# ข้อกำหนดงานจ้าง
# โครงการการพัฒนาศักยภาพการทำธุรกิจการค้าหัตถกรรม
# (Craft Business Incubation Program)
# ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

## ๑. หลักการและเหตุผล

การพัฒนาตราสินค้า หรือ “แบรนด์” ให้แก่ผู้ประกอบการ เป็นกลวิธีหนึ่งในการสร้างคุณค่าและความยั่งยืนให้แก่งานหัตถศิลป์อันทรงคุณค่าซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาและการสืบทอดอันยาวนาน เนื่องจากการสร้างแบรนด์เป็นการใช้องค์ประกอบทาง

- ศาสตร์ คือ การใช้กลยุทธ์ในการสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย และ
- ศิลป์ คือ การใช้องค์ประกอบทางด้านศิลปะ การเล่าเรื่องและจูงใจ ทำให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวและตัวตนของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างการจดจำและมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้

การพัฒนาแบรนด์จึงไม่ใช่เพียงแค่การสร้างการรับรู้ แต่เป็นการสร้างความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาแบรนด์หัตถศิลป์ให้เป็นไปตามแนวทางของ SACICT นั้น จะเป็นการพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ถ่ายทอดเรื่องราวคุณค่างานหัตถศิลป์ที่มีการสืบทอดอันยาวนาน ให้เป็นที่นิยมต่อกลุ่มผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคสมัยใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ที่แตกต่าง มุ่งเน้นการใช้งานในชีวิตประจำวันมากขึ้น

จากผลการดำเนินโครงการฯ ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ของ SACICT พบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจหัตถกรรมมีความรู้ความเข้าใจด้านแบรนด์มากขึ้น แต่ยังคงต้องการพัฒนาแบรนด์ควบคู่กับการตลาด และการขยายกลุ่มเป้าหมายสู่กลุ่มผู้บริโภคสมัยใหม่ ในปีงบประมาณ ๒๕๖๒ SACICT จึงพัฒนาแบรนด์โดยเน้นการสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจน เน้นการสื่อสารเล่าเรื่อง มีการตั้งมาตรฐานในการวัดขีดความสามารถของแต่ละแบรนด์ ดังนั้นการดำเนินโครงการการพัฒนาศักยภาพการทำธุรกิจการค้าหัตถกรรม (Craft Business Incubation Program) จึงให้ความสำคัญในการสร้างและพัฒนาตราสินค้า โดยมุ่งเน้นการเล่าเรื่อง (Story Telling) ซึ่งเป็นกลวิธีหนึ่งในการถ่ายทอดภูมิปัญญาของผู้สร้างงานหัตถศิลป์ที่ได้สืบทอดกันมาอย่างยาวนานสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## ๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อผลักดันผู้ประกอบการธุรกิจการค้าหัตถกรรม สมาชิก ศ.ศ.ป. ให้สามารถพัฒนาตราสินค้าโดยยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ และภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของงานหัตถศิลป์ไทยไว้ได้ ไม่น้อยกว่า ๖๐ ราย

๒.๒ เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิก ศ.ศ.ป. เข้าสู่กระบวนการสร้างและพัฒนา “แบรนด์หัตถศิลป์ต้นแบบตามแนวทางของ SACICT” ไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย

๒.๓ เพื่อสร้างและพัฒนา Model ต้นแบบแบรนด์หัตถศิลป์ ในการพัฒนาแบรนด์ให้แก่สมาชิก ศ.ศ.ป.

๒.๔ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถนำความรู้ไปปรับใช้และต่อยอดการดำเนินธุรกิจของตนเองซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศและเสริมความแข็งแกร่งให้แก่งานหัตถศิลป์ไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลได้

## ๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอ หรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงาน และได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทิ้งงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทิ้งงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่ คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ เสนอราคาครั้งนี้

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ ศ.ศ.ป. ณ วันที่เสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการเสนอราคาครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์ หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

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

**๔. ขอบเขตของงานจัดซื้อ/จัดจ้าง**

โครงการการพัฒนาศักยภาพธุรกิจการค้าหัตถกรรม (Craft Business Incubation Program) เป็นโครงการพัฒนาแบรนด์ให้แก่ผู้ประกอบการหัตถศิลป์ โดยมีวิทยากรบรรยายและดำเนินกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องและทีมที่ปรึกษาให้คำแนะนำ โดยกิจกรรมอบรมแบ่งเป็น ๓ ช่วง หลักคือ

ช่วงที่ ๑ จัดกิจกรรม บรรยายโดยเน้นการเล่าเรื่องแบรนด์ และกิจกรรมฝึกปฏิบัติ (Workshop) พร้อมให้คำปรึกษา

ช่วงที่ ๒ จัดกิจกรรม บรรยายโดยเน้นการสร้างมูลค่าให้แก่แบรนด์ และกิจกรรมฝึกปฏิบัติ (Workshop) พร้อมให้คำปรึกษา

ช่วงที่ ๓ วางกลยุทธ์การพัฒนาและนำเสนอแบรนด์

รายละเอียดงานจ้างดำเนินงานโครงการการพัฒนาศักยภาพการทำธุรกิจการค้าหัตถกรรม ประกอบด้วย

**๔.๑ การวางแผนและการพัฒนาหลักสูตร**

๔.๑.๑ จัดทำแผนการดำเนินงานและกรอบแนวทางการดำเนินโครงการ อาทิ กรอบแนวคิดและแผนการดำเนินงาน และรูปแบบการดำเนินกิจกรรม

๔.๑.๒ พัฒนาหลักสูตรการเสริมสร้างสมรรถนะและเพิ่มศักยภาพ การพัฒนาแบรนด์ พร้อมทั้งจัดทำกรอบรายละเอียดหลักสูตร/หัวข้อ/การให้คำปรึกษา และระยะเวลาในการอบรม โดยมีรายละเอียดเนื้อหาและกิจกรรมครอบคลุมการดำเนินงานตลอดทั้งโครงการ

๔.๑.๓ พัฒนาและจัดทำหลักสูตรพัฒนาศักยภาพการทำธุรกิจการค้าหัตถกรรม ตลอดทั้งโครงการประกอบด้วย

- จัดทำโครงสร้างหลักสูตรการพัฒนาแบรนด์หัตถศิลป์พร้อมเนื้อหา
- การบรรยาย ไม่น้อยกว่า ๑๒ หัวข้อ (ตลอดทั้งหลักสูตร) และการฝึกปฏิบัติจริง (Workshop) ให้สอดคล้องกับหลักสูตร
- กำหนดเกณฑ์ ตัวชี้วัด เพื่อใช้เป็นแนวทาง/มาตรฐานในการประเมินศักยภาพ/ความสามารถของแต่ละแบรนด์ ให้สอดคล้องกับหลักสูตร

- กำหนดแนวทาง/หัวข้อ ในการเก็บข้อมูล ข้อมูลเชิงลึกเพื่อพัฒนาแบรนด์
- กำหนดกรอบการพัฒนาแบรนด์ พร้อมเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกในแต่ละช่วง
- กำหนดรูปแบบการจัดกิจกรรมสร้างการรับรู้ และ Showcase แบรนด์ต้นแบบ
- พัฒนาหลักสูตรการสร้างแบรนด์หัตถศิลป์ในแบบเฉพาะของ SACICT โดยกำหนดรายละเอียดเนื้อหา ระยะเวลา วิธีการวัด/ประเมินผลศักยภาพ ตามลำดับขั้นการพัฒนาจากระดับเริ่มต้น-กลาง-สูง

๔.๑.๔ พัฒนาและจัดทำเครื่องมือในการวัดผล “แบรนด์” ของผู้ได้รับการพัฒนาในช่วงที่ ๓ ไม่น้อยกว่า ๑๐ รายประกอบด้วย

- พัฒนาและจัดทำเครื่องมือสำรวจ Brand Audit พร้อมทั้งกำหนดวิธีการวิเคราะห์ผลแบรนด์ โดยการสัมภาษณ์ เก็บแบบสอบถาม หรือกระบวนการอื่น ๆ โดยใช้ปัจจัยที่สอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาเพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาต่อยอดได้ อาทิ Segmentation /Brand Awareness/Brand Positioning/Brand Experience/Brand Intimacy หรืออื่น ๆ
- พัฒนาและจัดทำเครื่องมือในการทำ Market Test/Survey แบรนด์และผลิตภัณฑ์ พร้อมกำหนดวิธีการวิเคราะห์ผล ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยให้มีตัวแปรที่สอดคล้องต่อการพัฒนาแบรนด์ตามหลักสูตร ตัวอย่าง ตัวแปรด้านความคิดเห็น (Opinions) ความสนใจ (Interests) การออกแบบ การรับรู้ผลิตภัณฑ์ ราคา ความเห็นที่มีต่อสินค้าและข้อเสนอแนะในการพัฒนา หรืออื่น ๆ
- พัฒนาเครื่องมือในการวัดมูลค่าของแบรนด์ที่ได้รับการต่อยอดสูงขึ้น เทียบกับการขายในปีที่ผ่านมา พร้อมทั้งวิเคราะห์ สรุปผล

<u>หมายเหตุ</u> : เครื่องมือที่พัฒนาขึ้น เพื่อการเก็บข้อมูลทั้งหมดอาจรวมอยู่ในชุดข้อมูลเดียวกันได้เพื่อความสะดวกต่อการสอบถาม

**๔.๒ ทีมที่ปรึกษาและวิทยากร**

๔.๒.๑ จัดหาทีมที่ปรึกษาและทีมวิทยากรในการให้ความรู้ คำปรึกษา แนะนำด้านการสร้างและพัฒนาแบรนด์ ตลอดทั้งโครงการ ดังนี้

(๑) ทีมที่ปรึกษา วุฒิการศึกษาระดับไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท และมีประสบการณ์ด้านการสร้างและพัฒนาแบรนด์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คน ให้คำปรึกษาตลอดทั้งโครงการ รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชั่วโมง โดยมีขอบเขตหน้าที่ในการปฏิบัติงานดังนี้

- ดำเนินการคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรมเบื้องต้น
- ให้คำปรึกษา/ข้อเสนอแนะ/ข้อคิดเห็นต่อการพัฒนาแบรนด์ในแนวทางของ SACICT ตามแนวคิด SACICT Craft Trend 2019 หัวข้อ "Retelling The Detailing"
- กำหนดวิธีการและดำเนินการประเมินผลผู้เข้าร่วมกิจกรรม ในแต่ละช่วง
- วิเคราะห์การพัฒนาแบรนด์ ๑๐ ราย และแนวโน้มการพัฒนาแบรนด์หัตถศิลป์ในภาพรวม รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๒) ทีมวิทยากร มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อบรรยาย หรือฝึกปฏิบัติจริง (Workshop) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คน บรรยายให้ความรู้ หรือฝึกปฏิบัติจริง (Workshop) หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับหลักสูตร ไม่น้อยกว่า ๑๒ หัวข้อ ระยะเวลาทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๖ วัน

หมายเหตุ

(๑) การนับชั่วโมงที่ปรึกษาจะต้องเป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนดและได้รับความเห็นชอบจาก ศ.ศ.ป. อาทิ การเข้าให้คำปรึกษาตามกิจกรรมที่กำหนด และการให้คำปรึกษาผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น โทรศัพท์ อีเมล์ ไลน์ ฯลฯ

(๒) ทีมที่ปรึกษาและทีมวิทยากรจะต้องไม่ใช่บุคคลเดียวกัน

๔.๓ **การดำเนินงาน**

๔.๓.๑ ดำเนินการประชาสัมพันธ์การรับสมัคร/คัดเลือกผู้สมัคร ให้ได้กลุ่มเป้าหมายตามที่โครงการกำหนด ดังนี้

(๑) ดำเนินการรับสมัคร สร้างการรับรู้ เพื่อให้ได้ผู้สมัครไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย มีคุณสมบัติอย่างน้อย ดังนี้

- เป็นบุคคลที่ได้รับการยกย่องเชิดชูจาก SACICT หรือ เป็นสมาชิกของ SACICT
- แบรนด์มีอัตลักษณ์ และมีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอด
- มีความพร้อมในการเข้าร่วมกิจกรรมตลอดทั้งโครงการ

(๒) ดำเนินการคัดเลือกผู้สมัครให้ได้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๖๐ ราย

(๓) แจ้งผลการคัดเลือก กำหนดการและรายละเอียดการเข้าร่วมกิจกรรมแก่ผู้ที่ได้รับการคัดเลือก พร้อมทั้งยืนยันการเข้าร่วมกิจกรรมตลอดระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด

๔.๓.๒ ดำเนินงานการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบธุรกิจหัตถกรรม แบ่งออกเป็น ๓ ช่วง ดังนี้

(๑) **ช่วงที่ ๑ กิจกรรม ประเมินศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาแบรนด์** พัฒนาแบรนด์และสร้างการรับรู้โดยคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์และการเล่าเรื่องตามแนวคิด “Retelling The Detailing” เนื้อหาการอบรมเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการตลาดและแบรนด์ เน้นการสร้างการรับรู้และเล่าเรื่องเพื่อให้แบรนด์มีความน่าสนใจ รายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- ดำเนินการพัฒนาศักยภาพผู้ผ่านการคัดเลือก จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐ ราย ในด้านการให้ความรู้ การให้คำปรึกษา แนะนำ หรือการอบรมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาแบรนด์ ตามที่หลักสูตรกำหนด ระยะเวลาดำเนินงานไม่น้อยกว่า ๔ วัน
- ดำเนินการประเมินผลผู้เข้ารับการอบรมที่มีศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาแบรนด์ที่ชัดเจน เพื่อเข้ารับการอบรมเชิงลึก จำนวน ไม่น้อยกว่า ๒๐ ราย
- แจ้งผลการประเมิน กำหนดการ และรายละเอียดการเข้าร่วมกิจกรรม แก่ผู้ที่ผ่านการประเมิน พร้อมทั้งยืนยันการเข้าร่วมกิจกรรมตลอดระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด

(๒) **ช่วงที่ ๒ กิจกรรม เสริมสร้างและเพิ่มสมรรถนะศักยภาพเชิงลึก “แบรนด์” (SACICT Incubator)** เพื่อสร้างมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์โดยยังคงคุณค่า และแนวคิด “Retelling the Detailing” การพัฒนาตราสินค้าโดยเน้นกลยุทธ์เชิงรุก และวางแนวทางการต่อยอดเชิงพาณิชย์ให้แก่แบรนด์ อาทิ

- การพัฒนา Luxury/Valuable Brand
- การสร้าง Brand Experience/Value Exchange/Co-Branding
- การวัดความสำเร็จของแบรนด์ ฯลฯ

รายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- ดำเนินการพัฒนาศักยภาพผู้ผ่านการคัดเลือก จากกิจกรรมช่วงที่ ๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ราย โดยจัดกิจกรรมให้ความรู้ คำปรึกษา ตามที่หลักสูตรกำหนด

และนำเสนอแผนการพัฒนาแบรนด์ ในรูปแบบการนำเสนอผลงาน (Pitching) ระยะเวลาดำเนินงานไม่น้อยกว่า ๔ วัน

- ดำเนินการประเมิน “แบรนด์” ที่มีศักยภาพ ในการสร้างและพัฒนาแบรนด์ เพื่อเข้ารับการพัฒนาในการวางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย
- แจ้งผลการประเมิน กำหนดการและรายละเอียดการเข้าร่วมกิจกรรม แก่ผู้ที่ผ่านการประเมินพร้อมทั้งยืนยันการเข้าร่วมกิจกรรมตลอดระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด

(๓) **ช่วงที่ ๓ กิจกรรม “วางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์”** เพื่อพัฒนาแบรนด์ต้นแบบของ SACICT ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก และสร้างกรอบการพัฒนา รายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกแต่ละราย ไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ วันต่อราย พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อกำหนดทิศทางในการพัฒนาแบรนด์ การสื่อสาร การติดตามและประเมินผลแบรนด์แต่ละรายได้อย่างเหมาะสม
- ดำเนินการให้คำปรึกษาแนะนำ วิเคราะห์ วางกลยุทธ์การพัฒนาแบรนด์ และวางแผนการสร้างการรับรู้ร่วมกันระหว่างเจ้าของแบรนด์และทีมที่ปรึกษา ระยะเวลาดำเนินงานไม่น้อยกว่า ๓ วัน
- ดำเนินการสร้างการรับรู้ (Awareness) และทำการการสื่อสารแบรนด์ (Communication) ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของผู้เข้าอบรมเพื่อประมวลข้อมูลความคิดเห็น ควบคู่กับการรับคำปรึกษาแนะนำจากที่ปรึกษา ระยะเวลาดำเนินการไม่น้อยกว่า ๗ วัน

<u>หมายเหตุ</u> :

(๑) การกำหนดคุณสมบัติผู้เข้าร่วมกิจกรรม แนวทางการพิจารณาคัดเลือกเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละช่วง เป็นไปตามที่ SACICT กำหนด

(๒) ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปการคัดเลือกแต่ละช่วงกิจกรรม โดยรวบรวมประเด็นคำถาม ข้อมูล ข้อเสนอแนะ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละราย นำส่งให้ ศ.ศ.ป. เพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป

**๔.๔ การเผยแพร่และประเมินผลการพัฒนาแบรนด์**

เผยแพร่และนำเสนอ “แบรนด์” ที่ได้รับการพัฒนาจากการดำเนินงานในช่วงที่ ๓ ภายในงาน Crafts Bangkok 2019 หรืองานอื่น ๆ ที่ ศ.ศ.ป. กำหนด ดังนี้

๔.๔.๑ ดำเนินการจัดเก็บข้อมูล และการสำรวจในเชิงการตลาด ด้วยเครื่องมือที่พัฒนาตามข้อ ๔.๑.๔ ดังนี้

- ประสานผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน เพื่อนำเสนอผลการพัฒนาแบรนด์ภายในงาน ประกอบด้วย วิดีทัศน์และข้อมูลของแต่ละแบรนด์ อาทิ แนวคิดและผลการพัฒนาแบรนด์ สิ่งพิมพ์ E-Book และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- จัดทำแบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์/แบบทดสอบ ดำเนินการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผล Brand Audit ภายในงาน จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ/ผู้มีความรู้/ผู้มีประสบการณ์ในด้านที่เกี่ยวข้อง อาทิ นักการตลาด นักออกแบบ ผู้คัดเลือกสินค้า (Curator) ฯลฯ จำนวนตัวอย่างไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย
- จัดทำแบบสอบถาม ดำเนินการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผล การทดสอบตลาด (Market Test) ภายในงาน จำนวนตัวอย่างไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ราย

- การเข้าร่วมกิจกรรมแต่ละครั้ง จะต้องจัดทีมที่ปรึกษา เพื่อรับฟังข้อมูล และให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ เพื่อการปรับปรุง พัฒนาในแต่ละแบรนด์
- จัดหาทีมเก็บข้อมูลและสรุปผลข้อมูล ในการเข้าร่วมแต่ละกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๕ คน

๔.๔.๒ จัดกิจกรรมเสวนา (SACICT Final Showcase) ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ วัน โดยนำเสนอการถ่ายทอดประสบการณ์และผลการพัฒนาแบรนด์ที่เข้าร่วมกิจกรรมช่วงที่ ๓ ให้แก่สมาชิก SACICT ผู้ประกอบธุรกิจหัตถกรรมที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมกิจกรรม และผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย รายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- จัดหาผู้ดำเนินกิจกรรม การนำเสนอ ถ่ายทอดประสบการณ์และผลการพัฒนาแบรนด์ ไม่น้อยกว่า ๑ คน
- ประสานงานผู้เข้าร่วมกิจกรรมช่วงที่ ๓ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย ในการนำเสนอและถ่ายทอดประสบการณ์ในการพัฒนาแบรนด์ พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม
- จัดทำประเด็นคำถาม/หัวข้อการเสวนา/Main Script ดำเนินกิจกรรม และคำกล่าวเปิดงาน
- ประชาสัมพันธ์ ลงทะเบียนรับสมัคร และรวบรวมรายชื่อผู้สมัครและเข้าร่วมกิจกรรม
- จัดเตรียมสถานที่ อาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง รวมถึงป้าย ไวนิล จอภาพ เครื่องเสียง และอุปกรณ์อื่น ๆ ที่จำเป็น

๔.๔.๓ จัดหาทีมบันทึกวิดีโอ ภาพนิ่ง บันทึกเสียง เก็บ Footage ตลอดทั้งโครงการ

๔.๔.๔ จัดทำข้อมูลองค์ความรู้ในการนำเสนอและพัฒนา “แบรนด์” ต้นแบบ ที่เข้าร่วมกิจกรรมช่วงที่ ๓ ไม่น้อยกว่า ๑๐ แบรนด์ ผ่านการเล่าเรื่องของแบรนด์ผู้ประกอบธุรกิจการค้าหัตถกรรม เพื่อนำไปใช้ในการสร้างการเผยแพร่รับรู้ ดังนี้

(๑) วิดีทัศน์ แนวทางการเล่าเรื่องของแต่ละแบรนด์ รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐ ชุด มีความละเอียดของภาพและเสียงเหมาะสมสำหรับการเปิดบนจอโทรทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที โดย บท (สคริปต์) หรือ Story-Board จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก SACICT เพื่อใช้ในกิจกรรมเผยแพร่และประเมินผลการพัฒนาแบรนด์ ในสื่อโซเชียลมีเดียของ SACICT หรือโซเชียลมีเดียของแต่ละแบรนด์ และช่องทางอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๒) เอกสารนำเสนอผลการพัฒนาแบรนด์ในภาพรวม ในรูปแบบสิ่งพิมพ์ โดยจัดทำสิ่งพิมพ์ขนาดไม่ต่ำกว่า A๕ กระดาษอาร์ตมันหรือด้านไม่ต่ำกว่า ๘๐ แกรม จัดพิมพ์ ๔ สี จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด มีเนื้อหาประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของแบรนด์ สิ่งที่แบรนด์ต้องการพัฒนาต่อยอด ผลการพัฒนา การวิเคราะห์สรรถนะและความสามารถของแบรนด์ และข้อเสนอแนะการพัฒนา จัดทำเนื้อหาโดยมีภาพประกอบ และ ภาพ Info-Graphic ตามความเหมาะสม และจัดทำซีดีสำหรับ E-Book เพื่อเผยแพร่เนื้อหาให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจการค้าหัตถกรรม และกลุ่มอาจารย์/นักศึกษา สาขาการออกแบบหัตถ-อุตสาหกรรมและสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และเผยแพร่ภายในงานเสวนา (SACICT Final Showcase) และงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

**๔.๕ การประสานงาน**

๔.๕.๑ จัดเตรียมสถานที่อบรม/ทำกิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวก ให้เพียงพอสำหรับผู้เข้าอบรม รวมถึงส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ป้าย โต๊ะ-เก้าอี้ จอภาพ เครื่องฉายภาพ โน้ตบุค เครื่องเสียง จุดลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรมพร้อมเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน ฯลฯ

๔.๕.๒ จัดอาหาร เครื่องดื่ม ไม่น้อยกว่า ๑ มื้อต่อวัน และอาหารว่าง ไม่น้อยกว่า ๒ มื้อต่อวัน ให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมอบรม อาทิ วิทยากร ทีมที่ปรึกษา ผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

(๑) กิจกรรมอบรมช่วงที่ ๑ ระยะเวลาดำเนินกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๔ วัน จัดอาหาร อาหารว่าง และเครื่องดื่ม ดังนี้
- วิทยากรไม่น้อยกว่า ๒ คน สำหรับการดำเนินกิจกรรมในวันที่ ๑-๓
- ที่ปรึกษาไม่น้อยกว่า ๔ คน สำหรับการดำเนินกิจกรรมวันที่ ๒-๔
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๖๐ คน สำหรับการดำเนินกิจกรรมวันที่ ๑-๓

(๒) กิจกรรมอบรมช่วงที่ ๒ ระยะเวลาดำเนินกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๔ วัน จัดอาหาร อาหารว่าง และเครื่องดื่ม ดังนี้
- วิทยากรไม่น้อยกว่า ๒ คน สำหรับการดำเนินกิจกรรมในวันที่ ๑-๓
- ที่ปรึกษาไม่น้อยกว่า ๔ คน สำหรับการดำเนินกิจกรรมวันที่ ๒-๔
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๒๐ คน สำหรับการดำเนินกิจกรรมวันที่ ๑-๔

(๓) กิจกรรมอบรมช่วงที่ ๓ (ลงพื้นที่ผู้ประกอบการไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย) ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ วันต่อราย โดยจัดอาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม ให้แก่ที่ปรึกษาไม่น้อยกว่า ๑ คน

(๔) กิจกรรมช่วงที่ ๓ (ให้คำปรึกษารวม) ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ วัน จัดอาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม ดังนี้
- ที่ปรึกษาไม่น้อยกว่า ๕ คน สำหรับการดำเนินกิจกรรมวันที่ ๑-๓
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย สำหรับการดำเนินกิจกรรมวันที่ ๑-๓

(๕) กิจกรรมเสวนา (SACICT Final Showcase) ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ วัน จัดอาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม ดังนี้
- ที่ปรึกษาไม่น้อยกว่า ๕ คน
- ผู้บรรยาย/เสวนา (ผู้นำเสนอผลงาน) ไม่น้อยกว่า ๑๐ คน
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรมอบรม ไม่น้อยกว่า ๕๐ คน

๔.๕.๓ จัดทำเอกสารประกอบการอบรมให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมอบรมในแต่ละช่วง พร้อมจัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการอบรม อาทิ กระดาษ ปากกา ดินสอ ป้ายชื่อ ฯลฯ

๔.๕.๔ จัดทำและประเมินผลความพึงพอใจ การดำเนินงานแต่ละช่วงกิจกรรม ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

๔.๕.๕ จัดหาเจ้าหน้าที่ดำเนินการประสานงานตลอดทั้งโครงการ ไม่น้อยกว่า ๒ คน โดยปฏิบัติหน้าที่ดังนี้
- จัดทำ Timeline การดำเนินกิจกรรม ตารางการจัดกิจกรรมอบรมและ Workshop และตารางชั่วโมงการให้คำปรึกษา
- ติดต่อประสานงาน อาทิ สถานที่ อาหาร ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทีมที่ปรึกษาและวิทยากร ทีมกล้อง สื่อสิ่งพิมพ์ ประสานงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูลตลอดจนที่พักและการเดินทาง และส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ประสานการรับสมัคร รวบรวมเอกสาร อาทิ ข้อมูลและประวัติผู้สมัคร หลักสูตร ข้อมูลการคัดเลือก แบบสอบถามความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรม และข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็น
- ประสานงานผู้ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมกิจกรรมแต่ช่วง หรือการเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ที่ ศ.ศ.ป. กำหนด
- ประสานและอำนวยความสะดวกแก่วิทยากร ผู้เข้ารับการอบรม ผู้สนใจหรือผู้เกี่ยวข้อง อาทิ ลงทะเบียน ให้ข้อมูลการรับสมัคร และดำเนินการประสานงานในส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ประสานงานและการติดตามผลการพัฒนาแบรนด์ ตลอดจนการสืบค้นข้อมูลวิจัยที่เกี่ยวข้อง การหาแหล่งข้อมูล/เอกสารอ้างอิง เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนในการพัฒนาแบรนด์ ตลอดทั้งโครงการ

- ประสานงานติดตามผลการพัฒนาแบรนด์ การเก็บข้อมูล Brand Audit/Market Test และการประสานงานในส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔.๖ **รายงานสรุปผลการดำเนินงาน**

จัดทำเอกสารรายงานสรุปผลการดำเนินงานโครงการในรูปแบบเอกสารและบันทึกข้อมูลในรูปแบบ Soft File นำส่งให้ SACICT จำนวน ๒ ชุด ดังนี้

๔.๖.๑ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานโครงการ ประกอบด้วย

- รายงานสรุปเนื้อหาหัวข้อการบรรยาย ตลอดทั้งโครงการ โดยมีข้อมูลพร้อมประวัติวิทยากรที่บรรยายแต่ละหัวข้อ
- รายงาน แบบสำรวจความพึงพอใจตลอดการดำเนินกิจกรรมแต่ละช่วง ทั้งนี้ จะต้องนำส่งแบบสำรวจฉบับจริงที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมประเมินผล มาพร้อมกับรายงานสรุปผลการดำเนินงานด้วย
- รายงานสรุปผลการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ผล และการให้คำปรึกษาของทีมที่ปรึกษาตลอดทั้งโครงการ พร้อมทั้งให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพื่อการสร้างและพัฒนาแบรนด์แก่ สมาชิก SACICT ต่อไป

๔.๖.๒ รายงานจัดทำกระบวนการพัฒนาแบรนด์ผู้ประกอบธุรกิจหัตถกรรม โดยกำหนดรายละเอียดหลักสูตร หัวข้อการอบรม ระยะเวลา เครื่องมือและกระบวนการพัฒนาแบรนด์หัตถศิลป์ และวิธีการประเมินผลที่เป็น Model และโปรแกรมการพัฒนาแบรนด์หัตถศิลป์ ของ SACICT

๔.๖.๓ รายงานติดตามผลการปรับปรุง/พัฒนาแบรนด์ตามกลยุทธ์ และการผลักดันแบรนด์ให้เกิดผลในเชิงพาณิชย์ ภายในระยะเวลา ๒ เดือนหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรม Brand Audit และ Market Test

**๕. ขั้นตอนการดำเนินงาน**

๕.๑ ผู้รับจ้างต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานตามขอบเขตงาน ที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของงานจ้าง

๕.๒ ผู้รับจ้างดำเนินงานให้เป็นไปตามรายละเอียดที่กำหนดตามข้อ ๔ ให้ บรรลุตามวัตถุประสงค์งานจ้าง

๕.๓ เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการจัดงานเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะต้องทำการรื้อถอนอุปกรณ์ สิ่งปลูกสร้าง สิ่งตกแต่งต่าง ๆ ให้เรียบร้อย พร้อมจัดทำรายงานการดำเนินงานทั้งหมดพร้อมภาพประกอบ

๕.๔ หากใช้ ศ.ศ.ป. เป็นที่จัดกิจกรรม ก่อนการดำเนินการจัดงาน ผู้รับจ้างจะต้องนัดประชุมหารือกับฝ่ายอาคารสถานที่และช่างระบบ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับระบบต่าง ๆ และข้อกำหนดการใช้พื้นที่ อันจะเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินภายใน ศ.ศ.ป.

๕.๕ ในการดำเนินงานตามข้อ ๔.๑ - ๔.๖ ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ได้รูปแบบรายละเอียดที่ถูกต้องสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในข้อกำหนดนี้ และเพื่อให้สามารถส่งมอบงานให้คณะกรรมการตรวจการจ้างตรวจรับงานได้ รวมทั้งจะต้องมีการประชุมร่วมกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการเป็นครั้งคราว เพื่อติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงาน พิจารณาแก้ไขปัญหา อุปสรรค ฯลฯ โดยการจัดประชุมดังกล่าวให้อยู่ในดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการของ ศ.ศ.ป. เป็นผู้กำหนด พร้อมกันนี้ในการประชุมทุกครั้ง ให้ผู้รับจ้างเป็นผู้จัดทำรายงานการประชุม และจะต้องจัดส่งรายงานการประชุมให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการ ศ.ศ.ป. ภายใน ๕ วันทำการ หลังจากมีการประชุม

**๖. ระยะเวลาดำเนินงาน** ภายในวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๒

**๗. งบประมาณ** ๓,๔๒๕,๐๐๐ บาท (สามล้านสี่แสนสองหมื่นห้าพันบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

๘. **การส่งมอบงาน**

กำหนดแบ่งงวดงานเพื่อส่งมอบรวม ๓ งวด ดังนี้

๘.๑ งวดที่ ๑ ภายในกำหนด ๔๕ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการวางแผนและพัฒนาหลักสูตร ข้อ ๔.๑ จัดหาทีมที่ปรึกษาและวิทยากร ข้อ ๔.๒ ดำเนินการประชาสัมพันธ์และรับสมัคร ข้อ ๔.๓.๑ และดำเนินงานการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบธุรกิจหัตถกรรม ข้อ ๔.๓.๒ (๑) ให้แล้วเสร็จและส่งมอบรายละเอียดแผนการดำเนินงานทั้งโครงการในรูปแบบเอกสารและบันทึกเป็นรูปแบบ Soft File ที่สามารถแก้ไขและนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ จำนวน ๒ ชุด ณ ที่ทำการของ ศ.ศ.ป. โดยมีเนื้อหาสำคัญดังนี้

- แผนการดำเนินงานและกรอบแนวทางการดำเนินโครงการ
- ชื่อหลักสูตร/รายละเอียดหลักสูตร/หัวข้อ/การให้คำปรึกษา/ระยะเวลาในการอบรม และเกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าอบรม
- จัดหาทีมที่ปรึกษาและทีมวิทยากรในการให้ความรู้ คำปรึกษา แนะนำการสร้างและพัฒนาแบรนด์ พร้อม ประวัติ และผลงานของทีมวิทยากรและทีมที่ปรึกษา
- พัฒนาและจัดทำเครื่องมือในการวัดผล “แบรนด์” และการทดสอบตลาด
- ดำเนินการประชาสัมพันธ์การรับสมัคร/คัดเลือกผู้สมัคร ให้ได้กลุ่มเป้าหมายตามที่โครงการกำหนด
- จัดกิจกรรม ช่วงที่ ๑ กิจกรรมประเมินศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาแบรนด์ให้แล้วเสร็จ

๘.๒ งวดที่ ๒ ภายในกำหนด ๑๓๕ วัน นับจากวันลงนามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบธุรกิจหัตถกรรม ข้อ ๔.๓.๒ (๒) และ (๓) เผยแพร่และนำเสนอแบรนด์ ภายในงาน Craft Bangkok 2019 หรืองานอื่น ๆ ที่ ศ.ศ.ป. กำหนด ข้อ ๔.๔.๑ จัดหาทีมบันทึกภาพ และวิดีโอ ข้อ ๔.๔.๓ จัดทำข้อมูลองค์ความรู้ในการนำเสนอและพัฒนาแบรนด์ ข้อ ๔.๔.๔ และส่งมอบรายงานผลการดำเนินงานในรูปแบบเอกสารและบันทึกเป็นรูปแบบ Soft File ที่สามารถแก้ไขและนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ จำนวน ๒ ชุด ณ ที่ทำการของ ศ.ศ.ป โดยมีเนื้อหาสำคัญดังนี้

- จัดกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบธุรกิจ (ช่วงที่ ๒ กิจกรรมเสริมสร้างและเพิ่มสมรรถนะศักยภาพเชิงลึก “แบรนด์” (SACICT Incubator) และช่วงที่ ๓ กิจกรรม “วางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์”) ให้แล้วเสร็จ
- ประสานงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง และจัดหาจัดหาทีมบันทึกวิดีโอ ภาพนิ่ง บันทึกเสียง เก็บ Footage ตลอดทั้งโครงการ
- ดำเนินการจัดการเก็บข้อมูลประเมินผลการพัฒนาแบรนด์ และการสำรวจในเชิงการตลาด (Brand Audit และ Market Test) ให้แล้วเสร็จ

๘.๓ งวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) ภายในวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๒ เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการจัดกิจกรรมเสวนา (SACICT Final Showcase) ข้อ ๔.๔.๒ ประสานงาน ข้อ ๔.๕ และรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ข้อ ๔.๖ ให้แล้วเสร็จ รวมทั้งส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการฯ และส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานทั้งหมด ในรูปแบบเอกสารและบันทึกเป็นรูปแบบ Soft File ที่สามารถแก้ไขและนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ จำนวน ๒ ชุด ณ ที่ทำการของ ศ.ศ.ป

๙. **การเบิกจ่ายเงินค่าจ้าง** กำหนดงวดเพื่อการเบิกจ่ายเป็น ๓ งวด ดังนี้

๙.๑ งวดที่ ๑เบิกจ่าย ๑๕ % ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๑ ตามข้อ ๘.๑ และคณะกรรมการตรวจงานจ้างได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้องพร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับ ศ.ศ.ป. แล้ว

๙.๒ งวดที่ ๒ เบิกจ่าย ๕๕ % ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๒ ตามข้อ ๘.๒ และคณะกรรมการตรวจงานจ้างได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้องพร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับ ศ.ศ.ป. แล้ว

๙.๓ งวดที่ ๓ เบิกจ่าย ๓๐ % ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๓ ตามข้อ ๘.๓ และคณะกรรมการตรวจงานจ้างได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้องพร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับ ศ.ศ.ป. แล้ว

**๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง**

ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันในความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากงานจ้างนี้ ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาที่ได้จัดทำขึ้นระหว่างกัน และภายในกำหนด ๓ เดือน นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดสุดท้ายให้แก่ผู้ว่าจ้าง และคณะกรรมการตรวจงานจ้างได้ตรวจรับโดยครบถ้วนถูกต้องทั้งหมดแล้วเป็นต้นไป โดยภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว หากความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายนั้นได้เกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง ไม่ว่าจะเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำไว้ไม่เรียบร้อยหรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา หรือด้วยเหตุใด ๆ ก็ตาม อันเป็นความรับผิดของฝ่ายผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการซ่อมแซมแก้ไขให้คืนดีดังเดิมให้แก่ผู้ว่าจ้าง ให้เรียบร้อยถูกต้องตามมาตรฐานโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใด ๆ ในการแก้ไขความชำรุดบกพร่องเสียหายนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าว ภายในกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในหนังสือที่ผู้ว่าจ้างแจ้งให้ผู้รับจ้างแก้ไข ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ทำแทนได้ โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมดแต่เพียงฝ่ายเดียว

**๑๑. อัตราค่าปรับ**

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานจ้างในแต่ละงวดให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของราคาค่าจ้างทั้งหมดเฉลี่ยเป็นรายงวดแต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบงานในแต่ละงวดหรือวันที่ผู้รับจ้างได้ขยายให้จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานดังกล่าวข้างต้นได้ครบถ้วนถูกต้อง

นอกจากนี้ หากผู้รับจ้างทำงานจ้างล่าช้าหรือส่งมอบไม่ถูกต้องตามสัญญาและผลจากการส่งมอบงานล่าช้าหรือไม่ถูกต้องตามสัญญานั้นจะไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้ว่าจ้าง หรือไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจ้างงานตามสัญญานี้แล้ว ผู้รับจ้างยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับและค่าใช้จ่ายเพื่อการเรียกร้องค่าเสียหายดังกล่าวและ/หรือ ใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและงดเบิกจ่ายเงินตามส่วนงานที่ผู้ว่าจ้างใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานนั้นทั้งจำนวนได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญานั้น หากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิภายหลังบอกเลิกสัญญาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาก็ได้และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดแล้วเสร็จของงานจ้างขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

**๑๒. คำรับรอง** (หากงานจ้างอาจกระทบสิทธิทรัพย์สินปัญญาของบุคคลอื่น)

ผู้รับจ้างขอรับรองว่า เพื่อให้การปฏิบัติงานจ้างตามสัญญานี้ได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้าง การใด ๆ ที่ผู้รับจ้างได้กระทำไป อันเกี่ยวหรือเนื่องกับงานจ้างตามสัญญานี้ เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น หรือนำมาแสดงให้ปรากฏอยู่ในงานจ้างไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการด้วยตนเอง และโดยชอบกฎหมาย มิได้กระทำการอย่างใดอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นทั้งสิ้น โดยรายละเอียดงานจัดจ้าง **"โครงการการพัฒนาศักยภาพการทำธุรกิจการค้าหัตถกรรม (Craft Business Incubation Program)"** พร้อมรายละเอียดงานตามสัญญานี้ทั้งหมด ผู้รับจ้างตกลงยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่ผู้รับจ้างได้รับจ้างทำให้แก่ผู้ว่าจ้างตามสัญญานี้แต่เพียงผู้เดียว โดยผู้รับจ้างจะนำผลงานจัดจ้าง **"โครงการการพัฒนาศักยภาพการทำธุรกิจการค้าหัตถกรรม (Craft Business Incubation Program)"** และงาน อื่น ๆ สำหรับงานจ้างตามสัญญานี้ไปใช้หรือกระทำการเพื่อกิจการอื่นให้แก่บุคคลอื่น

อันนอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ ในสัญญานี้ไม่ได้ เว้นแต่ผู้รับจ้างจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ว่าจ้างก่อนแล้วเท่านั้น

ในกรณีที่บุคคลภายนอกผู้หนึ่งผู้ใดได้กล่าวอ้าง หรือ ใช้สิทธิเรียกร้องกับผู้ว่าจ้างในฐานะเป็นเจ้าของผลงานตามสัญญานี้ ว่าได้มีการกระทำอันเป็นการละเมิด สิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้นั้นโดยมิได้รับอนุญาต ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อการละเมิดสิทธิ์ดังกล่าวแทนผู้ว่าจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการอย่างใด ๆ เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าวนั้นระงับสิ้นไปโดยเร็วที่สุด เมื่อผู้ว่าจ้างจะได้แจ้งการถูกกล่าวอ้างให้ผู้รับจ้างได้ทราบ โดยผู้ว่าจ้างจะไม่ต้องรับผิดชอบอย่างใด ๆ ทั้งสิ้น แต่หากผู้รับจ้างไม่สามารถระงับเหตุดังกล่าวได้ อันเป็นผลให้ผู้ว่าจ้างต้องรับผิดชดใช้ค่าเสียหายให้แก่บุคคลภายนอกผู้กล่าวอ้างหรือผู้ใช้สิทธิเรียกร้องผู้นั้น ผู้รับจ้างตกลงยินยอมเป็นผู้ชำระค่าเสียหาย ค่าใช้จ่าย ค่าทนายความ รวมทั้งค่าฤชาธรรมเนียม แทนผู้ว่าจ้างทั้งจำนวน แต่หากผู้ว่าจ้างได้ชำระแทนผู้รับจ้างไปก่อน ผู้รับจ้างตกลงยินยอมที่จะชำระคืนให้แก่ผู้ว่าจ้างให้ครบถ้วนทั้งจำนวน ภายในกำหนด ๑๕ วัน นับแต่วันที่ ผู้ว่าจ้างได้แจ้งให้ผู้รับจ้างได้ทราบเป็นหนังสือเป็นต้นไป

**๑๓. วัสดุอุปกรณ์ที่ได้จากการทำกิจกรรม**

อุปกรณ์ วัสดุใดๆ ก็ตามที่ได้จากการว่าจ้างนี้ เช่น โครงสร้างบูท ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รูปแบบป้ายประชาสัมพันธ์ ข้อมูล เอกสาร รูปภาพ และข้อความใดๆ ฯลฯ ให้ผู้รับจ้างดำเนินการรื้อถอน เคลื่อนย้าย และหรือ กำจัดทำลายให้เรียบร้อย

สำหรับรายการวัสดุ อุปกรณ์ที่ได้จากการดำเนินงานที่ระบุภายใต้ข้อกำหนดและขอบเขตการจ้างครั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ ศ.ศ.ป. ภายในระยะเวลาการจัดจ้าง

ยกเว้นกรณีที่มิได้ระบุรายการวัสดุ อุปกรณ์ไว้และผู้รับจ้างประสงค์จะส่งมอบให้แก่ ศ.ศ.ป. หรือกรณีที่ผู้รับผิดชอบโครงการมีความประสงค์จัดเก็บวัสดุอุปกรณ์บางส่วนโดยให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบโครงการเป็นผู้พิจารณา ให้ผู้รับจ้างทำหนังสือส่งมอบรายการวัสดุอุปกรณ์ให้ ศ.ศ.ป. เพื่อพิจาณารับเข้าเป็นทรัพย์สินของ ศ.ศ.ป.

**๑๔. ใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)**

**๑๕. เจ้าหน้าที่และหน่วยงานผู้รับผิดชอบ**

๑) นางเพ็ญศิริ ปันยารชุน ผู้จัดการสายงานยุทธศาสตร์
รักษาการผู้จัดการสายงานพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพ
๒) นางญาณิดา ปานเกษม หัวหน้าฝ่ายพัฒนาศักยภาพสมาชิก
๓) นางสาวจุฑาพร บุตรสีเขียว เจ้าหน้าที่พัฒนาศักยภาพสมาชิก
๔) นายอมรเทพ อุทัยรัตน์ เจ้าหน้าที่พัฒนาศักยภาพสมาชิก

**๑๖. ผู้กำหนดรายละเอียดข้อกำหนดการจ้าง**

.....
(นางสาวแสงระวี สิงหวิบูลย์)
ประธานกรรมการ

| | | |
|---|---|---|
| ..... | ..... | ..... |
| (นางเพ็ญศิริ ปันยารชุน) | (นายเจริญศักดิ์ สิทธิโอสถ) | (นางญาณิดา ปานเกษม) |
| กรรมการ | กรรมการ | กรรมการและเลขานุการ |

**หลักเกณฑ์และสิทธิ ในการพิจารณา**
**ดำเนินโครงการการพัฒนาศักยภาพการทำธุรกิจการค้าหัตถกรรม**
**(Craft Business Incubation Program)**

๑. ศ.ศ.ป. จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้เสนอราคา หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ศ.ศ.ป. จะไม่พิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค

๒. ในการพิจารณาผลการยื่นซองข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ศ.ศ.ป. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาและพิจารณาจากราคารวม

๓. ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ ส่วนราชการจะใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาเลือกตัวแปรหลักอย่างน้อย ๒ ตัวแปรหลัก สำหรับใช้กำหนดเกณฑ์ในการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา ได้แก่

(๑) ราคาที่เสนอราคา (Price) เป็นตัวแปรหลักบังคับ ร้อยละ ๔๐

(๒) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทาง ศ.ศ.ป. ร้อยละ ๖๐

โดย ศ.ศ.ป. จะพิจารณาคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อ ศ.ศ.ป. สูงสุด โดยพิจารณาจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ดังนี้

| รายละเอียด | คะแนน (๑๐๐ คะแนน) |
|---|---|
| ๑. สามารถนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม ตามข้อ ๔ แผนการดำเนินงานทั้งหมด ที่มีความชัดเจน เป็นไปตามวัตถุประสงค์งานจ้างที่ ศ.ศ.ป. กำหนด | ๑๕ คะแนน |
| ๒. การนำเสนอแผนการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรที่มีลักษณะเฉพาะต่อการพัฒนาแบรนด์ผู้ประกอบธุรกิจการค้าหัตถกรรมและภาพรวมการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และมีแนวโน้มสามารถเพิ่มมูลค่าการขายของแบรนด์และนำไปต่อยอดได้จริง | ๓๐ คะแนน |
| ๓. นำเสนอกรอบแนวคิด/พัฒนาเครื่องมือ Brand Audit และกระบวนการทดสอบตลาดพร้อมวิธีการประเมินผลที่ชัดเจน | ๓๐ คะแนน |
| ๔. ทีมที่ปรึกษาและวิทยากรมีประสบการณ์ในด้านการอมรมและพัฒนาแบรนด์ มีความพร้อมของอุปกรณ์และบุคลากร รวมถึงทัศนคติในการดำเนินงาน | ๒๐ คะแนน |
| ๕. ผู้รับจ้างมีประวัติ ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจ และมีประสบการณ์ในด้านการจัดกิจกรรมอบรมในเชิงธุรกิจ มีความพร้อมของอุปกรณ์และบุคลากร รวมถึงทัศนคติในการดำเนินงาน | ๕ คะแนน |

**หมายเหตุ** : ศ.ศ.ป. จะนำคะแนนทั้ง ๒ ตัวแปรหลักมาคำนวณเป็นร้อยละ เพื่อพิจารณาผลต่อไป

๔. ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอผลงานทางเทคนิคต่อ ศ.ศ.ป. (กำหนดภายใน ๕ วันทำการนับถัดจากวันที่เสนอราคา) ณ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

- ให้เวลาการนำเสนอ ๓๐ นาที
- ศ.ศ.ป. จะจัดเตรียมเครื่องฉายภาพ (Projector) และจอภาพให้

๕. ในกรณีที่ไม่สามารถคัดเลือกผู้ดำเนินการที่มีคุณสมบัติและราคาที่เหมาะสมได้ ศ.ศ.ป. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการประกวดราคา ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้นไม่ได้

ผู้กำหนดรายละเอียด

(นางญาณิดา ปานเกษม)

ตำแหน่ง หัวหน้าฝ่ายพัฒนาศักยภาพสมาชิก