

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ : ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และมีส่วนร่วมในภารกิจกรมการค้าภายใน
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ : กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร : ๑,๕๐๐,๐๐๐.- บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน)
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่..... - ๑ เม.ย. ๒๕๖๗
เป็นเงิน :๑,๕๐๐,๐๐๐- บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน)

รายการ	จำนวน	หน่วยละ	จำนวนเงิน
ดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และมีส่วนร่วมในภารกิจกรมการค้าภายใน รายละเอียดดังนี้			
๑. ดำเนินการจัดทำ ผลิต และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารฯ ภารกิจต่างๆ ตามที่กรมการค้าภายในเป็นผู้กำหนด ผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยจัดทำสื่อบทหรือรายงานข่าว ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที พร้อมออกอากาศในช่วงรายการข่าวภาคเช้า ภาคเที่ยง และภาคค่ำ ที่มีกลุ่มผู้ชมจำนวนมาก เพื่อให้ข่าวสารของกรมเข้าถึงประชาชน รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง โดยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล และจะต้องเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีผู้ชมเป็นจำนวนมาก อันดับ ๑ - ๑๐* อย่างน้อย ๒๐ ครั้ง ทั้งนี้ สื่อบทข่าวต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อน (*ผู้เสนอราคาจะต้องมีหลักฐานการจัดอันดับสถานีโทรทัศน์จากสถาบันหรือหน่วยงานที่น่าเชื่อถือมาแสดงในการเสนอข้อเสนอทางเทคนิคด้วย)	๒๐ ครั้ง	๓๗,๕๕๐	๗๔๙,๐๐๐
๒. ดำเนินการผลิตสื่อออนไลน์ของกรมการค้าภายใน ในรูปแบบคลิปวิดีโอ เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วม ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรูปแบบ วิธีการนำเสนอ ตัวอย่างบทการนำเสนอหาภารกิจกรมมานำเสนอให้เข้าใจง่าย โดยเผยแพร่ผ่าน Tiktok ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที และจะต้องนำเสนอภารกิจของกรมการค้าภายในในรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นงาน ทั้งนี้คลิปวิดีโอ ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อน - คลิปวิดีโอ จะต้องมีการร่วมแสดงหรือจัดทำเนื้อหาให้ ผ่านช่อง Tiktok ของกรมการค้าภายใน จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ คน ทั้งนี้ Micro Influencer แต่ละคนต้องผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐ followers และหากมีการถ่ายทำในต่างจังหวัด ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ถ่ายทำทั้งหมด	๒๐ งาน	๒๑,๕๐๐	๔๒๘,๐๐๐
๓. วางแผนกลยุทธ์การเผยแพร่คลิปใน Tiktok ที่ผลิตขึ้น ให้ครอบคลุมและกระตุ้นให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถวัดผลได้ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันความสำเร็จของงาน (KPI) โดยจะต้องกระตุ้นให้มีคนติดตามช่อง Tiktok ของกรมการค้าภายใน เพิ่มขึ้น ๒,๐๐๐ คน (นับจากวันที่เริ่มต้นดำเนินงาน) และจำนวนยอดชมคลิป Tiktok รวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ วิว	๑ งาน	๑๒๓,๙๘๐	๑๒๓,๙๘๐
๔. สื่อหนังสือพิมพ์ ออกแบบและผลิต Artwork เพื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจกรมการค้าภายในหรือจัดทำเนื้อหาที่กรมการค้าภายในพิจารณาเห็นสมควร ขนาดไม่น้อยกว่า ๖๐ คอลัมน์นิ้ว (สี่สี) ผ่านทางสื่อ หนังสือพิมพ์ที่มีตีพิมพ์ ได้แก่ ไทยรัฐ หรือเดลินิวส์ หรือคมชัดลึก หรือข่าวสด หรือมติชน หรือแนวหน้า หรือสยามรัฐ หรือฐานเศรษฐกิจ หรือประชาชาติธุรกิจ หรือกรุงเทพธุรกิจ เป็นต้น รวมจำนวนเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ฉบับ	๒ ครั้ง	๙๙,๕๑๐	๑๙๙,๐๒๐

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

๕.๑ บริษัท บิวบียอน จำกัด (สำนักงานใหญ่)

๕.๒ บริษัท ยูนิคอร์ปเทคนิค จำกัด

๕.๓ บริษัท ดีริติ จำกัด

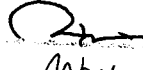

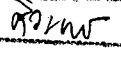
*ประกอบหลักเกณฑ์อัตราค่าใช้จ่ายการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในการพิจารณางบประมาณรายจ่าย ประจำปี สำนักงานงบประมาณ ปี พ.ศ.๒๕๖๖

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

๖.๑ นายพอพันธ์ กฤดากร ณ อยุธยา นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

๖.๒ นางสาวพรชิตา ญาณนาม นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

๖.๓ นางสาวศิวะพร ขจรศักดิ์สิริกุล นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ


..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ