

เกณฑ์อ้างอิง (Terms of Reference; TOR)

จ้างเหมางาน กิจกรรมส่งเสริมความสามารถผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมภูมิภาค ด้านการสร้างตราสินค้า (Brain Power Innovative Branding Activity for Regional Enterprise)

หลักการและเหตุผล

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ สนช. ภายใต้กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นหน่วยงานที่มีพันธกิจในการพัฒนา นวัตกรรมภาครัฐ ภาคการผลิต และภาคสังคมโดยรวมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ภายใต้วิสัยทัศน์ “องค์กรหลัก ในการเสริมสร้างระบบนวัตกรรมแห่งชาติ เพื่อเพิ่มคุณค่าที่ยั่งยืน” ผ่านการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งระบบนวัตกรรม (Strong Innovation System) ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้าง สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรม (Catalyst for Changes) ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างคุณค่าใหม่ทางนวัตกรรม (Nurturing Future Value) ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาองค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovative Organization)

ทั้งนี้ สนช. เล็งเห็นว่าประเทศไทยมีธุรกิจ SMEs (Small and Medium Enterprises) หรือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวนมาก ในปี 2561 มีจำนวน 3,077,822 ราย จำแนกเป็นนิติบุคคล 708,883 ราย ส่วนบุคคลและอื่นๆ 2,285,731 ราย และวิสาหกิจชุมชน 83,208 ราย โดยจังหวัดที่มีจำนวน SME สูงสุด 5 อันดับแรกคือ กรุงเทพฯ ชลบุรี เชียงใหม่ สมุทรปราการ และจำแนกตามสาขาธุรกิจที่มีจำนวน SME สูงสุด 3 อันดับแรก คือ ธุรกิจการขายปลีก ยกเว้นยานยนต์ และจักรยานยนต์ ธุรกิจการบริการด้านอาหาร และธุรกิจการขายส่ง ยกเว้น ยานยนต์และจักรยานยนต์ (อ้างอิงจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2561) ซึ่งมีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

นอกจากการจัดทำแผนธุรกิจเป็นหัวใจหลักสำคัญของการดำเนินการทุกธุรกิจทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กให้สามารถดำเนินธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จแล้ว การสร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่งถือเป็นสิ่งสำคัญต่อการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจนวัตกรรมเช่นกัน การทำแบรนด์นั้นเหมือนกับการสร้างอัตลักษณ์และนิสัยของแบรนด์ขึ้นมา และเมื่อใดที่ต้องทำโฆษณาในการโปรโมทแบรนด์ไม่ว่าจะทำเว็บไซต์ หรือทำนามบัตรแนะนำธุรกิจ การมีแบรนด์นั้นจะช่วยสร้างอัตลักษณ์ของตัวตนบริษัทไปในทันที ซึ่งช่วยทำให้คนที่ออกแบบวัตถุดิบต่างๆ นั้นสามารถทำงานได้ง่ายอย่างมาก เพราะสามารถออกแบบสิ่งต่างๆ ให้ไปในทิศทางและมุมมองเดียวกันได้อย่างง่ายดาย

ทั้งนี้มูลค่าของบริษัทหรือสินค้าและบริการนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับทรัพย์สินหรือรายได้ที่มีเท่านั้น แต่ชื่อของบริษัทหรือชื่อของแบรนด์นั้นก็สามารถนำมาสร้างมูลค่าต่าง ๆ ได้เช่นกัน ยิ่งแบรนด์นั้นมีชื่อเสียงโด่งดังมากเท่าไร หรือมีความต้องการสูงจากผู้บริโภคมากแค่ไหน ก็ยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเติมได้อย่างมากมาย ตัวอย่างเช่น Coca Cola มีมูลค่าแบรนด์อยู่ที่ 73.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือแบรนด์อื่นที่มีมูลค่าชื่อเสียงด้วยการสร้างแบรนด์เช่นนี้การที่มีแบรนด์อยู่การค่อยๆ สะสมมูลค่าของแบรนด์ย่อมมีความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะถ้าองค์กรสามารถสร้างกลุ่มผู้ใช้สินค้าและบริการที่แน่นแฟ้นขึ้นมาได้ ย่อมทำให้แบรนด์คุณมีคุณค่าเพิ่มมากขึ้นไปอีก

ความสำคัญของการพัฒนาอัตลักษณ์ของตราสินค้า หรือการต่อยอดกลยุทธ์การสร้างตราสินค้าเดิม เป็นแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับธุรกิจนวัตกรรมของผู้ประกอบการในภูมิภาคอีกทางหนึ่งด้วย ดังนั้น ดำรงอยู่ด้วยความแข็งแกร่งและยั่งยืนของแบรนด์ คือการสร้างความมั่นใจในคุณภาพให้องค์กรร้านค้าและผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภคและสังคม เพิ่มคุณค่าให้สินค้าภายใต้แบรนด์นี้ในราคาที่สูงขึ้นได้ ตลอดจนมีพลังในการจูงใจลูกค้าในการซื้อสินค้าซ้ำด้วยความภักดีในแบรนด์ เพื่อยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมในระดับภูมิภาคให้ทัดเทียมกับธุรกิจในระดับสากลได้ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าใจกลยุทธ์และกระบวนการสร้างตราสินค้าธุรกิจนวัตกรรม

2.2 เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีคู่มือในการสร้างแบรนด์สินค้า บริการ หรือธุรกิจนวัตกรรม

3. ขอบเขตการดำเนินงาน

3.1 วิเคราะห์ลักษณะธุรกิจนวัตกรรม สินค้าหรือบริการ เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ในการสร้างแบรนด์ของผู้ประกอบการในพื้นที่ภูมิภาค

3.2 จัดทำคู่มือการสร้างแบรนด์ธุรกิจนวัตกรรม สินค้าหรือบริการ ให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ภูมิภาคไม่น้อยกว่า 10 บริษัท/แบรนด์ โดยในคู่มือต้องมีองค์ประกอบดังนี้

- 3.2.1 Clear Position
- 3.2.2 Core Strength
- 3.2.3 Character Distinction
- 3.2.4 Concise Story
- 3.2.5 Consistent Identity
- 3.2.6 Culture Alignment

3.3 ดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมความสามารถผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมภูมิภาค ด้านการสร้างตราสินค้า ผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยนแนวคิดและประสบการณ์จริงจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการสร้างตราสินค้า เพื่อยกระดับความสามารถทางด้านการสร้างตราสินค้าให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ใน ส่วนภูมิภาค โดยถ่ายทอดความรู้สู่การปฏิบัติจริงผ่านกิจกรรม โดยมีจำนวนกิจกรรมไม่น้อยกว่า 20 ชั่วโมง ซึ่งกิจกรรมต้องสอดคล้องกับเป้าหมายต่อไปนี้

3.3.1 ยกระดับการพัฒนาตราสินค้าธุรกิจนวัตกรรมในส่วนภูมิภาค เพื่อส่งเสริมให้เกิดมูลค่าเพิ่มของแบรนด์ธุรกิจนวัตกรรมในพื้นที่ภูมิภาค

3.3.2 ส่งเสริมผู้ประกอบการให้เข้าใจถึงแนวคิดด้านกลยุทธ์และกระบวนการสร้างตราสินค้าธุรกิจนวัตกรรม

3.3.3 สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเอกลักษณ์ให้ตราสินค้าธุรกิจนวัตกรรมผ่านกระบวนการคิดแบบสร้างสรรค์และการสร้างความแตกต่างที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และธุรกิจ การค้นหาแก่นของแบรนด์เพื่อวางแผนการแข่งขันธุรกิจให้เป็นที่ยอมรับ รู้จัก ตลอดจนการพัฒนาเอกลักษณ์แบรนด์ ออกแบบ และดีไซน์

3.4 จัดทำแผนการดำเนินกิจกรรม การพัฒนาตราสินค้าธุรกิจนวัตกรรมทั้งกระบวนการ การกำหนดตัวชี้วัดให้ชัดเจน จัดเตรียมบุคลากรพร้อมทั้งเสนอแนะวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ในเรื่องเฉพาะทางนั้นๆ ให้เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับ

3.5 จัดทำการประเมินผลผู้เข้าร่วมโครงการ ทั้งก่อน ในระหว่างและภายหลังเสร็จสิ้นกิจกรรมถ่ายทอดความรู้

3.5.1 ประเมินระยะเวลาการเข้าร่วมโครงการ โดยผู้เข้าร่วมโครงการจะได้รับการประเมินว่า “ผ่าน” เมื่อผู้เข้าอบรมมีชั่วโมงที่เข้ารับการถ่ายทอดความรู้และอบรมเชิงปฏิบัติการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของจำนวนชั่วโมงในกิจกรรม และได้มีการส่งงาน (Assignment) ตามที่กำหนดไว้

3.5.2 ติดตาม รวบรวมและประเมินผลงาน (Assignment) ของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างครบถ้วนตลอดกิจกรรม ทั้งก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรม

3.6 จัดหาและติดต่อประสานงานด้านสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมส่งเสริมความสามารถผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมภูมิภาค ด้านการสร้างตราสินค้า บริเวณพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พร้อมด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ตามความเหมาะสม หรือในกรณีที่เป็นการจัดผ่านระบบออนไลน์ (ถ้ามี) ให้รวมถึงระบบ IT ที่จำเป็นต้องใช้ในการจัดกิจกรรม

3.7 จัดหาและติดต่อประสานงานวิทยากรที่เหมาะสมกับกิจกรรม พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกการเดินทาง ที่พักและอาหารตลอดกิจกรรมให้กับวิทยากรและผู้ช่วยวิทยากร (ถ้ามี) รวมถึงค่าตอบแทนของวิทยากร

3.8 การบริหารจัดการผู้เข้าร่วมกิจกรรม

3.8.1 ติดต่อประสานงานไปยังผู้ประกอบการที่ได้รับคัดเลือก เพื่อยืนยันข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรม พร้อมทั้งจัดทำรายละเอียดฐานข้อมูลของผู้ร่วมกิจกรรม

3.8.2 ติดต่อประสานแจ้งวัน เวลา สถานที่และการเดินทางกับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

3.8.3 จัดเตรียมใบลงทะเบียนของกิจกรรม

3.8.4 จัดทำสติ๊กเกอร์ชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม

3.9 จัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์กิจกรรม และการบริหารจัดการด้านสื่อ

3.9.1 ออกแบบและจัดทำเรขศิลป์ (Graphic Design) ให้สวยงามเหมาะสม เพื่อใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กิจกรรม

3.9.2 จัดหาช่างถ่ายภาพและทีมมีเดีย เพื่อเก็บภาพตลอดกิจกรรม

3.10 การบริหารจัดการทีมงาน

- 3.10.1 จัดกิจกรรมในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีเจ้าหน้าที่ของผู้รับจ้าง อย่างน้อย 3 คน
ดำเนินงานอยู่ตลอดกิจกรรม
- 3.10.2 ดำเนินการรับลงทะเบียน
- 3.10.3 ต้อนรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม
- 3.11 การบริหารจัดการด้านอื่นๆ
 - 3.11.1 จัดทำฐานข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยระบุรายละเอียด ชื่อ – สกุล บริษัท/หน่วยงาน
ที่อยู่ของบริษัท/หน่วยงาน พร้อมรายละเอียดการติดต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม
 - 3.11.2 จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)
 - 3.11.3 บริหารจัดการด้านอาหารและเครื่องดื่มตามความเหมาะสมของการจัดกิจกรรมในแต่ละ
ครั้งให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและเจ้าหน้าที่ที่เข้าร่วมกิจกรรม
- 3.12 จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานโดยสรุปภาพรวมกิจกรรมและวิเคราะห์ผลประเมินความพึง
พอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อภาพรวมของกิจกรรม เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป
ในรูปแบบรายงานและรูปภาพ
- 3.13 เสนอแผนการบริหารจัดการกิจกรรมในสถานการณ์ฉุกเฉิน หากเกิดสถานการณ์โรคระบาดร้ายแรง
หรือภัยพิบัติต่างๆ โดยให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือประกาศจากรัฐบาลอย่างเคร่งครัด

4. กลุ่มเป้าหมาย

- 4.1 ผู้ประกอบธุรกิจนวัตกรรมรุ่นใหม่ ในธุรกิจอุตสาหกรรมสำคัญขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยกตัวอย่างเช่น
 - 4.1.1 กลุ่มเครือข่ายอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาค ที่เป็นผู้บริหารองค์กร บริษัท หน่วยงาน
ภาครัฐต่างๆ รวมทั้งมหาวิทยาลัยที่มีการบ่มเพาะให้บริการหรือมีกิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่ม
SMEs หรือ Startups
 - 4.1.2 เครือข่ายทายาทนักธุรกิจรุ่นใหม่ (YEC: Young Entrepreneur Council) ซึ่งเป็น
ผู้บริหารรุ่นใหม่ (New Generation) ที่สืบทอดธุรกิจ หรืออยากเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง เป็นกลุ่มนักธุรกิจที่
มีศักยภาพ ต้องการพัฒนาทักษะความสามารถในการบริหารงาน และการสร้างตราสินค้าธุรกิจนวัตกรรม
 - 4.1.3 เครือข่ายของสมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย / หอการค้าแห่งประเทศไทย / สภาอุตสาหกรรม
แห่งประเทศไทย และเครือข่ายพันธมิตรในพื้นที่
 - 4.1.4 สมาชิกศูนย์รวมธุรกิจและพันธมิตรทางการค้า (MOC Biz Club) ของกรมพัฒนาธุรกิจ
การค้า กระทรวงพาณิชย์
 - 4.1.5 กลุ่ม SMEs / Startups ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่
แต่ยังไม่มีแนวคิดในการจัดตั้งเป็นธุรกิจหรือขาดแรงกระตุ้นในการสนับสนุนให้เกิดเป็นธุรกิจ
- 4.2 ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจและ
มีแผนการพัฒนาตราสินค้าธุรกิจนวัตกรรม

5. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

5.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

5.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

5.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

5.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

5.5 ไม่เป็นนิติบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

5.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

5.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

5.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรม ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

5.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

5.11 ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

5.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่าย ไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

5.13 ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

5.14 ผู้รับจ้างต้องมีประสบการณ์ และมีผลงานที่สัมพันธ์กับงานที่ประกาศจ้าง จนถึงวันที่เสนอราคา โดยมีมูลค่าของผลงานในหนึ่งโครงการไม่น้อยกว่า 750,000.-บาท (เจ็ดแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) โดยให้แนบสำเนาหนังสือรับรองผลงาน หรือสำเนาสัญญา/ใบสั่งซื้อ/จ้าง

6. วงเงินงบประมาณ

วงเงินงบประมาณไม่เกิน 1,500,000.-บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว ซึ่งครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมดตามขอบเขตการดำเนินงาน

7. ราคากลาง

7.1 ราคากลาง: 1,498,000.- บาท (หนึ่งล้านสี่แสนเก้าหมื่นแปดพันบาทถ้วน)

7.2 แหล่งที่มาของราคากลาง: สัญญาจ้างฯ เลขที่ สจ-0119-62 ลงวันที่ 12 กรกฎาคม 2562

8. ระยะเวลาการดำเนินงาน

ระยะเวลา 6 (หก) เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

รายละเอียดการดำเนินงาน	เดือน					
	1	2	3	4	5	6
1. จัดทำรายละเอียดกิจกรรม และประชาสัมพันธ์กิจกรรมกับผู้ที่สนใจในพื้นที่ภูมิภาค						
2. จัดหาวิทยากร และสถานที่จัดกิจกรรม						
3. คัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรม						
4. รายงานเบื้องต้น (Inception Report) งวดที่ 1						
5. กิจกรรมส่งเสริมความสามารถผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมภูมิภาค ด้านการสร้างตราสินค้า						
6. จัดทำสรุป Brand Book ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม						
7. รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) งวดที่ 2						

9. ผลงานที่ต้องส่งมอบ

ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลงานดังต่อไปนี้ จำนวน 3 ชุด พร้อมไฟล์สำเนารายงานเป็นอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 1 ชุด (External Harddisk)

9.1 รายงานเบื้องต้น (Inception Report) เพื่อเสนอแผนงาน กำหนดการ และรายละเอียดขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ตามขอบข่ายของงาน และครอบคลุมขอบเขตของโครงการ

9.2 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) เพื่อสรุปผลการดำเนินงาน วิเคราะห์แบบประเมินประสิทธิภาพของผู้คัดเลือกก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการ วิเคราะห์แนวโน้มความสามารถของผู้ประกอบการในการนำตราสินค้าไปต่อยอดธุรกิจนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าแบรนด์องค์กรได้

10. การจ่ายค่าจ้าง

ผู้ว่าจ้างจะจ่ายเงินซึ่งเป็นเงินบาทโดยตรงให้แก่ผู้รับจ้าง โดยจะจ่ายค่าจ้างให้ภายหลังจากผู้รับจ้างได้ส่งมอบผลงานและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับผลงานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

โดยกำหนดจ่ายค่าจ้าง จำนวน 2 (สอง) งวด ดังนี้

งวดที่ 1 กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 40 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานเบื้องต้น (Inception Report) ภายใน 1 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และหลังจากกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว

งวดที่ 2 (งวดสุดท้าย) กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 60 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และหลังจากกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว

11. กรรมสิทธิ์ในข้อมูล เอกสาร และรายงาน

ข้อมูล เอกสาร และรายงาน ตลอดจนผลงานทั้งหมดที่ผู้รับจ้างได้จากการปฏิบัติงานนี้ ตามสัญญาจะตกเป็นกรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (สนช.) โดยผู้รับจ้างจะไม่ส่งมอบและไม่เผยแพร่ข้อมูล เอกสาร และรายงาน ตลอดจนผลงานทั้งหมดที่ได้จากการปฏิบัติงานนี้ให้แก่ผู้ใดหรือนำไปใช้ประโยชน์โดยไม่ได้รับความยินยอมจาก สนช.

12. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในครั้งนี้ สำนักงานจะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) และจะพิจารณาจากราคารวมโดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) | กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20 |
| 2) ข้อเสนอทางด้านเทคนิค | กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 |

รายการ	คะแนน
1. ข้อมูลภูมิหลังของบริษัทและผลงานของบริษัท ทีมงานมีความรู้และความเชี่ยวชาญในโครงการที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับขอบเขตงาน	10
2. ความสอดคล้องและครบถ้วนกับขอบเขตงานดำเนินงาน มีความพร้อมในการดำเนินโครงการ โดยมีแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน	15
3. แนวทางการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ การนำเสนอแผนการปฏิบัติงาน และวิธีการในกระบวนการต่างๆ	20
4. ข้อเสนอทางด้านเทคนิค ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์กิจกรรม การออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน เนื้อหาของหลักสูตร ความเหมาะสมของวิทยากร และมีการจัดระบบบริหารจัดการที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานที่จะรับจ้าง	25
5. ข้อได้เปรียบ / จุดเด่น ที่ส่งผลให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อโครงการ	20
6. สามารถทำงานร่วมกับผู้ว่าจ้าง ผู้ประกอบการ และบุคคลภายนอกได้เป็นอย่างดี	10
รวม	100

13. จรรยาบรรณของผู้รับจ้าง

13.1 ห้ามเปิดเผยข้อมูลทางเทคนิคและการค้าของบริษัทหรือผู้ที่เกี่ยวข้องที่ผู้รับจ้างเข้าไปทำการสำรวจข้อมูล (Non-Disclosure Agreement) ภายในระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่เริ่มเข้าไปให้บริการฯ หรือเซ็นสัญญาวันแต่จะได้รับการยินยอมจากผู้เป็นเจ้าของข้อมูล

13.2 กรณีที่ต้องแสดงข้อคิดเห็นแก่สาธารณชน ผู้รับจ้างจะต้องให้ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นตามหลักวิชาการที่ไม่อ้างอิงหรือระบุถึงบริษัท หรือผู้ที่เกี่ยวข้องที่ผู้รับจ้างเข้าไปทำการสำรวจข้อมูล (เว้นแต่ได้รับการยินยอมจากผู้เป็นเจ้าของข้อมูล) ตามที่ตนทราบอย่างถ่องแท้แก่สาธารณชนด้วยความสัตย์จริง

14. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

นางสาววราศรี อัจฉริยะเดชา นักส่งเสริมนวัตกรรม

โทร 02-017 5555 ต่อ 641

โทรสาร 02 -017 5566

อีเมล varasri@nia.or.th