

โครงการศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารเพื่อรองรับการขยายตัวในตลาดใหม่

## ๑. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันโครงสร้างเศรษฐกิจของไทยยังขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงจากภายนอกเป็นส่วนใหญ่ และปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๑ ได้ให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไทยไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการแข่งขันในตลาดอย่างเป็นธรรม รวมถึงการบริหารจัดการเศรษฐกิจภาพรวม ให้มีเสถียรภาพและมีประสิทธิภาพ โดยในภาคของอุตสาหกรรมได้ให้ความสำคัญกับการ “เพิ่มประสิทธิภาพด้านการค้าและการลงทุน” โดยการสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นด้านเศรษฐกิจให้แก่นักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการขยายตลาดเชิงรุกเพื่อรักษาตลาดเดิมและสร้างตลาดใหม่ เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการไทยด้านการค้าและการพัฒนาสินค้าแบรนด์ประเทศไทย รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าการลงทุน การปรับปรุงกฎระเบียบและภาษี ที่เป็นอุปสรรคและการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน หรือประเทศเกิดใหม่เพื่อเชื่อมโยงกับการผลิตในประเทศ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศหุ้นส่วนยุทธศาสตร์และประเทศอื่น ๆ ภายใต้กรอบความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และความมั่นคง ทั้งในกรอบทวิภาคีและพหุภาคีภูมิภาคและอนุภูมิภาค การสร้างบทบาทของไทยในฐานะผู้ให้ โดยให้ความช่วยเหลือทั้งทางวิชาการ และทางการเงินในการร่วมมือพัฒนาเศรษฐกิจแก่ประเทศเพื่อนบ้าน พัฒนาความสัมพันธ์กับประเทศมุสลิมและประเทศที่มีบทบาทสำคัญทั่วโลก

ภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทย เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจสูง โดยสร้างมูลค่าเพิ่มต่อมูลค่าเพิ่มรวมของภาคอุตสาหกรรมสูงสุด มีผลิตภัณฑ์มวลรวมคิดเป็นร้อยละ ๒๓ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคอุตสาหกรรม ในช่วงที่ผ่านมาการค้าการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทยส่วนใหญ่เป็นการผลิตภายในประเทศเพื่อการบริโภคและเพื่อการส่งออก โดยการส่งออกสินค้าอาหารไปยังตลาดโลกสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศไม่ต่ำกว่า ๙๑๐,๐๐๐ ล้านบาท และเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าอาหารในอันดับที่ ๑๔ ของโลก ครองส่วนแบ่งตลาดในสัดส่วนร้อยละ ๒.๒๕ ของมูลค่าส่งออกอาหารโลก ตลาดส่งออกหลักของไทย คือ ตลาดญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ ๓๙ ของมูลค่าการส่งออกอาหารของไทย แต่ปัญหาทางเศรษฐกิจและการแข่งขันที่รุนแรงกับประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ ทำให้ ๓ ปีที่ผ่านมาการนำเข้าสินค้าอาหารจากตลาดหลักมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงต้องปรับตัวในด้านการผลิต การตลาด เพื่อให้สามารถรักษาตลาดเดิมหรือตลาดหลักเหล่านี้ ควบคู่กับการเสาะแสวงหาตลาดใหม่เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดให้กับธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยตลาดเกิดใหม่ที่น่าสนใจ ได้แก่ อาเซียน, MENA (Middle East & North Africa), BRIC , CIS และ NEXT ๑๑ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม นอกจากการเสาะแสวงหาตลาดใหม่เพื่อขยายฐานการส่งออกอาหารของไทยแล้วนั้น การขยายการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทยไปยังตลาดเกิดใหม่เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ควรจะต้องดำเนินการ เนื่องจากผู้ประกอบการอาหารของไทยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าอาหารที่ได้คุณภาพมาตรฐาน ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก นอกจากนี้ การเปิดการค้าเสรีและกรอบความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจระหว่างไทยกับประเทศต่างๆ ยังสร้างโอกาสให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยสามารถนำวัตถุดิบที่หลากหลายจากประเทศที่มีศักยภาพมาเพิ่มมูลค่าหรือร่วมลงทุนผลิตสินค้า ปัจจัยแวดล้อมเหล่านี้จะส่งผลทางบวกที่จะก่อให้เกิดกระบวนการสร้างเครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารของไทยให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเพื่อนำไปสู่การรองรับการขยายตัวของตลาดใหม่ได้อย่างยั่งยืน

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการขึ้นำการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไปสู่ความยั่งยืน จากประเด็นยุทธศาสตร์ในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศให้ทันต่อกระแสโลกและผลักดันไปสู่เชิงปฏิบัติ ได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาเชิงนโยบายที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของประเทศและมุ่งเน้นให้เกิดความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานโลกตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงการตลาดโดยเฉพาะการศึกษาเชิงนโยบายในตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) ดังนั้น จึงเห็นความสำคัญในการดำเนินการศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของการสร้างเครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารเพื่อรองรับการขยายตัวในตลาดใหม่ ซึ่งนับว่าเป็นกลยุทธ์เชิงรุกในการเสริมสร้างประสิทธิภาพด้านการตลาดการกระจายผลผลิตไปสู่ตลาด ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

## ๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความต้องการของผู้บริโภค โอกาส อุปสรรค ชีตความสามารถในการแข่งขันของตลาดอาหารแปรรูปของไทยในตลาดโลก

๒.๒ เพื่อวิเคราะห์โอกาสและความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมอาหารของไทยไปยังตลาดใหม่

๒.๓ เพื่อจัดทำกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปรองรับการขยายตัวในตลาดใหม่

๒.๔ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมอาหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกลยุทธ์การผลิต การตลาด การพัฒนาสินค้าและช่องทางการจำหน่ายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

## ๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร นักลงทุน

๓.๒ หน่วยงานราชการ องค์กร สมาคม สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

## ๔. เป้าหมายของโครงการ / ตัวชี้วัด

### ๔.๑ ระดับผลผลิต

๑) รายงานผลการศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารของไทยให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเพื่อนำไปสู่การรองรับการขยายตัวของตลาดใหม่ จำนวน ๑ ฉบับ

เนื้อหาประกอบด้วย ๓ ส่วน คือ

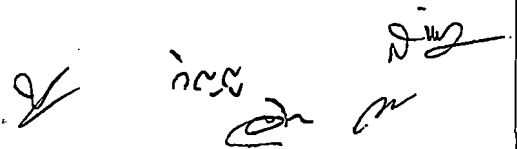
๑.๑) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความต้องการของผู้บริโภค โอกาส อุปสรรค ชีตความสามารถในการแข่งขันของตลาดอาหารแปรรูปของไทยในตลาดโลก

๑.๒) การวิเคราะห์โอกาสและความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของไทยไปยังตลาดใหม่

๑.๓) กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเพื่อรองรับการขยายตัวในตลาดใหม่

๒) จัดสัมมนาเผยแพร่ความรู้ ๑ ครั้ง/๒๐๐ คน

๓) เอกสารเผยแพร่ความรู้ ๓๐๐ เล่ม



#### ๔.๒ ระดับผลลัพธ์

๑) ผู้ประกอบการไทยเข้าใจสภาพธุรกิจอาหารแปรรูป ความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละตลาดมากขึ้น และมีแนวทางการสร้างเครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเพื่อรองรับการขยายตัวในตลาดเกิดใหม่

๒) ภาคอุตสาหกรรม มีแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การผลิต การตลาด การพัฒนาสินค้า และช่องทางการจำหน่ายที่สอดคล้องกับกระแสของตลาดโลก

#### ๕. วิธีการดำเนินงาน / กิจกรรม

๕.๑ ศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความต้องการของผู้บริโภค โอกาส อุปสรรค ชัดความสามารถในการแข่งขันของตลาดอาหารแปรรูปของไทยในตลาดโลก

๕.๒ ศึกษาข้อมูลเชิงลึกในตลาดใหม่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม โครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหาร วัฒนธรรม พฤติกรรมการบริโภค โอกาส อุปสรรค ตลอดจนกฎระเบียบ นโยบาย และมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการเข้าสู่ตลาดใหม่ โดยการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง การประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตการณ์ ฯลฯ

๕.๓ วิเคราะห์โอกาสและความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของไทยไปยังตลาดใหม่ โดยพิจารณาปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า การลงทุนของไทย และรูปแบบการเข้าสู่ตลาดที่เหมาะสมในการขยายการผลิต การลงทุน การสร้างพันธมิตรในตลาดใหม่

๕.๔ จัดทำรายงานผลการศึกษานโยบายการสร้างเครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเพื่อรองรับการขยายตัวในตลาดใหม่

๕.๕ จัดสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา ๑ ครั้ง เป้าหมายผู้เข้าร่วม ๒๐๐ ราย

๕.๖ จัดพิมพ์เอกสารเผยแพร่องค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ๓๐๐ เล่ม

#### ๖. แผนและระยะเวลาดำเนินงาน

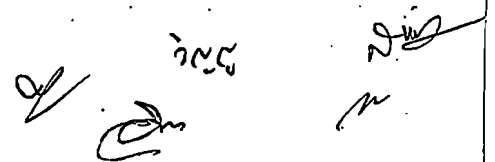
ระยะเวลาดำเนินงาน ปี พ.ศ. ๒๕๕๙-๒๕๖๑ โดยดำเนินการ ๓ ระยะ ได้แก่

๒๕๕๙ : กลุ่มประเทศตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ (MENA).

๒๕๖๐ : กลุ่มประเทศเครือรัฐจักรภพ (CIS)

๒๕๖๑ : ประเทศตลาดใหม่อื่น ๆ

ปี พ.ศ. ๒๕๕๙ : ศึกษาจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ (MENA) (คัดเลือกประเทศที่มีศักยภาพ อย่างน้อย ๒ ประเทศ)

๖๗๕  


## ระยะเวลาดำเนินงาน ๙ เดือน

| กิจกรรมดำเนินงาน / (เดือนที่)  | ๑ | ๒ | ๓ | ๔ | ๕ | ๖ | ๗ | ๘ | ๙ |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ๑. ศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความต้องการของผู้บริโภค โอกาส อุปสรรค ชัดความสามารถในการแข่งขันของตลาดอาหารแปรรูปของไทยในตลาดโลก  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ๒. ศึกษาข้อมูลเชิงลึกในตลาดใหม่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม โครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหาร วัฒนธรรม พฤติกรรมการบริโภค โอกาส อุปสรรค ตลอดจนกฎระเบียบ นโยบาย และมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการเข้าสู่ตลาดใหม่ โดยการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง การประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตการณ์ ฯลฯ |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ๓. วิเคราะห์โอกาสและความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของไทยไปยังตลาดใหม่ โดยพิจารณาปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าการลงทุนของไทย และรูปแบบการเข้าสู่ตลาดที่เหมาะสมในการขยายการผลิต การลงทุน การสร้างพันธมิตร ในตลาดใหม่                                     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ๔. จัดทำรายงานผลการศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเพื่อรองรับการขยายตัวในตลาดใหม่   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ๕. จัดสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา ๑ ครั้ง เป้าหมายผู้เข้าร่วม ๒๐๐ ราย  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ๖. จัดพิมพ์เอกสารเผยแพร่องค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ๓๐๐ เล่ม   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

✓  
๖๕๕

๖๕๕  
๖

## ๗. งบประมาณ

งบประมาณในการดำเนินโครงการเป็นจำนวน ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) มีรายละเอียดค่าใช้จ่าย ดังนี้

| ค่าใช้จ่าย   | จำนวน<br>(บาท)   |
|--|------------------|
| <b>๑. ค่าตอบแทน</b>  | <b>๑,๑๘๕,๐๐๐</b> |
| - ที่ปรึกษาโครงการและผู้เชี่ยวชาญ (๒ คน x ๔๐,๐๐๐ บาท x ๓ เดือน)  | ๒๔๐,๐๐๐          |
| - ผู้จัดการโครงการ (๑ คน x ๔๐,๐๐๐ บาท x ๙ เดือน)   | ๓๖๐,๐๐๐          |
| - นักวิจัย (๑ คน x ๓๐,๐๐๐ บาท x ๙ เดือน)   | ๒๗๐,๐๐๐          |
| - ผู้ช่วยนักวิจัย (๑. คน x ๒๐,๐๐๐ บาท/เดือน x ๙ เดือน)   | ๑๘๐,๐๐๐          |
| - เจ้าหน้าที่ประสานงาน (๙ เดือน x ๑๕,๐๐๐ บาท/เดือน x ๑ คน)   | ๑๓๕,๐๐๐          |
| <b>๒. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ</b>   | <b>๓,๔๗๐,๒๐๐</b> |
| - ศึกษาศาถาพแวดล้อมทางธุรกิจ ของตลาดอาหารแปรรูปของไทยในตลาดโลก   | ๕๗๕,๐๐๐          |
| ๑) ซึ่ข้อมูล/จัดหาข้อมูลทุติยภูมิ (๔ ชุด x ๕๐,๐๐๐ บาท)   | ๒๐๐,๐๐๐          |
| ๒) สำรวจและรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (๕,๐๐๐ บาท x ๑๐ ครั้ง x ๔ คน)   | ๒๐๐,๐๐๐          |
| ๓) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงาน ค่าแปลเอกสาร และค่าสาธารณูปโภค   | ๑๗๕,๐๐๐          |
| - ศึกษาข้อมูลเชิงลึกในตลาดใหม่   | ๒,๔๓๐,๐๐๐        |
| ๑) สำรวจและรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (๒ ประเทศ x ๖๒๕,๐๐๐ บาท)  | ๑,๒๕๐,๐๐๐        |
| ๒) ค่าออกแบบ บริหารจัดการ รวบรวมและประมวลผลแบบสอบถามผู้บริโภค (๑,๐๐๐ ชุด x ๑,๐๐๐ บาท)  | ๑,๐๐๐,๐๐๐        |
| ๓) ค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงาน ค่าแปลเอกสาร และค่าสาธารณูปโภค   | ๑๐๐,๐๐๐          |
| ๔) จัดทำรายงานผลการศึกษาการบริหารเครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเพื่อรองรับการขยายตัวในตลาดใหม่ (๑๐๐ เล่ม x ๘๐๐ บาท) | ๘๐,๐๐๐           |
| - วิเคราะห์โอกาสและความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของไทยไปยังตลาดใหม่                      | ๔๖๕,๒๐๐          |
| ๑) ค่าเดินทาง  | ๖๕,๒๐๐           |
| ๒) ค่าติดต่อประสานงาน และการจัดประชุมหารือ   | ๑๐๐,๐๐๐          |

๖๕๕  
๖๕๕  
๖๕๕

| ค่าใช้จ่าย  | จำนวน<br>(บาท)   |
|---|------------------|
| ๓) ค่าจัดทำเว็บไซต์ ๑ เว็บไซต์  | ๑๘๐,๐๐๐          |
| ๔) ค่าจัดพิมพ์เอกสารเผยแพร่องค์ความรู้ ( ๓๐๐ เล่ม x ๔๐๐ บาท)            | ๑๒๐,๐๐๐          |
| <b>๓. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม และอบรมสัมมนา</b>                        | <b>๓๔๔,๘๐๐</b>   |
| - <b>ประชุมผู้ประกอบการกลุ่มย่อย</b>                                    | <b>๗๒,๐๐๐</b>    |
| ๑) ค่าเอกสารประกอบการประชุม (๓๐ ชุด x ๒๐๐ บาท x ๒ ครั้ง)                | ๑๒,๐๐๐           |
| ๒) ค่าตอบแทนการประชุม (๑๕,๐๐๐ บาท x ๒ ครั้ง)                            | ๓๐,๐๐๐           |
| ๓) ค่าอาหารกลางวัน อาหารว่าง และเครื่องดื่ม (๕๐๐ บาท x ๓๐ คน x ๒ ครั้ง) | ๓๐,๐๐๐           |
| - <b>ประชุมผู้ประกอบการตลาดใหม่</b>                                     | <b>๓๖,๐๐๐</b>    |
| ๑) ค่าเอกสารประกอบการประชุม (๓๐ ชุด x ๒๐๐ บาท x ๑ ครั้ง)                | ๖,๐๐๐            |
| ๒) ค่าตอบแทนการประชุม (๑๕,๐๐๐ บาท x ๑ ครั้ง)                            | ๑๕,๐๐๐           |
| ๓) ค่าอาหารกลางวัน อาหารว่างและเครื่องดื่ม (๕๐๐ บาท x ๓๐ คน x ๑ ครั้ง)  | ๑๕,๐๐๐           |
| - <b>สัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา</b>  | <b>๒๓๖,๘๐๐</b>   |
| ๑) ค่าเอกสารประกอบการสัมมนา (๒๕๐ บาท x ๒๐๐ คน)                          | ๕๐,๐๐๐           |
| ๒) ค่าอาหารกลางวัน อาหารว่างและเครื่องดื่ม (๕๐๐ บาท x ๒๐๐ คน x ๑ ครั้ง) | ๑๐๐,๐๐๐          |
| ๓) ค่าตอบแทนวิทยากร (๑,๒๐๐ บาท/ชม. x ๖ ชม. x ๔ คน)                      | ๒๘,๘๐๐           |
| - รายงานเบื้องต้น (๑๐ ชุด x ๒๐๐ บาท/ชุด x ๑ ครั้ง)                      | ๒,๐๐๐            |
| - รายงานความก้าวหน้า (๑๐ ชุด x ๓๐๐ บาท/ชุด x ๒ ครั้ง)                   | ๖,๐๐๐            |
| - รายงานฉบับสมบูรณ์ (๑๐๐ ชุด x ๕๐๐ บาท/ชุด)                             | ๕๐,๐๐๐           |
| <b>รวม</b>  | <b>๕,๐๐๐,๐๐๐</b> |

๘. สถานที่ดำเนินการ

ประเทศไทยและประเทศเป้าหมาย.

๙. คุณสมบัติที่ปรึกษา

๑) ต้องเป็นที่ปรึกษาที่จดทะเบียนไว้กับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาของกระทรวงการคลัง

๒) ต้องมีประสบการณ์และความสามารถในการศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างของอุตสาหกรรมอาหาร คักยภาพอุตสาหกรรมอาหารในระดับภาพรวม และห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหารรายสินค้า โดยทีมงานของที่ปรึกษาจะต้องประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านอุตสาหกรรมอาหาร เศรษฐศาสตร์ พาณิชยศาสตร์ (การตลาด)

*(Handwritten signatures and initials)*

บริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์ หรือด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีความเหมาะสมจะปฏิบัติงานตามโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓) ต้องแสดงให้เห็นว่ามีความเชี่ยวชาญด้านการศึกษาวิจัยและวางแผนกลยุทธ์ มีความเชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารด้านต่างๆ เช่น การผลิต เทคโนโลยี การตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ การลงทุน การบริหารจัดการ Supply chain และ Logistics การแข่งขันของไทยและของโลก นโยบาย มาตรการ และกฎระเบียบของไทย คู่ค้าและคู่แข่งที่สำคัญ ตลอดจนข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง/เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมอาหาร

๔) ที่ปรึกษาที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะซึ่งได้มีการระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อว่าเป็นคู่สัญญาที่ไม่ได้แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๕) ที่ปรึกษาที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๖) ที่ปรึกษาต้องรับจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การรับจ่ายเงินแต่ละครั้ง ซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท ที่ปรึกษาอาจรับจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

#### ๑๐. การเสนอผลงาน

ที่ปรึกษาจะต้องลงนามในสัญญาว่าจ้างกับสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หลังจากวันที่ได้รับแจ้งจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมว่าได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้ดำเนินการโครงการ และหลังจากได้ลงนามในสัญญาว่าจ้าง ที่ปรึกษาจะต้องจัดส่งผลการดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ ตามกำหนดเวลา ดังนี้

ครั้งที่ ๑ ส่งรายงานขั้นต้น (Inception Report) จำนวน ๑๐ ชุด ภายใน ๑ เดือน นับจากวันลงนามในสัญญา

ครั้งที่ ๒ ส่งรายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ ๑ (Progress Report No.1) จำนวน ๑๐ ชุด ภายใน ๔ เดือน นับจากวันลงนามในสัญญา

ครั้งที่ ๓ ส่งรายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ ๒ (Progress Report No.2) จำนวน ๑๐ ชุด ภายใน ๗ เดือน นับจากวันลงนามในสัญญา

ครั้งที่ ๔ ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) จำนวน ๑๐๐ ชุด บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน ๑๐๐ ชุด แผ่นบันทึกข้อมูล (Compact Disc) จำนวน ๑๐๐ ชุด เอกสารเผยแพร่องค์ความรู้ จำนวน ๓๐๐ ชุด และรายงานในรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถใช้งานได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์ และ Smartphone ระบบต่างๆ ภายใน ๔ เดือน นับจากวันที่ลงนามในสัญญาว่าจ้าง

๑๕.๕

*[Handwritten signatures and initials]*

**๑๑. การเบิกจ่ายค่าตอบแทน.**

งวดที่ ๑ จำนวนร้อยละ ๓๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานขั้นต้น (Inception Report) จำนวน ๑๐ ชุด ภายใน ๑ เดือน นับจากวันลงนามในสัญญา และผู้ว่าจ้างได้ตรวจสอบแผนการดำเนินการจนเป็นที่พอใจแล้ว

งวดที่ ๒ จำนวนร้อยละ ๒๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ ๑ (Progress Report No.1) จำนวน ๑๐ ชุด ภายใน ๔ เดือน นับจากวันลงนามในสัญญา และผู้ว่าจ้างได้ตรวจสอบรายงานและผลการดำเนินงานจนเป็นที่พอใจแล้ว

งวดที่ ๓ จำนวนร้อยละ ๓๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งร่างส่งรายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ ๒ (Progress Report No.2) จำนวน ๑๐ ชุด ภายใน ๗ เดือน นับจากวันลงนามในสัญญา และผู้ว่าจ้างได้ตรวจสอบรายงานและผลการดำเนินงานจนเป็นที่พอใจแล้ว

งวดที่ ๔ จำนวนร้อยละ ๒๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ (Final Report) จำนวน ๑๐๐ ชุด บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน ๑๐๐ ชุด แผ่นบันทึกข้อมูล (Compact Disc) จำนวน ๑๐๐ ชุด เอกสารเผยแพร่องค์ความรู้ จำนวน ๓๐๐ ชุด และรายงานในรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถใช้งานได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์ และ Smartphone ระบบต่างๆ ภายใน ๙ เดือน นับจากวันที่ลงนามในสัญญาว่าจ้าง และผู้ว่าจ้างได้ตรวจสอบรายงานและผลการดำเนินงานจนเป็นที่พอใจแล้ว

**๑๒. ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

๑๒.๑ หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการมีแนวทางการสร้างเครือข่ายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเพื่อรองรับการขยายตัวในตลาดใหม่

๑๒.๒ อุตสาหกรรมอาหารของไทยมีโอกาสทางการค้าการลงทุนเพิ่มขึ้น

.....

*(Handwritten signatures and initials)*