

ขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (TOR)
โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเพิ่มการบริโภคผลไม้ไทย

๑. หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยมีผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญหลายชนิด ผลไม้ไทยตามฤดูกาล ได้แก่ ทูเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ จะออกสู่ตลาดมากระหว่างเดือนพฤษภาคม – กันยายน จากนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งหวังจะช่วยเหลือเกษตรกรที่มีอาชีพเพาะปลูกผลไม้ให้มีรายได้เพิ่มขึ้น และจากรายงานโครงการศึกษาวิจัยแผนการลงทุนด้านสุขภาพในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๐ พบว่าคนไทยมากกว่าร้อยละ ๗๕ บริโภคผลไม้ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำที่องค์การอนามัยโลกและองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติกำหนดไว้ที่อย่างน้อย ๔๐๐ กรัมต่อวัน เนื่องมาจากเน้นอร่อยมากกว่าคำนึงถึงคุณประโยชน์ เด็กไทยนิยมบริโภคกลุ่มขนมแป้งกรอบมากกว่ากลุ่มผลไม้ ๔ เท่า ทศนคตวิยรุ่นไทยเรื่อง กิน ดีมี ซ้อป การบริโภคนิยมตามแนวตะวันตกที่อุดมด้วยอาหารไขมันส่งผลให้การบริโภคผักผลไม้มีน้อยลง รวมทั้งขาดการเชื่อมโยงของกิจกรรมส่งเสริมมายังผู้บริโภคไม่ครบวงจร และจากการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเพิ่มการบริโภคผลไม้ไทย ปี ๒๕๖๑ ซึ่งผู้บริโภคให้การตอบรับเป็นอย่างดี

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ จึงได้ดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเพิ่มการบริโภคผลไม้ไทย เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง โดยมุ่งหวังที่จะสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรเพิ่มขึ้น ให้ผู้บริโภคเล็งเห็นคุณค่าการบริโภคผลไม้ไทย ทั้งในด้านความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ และคุณค่าทางโภชนาการต่อผู้บริโภค อีกทั้งเป็นการลดการบริโภคผลไม้จากต่างประเทศ เพื่อประหยัดเงินตราต่างประเทศ โดยการดำเนินกิจกรรมกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทยจะเน้นทางด้านสื่อออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นที่น่าสนใจ นำค้นหาข้อมูล ง่ายและสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการวางรากฐานของประเทศสู่เศรษฐกิจดิจิทัลและประเทศไทย ๔.๐ และร่วมขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยปี พ.ศ.๒๕๕๘-๒๕๖๒ ในด้านการบริหารจัดการตลาด ในเรื่องการส่งเสริมการบริโภคและประชาสัมพันธ์

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อปลูกจิตสำนึกให้ผู้บริโภคตระหนักถึง คุณประโยชน์ และความสำคัญ ของผลไม้ไทยต่างๆ

๒.๒ เพื่อสื่อสารให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อผลไม้ไทยที่สำคัญต่อเศรษฐกิจทั้งด้านการขายในประเทศ และการส่งออก ทั้งในด้านแนวผิวเผิน (รูปร่าง ชื่อเรียก) และแนวลึก (รสชาติ ข้อมูลประโยชน์ต่างๆ รวมถึงการดัดแปลงใช้ในการทำอาหารต่างๆ)

๒.๓ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีแนวคิดในการนำผลไม้ไทยมาเป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหาร และสามารถคิดสร้างสรรค์เมนูของตนเองได้

๒.๔ เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผู้บริโภคโดยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาผสมผสานการสร้างกิจกรรมทางออนไลน์ให้สอดคล้องกับนโยบาย Thailand ๔.๐

๒.๕ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและนโยบายของภาครัฐ

(๑) ประธาน..... (๒) กรรมการ..... (๓) กรรมการ.....
(๔) กรรมการ..... (๕) กรรมการ.....

๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศและเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๓.๖ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- ๓.๗ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการค้าภายใน วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- ๓.๘ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๓.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP)
- ๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการป.ป.ช. กำหนด
- ๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่าย ไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
- ๓.๑๒ ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการป.ป.ช. กำหนด
- ๓.๑๓ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานที่เกี่ยวข้องกับด้านประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์และออฟไลน์มีเดีย ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านห้าแสนบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาเดียวกันโดยตรงกับส่วนราชการหน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชน ที่กรมเชื้อถื้อ มาแสดงเพื่อประกอบการพิจารณาและกรมการค้าภายในสงวนสิทธิที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยต้องแสดงหลักฐานประสบการณ์การปฏิบัติงานที่ผ่านมา ได้แก่ หนังสือรับรองผลการปฏิบัติงานจากหน่วยงาน หรือสำเนาสัญญาจ้างที่ใช้เป็นผลงานประสบการณ์ดังกล่าว

๔. ลักษณะงานจ้าง

จัดทำสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การณรงค์การบริโภคผลไม้ไทย

(๑) ประธาน..... *พรส* (๒) กรรมการ..... *สุวิ* (๓) กรรมการ..... *ว.ทว.ป.ว*
(๔) กรรมการ..... *อ.ท.น.* (๕) กรรมการ..... *ช.ช.น.*

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

๕.๑ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

๕.๑.๑ จัดทำเมนูอาหารที่มีผลไม้ไทยเป็นส่วนประกอบ ซึ่งเป็นผลไม้ไทยที่มีมูลค่าสูงทางเศรษฐกิจ อาทิเช่น ลำไย ทุเรียน มังคุด ลิ้นจี่ เงาะ มะม่วง ส้มโอ สับปะรด มะพร้าว น้ำหอม มะขาม กระถอน ชมพู น้อยหน่า พุทรา มะปราง ฝรั่ง ลองกอง แก้วมังกร สละ ขนุน กล้วย ส้มเขียวหวาน มะละกอ สตอเบอร์รี่ แดงโม เสาวรส ระกำ มะเฟือง พักข้าว อะโวคาโด เมล่อน มะยงชิด แคนตาลูป องุ่น เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ เมนู

๕.๑.๑.๑ จัดหา Food Blogger ที่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ติดตามและนิยมชมคลิปเกี่ยวกับการทำอาหารทางสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ Food Blogger และมียอดผู้ติดตามทาง Instagram รวมทั้ง ๘ Food blogger จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม เพื่อเป็นต้นแบบชี้้นำความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเมนูอาหารที่มีผลไม้ไทยเป็นส่วนประกอบ

๕.๑.๑.๒ Food Blogger ที่ได้จัดหามาทั้ง ๘ คน จะต้องผลิตคลิปวิดีโอเมนูอาหารรวมไม่น้อยกว่า ๔๐ คลิป โดยแบ่งเป็นประเภทเมนูอาหารคาว ๒๕ คลิป และประเภทอาหารหวาน ๑๕ คลิป

๕.๑.๑.๓ Food blogger จะต้องเป็นผู้ผลิตคลิปวิดีโอสาธิตเมนูอาหารที่มีผลไม้ไทยเป็นส่วนประกอบ โดยจะต้องจัดทำให้ภาพมีความสวยงาม ทันสมัย ความยาวไม่น้อยกว่า ๔๕ วินาที โดยในคลิปต้องมีภาพวิธีการปรุงอาหารและข้อความส่วนประกอบอาหารแสดงเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เข้าใจง่าย และสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำได้ รวมทั้งมีภาพโลโก้กรรมการค้าภายในแสดงในคลิปนั้น

๕.๑.๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการแปลเนื้อหา (Content) เกี่ยวกับผลไม้ เป็นภาษาจีน (mandarin) และภาษาอังกฤษ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ เนื้อหา (Topic) ประกอบด้วยภาษาจีน ๕๐ เนื้อหา ภาษาอังกฤษ ๕๐ เนื้อหา โดยมีรายละเอียดเนื้อหาดังนี้

๕.๑.๒.๑ นำเสนอเนื้อหาที่จะต้องแปลมีทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐ เนื้อหา (Topic) โดยทางคณะกรรมการฯ จะดำเนินการคัดเลือกจากเนื้อหาที่กรมฯ ได้จัดทำไว้บน Facebook ฝัก นามสกุลผลไม้ และบน Microsite ที่ใช้ประกอบกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ (<http://thaifruit.megazy.com/>)

๕.๑.๒.๒ ผู้รับจ้างจะต้องใช้ สถาบัน หรือ บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางภาษา และมีประสบการณ์ในการเขียนบทความที่เหมาะสมกับภาษา อย่างน้อยภาษาละ ๑ คน โดยต้องนำเสนอให้คณะกรรมการฯ เป็นผู้คัดเลือกและอนุมัติ

๕.๑.๒.๓ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอกลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาที่ได้รับการแปลแล้วทั้งหมดนี้ ขึ้นสู่ Platform ที่รองรับกิจกรรม Online ที่ระบุไว้ในข้อ ๕.๑.๓ ของ TOR นี้ โดยผู้รับจ้างจะต้องออกแบบแนวคิด พร้อมนำเสนอตัวอย่างการใช้งาน โดยจะต้องออกแบบให้สอดคล้องกับแนวทางการตลาดออนไลน์ที่กรมฯ ได้จัดทำไว้บน Facebook ของกรมฯ ที่ชื่อว่า “ฝัก นามสกุลผลไม้” (<https://www.facebook.com/welovethaifruit/>) ผู้เสนอราคาจะต้องออกแบบแนวคิดและกลยุทธ์ในรูปแบบตัวอย่างภาพเสมือนจริง (mock-up) แล้วนำเสนอต่อคณะกรรมการฯ

๕.๑.๓ ผู้รับจ้างจะต้องพัฒนาส่วนเพิ่มขยาย บน microsite ที่กรมฯ ได้จัดทำขึ้นสำหรับใช้งานกับ Facebook ของกรมฯ ที่ชื่อว่า “ฝัก นามสกุลผลไม้” โดยนำเนื้อหาข้อมูลที่ได้ทำการแปลในข้อ ๕.๑.๒ ข้างต้นมาบรรจุเข้าไป

(๑) ประธาน..... (๒) กรรมการ..... (๓) กรรมการ.....
(๔) กรรมการ..... (๕) กรรมการ.....

๕.๑.๔ ทุกเนื้อหาที่จัดทำขึ้นจะต้องเหมาะสมแก่การแชร์ขึ้นบน Social Media และต้องสามารถแชร์ขึ้นบน Social media สำคัญๆ ได้โดยตรง อาทิ Facebook Line เป็นต้น

๕.๑.๕ ดำเนินการดูแล Facebook Fan page “ผมชื่อผัก นามสกุลผลไม้” ที่กรมการค้าภายใน ดำเนินการจัดทำขึ้นแล้ว พร้อมจัดทำเนื้อหาหรือกิจกรรมที่มีความน่าสนใจ เพื่อให้นำเสนอบน Microsite จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ เนื้อหา (Content) ตลอดช่วงระยะเวลาการดำเนินการนี้ โดยเนื้อหาที่นำขึ้นวางบน Microsite ทุกรายการจะต้องมีการจัดทำภาพประกอบ หรือ Infographic หรือ ภาพเคลื่อนไหว (Motion) หรือ Animation เพื่อสร้างความแตกต่าง และสร้างความน่าสนใจต่อผู้เข้าชม

๕.๑.๖ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ Facebook ของกรมฯ ที่ชื่อว่า “ผมชื่อผัก นามสกุลผลไม้” และ/หรือ เนื้อหาที่จัดทำขึ้นบน Facebook โดย ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันความสำเร็จของงาน (KPI) โดยมี ยอดความสำเร็จดังต่อไปนี้

๕.๑.๖.๑ เนื้อหาที่สร้างขึ้นทั้งหมดจะต้องดึงดูดให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย ทำการแชร์เนื้อหา หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของ Microsite ที่พัฒนาขึ้นนี้ บนโซเชียล มีเดีย (ผ่านทาง Line, Facebook หรือ Instagram เป็นต้น) โดยรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ครั้ง

๕.๑.๖.๒ การประชาสัมพันธ์ ทางสื่อออนไลน์ โดยประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ในรูปแบบ Ad Banner บน Website จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ เว็บไซต์ โดยที่เว็บไซต์ที่นำเสนอจะต้องครอบคลุมหมวดหมู่ ดังต่อไปนี้ หมวดหมู่การท่องเที่ยว และ/หรือ เว็บไซต์หมวดหมู่สุขภาพ และ/หรือ เว็บไซต์หมวดบันเทิง และ/หรือ เว็บไซต์หมวดหมู่ข่าว สื่อ และ/หรือ เว็บไซต์หมวดหมู่บ้าน เป็นต้น จะต้องมีจำนวนการเห็น (Impression) รวมกันแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ล้านครั้งการเห็น และต้องนำเสนอรายงานผ่านระบบการตรวจสอบ โดยระบบที่เชื่อถือได้ อาทิ Google analytics

๕.๑.๖.๓ การเพิ่มยอดถูกใจ (Like) ของ Facebook Fan page ให้กับโครงการนี้ ให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๒๕,๐๐๐ คน ให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

๕.๑.๖.๔ เนื้อหา (Content) ที่สร้างขึ้นทั้งหมดนี้จะต้องดึงดูดให้ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมาย ทำการกด "Like" บน "Post" ของเนื้อหาในโซเชียลมีเดียโดยรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐ ครั้งตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

๕.๑.๖.๕ ส่งมอบรายงานข้อมูลการแชร์ โดยประกอบด้วยข้อมูลบัญชีผู้แชร์ หรือหมายเลขเครื่อง (อาทิเช่น Facebook ID หรือ IP Address หรือหมายเลข Device Token ของอุปกรณ์มือถือ) หรือส่งมอบข้อมูลรายงานที่ได้มาจากตัวเลขที่อ้างอิงได้

๕.๒ สร้างสรรค์และพัฒนากิจกรรมออนไลน์ให้ความรู้เกี่ยวกับผลไม้

๕.๒.๑ กิจกรรมออนไลน์ครั้งที่ ๑ การแข่งขัน (Challenge) เพื่อค้นหาสูตรอาหาร (จากผลไม้) ยอดนิยม ดังนี้

๕.๒.๑.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิด กลยุทธ์ แผนงานและวิธีการ ในการใช้สื่อออนไลน์และเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อจัดสร้างกิจกรรมแข่งขันทางออนไลน์ (Online Challenge) ที่สามารถรวบรวมร้านอาหาร และ/หรือ ร้านเครื่องดื่ม และ/หรือ ร้านเบอร์เกอร์ ที่มีสูตรอาหารจากผลไม้ยอดนิยม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ร้านค้า จากทั่วประเทศ มาเข้าร่วมเพื่อให้เกิดการ Vote ทาง Online โดยประชาชนทั่วไป

(๑) ประธาน.....*พรพร* (๒) กรรมการ.....*สุวิ* (๓) กรรมการ.....*พินอ*
(๔) กรรมการ.....*อ.ค* (๕) กรรมการ.....*ศิริ*

๕.๒.๑.๒ กิจกรรมออนไลน์นี้จะต้องสื่อสารเพื่อให้เกิดการ Vote เมนูผลไม้ของร้านค้าต่างๆ เหล่านี้ได้ โดยผู้รับจ้างจะต้องพัฒนา Online Platform เพื่อรองรับการ Vote นี้ โดยจะต้องเป็นการ Vote ที่ยุติธรรม มีการเก็บข้อมูลการ Vote ผ่านระบบ ที่มีการ Log in

๕.๒.๑.๓ ผู้รับจ้างจะต้องพัฒนาหรือจัดหา Online Platform ที่มีฟังก์ชันรองรับการอธิบายส่วนผสมของเมนูที่นำเสนอ เพื่อให้ร้านค้าต่างๆ ที่เข้าร่วม Challenge นี้สามารถบรรยายหรืออธิบายส่วนผสมของเมื่อนั้นได้

๕.๒.๑.๔ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนในการแข่งขันผ่านทาง online โดยกำหนดประเภทของผู้ชนะ เป็นเมนูอาหารคาว และ เมนูอาหารหวาน พร้อมนำเสนอแผนในการคัดเลือกผู้ชนะที่น่าเชื่อถือ

๕.๒.๑.๕ กิจกรรมออนไลน์ที่เกิดขึ้นนี้จะต้องมีส่วนในการประชาสัมพันธ์เนื้อหาต่างๆ เกี่ยวกับผลไม้ไทย ที่กรมฯ ได้ทำการพัฒนาและสร้างสรรค์ขึ้นไว้บน Facebook ของกรมฯ ที่ชื่อว่า “ผมชื่อผักนามสกุลผลไม้” โดย ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอวิธีการเชื่อมต่อเนื้อหาต่างๆ ที่กรมฯ มีบน Facebook ดังกล่าวเข้ากับกิจกรรมออนไลน์นี้ เพื่อให้การนำเสนอกิจกรรมนี้ต่อยอดไปสู่เนื้อหาและสังคมออนไลน์ที่กรมฯ ได้พัฒนาไว้อย่างสมบูรณ์ รวมถึงควรส่งผลให้เกิดการติดตาม (Follow หรือ Add friend) บนสื่อสังคมออนไลน์ของกรมฯ

๕.๒.๑.๖ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการแจกรางวัลสำหรับประชาชนที่เข้าร่วม Vote ในกิจกรรมนี้ โดยมีมูลค่ารางวัลรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ บาท โดยมีหลักฐานที่เชื่อถือได้ถึงมูลค่าของรางวัลดังกล่าว โดยแผนดังกล่าวต้องมีความยุติธรรม และของรางวัลที่ใช้ในการแจกนี้ควรจะมีเกี่ยวข้องกับผลไม้ไทย อนึ่งการแจกรางวัลนี้ควรถูกออกแบบแนวคิด เพื่อผลักดันให้เกิดการเข้าร่วมในกิจกรรมนี้ และเพื่อให้เกิดการแชร์โครงการนี้ออกไปในสื่อสังคมออนไลน์โดยกลุ่มนักชิม หรือประชาชนต่างๆ

๕.๒.๑.๗ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนในการประกาศรางวัลและแผนการแจกรางวัลสำหรับประชาชนทั่วไป ที่มีความยุติธรรม และตรวจสอบได้ โดยจะต้องส่งมอบรายชื่อผู้ที่ได้รับรางวัลทั้งหมดให้กับคณะกรรมการฯ เมื่อการแข่งขันเสร็จสิ้นลงแล้ว

๕.๒.๑.๘ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอชื่อและประเภทรางวัลจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ รางวัล อันได้มาจากผลของการโหวตของประชาชน (อาทิ รางวัลเมนูกับข้าวผลไม้ยอดนิยมนับดับที่ ๑ ๒ และ ๓ เป็นต้น) โดยชื่อรางวัลดังกล่าวจะต้องได้รับการเห็นชอบจากคณะกรรมการฯ ก่อนที่จะดำเนินการจัดการแข่งขันขึ้น

๕.๒.๑.๙ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประกาศและแจกรางวัลร้านอาหารที่ชนะในสาขาต่างๆ จำนวนรางวัลไม่น้อยกว่า ๓ รางวัล ผ่านทางสื่อออนไลน์ พร้อมทั้งจัดทำป้ายรางวัลสาขาต่างๆ เพื่อส่งมอบให้กับ ร้านอาหารต่างๆ ที่เป็นผู้ชนะรางวัลในสาขาต่างๆ ดังกล่าว

๕.๒.๑.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันความสำเร็จของงานด้วยการออกแบบแผนงานและดำเนินการจัดการประกวด online challenge นี้ที่มีความสำเร็จ โดยมีประชาชนเข้าร่วม Vote ไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ ครั้ง โดยมีจำนวนผู้ร่วมกิจกรรมนี้ (ด้วยการแชร์กิจกรรมหรือเข้าร่วมโหวตในกิจกรรมนี้) ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ คน โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบข้อมูลดังกล่าวผ่านรายงานที่เชื่อถือได้

๕.๒.๑.๑๑ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดพิธีการประกาศและแจกรางวัลร้านอาหารที่ชนะในสาขาต่างๆ จำนวนรางวัลไม่น้อยกว่า ๓ รางวัล ผ่านทางสื่อออนไลน์ พร้อมทั้งจัดทำป้ายรางวัลสาขาต่างๆ เพื่อส่งมอบให้กับ ร้านอาหารต่างๆ ที่เป็นผู้ชนะรางวัลในสาขาต่างๆ ดังกล่าว

(๑) ประธาน..... *พรวิ* (๒) กรรมการ..... *ณัฐ* (๓) กรรมการ..... *จตุพร*
(๔) กรรมการ..... *ณัฐ* (๕) กรรมการ..... *พิชญ*

๕.๒.๒ กิจกรรมออนไลน์ครั้งที่ ๒ ร่วมกับผู้ประกอบการสถานที่จัดจำหน่ายผลไม้ไทยประเภทต่างๆ อาทิ ซูเปอร์มาเก็ต หรือ ห้างสรรพสินค้า ต่างๆ ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับผลไม้ โดยผู้รับจ้างต้องนำเสนอชื่อกิจกรรมให้คณะกรรมการเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชื่อ (ชื่อกิจกรรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับความน่าสนใจของทางเลือกที่นำเสนอโดยผู้รับจ้างและการตัดสินใจของคณะกรรมการฯ) รายละเอียดโครงการประกอบด้วย

๕.๒.๒.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิดในการจัดกิจกรรมออนไลน์เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผลไม้ไทย โดยกิจกรรมดังกล่าวจะต้องนำ ๓D Animation ตัวการ์ตูนผลไม้ไทยที่กรมนาฯ ได้จัดทำขึ้นไว้ใน Facebook ผมชื่อผัก นามสกุลผลไม้ ทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๕ ชนิดมาทำการเล่าเรื่อง

๕.๒.๒.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหา หรือจัดเตรียม หรือจัดเช่า Application ที่รองรับกิจกรรม AR (Augmented reality) โดยนำ Animation ผลไม้เหล่านั้น มาทำการสร้างกิจกรรมการติดตามหาผลไม้ไทยทั่วประเทศ

๕.๒.๒.๓ ผู้รับจ้างจะต้องทำการปล่อยตัวการ์ตูน ๓D Animation เหล่านี้บน Location ของสถานที่สำคัญๆ ที่จะสามารถดึงดูดให้มีประชาชนออกตามหาตัวการ์ตูนเหล่านี้ โดย Location ที่ปล่อยให้เกิดการติดตามนี้บางส่วนจะต้องสัมพันธ์กับแหล่งขายผลไม้ไทย อาทิ สถานที่จำหน่ายประเภทซูเปอร์มาเก็ตที่สำคัญๆ ที่มีการจำหน่ายผลไม้ไทย และผลิตภัณฑ์จากผลไม้ไทย โดยจะต้องมี Location ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ แห่งทั่วประเทศไทย

๕.๒.๒.๔ Application ที่จัดเตรียมไว้นี้ต้องรองรับการเล่นเกมน คือ นำเสนอแผนที่เพื่อให้เกิดการติดตามและ “จับ” ผลไม้ไทย ผ่านหน้ากล้องโทรศัพท์มือถือ โดยมีฟังก์ชันการให้คะแนน และการนำเสนอเส้นทาง และภารกิจการ “จับ” ผลไม้ชนิดต่างๆ ให้ได้ไม่น้อยกว่า ๕ ชนิด

๕.๒.๒.๕ กระบวนการเล่นเกมออนไลน์นี้ ต้องมีฟังก์ชันการเล่าเรื่องประโยชน์ของผลไม้แต่ละชนิด โดยเมื่อผู้เล่นเล่นเกมนี้ ออกติดตามหา เพื่อ “จับ” ผลไม้ไทยตามภารกิจที่กำหนด ตัว Animation ที่เจอนี้จะต้องสามารถสื่อสารเป็นเสียงพูดโดยบอกเล่าถึงประโยชน์ของตนเองเพื่อให้ความรู้แก่ผู้เล่นเกมนี้

๕.๒.๒.๖ Application และเกมนี้จะต้องเชื่อมต่อกับเนื้อหาต่างๆบน Microsite ที่จัดทำขึ้นในข้อ ๕.๑.๓ ข้างต้น และมีส่วนเชื่อมต่อเพื่อให้ผู้เล่นทำการกดติดตาม หรือเพิ่ม (Add) เพื่อน (Friend) บน Facebook “ผมชื่อผัก นามสกุลผลไม้” ของกรมนาฯ

๕.๒.๒.๗ ผู้เล่นสามารถแชร์กิจกรรมนี้ออกไปสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ที่สำคัญของตนได้ผ่านกิจกรรมการเล่น ด้วยการเปิดหน้ากล้อง แล้วแชร์ภาพการ “จับ” Animation ผลไม้ เพื่อให้ Animation ผลไม้ของกรมนาฯ ได้รับการประชาสัมพันธ์ออกไปอย่างกว้างขวาง

๕.๒.๒.๘ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการติดต่อ สถานที่ประกอบการที่มีการจำหน่ายผลไม้ไทย พร้อมเสนอชื่อ อาทิ The Mall, Big C, Foodland, Makro, Lemon Farm หรืออื่นๆ เป็นต้น เพื่อนำเสนอแนวคิดและชักชวนให้ผู้ประกอบการเหล่านั้น เข้าร่วมกับกิจกรรมนี้ โดยจะต้องมีผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมนี้ไม่น้อยกว่า ๓ สถานที่ประกอบการ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ สาขา ทั่วประเทศ

๕.๒.๒.๙ Application นี้จะต้องสามารถรองรับความร่วมมือของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ ในกรณีที่ผู้ประกอบการประสงค์จะร่วมแจกของรางวัล และร่วมประชาสัมพันธ์โครงการนี้

(๑) ประธาน..... (๒) กรรมการ..... (๓) กรรมการ.....
(๔) กรรมการ..... (๕) กรรมการ.....

๕.๒.๒.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผน และกฎกติกา ที่เป็นธรรมในการแจกรางวัล สำหรับประชาชนที่เข้าร่วมเล่นในกิจกรรมนี้ โดยมีมูลค่ารางวัลรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ บาท โดยมี หลักฐานที่เชื่อถือได้ถึงมูลค่าของรางวัลดังกล่าว โดยแผนดังกล่าวต้องมีความยุติธรรม อนึ่งหากแจกเป็นสินค้า หรือของรางวัล ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมของรางวัลที่เกี่ยวข้องกับผลไม้ไทยหรือมีรูปลักษณะเป็นผลไม้ไทย เท่านั้น

๕.๒.๒.๑๑ ผู้รับจ้างจะต้องรวบรวมหลักฐาน การแจกรางวัลอย่างครบถ้วน อันประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล ของผู้ที่ได้รับรางวัล ประวัติการเล่น สถานที่แจกรางวัล รวมถึงหลักฐานการ รับรางวัล ที่เชื่อถือและตรวจสอบได้ และมีการประกาศรางวัลและแผนการแจกรางวัลสำหรับประชาชนทั่วไป ที่มีความยุติธรรม และตรวจสอบได้ โดยจะต้องส่งมอบรายชื่อผู้ที่ได้รับรางวัลทั้งหมดให้กับคณะกรรมการฯ เมื่อการแข่งขันเสร็จสิ้นลงแล้ว

๕.๒.๒.๑๒ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอกลยุทธ์ และแผนการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมออนไลน์นี้ เพื่อสร้างความสำเร็จให้กับโครงการ และจะต้องรับประกันความสำเร็จของงานด้วยการออกแบบ แผนงาน และดำเนินการจัดการกิจกรรมนี้ที่ประสบความสำเร็จ โดยมีประชาชนเข้าร่วมเล่นไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ ครั้ง โดยมีจำนวนผู้ร่วมกิจกรรมนี้ (ด้วยการแชร์กิจกรรมหรือเข้าร่วมโหวตในกิจกรรมนี้) ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ คน โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบข้อมูลดังกล่าวผ่านรายงานที่เชื่อถือได้

๕.๒.๒.๑๓ ผู้รับจ้างจะต้องนำกิจกรรมออนไลน์ครั้งที่ ๒ ไปร่วมทำกิจกรรมกับ หน่วยงานอื่นหรือภาคเอกชน หรือตามที่คณะกรรมการเป็นผู้กำหนด เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและ การสร้างภาพลักษณ์ให้กับกรมการค้าภายใน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

๕.๒.๓ กิจกรรมออนไลน์ครั้งที่ ๓ Rating Review

๕.๒.๓.๑ นำเสนอแผนงานในการสร้างกิจกรรม Rating Review (ประเมินคุณภาพและ ความนิยม) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมประเภทสวนผลไม้ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีกิจกรรม ชิมผลไม้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ แห่ง

๕.๒.๓.๒ ผู้รับจ้างจะต้องทำการเสนอแผนงานและดำเนินการจัดทำ การประเมิน (Review) ประกอบกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ โดยข้อมูลดังกล่าวต้องมาจากการนำเสนอผ่านผู้มีชื่อเสียง ในสื่อสังคมออนไลน์ (online social influencers) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ บัญชีรายชื่อ (online account อาทิเช่น facebook account หรือ instargram account) และมีผู้ติดตาม (followers หรือ friends) รวมกัน แล้วไม่น้อยกว่า ๕ แสนคน โดยผู้มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ที่นำมาใช้ในกิจกรรมนี้จะต้องเป็นผู้นำเสนอ เนื้อหาในด้านการท่องเที่ยว หรือ การรีวิวสถานที่กิน หรือ รีวิวกิจกรรมของครอบครัว และจะต้องมาทำการ ประเมิน (review) สวนผลไม้คุณภาพในมิติต่างๆ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด อาทิ เช่น ความสะดวกในการเดินทาง (ป้ายบอกทาง ความเข้าใจง่ายของแผนที่), ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก (ที่จอดรถ ห้องน้ำ), คุณภาพบริการ (พนักงานประจำสวน), ความสะอาดของพื้นที่, คุณภาพผลไม้ใน สวน, ป้ายบอกราคา เป็นต้น โดยผู้จัดทำเนื้อหา (influencers) ที่ผู้รับจ้างจัดหาหรือจัดจ้างมานั้นจะต้อง ดำเนินการ ประชาศบนช่องทางออนไลน์ (online social media) ของตน เพื่อให้ผู้ติดตาม หรือประชาชน ทั่วไปสามารถร่วมรับรู้ถึงเนื้อหาบทความนั้น

(๑) ประธาน..... (๒) กรรมการ..... (๓) กรรมการ.....
(๔) กรรมการ..... (๕) กรรมการ.....

๕.๒.๓.๓ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดหาหรือจัดเช่าเครื่องมือสื่อออนไลน์ประเภท website หรือ application ที่สามารถชักนำให้กลุ่มเป้าหมายออกเดินทางท่องเที่ยวตามรอย การท่องเที่ยวสวนผลไม้ดังกล่าว

๕.๒.๓.๔ เครื่องมือสื่อออนไลน์ ที่จัดหามานี้ต้องมีความสามารถในการนำทางกลุ่มเป้าหมายไปยังสวนผลไม้ได้อย่างถูกต้อง โดยจะต้องให้ข้อมูลรายละเอียดการติดต่อสวนผลไม้ต่างๆ พร้อมทั้งมีรายละเอียดกิจกรรมอันเกิดจากการจัดทำขึ้นโดยผู้มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ (online social influencers) ดังกล่าว นอกจากนี้ เครื่องมือสื่อออนไลน์ที่จัดหามานี้จะต้องสามารถรองรับการลงชื่อมาเยือน (check in) และรองรับการถ่ายรูป ณ สถานที่ (selfie) โดยในรูปที่ถ่ายจะต้องมีฟังก์ชันที่นำเสนอชื่อสวนผลไม้ดังกล่าว รวมไปถึงการนำเสนอชื่อโครงการ “ผมชื่อผัก นามสกุลผลไม้” และเครื่องหมายสัญลักษณ์ DIT

๕.๒.๓.๕ กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมเล่นในโครงการนี้ จะต้องสามารถเข้าสู่ระบบ (log in) และ รองรับการแข่งขันประเมินความนิยม (rating หรือ review) ในรูปแบบง่ายๆ และสามารถแชร์ข้อมูลการรีวิวดังกล่าวขึ้นสู่สื่อสังคมออนไลน์ที่สำคัญ อาทิ Facebook, Line และระบบจะต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการประเมินความนิยม (rating หรือ review) ของผู้ร่วมเล่นเหล่านี้ไว้ โดยมีการเก็บข้อมูล user Id, ข้อมูลการประเมินความนิยม, สถานที่และวันเวลาที่ประเมินความนิยม

๕.๒.๓.๖ เชื่อมโยงกิจกรรมดังกล่าวให้เข้ากับ Facebook “ผมชื่อผัก นามสกุลผลไม้” ของทางกรมฯ ด้วยการวาง Link เพื่อประชาสัมพันธ์ Facebook ดังกล่าวในสื่อออนไลน์ที่จัดทำขึ้นสำหรับกิจกรรมนี้

๕.๓ งานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

๕.๓.๑ การเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์

๕.๓.๑.๑ Tie-in หรือ สก๊อป สนับสนุนกิจกรรมโครงการ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที ในช่วงเวลา ๐๗.๐๐ - ๒๑.๐๐ น. ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ที่เป็นช่องได้รับความนิยมสูงอยู่ในอันดับ ๑-๑๐ ของสถานีโทรทัศน์ อาทิ ช่อง ๓HD ช่อง ๗ ช่อง Work Point ช่อง ๘ ช่องไทยรัฐ ช่อง MONO ช่อง ONE ช่องเอ็มรินทร์ ช่อง ๓ SD และ Now ๒๖ เป็นต้น โดยเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สถานี และจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

๕.๓.๒ การเผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุ

๕.๓.๒.๑ พุดประชาสัมพันธ์สนับสนุนกิจกรรมโครงการ ผ่านทางคลื่นวิทยุกรุงเทพฯ ในระบบ FM ได้รับความนิยมสูงอยู่ในอันดับ ๑-๑๐ ของสถานีวิทยุ ในช่วงเวลา ๐๗.๐๐ - ๒๒.๐๐ น. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที อาทิ FM. ๙๕.๐ FM. ๑๐๓.๕ FM ๑๐๐ FM ๙๓.๐ FM ๙๗.๕ FM. ๙๕.๕ FM. ๙๐.๐ FM. ๙๘.๐ เป็นต้น โดยเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สถานี และจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง

๕.๔ งานแถลงข่าวกิจกรรมออนไลน์

งานแถลงข่าว จำนวน ๑ ครั้ง ณ กระทรวงพาณิชย์ สำหรับการแถลงกิจกรรมทางสื่อออนไลน์มีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน โดยผู้รับจ้างต้องดำเนินการดังนี้

๕.๔.๑ ตกแต่งสถานที่จัดงาน พร้อมระบบแสง สี เสียง และเจ้าหน้าที่ควบคุม

๕.๔.๒ จัดหาพิธีกรสำหรับดำเนินงาน ๑ คน พร้อมจัดทำสคริปต์พิธีกร

๕.๔.๓ จัดหาเจ้าหน้าที่รับลงทะเบียน อย่างน้อย ๒ คน และเจ้าหน้าที่ต้อนรับผู้เข้าร่วมงาน อย่างน้อย ๒ คน

(๑) ประธาน..... *พร* (๒) กรรมการ..... *สุวิ* (๓) กรรมการ..... *Johnson*
(๔) กรรมการ..... *สม* (๕) กรรมการ..... *ทวน*

- ๕.๔.๔ จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม สำหรับผู้ร่วมงาน ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน
- ๕.๔.๕ จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชนและผู้ร่วมงาน ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้น
- ๕.๔.๖ จัดหาทีมถ่ายภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ พร้อมอุปกรณ์กล้อง และ Switching เพื่อถ่ายภาพในงานแถลงข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ กล้อง และช่างภาพหนึ่ง ๑ คน
- ๕.๔.๗ จัดหาทีมผู้ปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ คน
- ๕.๔.๘ เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน ไม่น้อยกว่า ๑๒ สื่อ พร้อมทำข่าวแจก (Press Release) และเผยแพร่ข่าว-ภาพข่าว ทางหนังสือพิมพ์ไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นข่าว เผยแพร่ข่าวทางสื่อโทรทัศน์ไม่น้อยกว่า ๑ สถานี สื่อออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ
- ๕.๔.๙ จัดทำข่าวแจกสำหรับสื่อมวลชนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชุด
- ๕.๔.๑๐ ประสานงานเชิญตัวแทนร้านค้า หรือ ผู้ประกอบการที่มีจำหน่ายสินค้าผลไม้เข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์ เข้าร่วมงานแถลงข่าว
- ๕.๔.๑๑ จัดทำ VTR ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที เพื่อสรุปผลการดำเนินการและภาพรวมของโครงการ
- ๕.๔.๑๒ จัดทำ Display โดยจำลองกิจกรรมออนไลน์ต่างๆ ที่กรมฯ ได้จัดทำขึ้น

๖. เกณฑ์การพิจารณาผู้มีสิทธิเสนอราคา/ขั้นตอนการตัดสินใจ

๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๔ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

๖.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค โดยผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานที่จ้างและต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อและเรียงลำดับตามขอบเขตการจ้าง (TOR) คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จึงจะนำข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปพิจารณาให้คะแนนตามข้อ ๖.๓ โดยต้องจัดทำเอกสารในรูปแบบไฟล์ประเภท PDF File รวมทั้งผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องและชัดเจนของเอกสาร PDF File ที่จะใช้เสนอราคาให้แล้วเสร็จก่อนกำหนด วันยื่นเสนอราคา โดยเอกสาร PDF File ของข้อเสนอทางเทคนิคต้องมีรายละเอียดเนื้อหาต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

๖.๒.๑ นำเสนอประวัติการทำงานและผลงานที่ผ่านมาในงานที่มีลักษณะเดียวกัน

๖.๒.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด รูปแบบการดำเนินงาน และรายละเอียดของแต่ละกิจกรรม โดยต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อ และเรียงลำดับตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR)

๖.๒.๓ แผนปฏิบัติงาน/ตารางเวลา (Action plan)

ทั้งนี้ กรมฯ จะนำเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญาประกอบการตรวจรับ

๖.๓ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้เสนอราคาตามข้อ ๖.๒ โดยในการพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคา กรมฯ จะใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ดังนี้

(๑) ประธาน..... *พรศ* (๒) กรรมการ..... *สุวิ* (๓) กรรมการ..... *พจน*
(๔) กรรมการ..... *สม* (๕) กรรมการ..... *พจน*

๖.๓.๑ ราคาที่ยื่น (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐

๖.๓.๒ คุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

(๑) การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์	๑๕ คะแนน
(๒) การสร้างสรรค์และพัฒนากิจกรรมออนไลน์ที่มีรูปแบบและแนวความคิดสร้างสรรค์	๒๐ คะแนน
(๓) งานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	๑๕ คะแนน
(๔) งานแถลงข่าวกิจกรรมออนไลน์	๑๐ คะแนน
(๕) ความพร้อมและประสบการณ์ของบริษัทในการดำเนินงาน	๑๐ คะแนน
(๕.๑) ประวัติการทำงานและผลงานของผู้เสนอราคา	๕ คะแนน
(๕.๒) แผนการปฏิบัติงาน/ตารางเวลา (Action plan)	๕ คะแนน
คะแนนรวมคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ	๗๐ คะแนน

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

๗. ระยะเวลาดำเนินการ

๒๗๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๘. การส่งมอบงาน การปรับลดค่าจ้าง/ค่าปรับและการชำระเงิน

๘.๑ การส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการ ดังนี้

๘.๑.๑ งวดที่ ๑ เมื่อส่งมอบงานดำเนินการตามข้อ ๕.๑.๑ , ๕.๑.๒, ๕.๑.๓, ๕.๑.๔, ๕.๑.๕, ๕.๑.๔ ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยงานที่ส่งมอบ ประกอบด้วย

- เอกสารสรุปภาพรวมผลของการปฏิบัติงานในรูปแบบเอกสาร พร้อมกิจกรรมงานแถลงข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด (ฉบับจริง ๑ ชุด และสำเนา ๒ ชุด)

๘.๑.๒ งวดที่ ๒ ดำเนินการตามข้อ ๕.๑.๖, ๕.๒.๑, ๕.๒.๒, ๕.๒.๓, ๕.๓ ภายใน ๒๗๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยงานที่ส่งมอบ ประกอบด้วย

- เอกสารสรุปภาพรวมผลของการปฏิบัติงานการทำการกิจกรรมทางออนไลน์ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ พร้อมส่งมอบงานและเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้อง พร้อมภาพบรรยากาศการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบเอกสาร อัลบั้มรูปถ่าย วีซีดีหรือดีวีดี จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด (ฉบับจริง ๑ ชุด และสำเนา ๒ ชุด)

๘.๑.๓ ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังกล่าว คณะกรรมการตรวจรับพัสดุจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จและจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ภายในเวลาที่คณะกรรมการกำหนด

(๑) ประธาน..... (๒) กรรมการ..... (๓) กรรมการ.....
(๔) กรรมการ..... (๕) กรรมการ.....

ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างดำเนินการจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานเกินระยะเวลาที่กำหนดตามข้อ ๘.๑.๑ หรือ ๘.๑.๓ แล้วแต่กรณี กรมฯ จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา

๘.๒ กรณีผู้รับจ้างดำเนินงานมีรายละเอียดไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดในสัญญา ผู้ว่าจ้างจะปรับลดเงินค่าจ้างในส่วนที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนดังกล่าวและคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาตั้งแต่วันที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนจนถึงวันที่ดำเนินการแล้วเสร็จหรือถึงวันที่สิ้นสุดของการดำเนินงานในแต่ละรายการ

๘.๓ การชำระเงินจะชำระ ๒ งวด เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามสัญญาครบถ้วน ดังนี้

๘.๓.๑ งวดที่ ๑ ร้อยละ ๕๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตามข้อ ๘.๑.๑ และจัดส่งเอกสารการส่งมอบงานให้ถูกต้องครบถ้วนภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่ครบกำหนดระยะเวลาการดำเนินงาน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับแล้ว

๘.๓.๒ งวดที่ ๒ ร้อยละ ๕๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตามข้อ ๘.๑.๒ และจัดส่งเอกสารการส่งมอบงานให้ถูกต้องครบถ้วนภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่ครบกำหนดระยะเวลาการดำเนินงาน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับแล้ว

๙. งบประมาณในการจัดจ้าง

จำนวน ๗,๐๐๐,๐๐๐ บาท (เจ็ดล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

๑๐. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร ๑ กรมการค้าภายใน

(๑) ประธาน..... พร (๒) กรรมการ..... นริ (๓) กรรมการ..... ทว
(๔) กรรมการ..... อม (๕) กรรมการ..... นย