจ้าง ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ผู้เสนอราคาจะต้องนำข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตาม รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่..... ตั้งแต่เวลา..... เป็นต้นไป (รายละเอียด ๔๕ นาที นำเสนอ ๓๐ นาที และตอบคำถามจากกรรมการ ๑๕ นาที) ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ ซึ่งกรมฯ จะแจ้งรายละเอียดให้ทราบต่อไป ทั้งนี้ กรมฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองาน ตามวันและเวลาที่กรมฯ กำหนด

๙.๓ เอกสารข้อเสนอด้านราคา

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

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญากรมฯ จะแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรมฯ เพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

๑๐. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จะพิจารณาตัดสินจัดจ้างผู้เสนอราคา โดยใช้แนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (E-bidding) หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๑๐.๑ ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐกรมบัญชีกลาง เป็นผู้กำหนดการให้คะแนนราคาที่นำเสนอ (Price)

๑๐.๒ ข้อเสนอทางเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ (คิดจากคะแนน ๑๐๐ คะแนน) ซึ่งประกอบด้วย

๑๐.๒.๑ การวางแผนบริหารจัดการและดำเนินโครงการ (๔๕ คะแนน) ดังนี้

(๑) การนำเสนอแนวคิด/รูปแบบในการจัดกิจกรรม (๑๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้



..... ประธาน



..... กรรมการ



..... กรรมการ


เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑.๑) นำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรมที่สมบูรณ์ ทันต่อยุคสมัย พร้อมนำไปปฏิบัติได้จริงทันที ทั้งด้านเนื้อหา (Content) สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และตัวชี้วัดของ โครงการมากที่สุด มีการนำเสนอแผนการ ดำเนินงาน กำหนดการ ระเบียบการ วิธีการรับ สมัคร สิทธิประโยชน์ มีการนำเสนอ Key Visual (KV) มากกว่า ๒ แบบ พร้อมอธิบายรายละเอียด การสื่อความหมายของ KV รวมถึงมีการกำหนด หัวข้อ Theme และแนวคิดการออกแบบ Concept ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ โดยแนวคิดนี้ไปสู่การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมี การสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ที่ดี สร้าง มูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ประกอบการ และธุรกิจ สามารถเติบโตสู่ระดับสากลได้จริง	๑๕	ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอ แนวคิดและรูปแบบ การจัดกิจกรรมได้ ครอบคลุม ตรงตาม วัตถุประสงค์ของ โครงการ และมี แผนการดำเนินงานที่ ชัดเจน	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจาก เอกสารและการนำเสนอ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอ มาและการให้คะแนน ที่พิจารณาจากแนวคิดที่ดี ที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๑.๒) นำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรมที่สมบูรณ์ ทันต่อยุคสมัย พร้อมนำไปปฏิบัติได้จริงทันที ทั้งด้านเนื้อหา (Content) สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และตัวชี้วัดของโครงการ มีการ นำเสนอแผนการดำเนินงาน กำหนดการ ระเบียบการ วิธีการรับสมัคร สิทธิประโยชน์ มีการนำเสนอ KV ๒ แบบ พร้อมอธิบายรายละเอียดการสื่อ ความหมายของ KV รวมถึงมีการกำหนดหัวข้อ Theme และแนวคิดการออกแบบ Concept ที่ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ	๑๐		
(๑.๓) นำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรมที่สมบูรณ์ ทันต่อยุคสมัย พร้อมนำไปปฏิบัติได้จริงทันที ทั้งด้านเนื้อหา (Content) สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และตัวชี้วัดของโครงการ มีการ นำเสนอแผนการดำเนินงาน Key Visual กำหนดการ ระเบียบการ วิธีการรับสมัคร สิทธิประโยชน์	๕		

(๒) แนวทางการออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงช่องทางการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ (๑๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒.๑) นำเสนอแนวทางจัดทำวีดิทัศน์ (VTR) VDO Presentation พร้อม Storyboard โดยนำเสนอ ตัวอย่างไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น สำหรับประชาสัมพันธ์ กิจกรรม และสำหรับสรุปภาพรวมโครงการ พร้อม มีตัวอย่างผลงานอย่างน้อย ๑ ชิ้นงานมาประกอบการ นำเสนอ รวมถึงมีกำหนดแผนช่องทางการ ประชาสัมพันธ์และระยะเวลาที่ชัดเจน และตรง กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย	๑๐	ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอ แนวทางจัดทำวีดิทัศน์ VDO Presentation พร้อม Storyboard ได้สอดคล้องกับ KV และภาพลักษณ์ของ โครงการ พร้อมทั้งมี การนำเสนอช่องทาง	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจาก เอกสารและการนำเสนอ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอ มาและการให้คะแนน ที่พิจารณาจากแนวคิดที่ดี ที่สุดเรียงลำดับลงมา


..... ประธาน


..... กรรมการ


..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒.๒) นำเสนอแนวทางจัดทำวีดิทัศน์ (VTR) VDO Presentation พร้อม Storyboard โดยนำเสนอตัวอย่างไม่น้อยกว่า ๓ ชิ้น สำหรับประชาสัมพันธ์ กิจกรรม และสำหรับสรุปภาพรวมโครงการ พร้อมมีตัวอย่างผลงานอย่างน้อย ๑ ชิ้นงานมาประกอบการนำเสนอ รวมถึงมีกำหนดแผนช่องทางการประชาสัมพันธ์และระยะเวลาที่ชัดเจน และตรงกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย	๗	การประชาสัมพันธ์ และวิธีการเผยแพร่ได้อย่างเหมาะสมและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	
(๒.๓) นำเสนอแนวทางจัดทำวีดิทัศน์ (VTR) VDO Presentation พร้อม Storyboard จำนวน ๒ ชิ้น สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรม ๑ ชิ้น และสำหรับสรุปภาพรวมโครงการ ๑ ชิ้น พร้อมมีตัวอย่างผลงานอย่างน้อย ๑ ชิ้นงานมาประกอบการนำเสนอ รวมถึงมีกำหนดแผนช่องทางการประชาสัมพันธ์และระยะเวลาที่ชัดเจน	๕		
(๒.๔) นำเสนอแนวทางจัดทำวีดิทัศน์ (VTR) VDO Presentation พร้อม Storyboard จำนวน ๒ ชิ้น สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรม ๑ ชิ้น และสำหรับสรุปภาพรวมโครงการ ๑ ชิ้น พร้อมกำหนดแผนช่องทางการประชาสัมพันธ์และระยะเวลาที่ชัดเจน	๓		

(๓) แนวคิดและการออกแบบเนื้อหาหลักสูตรการอบรมและกิจกรรมของโครงการ (๑๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๓.๑) นำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรการอบรมครบถ้วนทั้ง ๓ กิจกรรม ประกอบด้วย (๑) กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (๒) กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก และ (๓) กิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผล โดยมีการกำหนดธีมหัวข้อ ออกแบบเนื้อหาที่น่าสนใจสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ พร้อมนำเสนอรายชื่อวิทยากรในแต่ละกิจกรรมที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ มีชื่อเสียงระดับประเทศ ไม่น้อยกว่า ๖ ราย พร้อมประวัติโดยละเอียด โดยมีการจัดเตรียมแนวทางตัวอย่างมากกว่า ๑ ทางเลือก	๑๕	ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอแนวคิดการออกแบบและตัวอย่างเนื้อหาหลักสูตรการอบรมและกิจกรรมของโครงการ ครบถ้วนครอบคลุม ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๓.๒) นำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรการอบรมครบถ้วนทั้ง ๓ กิจกรรม ประกอบด้วย (๑) กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (๒) กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก และ (๓) กิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผล โดยมีการกำหนดธีมหัวข้อ ออกแบบเนื้อหาที่น่าสนใจสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ พร้อมนำเสนอรายชื่อวิทยากรในแต่ละกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๕ ราย พร้อมประวัติโดยละเอียด	๑๐		

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๓.๓) นำเสนอรูปแบบการจัดหลักสูตรการอบรมครบถ้วนทั้ง ๓ กิจกรรม ประกอบด้วย (๑) กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (๒) กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก และ (๓) กิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผล โดยมีการกำหนดธีมหัวข้อออกแบบเนื้อหา ได้นำสนใจสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ พร้อมนำเสนอรายชื่อวิทยากรในแต่ละกิจกรรม พร้อมประวัติโดยละเอียด ครบถ้วนตาม TOR	๕		

(๔) การจัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงาน (๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๔.๑) มีการนำเสนอการจัดหาผู้อำนวยการโครงการ หัวหน้าโครงการ และเจ้าหน้าที่ประสานงานมากกว่า ๑๐ รายขึ้นไป เพื่อให้การดำเนินโครงการมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์โครงการ พร้อมแนบรายชื่อ ประวัติโดยย่อ ตำแหน่ง หน้าที่ และช่องทางการติดต่ออย่างละเอียดครบถ้วน	๕	ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอแผนงานครบถ้วนตาม TOR สอดคล้อง โดยมีแผนการดำเนินงานชัดเจน	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๔.๒) มีการนำเสนอการจัดหาผู้อำนวยการโครงการ หัวหน้าโครงการ เจ้าหน้าที่ประสานงาน รวม ๑๐ ราย เพื่อให้การดำเนินโครงการมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์โครงการครบถ้วน	๓		

๑๐.๒.๒ การนำเสนอการจัดกิจกรรมภายใต้โครงการ (๕๕ คะแนน) ดังนี้

(๑) กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์

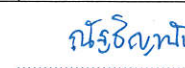
(๑.๑) การจัดเตรียมสถานที่สำหรับกิจกรรมเสวนาและพิธีเปิดโครงการ (๑๐ คะแนน)

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑.๑.๑) มีการนำเสนอสถานที่จัดงานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีของโครงการ อย่างน้อย ๒ แห่ง พร้อมรูปแบบการตกแต่งสถานที่ที่สอดคล้องกับแนวคิดและธีมงาน ตลอดจนตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รวมถึงลำดับพิธีการ รายชื่อผู้ดำเนินรายการอย่างน้อย ๒ ราย พร้อมประวัติโดยละเอียด รวมถึงแนวทางและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้สมัครเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมถัดไป	๑๐	ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอแผนงานและตัวอย่างรูปแบบการจัดกิจกรรมครบถ้วนตาม TOR และครอบคลุม ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๑.๑.๒) มีการนำเสนอสถานที่จัดงานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีของโครงการ อย่างน้อย ๒ แห่ง พร้อมรูปแบบการตกแต่งสถานที่ที่สอดคล้องกับแนวคิดและธีมงาน ตลอดจนตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รวมถึงลำดับพิธีการ และรายชื่อผู้ดำเนินรายการอย่างน้อย ๒ ราย พร้อมประวัติโดยละเอียด	๗		

 ประธาน

 กรรมการ

 กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑.๑.๓) มีการนำเสนอสถานที่จัดงานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีของโครงการ พร้อมรูปแบบการตกแต่งสถานที่ที่สอดคล้องกับแนวคิดและธีมงาน รวมถึงนำเสนอลำดับพิธีการ พร้อมชื่อผู้ดำเนินรายการ พร้อมประวัติโดยละเอียด	๕		
(๑.๑.๔) มีการนำเสนอสถานที่จัดงาน พร้อมรูปแบบการตกแต่งสถานที่ ลำดับพิธีการ พร้อมรายชื่อผู้ดำเนินรายการ พร้อมประวัติโดยสังเขป	๓		

(๑.๒) นำเสนอรายชื่อผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายที่จะเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรม (๑๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้


เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑.๒.๑) นำเสนอรายชื่อผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายที่จะเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมากกว่า ๑๘๐ ราย พร้อมแนบรายชื่อผู้ประกอบการให้เห็นชัดเจน	๑๐	ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอแผนงานครบถ้วนตาม TOR สอดคล้อง โดยมีแผนการดำเนินงานชัดเจน	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๑.๒.๒) นำเสนอรายชื่อผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายที่จะเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมจำนวน ๑๘๐ ราย พร้อมแนบรายชื่อผู้ประกอบการให้เห็นชัดเจน	๗		
(๑.๒.๓) นำเสนอรายชื่อผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายที่จะเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมจำนวน ๑๗๐ ราย พร้อมแนบรายชื่อผู้ประกอบการให้เห็นชัดเจน	๕		
(๑.๒.๔) นำเสนอรายชื่อผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายที่จะเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมจำนวน ๑๖๐ ราย พร้อมแนบรายชื่อผู้ประกอบการให้เห็นชัดเจน	๓		

(๒) กิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผล (๑๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒.๑) มีการนำเสนอสถานที่จัดงานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีของโครงการ อย่างน้อย ๒ แห่ง พร้อมตัวอย่างแนวทางการตกแต่งสถานที่ทุกแห่งที่นำเสนอซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและธีมงาน ตลอดจนตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ตลอดจนมีการอธิบายรูปแบบการจัดงานพร้อมลำดับพิธีการโดยละเอียด รวมถึงนำเสนอรายชื่อผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี มากกว่า ๒ ราย พร้อมประวัติโดยละเอียด	๑๐	ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอแผนงานและตัวอย่างรูปแบบการจัดกิจกรรมครบถ้วนตาม TOR และครอบคลุม ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒.๒) มีการนำเสนอสถานที่จัดงานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีของโครงการ อย่างน้อย ๒ แห่ง พร้อมตัวอย่างรูปแบบการตกแต่งสถานที่อย่างน้อย ๑ แห่ง ที่สอดคล้องกับแนวคิดและธีมงาน ตลอดจนตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ อธิบายรูปแบบการจัดงานพร้อมลำดับพิธีการโดยละเอียด รวมถึงนำเสนอรายชื่อผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี จำนวน ๒ ราย พร้อมประวัติโดยละเอียด	๗		

 ประธาน

 กรรมการ

 กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๒.๓) มีการนำเสนอสถานที่จัดงานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีของโครงการ มีตัวอย่างรูปแบบการตกแต่งสถานที่ที่สอดคล้องกับแนวคิดและธีมงาน รวมถึงนำเสนอรายชื่อผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี จำนวน ๑ ราย	๕		
(๒.๔) มีการนำเสนอสถานที่จัดงาน พร้อมแนวทางการตกแต่งสถานที่ และเสนอรายชื่อผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี จำนวน ๑ ราย	๓		

(๓) กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (Workshop) ในรูปแบบไฮบริด (๑๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๓.๑) มีการนำเสนอแผนงาน วิธีการ ขั้นตอน และตัวอย่างรูปแบบการจัดกิจกรรมอบรมเชิงลึก (Workshop) ที่มีแนวคิดสร้างสรรค์แตกต่างจาก IDEA LAB รุ่น ๑-๕ แต่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ แนวคิดและธีมงาน ตลอดจนนำเสนอสถานที่จัดกิจกรรมอย่างน้อย ๒ แห่ง พร้อมทีมบุคลากร และอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ ครบถ้วน สร้างความเชื่อมั่นได้ว่าพร้อมดำเนินการได้จริง ภายใต้กรอบระยะเวลาที่กำหนด รวมถึงมีการนำเสนอแผนสำรองและขั้นตอนการดำเนินการในกรณีที่ไม่สามารถจัดกิจกรรมในระยะเวลาที่กำหนดได้	๑๐	ผู้ยื่นข้อเสนอ นำเสนอแผนงานและตัวอย่างรูปแบบการจัดกิจกรรม ครบถ้วนตาม TOR และครอบคลุม ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๓.๒) มีการนำเสนอแผนงาน วิธีการ ขั้นตอน และตัวอย่างรูปแบบการจัดกิจกรรมอบรมเชิงลึก (Workshop) ที่มีแนวคิดสร้างสรรค์แตกต่างจาก IDEA LAB รุ่น ๑-๕ แต่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ แนวคิดและธีมงาน ตลอดจนนำเสนอสถานที่จัดกิจกรรมอย่างน้อย ๒ แห่ง พร้อมทีมบุคลากร และอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ ครบถ้วน สร้างความเชื่อมั่นได้ว่าพร้อมดำเนินการได้จริง ภายใต้กรอบระยะเวลาที่กำหนด	๗		
(๓.๓) มีการนำเสนอแผนงาน วิธีการ ขั้นตอน และตัวอย่างรูปแบบการจัดกิจกรรมอบรมเชิงลึก (Workshop) นำเสนอสถานที่จัดกิจกรรม บุคลากร และอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ ครบถ้วน โดยมีแนวคิดความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่าง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ แนวคิดและธีมงาน	๕		
(๓.๔) มีการนำเสนอแผนงาน วิธีการ ขั้นตอน การจัดกิจกรรมอบรมเชิงลึก (Workshop) นำเสนอสถานที่จัดกิจกรรม บุคลากร และอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์	๓		

..... ประธาน

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(๔) กิจกรรมพื้มอประภาศนียบ้ตรและพื้บิตโครงการ

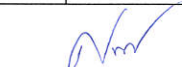
(๔.๑) การจัดทำแบบสรุปลักษณ์การสร้างแบรนด์และสินค้า (Customized Brand & Product Strategy) (๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

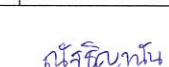
เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๔.๑.๑) นำเสนอการออกแบบหัวข้อ และการวาง Layout รูปภาพและข้อความของรูปเล่มสรุปลักษณ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะรายบริษัท (Customized Brand & Product Strategy) พร้อมตัวอย่าง อย่างน้อย ๒ แบบ ที่มีความสวยงามโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับธิมงานและวัตถุประสงค์ของโครงการ สะดวกในการนำไปใช้จริง	๕	ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอการออกแบบรูปเล่มสรุปลักษณ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะรายบริษัทพร้อมตัวอย่างครบถ้วนตาม TOR และครอบคลุมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๔.๑.๒) นำเสนอการออกแบบหัวข้อ และการวาง Layout รูปภาพและข้อความของรูปเล่มสรุปลักษณ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะรายบริษัท (Customized Brand & Product Strategy) พร้อมตัวอย่าง	๓		

(๔.๒) แนวคิดและวิธีการจัดกิจกรรมพื้มอประภาศนียบ้ตร และพื้บิตโครงการ (๑๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๔.๒.๑) นำเสนอรูปแบบการจัดพื้ การจัดเตรียมและออกแบบตกแต่งสถานที่ที่สอดคล้องกับ Key Visual แสดงให้เห็นภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รวมถึงมีการนำเสนอรูปแบบพื้การในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมโดยละเอียด อาทิ สถานที่จัดงาน ขั้นตอนและรายละเอียดพื้มอ พื้บิต รูปแบบคูหาจัดนิทรรศการ รูปแบบประภาศนียบ้ตร รายชื่อพื้กร ๒ ภาษา (ภาษาไทย-อังกฤษ) อย่างน้อย ๒ ราย ที่มีภาพลักษณ์และการวางตัวที่เหมาะสมเป็นแบบที่ดีในสังคม พร้อมแนบประวัติการทำงานโดยละเอียด เป็นต้น ตลอดจนมีการนำเสนอข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมดังกล่าว รวมถึงแผนสำรองกรณีที่ไม่สามารถดำเนินการได้	๑๐	ผู้ยื่นข้อเสนอแนะนำแผนงานและตัวอย่างรูปแบบการจัดกิจกรรมครบถ้วนตาม TOR และครอบคลุม ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๔.๒.๒) นำเสนอรูปแบบการจัดพื้ การจัดเตรียมและออกแบบตกแต่งสถานที่ที่สอดคล้องกับ Key Visual แสดงให้เห็นภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รวมถึงมีการนำเสนอรูปแบบพื้การในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมโดยละเอียด อาทิ สถานที่จัดงาน ขั้นตอนและรายละเอียดพื้มอ พื้บิต รูปแบบคูหาจัดนิทรรศการ รูปแบบประภาศนียบ้ตร รายชื่อพื้กร อย่างน้อย ๒ ราย พร้อมแนบประวัติการทำงานโดยละเอียด เป็นต้น	๗		


..... ประธาน


..... กรรมการ


..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๔.๒.๓) นำเสนอรูปแบบการจัดพิธี การจัดเตรียมและออกแบบตกแต่งสถานที่ รวมถึงมีการนำเสนอรูปแบบพิธีการในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมโดยละเอียด อาทิ สถานที่จัดงาน ขั้นตอนและรายละเอียดพิธีมอบ พิธีปิด รูปแบบคูหาจัดนิทรรศการ รูปแบบประกาศนียบัตร รายชื่อพิธีกร พร้อมแนบประวัติการทำงาน	๓		

๑๐.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามหลักฐานการเสนอราคา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญและความต่างต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๑๐.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่ปรากฏชื่อผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นในบัญชีผู้รับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หรือบัญชีรายชื่อผู้ซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ของกรม

(๒) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๓) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๑๐.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

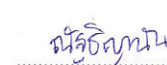
๑๐.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของกรม เป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๙.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามี การกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือกมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือถือว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

 ประธาน

 กรรมการ

 กรรมการ

๑๑. อัตราค่าปรับ

๑๑.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรมจะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๑.๒ กรณีผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๑.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๒. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๖ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๑๐ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๓. ข้อสงวนสิทธิ์

กรมขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่ว่าจ้างผู้ได้รับคัดเลือกครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อกรมพิจารณาแล้วเห็นว่าการจ้างผู้ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือก โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จากกรมทั้งสิ้น

๑๔. เจ้าหน้าที่โครงการ

นางสาวประอรนุช ประนุช

ม.ล.ภาสกร อาภากร

นางสาวณัฐธิยานัน กิจประเสริฐ/นางสาววรพรรณ กระแสร์ปราบ

ที่ปรึกษาโครงการ

หัวหน้าโครงการ

เจ้าหน้าที่โครงการ

๑๕. สถานที่ติดต่อ

กลุ่มงานส่งเสริมแบรนด์ประเทศไทยด้านการค้า (๐๒-๕๐๗-๘๒๗๓, ๘๒๘๔)

สำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

มีนาคม ๒๕๖๖



ประธาน



กรรมการ



กรรมการ

ภาคผนวก
ขอบเขตการดำเนินโครงการ
โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๖ (IDEA LAB 6 : Thai Brand Incubation Program)

๑. กลุ่มเป้าหมาย

๑.๑ ผู้ประกอบการที่ผ่านโครงการส่งเสริมนวัตกรรมหรือพัฒนาสินค้าจากหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ และมีการสร้างแบรนด์ของตนเอง มีสินค้าที่มีอัตลักษณ์และช่องทางการจัดจำหน่ายแล้วในกลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากสินค้าเกษตร อาทิ นวัตกรรมจากข้าว ผัก/ผลไม้ สมุนไพร โดยแบ่งออกเป็น ๒ ประเภทคือ ๑) ประเภทอาหาร (Food) ๒) ประเภทไม่ใช่อาหาร (Non-Food)

รอบที่ ๑ เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านแบรนด์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๖๐ ราย

รอบที่ ๒ จัดทำกลยุทธ์การสร้างแบรนด์เฉพาะรายจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ แบรนด์ (แบรนด์ละ ๒ ราย)

๑.๒ ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยที่ผ่านโครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทย รุ่นที่ ๑ - ๕

๒. ตัวชี้วัด

๒.๑ เชิงปริมาณ

- ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยเข้าร่วมกิจกรรมเสวนา จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๖๐ ราย
- ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยเข้าร่วมกิจกรรมสร้างเครือข่ายและช่องทางการตลาดต่างๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๕ แบรนด์
- เกิดมูลค่าการเจรจาการค้า (คาดการณ์ ๑ ปี) ไม่น้อยกว่า ๒๓ ล้านบาท

๒.๒ เชิงคุณภาพ

- ผู้นำเข้าและผู้บริโภคในต่างประเทศรู้จักสินค้าแบรนด์ไทยมากขึ้น
- เกิดการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ๆ ระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการแบรนด์ไทย
- สินค้าแบรนด์ไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ และได้รับการยอมรับในระดับสากล
- ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยสามารถนำกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ไปปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓. ระยะเวลาและกำหนดการดำเนินงาน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - กันยายน ๒๕๖๖ ดังนี้

พ.ค. ๒๕๖๖	ประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม รับสมัครและคัดกรองผู้เข้าร่วมโครงการ
๓๐ พ.ค. ๒๕๖๖	กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (๑ วัน)
๑๙ มิ.ย. ๒๕๖๖	กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (๑ วัน)
๒๖ - ๒๗ มิ.ย. ๒๕๖๖	กิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผล (๒ วัน)
๓ ,๑๐, ๑๗ ก.ค. ๒๕๖๖	กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (๓ วัน)
๒๒ - ๒๘ ส.ค. ๒๕๖๖	การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (๗ วัน)
๓๑ ส.ค. - ๑ ก.ย. ๒๕๖๖	กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์กับตลาดจีนร่วมกับสำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล
๑๕ ก.ย. ๒๕๖๖	การนำเสนอผลงาน พิธีมอบใบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ

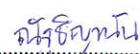
หมายเหตุ : กำหนดการดำเนินการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมเพื่อประโยชน์สูงสุดของราชการ



ประธาน



กรรมการ



กรรมการ

๔. กิจกรรมภายใต้โครงการ ประกอบด้วย ๗ กิจกรรมหลัก ดังนี้

๔.๑ กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ (๑ วัน)

กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ประกอบการแบรนด์ไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๖๐ ราย

รายละเอียด : เป็นการจัดเสวนาแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นด้าน กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ และประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการเพิ่มศักยภาพด้านแบรนด์ อาทิ การใช้ BCG Model สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแบรนด์ และเทรนด์ธุรกิจในยุค Next Normal โดยวิทยากรชั้นนำระดับประเทศ

๔.๒ กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (๑ วัน)

รายละเอียด : ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยศักยภาพโดยคัดเลือกจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมในข้อ ๔.๑ จำนวน ๓๐ แบรนด์ เพื่อนำเสนอ (Pitching) ข้อมูลต่อคณะกรรมการเพื่อพิจารณาคัดเลือกให้เหลือ ๑๕ แบรนด์ เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึกต่อไป

๔.๓ กิจกรรมสร้างเครือข่ายและทบทวนติดตามผล (๒ วัน)

กลุ่มเป้าหมายแบ่งเป็น ๒ กลุ่ม คือ (๑) ผู้ประกอบการจาก IDEA LAB รุ่นที่ ๑ - ๕ ที่เข้าร่วมกิจกรรมในข้อ ๔.๑ และผ่านการคัดเลือกจำนวน ๓๐ แบรนด์ และ (๒) ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยศักยภาพที่ผ่านการคัดเลือก ๑๕ แบรนด์จากกิจกรรมในข้อ ๔.๒

รายละเอียด : เป็นการจัดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการได้นำเสนอสินค้าของตนเอง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล และส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแบรนด์ร่วมกัน

หมายเหตุ : ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกผู้ประกอบการจาก IDEA LAB รุ่นที่ ๑ - ๕ จำนวน ๕ แบรนด์ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อไลฟ์สไตล์ออนไลน์

๔.๔ กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (๓ วัน)

รายละเอียด : ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยศักยภาพที่ผ่านการคัดเลือก ๑๕ แบรนด์จากกิจกรรมในข้อ ๔.๒ ทำงานร่วมกับวิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ เพื่อให้คำปรึกษาเชิงลึก และร่วมกันวิเคราะห์แผนกลยุทธ์รวมถึงการตั้งจุดเด่นและเรื่องราวของแบรนด์ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักและจดจำมากยิ่งขึ้น โดยจะมีการจัดทำแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ (Customize) รูปเล่มและไฟล์ดิจิทัล เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

๔.๕ กิจกรรมพิธีมอบประกาศนียบัตรและพิธีปิดโครงการ (๑ วัน)

กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยศักยภาพที่ผ่านการคัดเลือก ๑๕ แบรนด์จากกิจกรรมในข้อ ๔.๔

รายละเอียด : เป็นการจัดแสดงผลงานและมีเวทีให้ผู้ประกอบการได้นำเสนอผลงานและกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ที่ได้จัดทำร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ

๔.๖ กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์ (OBM) กับตลาดจีน (๒ วัน)

กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมในข้อ ๔.๓ จำนวน ๔๕ แบรนด์ โดยเป็นการเจรจาการค้าออนไลน์ระหว่างผู้ประกอบการที่ผู้นำเข้าจากจีนแสดงความสนใจเจรจาการค้าด้วย

๔.๗ กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (๗ วัน)

กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมในข้อ ๔.๓ จำนวน ๔๕ แบรนด์ โดยร่วมกับสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย (Thai E-Commerce) เพื่อหาช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในต่างประเทศ หรือร่วมกับสำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัลประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์พันธมิตร



ประธาน



กรรมการ



กรรมการ

๕. คุณสมบัติผู้เข้าร่วมโครงการ

๕.๑ คุณสมบัติผู้เข้าร่วมโครงการ (กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์)

(๑) เป็นผู้ประกอบการไทยที่มีสินค้าและแบรนด์เป็นของตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากสินค้าเกษตร

(๒) มีสินค้าและช่องทางในการจำหน่ายแล้ว

หรือ ผู้ประกอบการทั่วไปที่สนใจด้านการสร้างแบรนด์

๕.๒ คุณสมบัติผู้เข้าร่วมโครงการ (กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก)

(๑) เป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในกลุ่มสินค้าเป้าหมาย ๒ กลุ่ม ได้แก่ ๑) กลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากสินค้าเกษตร - ประเภทอาหาร ๒) กลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากสินค้าเกษตร - ประเภทไม่ใช่อาหาร

(๒) เป็นผู้ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมเสวนาฯ ตามคุณสมบัติข้อ ๕.๑

(๓) มีสินค้า/บริการที่มีเครื่องหมายการค้าแล้ว (Trademark) ทั้งนี้ หากได้รับการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าแล้ว หรือ อยู่ระหว่างการยื่นจดเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา จะได้รับการพิจารณาเข้าร่วมกิจกรรมเป็นลำดับแรก โดยผู้สมัครจะต้องแนบเอกสารหลักฐานประกอบการพิจารณา

(๔) มีสินค้า/บริการหรือธุรกิจที่มีแนวทางการสร้างแบรนด์ (Branding) ที่ชัดเจน โดยผู้สมัครจะต้องแนบแผนธุรกิจ หรือ การกำหนด Brand Positioning เพื่อประกอบการพิจารณา

(๕) มีสินค้า/บริการหรือธุรกิจที่มีการออกแบบที่ดี (มีผลงานที่สร้างสรรค์ด้วยตนเอง มีเอกลักษณ์ไม่ลอกเลียนแบบ) โดยผู้สมัครจะต้องอธิบายรายละเอียดสินค้า/บริษัท พร้อมทั้งแนบรูปภาพ เพื่อประกอบการพิจารณา

หรือ มีสินค้า/บริการหรือธุรกิจที่มีนวัตกรรม/งานวิจัยรองรับ ทั้งนี้ หากได้รับการคุ้มครองสิทธิบัตรการออกแบบ หรือ สิทธิบัตรการประดิษฐ์ หรือ อยู่ระหว่างการยื่นจดสิทธิบัตรการออกแบบ/การประดิษฐ์จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา จะได้รับการพิจารณาเข้าร่วมกิจกรรมเป็นลำดับแรก โดยผู้สมัครจะต้องแนบเอกสารหลักฐานประกอบการพิจารณา

(๖) เป็นผู้ประกอบการที่เคยเข้าร่วมโครงการ หรือ ผ่านการส่งเสริมด้านต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้สมัครจะต้องระบุโครงการ/หน่วยงาน/ปีที่เข้าร่วม และยินยอมจะให้ข้อมูลเพื่อติดตามผลในระยะต่อไป

.....



ประธาน



กรรมการ



กรรมการ

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้าง**

๑. ชื่อโครงการ โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ ๖ (IDEA LAB 6 : Thai Brand Incubation Program)	
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ	สำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร	๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)	๑๑ เมษายน ๒๕๖๖
โดยคำนวณราคาเฉลี่ยที่สืบราคาจากผู้มีอาชีพรับจ้าง ๓ ราย แล้วปรากฏว่าคิดได้เป็นจำนวนเงิน ๕,๓๐๘,๓๓๓.๓๑ บาท ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว เป็นราคากลาง โดยมีรายละเอียด ดังนี้	
๑. ค่าจ้างเหมาดำเนินกิจกรรมพัฒนาและบ่มเพาะผู้ประกอบการแบรนด์ไทย	
- ระยะที่ ๑ กิจกรรมเสวนาเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ จำนวน ๑ วัน	๔๘๓,๓๓๓.๓๓ บาท
รูปแบบไฮบริด (สถานที่เอกชน) ผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๑๖๐ ราย	
- ระยะที่ ๒ กิจกรรมบ่มเพาะเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแบรนด์ จำนวน ๔ วัน (สถานที่เอกชน)	
๑) กิจกรรมนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (๑ วัน)	๓๘๓,๓๓๓.๓๓ บาท
๒) กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาเชิงลึก (๓ วัน) รูปแบบไฮบริด	๘๘๓,๓๓๓.๓๓ บาท
- ระยะที่ ๓ กิจกรรมสร้างเครือข่าย (Networking) และทบทวนติดตามผล จำนวน ๒ วัน	๖๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท
(สถานที่เอกชน)	
- ระยะที่ ๔ กิจกรรมพิธีมอบประกาศนียบัตร และพิธีปิดโครงการ จำนวน ๑ วัน (สถานที่เอกชน)	๔๓๓,๓๓๓.๓๓ บาท
๒. ค่าจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ในรูปแบบเฉพาะ (Customize) ทั้งในแบบรูปเล่ม	๑,๑๘๓,๓๓๓.๓๓ บาท
และไฟล์ดิจิทัล จำนวน ๑๕ ชุด	
๓. ค่าดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและขยายโอกาสทางการค้า	
- กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์ (OBM) กับตลาดจีน	๔๐๘,๓๓๓.๓๓ บาท
- กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	๓๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท
๔. ค่าจ้างเหมาบริหารจัดการโครงการ	๖๓๓,๓๓๓.๓๓ บาท
๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)	
๕.๑ บริษัท มิวท์ จำกัด	
๕.๒ บริษัท ดีไซน์ เอ็กซ์ จำกัด	
๕.๓ บริษัท เค.เอส. ริชเชส จำกัด	
๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า	
กลุ่มงานส่งเสริมแบรนด์ประเทศด้านการค้า	
๖.๑	ประธานกรรมการ
	ม.ล.ภาสกร อาภากร
	นักวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ชำนาญการพิเศษ
๖.๒	กรรมการ
	นางสาวศศิกัญจน์ ชื่นฤดี
	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
๖.๓	กรรมการ
	นางสาวณัฐธิยานัน กิจประเสริฐ
	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ