

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)

โครงการส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) แห่งใหม่

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 จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งในการขับเคลื่อนนโยบายการสร้างความสำเร็จในระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น พร้อมทั้งเป็นช่องทางการตลาด จุดเชื่อมโยงและกระจายผลผลิตอีกช่องทางหนึ่งของเกษตรกร ในการนำผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปไปวางจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งช่วยให้เกษตรกรมีตลาดจำหน่ายผลผลิต มีรายได้เพิ่มขึ้นและเกิดความยั่งยืนในอาชีพ

ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ กรมการค้าภายในมีแผนในการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน Farm Outlet แห่งใหม่ จำนวน ๖ แห่ง เพื่อให้เกษตรกรมีสถานที่จำหน่ายสินค้า มีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น โดยการส่งเสริมและพัฒนาศูนย์แห่งใหม่ จำนวน ๖ แห่ง เพื่อให้เกิดความน่าสนใจมีรูปแบบที่ทันสมัย รวมถึงการสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคให้รู้จักศูนย์ฯ มากขึ้น โดยเข้าไปพัฒนาศักยภาพให้สามารถรองรับผลผลิตของเกษตรกร มีศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด มีการบริหารจัดการที่ดี รวมถึงมีแผนการปฏิบัติการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างให้เกิดการรับรู้ถึงบทบาทความสำคัญสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น และเกิดทัศนคติอันดีต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) แห่งใหม่ อันจะนำไปสู่การจดจำภาพลักษณ์ที่ดีของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ต่อไปในอนาคต และความยั่งยืนในอาชีพของเกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น และสร้างการยอมรับของผู้บริโภคในระยะยาวอย่างยั่งยืน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อให้เกษตรกรมีสถานที่จำหน่ายสินค้า มีการเพิ่มมูลค่าผลผลิต เพิ่มช่องทางการจำหน่าย และสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรเพิ่มขึ้น

๒.๒ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศูนย์ ให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความน่าสนใจ ความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคได้รู้จักศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

๒.๓ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจในศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ต่อกลุ่มผู้บริโภคในการมาซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์ฯ

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

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

๓. คุณสมบัติของผู้มีสิทธิเสนองาน

- 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 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 ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานที่เกี่ยวข้องในงานที่จัดจ้าง ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาเดียวกันโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือ มาแสดงเพื่อประกอบการพิจารณาและกรมการค้าภายในสงวนสิทธิที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยต้องแสดงหลักฐานประสพการณ์ การปฏิบัติงานที่ผ่านมา ได้แก่ หนังสือรับรองผลการปฏิบัติงานจากหน่วยงาน หรือสำเนาสัญญาจ้างที่ใช้เป็นผลงานประสพการณ์ดังกล่าว

๔. กลุ่มเป้าหมาย

- ๔.๑ ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป
- ๔.๒ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับศูนย์ฯ Farm Outlet อาทิ เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน
- ๔.๓ ผู้ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ในอนาคต

(๑) ประธาน.....*หจก*..... (๒) กรรมการ..... (๓) กรรมการ.....*หจก*.....

๕. ขอบเขตรายละเอียดการดำเนินงาน

ผู้เสนอราคาต้องเสนอแนวทางในการส่งเสริมและดำเนินการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) แห่งใหม่ จำนวน ๖ แห่ง (ตามที่กรมการค้าภายในกำหนด) ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจมีความทันสมัย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ต่อกลุ่มผู้บริโภคในการมาซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์ฯ

๕.๑ การส่งเสริมและพัฒนาภาพลักษณ์ใหม่ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

๕.๑.๑ ออกแบบและสำรวจความคิดเห็นของตัวแทนผู้บริโภคที่มีประสบการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ที่เป็นเป้าหมายศูนย์ฯ แห่งใหม่ จำนวน ๖ แห่ง (ตามที่กรมการค้าภายในกำหนด) รวมไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย เพื่อรับฟังความคิดเห็นและนำมาวิเคราะห์ภาพลักษณ์เดิมโดยรวม และเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ใหม่

๕.๑.๒ ออกแบบและตกแต่งสถานที่ศูนย์จำหน่ายจำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) แห่งใหม่ จำนวน ๖ แห่ง โดยผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและตกแต่งให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เพื่อให้เกิดการจดจำในภาพลักษณ์ใหม่และกระตุ้นความสนใจให้กับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการที่ศูนย์ฯ ซึ่งมีรายละเอียดในการปรับปรุงตกแต่ง ดังนี้

๕.๑.๒.๑ ออกแบบและจัดทำป้ายศูนย์ฯ ด้วยวัสดุที่ได้มาตรฐานโดยมีตราสัญลักษณ์ Farm Outlet

๕.๑.๒.๒ ออกแบบและตกแต่งสถานที่ศูนย์ฯ ให้สวยงาม อาทิ การออกแบบชั้นวางสินค้าและอื่นๆ

๕.๑.๒.๓ จัดทำวัสดุ เช่น ชั้นวางสินค้า โต๊ะ และอื่นๆ สำหรับตกแต่งศูนย์ฯ ให้สวยงาม

๕.๑.๒.๔ ผลิตสติ๊กเกอร์ที่มีสัญลักษณ์ Farm Outlet เพื่อติดบรรจุภัณฑ์เด่นภายในร้านอย่างน้อย ๑,๐๐๐ ชิ้น หรือออกแบบและจัดทำบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุสินค้าจำหน่ายภายในศูนย์ฯ

๕.๑.๒.๕ อื่นๆ เช่น ป้ายบอกทางที่มีลักษณะคงทนถาวร

๕.๒ การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์ มีรายละเอียดดังนี้

๕.๒.๑ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

๕.๒.๑.๑ จัดทำชุดข้อมูลประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ (Online content) โดยเน้นการสร้างเนื้อหาที่ให้ความรู้เรื่องที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ หรือเนื้อหาอันเป็นประโยชน์อื่นๆ ของศูนย์ฯ Farm Outlet จำนวน ๖ แห่ง โดยนำเสนอเรื่องราวเป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมายใน ๓ มุมมอง

๑) มุมมองของกรมฯ เน้นการนำเสนอข้อมูลการประชาสัมพันธ์โครงการฯ และกิจกรรมของกรมฯ ให้มีความเข้าใจถึงความเป็นภาพลักษณ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

๒) มุมมองของผู้บริโภค เน้นการนำเสนอในแง่มุมมองของความน่าสนใจของศูนย์ Farm outlet แต่ละแห่ง โดยนำเสนอข้อมูลองค์ประกอบที่ส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายสนใจเดินทางมาแวะชมหรือสนใจเข้ามาซื้อสินค้าของศูนย์ Farm outlet อาทิ การนำเสนอความน่าสนใจของสินค้าที่น่าสนใจของศูนย์ฯ Farm Outlet โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอข้อมูลสินค้าที่น่าสนใจของศูนย์ Farm outlet แห่งใหม่ ๖ แห่ง เพื่อนำมาใช้ประกอบกิจกรรมออนไลน์ สร้างความสนใจให้กลุ่มเป้าหมายที่สนใจจะแวะเข้ามายังศูนย์ฯ Farm Outlet หรือแวะเข้ามายังระบบออนไลน์แคตตาล็อก (Online Catalog) ของ Farm Outlet

(๑) ประธาน..... *พรณ* (๒) กรรมการ..... (๓) กรรมการ..... *โนน*

๓) มุมมองของผู้ประกอบการหรือเกษตรกร โดยการสร้างเครื่องมือทางด้านออนไลน์ที่ผู้ประกอบการ และ/หรือ เกษตรกรสามารถนำเสนอข้อมูลสินค้าของตนเอง รวมไปถึงข้อมูลการติดต่อเพื่อประโยชน์ของตัวผู้ประกอบการ และ/หรือ เกษตรกรเอง ทั้งในแง่ของการขยายโอกาสทางการตลาดในอนาคต และในแง่ของการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ และ/หรือเกษตรกร กับกรมฯ และกลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้อง รวบรวมข้อมูลสินค้าที่น่าสนใจของศูนย์ Farm outlet แห่งใหม่ จำนวน ๖ แห่ง และการสร้างช่องทางให้ผู้ประกอบการ และ/หรือ เกษตรกรสามารถสื่อสารเนื้อหาโดยตรงสู่ผู้บริโภค

๕.๒.๑.๒ ดำเนินการสร้าง Microsite หรือพัฒนาส่วนต่อขยายจาก Microsite เดิมที่มีของโครงการ โดยจะต้องประกอบด้วยหน้าเนื้อหาที่น่าสนใจ และหน้านำเสนอรายละเอียดเฉพาะ (Landing page) ของศูนย์ Farm outlet แห่งใหม่ เพื่อนำเนื้อหาข้อมูลที่จัดทำขึ้นบน Microsite นี้มาขับเคลื่อนเข้าสู่กิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ และเพื่อเชื่อมต่อการใช้งานกับ Facebook ของกรมฯ ที่ชื่อว่า "Farm Outlet Thailand" (<https://www.facebook.com/Farmoutletthailand>)

๕.๒.๑.๓ จัดทำเนื้อหาที่น่าสนใจที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับสินค้าชุมชน หรือ เรื่องราวอื่นๆ ที่น่าสนใจที่สามารถนำมาสู่การชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในศูนย์ Farm Outlet หรือสนใจในสินค้าต่างๆ ของศูนย์ Farm Outlet โดยจัดทำขึ้นบน Microsite ดังกล่าว จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ เนื้อหา (Content) ตลอดช่วงระยะเวลาการดำเนินการ โดยเนื้อหาที่น่าสนใจวางบน Microsite จะต้องมีการจัดทำภาพเคลื่อนไหว (Motion) ในรูปแบบ Gif หรือ Animation เพื่อสร้างความแตกต่าง และเพื่อให้เนื้อหามีความน่าสนใจ

๕.๒.๑.๔ จัดทำเนื้อหาแนะนำศูนย์ Farm outlet แห่งใหม่ จำนวน ๖ แห่ง โดยเนื้อหาจะต้องประกอบด้วยชื่อ, สถานที่ตั้ง, ข้อมูลการติดต่อของศูนย์ฯ ข้อมูลสินค้าเด่น พร้อมรายละเอียดสินค้า อาทิ ชื่อ, รูปถ่ายสินค้า, คำบรรยายและแหล่งที่มาของสินค้าเหล่านั้น โดยทำการคัดเลือกสินค้า ๓ รายการ ขึ้นมา เป็นสินค้าที่น่าสนใจที่สุดของศูนย์แต่ละแห่ง

๕.๒.๑.๕ จัดทำ "ชุดเนื้อหาพิเศษ" ที่รวบรวมสินค้าโดดเด่นของศูนย์ Farm outlet โดยนำเนื้อหาสินค้า (ตามข้อ ๕.๒.๑.๔) มานำเสนอเป็นชุดเนื้อหาพิเศษในหัวข้อ "Farm Outlet ที่นี้คุณต้องแวะ" (ชื่อหัวข้อสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ตามแนวทางของการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์และตามความเห็นของคณะกรรมการฯ) โดยผู้เสนอราคาจะต้องทำการออกแบบ, สร้างสรรค์ พร้อมแสดงภาพตัวอย่าง วิธีการจัดทำเนื้อหาพิเศษชุดนี้ที่น่าสนใจ เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการฯ โดยรายละเอียดการออกแบบชุดเนื้อหาพิเศษนี้ มีดังต่อไปนี้

๑) ชุดเนื้อหาพิเศษนี้ควรออกแบบให้เหมาะกับการแชร์ และมีการออกแบบที่ทำให้เกิดความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายที่จะแชร์เนื้อหาออกไปยัง Social media ของตนเองเพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์โครงการ

๒) ชุดเนื้อหาที่สร้างสรรค์ขึ้นนี้จะต้องสื่อสารให้เห็นความน่าสนใจของสินค้าที่ถูกคัดเลือกขึ้นมา (จากข้อ ๕.๒.๑.๔) และสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญของโครงการ "Farm outlet" และมีการออกแบบให้เชื่อมต่อไปยัง Location ของศูนย์ Farm Outlet นั้นๆ หรือช่องทางติดต่อกับศูนย์ Farm Outlet ที่ขายสินค้านั้นๆ

๕.๒.๑.๖ ทุกเนื้อหาที่จัดทำขึ้นจะต้องเหมาะแก่การแชร์ขึ้นบน Social Media และต้องสามารถแชร์ขึ้นบน Social media สำคัญๆ ได้โดยตรง อาทิเช่น Facebook Line เป็นต้น

(๑) ประธาน.....*หวม*..... (๒) กรรมการ..... (๓) กรรมการ.....*โหวง*.....

๕.๒.๒ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ Farm Outlet และการรับประกันความสำเร็จของโครงการ โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์เนื้อหาที่จัดทำขึ้นบน Facebook ของกรมฯ ที่ชื่อว่า “Farm Outlet Thailand” โดยผู้รับจ้างจะต้องรับประกันความสำเร็จของงาน (KPI) โดยมียอดความสำเร็จดังต่อไปนี้

๕.๒.๒.๑ เนื้อหาที่สร้างขึ้นทั้งหมดจะต้องดึงดูดให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายทำการแชร์ หรือกดไลค์ เนื้อหาหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของ Microsite ที่พัฒนาขึ้นนี้ บนโซเชียลมีเดีย (ผ่านทาง Line, Facebook หรือ Instagram เป็นต้น) โดยรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ครั้ง

๕.๒.๒.๒ การประชาสัมพันธ์ ทางสื่อออนไลน์ โดยประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ในรูปแบบ Ad Banner บน Website จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๕ เว็บไซต์ โดยที่เว็บไซต์ที่นำเสนอจะต้องครอบคลุมหมวดหมู่ ดังต่อไปนี้ หมวดหมู่การท่องเที่ยว และ/หรือ เว็บไซต์หมวดหมู่สุขภาพ และ/หรือ เว็บไซต์หมวดหมู่บันเทิง และ/หรือ เว็บไซต์หมวดหมู่ข่าว สื่อ และ/หรือ เว็บไซต์หมวดหมู่บ้าน เป็นต้น และจะต้องมีจำนวนการเห็น (Impression) รวมกันแล้วไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ครั้งการเห็น และต้องนำเสนอรายงานผ่านระบบการ ตรวจสอบโดยระบบที่เชื่อถือได้ อาทิ Google analytics

๕.๒.๒.๓ เนื้อหา(Content) ที่สร้างขึ้นทั้งหมดนี้จะต้องดึงดูดให้ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมาย ทำการกด "Like" บน "Post" ของเนื้อหาโซเชียลมีเดียโดยรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ ครั้ง ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

๕.๒.๒.๔ ส่งมอบรายงานข้อมูลการแชร์ โดยประกอบด้วยข้อมูลบัญชีผู้แชร์ หรือ หมายเลข เครื่อง (อาทิเช่น Facebook ID หรือ IP Address หรือหมายเลข Device Token ของอุปกรณ์มือถือ) หรือส่งมอบ ข้อมูลรายงานที่ได้มาจากตัวเลขที่อ้างอิงได้ และเชื่อถือได้ว่าการแชร์เกิดขึ้นจริง

๕.๓ การประชาสัมพันธ์ทางสื่ออื่นๆ



๕.๓.๑ ออกแบบจัดทำแผ่นพับของศูนย์แต่ละแห่ง จำนวนแห่งละ ๕๐๐ แผ่น โดยในแผ่นพับ จะต้องมีการทำฟังก์ชันการรองรับ QR CODE เพื่อเชื่อมโยง Facebook ของกรมฯ ที่ชื่อว่า “Farm Outlet Thailand” ที่ได้จัดทำขึ้นแล้วนำมาเผยแพร่ต่อไป

๕.๓.๒ พุดประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุของศูนย์แต่ละแห่ง แห่งละไม่น้อยกว่า ๕ วัน รวมจำนวน แห่งละไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง ในช่วงเวลาที่เป็นที่นิยมของผู้ฟังผ่านคลื่นวิทยุที่ได้รับความนิยมระบบ FM ในท้องถิ่น

๖. เกณฑ์การพิจารณาผู้มีสิทธิเสนอราคา/ขั้นตอนการตัดสิน

๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ใน ข้อ ๓ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

๖.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค โดยผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งต้องสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของงานที่จ้างและต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อและเรียงลำดับตามขอบเขตการจ้าง (TOR) คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จึงจะนำข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปพิจารณาให้ คะแนนตามข้อ ๖.๓ โดยต้องจัดทำเอกสารในรูปแบบไฟล์ประเภท PDF File รวมทั้งผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องและชัดเจนของเอกสาร PDF File ที่จะใช้เสนอราคาให้แล้วเสร็จ ก่อนกำหนด วันยื่นเสนอราคา โดยเอกสาร PDF File ของข้อเสนอทางเทคนิคต้องมีรายละเอียดเนื้อหาต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

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

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 ส่วนราชการจะใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ดังนี้

๖.๓.๑ ราคาที่ยื่น (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐

๖.๓.๒ คุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

(๑) แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาของศูนย์	๒๕ คะแนน
(๒) การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์	๒๐ คะแนน
(๓) การประชาสัมพันธ์ทางสื่ออื่นๆ	๑๕ คะแนน
(๔) ความพร้อมและประสบการณ์ของบริษัทในการดำเนินงาน	๑๐ คะแนน
(๔.๑) ประวัติและผลงานของผู้เสนอราคา	๕ คะแนน
(๔.๒) ประสบการณ์ของบริษัท	๕ คะแนน
คะแนนรวมคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ	๗๐ คะแนน

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

๗. ระยะเวลาดำเนินการ

๑๘๐ 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 และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุดำเนินการตรวจรับเสร็จเรียบร้อย และได้รับความเห็นชอบจากกรมการค้าภายในแล้ว

๘.๑.๒ งวดที่ ๒ ร้อยละ ๕๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตามข้อ ๕.๒ และ ๕.๓ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุดำเนินการตรวจรับเสร็จเรียบร้อย และได้รับความเห็นชอบจากกรมการค้าภายในแล้ว

(๑) ประธาน..... *พจน* (๒) กรรมการ..... (๓) กรรมการ..... *วิญ*

