

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)
โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

๑. หลักการและเหตุผล

กรมการค้าภายในได้สนับสนุนงบประมาณในการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) มาตั้งแต่ปี ๒๕๕๒ จนถึงปัจจุบันรวมทั้งสิ้น ๖๓ แห่ง ใน ๓๗ จังหวัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าของเกษตรกรโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร โดยส่งเสริมและพัฒนาให้เกษตรกรมีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและแปรรูปสินค้าเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น การจัดตั้งศูนย์ Farm Outlet เป็นหนึ่งในโครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) โดยใช้การตลาดเป็นตัวนำและขับเคลื่อน ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน Farm Outlet จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งในการขับเคลื่อนนโยบายการสร้างความเข้มแข็งในระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น พร้อมทั้งเป็นช่องทางการตลาด จุดเชื่อมโยงและกระจายผลผลิตอีกช่องทางหนึ่งของเกษตรกร ในการนำผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปไปวางจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งช่วยให้เกษตรกรมีตลาดจำหน่ายผลผลิต มีรายได้เพิ่มขึ้นและเกิดความยั่งยืนในอาชีพ

เนื่องจากศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน Farm Outlet ที่ได้จัดตั้งขึ้นมาตั้งแต่ปี ๒๕๕๒ - ปัจจุบัน บางศูนย์ยังไม่ได้มีการพัฒนาและปรับปรุงให้ทันสมัย ขาดจุดดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค การบริหารจัดการศูนย์ฯ ยังไม่เป็นระบบและไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง ซึ่งในปัจจุบันพบว่าเกษตรกรและผู้บริโภคยังมีความสับสนและไม่เข้าใจถึงบทบาทที่แท้จริงของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) การสร้างภาพลักษณ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ให้มีความโดดเด่น ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายและสาธารณชน

กรมการค้าภายใน จึงมีความจำเป็นต้องวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) โดยคัดเลือกศูนย์ฯ ที่มีศักยภาพจำนวน ๓๔ ศูนย์ เพื่อพัฒนาศักยภาพให้สามารถรองรับผลผลิตของเกษตรกร มีศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด มีการบริหารจัดการที่ดี รวมถึงมีแผนการปฏิบัติการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ก่อให้เกิดการรับรู้ถึงบทบาทความสำคัญ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น และเกิดทัศนคติอันดีต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) อันจะนำไปสู่การจดจำภาพลักษณ์ที่ดีของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ต่อไปในอนาคต และความยั่งยืนในอาชีพของเกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น และสร้างการยอมรับของผู้บริโภคในระยะยาวอย่างยั่งยืน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อวางแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่มีความชัดเจนของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) และเป็นแนวทางการดำเนินงานในระยะสั้นและระยะยาว

๒.๒ เพื่อสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ที่ชัดเจน โดดเด่น และมีความแตกต่างอย่างเด่นชัด และจดจำชื่อศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ด้วยบทบาทความสำคัญและหน้าที่ที่ถูกต้อง อันเป็นการลดความสับสนกับหน่วยงานอื่นที่ให้บริการในรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน อาทิ ศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP

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

๒.๓ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจในศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ต่อกลุ่มผู้บริโภคในการมาซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์ฯ

๒.๔ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แนวนโยบายและทิศทางในการขับเคลื่อนศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ของผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้อง และสื่อสารกิจกรรมต่างๆ ของศูนย์ฯ ในภาพรวม (Corporate) ไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

๓. คุณสมบัติของผู้มีสิทธิ์เสนองาน

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศและเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๓.๗ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการค้าภายใน ณ 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 ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการป.ป.ช. กำหนด

๓.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานที่เกี่ยวข้องในงานที่จัดจ้างในด้านการจัดอบรม การศึกษาวิจัย และการประชาสัมพันธ์ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๔,๒๐๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านสองแสนบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาเดียวกันโดยตรงกับส่วนราชการหน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือ มาแสดงเพื่อประกอบการพิจารณา และกรมการค้าภายในสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยต้อง

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

แสดงหลักฐานประสบการณ์การปฏิบัติงานที่ผ่านมา ได้แก่ หนังสือรับรองผลการปฏิบัติงานจากหน่วยงาน หรือ สำเนาสัญญาจ้างที่ใช้เป็นผลงานประสบการณ์ดังกล่าว

๔. กลุ่มเป้าหมาย

๔.๑ ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป

๔.๒ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) อาทิ เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน

๔.๓ ผู้ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ในอนาคต

๔.๓ หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔.๔ สื่อมวลชน

๕. ขอบเขตรายละเอียดการดำเนินงาน

ผู้เสนอราคาต้องเสนอแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) จำนวน ๓๔ ศูนย์ ที่มีศักยภาพ ให้มีความโดดเด่น โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ อย่างเป็นระบบ เพื่อนำมากำหนดภาพลักษณ์ใหม่ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) รวมถึงจัดทำแผนการสื่อสารปฏิบัติการด้านประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เพื่อขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก สร้างความรู้ ความเข้าใจ กับกลุ่มเป้าหมาย ก่อให้เกิดการยอมรับ ความร่วมมือ ความสัมพันธ์อันดี รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินงาน อันจะส่งผลให้แผนปฏิบัติงานต่าง ๆ ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ประสบผลสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยผู้เสนอราคา จะต้องนำเสนอทีมบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รวมถึงประสบการณ์ในการบริหารโครงการที่เกี่ยวข้อง ในด้านการสำรวจและวิจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อนำมาปรับภาพลักษณ์หรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับองค์กรขนาดใหญ่ทั้งภาครัฐและ/ภาคเอกชน และจะต้องมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ โดยนำเสนอภายใต้ขอบเขตการดำเนินการ ดังนี้

๕.๑ ด้านการจัดทำแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

๕.๑.๑ ศึกษารวบรวม นโยบายที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ของศูนย์ฯ

๕.๑.๒ รวบรวม สํารวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) อาทิ เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ผู้ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) และตัวแทนผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เพื่อรับฟังความคิดเห็นและนำมาวิเคราะห์ภาพลักษณ์เดิมโดยรวม และเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ โดยรวบรวมข้อมูลที่เคยมีการสำรวจไว้อยู่แล้ว และข้อมูลที่จะทำการสำรวจขึ้นใหม่ในรูปแบบ Focus Group ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย

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

๕.๑.๓ ออกแบบและสำรวจความคิดเห็นของตัวแทนผู้บริโภคที่มีประสบการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ในพื้นที่เป้าหมายไม่น้อยกว่า ๓๔ ศูนย์ รวมไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ราย เพื่อรับฟังความคิดเห็นและนำมาวิเคราะห์ภาพลักษณ์เดิมโดยรวม และเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ใหม่

๕.๑.๔ สำรวจความคิดเห็นหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเจ้าหน้าที่ของกระทรวงพาณิชย์ ที่รับผิดชอบการดำเนินการของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ในพื้นที่เป้าหมาย ไม่น้อยกว่า ๓๔ ศูนย์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ในรูปแบบ Focus Group โดยมีผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๒๐ ราย เพื่อรับฟังความคิดเห็นและนำมาวิเคราะห์ภาพลักษณ์เดิมโดยรวม และเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ใหม่

๕.๑.๕ จัดสัมมนาถ่ายทอดและให้ความรู้เรื่องภาพลักษณ์ใหม่ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) แก่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนผู้ประกอบการศูนย์ Farm Outlet และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๑ ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวนไม่น้อยกว่า ๗๐ คน ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ วัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ๑) จัดหาสถานที่สำหรับจัดสัมมนาถ่ายทอดและให้ความรู้เรื่องภาพลักษณ์ใหม่
- ๒) ออกแบบรูปแบบการจัดกิจกรรม และเนื้อหาในการฝึกอบรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดสัมมนา
- ๓) จัดเตรียมเอกสารประกอบการสัมมนาให้เพียงพอสำหรับผู้เข้าร่วมสัมมนา
- ๔) จัดเตรียมอาหารว่าง อาหารกลางวัน และอาหารเย็น สำหรับผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวนไม่น้อยกว่า ๗๐ คน
- ๕) จัดโต๊ะ และเก้าอี้ ให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมสัมมนา
- ๖) จัดเตรียมเครื่อง LCD Projector พร้อมจอฉาย ให้มีขนาดที่เหมาะสมกับพื้นที่
- ๗) จัดเตรียมอุปกรณ์ชุดเครื่องเสียง พร้อมเจ้าหน้าที่ดูแลให้เพียงพอต่อการสัมมนา
- ๘) จัดหาวิทยากร ดำเนินการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจในภาพลักษณ์ใหม่
- ๙) จัดเตรียมโต๊ะลงทะเบียนพร้อมเจ้าหน้าที่รับลงทะเบียน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน
- ๑๐) จัดหาเจ้าหน้าที่ประจำห้องจัดอบรม เพื่อประสานงานและอำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าร่วมอบรมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน

๕.๑.๖ จัดทำแผน พร้อมประชาสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ในระยะ ๓ เดือน เพื่อเป็นการเปิดตัวภาพลักษณ์ใหม่ต่อกลุ่มเป้าหมาย

๕.๒ ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ใหม่ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

ภายในองค์กร

๕.๒.๑ จัดฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรของกระทรวงพาณิชย์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้ความรู้ความเข้าใจในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ภายใต้ภาพลักษณ์ใหม่ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) และสามารถจัดทำกรประชาสัมพันธ์หน่วยงานของตนเองได้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คน จำนวน ๑ ครั้ง โดยใช้สถานที่ฝึกอบรม ณ กระทรวงพาณิชย์ พร้อมทั้งจัดเตรียมอาหารว่างและอาหารกลางวัน สำหรับผู้เข้าร่วมอบรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชุด

(๑) ประธาน..... *W.S.P.* (๒) กรรมการ..... *M.S.* (๓) กรรมการ..... *S.Hor.aj.*
(๔) กรรมการ..... *Q.M.* (๕) กรรมการ..... *N.N.*

๕.๒.๒ จัดทำคู่มือการใช้งานอัตลักษณ์ใหม่ (Corporate Identity) ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) สำหรับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานต่อไป ในรูปแบบรูปเล่ม จำนวน ๓ ชุด พร้อม CD หรือ DVD

ภายนอกองค์กร

๕.๒.๓ กำหนดข้อความในการสื่อสาร (Tagline) ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อแสดงถึงจุดยืนที่โดดเด่น (Positioning) โดยประมวลผลจากข้อมูลที่ได้จากการศึกษา วิเคราะห์ภาพลักษณ์โดยรวมของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) พร้อมกำหนดแนวทางในการใช้งานอย่างเป็นระบบ

๕.๒.๔ จัดแถลงข่าวเปิดตัวภาพลักษณ์ใหม่ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) จำนวน ๑ ครั้ง มีผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๕๐ คน โดยใช้สถานที่ของกระทรวงพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑) กำหนดรูปแบบและแนวคิดในการจัดงานแถลงข่าว ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ใหม่ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

๒) สร้างสรรค์กิจกรรม ออกแบบและวางผังงาน ให้มีความน่าสนใจและสอดคล้องกับลักษณะงาน

๓) จัดเตรียมที่นั่งรับรองแขก VIP ไม่น้อยกว่า ๖ ที่นั่ง และที่นั่งสำหรับผู้ร่วมงานไม่น้อยกว่า ๕๐ ที่นั่ง

๔) ออกแบบและตกแต่งเวทีขนาดไม่น้อยกว่า ๓ x ๒ เมตร โดยออกแบบเวทีให้มีความสวยงามและสอดคล้องกับการจัดงาน พร้อมใช้เทคนิคให้มีความน่าสนใจ

๕) จัดหาผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียง จำนวน ๑ คน โดยต้องมีการจัดทำบทดำเนินรายการ (Script) และนำเสนอให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเป็นผู้พิจารณาให้ความเห็นชอบ

๖) จัดจุดลงทะเบียน พร้อมตกแต่งให้สวยงาม และจัดเจ้าหน้าที่ประจำจุดลงทะเบียนและเจ้าหน้าที่ต้อนรับ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ คน

๗) จัดหาของที่ระลึกสำหรับแขกรับเชิญ สื่อมวลชน และผู้มาร่วมงานไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้น

๘) จัดหาของว่างและเครื่องดื่มจำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชุด

๙) จัดทำกำหนดการงานแถลงข่าว พร้อมเตรียมคำแถลงให้แก่ประธานและผู้เข้าร่วมงานแถลงข่าว

๑๐) จัดเตรียมประเด็นคำถาม - คำตอบสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหาร และจัดให้มีการสัมภาษณ์ผู้บริหารภายในงานแถลงข่าว

๑๑) บริหารจัดการเชิญและอำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชนในสายที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมงานแถลงข่าว พร้อมจัดทำข่าวแจก (Press Release)

๑๒) จัดทำข่าว/ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือกิจกรรมอื่นในงานแถลงข่าว จำนวน ๒ ครั้ง โดยเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อออนไลน์ต่าง ๆ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นข่าว

๑๓) จัดทำสรุปผลการจัดงานแถลงข่าว ในรูปแบบรูปเล่ม จำนวน ๓ ชุด พร้อม CD หรือ DVD

(๑) ประธาน..... นวส (๒) กรรมการ..... นว (๓) กรรมการ..... สหส ก.
(๔) กรรมการ..... อภ (๕) กรรมการ..... นพ

๕.๒.๕ จัดให้มีการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) โดยเผยแพร่ผ่านสื่อในรูปแบบสื่อบุคคลพิเศษต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์พรีทีวีหรือดิจิทัล จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง

๕.๒.๖ จัดทำข่าว/ภาพข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรมของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน จำนวน ๒ ครั้ง และเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อออนไลน์ต่าง ๆ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นข่าว

ทั้งนี้ เนื้อหาและเอกสารที่ทำการเผยแพร่ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อนดำเนินการ

๕.๓ การพัฒนาภาพลักษณ์ใหม่ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

จัดทำและเสนอรูปแบบแนวทางการตลาดและพัฒนาศูนย์ โดยผู้รับจ้างจะต้องนำผลที่ได้จากการศึกษา สํารวจ ความคิดเห็นในข้อ ๕.๑ ซึ่งทำให้ได้อัตลักษณ์ใหม่ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) นำมาสร้างสรรค์ในการพัฒนาศูนย์เดิม เพื่อให้เกิดการจดจำในภาพลักษณ์ใหม่และกระตุ้นความสนใจให้กับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการที่ศูนย์ โดยคณะกรรมการตรวจรับพัสดุจะเป็นผู้คัดเลือกศูนย์จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ศูนย์ จาก ๓๔ ศูนย์ ที่ประเมินจากศักยภาพการให้บริการหรือจำนวนของผู้มาใช้บริการของสถานที่จัดตั้งศูนย์ ทั้งนี้การตกแต่งและพัฒนาศูนย์กำหนดให้ใช้งบเงินไม่น้อยกว่า ๒๕๐,๐๐๐ บาท/ ศูนย์

๕.๔ การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์ มีรายละเอียดดังนี้

๕.๔.๑ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

๕.๔.๑.๑ จัดทำชุดข้อมูลประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ (Online content) โดยเน้นการสร้างเนื้อหาที่ให้ความรู้เรื่องที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ หรือเนื้อหาอันเป็นประโยชน์อื่นๆ ของศูนย์ฯ Farm Outlet จำนวน ๓๔ ศูนย์ที่มีศักยภาพ โดยนำเสนอเรื่องราวเป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมาย ใน ๓ มุมมอง ได้แก่

๑) มุมมองของกรมฯ เน้นการนำเสนอข้อมูลการประชาสัมพันธ์โครงการฯ และกิจกรรมของกรมฯ ให้มีความเข้าใจถึงความเป็นภาพลักษณ์ใหม่ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) โดยประชาสัมพันธ์คู่ไปกับการนำเสนอวัตถุประสงค์ของโครงการฯ และศูนย์ฯ Farm Outlet พร้อมทั้งนำฐานข้อมูลกลุ่มผู้ผลิต เกษตรกรฯ ที่ทางกรมฯ ได้รวบรวมไว้ มาสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างโครงการเจ้าของศูนย์ Farm outlet กับผู้บริโภค

๒) มุมมองของผู้บริโภค เน้นการนำเสนอในแง่มุมมองความน่าสนใจของศูนย์ Farm outlet แต่ละแห่ง โดยนำเสนอข้อมูลองค์ประกอบที่ส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายสนใจเดินทางมาแวะชมหรือสนใจเข้ามาเลือกซื้อสินค้าของศูนย์ Farm outlet อาทิ การนำเสนอความน่าสนใจของสินค้าภายในศูนย์ฯ Farm Outlet โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอข้อมูลสินค้าที่น่าสนใจของศูนย์ Farm outlet ๓๔ ศูนย์ เพื่อนำมาใช้ประกอบกิจกรรมออนไลน์ สร้างความสนใจให้กลุ่มเป้าหมายที่สนใจจะแวะเข้ามายังศูนย์ฯ Farm Outlet หรือแวะเข้ามายังระบบออนไลน์แคตตาล็อก (Online Catalog) ของ Farm Outlet

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

๓) มุมมองของผู้ประกอบการหรือเกษตรกร สร้างเครื่องมือในช่องทางออนไลน์ ที่ผู้ประกอบการ และ/หรือ เกษตรกรสามารถนำเสนอข้อมูลสินค้าของตนเอง รวมไปถึงข้อมูลการติดต่อเพื่อ ประโยชน์ของตัวผู้ประกอบการ และ/ หรือ เกษตรกรเอง ทั้งในแง่ของการขยายโอกาสในอนาคต และในแง่ของ การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ และ/ หรือเกษตรกร กับกรมฯ และกลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้อง รวบรวมข้อมูลสินค้าที่น่าสนใจของศูนย์ Farm outlet ๓๔ ศูนย์ฯ ที่ได้รับการคัดเลือก เพื่อเป็นกลุ่มศูนย์ ดันแบบสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ เป็นการสร้างช่องทางให้ผู้ประกอบการ และ/หรือ เกษตรกรสามารถ สื่อสารเนื้อหาโดยตรงสู่ผู้บริโภค

๕.๔.๑.๒ ดำเนินการสร้าง Microsite หรือพัฒนาส่วนต่อขยายจาก Microsite ที่มีอยู่เดิม โดยจะต้องประกอบด้วยหน้าเนื้อหาที่น่าสนใจ และหน้านำเสนอรายละเอียดเฉพาะ (Landing page) ของศูนย์ Farm outlet จำนวน ๓๔ ศูนย์ที่มีศักยภาพ เพื่อนำเนื้อหาข้อมูลที่จัดทำขึ้นบน Microsite นี้มาขับเคลื่อนเข้าสู่ กิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ และเพื่อเชื่อมต่อการใช้งานกับ Facebook ของกรมฯ ที่มีชื่อว่า "Farm Outlet Thailand" (<https://www.facebook.com/Farmoutletthailand>)

๕.๔.๑.๓ จัดทำเนื้อหาที่น่าสนใจที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับสินค้าชุมชน หรือ เรื่องราว อื่นๆที่น่าสนใจที่สามารถนำมาสู่การชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในศูนย์ Farm Outlet หรือสนใจในสินค้า ต่างๆของศูนย์ Farm Outlet โดยจัดทำขึ้นบน Microsite ดังกล่าว จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๕ เนื้อหา (Content) ตลอดช่วงระยะเวลาการดำเนินการ โดยเนื้อหาที่น่าสนใจวางบน Microsite จะต้องมีการจัดทำภาพเคลื่อนไหว (Motion) ในรูปแบบ Gif หรือ Animation เพื่อสร้างความแตกต่าง และเพื่อให้เนื้อหามีความน่าสนใจ

๕.๔.๑.๔ จัดทำเนื้อหาแนะนำศูนย์ Farm outlet จำนวน ๓๔ ศูนย์ที่มีศักยภาพ โดยเนื้อหาจะต้องประกอบด้วยชื่อ, สถานที่ตั้ง, ข้อมูลการติดต่อของศูนย์ฯ แต่ละแห่ง ประกอบด้วยข้อมูล สินค้าเด่น พร้อมรายละเอียดสินค้า อาทิชื่อ, รูปภาพสินค้า, คำบรรยายและแหล่งที่มาของสินค้าเหล่านั้น โดย ทำการคัดเลือกสินค้า ๓ รายการ ขึ้นมาเป็นสินค้าที่น่าสนใจที่สุดของศูนย์ฯแต่ละแห่ง

๕.๔.๑.๕ จัดทำ "ชุดเนื้อหาพิเศษ" ที่รวบรวมสินค้าโดดเด่นของศูนย์ Farm outlet โดย นำเนื้อหาสินค้า (ตามข้อ ๕.๔.๑.๔) มานำเสนอเป็นชุดเนื้อหาพิเศษในหัวข้อ "Farm Outlet ที่นี้คุณต้องแวะ" (ชื่อหัวข้อสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ตามแนวทางของการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์และตามความเห็นของคณะ กรรมการฯ) โดยผู้เสนอราคาจะต้องทำการออกแบบ, สร้างสรรค์ พร้อมแสดงภาพตัวอย่าง วิธีการจัดทำเนื้อหา พิเศษชุดนี้ที่น่าสนใจ เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการฯ โดยรายละเอียดการออกแบบชุดเนื้อหาพิเศษนี้ มีดังต่อไปนี้

๑) ชุดเนื้อหาพิเศษนี้ควรออกแบบให้เหมาะกับการแชร์ และมีการออกแบบที่ทำให้ เกิดความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายที่จะแชร์เนื้อหาออกไปยัง Social media ของตนเองเพื่อให้เกิดการ ประชาสัมพันธ์โครงการโดยกลุ่มเป้าหมาย

๒) ชุดเนื้อหาที่สร้างสรรค์ขึ้นนี้จะต้องสื่อสารให้เห็นความน่าสนใจของสินค้าที่ถูก คัดเลือกขึ้นมา (จากข้อ ๕.๔.๑.๔) และสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญของโครงการ "Farm outlet" และมีการออกแบบให้เชื่อมต่อไปยัง Location ของศูนย์ Farm Outlet นั้นๆ หรือช่องทางติดต่อกับศูนย์ Farm Outlet ที่ขายสินค้านั้นๆ

๕.๔.๑.๖ ทุกเนื้อหาที่จัดทำขึ้นจะต้องเหมาะแก่การแชร์ขึ้นบน Social Media และต้อง สามารถแชร์ขึ้นบน Social media สำคัญๆ ได้โดยตรง อาทิเช่น Facebook Line เป็นต้น

(๑) ประธาน..... *วรส* (๒) กรรมการ..... *วศ.* (๓) กรรมการ..... *วศร จ.*
(๔) กรรมการ..... *วศ.* (๕) กรรมการ..... *วศ.*

๕.๔.๑.๗ ดำเนินการบริหารบัญชีผู้ใช้งาน Facebook ของกรมฯ ที่ชื่อว่า "Farm Outlet Thailand" (<https://www.facebook.com/Farmoutletthailand/>) โดยบริหารการแชร์ (Share) การประชาสัมพันธ์และสร้างความรู้จักให้กับบัญชี Facebook ที่สร้างขึ้น พร้อมกับนำเสนอ (post) เนื้อหาที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นบน Microsite หรือเนื้อหาอื่นๆ ที่กรมฯ พิจารณาเห็นสมควร โดยจะต้องนำเสนอให้มีความน่าสนใจ เพื่อให้เกิดการติดตาม

๕.๔.๒ ผู้รับจ้างจะต้องสร้างสรรค์กิจกรรมออนไลน์เพื่อรองรับงานของกรมฯ ภายในที่ไปร่วมทำกิจกรรมกับหน่วยงานอื่นหรือภาคเอกชน หรือตามที่คณะกรรมการเป็นผู้กำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง โดยผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ และนำเสนอ แนวคิด วิธีการ และกลยุทธ์เพื่อให้เกิดความน่าสนใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมแสดงภาพตัวอย่างและคำอธิบายที่จะสร้างความเข้าใจให้กับคณะกรรมการ

๕.๔.๓ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ Farm Outlet และการรับประกันความสำเร็จของโครงการ โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์เนื้อหาที่จัดทำขึ้นบน Facebook ของกรมฯ ที่ชื่อว่า "Farm Outlet Thailand" โดย ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันความสำเร็จของงาน (KPI) โดยมียอดความสำเร็จดังต่อไปนี้

๕.๔.๓.๑ เนื้อหาที่สร้างขึ้นทั้งหมดจะต้องดึงดูดให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย ทำการแชร์เนื้อหาหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของ Microsite ที่พัฒนาขึ้นนี้ บนโซเชียลมีเดีย (ผ่านทาง Line, Facebook หรือ Instagram เป็นต้น) โดยรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐ ครั้ง

๕.๔.๓.๒ การประชาสัมพันธ์ ทางสื่อออนไลน์ โดยประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ในรูปแบบ Ad Banner บน Website จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๕ เว็บไซต์ โดยที่เว็บไซต์ที่นำเสนอจะต้องครอบคลุมหมวดหมู่ดังต่อไปนี้ หมวดหมู่การท่องเที่ยว และ/หรือ เว็บไซต์หมวดหมู่สุขภาพ และ/หรือ เว็บไซต์หมวดบันเทิง และ/หรือ เว็บไซต์หมวดหมู่ข่าว สื่อ และ/หรือ เว็บไซต์หมวดหมู่บ้าน เป็นต้น และจะต้องมีจำนวนการเห็น (Impression) รวมกันแล้วไม่น้อยกว่า ๔๐๐,๐๐๐ ครั้งการเห็น และต้องนำเสนอรายงานผ่านระบบการตรวจสอบโดยระบบที่เชื่อถือได้ อาทิ Google analytics

๕.๔.๓.๓ การเพิ่มยอดถูกใจ (Like) ของ Facebook "Farm Outlet Thailand" ให้กับโครงการนี้ ให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐ คน ให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

๕.๔.๓.๔ เนื้อหา (Content) ที่สร้างขึ้นทั้งหมดนี้จะต้องดึงดูดให้ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมาย ทำการกด "Like" บน "Post" ของเนื้อหาในโซเชียลมีเดียโดยรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ครั้งตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

๕.๔.๓.๕ ส่งมอบรายงานข้อมูลการแชร์ โดยประกอบด้วยข้อมูลบัญชีผู้แชร์ หรือ หมายเลขเครื่อง (อาทิเช่น Facebook ID หรือ IP Address หรือหมายเลข Device Token ของอุปกรณ์มือถือ) หรือส่งมอบข้อมูลรายงานที่ได้มาจากตัวเลขที่อ้างอิงได้ และเชื่อถือได้ว่ามีมีการแชร์เกิดขึ้นจริง

๖. เกณฑ์การพิจารณาผู้มีสิทธิเสนอราคา/ขั้นตอนการตัดสิน

๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๓ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

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

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

๖.๒.๑ นำเสนอประวัติการทำงานและผลงานที่ผ่านมาในงานที่มีลักษณะเดียวกัน และต้องนำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมภาพลักษณ์

๖.๒.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด รูปแบบการดำเนินงาน และรายละเอียดของแต่ละกิจกรรม โดยต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อ และเรียงลำดับตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR)

๖.๒.๓ แผนปฏิบัติงาน/ตารางเวลา (Action plan)

ทั้งนี้ igrma จะนำเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญาประกอบการตรวจรับ

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

๖.๓.๑ ราคาที่ยื่น (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐

๖.๓.๒ คุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

(๑) แผนปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ/แผนการปฏิบัติงาน/ตารางเวลา (Action Plan) (รูปเล่ม) ๑๐ คะแนน

(๒) นำเสนอแนวคิดการสำรวจและสื่อสารภาพลักษณ์ใหม่ของศูนย์ฯ (รูปเล่ม) ๒๐ คะแนน

(๓) นำเสนอแนวคิดการออกแบบภาพลักษณ์ใหม่ของศูนย์ฯ (รูปเล่ม) ๑๐ คะแนน

(๔) การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์ (รูปเล่ม) ๑๐ คะแนน

(๕) ความพร้อมและประสบการณ์ของบริษัทในการดำเนินงาน ๒๐ คะแนน

(๕.๑) ประวัติการทำงาน ทีมบุคลากร และผลงานของผู้เสนอราคา (๕ คะแนน) (รูปเล่ม)

(๕.๒) การนำเสนอแนวคิดในการส่งเสริมภาพลักษณ์ศูนย์ฯจำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน

Farm Outlet ต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการจ้างฯ (๑๕ คะแนน)

คะแนนรวมคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ ๗๐ คะแนน

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

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

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค โดยต้องจัดทำเอกสารในรูปแบบไฟล์ประเภท PDF File ตาวันไหลดลงในระบบฯ และจะต้องมีการนำเสนอ (Present) แนวคิดและรายละเอียดตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) ต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการจ้างฯ อีกครั้งหนึ่ง

๗. ระยะเวลาดำเนินการ

๒๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๘. การส่งมอบงาน การปรับลดค่าจ้าง/ค่าปรับและการชำระเงิน

๘.๑ การส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงินค่าจ้าง แบ่งเป็น ๒ งวด เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามสัญญาครบถ้วน ดังนี้

๘.๑.๑ งวดที่ ๑ ร้อยละ ๕๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตามข้อ ๕.๑ และข้อ ๕.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุดำเนินการตรวจรับเสร็จเรียบร้อย และได้รับความเห็นชอบจากกรรมการค่าภายในแล้ว

๘.๑.๒ งวดที่ ๒ ร้อยละ ๕๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา ภายใน ๒๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตามข้อ ๕.๓ และข้อ ๕.๔ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุดำเนินการตรวจรับเสร็จเรียบร้อย และได้รับความเห็นชอบจากกรรมการค่าภายในแล้ว

โดยการส่งมอบงานในแต่ละครั้ง ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานให้ครบถ้วนตามที่ระบุในสัญญา โดยสรุปผลการดำเนินงาน โดยแสดงรูปภาพและเอกสารหลักฐานประกอบตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) เอกสารประกอบการจัดกิจกรรม และบรรยากาศการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบเอกสาร วีซีดี หรือดีวีดี จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด (ต้นฉบับ ๑ ชุด และสำเนา ๒ ชุด)

๘.๒ ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังกล่าว คณะกรรมการตรวจรับพัสดุจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จและจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ภายในเวลาที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างดำเนินการจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานเกินระยะเวลาที่กำหนด ตามข้อ ๘.๑ หรือ ๘.๒ แล้วแต่กรณี กรมฯ จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา

๘.๓ กรณีผู้รับจ้างดำเนินการจัดงานมีรายละเอียดไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดในสัญญา ผู้ว่าจ้างจะปรับลดเงินค่าจ้างในส่วนที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนดังกล่าวและคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาตั้งแต่วันที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนจนถึงวันที่ดำเนินการแล้วเสร็จหรือถึงวันที่สิ้นสุดของการจัดงานในแต่ละรายการ

๙. งบประมาณในการจัดจ้าง

จำนวน ๘,๔๐๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านสี่แสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

๑๐. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร ๑ กรมการค้าภายใน

(๑) ประธาน..... *ksm* (๒) กรรมการ..... *ks* (๓) กรรมการ..... *Sinorj*
(๔) กรรมการ..... *Qm* (๕) กรรมการ..... *ks*