



ที่ พณ ๐๘๒๑.๐๑/ว ๓๒๑

กองส่งเสริมธุรกิจชุมชน
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ถนนนนทบุรี ๑ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐

๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญส่งข้อเสนอการดำเนินโครงการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ปีงบประมาณ ๒๕๖๐

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษาโครงการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ปีงบประมาณ ๒๕๖๐
จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีความประสงค์จะจ้างที่ปรึกษาที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย และการจัดหาช่องทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นที่ปรึกษาดำเนินการโครงการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย รายละเอียดตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ทั้งนี้ท่านสามารถตรวจสอบราคากลางและการคำนวณราคากลางในการจ้างที่ปรึกษาได้ที่ www.dbd.go.th ในหัวข้อจัดซื้อจัดจ้างการประกาศราคากลาง

คณะกรรมการดำเนินการจ้างที่ปรึกษา โดยวิธีคัดเลือกพิจารณาแล้ว เห็นว่าหน่วยงานของท่านมีคุณสมบัติและความพร้อมในการดำเนินกิจกรรม จึงใคร่ขอเชิญชวนท่านยื่นข้อเสนอการจัดจ้างดังกล่าว

ทั้งนี้ ขอให้แจ้งความประสงค์การยื่นข้อเสนอทาง E-mail : otop.dbd@gmail.com หรือ โทรศัพท์หมายเลข ๐ ๒๕๔๗ ๕๕๕๐ (คุณกานดา เขียวอินทร์) ภายในวันอังคารที่ ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๐ โดยยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคที่มีเนื้อหาไม่น้อยกว่าขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา (TOR) สำเนา ๕ ชุด และข้อเสนอด้านราคา (ปิดผนึก ๑ ชุด) พร้อมการนำเสนอ TOR ณ ห้องประชุม ๒ ชั้น ๑๑ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในวันพฤหัสบดีที่ ๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๐ ตั้งแต่เวลา ๐๘.๓๐-๑๖.๓๐ น.

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวศุทธรา เชาวน์สุขุม)

นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

ประธานกรรมการดำเนินการจ้างที่ปรึกษา

สำนักงานอธิการบดี	
วันเลขที่	1233
เลขที่	23/๒/๖๐๓๓ 13.๕5
ผู้รับ	
ส่งเลขที่	
ลงวันที่	๒๐๓

ส่วนส่งเสริมการตลาดธุรกิจชุมชน

โทร. ๐๒ ๕๔๗๕๕๕๐

โทรสาร ๐๒ ๕๔๗๕๕๕๗

26 มิ.ย. ๖0

ขอบเขตของงาน (Term of Reference : TOR)

โครงการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ปี ๒๕๖๐

๑. บทนำ

๑.๑ แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ ๑ พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔ กำหนดวิสัยทัศน์สมุนไพรไทยเพื่อความมั่นคงทางสุขภาพและความยั่งยืนของเศรษฐกิจไทย โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นประเทศส่งออกวัตถุดิบสมุนไพรชั้นนำของภูมิภาค ASEAN ภายในปี ๒๕๖๔ และเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นส่งเสริมผลผลิตสมุนไพรที่มีศักยภาพตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ และสร้างความเข้มแข็งของการบริหารและนโยบายภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนสมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน

๑.๒ กระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดแผนงานตามแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทยตามยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาอุตสาหกรรมและการตลาดสมุนไพรให้มีคุณภาพระดับสากล มาตรการที่ ๓ การพัฒนาการตลาดสมุนไพรเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยกำหนดตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ได้รับการยอมรับจากสากลและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับภาพลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

๑.๓ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาด้านการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย โดยพัฒนาศักยภาพการตลาด พัฒนารูปแบบการตลาดและสร้างโอกาสทางการตลาดสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรไทย

๒. วัตถุประสงค์ของงานจ้าง

๒.๑ ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพให้แก่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์และสร้างความเชื่อมั่นตลาดในประเทศและพร้อมสู่สากล

๒.๒ พัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ธุรกิจสมุนไพรไทยให้มีมาตรฐานและสร้างความน่าเชื่อถือ

๒.๓ ส่งเสริมการสร้างโอกาสทางการตลาดและการเจรจาจับคู่ธุรกิจในประเทศ

๓. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรไทย ในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก จำนวน ๑๐๐ ราย

๔. ลักษณะงานจ้าง

ที่ปรึกษาต้องดำเนินการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย พื้นที่ภาคกลางและตะวันออก ดังนี้

๔.๑ พัฒนาศักยภาพการตลาด รูปแบบการตลาดและสร้างโอกาสทางการตลาดสมัยใหม่ ผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรไทย ในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย

๔.๒ พัฒนารูปแบบและสร้างโอกาสทางการตลาดร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร ไม่น้อยกว่า ๕ ร้านค้า

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

๕.๑ จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plans) โดยมีรายละเอียดกิจกรรม สำคัญ ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน กำหนดระยะเวลา ตัวชี้วัดและการประเมินผลของแต่ละกิจกรรมให้ครอบคลุมขอบเขตการดำเนินงานภายใน ๒๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง เสนอคณะกรรมการจัดจ้างฯ พิจารณาตรวจรับงาน

หม่อม

หม่อม?

๕.๒ พัฒนา...

๕.๒ พัฒนาศักยภาพการตลาดผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรไทย

๕.๒.๑ วิเคราะห์ สถานการณ์ตลาดในและต่างประเทศ

๑) วิเคราะห์ สถานการณ์ตลาดในและต่างประเทศ เพื่อประเมินวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด

๒) กำหนดหลักเกณฑ์ในคัดเลือกผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีศักยภาพความพร้อมทางการตลาด

๓) กำหนดหลักสูตรและกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้เข้าถึงตลาดเป้าหมาย อย่างน้อยหลักสูตรประกอบด้วย รูปแบบการนำเสนอ บรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การตลาดออนไลน์และออฟไลน์ การปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ช่องทางการตลาดและการเจรจาธุรกิจ การสร้างความเชื่อมั่นและเตรียมความพร้อมด้านการตลาดสู่สากล

๕.๒.๒ บ่มเพาะศักยภาพผู้ประกอบการและพัฒนาด้านการตลาด โดยการพัฒนาผู้ประกอบการสมุนไพรไทย ในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย ดังนี้

๑) กำหนดเป้าหมาย แนวคิดและกระบวนการบ่มเพาะพัฒนาด้านการตลาด ตาม ๕.๒.๑ (๓) โดยเน้นการฝึกปฏิบัติจริง และการเรียนรู้จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ/ผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวคิดการดำเนินธุรกิจ รวมไม่น้อยกว่า ๑๒ ชั่วโมง

๒) การสร้างเครือข่ายการตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรและห่วงโซ่อุปทาน

๓) การวิเคราะห์และให้คำปรึกษาการพัฒนาการตลาดให้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยผู้เชี่ยวชาญไม่น้อยกว่า ๖ ชั่วโมง/ราย

๔) วิเคราะห์ประเมินผลการพัฒนาและกำหนดแนวทางพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างเป็นรูปธรรมที่จะสามารถสร้างโอกาสการขยายตลาดของผู้ได้รับการพัฒนาศักยภาพแต่ละราย

๕) จัดทำรายงานสรุปผลการพัฒนาและแนวทางพัฒนาการตลาดสมุนไพร ประกอบด้วย ข้อมูลผู้เข้ารับการพัฒนา กระบวนการพัฒนา หลักสูตรและสาระสำคัญของการพัฒนา ผลการพัฒนาก่อนและหลังการพัฒนา การประเมินผลความพึงพอใจจำแนกแต่ละราย

๕.๓ พัฒนารูปแบบและสร้างโอกาสทางการตลาดร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร

๕.๓.๑ จัดทำข้อกำหนดและประเมินร้านค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรมาตรฐาน

๑) ศึกษาเกณฑ์มาตรฐานที่เกี่ยวข้องหรือเทียบเคียง เพื่อใช้วิเคราะห์ในการจัดทำข้อกำหนดมาตรฐานของร้านค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรมาตรฐาน

๒) จัดทำข้อกำหนดมาตรฐานของร้านค้าผลิตภัณฑ์ไพร และออกแบบเครื่องหมายรับรองสำหรับร้านค้าที่ผ่านการประเมิน พร้อมประเมินร้านค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรตามข้อกำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ร้านค้า

๕.๓.๒ ส่งเสริมการสร้างโอกาสทางการตลาดและจัดกิจกรรมการเจรจาจับคู่ธุรกิจในประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นผู้บริโภค

สร้างรูปแบบและจัดทำ Event Marketing และการเจรจาธุรกิจ เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นผู้บริโภค จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง รวมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย

๕.๔ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานตามรายการกิจกรรม ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา
เพิ่มประสิทธิภาพ พร้อมจัดทำบทสรุปผู้บริหาร

เงื่อนไข ที่ปรึกษาต้องนำเสนอผลการดำเนินงานและแนวทางการดำเนินงานในแต่ละเดือน ภายใน
วันที่ ๑๐ ของทุกเดือนนับแต่วันลงนามในสัญญาจ้าง หรือกรณีมีความจำเป็น หรือตามคณะกรรมการฯ เห็นควร
ให้จัดการประชุม

๖. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินงาน ๒๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๗. คุณสมบัติของที่ปรึกษา

๗.๑ คุณสมบัติทั่วไป

๗.๑.๑ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียน
ชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๗.๑.๒ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้น
แต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๗.๑.๓ ผู้เสนอราคาที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย
หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๗.๑.๔ ผู้เสนอราคาที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง ด้วยระบบ
อิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ
กรมบัญชีกลาง ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๗.๑.๕ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้าม
ทำสัญญาตามที่ กวพ: กำหนด

๗.๑.๖ คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่า ไม่เกินสาม
หมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

๗.๑.๗ เป็นนิติบุคคล องค์กร หรือสถาบันการศึกษา ที่ขึ้นทะเบียนเป็นที่ปรึกษากับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย
กระทรวงการคลังที่ยังไม่หมดอายุ

๗.๒ บุคลากรที่ปรึกษาที่ต้องการ

๗.๒.๑ บุคลากรหลัก ประกอบด้วย

๑) ผู้จัดการโครงการ จำนวน ๑ คน ซึ่งวุฒิมหาบัณฑิตไม่ต่ำกว่าปริญญาโท มีความรู้และ
ประสบการณ์ด้านการตลาดสมัยใหม่ ไม่ต่ำกว่า ๑๑ ปี

๒) ที่ปรึกษา จำนวน ๓ คน คุณวุฒิไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท ที่มีประสบการณ์และความ
เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร หรือผลิตภัณฑ์
ชุมชน ไม่ต่ำกว่า ๕ ปี

๗.๒.๒ บุคลากรสนับสนุน

๑) ผู้ช่วยที่ปรึกษา จำนวน ๓ คน วุฒิมหาบัณฑิตปริญญาตรี มีความรู้ประสบการณ์ ด้าน
การตลาดสมัยใหม่ การบริหารจัดการ ไม่ต่ำกว่า ๕ ปี

กทต



๒) เจ้าหน้าที่...

๒) เจ้าหน้าที่ประสานงาน จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาปริญญาตรี มีความรู้ประสบการณ์ด้าน การตลาด การบริหารจัดการ ไม่ต่ำกว่า ๕ ปี

๘. เอกสารการส่งมอบงาน

เอกสารส่งมอบงานในแต่ละข้อดังต่อไปนี้ให้จัดทำเป็นเอกสารจำนวน ๕ ชุด และ CD หรือ DVD จำนวน ๕ ชุด

๘.๑ รายงานผลการดำเนินงาน ครั้งที่ ๑ พร้อมเอกสารหรือหลักฐานการดำเนินงาน ตามขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ ๕.๑

๘.๒ รายงานผลการดำเนินงาน ครั้งที่ ๒ พร้อมเอกสารหรือหลักฐานการดำเนินงาน ตามขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ ๕.๒

๘.๓ รายงานผลการดำเนินงาน ครั้งที่ ๓ พร้อมเอกสารหรือหลักฐานการดำเนินงาน ตามขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ ๕.๓ และข้อ ๕.๔

๙. กำหนดการปฏิบัติงานและการส่งมอบงาน

๙.๑ ที่ปรึกษาต้องปฏิบัติงานตามข้อ ๕.๑ และส่งมอบงานตามข้อ ๘.๑ ภายใน ๓๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา
๙.๒ ที่ปรึกษาต้องปฏิบัติงานตามข้อ ๕.๒ และส่งมอบงานตามข้อ ๘.๒ ภายใน ๑๒๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา
๙.๓ ที่ปรึกษาต้องปฏิบัติงานตามข้อ ๕.๓ - ๕.๔ และส่งมอบงานตามข้อ ๘.๓ ภายใน ๒๑๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๑๐. กำหนดการจ่ายเงิน

๑๐.๑ งวดที่ ๑ จ่ายค่าจ้าง ๑๕% ของสัญญาจ้าง เมื่อที่ปรึกษาดำเนินการตามข้อ ๙.๑ และผ่านการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

๑๐.๒ งวดที่ ๒ จ่ายค่าจ้าง ๓๕% ของสัญญาจ้าง เมื่อผู้ที่ปรึกษาดำเนินการตามข้อ ๙.๒ และผ่านการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

๑๐.๓ งวดที่ ๓ จ่ายค่าจ้าง ๕๐% ของสัญญาจ้าง เมื่อที่ปรึกษาดำเนินการตามข้อ ๙.๓ และผ่านการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

๑๑. รายละเอียดการยื่นข้อเสนอ

ที่ปรึกษาจะต้องยื่นข้อเสนอพร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง โดยแยกซองออกเป็น ๒ ส่วน คือ

ส่วนที่ ๑ คุณสมบัติที่ปรึกษาและข้อเสนอด้านเทคนิค

๑๑.๑ เอกสารแสดงคุณสมบัติของที่ปรึกษา (เอกสารหลักฐานที่แสดงคุณสมบัติของที่ปรึกษา รายชื่อที่ปรึกษาและทีมงานตามข้อ ๖)

๑๑.๒ แผนงานและวิธีดำเนินงาน โดยสังเขป และข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ เพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการจัดจ้างที่ปรึกษา

ส่วนที่ ๒ ข้อเสนอด้านราคา

๑๑.๓ ข้อเสนอด้านราคา (ราคาที่เสนอต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่นและค่าใช้จ่ายที่ปวงไว้ด้วยแล้ว) แบ่งเป็น

๑) ค่าบริการ...

นพดต Hms

๑) ค่าบริการที่ปรึกษา (ค่าตอบแทนบุคลากร/คน = อัตราเงินเดือนพื้นฐาน * อัตรา
ค่าตอบแทน (Mark-up Factor) * ระยะเวลาในการทำงาน)

๒) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการดำเนินงานแต่ละราย
๑๒. ข้อกำหนดอื่น ๆ

๑๒.๑ การใช้อัตราค่าตอบแทน (Mark-up Factor)

บริษัทที่ปรึกษาจะได้รับอัตราค่าตอบแทนของที่ปรึกษาที่เสนอในแต่ละตำแหน่งตามอัตราที่
กำหนดไว้ ๒.๖๔ เท่าของเงินเดือน บริษัทที่ปรึกษาจะต้องยื่นข้อเสนอทางด้านราคา พร้อมหลักฐานการเป็นที่
ปรึกษาประจำกับบริษัทและหลักฐานแสดงการพัฒนาของบริษัทครบทุกด้าน ดังนี้

๑) ที่ปรึกษาประจำทำงานเต็มเวลาในบริษัทที่ปรึกษา หมายถึง ที่ปรึกษาที่เป็นพนักงาน
ประจำเต็มเวลา (Full Time) และมีระยะเวลาปฏิบัติงานกับบริษัทไม่น้อยกว่า ๖ เดือน การเสนอที่ปรึกษา
หลัก จะต้องแสดงหลักฐานเพื่อการตรวจสอบ ๒ ประเภท คือ

ประเภทที่ ๑ หลักฐานบุคคล ประกอบด้วย

- หลักฐานแสดงการเป็นพนักงานประจำเต็มเวลากับบริษัทที่ปรึกษาโดยมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๖ เดือน
- หนังสือแสดงอัตราเงินเดือนที่นำไปใช้เป็นเงินเดือนพื้นฐาน (Basic Salary) ในการคิด

ค่าตอบแทนซึ่งจะต้องเป็นหลักฐานแสดงการยื่นชำระภาษีเงินได้ต่อกรมสรรพากร ที่สามารถแสดงความเป็น
พนักงานประจำของบริษัท (แบบ ภ.ง.ด.๕๐ หรือ ภ.ง.ด.๕๑ เฉพาะบุคคลที่เสนอเท่านั้น พร้อมใบปะหน้าและ
ใบเสร็จรับเงินจากกรมสรรพากร)

ประเภทที่ ๒ หลักฐานแสดงการพัฒนาของบริษัทตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย

- ใบรับรองระบบคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล เพื่อเป็นการแสดงว่าบริษัทมี
การพัฒนาระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบ ISO เป็นต้น
- มีหลักฐานการมีซอฟต์แวร์ที่ถูกกฎหมาย สำหรับพนักงานไว้ใช้งานอย่างน้อยร้อยละ ๓๐
ของพนักงานทั้งบริษัท
- มีใบรับรองการประกันวิชาชีพ (Professional Indemnity Insurance) ของบริษัท
ในมูลค่าไม่ต่ำกว่า ๓๐ ล้านบาท ในปีที่ยื่นข้อเสนอ

ทั้งนี้หากบริษัทที่ปรึกษาไม่สามารถแสดงหลักฐานตามประเภทที่ ๒ ตัวคุณจะปรับลดตาม
กรณีต่าง ๆ ดังนี้

หลักฐานบริษัท	ตัวคูณอัตราค่าตอบแทน	หมายเหตุ
กรณีที่ ๑ มีหลักฐานครบทั้ง ๓ ข้อ	๒.๖๔๐	
กรณีที่ ๒ มีหลักฐานเพียง ๒ ข้อ	๒.๕๘๕	ค่าเสียหายถูกตัดออก ร้อยละ ๕
กรณีที่ ๓ มีหลักฐานเพียง ๑ ข้อ	๒.๕๓๐	ค่าเสียหายถูกตัดออก ร้อยละ ๑๐
กรณีที่ ๔ ไม่มีหลักฐาน	๒.๔๗๕	ค่าเสียหายถูกตัดออก ร้อยละ ๑๕

๒) ที่ปรึกษา...

กนก

๒) ที่ปรึกษาที่ไม่ได้ทำงานประจำในบริษัทที่ปรึกษา เช่น เป็นที่ปรึกษาอิสระ และที่ปรึกษาจากสถาบันของรัฐ ที่ปรึกษาที่กล่าวข้างต้นไม่ได้ทำงานประจำกับบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงไม่มีภาระในด้านสวัสดิการสังคม (Social Charges) และมีค่าเสียหายที่ใช้สำหรับบุคคลนั้นเพียงบางส่วน เป็นค่าการจัดการและการรับผิดชอบ ตัวคุณสำหรับที่ปรึกษาที่ไม่ได้ทำงานประจำเต็มเวลาเป็น ๑.๕๓ เท่าของเงินเดือนพื้นฐาน ทั้งนี้ที่ปรึกษาดังกล่าวจะต้องแสดงหลักฐานอัตราค่าตอบแทนที่เคยได้รับและสามารถอ้างอิงได้มาแสดง

สำหรับกรณีสถาบันของรัฐที่ให้บริการงานที่ปรึกษา สถาบันดังกล่าวไม่มีภาระด้านค่าสวัสดิการ ส่วนค่าเสียหายของการดำเนินงานบางส่วน จะได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐ เช่น ค่าสำนักงาน ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าวิจัยและพัฒนา ค่าฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร เป็นต้น ดังนั้น หลักการคิดตัวคูณอัตราค่าตอบแทนสำหรับสถาบันของรัฐ เท่ากับ ๑.๗๖ ในการเสนองานจะต้องแสดงหลักฐาน ดังนี้

(๑) หลักฐานการจ้างที่สามารถนำมาคำนวณเป็นอัตราเงินเดือนพื้นฐานได้ เช่น ที่ปรึกษาในโครงการในอดีต เป็นต้น (ถ้าหากไม่สามารถนำหลักฐานมาแสดง ให้ใช้อัตราเงินเดือนของบุคลากรที่มีคุณสมบัติเท่าเทียมกันภายในบริษัทมาแสดง)

(๒) หนังสือรับรองการชำระเงินได้บุคคลธรรมดาของที่ปรึกษาแต่ละคน

- ในกรณีบริษัทที่ปรึกษาที่เสนองานและได้รับการคัดเลือกมีการยืมตัวที่ปรึกษาที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งจากบริษัทอื่น ให้ใช้หลักฐานอัตราเงินเดือนจากบริษัทที่สังกัดมาแสดง

- ในกรณีที่ปรึกษาอิสระสามารถอ้างอิงอัตราเงินเดือนจากงานในลักษณะเดียวกันที่เคยได้รับ

ทั้งนี้ การคำนวณราคากลาง และรายละเอียดการจ้างที่ปรึกษาได้ประกาศบนเว็บไซต์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (www.dbd.go.th) และเว็บไซต์ www.gprocurement.go.th ไว้ด้วยแล้ว

๑๒.๒ ผลงาน ผลการศึกษา เอกสารและข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการดำเนินงานตามสัญญาฯ ไม่ว่าจะจัดเก็บในรูปแบบใด ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ผู้ใดจะนำไปใช้ในกิจการอื่นเผยแพร่ ทำซ้ำ หรือส่งมอบให้แก่ผู้อื่นมิได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

๑๒.๓ การกำกับดำเนินงานของที่ปรึกษา

(๑) ที่ปรึกษามีหน้าที่ต้องปฏิบัติงานตามข้อ ๕ และส่งมอบเอกสารการส่งมอบงานตามข้อ ๘ ให้ครบถ้วน

(๒) ผู้จัดการโครงการมีหน้าที่รายงานข้อมูล เข้าร่วมประชุม ชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินงาน ตามที่คณะกรรมการจัดจ้างที่ปรึกษากำหนด

ผู้กำหนดรายละเอียด



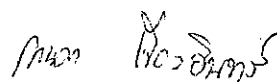
(นางสาวศุฑารดา เขาวนัสสุขุม)

ผู้อำนวยการกองส่งเสริมธุรกิจชุมชน



(นางนุชอนงค์ เชิดสูงเนิน)

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ



(นางสาวกานดา เขียวอินทร์)

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ