

ขอบเขตการดำเนินงาน
โครงการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กิจกรรมที่ ๑ และ
กิจกรรมที่ ๒ การพัฒนาระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสงขลา

๑. หลักการและเหตุผล

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๗๙) มีกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔) ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ และพันธกิจกระทรวงมหาดไทย ข้อ ๔. เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนภารกิจอำนาจหน้าที่ของกรมการพัฒนาชุมชน ในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ รวมทั้งเสริมสร้างความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน จังหวัดสงขลา กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ในเรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจที่สำคัญที่ได้กำหนดไว้ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ คือ พัฒนาภาคการเกษตร อุตสาหกรรมการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และบริการเพื่อสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ

จังหวัดสงขลา มีกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) และยังมีกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้ลงทะเบียน OTOP เนื่องจากยังขาดความพร้อมในการพัฒนาด้านต่าง ๆ และยังไม่ได้รับมาตรฐานเพื่อรับรองผลิตภัณฑ์ ขาดโอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจ จึงได้กำหนดดำเนินการโครงการพัฒนาโครงการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กิจกรรมที่ การฝึกอบรมผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแบรนด์สินค้า OTOP กลุ่ม D ขึ้น เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และเป็นการสร้างศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความเข้มแข็ง และให้เป็นที่ยูัจจก้อย่างแพร่หลาย

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อพัฒนาระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP ในกลุ่ม Quadrant D ให้เพิ่มมูลค่า และมีความสามารถให้ทันในการแข่งขันทั้งตลาดภายในและตลาดต่างประเทศได้

๒.๒ เพื่อสร้างความมั่นใจและสร้างแรงดึงดูดให้กับลูกค้า และสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

๓. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (กลุ่ม D) จำนวน ๑๕ ผลิตภัณฑ์

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

จำนวน ๖๐ วัน นับแต่วันลงนามในสัญญา

๕. ระเบียบข้อกฎหมาย

๕.๑ พระราชบัญญัติจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐

๕.๒ ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน...



๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ความรู้ และเทคโนโลยี พัฒนาระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน และพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ กลุ่ม OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา กลุ่ม D จำนวน ๑๕ ผลิตภัณฑ์ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการภายใต้ขอบเขตการดำเนินงานที่จังหวัดสงขลากำหนด ดังต่อไปนี้

๖.๑ ร่วมออกแบบหลักสูตรกิจกรรม วิธีการสร้างความรู้ ความเข้าใจให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ การยกระดับออกแบบฉลากสินค้า สร้างแบรนด์ที่เป็นอัตลักษณ์ หรืออื่นๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เป้าหมาย จำนวน ๑๕ ผลิตภัณฑ์ (รายละเอียดกลุ่มแนบท้าย)

๖.๒ ประชุมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP จำนวน ๑๕ ผลิตภัณฑ์ ๑ ละ ๔ คน รวม จำนวน ๖๐ คน ระยะเวลา ๑ วัน ในพื้นที่เอกชนหรือสถานที่ที่มีความเหมาะสม ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้จัดเตรียมการประชุม อาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม ค่าพาหนะในการเดินทาง และค่าตอบแทนวิทยากร และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ตลอดจนจัดทำสรุปผลประชุมและแผนปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ เสนอต่อผู้ว่าจ้าง

๖.๓ การให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบรรจุภัณฑ์

๑) การให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน ๗๐ ผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามตัวชี้วัดดังนี้ ๑) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่กระบวนการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับ ๒) มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียง ๔) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอเรื่องราวที่สร้างสรรค์และน่าสนใจ ๕) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน และมีตลาดการจำหน่ายที่ถาวรในช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ๖) ผลิตภัณฑ์มีแบรนด์สินค้า ที่สามารถนำไปใช้ส่งเสริมการตลาดได้ โดยผลิตภัณฑ์ต้องผ่านเกณฑ์ชี้วัดของกรมการพัฒนาชุมชนที่กำหนด คือข้อ ๒ มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว โดยนำเสนอเรื่องราวที่สร้างสรรค์น่าสนใจ มีแบรนด์สินค้า ที่สามารถนำไปใช้ส่งเสริมการตลาด

การให้คำปรึกษาตามวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องประชุมชี้แจง ให้คำปรึกษา ออกแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๑๕ ผลิตภัณฑ์ ร่วมกับผู้ว่าจ้าง (ผู้รับจ้างควรพิจารณาร่วมกับผู้ว่าจ้าง สำหรับการปฏิบัติงาน และต้องปรากฏช่วงเวลาในแผนปฏิบัติการ)

๒) การออกแบบและพัฒนาตราสินค้า และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย ๑๕ ผลิตภัณฑ์ ตามแผนปฏิบัติการที่กำหนดไว้ โดยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถแก้ไข ปรับเปลี่ยนได้ (พิจารณาร่วมกันระหว่างผู้รับจ้าง ผู้ว่าจ้าง และกลุ่มเป้าหมาย)

๓) การออกแบบพัฒนาตราสินค้า และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยคุณลักษณะดังนี้

๓.๑ รูปภาพหรือตัวอักษร ต้องสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งแสง สี และโครงสร้างชัดเจน มีความโดดเด่น และเป็นสากล

๓.๒ แนวคิดในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต้องสามารถอธิบายได้ว่าลักษณะของสัญลักษณ์สื่อสารถึงอะไรบ้าง และมีความหมาย/แนวคิดอย่างไร

๓.๓ ส่วนประกอบของเครื่องหมายการค้า ต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย เช่น ธงชาติ เครื่องหมายราชการ พระบรมฉายาลักษณ์ ตราประจำจังหวัดหรือธงประจำจังหวัด

/๓.๔ รายละเอียด...