

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจ้างที่ปรึกษา

๑. ชื่อโครงการ โครงการจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓
/หน่วยงานเจ้าของโครงการ กองนโยบายอุตสาหกรรมมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
๒. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๒,๑๑๙,๕๐๐ บาท (สองล้านหนึ่งแสนหนึ่งหมื่นเก้าพันห้าร้อยบาทถ้วน)
๓. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ๒๗ ก.พ. ๒๕๖๓
เป็นเงิน ๒,๑๑๙,๕๐๐ บาท (สองล้านหนึ่งแสนหนึ่งหมื่นเก้าพันห้าร้อยบาทถ้วน)
๔. ค่าตอบแทนบุคลากร ๑,๑๓๖,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านหนึ่งแสนสามหมื่นหกพันบาทถ้วน)
 - ๔.๑ ประเภทที่ปรึกษา กลุ่มงานวิชาชีพเฉพาะ เช่น การตลาด ประชาสัมพันธ์ เทคโนโลยีสารสนเทศและ
การสื่อสาร เศรษฐศาสตร์ สังคมศาสตร์ และกลุ่มวิชาชีพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - ๔.๒ คุณสมบัติที่ปรึกษา
 - ๑) มีความสามารถตามกฎหมาย
 - ๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
 - ๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
 - ๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว
ตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
 - ๕) เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่ประกอบอาชีพเป็นที่ปรึกษาในสาขาที่จะจ้าง และได้ขึ้น
ทะเบียนไว้กับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษา กระทรวงการคลัง
 - ๖) ไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน
ของหน่วยงานของรัฐแล้ว
 - ๗) มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและ
การบริหารพัสดุภาครัฐกำหนด
 - ๘) เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่เสนอราคาดังกล่าว
 - ๙) ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับที่ปรึกษารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานเศรษฐกิจ
อุตสาหกรรม
 - ๑๐) ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย
 - ๑๑) ไม่เป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง
กำหนด
 - ๑๒) ที่ปรึกษาที่ยื่นเสนอราคาในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไข
ที่กำหนดไว้ในหนังสือเชิญชวน
 - ๑๓) ที่ปรึกษาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่
ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
 - ๑๔) ที่ปรึกษาซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วย
อิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
 - ๑๕) ที่ปรึกษาที่เป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้ง
ไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
 - ๔.๓ จำนวนที่ปรึกษา ๕ คน

๕. คำวิสตดูปกรณ์ -ไม่มี-

๖. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปต่างประเทศ (ถ้ามี) -ไม่มี-

๗. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ๙๘๓,๕๐๐ บาท (เก้าแสนแปดหมื่นสามพันห้าร้อยบาทถ้วน)

๘. รายชื่อผู้รับผิดชอบในการกำหนดค่าใช้จ่าย/ดำเนินการ/ขอบเขตดำเนินการ (TOR)

- | | |
|------------------------------|---------------------------------------|
| ๘.๑ นางสาวนพมาศ ชัยนุกูล | ผู้อำนวยการกองนโยบายอุตสาหกรรมมหภาค |
| ๘.๒ นางสาวสมานลักษณ์ ตันตกุล | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ |
| ๘.๓ นางสาวเรวดี แก้วมณี | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ |
| ๘.๔ นางสาวปิยชาน์ ศรีสังข์ | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ |
| ๘.๕ นางสาวเพชรวรรณ สนธิมูล | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ |

๙. แหล่งที่มาของราคากลาง

เป็นราคามาตรฐานที่สำนักงานประมาณได้กำหนดหลักเกณฑ์และอัตราค่าใช้จ่ายประกอบการพิจารณางบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ได้แก่

๑) หลักเกณฑ์ อัตราค่าใช้จ่าย ประกอบการพิจารณางบประมาณรายจ่ายประจำปี การฝึกอบรม สัมมนา การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การจ้างที่ปรึกษา ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศ (ธันวาคม ๒๕๖๒)

๒) หลักเกณฑ์ อัตราค่าใช้จ่าย และแนวทางการพิจารณางบประมาณรายจ่ายประจำปีที่เบิกจ่าย ในลักษณะค่าตอบแทน ใช้สอย วัสดุ และค่าสาธารณูปโภค (ธันวาคม ๒๕๖๒)

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference: TOR)
โครงการจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ
ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

๑. หลักการและเหตุผล

เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นนโยบายการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่รัฐบาลให้ความสำคัญสูง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่บริเวณชายแดนเป็นประตูเศรษฐกิจเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน โดยใช้ประโยชน์จากโอกาสการเชื่อมโยง (Connectivity) ในภูมิภาค เพื่อกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค ลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ และยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น ดังจะเห็นได้จากความมุ่งมั่นของภาครัฐที่จะพัฒนาปัจจัยสนับสนุนเพื่อส่งเสริมให้พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษทั้ง ๑๐ จังหวัดมีความเข้มแข็งในทุกด้าน เช่น ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการจัดหาที่ดินและบริหารจัดการ ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน (One Stop Service: OSS) ด้านสิทธิประโยชน์ เป็นต้น ซึ่งหนึ่งในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่สำคัญ คือ การดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการลงทุนจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ ๒/๒๕๖๐ เมื่อวันที่ ๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ ได้มีมติเห็นชอบกรอบแนวทางการจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตามที่กระทรวงอุตสาหกรรมเสนอ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนการตลาดและประชาสัมพันธ์ซึ่งเน้นเป็นรายเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ยึดโยงกับยุทธศาสตร์ชาติในองค์รวมและสอดคล้องกับแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด ก่อให้เกิดการลงทุนจากทั้งในประเทศและต่างประเทศที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ พร้อมทั้งส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ โดยมีคณะขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เป็นกลไกการขับเคลื่อนการตลาดและประชาสัมพันธ์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

ดังนั้น เพื่อให้การขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ในแต่ละปีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบังเกิดผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม จึงจำเป็นต้องมีแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับกรอบแนวทางการจัดทำแผนฯ ที่ได้รับความเห็นชอบข้างต้น ในครั้งนี้ กองนโยบายอุตสาหกรรมมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม จึงเห็นควรดำเนิน “โครงการจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ” เพื่อวางแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ โดยใช้กลยุทธ์การตลาดและประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความร่วมมือในการดำเนินงาน นำไปสู่การยอมรับในวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยอาศัยการใช้สื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม มีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นเป็นตอน มีกลวิธีที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการใช้กิจกรรมที่แปลกใหม่และหลากหลายซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การมีแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่มีประสิทธิภาพย่อมจะส่งผลให้ผู้ประกอบการและนักลงทุนเป้าหมายที่มีศักยภาพ รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ตลอดจนประชาชนทั่วไปเกิดความตระหนัก การรับรู้ และการยอมรับ นำมาสู่ความร่วมมือและการดำเนินงานร่วมกันอย่างบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษทั้ง ๑๐ จังหวัด ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก่อให้เกิดมูลค่าการลงทุนเพิ่มขึ้น สามารถกระตุ้นให้นักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศใช้ไทยเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าการลงทุนของอาเซียน (ASEAN Connectivity Hub) ลดความเหลื่อมล้ำและสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจแบบมีส่วนร่วม (Inclusive Growth) อันจะส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้น ซึ่งจะเป็ปัจจัยสำคัญยิ่งในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในอนาคตต่อไป

๑๖๐๗
๗๗๖๖๖๖๖
๑๖๐๗

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ รวมทั้งวิเคราะห์ศักยภาพในเชิงพื้นที่ โอกาสและปัญหา/อุปสรรคในการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทยให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม

๒.๒ เพื่อจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งจัดทำแนวทางการดำเนินงานที่มีความสอดคล้องกับจุดเด่นและศักยภาพของพื้นที่ ทั้งในภาพรวมและในรายพื้นที่ จำนวน ๑๐ พื้นที่ ตามนโยบายรัฐบาล ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดเชียงราย จังหวัดตาก จังหวัดตราด จังหวัดนครพนม จังหวัดนราธิวาส จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดสงขลา จังหวัดสระแก้ว และจังหวัดหนองคาย

๒.๓ เพื่อเสนอแนะแนวทางและกลไกการขับเคลื่อนแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

๒.๔ เพื่อติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอย่างต่อเนื่อง อันจะนำไปสู่การเสนอแนะนโยบายในการแก้ไขปัญหา/อุปสรรคและขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๕ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และเกิดการบูรณาการเครือข่ายการดำเนินงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและความต่อเนื่องในการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษต่อไป

๓. เป้าหมาย

เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษของไทยที่สอดคล้องกับจุดเด่นและศักยภาพในแต่ละพื้นที่ และผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน/ประชาชนทั่วไปรับรู้ ยอมรับ สนับสนุนและให้ความร่วมมือ รวมทั้งต่อยอดการประชาสัมพันธ์ในเชิงบวกออกไปในวงกว้าง เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นต่อการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย

๔. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์

นักลงทุน/ผู้ประกอบการไทย ประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศอื่น ๆ ที่มีศักยภาพและสนใจเข้ามาลงทุนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ตลอดจนประชาชนทั่วไปทั้งในพื้นที่และทั่วประเทศ

๕. สถานที่/พื้นที่ดำเนินการ

พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน ๑๐ แห่ง และทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย

๖. ตัวชี้วัด

๖.๑ ระบุผลลัพธ์ (Output)

๑) แผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ รวมทั้งแนวทางการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม จำนวน ๑ แผน

๒) แผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ รวมทั้งแนวทางการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ในรายพื้นที่ จำนวน ๑๐ แผน (พื้นที่ละ ๑ แผน)

๓) แนวทางและกลไกการขับเคลื่อนแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่ได้จัดทำขึ้น จำนวน ๑ แนวทาง

๔) ผลการติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน ๑๐ จังหวัด

๖.๒ ระดับผลลัพธ์ (Outcome)

- ๑) มูลค่าการลงทุนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเพิ่มขึ้น
- ๒) การขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมีความสอดคล้องกับจุดเด่นและศักยภาพของพื้นที่
- ๓) แผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่ได้จัดทำขึ้น มีการนำไปใช้ประโยชน์ในการนำเสนอต่อผู้บริหารระดับกระทรวง หรือคณะกรรมการ หรือคณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง
- ๔) ผู้เกี่ยวข้อง/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รับทราบและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่ได้จัดทำขึ้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

๗. กิจกรรม/ขอบเขตการดำเนินงาน

๗.๑ รวบรวมและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน รวมถึงผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

๗.๒ ศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพในเชิงพื้นที่ โอกาสและปัญหา/อุปสรรคในการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน ๑๐ จังหวัด ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และระหว่างประเทศ/ความเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน

๗.๓ ทบทวนและจัดทำ (ร่าง) แผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในภาพรวม และแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรายพื้นที่ จำนวน ๑๐ จังหวัด

๗.๔ จัดสัมมนากลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวน ๕ ครั้ง โดยจัดภาคละ ๑ ครั้ง ได้แก่ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องต่อ (ร่าง) แผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในภาพรวม และแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษรายพื้นที่ จำนวน ๑๐ จังหวัด

๗.๕ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือสอบถามความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ ครั้ง เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกประกอบการจัดทำแผนต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้นภายใต้โครงการฯ ให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

๗.๖ วิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน ๑๐ จังหวัด

๗.๗ จัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในภาพรวม และแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรายพื้นที่ จำนวน ๑๐ จังหวัด

๗.๘ จัดทำแนวทางการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ทั้งในภาพรวม (ส่วนกลาง) และในรายพื้นที่ จำนวน ๑๐ จังหวัด ที่มีความสอดคล้องกับจุดเด่นและศักยภาพของพื้นที่

๗.๙ จัดทำแนวทางและกลไกการขับเคลื่อนแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่ได้จัดทำขึ้นไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจกับหน่วยงานที่นำแผนไปสู่การปฏิบัติ

๗.๑๐ ติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน ๑๐ จังหวัด อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาโครงการ

๗.๑๑ จัดทำรายงานผลการศึกษาและจัดเก็บไฟล์ลง USB Flash Drive เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

๘. ระยะเวลาดำเนินโครงการ/แผนการดำเนินงาน

๘ เดือน (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓)

๗๖๖๖๖๖๖๖
๗๖๖๖๖๖๖๖

แผนการดำเนินงาน โครงการจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ปี ๒๕๖๓

ที่	กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (เดือน)							
		๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘
๑.	รวบรวมและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน รวมถึงผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ	↔							
๒.	ศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพในเชิงพื้นที่ โอกาสและปัญหา/อุปสรรคในการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน ๑๐ จังหวัด ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และระหว่างประเทศ/ความเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน	↔	↔						
๓.	ทบทวนและจัดทำ (ร่าง) แผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในภาพรวม และแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรายพื้นที่ จำนวน ๑๐ จังหวัด	↔	↔						
ส่งมอบรายงานการศึกษาขั้นต้น (Inception Report) จำนวน ๑๐ ชุด			✓						
๔.	จัดสัมมนากลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวน ๕ ครั้ง โดยจัดภาคละ ๑ ครั้ง ได้แก่ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องต่อ (ร่าง) แผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในภาพรวม และแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษรายพื้นที่ จำนวน ๑๐ จังหวัด			↔	↔				
๕.	สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือสอบถามความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ ครั้ง เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกประกอบการจัดทำแผนต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้นภายใต้โครงการฯ ให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น				↔	↔			
๖.	วิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน ๑๐ จังหวัด					↔			
ส่งมอบรายงานการศึกษาขั้นกลาง (Interim Report) จำนวน ๑๐ ชุด						✓			
๗.	จัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในภาพรวม และแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรายพื้นที่ จำนวน ๑๐ จังหวัด						↔	↔	
๘.	จัดทำแนวทางการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ทั้งในภาพรวม (ส่วนกลาง) และในรายพื้นที่ จำนวน ๑๐ จังหวัด ที่มีความสอดคล้องกับจุดเด่นและศักยภาพของพื้นที่						↔	↔	
๙.	จัดทำแนวทางและกลไกการขับเคลื่อนแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่ได้จัดทำขึ้นไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจกับหน่วยงานที่นำแผนไปสู่การปฏิบัติ							↔	↔
ส่งมอบรายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ (Final Report) จำนวน ๖๐ ชุด บทสรุปผู้บริหาร ฉบับภาษาไทย จำนวน ๒๐๐ ชุด และฉบับภาษาอังกฤษ จำนวน ๑๐๐ ชุด และ USB Flash Drive จำนวน ๑๐ ชุด									✓
๑๐.	ติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน ๑๐ จังหวัด อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาโครงการ	←	ส่งผลการติดตามครั้งที่ ๑				ส่งผลการติดตามครั้งที่ ๒		ส่งสรุปผลการติดตาม



๙. วงเงินงบประมาณ ๒,๑๑๙,๕๐๐ บาท (สองล้านหนึ่งแสนหนึ่งหมื่นเก้าพันห้าร้อยบาทถ้วน)

รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ปี ๒๕๖๓

ลำดับ ที่	รายการค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน หน่วย	หน่วย นับ	จำนวน หน่วย	หน่วย นับ	จำนวนเงิน
1.	ค่าตอบแทนบุคลากร						1,136,000
1.1	หัวหน้าโครงการ	45,000	8	เดือน	1	คน	360,000
1.2	นักวิจัย	32,000	8	เดือน	1	คน	256,000
1.3	ผู้ช่วยนักวิจัย	25,000	8	เดือน	2	คน	400,000
1.4	เลขานุการโครงการ	15,000	8	เดือน	1	คน	120,000
2.	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน						661,950
2.1	รวบรวมและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน รวมถึงผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง	8,000	1	ครั้ง			8,000
2.2	ศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพในเชิงพื้นที่ โอกาสและปัญหา/อุปสรรคในการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ	8,000	10	จังหวัด			80,000
2.3	ทบทวนและจัดทำ (ร่าง) แผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในภาพรวม และแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรายพื้นที่ จำนวน 10 จังหวัด	9,000	11	แผน			99,000
2.4	วิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ	10,000	10	จังหวัด			100,000
2.5	จัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในภาพรวม และแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรายพื้นที่ จำนวน 10 จังหวัด	12,000	11	แผน			132,000
2.6	จัดทำแนวทางการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ทั้งในภาพรวม (ส่วนกลาง) และในรายพื้นที่ จำนวน 10 จังหวัด ที่มีความสอดคล้องกับจุดเด่นและศักยภาพของพื้นที่	12,000	11	แนวทาง			132,000
2.7	จัดทำแนวทางและกลไกการขับเคลื่อนแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่ได้จัดทำขึ้นไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจกับหน่วยงานที่นำแผนไปสู่การปฏิบัติ	30,000	1	ครั้ง			30,000
2.8	ติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน 10 จังหวัด อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาโครงการ	10,000	8	เดือน			80,000
2.8	ค่าใช้จ่ายอื่นๆ						950
3.	ค่าใช้จ่ายในการจัดสัมมนา สัมภาษณ์ และจัดทำรายงาน/สื่อสารสนเทศต่างๆ						321,550
3.1	สัมมนากลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวน 5 ครั้ง โดยจัดภาคละ 1 ครั้ง (ตะวันออก ตะวันตก เหนือ ใต้ และตะวันออกเฉียงเหนือ)						142,500
	- ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (อาหาร 1 มื้อ อาหารว่าง 1 มื้อ)	500	5	ครั้ง	50	คน	125,000
	- เอกสารประกอบการสัมมนากลุ่มย่อย	70	5	ครั้ง	50	ชุด	17,500
3.2	สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือสอบถามความคิดเห็น จำนวน 5 ครั้ง						104,550
	- ค่าที่พัก (คืนละ 750 บาท x 2 คืน = 1,500 บาท)	1,500	5	ครั้ง	3	คน	22,500
	- ค่าอาหาร (วันละ 700 บาท x 3 วัน = 2,100 บาท)	2,100	5	ครั้ง	3	คน	31,500
	- ค่าเบี้ยเลี้ยง (วันละ 240 บาท x 3 วัน = 720 บาท)	720	5	ครั้ง	3	คน	10,800
	- ค่ายานพาหนะรถตู้ (ค่าเช่า+ค่าน้ำมันวันละ 2,250 บาท x 3 วัน = 6,750 บาท)	6,750	5	ครั้ง			33,750
	- ค่าแท็กซี่ (เที่ยวละ 200 บาท/คน x 2 เที่ยว = 400 บาท)	400	5	ครั้ง	3	คน	6,000
3.3	ค่าใช้จ่ายในการจัดทำรายงานผลการศึกษา/ สื่อสารสนเทศต่างๆ						74,500
	- รายงานการศึกษาขั้นต้น (Inception Report)	100	10	ชุด			1,000
	- รายงานการศึกษาขั้นกลาง (Interim Report)	150	10	ชุด			1,500
	- รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)	300	60	ชุด			18,000
	- บทสรุปผู้บริหาร ฉบับภาษาไทย	150	200	ชุด			30,000
	- บทสรุปผู้บริหาร ฉบับภาษาอังกฤษ	150	100	ชุด			15,000
	- ค่าแปลเอกสารบทสรุปผู้บริหาร (ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ)	300	20	หน้า			6,000
	- USB Flash Drive	300	10	ชุด			3,000
	วงเงินรวมทั้งสิ้น						2,119,500

หมายเหตุ: ค่าใช้จ่ายแล้วเฉลี่ยทุกรายการ



๑๐. การเสนอและส่งมอบงาน

ที่ปรึกษาต้องส่งมอบรายงานการศึกษา ที่มีรายละเอียดผลการดำเนินงานตามที่ระบุไว้ในสัญญาจ้าง พร้อมทั้งแนบเอกสารหลักฐานการดำเนินงานให้ครบถ้วน รวมทั้งสิ้น ๓ รายการ ดังนี้

๑) รายงานการศึกษาขั้นต้น (Inception Report) มีเนื้อหาประกอบด้วยกรอบแนวคิด ขอบเขตและรายละเอียดการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม ตารางแสดงแผนการดำเนินงานโดยละเอียด และผลการดำเนินงานในกิจกรรมข้อ ๗.๑ - ๗.๓ และความก้าวหน้าการดำเนินงานในกิจกรรมข้อ ๗.๑๐ โดยจัดทำในรูปแบบของเอกสาร จำนวน ๑๐ ชุด และส่งมอบภายในเวลา ๒ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๒) รายงานการศึกษาขั้นกลาง (Interim Report) มีเนื้อหาประกอบด้วยผลการดำเนินงานในกิจกรรมข้อ ๗.๑ - ๗.๖ และความก้าวหน้าการดำเนินงานในกิจกรรมข้อ ๗.๑๐ โดยจัดทำในรูปแบบของเอกสาร จำนวน ๑๐ ชุด และส่งมอบภายในเวลา ๕ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๓) รายงานการศึกษาดำเนินการฉบับสมบูรณ์ (Final Report) มีเนื้อหาประกอบด้วยผลการดำเนินงานในทุกกิจกรรมครบถ้วนตาม TOR โดยจัดทำในรูปแบบของเอกสาร จำนวน ๖๐ ชุด บทสรุปผู้บริหารฉบับภาษาไทย จำนวน ๒๐๐ ชุด และฉบับภาษาอังกฤษ จำนวน ๑๐๐ ชุด รวมทั้ง USB Flash Drive ที่บันทึกข้อมูลรายงานการศึกษาทั้งหมด จำนวน ๑๐ ชุด และส่งมอบภายในเวลา ๘ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๑๑. การเบิกจ่ายค่าจ้างที่ปรึกษา

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมจะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ที่ปรึกษา โดยแบ่งเป็น ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ จำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๕๕ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด คิดเป็นจำนวนเงิน ๑,๑๖๕,๗๒๕ บาท (หนึ่งล้านหนึ่งแสนหกหมื่นห้าพันเจ็ดร้อยยี่สิบห้าบาทถ้วน) เมื่อที่ปรึกษาได้ส่งมอบรายงานการศึกษาขั้นต้น (Inception Report) จำนวน ๑๐ ชุด ภายในเวลา ๒ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมได้ตรวจรับรายงานการศึกษาแล้ว

งวดที่ ๒ จำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด คิดเป็นจำนวนเงิน ๕๒๙,๘๗๕ บาท (ห้าแสนสองหมื่นเก้าพันแปดร้อยเจ็ดสิบห้าบาทถ้วน) เมื่อที่ปรึกษาได้ส่งมอบรายงานการศึกษาขั้นกลาง (Interim Report) จำนวน ๑๐ ชุด ภายในเวลา ๕ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมได้ตรวจรับรายงานการศึกษาแล้ว

งวดที่ ๓ จำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด คิดเป็นจำนวนเงิน ๔๒๓,๙๐๐ บาท (สี่แสนสองหมื่นสามพันเก้าร้อยบาทถ้วน) เมื่อที่ปรึกษาได้ส่งมอบรายงานการศึกษาดำเนินการฉบับสมบูรณ์ (Final Report) จำนวน ๖๐ ชุด บทสรุปผู้บริหารฉบับภาษาไทย จำนวน ๒๐๐ ชุด และฉบับภาษาอังกฤษ จำนวน ๑๐๐ ชุด รวมทั้ง USB Flash Drive ที่บันทึกข้อมูลรายงานการศึกษาทั้งหมด จำนวน ๑๐ ชุด ภายในเวลา ๘ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมได้ตรวจรับรายงานการศึกษาแล้ว

๑๒. คุณสมบัติที่ปรึกษา

๑๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๑๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๑๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๑๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอมหาหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๑๒.๕ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่ประกอบอาชีพเป็นที่ปรึกษาในสาขาที่จะจ้าง และได้ยื่นทะเบียนไว้กับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษา กระทรวงการคลัง

๑๒.๖ ไม่เป็นผู้ที่ถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐแล้ว

๑๒.๗ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนด

๑๒.๘ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่เสนอราคาดังกล่าว

๑๒.๙ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับที่ปรึกษารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

๑๒.๑๐ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย

๑๒.๑๑ ไม่เป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด

๑๒.๑๒ ที่ปรึกษาที่ยื่นเสนอราคาในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในหนังสือเชิญชวน

๑๒.๑๓ ที่ปรึกษาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๑๒.๑๔ ที่ปรึกษาซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๑๒.๑๕ ที่ปรึกษาที่เป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๑๒.๑๖ ทีมที่ปรึกษาต้องมีความรู้/ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดทำแผน/ยุทธศาสตร์ การตลาด ประชาสัมพันธ์ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เศรษฐศาสตร์ สังคมศาสตร์

๑๒.๑๗ บุคลากรหลักของที่ปรึกษา ต้องมีระยะเวลาปฏิบัติงานตามสัญญานี้ไม่ซ้ำซ้อนกับงานในโครงการอื่น ๆ ของที่ปรึกษาที่ดำเนินการในช่วงเวลาเดียวกัน หากผู้ว่าจ้างพบว่าบุคลากรหลักไม่ว่าคนหนึ่งคนใดหรือหลายคนปฏิบัติงานซ้ำซ้อนกับงานในโครงการอื่น ๆ ไม่ว่าจะพบในระหว่างปฏิบัติงานตามสัญญาหรือในภายหลัง ผู้ว่าจ้างมีสิทธิบอกเลิกสัญญา และ/หรือเรียกค่าเสียหายจากที่ปรึกษาหรือปรับลดค่าจ้างได้

๑๓. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมจะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ โดยพิจารณาเกณฑ์ด้านคุณภาพและเกณฑ์ด้านราคา ตามตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๗๕ และมาตรา ๗๖ (๒) และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๑๒๖ โดยมีเกณฑ์ด้านคุณภาพกำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๔๕ ซึ่งที่ปรึกษาจะต้องผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพ โดยมีคะแนนรวมด้านคุณภาพไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๘๐ และเกณฑ์ด้านราคาที่เสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๕ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

หัวข้อที่พิจารณา	น้ำหนัก	คะแนน
๑. ผลงานและประสบการณ์ของที่ปรึกษา	๓๐	๑๐๐
๑.๑ หน่วยงานมีประสบการณ์ในงานที่เกี่ยวข้องกับงานตาม TOR และมีหลักฐานอ้างอิง (Reference) ผลงานที่ชัดเจน		๓๐
๑.๒ บุคลากรมีคุณวุฒิ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับงานตาม TOR รวมทั้งมีหลักฐานอ้างอิง (Reference) ผลงานที่ชัดเจน		๗๐
๒. วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน	๕๐	๑๐๐
๒.๑ การจัดระบบการบริหารงานของที่ปรึกษามีความชัดเจน เหมาะสม และเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ		๑๐

นางสาวอรุณรัตน์ งาม

๒๒
๑๕
๑๒

๒.๒ เนื้อหาและขอบเขตการดำเนินงานครบถ้วน วิธีการดำเนินงานมีความละเอียดชัดเจน เหมาะสม และเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ		๔๐
๒.๓ แผนปฏิบัติงานตลอดระยะเวลาโครงการมีความชัดเจน เหมาะสม และเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ		๔๐
๒.๔ ข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์		๑๐
๓. จำนวนบุคลากรที่ร่วมงาน	๕	๑๐๐
๔. ประเภทของที่ปรึกษาที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน	๕	๑๐๐
๕. ข้อเสนอทางการเงิน	๕	๑๐๐
๖. ราคาที่เสนอ (Price)	๕	๑๐๐
รวม		๑๐๐

๑๔. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑๔.๑ การตลาดและการประชาสัมพันธ์เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษของไทยอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๑๔.๒ การขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษของไทยสอดคล้องกับจุดเด่นและศักยภาพในแต่ละพื้นที่

๑๔.๓ ผู้ประกอบการและนักลงทุนรับรู้ เชื่อมมั่น และมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ อันจะทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนในภูมิภาค (Regional Connectivity Hub)

๑๔.๔ ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนและประชาชนทั่วไปรับรู้ ยอมรับ สนับสนุนและให้ความร่วมมือ รวมทั้งต่อยอดการประชาสัมพันธ์เชิงบวกออกไปในวงกว้าง เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นต่อการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย

๑๔.๕ นโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษได้รับการผลักดันอย่างต่อเนื่อง และมีการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานในพื้นที่และหน่วยงานส่วนกลาง รวมทั้งมีการติดตามและประเมินผลเพื่อให้การขับเคลื่อนนโยบายเป็นไปตามแผนที่วางไว้อย่างเป็นรูปธรรม

๑๕. หน่วยงานรับผิดชอบ

กองนโยบายอุตสาหกรรมมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

ทั้งนี้ การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้จะมีการลงนามในสัญญา หรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีผลบังคับใช้และได้รับจัดสรรงบประมาณปี พ.ศ. ๒๕๖๓ จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดจ้างในครั้งนี้ สำนักงานฯ สามารถยกเลิกการจัดจ้างได้

๒๕

นางสาวสมศรี ๑๖๐๗