

ขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (Term of Reference: TOR)

จัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพ “ตลาดท่องเที่ยว”

กลุ่มที่ ๑ ภาคเหนือ

๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาปรับปรุงตลาดที่มีศักยภาพเหมาะสมในการต่อยอดทางการค้าให้มีความพร้อมเป็นสถานที่รวบรวม และจำหน่ายสินค้าจากภาคการผลิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ยกกระดับในเชิงท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปให้เกิดความต้องการไปท่องเที่ยวและใช้จ่ายยังตลาดต่างๆ

๑.๒ เพื่อสร้างการรับรู้การเป็นตลาดท่องเที่ยวตามนโยบายรัฐบาล พร้อมนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตลาดและชุมชน ทั้งในแง่ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และสินค้าของดีของเด่นของชุมชน และประชาสัมพันธ์ให้เป็นรู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศในวงกว้าง

๑.๓ เพื่อกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกให้เกิดการท่องเที่ยวเมืองไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในตลาดประชารัฐ ต้องชม ซึ่งเป็นตลาดของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชนที่น่าสนใจ อันจะเป็นการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากตามนโยบายของรัฐบาล

๒. เป้าหมาย/พื้นที่ดำเนินการ

ตลาดประชารัฐต้องชมที่มีศักยภาพที่กรมฯ พิจารณาคัดเลือกและยกกระดับให้เป็น “ตลาดท่องเที่ยว” กลุ่มที่ ๑ จังหวัดภาคเหนือ จำนวน ๓ แห่ง ได้แก่ ๑) จังหวัดเพชรบูรณ์ ๒) จังหวัดตาก และ ๓) จังหวัดอุตรดิตถ์

๓. วิธีดำเนินการ

จัดหานิตិบุคคลผู้มีอาชีพและความเชี่ยวชาญด้านการจัดงานและประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดงาน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้การเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นการยกระดับตลาดประชารัฐต้องชมที่มีศักยภาพให้เป็นตลาดสำหรับการท่องเที่ยวของคนทุกเพศทุกวัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในภูมิภาค ช่วยสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เสริมเม็ดเงินให้หมุนเวียนให้ระบบเศรษฐกิจชุมชน อันก่อให้เกิดความเข้มแข็งของเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างมั่นคง มั่นคั่ง และยั่งยืนอย่างแท้จริง ซึ่งผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตามขอบเขตการดำเนินงานในพื้นที่เป้าหมาย ทั้งนี้ จะต้องนำเสนอรูปแบบ แนวคิด แนวทางการดำเนินงานในทุกกิจกรรมให้กรรมการค้าภายในเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

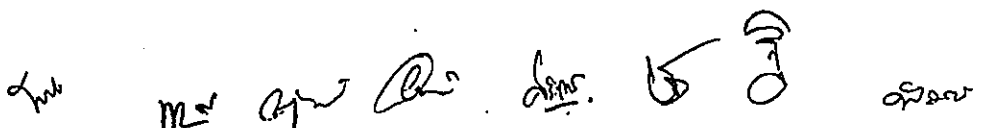
๔.๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจัดจ้างงานตามที่กรมการค้าภายในกำหนด

๔.๒ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการ และได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๔.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการค้าภายใน ณ วันประกาศการจ้างงาน หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในครั้งนี้

๔.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

๔.๕ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด



๔.๖ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีหนังสือรับรองผลงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน จัดกิจกรรม หรือ นิทรรศการ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒๙๗,๐๐๐ บาท (สองแสนเก้าหมื่นเจ็ดพันบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญา โดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมาย บัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือมาแสดง เพื่อประกอบการพิจารณา

๔.๗ ผู้เสนอราคาจะต้องปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำและแสดงบัญชีรายการรับจ่ายของโครงการที่บุคคลหรือนิติบุคคลเป็นคู่สัญญากับ หน่วยงานของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๔ โดยกำหนดให้คู่สัญญาต้องปฏิบัติ ดังนี้

๔.๗.๑ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายการรับจ่ายหรือแสดง บัญชีรายการรับจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๔.๗.๒ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๔.๘ คู่สัญญาต้องรับจ่ายเงินผ่านบัญชีเงินฝากธนาคาร เว้นแต่การรับจ่ายเงินแต่ละครั้ง ซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน สามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจรับจ่ายเป็นเงินสดได้

๔.๙ ข้อเสนอของนิติบุคคลที่นำเสนอ กรมฯ จะนำเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญาประกอบการตรวจรับ

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

๕.๑ กิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด “ตลาดท่องเที่ยว”

๕.๑.๑. การส่งเสริม พัฒนา และปรับปรุงภูมิทัศน์ตลาด

ออกแบบและปรับปรุงตลาดและภูมิทัศน์ตลาดโดยรอบให้มีสวยงาม มีบรรยากาศที่ดี เหมาะกับการเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ภายใต้แนวคิด “ตลาดเที่ยวได้...สไตล์ไทยๆ” เมืองไทยมีดี วิถีชุมชน ทั้งนี้ รูปแบบ แนวทาง และรายการปรับปรุง จะต้องให้กรมการค้าภายในพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยดำเนินการ ดังนี้

(๑) ออกแบบและจัดทำแลนด์มาร์คที่สื่อถึงเอกลักษณ์ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม อัตลักษณ์ รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนในตลาดท่องเที่ยวแต่ละประเภท ในรูปแบบการพันท์ภาพสามมิติบนผนัง หรือบริเวณภายใน ตลาด ขนาดกว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตร ยาวไม่น้อยกว่า ๒ เมตร หรือพื้นที่รวมไม่น้อยกว่า ๖ ตารางเมตร แต่หากตลาดใด ไม่สามารถพันท์ภาพได้ ให้จัดทำแลนด์มาร์คในรูปแบบอื่นๆ นำเสนอให้กรมฯ เห็นชอบ

(๒) จัดหาที่นั่งสำหรับนั่งพักผ่อน ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๕๐ x ๖๐ x ๘๐ เซนติเมตร จำนวน ไม่น้อยกว่า ๓ ตัว/แห่ง ผลิตจากเหล็ก หรือ ไม้ หรือวัสดุที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อแดดและฝน สามารถนั่ง ได้ไม่น้อยกว่า ๓ คน โดยผนังพึงต้องประกอบด้วยโลโก้ตลาดประชารัฐต้องชม ตลาดเที่ยวได้ สไตล์ไทยๆ

(๓) จัดทำรายการอื่นๆ ตามที่กรมฯ เห็นสมควร ให้แก่ตลาด

๕.๑.๒. การจัดกิจกรรม (Event)

ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอแนวคิด (Concept) และรูปแบบ (Theme) การจัดงาน พร้อมทั้ง ออกแบบและตกแต่งพื้นที่ภายในตลาด สำหรับจัดกิจกรรมสร้างการรับรู้การเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ที่แสดงถึง เอกลักษณ์ของตลาดท่องเที่ยวในแต่ละประเภท และอัตลักษณ์ของชุมชนที่น่าสนใจ การส่งเสริมการจำหน่ายของดีของ เต้นของตลาด และสินค้าของชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง การแสดงของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วม ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยกำหนดช่วงเวลา (Period) ของการจัดงานในแต่ละตลาด จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ วัน/เดือน/แห่ง ติดต่อกันเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน รวมทั้งสิ้น ๓ วัน/แห่ง ทั้งนี้ รูปแบบการจัดงาน กิจกรรม ของที่ระลึก ฯลฯ ให้กรมการค้าภายในพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยการจัดงานเบื้องต้นในแต่ละครั้ง ประกอบด้วย

๑๗๗
๑๗๗
๑๗๗
๑๗๗
๑๗๗
๑๗๗

(๑) ตกแต่งพื้นที่ทั้งภายในและบริเวณโดยรอบตลาด และด้านหน้าทางเข้างานตามบรรยากาศตลาด ให้สื่อถึงอัตลักษณ์ของตลาด และสร้างแรงจูงใจในการมาเที่ยวชมตลาดและร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ ผู้เสนองานสามารถนำเสนอรายละเอียดอื่นๆ เพิ่มเติม หากจะทำงานๆ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

(๒) จัดให้มีกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดระยะเวลาการจัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ กิจกรรม ได้แก่

(๒.๑) กิจกรรม Workshop ทำขนมโบราณ หรืออาหารท้องถิ่น/อาหารร่วมสมัยดัดแปลงจากวัตถุดิบพื้นถิ่น (Fusion Food) หรือการทำงานฝีมือ/งานประดิษฐ์ต่างๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คน/วัน

(๒.๒) กิจกรรมสาธิตสอนทำขนมโบราณ หรืออาหารท้องถิ่น/อาหารร่วมสมัยดัดแปลงจากวัตถุดิบพื้นถิ่น (Fusion Food) หรือการทำงานฝีมือ/งานประดิษฐ์ต่างๆ ของท้องถิ่น ทั้งนี้ หากเป็นกิจกรรมทำอาหารหรือขนม ภายหลังจากสาธิตต้องแจกจ่ายให้ผู้เข้าชม/เข้าร่วมกิจกรรม หรือนักท่องเที่ยวในตลาดได้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คน/รอบ

(๒.๓) กิจกรรมเล่นเกมส์ การจับรางวัล หรือชิงโชคต่างๆ

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องจัดหา ปลั๊กไฟ โต๊ะ ที่นั่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็นสำหรับการจัดกิจกรรม และจัดทำป้ายชื่อกิจกรรมติดตั้งในบริเวณที่จัดกิจกรรม

(๓) จัดให้มีการแสดงภายในตลาด โดยเป็นการแสดงที่สื่อถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตของท้องถิ่น เช่น ฟ้อนรำ ลำตัด รำโนราห์ การแสดงดนตรีไทย ดนตรีโฟคซอง เป็นต้น พร้อมจัดหาหรือตกแต่งเวทีการแสดง ระบบแสงสี เสียง ซึ่งจัดให้มีการแสดงตลอดระยะเวลาที่ตลาดเปิดทำการ เพื่อสร้างความบันเทิง และเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยว

(๔) จัดพื้นที่สำหรับหน่วยงานพันธมิตรที่ร่วมออกร้านในกิจกรรมแต่ละครั้ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ร้าน (ถ้ามี) เช่น โครงการหลวง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม (หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ CIV) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หรือผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชน หรือเกษตรกรที่ประสบปัญหาผลไม้ล้นตลาด เป็นต้น มาร่วมออกร้านจำหน่ายสินค้าในตลาด โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดหาโต๊ะ เก้าอี้ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็น

(๕) จัดทำของชำร่วยสำหรับประชาชน และนักท่องเที่ยวที่มาร่วมกิจกรรมที่สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้น/ครั้ง ทั้งนี้ จะต้องผลิต/ซื้อจากตลาดหรือชุมชนใกล้เคียงเพื่อสร้างรายได้และสร้างการมีส่วนร่วมให้แก่พื้นที่นั้นๆ

(๖) จัดหาพิธีกร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ภายในงาน และเชิญชวนให้ประชาชนเข้าชมงาน ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

(๗) จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยและประสานงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน/ครั้ง

(๘) ปรับปรุงพื้นที่จัดงานที่ได้รับความเสียหายให้กลับคืนสู่สภาพเดิม และส่งมอบพื้นที่ให้แก่ตลาด ภายใน ๑ สัปดาห์หลังจากจัดงานแล้วเสร็จ

(๙) รับผิดชอบเรื่องสาธารณูปโภคต่างๆ ทั้งหมด ตลอดระยะเวลาการจัดงาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา การจัดการขยะมูลฝอย ห้องน้ำ ระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

(๑๐) อื่นๆ ตามความเหมาะสม

๕.๑.๓. ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม

(๑) ป้าย cut out ขนาดไม่น้อยกว่า ๓ x ๖ เมตร หรือพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๑๘ ตารางเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด/จังหวัด พร้อมติดตั้งบริเวณจุดสำคัญที่ประชาชนสามารถเห็นได้เป็นจำนวนมาก เช่น สีแยกเส้นทางสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ หรือเส้นทางไปตลาด เป็นต้น โดยติดตั้งก่อนการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๗ วัน และติดตั้งตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรมทั้ง ๓ ครั้ง

พน
๐๒ ๓๖ ๓๖ ๓๖ ๓๖ ๓๖ ๓๖ ๓๖ ๓๖ ๓๖

(๒) ป้าย/บอร์ดประชาสัมพันธ์ แสดงช่วงเวลา และรายการกิจกรรมและการแสดงในแต่ละวันที่จัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ จุด/ครั้ง โดยติดตั้งบริเวณภายในตลาด

(๓) สื่อวิทยุ โดยผลิตสปอตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที หรือให้นักจัดรายการ/ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที และซื้อเวลาเผยแพร่ทางสถานีวิทยุคลื่นที่มีกลุ่มผู้ฟังเป็นจำนวนมากและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ สถานี และต้องเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง/จังหวัด โดยประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๗ วัน

หรือรถแห่ประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คัน/ครั้ง พร้อมผลิตสปอตและป้ายประชาสัมพันธ์ติดด้านข้างรถยนต์รับจ้างที่วิ่งในเขตชุมชนหรือหมู่บ้าน ขนาดเหมาะสม โดยประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดงานไม่น้อยกว่า ๓ วัน

(๔) ผู้เสนอราคาสามารถเสนอสื่ออื่นๆ ที่เหมาะสมในวันเสนองานได้

๕.๒ จัดทำ Presentation การจัดกิจกรรม

ประมวลภาพนิ่ง ทุกครั้งที่จัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ภาพ/ครั้ง และประมวลภาพเคลื่อนไหวการจัดกิจกรรม (Event) ตามข้อ ๕.๑.๒ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓-๕ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คลิป/แห่ง

๕.๓ กิจกรรมการประเมินผลการจัดงาน

ประเมินจากแบบสอบถามจากผู้บริโภค ประชาชน และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในงาน เพื่อประเมินผลความพึงพอใจการจัดกิจกรรม จำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด/แห่ง/ครั้ง และสอบถามจากผู้ประกอบการร้านค้าในตลาด จำนวนร้อยละ ๒๐ ของร้านค้า/ตลาด หรือไม่เกิน ๑๕๐ ชุด พร้อมเก็บข้อมูลจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และมูลค่าการจำหน่ายสินค้าภายในตลาด ทุกครั้งที่จัดกิจกรรม ตามข้อ ๕.๑.๒

๖. เกณฑ์การพิจารณาผู้มีสิทธิเสนอราคา/ขั้นตอนการตัดสิน

๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วน ตามที่กำหนดไว้ตามข้อ ๔ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

๖.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด โดยผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อ คณะกรรมการฯ จึงจะนำข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปพิจารณาให้คะแนนตามข้อ ๖.๓ รวมทั้งผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องและชัดเจนของเอกสารที่จะใช้เสนอราคาให้แล้วเสร็จภายในกำหนดวันยื่นเสนอราคา โดยเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคต้องมีรายละเอียดเนื้อหาต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

๖.๒.๑ นำเสนอประวัติการทำงานและผลงานที่ผ่านมาในงานที่มีลักษณะเดียวกัน

๖.๒.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด รูปแบบการจัดกิจกรรม รายละเอียดของกิจกรรม และแผนการดำเนินงาน โดยต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) รวมทั้งมีข้อเสนอพิเศษเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน

๖.๓ คณะกรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้เสนอราคาตามข้อ ๖.๒ โดยจะพิจารณาจากหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price performance) และพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด เท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ดังนี้

๖.๓.๑ ราคาที่เสนอ กำหนดน้ำหนัก เท่ากับ ร้อยละ ๒๐

๖.๓.๒ คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ ๘๐ โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

พ. ม.ร. อ. อ. น. ส.ร. ๕.๐ อ. อ. อ.

หลักเกณฑ์การให้คะแนน	คะแนนเต็ม
๑. แนวคิดในการออกแบบปรับปรุงตลาดและภูมิทัศน์ตลาด และรูปแบบการจัดกิจกรรมที่เสนอสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	๓๐
๒. การเสนอรายละเอียดแต่ละกิจกรรม - ความน่าสนใจของการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม (๒๐ คะแนน) - ความเหมาะสมของแผนการปฏิบัติงาน/ตารางเวลา (๑๐ คะแนน)	๓๐
๓. ความคุ้มค่าของแต่ละกิจกรรมที่เสนอ ทั้งวัสดุที่ใช้ในการปรับปรุงตลาด การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์	๒๐
๔. ความพร้อมและประสบการณ์ของบริษัทในการดำเนินงาน ประวัติการทำงานและผลงานของผู้เสนอราคา ทีมงาน และคุณภาพการทำงาน	๑๕
๕. ข้อเสนอพิเศษที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน	๕
รวมคะแนนคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ	๑๐๐

หมายเหตุ : (๑) ผู้ยื่นเสนอราคาจะต้องได้คะแนนคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน/ราชการตามข้อ ๖.๓.๒ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ จึงจะได้รับการพิจารณาประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามปัจจัยหลัก และน้ำหนักที่กำหนด ตามข้อ ๖.๓

(๒) การพิจารณาคัดเลือกและตัดสินของคณะกรรมการฯ ถือเป็นที่สุด

๖.๔ เอกสารใบเสนอราคา โดยผู้เสนอราคาต้องนำเสนอรายละเอียดของราคาแต่ละรายการตามเอกสารในวันยื่นข้อเสนอ

๗. เอกสารประกอบการส่งมอบงาน

๗.๑ การส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการ ดังนี้

๗.๑.๑ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญาจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนการดำเนินการจัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพ “ตลาดท่องเที่ยว” ตลอดทั้งโครงการฯ โดยละเอียด

๗.๑.๒ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันสิ้นสุดการจัดงาน ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำสรุปผลการดำเนินงานตลอดทั้งโครงการฯ โดยแสดงรูปภาพและเอกสารหลักฐานประกอบตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) เอกสารประกอบการจัดกิจกรรม บรรยากาศการดำเนินกิจกรรม และการประเมินผลการจัดงาน พร้อมสรุปผลการวิเคราะห์ในรูปแบบเอกสาร ในรูปแบบแฟ้มงานที่แสดงรูปถ่าย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด (ฉบับจริง ๑ ชุด และสำเนา ๒ ชุด) และไฟล์ข้อมูลและรูปภาพ ในรูปแบบ Flash Drive หรือ USB จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชุด

๗.๑.๓ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานตามข้อ ๗.๑.๑ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญาจ้าง และตามข้อ ๗.๑.๒ พร้อมทั้งที่เพิ่มเติมระบุในสัญญาฯ ภายใน ๑๕ วันทำการนับถัดจากวันสิ้นสุดการจัดงาน เพื่อการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๗.๑.๔ ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังกล่าว คณะกรรมการตรวจรับพัสดุจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จ และจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ภายในเวลาที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างดำเนินการจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานเกินระยะเวลาที่กำหนด กรมฯ จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราวันละ ๐.๑๐% ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา

๗.๒ การชำระเงิน กรมฯ จะชำระงวดเดียวเมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น ครบถ้วนตามสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว

๘. ระยะเวลาการดำเนินการ

ระยะเวลา ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

พ. *ms. Bin. Gini* *สม. ๕* *๕* *๕* *๕*

ขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (Term of Reference: TOR)

จัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพ “ตลาดท่องเที่ยว”

กลุ่มที่ ๒ ภาคกลาง

๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาปรับปรุงตลาดที่มีศักยภาพเหมาะสมในการต่อยอดทางการค้าให้มีความพร้อมเป็นสถานที่รวบรวม และจำหน่ายสินค้าจากภาคการผลิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ยกกระดับในเชิงท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปให้เกิดความต้องการไปท่องเที่ยวและใช้จ่ายยังตลาดต่างๆ

๑.๒ เพื่อสร้างการรับรู้การเป็นตลาดท่องเที่ยวตามนโยบายรัฐบาล พร้อมนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตลาดและชุมชน ทั้งในแง่ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และสินค้าของดีของเด่นของชุมชน และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศในวงกว้าง

๑.๓ เพื่อกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกให้เกิดการท่องเที่ยวเมืองไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในตลาดประชารัฐต้องชม ซึ่งเป็นตลาดของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชนที่น่าสนใจ อันจะเป็นการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากตามนโยบายของรัฐบาล

๒. เป้าหมาย/พื้นที่ดำเนินการ

ตลาดประชารัฐต้องชมที่มีศักยภาพที่กรมฯ พิจารณาคัดเลือกและยกระดับให้เป็น “ตลาดท่องเที่ยว” กลุ่มที่ ๒ จังหวัดภาคกลาง จำนวน ๔ แห่ง ได้แก่ ๑) จังหวัดกรุงเทพมหานคร ๒) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๓) จังหวัดสระบุรี และ ๔) จังหวัดอุทัยธานี

๓. วิธีดำเนินการ

จัดหานิติบุคคลผู้มีอาชีพและความเชี่ยวชาญด้านการจัดงานและประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดงาน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้การเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นการยกระดับตลาดประชารัฐต้องชมที่มีศักยภาพให้เป็นตลาดสำหรับการท่องเที่ยวของคนทุกเพศทุกวัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในภูมิภาค ช่วยสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เสริมเม็ดเงินให้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจชุมชน อันก่อให้เกิดความเข้มแข็งของเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างมั่นคง มั่นคั่ง และยังยืนอย่างแท้จริง ซึ่งผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตามขอบเขตการดำเนินงานในพื้นที่เป้าหมาย ทั้งนี้ จะต้องนำเสนอรูปแบบ แนวคิด แนวทางการดำเนินงานในทุกกิจกรรมให้กรรมการค้าภายในเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๔.๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจัดจ้างงานตามที่กรมการค้าภายในกำหนด

๔.๒ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการ และได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๔.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการค้าภายใน ณ วันประกาศการจ้างงาน หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในครั้งนี้

๔.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

๔.๕ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด

กพ

ม.ค.

ก.ค.

ก.ค.

ก.ค.

ก.ค.

๔.๖ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีหนังสือรับรองผลงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน จัดกิจกรรม หรือ นิทรรศการ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓๙๖,๐๐๐ บาท (สามแสนเก้าหมื่นหกพันบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญา โดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมาย บัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือมาแสดง เพื่อประกอบการพิจารณา

๔.๗ ผู้เสนอราคาจะต้องปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำและแสดงบัญชีรายการรับจ่ายของโครงการที่บุคคลหรือนิติบุคคลเป็นคู่สัญญากับ หน่วยงานของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๔ โดยกำหนดให้คู่สัญญาต้องปฏิบัติ ดังนี้

๔.๗.๑ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายการรับจ่ายหรือแสดง บัญชีรายการรับจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๔.๗.๒ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๔.๘ คู่สัญญาต้องรับจ่ายเงินผ่านบัญชีเงินฝากธนาคาร เว้นแต่การรับจ่ายเงินแต่ละครั้ง ซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน สามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจรับจ่ายเป็นเงินสดได้

๔.๙ ข้อเสนอของนิติบุคคลที่นำเสนอ กรมฯ จะนำไปเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญาประกอบการตรวจรับ

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

๕.๑ กิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด “ตลาดท่องเที่ยว”

๕.๑.๑. การส่งเสริม พัฒนา และปรับปรุงภูมิทัศน์ตลาด

ออกแบบและปรับปรุงตลาดและภูมิทัศน์ตลาดโดยรอบให้มีสวยงาม มีบรรยากาศที่ดี เหมาะกับการเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ภายใต้แนวคิด “ตลาดเที่ยวได้...สไตล์ไทยๆ” เมืองไทยมีดี วิถีชุมชน ทั้งนี้ รูปแบบ แนวทาง และรายการปรับปรุง จะต้องให้กรมการค้าภายในพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยดำเนินการ ดังนี้

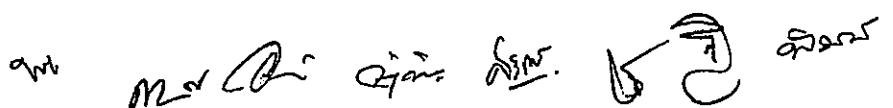
(๑) ออกแบบและจัดทำแลนด์มาร์คที่สื่อถึงเอกลักษณ์ ชนบทธรรมนิยม วัฒนธรรม อัตลักษณ์ รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนในตลาดท่องเที่ยวแต่ละประเภท ในรูปแบบการพันท์ภาพสามมิติบนผนัง หรือบริเวณภายใน ตลาด ขนาดกว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตร ยาวไม่น้อยกว่า ๒ เมตร หรือพื้นที่รวมไม่น้อยกว่า ๖ ตารางเมตร แต่หากตลาดใด ไม่สามารถพันท์ภาพได้ ให้จัดทำแลนด์มาร์คในรูปแบบอื่นๆ นำเสนอให้กรมฯ เห็นชอบ

(๒) จัดหาที่นั่งสำหรับนั่งพักผ่อน ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๕๐ x ๖๐ x ๘๐ เซนติเมตร จำนวน ไม่น้อยกว่า ๓ ตัว/แห่ง ผลิตจากเหล็ก หรือ ไม้ หรือวัสดุที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อแดดและฝน สามารถนั่ง ได้ไม่น้อยกว่า ๓ คน โดยผนังห้องต้องประกอบด้วยโลโก้ตลาดประชารัฐต้องชม ตลาดเที่ยวได้ สไตล์ไทยๆ

(๓) จัดทำรายการอื่นๆ ตามที่กรมฯ เห็นสมควร ให้แก่ตลาด

๕.๑.๒. การจัดกิจกรรม (Event)

ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอแนวคิด (Concept) และรูปแบบ (Theme) การจัดงาน พร้อมทั้ง ออกแบบและตกแต่งพื้นที่ภายในตลาด สำหรับจัดกิจกรรมสร้างการรับรู้การเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ที่แสดงถึง เอกลักษณ์ของตลาดท่องเที่ยวในแต่ละประเภท และอัตลักษณ์ของชุมชนที่น่าสนใจ การส่งเสริมการขายของดีของ เด่นของตลาด และสินค้าของชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง การแสดงของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วม ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยกำหนดช่วงเวลา (Period) ของการจัดงานในแต่ละตลาด จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ วัน/เดือน/แห่ง ติดต่อกันเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน รวมทั้งสิ้น ๓ วัน/แห่ง ทั้งนี้ รูปแบบการจัดงาน กิจกรรม ของที่ระลึก ฯลฯ ให้กรมการค้าภายในพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยการดำเนินงานเบื้องต้นในแต่ละครั้ง ประกอบด้วย

๗๓  ๕๖

(๑) ตกแต่งพื้นที่ทั้งภายในและบริเวณโดยรอบตลาด และด้านหน้าทางเข้างานตามบรรยากาศตลาด ให้สื่อถึงอัตลักษณ์ของตลาด และสร้างแรงจูงใจในการมาเที่ยวชมตลาดและร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ ผู้เสนองานสามารถนำเสนอรายละเอียดอื่นๆ เพิ่มเติม หากจะทำให้งานฯ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

(๒) จัดให้มีกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดระยะเวลาการจัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ กิจกรรม ได้แก่

(๒.๑) กิจกรรม Workshop ทำขนมโบราณ หรืออาหารท้องถิ่น/อาหารร่วมสมัยดัดแปลงจากวัตถุดิบพื้นถิ่น (Fusion Food) หรือการทำงานฝีมือ/งานประดิษฐ์ต่างๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คน/วัน

(๒.๒) กิจกรรมสาธิตสอนทำขนมโบราณ หรืออาหารท้องถิ่น/อาหารร่วมสมัยดัดแปลงจากวัตถุดิบพื้นถิ่น (Fusion Food) หรือการทำงานฝีมือ/งานประดิษฐ์ต่างๆ ของท้องถิ่น ทั้งนี้ หากเป็นกิจกรรมทำอาหารหรือขนม ภายหลังจากการสาธิตต้องแจกจ่ายให้ผู้เข้าชม/เข้าร่วมกิจกรรม หรือนักท่องเที่ยวในตลาดได้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คน/รอบ

(๒.๓) กิจกรรมเล่นเกมส์ การจับรางวัล หรือชิงโชคต่างๆ

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องจัดหา ปลั๊กไฟ โต๊ะ ที่นั่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็นสำหรับการจัดกิจกรรม และจัดทำป้ายชื่อกิจกรรมติดตั้งในบริเวณที่จัดกิจกรรม

(๓) จัดให้มีการแสดงภายในตลาด โดยเป็นการแสดงที่สื่อถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตของท้องถิ่น เช่น ฟ้อนรำ ลำตัด รำโนราห์ การแสดงดนตรีไทย ดนตรีโฟคซอง เป็นต้น พร้อมจัดหาหรือตกแต่งเวทีการแสดง ระบบแสงสี เสียง ซึ่งจัดให้มีการแสดงตลอดระยะเวลาที่ตลาดเปิดทำการ เพื่อสร้างความบันเทิง และเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยว

(๔) จัดพื้นที่สำหรับหน่วยงานพันธมิตรที่ร่วมออกร้านในกิจกรรมแต่ละครั้ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ร้าน (ถ้ามี) เช่น โครงการหลวง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม (หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ CIV) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หรือผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชน หรือเกษตรกรที่ประสบปัญหาผลไม้ล้นตลาด เป็นต้น มาร่วมออกร้านจำหน่ายสินค้าในตลาด โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดหาโต๊ะ เก้าอี้ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็น

(๕) จัดทำของขำรวยสำหรับประชาชน และนักท่องเที่ยวที่มาร่วมกิจกรรมที่สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้น/ครั้ง ทั้งนี้ จะต้องผลิต/ซื้อจากตลาดหรือชุมชนใกล้เคียงเพื่อสร้างรายได้และสร้างการมีส่วนร่วมให้แก่พื้นที่นั้นๆ

(๖) จัดหาพิธีกร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ภายในงาน และเชิญชวนให้ประชาชนเข้าชมงาน ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

(๗) จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยและประสานงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน/ครั้ง

(๘) ปรับปรุงพื้นที่จัดงานที่ได้รับความเสียหายให้กลับคืนสู่สภาพเดิม และส่งมอบพื้นที่ให้แก่ตลาด ภายใน ๑ สัปดาห์หลังจากจัดงานแล้วเสร็จ

(๙) รับผิดชอบเรื่องสาธารณูปโภคต่างๆ ทั้งหมด ตลอดระยะเวลาการจัดงาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา การจัดการขยะมูลฝอย ห้องน้ำ ระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

(๑๐) อื่นๆ ตามความเหมาะสม

๕.๑.๓. ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม

(๑) ป้าย cut out ขนาดไม่น้อยกว่า ๓ x ๖ เมตร หรือพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๑๘ ตารางเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด/จังหวัด พร้อมติดตั้งบริเวณจุดสำคัญที่ประชาชนสามารถเห็นได้เป็นจำนวนมาก เช่น สี่แยก เส้นทางสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ หรือเส้นทางไปตลาด เป็นต้น โดยติดตั้งก่อนการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๗ วัน และติดตั้งตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรมทั้ง ๓ ครั้ง

๑๗๗ Mr. Q. ๑๗๗ ๑๗๗ ๑๗๗ ๑๗๗

(๒) ป้าย/บอร์ดประชาสัมพันธ์ แสดงช่วงเวลา และรายการกิจกรรมและการแสดงในแต่ละวันที่จัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ จุด/ครั้ง โดยติดตั้งบริเวณภายในตลาด

(๓) สื่อวิทยุ โดยผลิตสโปตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที หรือให้นักจัดรายการ/ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที และซื้อเวลาเผยแพร่ทางสถานีวิทยุคลื่นที่มีกลุ่มผู้ฟังเป็นจำนวนมากและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ สถานี และต้องเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง/จังหวัด โดยประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๗ วัน

หรือรถแห่ประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คัน/ครั้ง พร้อมผลิตสโปตและป้ายประชาสัมพันธ์ติดตั้งข้างรถยนต์รับจ้างที่วิ่งในเขตชุมชนหรือหมู่บ้าน ขนาดเหมาะสม โดยประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดงานไม่น้อยกว่า ๓ วัน

(๔) ผู้เสนอราคาสามารถเสนอสื่ออื่นๆ ที่เหมาะสมในวันเสนองานได้

๕.๒ จัดทำ Presentation การจัดกิจกรรม

ประมวลภาพนิ่ง ทุกครั้งที่จัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ภาพ/ครั้ง และประมวลภาพเคลื่อนไหวการจัดกิจกรรม (Event) ตามข้อ ๕.๑.๒ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓-๕ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คลิป/แห่ง

๕.๓ กิจกรรมการประเมินผลการจัดงาน

ประเมินจากแบบสอบถามจากผู้บริโภค ประชาชน และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในงาน เพื่อประเมินผลความพึงพอใจการจัดกิจกรรม จำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด/แห่ง/ครั้ง และสอบถามจากผู้ประกอบการร้านค้าในตลาด จำนวนร้อยละ ๖๐ ของร้านค้า/ตลาด หรือไม่เกิน ๑๕๐ ชุด พร้อมเก็บข้อมูลจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และมูลค่าการจำหน่ายสินค้าภายในตลาด ทุกครั้งที่จัดกิจกรรม ตามข้อ ๕.๑.๒

๖. เกณฑ์การพิจารณาผู้มีสิทธิเสนอราคา/ขั้นตอนการตัดสิน

๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วน ตามที่กำหนดไว้ตามข้อ ๔ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

๖.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด โดยผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อ คณะกรรมการฯ จึงจะนำข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปพิจารณาให้คะแนนตามข้อ ๖.๓ รวมทั้งผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องและชัดเจนของเอกสารที่จะใช้เสนอราคาให้แล้วเสร็จภายในกำหนดวันยื่นเสนอราคา โดยเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคต้องมีรายละเอียดเนื้อหาต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

๖.๒.๑ นำเสนอประวัติการทำงานและผลงานที่ผ่านมาในงานที่มีลักษณะเดียวกัน

๖.๒.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด รูปแบบการจัดกิจกรรม รายละเอียดของกิจกรรม และแผนการดำเนินงาน โดยต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) รวมทั้งมีข้อเสนอพิเศษเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน

๖.๓ คณะกรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้เสนอราคาตามข้อ ๖.๒ โดยจะพิจารณาจากหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price performance) และพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด เท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ดังนี้

๖.๓.๑ ราคาที่เสนอ กำหนดน้ำหนัก เท่ากับ ร้อยละ ๒๐

๖.๓.๒ คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ ๘๐ โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๑๗๗ ๑๗๗ ๑๗๗ ๑๗๗ ๑๗๗ ๑๗๗ ๑๗๗ ๑๗๗ ๑๗๗ ๑๗๗

ขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (Term of Reference: TOR)

จัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพ “ตลาดท่องเที่ยว”

กลุ่มที่ ๓ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาปรับปรุงตลาดที่มีศักยภาพเหมาะสมในการต่อยอดทางการค้าให้มีความพร้อมเป็นสถานที่รวบรวม และจำหน่ายสินค้าจากภาคการผลิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ยกกระดับในเชิงท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปให้เกิดความต้องการไปท่องเที่ยวและใช้จ่ายยังตลาดต่างๆ

๑.๒ เพื่อสร้างการรับรู้การเป็นตลาดท่องเที่ยวตามนโยบายรัฐบาล พร้อมนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตลาดและชุมชน ทั้งในแง่ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และสินค้าของดีของเด่นของชุมชน และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศในวงกว้าง

๑.๓ เพื่อกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกให้เกิดการท่องเที่ยวเมืองไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในตลาดประชารัฐ ต้องชม ซึ่งเป็นตลาดของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชนที่น่าสนใจ อันจะเป็นการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากตามนโยบายของรัฐบาล

๒. เป้าหมาย/พื้นที่ดำเนินการ

ตลาดประชารัฐต้องชมที่มีศักยภาพที่กรมฯ พิจารณาคัดเลือกและยกระดับให้เป็น “ตลาดท่องเที่ยว” กลุ่มที่ ๓ จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน ๔ แห่ง ได้แก่ ๑) จังหวัดขอนแก่น ๒) จังหวัดร้อยเอ็ด ๓) จังหวัดอุดรธานี และ ๔) จังหวัดอุบลราชธานี

๓. วิธีดำเนินการ

จัดหานิติบุคคลผู้มีอาชีพและความเชี่ยวชาญด้านการจัดงานและประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดงาน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้การเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นการยกระดับตลาดประชารัฐต้องชมที่มีศักยภาพให้เป็นตลาดสำหรับการท่องเที่ยวของคนทุกเพศทุกวัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในภูมิภาค ช่วยสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เสริมเม็ดเงินให้หมุนเวียนให้ระบบเศรษฐกิจชุมชน อันก่อให้เกิดความเข้มแข็งของเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนอย่างแท้จริง ซึ่งผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตามขอบเขตการดำเนินงานในพื้นที่เป้าหมาย ทั้งนี้ จะต้องนำเสนอรูปแบบ แนวคิด แนวทางการดำเนินงานในทุกกิจกรรมให้กรรมการค้าภายในเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

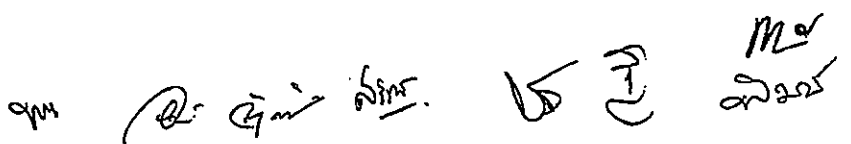
๔.๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจัดจ้างงานตามที่กรมการค้าภายในกำหนด

๔.๒ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการ และได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๔.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการค้าภายใน ณ วันประกาศการจ้างงาน หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในครั้งนี้

๔.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

๔.๕ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด

๗๗  ๒๕

๔.๖ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีหนังสือรับรองผลงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน จัดกิจกรรม หรือ นิทรรศการ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓๙๖,๐๐๐ บาท (สามแสนเก้าหมื่นหกพันบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญา โดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมาย บัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือมาแสดง เพื่อประกอบการพิจารณา

๔.๗ ผู้เสนอราคาจะต้องปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำและแสดงบัญชีรายการรับจ่ายของโครงการที่บุคคลหรือนิติบุคคลเป็นคู่สัญญากับ หน่วยงานของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๔ โดยกำหนดให้คู่สัญญาต้องปฏิบัติ ดังนี้

๔.๗.๑ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดง บัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๔.๗.๒ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๔.๘ คู่สัญญาต้องรับจ่ายเงินผ่านบัญชีเงินฝากธนาคาร เว้นแต่การรับจ่ายเงินแต่ละครั้ง ซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน สามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจรับจ่ายเป็นเงินสดได้

๔.๙ ข้อเสนอของนิติบุคคลที่นำเสนอ กรมฯ จะนำไปเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญาประกอบการตรวจรับ

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

๕.๑ กิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด “ตลาดท่องเที่ยว”

๕.๑.๑. การส่งเสริม พัฒนา และปรับปรุงภูมิทัศน์ตลาด

ออกแบบและปรับปรุงตลาดและภูมิทัศน์ตลาดโดยรอบให้มีสวยงาม มีบรรยากาศที่ดี เหมาะกับการเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ภายใต้แนวคิด “ตลาดเที่ยวได้...สไตล์ไทยๆ” เมืองไทยมีดี วิถีชุมชน ทั้งนี้ รูปแบบ แนวทาง และรายการปรับปรุง จะต้องให้กรมการค้าภายในพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยดำเนินการ ดังนี้

(๑) ออกแบบและจัดทำแลนด์มาร์คที่สื่อถึงเอกลักษณ์ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม อัตลักษณ์ รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนในตลาดท่องเที่ยวแต่ละประเภท ในรูปแบบการพันท์ภาพสามมิติบนผนัง หรือบริเวณภายใน ตลาด ขนาดกว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตร ยาวไม่น้อยกว่า ๒ เมตร หรือพื้นที่รวมไม่น้อยกว่า ๖ ตารางเมตร แต่หากตลาดใด ไม่สามารถพันท์ภาพได้ ให้จัดทำแลนด์มาร์คในรูปแบบอื่นๆ นำเสนอให้กรมฯ เห็นชอบ

(๒) จัดหาที่นั่งสำหรับนั่งพักผ่อน ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๕๐ x ๖๐ x ๘๐ เซนติเมตร จำนวน ไม่น้อยกว่า ๓ ตัว/แห่ง ผลิตจากเหล็ก หรือ ไม้ หรือวัสดุที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อแดดและฝน สามารถนั่ง ได้ไม่น้อยกว่า ๓ คน โดยผนังพึงต้องประกอบด้วยโลโก้ตลาดประชารัฐต้องชม ตลาดเที่ยวได้ สไตล์ไทยๆ

(๓) จัดทำรายการอื่นๆ ตามที่กรมฯ เห็นสมควร ให้แก่ตลาด

๕.๑.๒. การจัดกิจกรรม (Event)

ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอแนวคิด (Concept) และรูปแบบ (Theme) การจัดงาน พร้อมทั้ง ออกแบบและตกแต่งพื้นที่ภายในตลาด สำหรับจัดกิจกรรมสร้างการรับรู้การเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ที่แสดงถึง เอกลักษณ์ของตลาดท่องเที่ยวในแต่ละประเภท และอัตลักษณ์ของชุมชนที่น่าสนใจ การส่งเสริมการจำหน่ายของดีของ เด่นของตลาด และสินค้าของชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง การแสดงของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วม ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยกำหนดช่วงเวลา (Period) ของการจัดงานในแต่ละตลาด จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ วัน/เดือน/แห่ง ติดต่อกันเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน รวมทั้งสิ้น ๓ วัน/แห่ง ทั้งนี้ รูปแบบการจัดงาน กิจกรรม ของที่ระลึก ฯลฯ ให้กรมการค้าภายในพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยการดำเนินงานเบื้องต้นในแต่ละครั้ง ประกอบด้วย

พ.ศ. ๒๕๖๖

(๑) ตกแต่งพื้นที่ทั้งภายในและบริเวณโดยรอบตลาด และด้านหน้าทางเข้างานตามบรรยากาศตลาด ให้สื่อถึงอัตลักษณ์ของตลาด และสร้างแรงจูงใจในการมาเที่ยวชมตลาดและร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ ผู้เสนองานสามารถนำเสนอรายละเอียดอื่นๆ เพิ่มเติม หากจะทำให้งานฯ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

(๒) จัดให้มีกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดระยะเวลาการจัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ กิจกรรม ได้แก่

(๒.๑) กิจกรรม Workshop ทำขนมโบราณ หรืออาหารท้องถิ่น/อาหารร่วมสมัยดัดแปลงจากวัตถุดิบพื้นถิ่น (Fusion Food) หรือการทำงานฝีมือ/งานประดิษฐ์ต่างๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คน/วัน

(๒.๒) กิจกรรมสาธิตสอนทำขนมโบราณ หรืออาหารท้องถิ่น/อาหารร่วมสมัยดัดแปลงจากวัตถุดิบพื้นถิ่น (Fusion Food) หรือการทำงานฝีมือ/งานประดิษฐ์ต่างๆ ของท้องถิ่น ทั้งนี้ หากเป็นกิจกรรมทำอาหารหรือขนม ภายหลังจากสาธิตต้องแจกจ่ายให้ผู้เข้าชม/เข้าร่วมกิจกรรม หรือนักท่องเที่ยวในตลาดได้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คน/รอบ

(๒.๓) กิจกรรมเล่นเกมส์ การจับรางวัล หรือชิงโชคต่างๆ

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องจัดหา ปลั๊กไฟ โต๊ะ ที่นั่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็นสำหรับการจัดกิจกรรม และจัดทำป้ายชื่อกิจกรรมติดตั้งในบริเวณที่จัดกิจกรรม

(๓) จัดให้มีการแสดงภายในตลาด โดยเป็นการแสดงที่สื่อถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตของท้องถิ่น เช่น ฟ้อนรำ ลำตัด รำโนราห์ การแสดงดนตรีไทย ดนตรีโฟคซอง เป็นต้น พร้อมจัดหาหรือตกแต่งเวทีการแสดง ระบบแสงสี เสียง ซึ่งจัดให้มีการแสดงตลอดระยะเวลาที่ตลาดเปิดทำการ เพื่อสร้างความบันเทิง และเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยว

(๔) จัดพื้นที่สำหรับหน่วยงานพันธมิตรที่ร่วมออกร้านในกิจกรรมแต่ละครั้ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ร้าน (ถ้ามี) เช่น โครงการหลวง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม (หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ CIV) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หรือผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชน หรือเกษตรกรที่ประสบปัญหาผลไม้ล้นตลาด เป็นต้น มาร่วมออกร้านจำหน่ายสินค้าในตลาด โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดหาโต๊ะ เก้าอี้ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็น

(๕) จัดทำของขำร่วยสำหรับประชาชน และนักท่องเที่ยวที่มาร่วมกิจกรรมที่สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้น/ครั้ง ทั้งนี้ จะต้องผลิต/ซื้อจากตลาดหรือชุมชนใกล้เคียงเพื่อสร้างรายได้และสร้างการมีส่วนร่วมให้แก่พื้นที่นั้นๆ

(๖) จัดหาพิธีกร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ภายในงาน และเชิญชวนให้ประชาชนเข้าชมงาน ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

(๗) จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยและประสานงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน/ครั้ง

(๘) ปรับปรุงพื้นที่จัดงานที่ได้รับความสะดวกให้กลับคืนสู่สภาพเดิม และส่งมอบพื้นที่ให้แก่ตลาด ภายใน ๑ สัปดาห์หลังจากจัดงานแล้วเสร็จ

(๙) รับผิดชอบเรื่องสาธารณูปโภคต่างๆ ทั้งหมด ตลอดระยะเวลาการจัดงาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา การจัดการขยะมูลฝอย ห้องน้ำ ระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

(๑๐) อื่นๆ ตามความเหมาะสม

๕.๑.๓. ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม

(๑) ป้าย cut out ขนาดไม่น้อยกว่า ๓ x ๖ เมตร หรือพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๑๘ ตารางเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด/จังหวัด พร้อมติดตั้งบริเวณจุดสำคัญที่ประชาชนสามารถเห็นได้เป็นจำนวนมาก เช่น สีแยกเส้นทางสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ หรือเส้นทางไปตลาด เป็นต้น โดยติดตั้งก่อนการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๗ วัน และติดตั้งตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรมทั้ง ๓ ครั้ง

๑๓ ๐-๕๓ ๖๓. ๕ ๕ ๑๖๓๕

(๒) ป้าย/บอร์ดประชาสัมพันธ์ แสดงช่วงเวลา และรายการกิจกรรมและการแสดงในแต่ละวันที่จัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ จุด/ครั้ง โดยติดตั้งบริเวณภายในตลาด

(๓) สื่อวิทยุ โดยผลิตสเปควิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที หรือให้นักจัดรายการ/ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที และซื้อเวลาเผยแพร่ทางสถานีวิทยุคลื่นที่มีกลุ่มผู้ฟังเป็นจำนวนมากและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ สถานี และต้องเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง/จังหวัด โดยประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๗ วัน

หรือรถแห่ประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คัน/ครั้ง พร้อมผลิตสเปคและป้ายประชาสัมพันธ์ติดด้านข้างรถยนต์รับจ้างที่วิ่งในเขตชุมชนหรือหมู่บ้าน ขนาดเหมาะสม โดยประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดงานไม่น้อยกว่า ๓ วัน

(๔) ผู้เสนอราคาสามารถเสนอสื่ออื่นๆ ที่เหมาะสมในวันเสนองานได้

๕.๒ จัดทำ Presentation การจัดกิจกรรม

ประมวลภาพนิ่ง ทุกครั้งที่จัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ภาพ/ครั้ง และประมวลภาพเคลื่อนไหว การจัดกิจกรรม (Event) ตามข้อ ๕.๑.๒ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓-๕ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คลิป/แห่ง

๕.๓ กิจกรรมการประเมินผลการจัดงาน

ประเมินจากแบบสอบถามจากผู้บริโภค ประชาชน และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในงาน เพื่อประเมินผลความพึงพอใจการจัดกิจกรรม จำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด/แห่ง/ครั้ง และสอบถามจากผู้ประกอบการร้านค้าในตลาด จำนวนร้อยละ ๖๐ ของร้านค้า/ตลาด หรือไม่เกิน ๑๕๐ ชุด พร้อมเก็บข้อมูลจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และมูลค่าการจำหน่ายสินค้าภายในตลาด ทุกครั้งที่จัดกิจกรรม ตามข้อ ๕.๑.๒

๖. เกณฑ์การพิจารณาผู้มีสิทธิเสนอราคา/ขั้นตอนการตัดสิน

๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วน ตามที่กำหนดไว้ตามข้อ ๔ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

๖.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด โดยผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อ คณะกรรมการฯ จึงจะนำข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปพิจารณาให้คะแนนตามข้อ ๖.๓ รวมทั้งผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องและชัดเจนของเอกสารที่จะใช้เสนอราคาให้แล้วเสร็จภายในกำหนดวันยื่นเสนอราคา โดยเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคต้องมีรายละเอียดเนื้อหาต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้


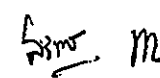

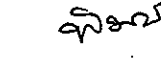
๖.๒.๑ นำเสนอประวัติการทำงานและผลงานที่ผ่านมาในงานที่มีลักษณะเดียวกัน

๖.๒.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด รูปแบบการจัดกิจกรรม รายละเอียดของกิจกรรม และแผนการดำเนินงาน โดยต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) รวมทั้งมีข้อเสนอพิเศษเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน

๖.๓ คณะกรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้เสนอราคาตามข้อ ๖.๒ โดยจะพิจารณาจากหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price performance) และพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด เท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ดังนี้

๖.๓.๑ ราคาที่เสนอ กำหนดน้ำหนัก เท่ากับ ร้อยละ ๒๐

๖.๓.๒ คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ ๘๐ โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๑๓๓     ๑๖๖๖

หลักเกณฑ์การให้คะแนน	คะแนนเต็ม
๑. แนวคิดในการออกแบบปรับปรุงตลาดและภูมิทัศน์ตลาด และรูปแบบการจัดกิจกรรมที่เสนอสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	๓๐
๒. การเสนอรายละเอียดแต่ละกิจกรรม - ความน่าสนใจของการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม (๒๐ คะแนน) - ความเหมาะสมของแผนการปฏิบัติงาน/ตารางเวลา (๑๐ คะแนน)	๓๐
๓. ความคุ้มค่าของแต่ละกิจกรรมที่เสนอ ทั้งวัสดุที่ใช้ในการปรับปรุงตลาด การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์	๒๐
๔. ความพร้อมและประสบการณ์ของบริษัทในการดำเนินงาน ประวัติการทำงานและผลงานของผู้เสนอราคา ทีมงาน และคุณภาพการทำงาน	๑๕
๕. ข้อเสนอพิเศษที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน	๕
รวมคะแนนคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ	๑๐๐

หมายเหตุ : (๑) ผู้ยื่นเสนอราคาจะต้องได้คะแนนคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน/ราชการตามข้อ ๖.๓.๒ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ จึงจะได้รับการพิจารณาประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามปัจจัยหลัก และน้ำหนักที่กำหนด ตามข้อ ๖.๓

(๒) การพิจารณาคัดเลือกและตัดสินของคณะกรรมการฯ ถือเป็นขั้นสุดท้าย

๖.๔ เอกสารใบเสนอราคา โดยผู้เสนอราคาต้องนำเสนอรายละเอียดของราคาแต่ละรายการตามเอกสารในวันยื่นข้อเสนอ

๗. เอกสารประกอบการส่งมอบงาน

๗.๑ การส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการ ดังนี้

๗.๑.๑ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญาจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนการดำเนินการจัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพ “ตลาดท่องเที่ยว” ตลอดทั้งโครงการฯ โดยละเอียด

๗.๑.๒ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันสิ้นสุดการจัดงาน ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำสรุปผลการดำเนินงานตลอดทั้งโครงการฯ โดยแสดงรูปภาพและเอกสารหลักฐานประกอบตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) เอกสารประกอบการจัดกิจกรรม บรรยากาศการดำเนินกิจกรรม และการประเมินผลการจัดงาน พร้อมสรุปผลการวิเคราะห์ในรูปแบบเอกสาร ในรูปแบบแฟ้มงานที่แสดงรูปถ่าย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด (ฉบับจริง ๑ ชุด และสำเนา ๒ ชุด) และไฟล์ข้อมูลและรูปภาพ ในรูปแบบ Flash Drive หรือ USB จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชุด





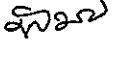
๗.๑.๓ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานตามข้อ ๗.๑.๑ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญาจ้าง และตามข้อ ๗.๑.๒ พร้อมทั้งที่เพิ่มเติมระบุในสัญญาฯ ภายใน ๑๕ วันทำการนับถัดจากวันสิ้นสุดการจัดงาน เพื่อการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๗.๑.๔ ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังกล่าว คณะกรรมการตรวจรับพัสดุจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จ และจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ภายในเวลาที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างดำเนินการจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานเกินระยะเวลาที่กำหนด กรมฯ จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราวันละ ๐.๑๐% ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา

๗.๒ การชำระเงิน กรมฯ จะชำระงวดเดียวเมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น ครบถ้วนตามสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว

๘. ระยะเวลาการดำเนินการ

ระยะเวลา ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

พ.พ.     

๙. การปรับลดค่าจ้าง/ค่าปรับ

๙.๑ กรณีผู้รับจ้างดำเนินการจัดกิจกรรมที่มีรายละเอียดไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดในสัญญา ผู้ว่าจ้างจะปรับลดเงินค่าจ้างในส่วนที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนดังกล่าวและจะคิดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาตั้งแต่วันที่เริ่มดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนจนถึง วันที่ดำเนินการแล้วเสร็จที่ถูกต้องหรือครบถ้วนหรือวันสิ้นสุดการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง

๙.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานภายใน ๑๕ วันทำการ นับจากวันสิ้นสุดสัญญาจ้างหากพ้นกำหนดดังกล่าวแล้ว กรมฯ จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญาจ้าง

๑๐. วงเงินงบประมาณ

วงเงิน ๓๓๐,๐๐๐ บาท/แห่ง จำนวน ๔ แห่ง รวมเป็นเงินทั้งสิ้น ๑,๓๒๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านสามแสนสองหมื่นบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๑ งบกลาง รายการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและชุมชน โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวตลาดชุมชน

๑๑. หน่วยงานผู้รับผิดชอบ

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน

.....

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด
มีนาคม ๒๕๖๒

พ.ศ. ๒๕๖๒
๒๕
๒๕
๒๕
๒๕

ขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (Term of Reference: TOR)

จัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพ “ตลาดท่องเที่ยว”

กลุ่มที่ ๔ ภาคใต้

๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาปรับปรุงตลาดที่มีศักยภาพเหมาะสมในการต่อยอดทางการค้าให้มีความพร้อมเป็นสถานที่รวบรวม และจำหน่ายสินค้าจากภาคการผลิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ยกกระดับในเชิงท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปให้เกิดความต้องการไปท่องเที่ยวและใช้จ่ายยังตลาดต่างๆ

๑.๒ เพื่อสร้างการรับรู้การเป็นตลาดท่องเที่ยวตามนโยบายรัฐบาล พร้อมนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตลาดและชุมชน ทั้งในแง่ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และสินค้าของดีของเด่นของชุมชน และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศในวงกว้าง

๑.๓ เพื่อกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกให้เกิดการท่องเที่ยวเมืองไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในตลาดประชารัฐต้องชม ซึ่งเป็นตลาดของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชนที่น่าสนใจ อันจะเป็นการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากตามนโยบายของรัฐบาล

๒. เป้าหมาย/พื้นที่ดำเนินการ

ตลาดประชารัฐต้องชมที่มีศักยภาพที่กรมฯ พิจารณาคัดเลือกและยกกระดับให้เป็น “ตลาดท่องเที่ยว” กลุ่มที่ ๔ จังหวัดภาคใต้ จำนวน ๔ แห่ง ได้แก่ ๑) จังหวัดกระบี่ ๒) จังหวัดชุมพร ๓) จังหวัดนครศรีธรรมราช และ ๔) จังหวัดสงขลา

๓. วิธีดำเนินการ

จัดหานิติบุคคลผู้มีอาชีพและความเชี่ยวชาญด้านการจัดงานและประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดงาน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้การเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นการยกระดับตลาดประชารัฐต้องชมที่มีศักยภาพให้เป็นตลาดสำหรับการท่องเที่ยวของคนทุกเพศทุกวัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในภูมิภาค ช่วยสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เสริมเม็ดเงินให้หมุนเวียนให้ระบบเศรษฐกิจชุมชน อันก่อให้เกิดความเข้มแข็งของเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างมั่นคง มั่นคง และยั่งยืนอย่างแท้จริง ซึ่งผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการต่างๆ ตามขอบเขตการดำเนินงานในพื้นที่เป้าหมาย ทั้งนี้ จะต้องนำเสนอรูปแบบ แนวคิด แนวทางการดำเนินงานในทุกกิจกรรมให้กรมการค้าภายในเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๔.๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจัดจ้างงานตามที่กรมการค้าภายในกำหนด

๔.๒ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการ และได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๔.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการค้าภายใน ณ วันประกาศการจ้างงาน หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในครั้งนี้

๔.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

๔.๕ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด

๑๗ Q- ๕๓๖๓ ๑๗๗. ๖ ๕ ๓๖๖๖๖

๔.๖ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีหนังสือรับรองผลงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน จัดกิจกรรม หรือ นิทรรศการ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓๙๖,๐๐๐ บาท (สามแสนเก้าหมื่นหกพันบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญา โดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมาย บัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือมาแสดง เพื่อประกอบการพิจารณา

๔.๗ ผู้เสนอราคาจะต้องปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำและแสดงบัญชีรายการรับจ่ายของโครงการที่บุคคลหรือนิติบุคคลเป็นคู่สัญญากับ หน่วยงานของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๔ โดยกำหนดให้คู่สัญญาต้องปฏิบัติ ดังนี้

๔.๗.๑ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดง บัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๔.๗.๒ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๔.๘ คู่สัญญาต้องรับจ่ายเงินผ่านบัญชีเงินฝากธนาคาร เว้นแต่การรับจ่ายเงินแต่ละครั้ง ซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน สามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจรับจ่ายเป็นเงินสดได้

๔.๙ ข้อเสนอของนิติบุคคลที่นำเสนอ กรมฯ จะนำไปเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญาประกอบการตรวจรับ

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

๕.๑ กิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด “ตลาดท่องเที่ยว”

๕.๑.๑. การส่งเสริม พัฒนา และปรับปรุงภูมิทัศน์ตลาด

ออกแบบและปรับปรุงตลาดและภูมิทัศน์ตลาดโดยรอบให้มีสวยงาม มีบรรยากาศที่ดี เหมาะกับการเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ภายใต้แนวคิด “ตลาดเที่ยวได้...สไตล์ไทยๆ” เมืองไทยมีดี วิถีชุมชน ทั้งนี้ รูปแบบ แนวทาง และรายการปรับปรุง จะต้องให้กรมการค้าภายในพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยดำเนินการ ดังนี้


(๑) ออกแบบและจัดทำแลนด์มาร์คที่สื่อถึงเอกลักษณ์ ชนบธรรมนิยม วัฒนธรรม อัตลักษณ์ รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนในตลาดท่องเที่ยวแต่ละประเภท ในรูปแบบการพิมพ์ภาพสามมิติบนผนัง หรือบริเวณภายใน ตลาด ขนาดกว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตร ยาวไม่น้อยกว่า ๒ เมตร หรือพื้นที่รวมไม่น้อยกว่า ๖ ตารางเมตร แต่หากตลาดใด ไม่สามารถพิมพ์ภาพได้ ให้จัดทำแลนด์มาร์คในรูปแบบอื่นๆ นำเสนอให้กรมฯ เห็นชอบ

(๒) จัดหาที่นั่งสำหรับนั่งพักผ่อน ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๕๐ x ๖๐ x ๘๐ เซนติเมตร จำนวน ไม่น้อยกว่า ๓ ตัว/แห่ง ผลิตจากเหล็ก หรือ ไม้ หรือวัสดุที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อแดดและฝน สามารถนั่ง ได้ไม่น้อยกว่า ๓ คน โดยผนังห้องต้องประกอบด้วยโลโก้ตลาดประชารัฐต้องชม ตลาดเที่ยวได้ สไตล์ไทยๆ

(๓) จัดทำรายการอื่นๆ ตามที่กรมฯ เห็นสมควร ให้แก่ตลาด

๕.๑.๒. การจัดกิจกรรม (Event)

ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอแนวคิด (Concept) และรูปแบบ (Theme) การจัดงาน พร้อมทั้ง ออกแบบและตกแต่งพื้นที่ภายในตลาด สำหรับจัดกิจกรรมสร้างการรับรู้การเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ที่แสดงถึง เอกลักษณ์ของตลาดท่องเที่ยวในแต่ละประเภท และอัตลักษณ์ของชุมชนที่น่าสนใจ การส่งเสริมการขายของดีของ เด่นของตลาด และสินค้าของชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง การแสดงของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วม ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยกำหนดช่วงเวลา (Period) ของการจัดงานในแต่ละตลาด จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ วัน/เดือน/แห่ง ติดต่อกันเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน รวมทั้งสิ้น ๓ วัน/แห่ง ทั้งนี้ รูปแบบการจัดงาน กิจกรรม ของที่ระลึก ฯลฯ ให้กรมการค้าภายในพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยการดำเนินงานเบื้องต้นในแต่ละครั้ง ประกอบด้วย

๑๗ 

(๒) ป้าย/บอร์ดประชาสัมพันธ์ แสดงช่วงเวลา และรายการกิจกรรมและการแสดงในแต่ละวันที่จัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ จุด/ครั้ง โดยติดตั้งบริเวณภายในตลาด

(๓) สื่อวิทยุ โดยผลิตสโปตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที หรือให้นักจัดรายการ/ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที และซื้อเวลาเผยแพร่ทางสถานีวิทยุคลื่นที่มีกลุ่มผู้ฟังเป็นจำนวนมากและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ สถานี และต้องเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง/จังหวัด โดยประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๗ วัน

หรือรถแห่ประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คัน/ครั้ง พร้อมผลิตสโปตและป้ายประชาสัมพันธ์ติดด้านข้างรถยนต์รับจ้างที่วิ่งในเขตชุมชนหรือหมู่บ้าน ขนาดเหมาะสม โดยประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดงานไม่น้อยกว่า ๓ วัน

(๔) ผู้เสนอราคาสามารถเสนอสื่ออื่นๆ ที่เหมาะสมในวันเสนองานได้

๕.๒ จัดทำ Presentation การจัดกิจกรรม

ประมวลภาพนิ่ง ทุกครั้งที่จัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ภาพ/ครั้ง และประมวลภาพเคลื่อนไหว การจัดกิจกรรม (Event) ตามข้อ ๕.๑.๒ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓-๕ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คลิป/แห่ง

๕.๓ กิจกรรมการประเมินผลการจัดงาน

ประเมินจากแบบสอบถามจากผู้บริโภค ประชาชน และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในงาน เพื่อประเมินผล ความพึงพอใจการจัดกิจกรรม จำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด/แห่ง/ครั้ง และสอบถามจากผู้ประกอบการร้านค้าในตลาด จำนวนร้อยละ ๒๐ ของร้านค้า/ตลาด หรือไม่เกิน ๑๕๐ ชุด พร้อมเก็บข้อมูลจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และมูลค่าการจำหน่ายสินค้าภายในตลาด ทุกครั้งที่จัดกิจกรรม ตามข้อ ๕.๑.๒

๖. เกณฑ์การพิจารณาผู้มีสิทธิเสนอราคา/ขั้นตอนการตัดสิน

๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วน ตามที่กำหนดไว้ตามข้อ ๔ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

๖.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด โดยผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อ คณะกรรมการฯ จึงจะนำข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปพิจารณาให้คะแนนตามข้อ ๖.๓ รวมทั้งผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องและชัดเจนของเอกสารที่จะใช้เสนอราคาให้แล้วเสร็จภายในกำหนดวันยื่นเสนอราคา โดยเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคต้องมีรายละเอียดเนื้อหาต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

๖.๒.๑ นำเสนอประวัติการทำงานและผลงานที่ผ่านมาในงานที่มีลักษณะเดียวกัน

๖.๒.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด รูปแบบการจัดกิจกรรม รายละเอียดของกิจกรรม และแผนการดำเนินงาน โดยต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) รวมทั้งมีข้อเสนอพิเศษเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน

๖.๓ คณะกรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้เสนอราคาตามข้อ ๖.๒ โดยจะพิจารณาจากหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price performance) และพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด เท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ดังนี้

๖.๓.๑ ราคาที่เสนอ กำหนดน้ำหนัก เท่ากับ ร้อยละ ๒๐

๖.๓.๒ คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ ๘๐ โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๑๗ ๒-๑๗ ๑๗ ๕ ๕ ๑๗

หลักเกณฑ์การให้คะแนน	คะแนนเต็ม
๑. แนวคิดในการออกแบบปรับปรุงตลาดและภูมิทัศน์ตลาด และรูปแบบการจัดกิจกรรมที่เสนอสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	๓๐
๒. การเสนอรายละเอียดแต่ละกิจกรรม - ความน่าสนใจของการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม (๒๐ คะแนน) - ความเหมาะสมของแผนการปฏิบัติงาน/ตารางเวลา (๑๐ คะแนน)	๓๐
๓. ความคุ้มค่าของแต่ละกิจกรรมที่เสนอ ทั้งวัสดุที่ใช้ในการปรับปรุงตลาด การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์	๒๐
๔. ความพร้อมและประสบการณ์ของบริษัทในการดำเนินงาน ประวัติการทำงานและผลงานของผู้เสนอราคา ทีมงาน และคุณภาพการทำงาน	๑๕
๕. ข้อเสนอพิเศษที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน	๕
รวมคะแนนคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ	๑๐๐

หมายเหตุ : (๑) ผู้ยื่นเสนอราคาจะต้องได้คะแนนคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน/ราชการตามข้อ ๖.๓.๒ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ จึงจะได้รับการพิจารณาประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามปัจจัยหลัก และน้ำหนักที่กำหนด ตามข้อ ๖.๓

(๒) การพิจารณาคัดเลือกและตัดสินของคณะกรรมการฯ ถือเป็นที่สุด

๖.๔ เอกสารใบเสนอราคา โดยผู้เสนอราคาต้องนำเสนอรายละเอียดของราคาแต่ละรายการตามเอกสารในวันยื่นข้อเสนอ

๗. เอกสารประกอบการส่งมอบงาน

๗.๑ การส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการ ดังนี้

๗.๑.๑ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญาจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนการดำเนินการจัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพ “ตลาดท่องเที่ยว” ตลอดทั้งโครงการฯ โดยละเอียด

๗.๑.๒ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันสิ้นสุดการจัดงาน ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำสรุปผลการดำเนินงานตลอดทั้งโครงการฯ โดยแสดงรูปภาพและเอกสารหลักฐานประกอบตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) เอกสารประกอบการจัดกิจกรรม บรรยากาศการดำเนินกิจกรรม และการประเมินผลการจัดงาน พร้อมสรุปผลการวิเคราะห์ในรูปแบบเอกสาร ในรูปแบบแฟ้มงานที่แสดงรูปถ่าย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด (ฉบับจริง ๑ ชุด และสำเนา ๒ ชุด) และไฟล์ข้อมูลและรูปภาพ ในรูปแบบ Flash Drive หรือ USB จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชุด

๗.๑.๓ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานตามข้อ ๗.๑.๑ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญาจ้าง และตามข้อ ๗.๑.๒ พร้อมทั้งที่เพิ่มเติมระบุในสัญญาฯ ภายใน ๑๕ วันทำการนับถัดจากวันสิ้นสุดการจัดงาน เพื่อการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๗.๑.๔ ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังกล่าว คณะกรรมการตรวจรับพัสดุจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จ และจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ภายในเวลาที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างดำเนินการจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานเกินระยะเวลาที่กำหนด กรมฯ จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราวันละ ๐.๑๐% ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา

๗.๒ การชำระเงิน กรมฯ จะชำระงวดเดียวเมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น ครบถ้วนตามสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว

๘. ระยะเวลาการดำเนินการ

ระยะเวลา ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๑๗
๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๖
๕ มิถุนายน ๒๕๖๖

๙. การปรับลดค่าจ้าง/ค่าปรับ

๙.๑ กรณีผู้รับจ้างดำเนินการจัดกิจกรรมที่มีรายละเอียดไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดในสัญญา ผู้ว่าจ้างจะปรับลดเงินค่าจ้างในส่วนที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนดังกล่าวและจะคิดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาตั้งแต่วันที่เริ่มดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนจนถึงวันที่ดำเนินการแล้วเสร็จที่ถูกต้องหรือครบถ้วนหรือวันสิ้นสุดการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง

๙.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานภายใน ๑๕ วันทำการ นับจากวันสิ้นสุดสัญญาจ้างหากพ้นกำหนดดังกล่าวแล้ว กรมฯ จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญาจ้าง

๑๐. วงเงินงบประมาณ

วงเงิน ๓๓๐,๐๐๐ บาท/แห่ง จำนวน ๔ แห่ง รวมเป็นเงินทั้งสิ้น ๑,๓๒๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านสามแสนสองหมื่นบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๑ งบกลาง รายการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและชุมชน โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวตลาดชุมชน

๑๑. หน่วยงานผู้รับผิดชอบ

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน

.....

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด
มีนาคม ๒๕๖๒

๑๗๗ *[Handwritten signature]* *[Handwritten signature]* *[Handwritten signature]* *[Handwritten signature]*