

ขอบเขตการดำเนินการจ้าง (TOR)

โครงการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ผลิต และผู้บริโภคในประเทศ เพื่อเพิ่มการผลิตและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

๑. หลักการและเหตุผล

คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มพื้นที่เกษตรอินทรีย์ให้เป็น ๖๐๐,๐๐๐ ไร่ และมีเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐ ราย ภายในปี ๒๕๖๔ รวมทั้งเพิ่มสัดส่วนตลาดในประเทศ-ตลาดส่งออกเป็น ๔๐:๖๐ และยกระดับกลุ่มเกษตรอินทรีย์วิถีพื้นบ้านเพิ่มขึ้น โดยให้หน่วยงานที่รับผิดชอบจัดทำแผนปฏิบัติการแบบบูรณาการภายใต้ยุทธศาสตร์ ๔ ประเด็น คือ ๑) ส่งเสริมการวิจัยและเผยแพร่องค์ความรู้ และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ ๒) พัฒนาการผลิตสินค้าและบริการเกษตรอินทรีย์ ๓) พัฒนาการตลาดสินค้าและบริการ และการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ๔) การขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้ ยังได้เพิ่มเติมประเด็นสำคัญ คือ การประชาสัมพันธ์แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค เพื่อให้รับรู้ถึงประโยชน์ของเกษตรอินทรีย์

กระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทย เชื่อมโยงสินค้าจากแหล่งผลิตสู่ผู้บริโภคในตลาดภายในประเทศ ตลาดภูมิภาค และตลาดโลก ทั้งยังเล็งเห็นความสำคัญในการส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ประกอบการไทย ตระหนักถึงความต้องการหรืออุปสงค์ของตลาดโลก เพื่อจะได้ผลิตสินค้าอินทรีย์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยพัฒนารูปแบบให้หลากหลาย เพิ่มมูลค่าสินค้าไทยให้มีศักยภาพ มีมาตรฐานสากล และสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานในคณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ได้มุ่งให้เกิดการบูรณาการและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ ดังกล่าว จึงได้ดำเนินการส่งเสริมภาพลักษณ์ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทย โดยจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการตระหนักรู้คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการทำอินทรีย์ให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และส่งเสริมเกษตรกรให้ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับการผลิต สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค พร้อมทั้งบ่มเพาะความรู้และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ให้แก่เด็กและเยาวชน เพื่อให้เด็กและเยาวชนซึ่งเป็นกำลังสำคัญของชาติในอนาคตมีความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้องตลอดห่วงโซ่อุปทานอินทรีย์ ซึ่งจะก่อให้เกิดการขยายเครือข่ายเกษตรอินทรีย์รุ่นใหม่ให้ภาคส่วนอินทรีย์เติบโตอย่างเข้มแข็งต่อไป

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับความหมายและมาตรฐานสินค้าอินทรีย์ ประโยชน์ที่ได้รับจากการผลิตและบริโภคสินค้าอินทรีย์

๒.๒ เพื่อสื่อสารให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคแบบมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมออนไลน์ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคได้หันมาบริโภคสินค้าอินทรีย์มากขึ้น

๒.๓ เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ในแง่องค์ความรู้ กระบวนการผลิต และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ รวมทั้งช่องทางการติดต่อ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภค และสามารถเข้าถึงสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้ง่าย

๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๓.๑ ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างประชาสัมพันธ์

๓.๒ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานที่เกี่ยวข้องกับด้านประชาสัมพันธ์ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๒๕๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านสองแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับ

ส่วนราชการหน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือ มาแสดงเพื่อประกอบการพิจารณาและกรรมการค้าภายในสงวนสิทธิที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยต้องแสดงหลักฐานประกอบการพิจารณาการปฏิบัติงานที่ผ่านมา ได้แก่ หนังสือรับรองผลการปฏิบัติงานจากหน่วยงาน/ต้นสังกัดหรือสำเนาสัญญาจ้างที่ใช้เป็นผลงาน/ประกอบการณ์ดังกล่าว

๓.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้าเสนอราคาให้แก่กรรมการค้าภายใน ณ วันประกาศตกลงราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการตกลงราคาซื้อหรือจ้างครั้งนี้

๓.๔ ต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๓.๕ ต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๖ ต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อว่าเป็นคู่สัญญาที่ไม่ได้แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายต่อกรมสรรพากร หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายต่อกรมสรรพากรไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๓.๗ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดจ้างภาครัฐ

๓.๘ คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้ง ซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดได้

๔. ลักษณะงานจ้าง

๔.๑ จัดทำสื่อและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอินทรีย์

๔.๒ จัดกิจกรรม CSR เพื่อปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ให้เกิดขึ้นในกลุ่มเยาวชน และส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอินทรีย์ของประเทศไทย

๕. ขอบเขตการดำเนินการ

๕.๑ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สินค้าอินทรีย์

(๑) จัดทำชุดข้อมูลประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ผ่านสื่อออนไลน์ (Online content) โดยนำเสนอเรื่องราวที่เป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นการสร้างเนื้อหาที่ให้ความรู้เรื่องสินค้าอินทรีย์ และประโยชน์ของสินค้าอินทรีย์ ใน ๓ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ประกอบการ

(๒) ชุดข้อมูลทางสื่อออนไลน์ (Online content) ที่จัดทำขึ้นนี้จะต้องดำเนินการด้วยกระบวนการดังต่อไปนี้

(๒.๑) สร้าง microsite (เว็บไซต์เฉพาะกิจ) หรือพัฒนาส่วนต่อขยายจาก microsite เดิมที่มีของโครงการ เพื่อนำเนื้อหาข้อมูลของเกษตรอินทรีย์มาขับเคลื่อนเข้าสู่กิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ จำนวน ๑ ชุด

(๒.๒) จัดทำเนื้อหาที่น่าสนใจเพื่อให้นำเสนอบน Microsite ดังกล่าวจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ เนื้อหา (Content) ตลอดช่วงระยะเวลาการดำเนินการ โดยเนื้อหาที่น่าสนใจบน Microsite จะต้องมีการจัดทำภาพเคลื่อนไหว (Motion) ในรูปแบบ Gif หรือ Animation เพื่อสร้างความแตกต่าง และเพื่อให้เนื้อหามีความน่าสนใจ

(๒.๓) ทุกเนื้อหาที่จัดทำจะต้องเหมาะสมแก่การแชร์ (share) ขึ้นบน Social media และต้องสามารถแชร์ขึ้นบน Social media สำคัญๆ ได้โดยตรง อาทิเช่น Facebook, Line เป็นต้น

(๓) จัดสร้างกิจกรรมทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อสนับสนุนการสร้างความรู้, ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าอินทรีย์ และสร้างสรรค์กิจกรรมที่จะสร้างประสบการณ์ร่วมที่ดีระหว่างเกษตรกร หรือผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ และผู้บริโภค

(๓.๑) จัดทำชุดนิทรรศการ (Pop up market) โดยเชื่อมโยงจากกิจกรรมออนไลน์ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ ตามที่กรมฯ กำหนด ชุดใหญ่ไม่น้อยกว่า ๕ ชุด และชุดเล็ก เช่น ป้ายสแตนดี้ (Standee) ไม่น้อยกว่า ๒๐ ชุด

(๓.๒) กิจกรรมออนไลน์นี้ต้องนำเสนอ Location ของงาน Pop up market ตามที่กรมฯ กำหนด และจะต้องมีฟังก์ชันที่ชักชวน และสามารถเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเดินทางไปยังสถานที่ตาม Pop up market ที่จัดวาง

(๓.๓) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการดึงข้อมูลผู้ประกอบการ, สินค้าเกษตรอินทรีย์, ข้อมูลเกษตรกร ที่ทางกรมฯ ได้จัดเตรียมให้ มาทำการสร้างระบบ Online Catalog ที่นำเสนอข้อมูลผู้ประกอบการ, สินค้าเกษตรอินทรีย์ และข้อมูลเกษตรกรขึ้นบน Microsite ที่ผู้รับจ้างได้ทำการจัดสร้างตามที่ระบุไว้ในข้อ (๒) ข้างต้น ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย

(๓.๔) ข้อมูลผู้ประกอบการ, สินค้าเกษตรอินทรีย์ และข้อมูลเกษตรกร ที่จัดเตรียมไว้ในข้อ (๓) (๓.๓) ข้างต้นนี้จะต้องสามารถเรียกหาได้ผ่านระบบ QR code โดยทางผู้รับจ้างจะต้องพัฒนา QR code เฉพาะให้กับร้านค้าแต่ละร้าน หรือ เกษตรกรแต่ละรายที่ทางกรมฯ ได้ส่งข้อมูลให้กับผู้รับจ้าง

(๓.๕) ระบบ Catalog และ QR code นี้จะต้องรองรับและประสานกับโครงการ “Pop up market” ที่ระบุไว้ในข้อ ๓.๑-๓.๒ โดยระบบ Online catalog นี้จะนำเสนอข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์, เกษตรกร, และข้อมูลผู้ประกอบการขึ้นมาผ่านโทรศัพท์มือถือในระบบ Android IOS และ Window phone ได้ ซึ่งจะต้องมีฟังก์ชันเพื่อให้ผู้สนใจ ทำการติดต่อกับเจ้าของสินค้า (ผู้ประกอบการหรือเกษตรกร) ได้ (ตามความยินยอมของผู้ประกอบการ หรือเกษตรกรรายนั้นๆ)

(๓.๖) กิจกรรมออนไลน์นี้ต้องมีฟังก์ชันรองรับการแชร์ (share) ข้อมูลผู้ประกอบการ และสินค้าแต่ละชนิดขึ้นบน Social media ได้โดยตรง

(๓.๗) กิจกรรมออนไลน์นี้ต้องเชื่อมโยงและเข้าถึงชุดข้อมูล และ Microsite ที่จัดทำในข้อ (๒) ข้างต้นได้อย่างง่ายดาย

(๓.๘) เทคโนโลยีที่นำมาใช้ต้องมีการเชื่อมต่อกับ Facebook ของโครงการฯ และมีฟังก์ชันที่จะทำให้ผู้สนใจสามารถกดติดตาม Facebook ของโครงการฯ เพื่อเป็นการสร้างฐานข้อมูลผู้ติดตามเนื้อหาของโครงการต่อไปในอนาคต

(๓.๙) จัดทำระบบการรายงาน จำนวนผู้สนใจ และจำนวนการแชร์ (share) ข้อมูลในแต่ละส่วน และสรุปรายงาน

(๔) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการบริหารบัญชีผู้ใช้งาน Facebook ของกรมฯ ที่ชื่อว่า “SathaneeOrganic (<https://www.facebook.com/SathaneeOrganic/>) โดยทำการบริหารงานการ Post, การแชร์ (share), การประชาสัมพันธ์ และการสร้างความรู้ให้กับบัญชี Facebook ที่สร้างขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาดำเนินการของสัญญานี้ โดยต้องมีการแต่งตั้ง Admin ของระบบให้กับ ผู้บริหารงานบัญชี Facebook ที่กรมฯ จะดำเนินการแต่งตั้งขึ้นมา โดยให้สิทธิในการปรับเปลี่ยนและแก้ไขข้อมูลได้ในระดับสูงสุด รวมถึงต้องส่งมอบสิทธิบัญชีผู้ใช้งานทั้งส่วนของ Username และ Password ของบัญชีผู้ใช้งาน Facebook นี้ให้กับกรมฯ อย่างครบถ้วน โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดทำสรุปรายงาน จำนวนผู้สนใจ และจำนวนการแชร์ (share) ข้อมูลในแต่ละส่วน เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการพัฒนาโครงการต่อไป

๕.๒ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สินค้าอินทรีย์

(๑) แผนประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ผ่านการประชาสัมพันธ์ ด้วย Facebook โดยจะต้องมีจำนวนการเห็น (Impression) ไม่น้อยกว่า ๒.๕ ล้านครั้งการเห็น (๒,๕๐๐,๐๐๐ impressions) และต้องนำเสนอรายงานผ่านระบบการตรวจสอบโดยระบบที่เชื่อถือได้

(๒) แผนประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์โดยดำเนินการวางแบนเนอร์ (Banner) บน Website ที่เป็นที่รู้จักในหมวดหมู่ข่าวและสื่อ, สุขภาพ, บันเทิง, จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๕ เว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมของกลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้องมีจำนวนการเห็นไม่น้อยกว่า ๒.๕ ล้านครั้งการเห็น (๒,๕๐๐,๐๐๐ impressions) และต้องนำเสนอรายงานผ่านระบบการตรวจสอบโดยระบบที่เชื่อถือได้ อาทิ Google analytics

(๓) การรับประกันความสำเร็จของงาน (KPI) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตรวจสอบและส่งมอบข้อมูลความสำเร็จของโครงการนี้ (KPI) โดยมีการรับประกัน หรือ การันตี จำนวนความสำเร็จของกิจกรรมออนไลน์ และเนื้อหา (Content) ที่ผลิตขึ้นดังกล่าว ตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้

(๓.๑) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเพิ่มยอดถูกใจ (Like) ของ Facebook Fanpage ให้กับโครงการนี้ ให้มีจำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ คน ให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

(๓.๒) กิจกรรมออนไลน์และเนื้อหาที่สร้างขึ้นทั้งหมดนี้จะต้องดึงดูดให้ประชาชน หรือ กลุ่มเป้าหมาย ทำการแชร์เนื้อหา หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของกิจกรรมออนไลน์ขึ้นบนโซเชียล มีเดีย (ผ่านทาง Line, Facebook หรือ Instagram เป็นต้น) โดยรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐ ครั้ง

(๓.๓) กิจกรรมออนไลน์และเนื้อหาที่สร้างขึ้นทั้งหมดนี้จะต้องดึงดูดให้ประชาชน หรือ กลุ่มเป้าหมาย ทำการกด “Like” บน Post ของเนื้อหาโดยรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ ครั้ง ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

(๓.๔) ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบรายงานข้อมูลการแชร์ โดยประกอบด้วยข้อมูลบัญชีผู้แชร์ หรือ หมายเลขเครื่อง (อาทิเช่น Facebook ID หรือ IP Address หรือหมายเลข Device Token ของอุปกรณ์มือถือ) หรือส่งมอบข้อมูลรายงานที่ได้มาจากตัวกลางที่อ้างอิงได้ และเชื่อถือได้ว่าการแชร์เกิดขึ้นจริง

๕.๓ กิจกรรมอื่นๆ

จัดกิจกรรม CSR ลงพื้นที่โรงเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ โรงเรียน ให้กับกรรมการภายใน กระทรวงพาณิชย์ จำนวนโรงเรียนละ ๑ กิจกรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกให้กับเยาวชนไทยได้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ที่ถูกต้อง และเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของเด็กและเยาวชนในการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ โดยรายชื่อโรงเรียนผู้รับจ้างจะต้องเสนอคณะกรรมการตรวจรับพัสดุให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ และรายละเอียดของแต่ละกิจกรรมมีดังนี้

- (๑) จัดวิทยากรผู้มีความเชี่ยวชาญ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน
- (๒) จัดหานักเรียนเข้าร่วมกิจกรรม CSR จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน
- (๓) จัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อใช้สำหรับการสาธิต
- (๔) จัดหารถรับส่งวิทยากรและทีมงานผู้ติดตาม
- (๕) จัดเตรียมอาหารกลางวัน อาหารว่าง เครื่องดื่ม สำหรับวิทยากรและทีมงานผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชุด
- (๖) จัดเตรียมอาหารกลางวัน อาหารว่าง เครื่องดื่มสำหรับครูและนักเรียนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๑๐ ชุด
- (๗) จัดเตรียมของที่ระลึกเพื่อมอบให้โรงเรียน จำนวน ๑ ชิ้น
- (๘) จัดเตรียมการตกแต่งสถานที่ และชุดอุปกรณ์เครื่องขยายเสียง
- (๙) จัดหาของที่ระลึกให้นักเรียน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้น

(๑๐) จัดทำบอร์ดนิทรรศการให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ และตั้งคำถามเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้นักเรียนได้ศึกษาและร่วมกิจกรรม

(๑๑) จัดทำและออกแบบ Backdrop ขนาดไม่น้อยกว่า ๒.๓ x ๕ เมตร จำนวน ๑ ชิ้น พร้อมกระเป๋ และหลอดไฟ

(๑๒) จัดทำและออกแบบธงญี่ปุ่น ตกแต่งสถานที่ ขนาดไม่น้อยกว่า ๐.๕x๑.๕๐ เมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ชิ้น ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด

(๑๓) จัดทำและออกแบบ Roll up ขนาดไม่น้อยกว่า ๐.๘๐ x ๒ เมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น

(๑๔) จัดหาช่างภาพนิ่งบันทึกภาพตลอดการจัดกิจกรรม

ทั้งนี้ รายการที่ ๑๐ - ๑๓ ต้องติดตั้งให้แล้วเสร็จก่อนวันจัดกิจกรรม ๑ วัน เพื่อให้นักเรียนได้ศึกษาข้อมูล และเตรียมความพร้อมก่อนวันที่ทำกิจกรรม

๖. เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน

๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ตามข้อ ๓. จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

๖.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค โดยผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ครบถ้วนตามขอบเขตการจ้างงาน (TOR) มีแนวความคิดสร้างสรรค์ มีประสิทธิภาพ และความรู้ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ และใช้สื่อที่มีคุณภาพ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จึงจะนำข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปพิจารณาให้คะแนนตามข้อ ๖.๓ โดยต้องจัดทำเอกสารในรูปแบบไฟล์ประเภท Network Print Definition (PDF File) รวมทั้งผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความถูกต้องและชัดเจนของเอกสาร PDF File ที่จะใช้เสนอราคาให้แล้วเสร็จก่อนกำหนดวันยื่นเสนอราคา โดยเอกสาร PDF File ของข้อเสนอทางเทคนิคต้องมีรายละเอียดเนื้อหาต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

๖.๒.๑ นำเสนอประวัติการทำงานและผลงานที่ผ่านมาในงานที่มีลักษณะเดียวกัน

๖.๒.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด รูปแบบการดำเนินงาน และรายละเอียดของแต่ละกิจกรรม โดยมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อ และเรียงลำดับตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR)

๖.๒.๓ แผนงานและขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Work Plan)

ทั้งนี้ กรมฯ จะนำเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญาประกอบการตรวจรับ

๖.๓ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้เสนอราคาตามข้อ ๖.๒ โดยในการพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคา ส่วนราชการจะใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ดังนี้

๖.๓.๑ ราคาที่ยื่น (price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐

๖.๓.๒ คุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการกำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนด้านเทคนิค ดังนี้

(๑) ความคุ้มค่า

๓๐ คะแนน

๑) จำนวนช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เสนอ

๒) ความนิยม/เข้าถึง ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เสนอ

๓) กิจกรรมอื่นๆ (CSR) ซึ่งมีความคิดสร้างสรรค์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเกษตรอินทรีย์

(๒) รูปแบบ/รายละเอียดถูกต้องตามขอบเขตการดำเนินการจ้าง (TOR) ๒๕ คะแนน

๑) ความครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน

๒) แผนประชาสัมพันธ์เชิงรุก

๓) แผนการทำกิจกรรม CSR

(๓) ความพร้อมของบริษัทในการดำเนินการ

๑๕ คะแนน

๑) ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Work Schedule)

๒) ระยะเวลาการดำเนินงาน (Time Frame)

๓) ประวัติและผลงานของผู้เสนองาน (Company Profile)

คะแนนรวมคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

๗๐ คะแนน

โดยผู้ยื่นเสนอราคาจะต้องได้คะแนนคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการตามข้อ ๖.๓.๒ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ (๕๖ คะแนนขึ้นไป) จึงจะได้รับการพิจารณาประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามปัจจัยหลัก และน้ำหนักที่กำหนด ตามข้อ ๖.๓

๗. ระยะเวลาดำเนินงาน

ภายใน ๒๑๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๘. เงื่อนไขการส่งมอบงาน และการปรับลดค่าจ้าง/ค่าปรับ

๘.๑ งวดที่ ๑ เมื่อส่งมอบแผนการดำเนินงาน วิธีการดำเนินงาน ขั้นตอน และระยะเวลาการดำเนินงาน โดยแผนการดำเนินงานจะต้องมีความชัดเจนสมบูรณ์และนำไปปฏิบัติได้จริง ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๘.๒ งวดที่ ๒ ดำเนินการตามข้อ ๕.๑ ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาประกอบด้วย

- รายงานสรุปผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอินทรีย์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด (ฉบับจริง ๑ ชุดและสำเนา ๒ ชุด)

๘.๓ งวดที่ ๓ ดำเนินการตามข้อ ๕.๒ และ ๕.๓ ภายใน ๒๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาประกอบด้วย

- เอกสารสรุปภาพรวมผลของการปฏิบัติงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ พร้อมส่งมอบงานและเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องได้แก่ หลักฐานเอกสารการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด (ฉบับจริง ๑ ชุดและสำเนา ๒ ชุด)

- รายงานสรุปผล ข้อเสนอแนะ และประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินกิจกรรม รวมทั้งเอกสารประกอบการจัด CSR ลงพื้นที่โรงเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ โรงเรียน และภาพบรรยากาศการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบเอกสาร อัลบั้มรูปถ่าย วิดีโอหรือวีดิทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด (ฉบับจริง ๑ ชุดและสำเนา ๒ ชุด)

๘.๔ ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังกล่าว คณะกรรมการตรวจรับพัสดุจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จและจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ภายในเวลาที่คณะกรรมการกำหนด

ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างดำเนินการจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานเกินระยะเวลาที่กำหนด ตามข้อ ๘.๑ - ๘.๔ แล้วแต่กรณี กรมฯ จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา

๘.๕ กรณีที่ผู้รับจ้างดำเนินงานตามข้อ ๘.๑ - ๘.๓ มีรายละเอียดไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดในสัญญา ผู้ว่าจ้างจะปรับลดเงินค่าจ้างในส่วนที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนดังกล่าวและคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญาตั้งแต่วันที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนจนถึงวันที่ดำเนินการแล้วเสร็จหรือวันที่สิ้นสุดของการดำเนินงานในแต่ละรายการ

๙. งบประมาณดำเนินการ

๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

๑๐. การชำระเงิน

ผู้ว่าจ้างจะแบ่งจ่ายค่าจ้างออกเป็น ๓ งวด ดังนี้

๑๐.๑ งวดที่ ๑ ร้อยละ ๒๐ ของวงเงินตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๑ แล้วเสร็จ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ดำเนินการตรวจรับถูกต้องครบถ้วนเรียบร้อยแล้ว

๑๐.๒ งวดที่ ๒ ร้อยละ ๕๐ ของวงเงินตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๒ แล้วเสร็จ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ดำเนินการตรวจรับถูกต้องครบถ้วนเรียบร้อยแล้ว

๑๐.๓ งวดที่ ๓ ร้อยละ ๓๐ ของวงเงินตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๓ แล้วเสร็จ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ดำเนินการตรวจรับถูกต้องครบถ้วนเรียบร้อยแล้ว

๑๑. การสงวนสิทธิ์

๑๑.๑ สิทธิในผลงานทั้งหมดเป็นของกรมการค้าภายใน

๑๑.๒ กรมการค้าภายใน ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับพิจารณาราคาต่ำสุดเสมอไป ทั้งนี้เพื่อรักษาไว้ซึ่งประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ

๑๑.๓ กรมการค้าภายใน ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาสาระ/ภาพ เพื่อความเหมาะสม

๑๑.๔ กรมการค้าภายใน ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนกิจกรรมที่เกิดขึ้นตาม TOR ทั้งหมด รวมทั้งการปรับเปลี่ยนพื้นที่ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวเพื่อความเหมาะสม และหรือเกิดเหตุอันสุดวิสัย

คณะกรรมการกำหนดขอบเขตงานโครงการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ผลิต และผู้บริโภคในประเทศเพื่อเพิ่มการผลิตและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ลงชื่อ *พร* ประธานกรรมการ
(นางสาวหทัยรัตน์ ทิปประชัย)
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

ลงชื่อ *นุศ.* กรรมการ
(นางพรชวรณ จันทร์ดี)
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

ลงชื่อ *ณิชา* กรรมการ
(นางสาวพนาวลัย รัตนประภา)
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

ลงชื่อ *นส* กรรมการ
(นายอัษฎาวุธ ศิริประเสริฐโชค)
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

ลงชื่อ *ปิยน* กรรมการและเลขานุการ
(นางสาวพิชญากร จรจีบรัตน์)
นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ