

รายละเอียดราคากลางงานจ้างเหมาฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP (กลุ่ม D)

ด้านการพัฒนา/ออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน ๙๕ ผลิตภัณฑ์

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

กิจกรรมย่อย พัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (กลุ่ม D)

กิจกรรมตามแผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

ที่	รายการ	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	รวมเป็นเงิน (บาท)
๑	ค่าสมนาคุณวิทยากรอภิปราย (ภาคเอกชน) จำนวน ๔ คนๆละ ๒ ชม	๘ ชม.	๑,๒๐๐	๙,๖๐๐.-
๒	ค่าสมนาคุณวิทยากรกลุ่ม (ภาคเอกชน) จำนวน ๖ กลุ่มๆละ ๑๑ ชม	๖๖ ชม.	๑,๒๐๐	๗๙,๒๐๐.-
๒	ค่าอาหารสำหรับผู้เข้าอบรม จำนวน ๙๕ คน	๙๕ คนๆละ ๓ มื้อๆละ	๒๒๐	๖๒,๗๐๐.-
๓	ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่มผู้เข้าอบรม จำนวน ๙๕ คน	๙๕ คนๆละ ๔ มื้อๆละ	๕๐	๑๙,๐๐๐.-
๔	ค่าพาหนะผู้เข้าอบรม จำนวน ๙๕ คน (ไป-กลับโดยเฉลี่ย)	๙๕ คน	๔๐๐	๓๘,๐๐๐.-
๕	ค่าที่พักผู้เข้าอบรม จำนวน ๙๕ คน	๙๕ คนๆละ ๑ คืนๆละ	๕๐๐	๔๗,๕๐๐.-
๖	จัดทำเอกสารประกอบการอบรม	๙๕ ชุด	๖๐	๕,๗๐๐.-
๗	สมุดบันทึก	๙๕ เล่ม	๒๕	๒,๓๗๕.-
๘	ปากกาลูกกลิ้ง	๙๖ ด้าม	๑๐	๙๖๐.-
๙	กระเป๋าสีเอกสาร	๙๕ ใบ	๒๐๐	๑๙,๐๐๐.-
๑๐	กระดาษถ่ายเอกสาร A๔ ๘๐g ๕๐๐ แผ่น	๒ รีม	๑๒๕	๒๕๐.-
๑๑	กระดาษคาร์ซี ขนาด A๔	๒ ท่อ	๙๕	๑๙๐.-
๑๒	กระดาษฟลิปชาร์ต	๙๐ แผ่น	๓	๒๗๐.-
๑๓	ปากกาเคมี ๒ หัว	๑๗ ด้าม	๑๕	๒๕๕.-
	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น (สองแสนแปดหมื่นห้าพันบาทถ้วน)			๒๘๕,๐๐๐.-

หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายสามารถถ่วงจ่ายได้ทุกรายการ

**ตารางการประชุมเชิงปฏิบัติการ**  
**โครงการการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา ( Quadrant D)**

วันที่	๐๘.๐๐ - ๐๙.๐๐ น.	๐๙.๐๐ - ๑๐.๐๐ น.	๑๐.๐๐-๑๒.๐๐ น.	๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐	๑๓.๐๐-๑๕.๐๐ น.	๑๕.๐๐-๑๘.๐๐ น.	๑๙.๐๐-๒๐.๓๐ น.
๑	ลงทะเบียน และ ชี้แจงวัตถุประสงค์ (หน่วยงานที่รับผิดชอบ)	พิธีเปิดบรรยายพิเศษ นโยบาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ผู้บริหารจังหวัด)	อภิปราย ทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำอย่างไรไปถึงดวงดาว "Rising Star" (วิทยากรจากเอกชน) ๔ คน	รับประทานอาหาร กลางวัน	แบ่งกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตาม Cluster ของแต่ละผลิตภัณฑ์ (วิทยากรจากเอกชน) ๖ กลุ่ม		แลกเปลี่ยนเรียนรู้
วันที่	๐๘.๓๐-๑๐.๓๐ น.		๑๐.๓๐ -๑๒.๐๐ น.		๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	๑๖.๐๐-๑๗.๐๐ น.	
๒	แบ่งกลุ่ม กลยุทธ์และการสร้างนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์ ตาม Cluster ของแต่ละผลิตภัณฑ์ (วิทยากรจากเอกชน) ๖ กลุ่ม		แบ่งกลุ่ม กลยุทธ์ทางการตลาด การเพิ่มช่องทางการตลาด การนำเสนอผลิตภัณฑ์ (วิทยากรจากเอกชน) ๖ กลุ่ม	การออกแบบบรรจุภัณฑ์/ฉลากสินค้า การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ (วิทยากรเอกชน) ๖ กลุ่ม	แบ่งกลุ่มวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ประเมินตนเอง ปัญหาผลิตภัณฑ์ การแก้ไข ปัญหา และจัดทำแผนพัฒนาแต่ละผลิตภัณฑ์ (วิทยากรเอกชน) ๖ กลุ่ม		

*ad*

*Stu*