

รายละเอียดและขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (TOR)

โครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒  
กิจกรรมรณรงค์และประชาสัมพันธ์แนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้”

๑. หลักการและเหตุผล

กรมการค้าภายในมีพันธกิจในการเสริมสร้างความรู้ให้แก่ประชาชนในการบริโภคสินค้าและบริการ รวมทั้งการรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเอง และบริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) และพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี โดยส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภค และเผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเองผ่านช่องทางทางสารสมัยใหม่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภค และส่งเสริมการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมของภาครัฐ ประกอบกับปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายเน้นแนวทางประชารัฐ คือ การทำงานร่วมกันของประชาชนและเจ้าหน้าที่รัฐเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการสร้าง “เครือข่ายประชารัฐ” ในทุกด้าน ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงและเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเข้าด้วยกัน สำหรับหัวใจสำคัญของยุทธศาสตร์ “ประชารัฐ” คือ การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกคน เนื่องจากการแก้ปัญหา การปฏิรูป และการพัฒนาประเทศในทุกๆ ด้านจะสำเร็จหรือเห็นผลเป็นรูปธรรมไม่ได้เลย หากขาดซึ่งความร่วมมือร่วมใจและการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชน เจ้าหน้าที่รัฐ และรัฐบาล จึงได้ดำเนินงาน “โครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน” อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยมีคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนของกรมการค้าภายในร่วมเสนอข้อคิดเห็น แนวทางการดำเนินงาน และร่วมพิจารณาการกำหนดกิจกรรมรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ พิจารณาจัดทำโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ภายใต้แนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” โดยนำโครงการตามภารกิจของกรมในด้านต่างๆ มาเป็นเครื่องมือ ซึ่งเป็นการดำเนินกิจกรรมต่อเนื่องจากปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ เพื่อขยายกิจกรรมไปยังส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อเสริมสร้างความรู้ให้แก่ภาคประชาชนในการบริโภคสินค้าและบริการ เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภค รวมทั้งการรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเองในระดับที่มากขึ้น

๒.๒ เพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ตามภารกิจของกรมการค้าภายใน ที่จะช่วยลดภาระค่าครองชีพ และพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ให้ประชาชนผู้บริโภคได้รู้จักมากขึ้น เพื่อนำโครงการเหล่านี้ไปใช้เป็นเครื่องมือในการ “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” เพื่อเป็นผู้บริโภคยุคใหม่ที่สามารถลดภาระค่าครองชีพได้อย่างยั่งยืน

๒.๓ เพื่อสร้างเครือข่ายและขยายกลุ่มเป้าหมายของภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ตามภารกิจของกรมการค้าภายใน

๓. กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนผู้บริโภคทั่วประเทศ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวในตลาดประชารัฐต้องชม

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

#### ๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการจัดกิจกรรมตามขอบเขตการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

๔.๑ นำเสนอรูปแบบ (Theme) การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โดยการเดินรณรงค์ (Troop) ณ ตลาดประชารัฐต้องชม ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดซึ่งเป็นตัวแทนของภูมิภาค จำนวน ๔ ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ตลาดๆ ละ ๑ ครั้ง (รายชื่อตลาดประชารัฐต้องชมเป็นไปตามที่กรมการค้าภายในกำหนด และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม) โดยรูปแบบ (Theme) กิจกรรมดังกล่าวต้องประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

๔.๑.๑ ให้ความรู้ในเรื่องสิทธิและการรักษาสิทธิของผู้บริโภค ได้แก่ การปิดป้ายแสดงราคาสินค้าและบริการ ทั้งการจำหน่ายรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ การใช้เครื่องชั่งตวงวัดที่ถูกต้องเที่ยงตรง และช่องทางการร้องเรียนเมื่อพบพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรมทางการค้า พร้อมสร้างการรับรู้และเข้าใจแนวคิด (Concept) “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้”

๔.๑.๒ ให้งานวิสัย “ผู้ค้าต้นแบบ” แก่ผู้ประกอบการในตลาดประชารัฐต้องชมที่ไปจัดกิจกรรม ที่ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายของกรมการค้าภายใน เช่น ปิดป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน ใช้เครื่องชั่งที่ถูกต้องเที่ยงตรง เป็นต้น เพื่อเป็นตัวอย่างแก่ผู้ประกอบการรายอื่นๆ และเพื่อให้ผู้ประกอบการดังกล่าวเป็นเครือข่ายของกรมฯ ต่อไป (ผู้ประกอบการค้าที่จะได้รับรางวัลคัดเลือกโดยกรมการค้าภายใน)

๔.๑.๓ ประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ในความรับผิดชอบและส่งเสริมของกรมการค้าภายในเพื่อเป็นเครื่องมือในการลดค่าครองชีพให้ประชาชนผู้บริโภคได้รับทราบ เช่น โครงการร้านอาหารหนูณิชย์ โครงการธงฟ้าราคาประหยัด โครงการธงฟ้าประชารัฐ โครงการตลาดประชารัฐต้องชม โครงการน้ำมันเติมลิตร เป็นต้น (โดยกรมการค้าภายในเป็นผู้กำหนดโครงการฯ และสนับสนุนข้อมูลในการใช้ประชาสัมพันธ์)

๔.๑.๔ เชิญชวนประชาชน ผู้ซื้อ ผู้ขาย และนักท่องเที่ยว ให้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรม เช่น เล่นเกมชิงรางวัล, สแกน QR code เข้ามากด Like เฟซบุ๊กแฟนเพจของโครงการฯ เพื่อร่วมเป็นเครือข่ายของกรมการค้าภายใน, กด Like กด Share เนื้อหา (Content) หรือสื่อประชาสัมพันธ์ทาง Social Media ของโครงการฯ, เช็กอินหรือโพสต์รูปถ่ายการร่วมกิจกรรม ณ สถานที่จัดกิจกรรมเพื่อร่วมลุ้นรับของรางวัล เป็นต้น

๔.๑.๕ มีผู้สนใจเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน/ครั้ง

๔.๑.๖ ดำเนินการติดต่อประสานงานกับสถานที่จัดกิจกรรม จัดเตรียมสถานที่และวัสดุอุปกรณ์สำหรับการจัดกิจกรรม

๔.๒ ผู้เสนอราคาจะต้องออกแบบและจัดหาวัสดุอุปกรณ์ เพื่อใช้ในการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

๔.๒.๑ ออกแบบและผลิต Backdrop ๓x๓ ช่อง ขนาดสูงไม่น้อยกว่า ๒๓๐ เซนติเมตร กว้างไม่น้อยกว่า ๓๔๐ เซนติเมตร พร้อมกระเป่าและไฟส่องสว่าง จำนวน ๑ ชุด

๔.๒.๒ ออกแบบและผลิตเกมที่ใช้ในกิจกรรมการเดินรณรงค์ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับภารกิจและโครงการต่างๆ ของกรมแก่ผู้ร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ เกม

๔.๒.๓ ออกแบบและผลิตป้ายสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการเดินรณรงค์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ป้าย ขนาดไม่น้อยกว่า ๔๐x๖๐ เซนติเมตร

๔.๒.๔ ออกแบบและผลิตของที่ระลึกสำหรับใช้ในการจัดกิจกรรม ได้แก่ กระเป่า (ที่ทำจากผ้าหรือวัสดุอื่นที่สามารถใช้ซ้ำได้เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก) ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๐x๑๒ นิ้ว สกรีน ๔ สี ไม่น้อยกว่า ๑ จุด จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ใบ

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

- ๔.๒.๕ จัดหาของรางวัลสำหรับผู้เล่นเกม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้น/กิจกรรม ๑ ครั้ง
- ๔.๒.๖ จัดหาของรางวัลที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล “ผู้ค้าต้นแบบ” จำนวนตลาดละไม่น้อยกว่า ๒ รางวัล รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ รางวัล โดยไม่รวมอยู่ในของรางวัลสำหรับผู้เล่นเกม
- ๔.๒.๗ จัดหาชุดเครื่องเสียงประจำจุดที่ตั้งบูธกิจกรรม จำนวน ๑ ชุด และชุดเครื่องเสียงที่สามารถเคลื่อนที่ได้สำหรับเดินประชาสัมพันธ์บริเวณรอบตลาด จำนวน ๑ ชุด
- ๔.๒.๘ จัดหาพิธีกร (MC) ครั้งละไม่น้อยกว่า ๑ คน (ต้องนำเสนอให้เลือกไม่น้อยกว่า ๒ คน)
- ๔.๒.๙ จัดหาเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ (Pretty) ครั้งละไม่น้อยกว่า ๒ คน
- ๔.๒.๑๐ จัดหาเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ครั้งละไม่น้อยกว่า ๕ คน
- ๔.๒.๑๑ จัดหาอุปกรณ์สำหรับประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เฟซบุ๊กแฟนเพจ “รวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน” และ “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” อาทิ Ipad หรือ Tablet จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ เครื่อง/ครั้ง พร้อมอินเทอร์เน็ต
- ๔.๒.๑๒ จัดหาช่างภาพ ครั้งละไม่น้อยกว่า ๑ คน เพื่อบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวบรรยากาศการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง พร้อมติดต่อเป็นคลิปรีดิโอใช้ประชาสัมพันธ์ใน Social Media
- ๔.๓ การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมใน Social Media มีรายละเอียดดังนี้
- ๔.๓.๑ ปฏิบัติหน้าที่เป็น Admin เฟซบุ๊ก “รวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน” และ “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” ซึ่งเป็นช่องทาง Social Media ของโครงการฯ ตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการฯ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ผ่านช่องทาง Social Media
- ๔.๓.๒ ออกแบบและจัดทำเนื้อหา (content) ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมในรูปแบบที่น่าสนใจ และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและภารกิจของกรมการค้าภายใน, การให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคและการรักษาสิทธิรวมถึงช่องทางการร้องเรียน, การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ถึงโครงการต่างๆ ของกรมการค้าภายใน, การให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิด “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้”, การเชิญชวนหรือแจ้งข่าวสารการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง เป็นต้น (โดยเนื้อหาต้องผ่านความเห็นชอบจากกรมการค้าภายในก่อนโพสต์) เพื่อโพสต์ในสื่อ Social Media ของโครงการฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ content/สัปดาห์ ตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการฯ
- ๔.๓.๓ กิจกรรมประชาสัมพันธ์การเดินรณรงค์แต่ละครั้งใน Social Media ประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้
- ๑) Live สด กิจกรรมการเดินรณรงค์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ “รวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน” จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
  - ๒) สร้างกิจกรรมเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและกด Like เฟซบุ๊กแฟนเพจ “รวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน” เพื่อร่วมเป็นเครือข่ายของกรมฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ กิจกรรม
  - ๓) โพสต์เชิญชวนให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมก่อนถึงวันจัดกิจกรรมล่วงหน้าอย่างน้อย ๒ วัน
  - ๔) โพสต์ประมวลภาพนิ่งการจัดกิจกรรมเดินรณรงค์แต่ละครั้ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ โพสต์
  - ๕) โพสต์คลิปรีดิโอภาพเคลื่อนไหวการจัดกิจกรรมเดินรณรงค์หลังจบกิจกรรมในแต่ละครั้ง ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คลิป

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

#### ๔.๓.๔ ผู้เสนอราคาต้องรับประกันความสำเร็จของงาน (KPI) ดังนี้

๑) มีจำนวนผู้กด Like แฟนเพจเฟซบุ๊ก “รวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน” เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๗,๐๐๐ Like ตลอดระยะเวลาการจัดทำโครงการฯ

๒) มีจำนวนการ Like และ Share โพสต์ เนื้อหา(content) ภาพ คลิปวิดีโอ หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของกิจกรรมรวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ครั้ง ตลอดระยะเวลาการจัดทำโครงการฯ

หมายเหตุ : รายละเอียดในการดำเนินงานทั้งหมด สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมการค้าภายในก่อน

#### ๕. คุณสมบัติของผู้มีสิทธิเสนอราคา

๕.๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างตามลักษณะงานที่จ้าง

๕.๒ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุงบชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๕.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นๆ และ/หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการจัดจ้างครั้งนี้

๕.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้รับเอกลิขสิทธิ์หรือความคุ้มครองซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มครองเช่นว่านั้น

๕.๕ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์หรือการจัดกิจกรรมรณรงค์ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ บาท โดยเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือ

๕.๖ ผู้เสนอราคาจะต้องปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำและแสดงบัญชีรายการรับจ่ายของโครงการที่บุคคลหรือนิติบุคคลเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๔ โดยกำหนดให้คู่สัญญาต้องปฏิบัติ ดังนี้

๕.๖.๑ บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายการรับจ่ายหรือแสดงบัญชีรายการรับจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๕.๖.๒ บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ ซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๕.๖.๓ คู่สัญญาต้องรับจ่ายเงินผ่านบัญชีเงินฝากธนาคาร เว้นแต่การรับจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจรับจ่ายเป็นเงินสดได้

#### ๖. เกณฑ์การพิจารณาผู้มีสิทธิเสนอราคา/ขั้นตอนการตัดสินใจ

๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๕ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

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

๖.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค โดยผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานที่จ้างและต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อและเรียงลำดับตามขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (TOR) คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จึงจะนำข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปพิจารณาให้คะแนนตามข้อ ๖.๓ โดยต้องจัดทำเอกสารในรูปแบบไฟล์ประเภท PDF File รวมทั้งผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องและชัดเจนของเอกสาร PDF File ที่จะใช้เสนอราคาให้แล้วเสร็จก่อนกำหนดวันยื่นเสนอราคา โดยเอกสาร PDF File ของข้อเสนอทางเทคนิคต้องมีรายละเอียดเนื้อหาต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

๖.๒.๑ นำเสนอประวัติการทำงานและผลงานที่ผ่านมาในงานที่มีลักษณะเดียวกัน

๖.๒.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด รูปแบบการดำเนินงาน และรายละเอียดของแต่ละกิจกรรม โดยต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อ และเรียงลำดับตามขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (TOR)

๖.๒.๓ แผนการปฏิบัติงาน/ตารางเวลา (Action plan)

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

๖.๓.๑ ข้อเสนอด้านราคา (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐

๖.๓.๒ ข้อเสนอด้านคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

|   |                 |
|---|-----------------|
| ๑) ความน่าสนใจ ความคิดสร้างสรรค์ ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการฯ ของรูปแบบการจัดกิจกรรม/รูปแบบเกม และจำนวนครั้งในการจัดกิจกรรมที่นำเสนอ | ๓๐ คะแนน        |
| ๒) ความเหมาะสมและความคุ้มค่าของของที่ระลึกและของรางวัลที่นำเสนอ   | ๑๕ คะแนน        |
| ๓) รูปแบบกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ใน Social Media   | ๑๕ คะแนน        |
| ๔) ผลงานที่ผ่านมาและประสบการณ์การจัดกิจกรรมรณรงค์   | ๕ คะแนน         |
| ๕) ข้อเสนอเพิ่มเติมอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการ  | ๕ คะแนน         |
| <b>คะแนนรวมคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ</b>   | <b>๗๐ คะแนน</b> |

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

๗. ระยะเวลาการดำเนินการ

๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

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

## ๘. การส่งมอบงานและการชำระเงิน

๘.๑ การส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการ ดังนี้

๘.๑.๑ สรุปผลการจัดกิจกรรม โดยแสดงรูปภาพและเอกสารหลักฐานประกอบตามขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (TOR) เอกสารหลักฐานประกอบการจัดกิจกรรม และบรรยากาศการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบเอกสาร รูปถ่าย วีซีดี หรือดีวีดี และอื่นๆ รวมทั้งไฟล์คลิปปิดไอสูรบุรยากาศการจัดกิจกรรมทุกตลาด และไฟล์ต้นฉบับสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดที่ได้ออกแบบและจัดทำ เพื่อให้กรมฯ สามารถนำไปใช้งานต่อไป จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชุด (ฉบับจริง ๑ ชุด และสำเนา ๑ ชุด)

๘.๑.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานตามที่ระบุในสัญญาภายใน ๑๕ วันทำการ นับถัดจากวันสิ้นสุดการจัดกิจกรรมครั้งสุดท้าย เพื่อประกอบการตรวจรับของคณะกรรมการ

๘.๒ การชำระเงิน กรมการค้าภายในจะจ่ายชำระเงินค่าจ้างงวดเดียว เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการจัดกิจกรรมเสร็จสิ้น ครบถ้วนถูกต้องตามสัญญาจ้าง และคณะกรรมการได้ตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว

## ๙. การปรับลดค่าจ้าง/ค่าปรับ

๙.๑ กรณีผู้รับจ้างดำเนินการจัดกิจกรรมที่มีรายละเอียดไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดในสัญญา ผู้ว่าจ้างจะปรับลดค่าจ้างในส่วนที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนดังกล่าวและจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาตั้งแต่วันที่เริ่มดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วน จนถึงวันที่ดำเนินการแล้วเสร็จที่ถูกต้องหรือครบถ้วนหรือวันสิ้นสุดการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง

๙.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานภายใน ๑๕ วันทำการ นับจากวันสิ้นสุดสัญญาจ้าง หากพ้นกำหนดดังกล่าวแล้ว กรมการค้าภายในจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญาจ้าง

๙.๓ ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังกล่าว คณะกรรมการจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จ และจัดส่งให้คณะกรรมการภายในเวลาที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างดำเนินการจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานเกินระยะเวลาที่กำหนด กรมการค้าภายในจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา

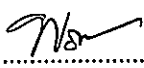
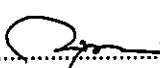
## ๑๐. วงเงินงบประมาณ

วงเงินงบประมาณ ๘๐๐,๐๐๐ บาท (แปดแสนบาทถ้วน) โดยราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แล้ว

## ๑๑. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองสารสนเทศและแผนงานการค้าในประเทศ กรมการค้าภายใน

\*\*\*\*\*

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