

ข้อกำหนดการจัดจ้าง

กิจกรรม “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์” (Brand Identity)

ภายใต้โครงการพัฒนาผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรม ประจำปีงบประมาณ 2563

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

1. หลักการและเหตุผล

การสร้างความตระหนักในคุณค่าและให้คนรับรู้ ยอมรับงานศิลปหัตถกรรมไทยให้มากขึ้น ต้องใช้กลยุทธ์ในการสร้างการรับรู้และส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ผลิตที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านการออกแบบ และการคิดค้นนวัตกรรม เกิดการสร้างแบรนด์เป็นของตนเอง ที่แสดงถึงรากเหง้าความเป็นไทยสร้างการรับรู้ไปสู่วงกว้างเพื่อให้เป็นที่รู้จักและเกิดการยอมรับสอดคล้องกับบริบทที่ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

ศ.ศ.ป. ได้คัดเลือก 11 แบรนด์ ภายใต้โครงการ “การพัฒนาศักยภาพการทำธุรกิจการค้าหัตถกรรม (Craft Business Incubation Program)” ปีงบประมาณ 2562 เข้าสู่กระบวนการสร้างและพัฒนาตราสินค้าในหลักสูตรที่ SACICT กำหนดขึ้น ควบคุมการรับคำปรึกษาจากทีมที่ปรึกษา ด้วยการสื่อสารแบรนด์ที่มุ่งเน้นการเล่าเรื่อง (Story Telling) การถ่ายทอดภูมิปัญญาของผู้สร้างงานศิลปหัตถกรรม ที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน สำหรับในปีงบประมาณ 2563 ศ.ศ.ป. ได้ต่อยอดการพัฒนาการสร้างและพัฒนาตราสินค้า ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าหัตถกรรม จึงได้ดำเนินกิจกรรม “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์” (Brand Identity) ภายใต้โครงการ “โครงการพัฒนาผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรม” ด้วยมุ่งหวังให้ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าหัตถกรรม สามารถสร้างและพัฒนาตราสินค้าของตนเองด้วยกระบวนการสร้าง Brand Identity ที่แข็งแกร่งสามารถเชื่อมต่อตัวตนของแบรนด์และสร้างการจดจำแต่ละด้านทั้ง ความรู้สึก (Emotions) ตัวตน (Essences) คุณค่าที่แบรนด์ให้ออกไป (Values) และการใส่ใจในความรู้สึก (Empathy) ที่จะได้ส่งให้กับลูกค้าผ่านทางตัวของตัวแบรนด์ได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าหัตถกรรม เข้าสู่กระบวนการสร้างและพัฒนา “แบรนด์ตามแนวทางการพัฒนาตราสินค้า”
- 2.2 เพื่อผลักดันผู้ประกอบการธุรกิจการค้าหัตถกรรม ให้สามารถพัฒนาตราสินค้า โดยยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์และภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของงานหัตถศิลป์ไทยไว้ได้ไม่น้อยกว่า 12 ราย
- 2.3 เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถนำความรู้ไปปรับใช้และเสริมความแข็งแกร่งให้แก่งานศิลปหัตถกรรมไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- 2.4 เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ แนวคิด ทักษะ เทคนิค ในการดำเนินธุรกิจแก่ผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรม ให้สามารถแข่งขันในตลาด และสอดคล้องกับบริบทที่ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

3. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- 3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

- 3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอ หรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงาน และได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 3.6 มีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 3.7 เป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลที่มีอาชีพรับจ้างงานจ้างดังกล่าว
- 3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ณ วันที่ยื่นเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นเสนอราคาครั้งนี้
- 3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับการเอกสิทธิ์ หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอ ได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 3.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

4. ขอบเขตงานจัดซื้อ/จัดจ้าง

การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) เป็นกิจกรรมภายใต้ “โครงการพัฒนาผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรม” จะดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง 2 กิจกรรม คือ

1. กิจกรรม “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)” ประกอบด้วย
 - ช่วงที่ 1 กระบวนการพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)
 - ช่วงที่ 2 นำเสนอผลการพัฒนา “แบรนด์” ผ่านสื่อนิทรรศการ “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)” ภายในงาน Crafts Bangkok 2020 หรือกิจกรรมอื่นที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้น
 - ช่วงที่ 3 การสร้างการรับรู้แต่ละแบรนด์ ติดตามผล รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและรายงานสรุปผลแต่ละแบรนด์
2. กิจกรรม “พัฒนาศักยภาพและเพิ่มสมรรถนะแก่ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าหัตถกรรม”

รายละเอียดงานจ้างประกอบด้วย

4.1 กิจกรรม “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)”

- 4.1.1 ดำเนินการนำเสนอแผน รูปแบบการดำเนินงาน และการพัฒนาหลักสูตร ดำเนินงานกิจกรรม “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)” เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยคำนึงถึงเป้าหมายต่าง ๆ ดังนี้
 - ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าหัตถกรรม เข้าสู่กระบวนการสร้างและพัฒนา “แบรนด์” ตามแนวทางการพัฒนาตราสินค้า” จำนวนไม่น้อยกว่า 60 ราย

Handwritten signature and initials

- ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าหัตถกรรม สามารถพัฒนาตราสินค้า โดยยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์และ ภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของงานหัตถศิลป์ไทยไว้ได้ไม่น้อยกว่า 12 ราย
- 4.1.2 ดำเนินการนำเสนอแผนพร้อมการบริหารจัดการ แนวทาง รูปแบบการดำเนินกิจกรรม รวมถึง กำหนดช่วงเวลาการดำเนินงาน (Time Frame) ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน
- 4.1.3 พัฒนาต่อยอดหลักสูตร “การสร้างและพัฒนาแบรนด์ตามแนวทางการพัฒนาตราสินค้า” โดยมี รายละเอียดเนื้อหาและการดำเนินกิจกรรมครอบคลุมตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน ประกอบด้วย
 - 1) พัฒนาต่อยอดโครงสร้างหลักสูตร “การสร้างและพัฒนาแบรนด์ตามแนวทางการพัฒนาตราสินค้า พร้อมทั้งจัดทำรายละเอียดหลักสูตร / หัวข้อ / รูปแบบการดำเนินกิจกรรม และ ระยะเวลาในการอบรม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน
 - 2) กำหนดเกณฑ์ หรือแนวทางการประเมินศักยภาพ / ความสามารถของแต่ละแบรนด์ให้ สอดคล้องกับหลักสูตรตามลำดับขั้นการพัฒนา ตลอดระยะเวลาดำเนินการ
 - 3) พัฒนาเครื่องมือ สำหรับการทำ Brand Audit และ Market Test Survey และวิเคราะห์ผล แต่ละแบรนด์
 - 4) พัฒนาเครื่องมือ ในการวัดมูลค่าเพิ่มของแบรนด์ ที่ได้รับการพัฒนา โดยเปรียบเทียบกับ ยอดขายในปีที่ผ่านมา พร้อมทั้งวิเคราะห์และสรุปผลแต่ละแบรนด์

หมายเหตุ :

- เครื่องมือที่พัฒนาขึ้น เพื่อการเก็บ สํารวจข้อมูล อาจรวมอยู่ในชุดเดียวกันได้ เพื่อความสะดวกต่อ การสำรวจ สอบถาม หรือกระบวนการอื่น ๆ
- 4.1.4 จัดหาทีมวิทยากรและทีมที่ปรึกษาในการให้ความรู้ คำปรึกษา ตลอดจนข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการ “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)” ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน ทั้งนี้ทีม วิทยากรและทีมที่ปรึกษา สามารถเป็นบุคคลคนเดียวกันได้แต่ต้องไม่เกิน 2 คน ดังนี้
 - 4.1.4.1 นำเสนอข้อมูล ประวัติ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ วิทยากรและที่ปรึกษาแต่ละ รายประกอบการพิจารณา
 - 4.1.4.2 ทีมวิทยากร เป็นผู้มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อบรรยาย หรือฝึกปฏิบัติจริง (Workshop) จำนวนไม่น้อยกว่า 4 คน ในการให้ความรู้ หรือฝึกปฏิบัติจริง (Workshop) หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 4 หัวข้อ หรือ ระยะเวลารวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 2 วัน
 - 4.1.4.3 ทีมที่ปรึกษา วุฒิการศึกษาระดับไม่ต่ำกว่ากว่าระดับปริญญาโท และมีประสบการณ์ การสร้างและพัฒนาแบรนด์ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน ในการจัด กิจกรรม Work shop การให้คำปรึกษาตลอดทั้งโครงการ รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 9 วัน หรือไม่น้อยกว่า 100 ชั่วโมง โดยมีขอบเขตหน้าที่ในการปฏิบัติงาน
 - ให้คำปรึกษา / ข้อเสนอแนะ / ข้อคิดเห็นการสร้างและพัฒนาแบรนด์ตามแนว ทางการพัฒนาตราสินค้าของ ศ.ศ.ป.”
 - กำหนดวิธีการและดำเนินการประเมินศักยภาพผู้เข้าร่วมกิจกรรม
 - วิเคราะห์แนวโน้มการสร้างและพัฒนาตราสินค้า รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - การนับชั่วโมงที่ปรึกษา เป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด

4.1.5 ดำเนินงาน กิจกรรมการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)”

ดำเนินการคัดเลือกผู้สมัครให้ได้กลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 60 ราย ที่มีคุณสมบัติอย่างน้อย ดังนี้

- เป็นบุคคลที่ได้รับการยกย่องเชิดชูจาก ศ.ศ.ป. หรือ
- สมาชิก ศ.ศ.ป. ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาการสร้างและพัฒนาแบรนด์ตามแนวทางการพัฒนาตราสินค้าของ ศ.ศ.ป. ในปีงบประมาณ 2562 หรือ
- สมาชิก ศ.ศ.ป. ที่เข้าร่วมกิจกรรม Business Potential & Opportunity Canvas ที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้น

4.1.6 ดำเนินกิจกรรมกระบวนการต่อยอดการพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)

ที่สามารถสื่อถึงผู้บริโภคได้ทั้งด้านความรู้สึก (Emotions) ตัวตน (Essences) คุณค่าแบรนด์ (Values) และการใส่ใจในความรู้สึก (Empathy) เพื่อสร้างการจดจำได้ทันทีที่เห็นในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล หรือสื่อรูปแบบอื่น ๆ โดยมีขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม มีดังนี้

ช่วงที่ 1 : กระบวนการพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) ที่สามารถสื่อถึงผู้บริโภคได้ทั้งด้านความรู้สึก (Emotions) ตัวตน (Essences) คุณค่าแบรนด์ (Values) และการใส่ใจในความรู้สึก (Empathy) เพื่อสร้างการจดจำได้ทันทีที่เห็นในรูปแบบ วิดีทัศน์ สิ่งพิมพ์ ดิจิทัล หรือรูปแบบอื่น ๆ ควบคู่กับการให้ความรู้และการให้คำปรึกษาในการพัฒนาแบรนด์โดยทีมที่ปรึกษา แนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

Workshop 1 เสริมสร้างและเพิ่มสมรรถนะศักยภาพเชิงลึก “แบรนด์” (SACICT Incubator) ระยะเวลา 4 วัน เน้นการสื่อสารคุณค่าสู่การสร้างมูลค่าและแนวทางในการต่อยอดเชิงพาณิชย์ การพัฒนา Luxury/Valuable Brand และแนวคิดการพัฒนาแบรนด์ อาทิ การออกแบบ Brand Experience การทำ Value Exchange/ Co-Branding การวัดความสำเร็จของแบรนด์ ฯลฯ เพื่อสร้างมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์โดยยังคงคุณค่า การพัฒนาตราสินค้าโดยเน้นกลยุทธ์เชิงรุกและวางแนวทาง การต่อยอดเชิงพาณิชย์ให้แก่แบรนด์ รายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- ดำเนินการพัฒนาศักยภาพผู้ผ่านการคัดเลือก จำนวนไม่น้อยกว่า 60 ราย ทั้งด้านความรู้ คำปรึกษา แนะนำ หรือการอบรมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาตราสินค้า ตามที่หลักสูตรกำหนด
- ดำเนินการคัดเลือก “แบรนด์” ที่มีศักยภาพในการสร้างและพัฒนาแบรนด์ จาก 60 ราย เพื่อเข้ารับการพัฒนา “Brand Identity” ไม่น้อยกว่า 20 ราย
- แจ้งผลการคัดเลือก กำหนดการและรายละเอียดการเข้าร่วมกิจกรรม แก่ผู้ที่ได้รับการคัดเลือก พร้อมทั้งยืนยันการเข้าร่วมกิจกรรมตลอดระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด

Workshop 2 พัฒนา “Brand Identity” ระยะเวลาการอบรม 4 วัน เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้แบรนด์ หรือ Brand Identity โดยการออกแบบลักษณะเฉพาะให้แบรนด์ ซึ่งลักษณะสำคัญของ Identity คือ การสร้างสัญลักษณ์ (symbol) เพื่อสร้างสัมผัสแรกผ่านการมองเห็นในรูปแบบของ ชื่อแบรนด์ โลโก้ สี สโลแกน tagline หรือ typeface ซึ่งทั้งหมดที่ถูกออกแบบจะต้องย้อนกลับมาสร้างคุณค่าให้แบรนด์ และส่งต่อค่านั่นสู่ลูกค้า ในรูปแบบ Brand book อาทิ

- Core Identity คือแกนหลักที่จะสร้างการรับรู้ การจดจำ และสร้างประสบการณ์ให้กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยหลายอย่าง เช่น โลโก้ สี รูปแบบฟอนต์ ภาพถ่าย ภาพวาด ไอคอน ลายเส้น คาแรคเตอร์ สโลแกน เสียง หรือแม้แต่ guideline ซึ่ง Core Identity จะไม่เปลี่ยนแปลงกันง่าย ๆ และไม่จำเป็นต้องมีครบทุกอย่าง แต่อย่างน้อยต้องมี โลโก้ รูปแบบฟอนต์ และการใช้สี เป็นองค์ประกอบที่จะมองข้ามไม่ได้
- การสร้าง Touch point แก่ผู้บริโภค ในการสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ซึ่งรวมถึงหน้าจอบริษัท หรือแอปพลิเคชันที่ให้บริการ หรือฝั่งอัตลักษณ์ของแบรนด์เข้าไปทุกแพลตฟอร์มที่สามารถเชื่อมโยงไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ ไม่ว่าจะป็นนามบัตร บัตรจุกันท์ จัดการวางสินค้า คู่มือการจำหน่ายสินค้า ซึ่งต้องคำนึงถึงการดีไซน์รูปลักษณ์ ที่สะท้อนคุณค่าและตัวตนของแบรนด์ออกมาได้เป็นอย่างดี
- ดำเนินการคัดเลือก“แบรนด์” ที่มีศักยภาพในการสร้างและพัฒนาแบรนด์ โดยแต่ละรายจะต้องนำเสนออัตลักษณ์ของแบรนด์ตนเอง จาก 20 ราย เพื่อเข้ารับการ “วางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์” ไม่น้อยกว่า 12 ราย
- แจ้งผลการคัดเลือก กำหนดการและรายละเอียดการเข้าร่วมกิจกรรม แก่ผู้ที่ได้รับการคัดเลือก พร้อมทั้งยืนยันการเข้าร่วมกิจกรรมตลอดระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด

Workshop 3 “วางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์” ระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 วัน เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบหลักในการพัฒนาแบรนด์สู่ความยั่งยืน และสร้างกรอบการพัฒนาแบรนด์ตามแนวทางของ ศ.ศ.ป. รายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- ดำเนินการให้คำปรึกษาแนะนำ วิเคราะห์ และวางกลยุทธ์การพัฒนาแบรนด์ร่วมกันระหว่างเจ้าของแบรนด์และทีมที่ปรึกษา
- ทีมที่ปรึกษารวบรวมข้อมูลเชิงลึกแต่ละราย พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อกำหนดทิศทางในการสื่อสาร การติดตามและประเมินผล แบรนด์แต่ละรายได้อย่างเหมาะสม
- วางแนวทางการสร้างการรับรู้ การสื่อสารแบรนด์แต่ละรายที่พัฒนาต่อกลุ่มลูกค้า ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อประมวลข้อมูล ความคิดเห็น ควบคู่กับการรับคำปรึกษาแนะนำจากที่ปรึกษา ในการพัฒนาแบรนด์แต่ละราย

หมายเหตุ : กรอบการดำเนินงาน

- 1) กิจกรรม การให้ความรู้ ไม่น้อยกว่า 4 หัวข้อ หรือรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 2 วัน
- 2) กิจกรรม workshop การให้คำปรึกษา ข้อคิดเห็น และกระบวนการพัฒนาแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยทีมที่ปรึกษา รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 9 วัน หรือไม่น้อยกว่า 100 ชั่วโมง
- 3) การคัดเลือก เป็นไปตามผลการประเมินโดยทีมที่ปรึกษา ที่จะดำเนินการประเมินแต่ละช่วงของ Workshop
- 4) พัฒนาเครื่องมือในการประเมินศักยภาพ ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรม

5) ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมกิจกรรม สามารถนำเสนอรายชื่อ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ แบนด์ละไม่เกิน 2 คน ซึ่งจะต้องมีความเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจการค้าหรือกิจกรรมของแต่ละราย

ช่วงที่ 2 : นำเสนอผลการพัฒนา “แบนด์” ของผู้ที่ได้รับการคัดเลือกเข้า Workshop 3 ผ่านสื่อ นิตยสาร “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)” ภายในงาน Crafts Bangkok 2020 หรือกิจกรรมอื่นที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้น

ช่วงที่ 3 : การสร้างการรับรู้ แต่ละแบนด์ ติดตามผล รวมถึงวิเคราะห์ถามความเห็นและ ข้อเสนอแนะผู้ที่ให้ความสนใจ โดยใช้แบบสอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อจำนวน ผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

4.1.7 จัดหาทีมบันทึกวิดีโอ ถ่ายภาพนิ่ง เก็บ Footage ตลอดระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม

4.1.8 จัดทำองค์ความรู้ “CI แบนด์ หรือ Corporate Identity” ที่เข้าร่วมกิจกรรม ในรูปแบบเอกสาร และ E-book คู่มือตราสินค้า และสื่อวีดิทัศน์ แต่ละแบนด์ บันทึกลง Flash Drive รวมเป็น 1 ชุด ไม่น้อยกว่า 12 แบนด์ ๆ ละ 5 ชุด เพื่อนำไปใช้ในการสร้างการรับรู้และเผยแพร่อัตลักษณ์ของแบรนด์ รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 60 ชุด ทั้งนี้รูปแบบจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก ผู้รับผิดชอบโครงการ ดังนี้

1) วิดีทัศน์

- บันทึกภาพวิดีโอ รวบรวมกระบวนการพัฒนาและผลที่ได้จากการเข้ารับการ พัฒนาของแต่ละแบนด์ ที่มีความละเอียดของภาพพร้อมตัดต่อ และ บันทึกเสียงที่เหมาะสม สำหรับการเผยแพร่ผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือ โทรทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า 2.50 นาทีแต่ไม่เกิน 3 นาที
- จัดทำบท (สคริปต์) หรือ Story-Board ให้มีความเหมาะสมแต่ละแบนด์

2) เอกสารผลการพัฒนา “CI แบนด์ หรือ Corporate Identity” ในรูปแบบสิ่งพิมพ์

- ขนาดไม่น้อยกว่า A5
- กระดาษอาร์มันหรือด้าน ไม่ต่ำกว่า 80 แกรม
- จัดพิมพ์ 4 สี
- ออกแบบ Graphic จัดวาง Layout ภาพประกอบ หรือ Info Graphic และ องค์ประกอบข้อมูลของแต่ละแบนด์
- ตรวจสอบพิสูจน์อักษร

3) บันทึกข้อมูลเพื่อการเผยแพร่ในรูปแบบ E-book พร้อมทั้ง จัดทำ QR-Code

4.1.9 การประสาน การจัดเตรียมความพร้อม ประเมินผลการพัฒนา และจัดทำรายงาน ดังนี้

4.1.9.1 จัดทำกำหนดการพัฒนา / การให้คำปรึกษา และระยะเวลาดำเนินกิจกรรม “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)”

4.1.9.2 จัดหาทีมวิทยากร ประสานรายละเอียดหัวข้อการบรรยายให้ความรู้ หรือการฝึกปฏิบัติ (Workshop)

4.1.9.3 จัดหาทีมที่ปรึกษาในการให้คำปรึกษา ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานโครงการ ทั้งนี้ ทีมที่ปรึกษาและทีมวิทยากร สามารถเป็นบุคคลคนเดียวกันได้ แต่ต้องไม่เกิน 2 คน

- 4.1.9.4 ทีมที่ปรึกษา หรือทีมวิทยากร ลงพื้นที่ในการวิเคราะห์ศักยภาพ พร้อมทั้งบันทึกภาพนิ่ง และวิดีโอ การผลิตงานหัตถกรรมและส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง ต่อ 1 ราย
- 4.1.9.5 จัดเตรียมสถานที่จัดกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมถึงส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ โต๊ะ เก้าอี้ จอภาพ เครื่องฉายภาพ คอมพิวเตอร์ เครื่องเสียง เอกสาร การลงทะเบียนและส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก เป็นต้น
- 4.1.9.6 จัดอาหาร ไม่น้อยกว่า 1 มื้อต่อวัน และอาหารว่าง เครื่องดื่ม ไม่น้อยกว่า 2 มื้อต่อวัน ให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม อาทิ วิทยากร ทีมที่ปรึกษา ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และผู้เกี่ยวข้อง
- 4.1.9.7 จัดหาพิธีกรดำเนินกิจกรรมตลอดระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า 1 คน
- 4.1.9.8 ควบคุมการดำเนินงานในภาพรวม อาทิ ประสานการลงพื้นที่ จอภาพ ระบบไฟ ระบบเสียง เป็นต้น
- 4.1.9.9 จัดทำแบบสอบถามและประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ในแต่ละช่วงตลอดระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม พร้อมทั้งจัดทำรายงานสรุปผลการประเมิน
- 4.1.9.10 ประสานผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าร่วมจัดแสดงใน Crafts Bangkok 2020 หรือกิจกรรมอื่นที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้น
- 4.1.9.11 จัดทำข้อมูล หรือจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่จำเป็นในการจัดแสดงผลงานการพัฒนาตราสินค้า อาทิ สื่อดิจิทัล
- 4.1.9.12 ประสานผู้เข้าร่วมกิจกรรม นำผลิตภัณฑ์มาแสดง ในงาน Crafts Bangkok 2020 โดยรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และความเสียหายที่เกิดขึ้น
- 4.1.9.13 สํารวจและจัดเก็บข้อมูล Brand Audit จำนวนไม่น้อยกว่า 300 ราย อาทิ ข้อมูลเชิงการตลาด (Market Test & Survey) ความคิดเห็นเกี่ยวกับ Show Case Brand ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนา
- 4.1.9.14 ติดตามประเมินผลการสร้างการรับรู้แต่ละแบรนด์ รวมถึงวิเคราะห์ถามความเห็นและข้อเสนอแนะผู้ที่ให้ความสนใจ โดยใช้แบบสอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อจำนวนผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
- 4.1.9.15 จัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงานตลอดระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม ไม่น้อยกว่า 2 คน โดยปฏิบัติหน้าที่ ดังนี้
- จัดทำ Timeline การดำเนินกิจกรรม ตารางการอบรม Workshop และตารางชั่วโมงการให้คำปรึกษา
 - ติดต่อประสานงาน อาทิ สถานที่ อาหาร ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทีมที่ปรึกษา ทีมวิทยากร ทีมบันทึกวิดีโอ ทีมถ่ายภาพ ตลอดจนประสานการลงพื้นที่ ที่พัก การเดินทางและส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

- ประสานด้านข้อมูล การคัดเลือก แบบสอบถาม การประเมินความพึงพอใจ และข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็น
- ประสานผู้ที่ได้รับการคัดเลือก เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละช่วง หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ที่ ศ.ศ.ป. กำหนด
- ประสานและอำนวยความสะดวกแก่วิทยากร ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทีมที่ปรึกษา ผู้สนใจ หรือผู้เกี่ยวข้องในการเข้าร่วมกิจกรรม
- ประสานงานและติดตามผลการพัฒนาแต่ละแบรนด์ การเก็บข้อมูล และใน ส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจัดทำรายงานสรุปผลการติดตาม

4.2 กิจกรรม “พัฒนาศักยภาพและเพิ่มสมรรถนะแก่ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าหัตถกรรม” ซึ่งกำหนดจัดในงาน Crafts Bangkok 2020 หรือสถานที่อื่นที่ ศ.ศ.ป.กำหนด

- 4.2.1 พัฒนาหรือออกแบบหัวข้อบรรยายเกี่ยวกับด้านการบริหารจัดการ การตลาด หรือนำเสนอ Case Study ในการประกอบธุรกิจการค้าหัตถกรรม ไม่น้อยกว่า 4 หัวข้อ
- 4.2.2 จัดหาทีมวิทยากร พร้อมทั้งประสานรายละเอียดกับวิทยากรในการบรรยาย ไม่น้อยกว่า 4 คน โดยจัดให้วิทยากร บรรยายคนละไม่น้อยกว่า 45 นาที
- 4.2.3 ดำเนินการรับสมัคร การลงทะเบียนล่วงหน้า ทั้ง Offline และ Online และการดำเนินงานส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรม ไปยังกลุ่มสมาชิก ศ.ศ.ป. หรือผู้ประกอบการงานหัตถกรรม หรือผู้สนใจ เพื่อให้ได้ผู้เข้าร่วมอบรมไม่น้อยกว่า 40 คนต่อหัวข้อ
- 4.2.4 ดำเนินการประสานวิทยากร ผู้แจ้งความประสงค์เข้ารับการพัฒนา ตลอดจนการจัดเตรียมสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมถึงส่วนอื่นที่เกี่ยวข้อง อาทิ โต๊ะ เก้าอี้ จอภาพ คอมพิวเตอร์ เครื่องเสียง เอกสารต่าง ๆ และจุดลงทะเบียน พร้อมเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน เป็นต้น
- 4.2.5 จัดทำสรุปองค์ความรู้การบรรยายแต่ละหัวข้อ ในรูปแบบเอกสารและบันทึกเป็น Soft File ที่สามารถนำไปแก้ไขและทำงานต่อได้
- 4.2.6 จัดทำแบบสอบถามและประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมทั้งจัดทำรายงานสรุปผลการประเมินความพึงพอใจของการบรรยายแต่ละหัวข้อ
- 4.2.7 บันทึกภาพนิ่ง ตลอดระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรม
- 4.2.8 บันทึกวิดีโอพร้อมตัดต่อ ตลอดระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรม ความยาวไม่น้อย/2.50 นาที แต่ไม่เกิน 3 นาที

4.3 รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

จัดทำเอกสารรายงานสรุปผล ในรูปแบบเอกสารและบันทึกข้อมูลในรูปแบบเอกสารและบันทึกข้อมูลในรูปแบบ Soft File นำส่งให้ ศ.ศ.ป. ดังนี้

- 4.3.1 รายงานสรุปเนื้อหาการบรรยายแต่ละหัวข้อ พร้อมข้อมูลประวัติวิทยากร ที่บรรยายแต่ละหัวข้อ
- 4.3.2 รายงานสรุปการดำเนินงานแต่ละช่วงกิจกรรม ในรูปแบบเอกสาร และ บันทึกข้อเป็น Soft file ในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

- 4.3.3 รายงานผลการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ และการให้คำปรึกษา รวมถึงการให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาแบรนด์ต่อไป
- 4.3.4 รายงานการสร้างการรับรู้ การติดตาม กิจกรรมช่วงที่ 3 รวมถึงวิเคราะห์ถามความเห็นและ ข้อเสนอแนะผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยใช้แบบสอบถามภายในระยะเวลา 2 เดือนหลังเสร็จสิ้นการจัดกิจกรรมช่วงที่ 2
- 4.3.5 รายงานการกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ โดยกำหนดรายละเอียดหลักสูตร หัวข้อการอบรม ระยะเวลา เครื่องมือและวิธีการประเมินที่เป็น Model การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ SACICT

5. ขั้นตอนการดำเนินงาน

ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องดำเนินงานตามขั้นตอน ดังนี้

- 5.1 ผู้รับจ้างต้องนำเสนอแผนการดำเนินงาน รวมถึงระยะเวลาการดำเนินงานกิจกรรม ให้สอดคล้องตาม ขอบเขตงานและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานจ้างและดำเนินการบริหารจัดการกิจกรรมให้เป็นไปตามแผนการดำเนินงาน
- 5.2 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการกิจกรรม ให้เป็นไปตามรายละเอียดที่กำหนดในข้อ 4 ให้ครบถ้วน บรรลุวัตถุประสงค์งานจ้าง และต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรม และส่งมอบงานทั้งหมด เพื่อให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ สามารถตรวจรับงานได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง
- 5.3 หากมีการเปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขการดำเนินงานต่าง ๆ ผู้รับจ้างต้องหารือร่วมกับผู้รับผิดชอบโครงการ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ก่อนแจ้ง ศ.ศ.ป. เป็นลายลักษณ์อักษร และดำเนินการแก้ไขตามรูปแบบ ที่ได้รับความเห็นชอบจาก ศ.ศ.ป.
- 5.4 เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการจัดงานเสร็จเรียบร้อยแล้วต้องทำการรื้อถอนอุปกรณ์ สิ่งปลูกสร้าง สิ่งตกแต่งต่าง ๆ ให้เรียบร้อย หากใช้ ศ.ศ.ป. เป็นสถานที่ที่จัดกิจกรรม ก่อนการดำเนินการจัดงาน ผู้รับจ้างจะต้องนัด ประชุมหารือกับฝ่ายอำนวยการ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับระบบต่าง ๆ และข้อกำหนดการใช้พื้นที่ อันจะ เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินภายใน ศ.ศ.ป.
- 5.5 ในการดำเนินงานตามข้อ 4 ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาศักยภาพสมาชิก สายงาน พัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพ หรือผู้รับผิดชอบโครงการอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ได้รูปแบบรายละเอียดที่ ถูกต้องสมบูรณ์ ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในข้อกำหนดนี้ และเพื่อให้สามารถส่งมอบงานให้ คณะกรรมการตรวจการจ้างตรวจรับงานได้ รวมทั้งจะต้องมีการประชุมร่วมกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ โครงการเป็นครั้งคราว เพื่อติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานพิจารณาแก้ไขปัญหา อุปสรรค ฯลฯ โดยการจัดประชุมดังกล่าวให้อยู่ในดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการ ของ ศ.ศ.ป. เป็นผู้กำหนด พร้อมกันนี้ในการประชุมทุกครั้ง ให้ผู้รับจ้างเป็นผู้จัดทำรายงานการประชุม และจะต้องจัดส่งรายงานการ ประชุมให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการ ศ.ศ.ป. ภายใน 5 วันทำการ หลังจากมีการประชุม

6. ระยะเวลาดำเนินงาน ภายในวันที่ 25 สิงหาคม 2563

7. งบประมาณ 3,800,000 บาท (สามล้านแปดแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม



8. การส่งมอบงาน กำหนดแบ่งงวดงานเพื่อส่งมอบ

กำหนดแบ่งงวดงานเพื่อส่งมอบงาน รวม 3 งวด ดังนี้

- 8.1 งวดที่ 1 กำหนดภายใน 45 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนดำเนินการจัดกิจกรรม และส่งมอบรายละเอียดการดำเนินงานในรูปแบบเอกสารและบันทึกข้อมูลเป็น Soft File ที่สามารถแก้ไขและนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ จำนวน 2 ชุด ณ ที่ทำการ ศ.ศ.ป. โดยรายละเอียดดังนี้
- 1) จัดทำแผนและกรอบระยะเวลาตลอดการดำเนินกิจกรรม ตามข้อ 4
 - 2) จัดทำกรอบหลักสูตร / หัวข้อและรายละเอียดหลักสูตร / การให้คำปรึกษา / ระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมแต่ละช่วง การประเมินผล รวมถึงการพัฒนาเครื่องมือในการจัดเก็บและประเมินผลตามข้อ 4.1.3
 - 3) จัดหาทีมวิทยากร และทีมที่ปรึกษา ในการให้ความรู้ อบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การให้คำปรึกษา คำแนะนำและการขอความคิดเห็น พร้อมทั้งนำส่งข้อมูลประวัติ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และผลงานของวิทยากรและที่ปรึกษาแต่ละราย ตามข้อ 4.1.4
 - 4) ดำเนินการคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรม ตามข้อ 4.1.5
 - 5) จัดกิจกรรมตามข้อ 4.1.6 ช่วงที่ 1 Workshop 1 “เสริมสร้างและเพิ่มสมรรถนะศักยภาพเชิงลึก “แบรนด์” (SACICT Incubator) ให้แล้วเสร็จ
 - 6) นำส่ง (ร่าง) การจัดทำสื่อองค์ความรู้ ตามข้อ 4.1.8
 - 7) จัดทำรายละเอียดหัวข้อบรรยายเกี่ยวกับด้านการบริหารจัดการ การตลาด หรือนำเสนอ Case Study ในการประกอบธุรกิจการค้าหัตถกรรม พร้อมทั้งรายละเอียดประวัติวิทยากร ตามข้อ 4.2.1 – 4.2.2
- 8.2 งวดที่ 2 กำหนดภายใน 150 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดกิจกรรม และส่งมอบรายละเอียดการดำเนินงาน ในรูปแบบเอกสารและบันทึกข้อมูลเป็น Soft File ที่สามารถแก้ไขและนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ จำนวน 2 ชุด ณ ที่ทำการ ศ.ศ.ป. โดยรายละเอียดดังนี้
- 1) จัดกิจกรรมตามข้อ 4.1.6 ช่วงที่ 1 และจัดกิจกรรม ช่วงที่ 2 และ จัดกิจกรรมตามข้อ 4.2 ให้แล้วเสร็จ
 - 2) ดำเนินงานตามข้อ 4.1.9.10 – 4.1.9.13 ให้แล้วเสร็จ
 - 3) ทีมที่ปรึกษาหรือทีมวิทยากร ลงพื้นที่ ตามข้อ ข้อ 4.1.9.4 โดยให้มีการบันทึกวิดีโอ และภาพนิ่งตามข้อ 4.1.7 และ 4.1.8
- 8.3 งวดที่ 3 กำหนดภายในวันที่ 25 สิงหาคม 2563 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดกิจกรรม ตามข้อ 4. ให้แล้วเสร็จและส่งมอบรายละเอียดการดำเนินงานในรูปแบบเอกสารและบันทึกข้อมูลเป็น Soft File ที่สามารถแก้ไขและนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ จำนวน 2 ชุด ณ ที่ทำการ ศ.ศ.ป. โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้
- 1) File ภาพนิ่งตามข้อ 4.1.7
 - 2) องค์ความรู้ “CI แบนด์ หรือ Corporate Identity” ตามข้อ 4.1.8
 - 3) รายงานสรุปผลการดำเนินงานตามข้อ 4.3 รวมทั้งส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องตามข้อ 4.

9. การเบิกจ่ายเงินค่าจ้าง

กำหนดงวดเพื่อการเบิกจ่ายเงินค่าจ้างเป็น 3 งวด ดังนี้

- 9.1 งวดที่ 1 เบิกจ่าย 25 % ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 1 ตามข้อ 8.1 และคณะกรรมการตรวจงานจ้างได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้องพร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับ ศ.ศ.ป. แล้ว

- 9.2 งวดที่ 2 เบิกจ่าย 50 % ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 2 ตามข้อ 8.2 และคณะกรรมการตรวจงานจ้างได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้องพร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับ ศ.ศ.ป. แล้ว
- 9.3 งวดที่ 3 เบิกจ่าย 25 % ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 3 ตามข้อ 8.3 และคณะกรรมการตรวจงานจ้างได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้องพร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับ ศ.ศ.ป. แล้ว

10. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันในความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากงานจ้างนี้ ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาที่ได้จัดทำขึ้นระหว่างกัน และภายในกำหนด 3 เดือน นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดสุดท้ายให้แก่ผู้ว่าจ้าง และคณะกรรมการตรวจงานจ้างได้ตรวจรับโดยครบถ้วนถูกต้องทั้งหมดแล้ว เป็นต้นไป โดยภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว หากความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายนั้นได้เกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง ไม่ว่าจะเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำไว้ไม่เรียบร้อยหรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา หรือด้วยเหตุใด ๆ ก็ตาม อันเป็นความรับผิดชอบของผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการซ่อมแซมแก้ไขให้คืนดีดั้งเดิมให้แก่ผู้ว่าจ้าง ให้เรียบร้อยถูกต้องตามมาตรฐานโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใด ๆ ในการแก้ไขความชำรุดบกพร่องเสียหายนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าว ภายในกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในหนังสือที่ผู้ว่าจ้างแจ้งให้ผู้รับจ้างแก้ไข ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ทำแทนได้ โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมดแต่เพียงฝ่ายเดียว

11. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานจ้างเพื่อส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างได้ครบถ้วนถูกต้องตามสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาค่าจ้างทั้งหมด แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบงานในงวดสุดท้ายหรือวันที่ผู้รับจ้างได้ขยายให้จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานดังกล่าวข้างต้นได้ครบถ้วนถูกต้อง

นอกจากนี้ หากผู้รับจ้างทำงานจ้างล่าช้าหรือส่งมอบไม่ถูกต้องตามสัญญาและผลจากการส่งมอบงานล่าช้าหรือไม่ถูกต้องตามสัญญานั้นจะไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้ว่าจ้าง หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างงานตามสัญญานี้แล้ว ผู้รับจ้างยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับและค่าใช้จ่ายเพื่อการเรียกร้องค่าเสียหายดังกล่าวและ/หรือ ใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและงดเบิกจ่ายเงินตามส่วนงานที่ผู้ว่าจ้างใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานนั้นทั้งจำนวนได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญานั้น หากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิภายหลังบอกเลิกสัญญาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดแล้วเสร็จของงานจ้างขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

12. คำรับรอง (หากงานจ้างอาจกระทบสิทธิทรัพย์สินปัญญาของบุคคลอื่น)

ผู้รับจ้างขอรับรองว่า เพื่อให้การปฏิบัติงานจ้างตามสัญญานี้ได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้าง การใด ๆ ที่ผู้รับจ้างได้กระทำไป อันเกี่ยวหรือเนื่องกับงานจ้างตามสัญญานี้ เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น หรือนำมาแสดงให้ปรากฏอยู่ในงานจ้างไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการด้วยตนเอง และโดยชอบกฎหมาย มิได้กระทำการอย่างใดอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นทั้งสิ้น โดยรายละเอียดงานจ้างจัดกิจกรรม “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์” (Brand Identity)

พร้อมรายละเอียดงานตามสัญญาทั้งหมด ผู้รับจ้างตกลงยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่ผู้รับจ้างได้รับจ้างทำให้แก่ผู้ว่าจ้างตามสัญญาแต่เพียงผู้เดียว โดยผู้รับจ้างจะนำผลงานจ้างจัดกิจกรรม “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์” (Brand Identity) และงานอื่น ๆ สำหรับงานจ้างตามสัญญาไปใช้หรือกระทำการเพื่อกิจการอื่นให้แก่บุคคลอื่น อันนอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ในสัญญาไม่ได้ เว้นแต่ผู้รับจ้างจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ว่าจ้างก่อนแล้วเท่านั้น

ในกรณีที่บุคคลภายนอกผู้หนึ่งผู้ใดได้กล่าวอ้าง หรือ ใช้สิทธิเรียกร้องกับผู้ว่าจ้างในฐานะเป็นเจ้าของผลงานตามสัญญา ว่าได้มีการกระทำอันเป็นการละเมิด สิทธิ ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้นั้นโดยมิได้รับอนุญาต ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อการละเมิดสิทธิดังกล่าวแทนผู้ว่าจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการอย่างใด ๆ เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าวนั้นระงับสิ้นไปโดยเร็วที่สุด เมื่อผู้ว่าจ้างจะได้แจ้งการถูกกล่าวอ้างให้ผู้รับจ้างได้ทราบ โดยผู้ว่าจ้างจะไม่ต้องรับผิดชอบอย่างใด ๆ ทั้งสิ้น แต่หากผู้รับจ้างไม่สามารถระงับเหตุดังกล่าวได้ อันเป็นผลให้ผู้ว่าจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้แก่บุคคลภายนอก ผู้กล่าวอ้างหรือผู้ใช้สิทธิเรียกร้อง ผู้รับจ้างตกลงยินยอมเป็นผู้ชำระค่าเสียหาย ค่าใช้จ่าย ค่าทนายความ รวมทั้งค่าฤชาธรรมเนียม แทนผู้ว่าจ้างทั้งจำนวน แต่หากผู้ว่าจ้างได้ชำระแทนผู้รับจ้างไปก่อน ผู้รับจ้างตกลงยินยอมที่จะชำระคืนให้แก่ผู้ว่าจ้างให้ครบถ้วนทั้งจำนวน ภายในกำหนด 15 วัน นับแต่วันที่ผู้ว่าจ้างได้แจ้งให้ผู้รับจ้างได้ทราบเป็นหนังสือเป็นต้นไป

13. หาก ศ.ศ.ป. มีความจำเป็นต้องยกเลิกการเสนอราคาครั้งนี้ ไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม ศ.ศ.ป.จะแจ้งให้ทราบโดยทั่วกัน

14. ใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

15. ผู้รับผิดชอบโครงการ/กิจกรรม

- | | |
|--------------------------|---|
| 1. นางเพ็ญศิริ ปันยารชุน | ตำแหน่ง ผู้จัดการสายงานพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพ |
| 2. นางญาณิตา ปานเกษม | ตำแหน่ง หัวหน้าฝ่ายพัฒนาศักยภาพสมาชิก |
| 3. นางสาวปัทมา ตลับทอง | ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายพัฒนาศักยภาพสมาชิก |

ผู้กำหนดรายละเอียดโครงการ/กิจกรรม

นางเพ็ญศิริ ปันยารชุน
ประธานกรรมการ)

นางสาวอุตรา บัวหลวง
กรรมการ

นางญาณิตา ปานเกษม
กรรมการ

นางสาวปัทมา ตลับทอง
กรรมการและเลขานุการ

หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา
กิจกรรม “การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์” (Brand Identity)
ภายใต้โครงการพัฒนาผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรม ประจำปีงบประมาณ 2563

1. ศ.ศ.ป. จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้เสนอราคา หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ศ.ศ.ป. จะไม่พิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค

2. ในการพิจารณาผลการยื่นของข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ศ.ศ.ป. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาและพิจารณาจากราคารวม

3. ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ ส่วนราชการจะใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาเลือกตัวแปรหลักอย่างน้อย 2 ตัวแปรหลัก สำหรับใช้กำหนดเกณฑ์ในการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา ได้แก่

(1) ราคาที่เสนอราคา (Price) เป็นตัวแปรหลักบังคับ ร้อยละ 40

(2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทาง ศ.ศ.ป. ร้อยละ 60

โดย ศ.ศ.ป. จะพิจารณาคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อ ศ.ศ.ป. สูงสุด โดยพิจารณาจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ดังนี้

รายละเอียด	คะแนน (100 คะแนน)
1. สามารถนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม ตามข้อ 4 แผนการดำเนินงานทั้งหมดที่มีความชัดเจน เป็นไปตามวัตถุประสงค์งานจ้างที่ ศ.ศ.ป. กำหนด	10 คะแนน
2. การนำเสนอแผนการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรที่มีลักษณะเฉพาะต่อการพัฒนาแบรนด์ผู้ประกอบการค้าหัตถกรรมและภาพรวมการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และมีแนวโน้มสามารถเพิ่มมูลค่าการขายของแบรนด์และนำไปต่อยอดได้จริง	30 คะแนน
3. นำเสนอกรอบแนวคิด/พัฒนาเครื่องมือ Brand Audit และกระบวนการทดสอบตลาดพร้อมวิธีการประเมินผลที่ชัดเจน	30 คะแนน
4. ทีมที่ปรึกษาและวิทยากรมีประสบการณ์ในด้านการอบรมและพัฒนาแบรนด์ มีความพร้อมของอุปกรณ์และบุคลากร รวมถึงทัศนคติในการดำเนินงาน	20 คะแนน
5. ผู้รับจ้างมีประวัติ ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจ และมีประสบการณ์ในด้านการจัดกิจกรรมอบรมในเชิงธุรกิจ	10 คะแนน

หมายเหตุ : ศ.ศ.ป. จะนำคะแนนทั้ง 2 ตัวแปรหลักมาคำนวณเป็นร้อยละ เพื่อพิจารณาผลต่อไป

4. ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอผลงานทางเทคนิคต่อ ศ.ศ.ป. (กำหนดภายใน 5 วันทำการนับถัดจากวันที่เสนอราคา) ณ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

- ให้เวลาการนำเสนอ 30 นาที

- ศ.ศ.ป. จะจัดเตรียมเครื่องฉายภาพ (Projector) และจอภาพให้

5. ในกรณีที่ไม่สามารถคัดเลือกผู้ดำเนินการที่มีคุณสมบัติและราคาที่เหมาะสมได้ ศ.ศ.ป. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการประกวดราคา ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะเรียกเรื่องค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้นไม่ได้

ผู้กำหนดรายละเอียดโครงการ/กิจกรรม



นางเพ็ญศิริ ปันยารชุน
ประธานกรรมการ)



นางญาณิดา ปานเกษม
กรรมการ



นางสาวอุทร บัวหลวง
กรรมการ



นางสาวปัทมา ตลับทอง
กรรมการและเลขานุการ