**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)**
**ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง**

.....

๑. **ชื่อโครงการ** โครงการส่งเสริมและพัฒนาตลาดต้องชมแห่งใหม่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๗๐ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ e – bidding

๒. **หน่วยงานเจ้าของโครงการ** กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

๓. **วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร** ๗,๕๐๐,๐๐๐ บาท (เจ็ดล้านห้าแสนบาทถ้วน)

๔. **วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)** ๑๑ พ.ย. ๒๕๖๙
**เป็นเงิน ๗,๕๐๐,๐๐๐ บาท (เจ็ดล้านห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม**
ราคา/หน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

| | | | |
|---|---|---|---|
| ๔.๑ | **จัดทำแผนการดำเนินงาน (Action Plan) และนำเสนอแนวคิดหลัก (Concept)** | | |
| | **๔.๑.๑ จัดทำแผนการดำเนินงาน (Action Plan)** ของโครงการภาพรวมให้แล้วเสร็จ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา ซึ่งต้องครอบคลุมรายละเอียดการดำเนินงานตาม ตามข้อ ๖.๑-๖.๘ โดยระบุขั้นตอนการดำเนินงาน และกรอบระยะเวลาการทำงานของแต่ละกิจกรรมอย่างละเอียด ตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงการ | ๘๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๑.๒ ออกแบบ และนำเสนอแนวคิดหลัก (Concept) คำโปรย (Tagline) สัญลักษณ์ (Logo) และภาพสัญลักษณ์หลัก (Key Visual)** ในการดำเนินงานโครงการส่งเสริมและพัฒนาตลาดต้องชมแห่งใหม่ ภายใต้แนวคิด “ตลาดต้องชม จุดหมายใหม่ที่ต้องแวะ” ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ และมีรูปแบบที่สร้างสรรค์ โดยมุ่งพัฒนาตลาดชุมชนให้มีจุดขายที่ชัดเจน ดึงดูดผู้มาเยือน เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและชุมชน ครอบคลุมการสร้างประสบการณ์ทั้ง ๓ ด้าน ได้แก่ Must Eat, Must Buy, Must See โดยมีรายละเอียดดังนี้<br>(๑) Must Eat คือ การนำเสนออาหารและของกินที่มีเอกลักษณ์หรือสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างจุดดึงดูดให้ผู้มาเยือนต้องแวะชิม<br>(๒) Must Buy คือ การนำเสนอสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีจุดเด่นหรือมีเรื่องราวที่น่าสนใจ เพื่อกระตุ้นการเลือกซื้อและเพิ่มโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการ<br>(๓) Must See คือ การนำเสนอวิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญา สถานที่ หรือกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและจูงใจให้ผู้มาเยือนเดินทางมายังตลาด<br>ทั้งนี้ การนำเสนอแนวคิดหลัก (Concept) คำโปรย (Tagline) สัญลักษณ์ (Logo) และภาพสัญลักษณ์หลัก (Key Visual) ต้องนำเอกลักษณ์ | ๓๕๐,๐๐๐ | บาท |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | และอัตลักษณ์ของตลาดมากำหนดจุดขาย การสร้างประสบการณ์แก่ผู้มาเยือน การเชื่อมโยงประสบการณ์ไปสู่การซื้อสินค้าและการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ค้า ตลอดจนแนวทางที่ตลาดสามารถต่อยอด และดำเนินกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องภายหลังสิ้นสุดโครงการ พร้อมทั้งเลือกตลาดชุมชนจากรายชื่อตลาดที่กำหนดไว้ในโครงการ จำนวน ๑ แห่ง มาเป็นกรณีตัวอย่าง | | |
| ๔.๒ | **การสำรวจ การวิเคราะห์ศักยภาพตลาดเป้าหมาย และการจัดทำข้อมูลเปรียบเทียบเพื่อประกอบการคัดเลือกตลาดชุมชนเป็นตลาดต้องชมแห่งใหม่** | | |
| | **๔.๒.๑ สำรวจตลาดชุมชนเป้าหมายทั้ง ๗ แห่ง** เพื่อศึกษาข้อมูล และวิเคราะห์ศักยภาพตลาดเป้าหมายแต่ละแห่ง โดยครอบคลุมจุดแข็ง เอกลักษณ์ อัตลักษณ์และเรื่องราวของตลาดหรือชุมชน สินค้าที่มีศักยภาพและอาหารที่น่าสนใจ สภาพการซื้อขาย โอกาสทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว ตลอดจนความพร้อมและข้อจำกัดในการส่งเสริมและพัฒนาตลาด | ๔๐๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๒.๒ จัดทำข้อมูลเปรียบเทียบเพื่อประกอบการคัดเลือกตลาดชุมชนเป็นตลาดต้องชมแห่งใหม่** ภายหลังจากการสำรวจ ศึกษาข้อมูลเชิงลึก และวิเคราะห์ศักยภาพตลาดเป้าหมาย ตามข้อ ๖.๒.๑ ผู้รับจ้างต้องจัดทำข้อมูลเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ตลาดชุมชนเป้าหมายทั้ง ๗ แห่ง โดยแยกรายตลาดในรูปแบบแผนภาพสรุปข้อมูล (Infographic) ที่สามารถเปรียบเทียบกันได้อย่างชัดเจน ซึ่งผลการวิเคราะห์ต้องมีรายละเอียด ดังนี้<br>(๑)จุดแข็ง เอกลักษณ์ อัตลักษณ์และเรื่องราวของตลาดหรือชุมชน<br>(๒) สินค้าที่มีศักยภาพและอาหารที่น่าสนใจสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่<br>(๓) วันเวลาทำการ จำนวนผู้ค้า สภาพการซื้อขาย ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเดินทางแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง<br>(๔)โอกาสทางการตลาดที่สร้างรายได้ให้แก่ผู้ค้า พฤติกรรมผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว<br>(๕) ความพร้อมในการดำเนินงานของตลาด ผู้ดูแลตลาด ผู้ค้าภายในตลาด ที่มีสามารถดำเนินการได้ต่อเนื่องภายหลังสิ้นสุดโครงการ<br>(๖)ข้อจำกัดในการส่งเสริมและพัฒนาตลาด<br>(๗) แนวทางหรือรูปแบบกิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนาตลาดเบื้องต้นที่สอดคล้องกับศักยภาพและอัตลักษณ์ของตลาด ภายใต้แนวคิด “ตลาดต้องชม จุดหมายใหม่ที่ต้องแวะ” ที่ครอบคลุมการสร้างประสบการณ์ทั้ง Must Eat, Must Buy, Must See<br>ทั้งนี้ ต้องส่งรายงานผลการสำรวจ การวิเคราะห์ ข้อมูลเปรียบเทียบตลาดชุมชน และความเห็นรายตลาดจากผู้รับจ้าง เพื่อให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทราบภายใน ๔๕ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง เพื่อพิจารณาคัดเลือกเป็นตลาดต้องชมแห่งใหม่ทั้ง ๕ แห่ง และจะแจ้งผลการคัดเลือกให้ผู้รับจ้างทราบเพื่อดำเนินการตามข้อ ๖.๓-๖.๖ ต่อไป | ๓๕๐,๐๐๐ | บาท |

| ๔.๓ | **การส่งเสริมและพัฒนาตลาดที่ได้รับการคัดเลือก ๕ แห่ง** | | |
|---|---|---|---|
| | **๔.๓.๑ จัดทำแผนส่งเสริมและพัฒนารายตลาดของตลาดที่ได้รับการคัดเลือก จำนวน ๕ แห่ง** โดยต้องหารือกับผู้บริหาร ผู้ดูแล หรือผู้รับผิดชอบตลาด และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แผนสอดคล้องกับศักยภาพ อัตลักษณ์ ความต้องการ และข้อจำกัดของแต่ละตลาด โดยในแผนจะต้องประกอบได้ด้วยรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้<br>(๑) แผนการพัฒนาด้านสถานที่ ภูมิทัศน์ตลาด การจัดทำป้าย และสิ่งอำนวยความสะดวก<br>(๒) แผนการพัฒนาอาหารหรือสินค้าที่มีอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่า<br>(๓) แผนเชื่อมโยงการท่องเที่ยว โดยนำเสนอแนวทางเชื่อมโยงกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ ควบคู่กับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและกิจกรรมต่อเนื่องอื่น ๆ เพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว เพิ่มโอกาสทางการค้า และสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการและชุมชน<br>(๔) แผนติดตามผล ประเมินผล และแนวทางการดำเนินงานต่อเนื่องภายหลังสิ้นสุดโครงการ โดยตลาดและผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการดูแลรักษาสิ่งที่ได้รับการพัฒนา และดำเนินกิจกรรมพื้นฐานได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพางบประมาณสนับสนุนจากกรมการค้าภายในอย่างต่อเนื่อง | ๕๕๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๓.๒ การปรับปรุงภูมิทัศน์ การจัดทำป้ายแสดงอัตลักษณ์ตลาดต้องชม และสิ่งอำนวยความสะดวก** ผู้รับจ้างต้องสำรวจสภาพพื้นที่และดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดทั้ง ๕ แห่ง ให้สะอาด เป็นระเบียบ ปลอดภัย สะท้อนอัตลักษณ์ของตลาด และเหมาะสมต่อการต้อนรับผู้มาเยือน ดังนี้<br>(๑) <u>จัดทำป้ายตลาดต้องชมพร้อมตราสัญลักษณ์โลโก้กรมการค้าภายใน</u> และโลโก้ตลาดต้องชม จำนวน ๑ ชิ้นต่อแห่ง รวมทั้งสิ้น ๕ ชิ้น ขนาดไม่น้อยกว่า ๑ x ๐.๕ เมตร ใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงคงทน เช่น ไม้พลาสวูด หรือวัสดุที่มีคุณภาพเทียบเท่าหรือดีกว่า เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และลักษณะการติดตั้ง<br>(๒) <u>จัดทำจุดถ่ายภาพ (Check in Photo)</u> ที่สะท้อนเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของตลาด โดยมีขนาดที่เหมาะสมกับพื้นที่แต่ละแห่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุดต่อแห่ง รวมทั้งสิ้น ๕ แห่ง<br>(๓) <u>จัดทำหรือติดตั้งป้ายบอกทางหรือป้ายแนะนำจุดสำคัญภายในตลาด</u>ให้เหมาะสมกับขนาดและผังของแต่ละตลาด เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาเยือน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุดต่อแห่ง รวมทั้งสิ้น ๕ แห่ง<br>(๔) <u>จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ค้าและผู้มาเยือน</u><br>- จัดทำป้ายแสดงราคาสินค้าที่สามารถเขียนหรือเปลี่ยนแปลงราคาและนำกลับมาใช้ซ้ำได้ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ป้าย สำหรับตลาดทั้ง ๕ แห่ง | ๑๒๕,๐๐๐<br>๗๕๐,๐๐๐<br>๕๐,๐๐๐<br>๕๐,๐๐๐ | บาท<br>บาท<br>บาท<br>บาท |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | - จัดทำผ้ากันเปื้อนสำหรับผู้ค้า โดยสกรีนโลโก้กรมการค้าภายในและโลโก้ตลาดต้องชม หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ตัว สำหรับตลาดทั้ง ๕ แห่ง ใช้วัสดุทนทาน ทำความสะอาดได้ง่าย และมีขนาดที่เหมาะสม | ๕๐,๐๐๐ | บาท |
| | - จัดจุดนั่งพักรับประทานอาหาร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุดต่อแห่ง รวมทั้งสิ้น ๕ แห่ง โดยรูปแบบต้องมีความเหมาะสมกับการใช้งานจริง | ๑๐๐,๐๐๐ | บาท |
| | (๕) ปรับปรุงพื้นที่และจัดองค์ประกอบภายในตลาดเท่าที่จำเป็น เพื่อเพิ่มความเป็นระเบียบ ความสะดวกและความปลอดภัยในการสัญจร โดยไม่กีดขวางทางสัญจรหรือกระทบต่อการประกอบกิจการของผู้ค้าเกินความจำเป็น | ๕๐๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๓.๓ การยกระดับอาหารหรือสินค้าที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์** | | |
| | (๑) คัดเลือกอาหารหรือสินค้าที่มีเอกลักษณ์จากตลาดที่คัดเลือกทั้ง ๕ แห่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ รายการต่อแห่ง รวมไม่น้อยกว่า ๕ รายการ โดยพิจารณาจากอัตลักษณ์ของชุมชน ศักยภาพในการเพิ่มมูลค่า ความพร้อมของผู้ค้า และโอกาสในการจำหน่ายจริง | ๕๐๐,๐๐๐ | บาท |
| | (๒) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) สำหรับอาหารหรือสินค้าที่คัดเลือก ตามข้อ ๖.๓.๓ (๑) โดยมุ่งเน้นการนำวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้เป็นองค์ประกอบหลักในการออกแบบ เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของพื้นที่ เพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในรูปแบบจำลอง ๓D Design จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ รูปแบบ บนบรรจุภัณฑ์ต้องประกอบด้วย ๑) โลโก้ตลาดต้องชม ๒) โลโก้กรมการค้าภายใน ๓) ชื่อสินค้า หรือฉลากภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีข้อมูลเหมาะสมกับประเภทสินค้าและการจำหน่าย โดยการออกแบบต้องคำนึงถึงอัตลักษณ์ เรื่องราวของสินค้า สวยงามเหมาะสมกับประเภทสินค้า การบรรจุ การขนส่ง โอกาสในการต่อยอดสินค้าเข้าสู่ช่องทางจำหน่ายที่มีศักยภาพ และช่องทางการค้าอื่นๆ ที่เหมาะสม รวมถึงต้นทุนการผลิตและความสามารถของผู้ประกอบการในการนำบรรจุภัณฑ์ไปใช้ต่อภายหลังสิ้นสุดโครงการ | ๓๐๐,๐๐๐ | บาท |
| | (๓) ผลิตบรรจุภัณฑ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้นต่อรายการ รวมทั้งสิ้น ๕๐๐ ชิ้น และดำเนินการส่งมอบให้ผู้ประกอบการเพื่อนำไปใช้จำหน่ายสินค้าจริง ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อนดำเนินการผลิตจริง | ๒๕๐,๐๐๐ | บาท |
| | (๔) ดำเนินการส่งเสริมและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่มีศักยภาพให้กับอาหารหรือสินค้าที่ได้รับการคัดเลือกและพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์แล้ว ผ่านศูนย์การค้าชั้นนำ โดยต้องนำเสนอกลยุทธ์ในการคัดเลือกพื้นที่พร้อมทั้งดำเนินการประสานศูนย์การค้านำอาหารหรือสินค้าเข้าจำหน่ายใน | ๑๘๕,๐๐๐ | บาท |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | รูปแบบการจัดเก็บค่าธรรมเนียมส่วนแบ่งยอดขาย (Gross Profit: GP) แทนการจัดเก็บค่าเช่าพื้นที่ พร้อมทั้งจัดเก็บข้อมูลยอดจำหน่ายตลอดระยะเวลาโครงการ และรายงานผลการดำเนินงาน โดยระบุช่วงเวลา และแหล่งที่มาของข้อมูลที่สามารถตรวจสอบได้ | | |
| | **๔.๓.๔ การจัดหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้คำปรึกษาและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการจัดหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน** เพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำ ติดตามความก้าวหน้า และช่วยแก้ไขปัญหาตามความเหมาะสมให้แก่ตลาดทั้ง ๕ แห่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คน ดังนี้<br>(๑) ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ การตลาดดิจิทัล การเชื่อมโยงตลาด Business to Business และโมเดิร์นเทรด หรือการท่องเที่ยวชุมชน มีประสบการณ์ในงานที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี ระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และมีผลงานในโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย ๕ โครงการ<br>(๒) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์หรือการสร้างแบรนด์ มีประสบการณ์ในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี ระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และมีผลงานในโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย ๕ โครงการ<br>(๓) ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเชิงพื้นที่ และการวางแผนภาคและเมือง มีประสบการณ์ในสาขาที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี ระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และมีผลงานในโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย ๕ โครงการ | ๓๕๐,๐๐๐ | บาท |
| **๔.๔** | **จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และกิจกรรมส่งเสริมการขาย** | | |
| | **๔.๔.๑ จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ตลาดทั้ง ๕ แห่ง** โดยกิจกรรมต้องมีความสร้างสรรค์ โดดเด่น และแปลกใหม่ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนให้เดินทางมายังตลาด สร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ โดยเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต สินค้า อาหาร หรือแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ อาจเป็นกิจกรรมรูปแบบใหม่หรือการต่อยอดสิ่งที่มีอยู่ให้มีความน่าสนใจ เช่น เส้นทางท่องเที่ยวตามธีมเฉพาะ กิจกรรมสัมผัสวิถีชุมชน กิจกรรมตามรอยอาหารหรือสินค้าขึ้นชื่อ กิจกรรมเชื่อมโยงร้านค้าท้องถิ่น หรือรูปแบบอื่นๆ ทั้งนี้ ต้องแสดงให้เห็นถึงแนวทางกระตุ้นการเดินทาง และการใช้จ่ายภายในตลาดหรือชุมชน สามารถดำเนินการได้จริงภายในระยะเวลาโครงการ และมีแนวทางให้ตลาดนำไปต่อยอดได้ภายหลังสิ้นสุดโครงการ | ๓๐๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๔.๒ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเชิงสร้างสรรค์หรือสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน** เพื่อกระตุ้นการซื้อขายภายในตลาดทั้ง ๕ แห่ง โดยการจัดทำและแจกคูปองส่วนลดแทนเงินสด หรือรูปแบบอื่นที่แปลกใหม่ และเหมาะสมกับบริบทของแต่ละตลาด สำหรับการจัดทำคูปองมีรายละเอียด ดังนี้ | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | (๑) มูลค่าคูปอง: จัดทำคูปองมูลค่า ฉบับละ ๕๐ บาท โดยกำหนดวงเงินสำหรับแจกคูปอง ไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐ บาทต่อแห่ง รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๕๐,๐๐๐ บาท โดยเบิกจ่ายตามที่ดำเนินการจริง ภายในวงเงินรวม ๑๕๐,๐๐๐ บาท | ๑๕๐,๐๐๐ | บาท |
| | (๒) ลักษณะของคูปอง: บนคูปองต้องระบุรายละเอียดอย่างน้อยประกอบด้วย ๑) ชื่อตลาดต้องชม ๒) มูลค่าคูปอง ๓) เงื่อนไขการใช้สิทธิ์ และ ๔) วันและช่วงเวลาที่สามารถใช้งานได้ ทั้งนี้ ต้องออกแบบคูปองให้มีความรัดกุม สามารถป้องกันการปลอมแปลง และการนำกลับมาใช้ซ้ำได้ เช่น การระบุหมายเลขคูปอง (Running Number) หรือการใช้สัญลักษณ์เฉพาะ | ๒๐,๐๐๐ | บาท |
| | (๓) วิธีการแจกคูปอง: ต้องดำเนินการแจกจ่ายคูปองภายในพื้นที่จัดกิจกรรมเท่านั้น โดยอาจใช้รูปแบบการแจกจ่ายให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการให้เป็นรางวัลจากการร่วมสนุก ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องกำหนดหลักเกณฑ์การแจกคูปองให้มีความชัดเจน โปร่งใส และเกิดความเป็นธรรม | | |
| | (๔) เงื่อนไขการใช้คูปอง: สามารถใช้เป็นส่วนลดหรือแลกซื้อสินค้าได้เฉพาะกับร้านค้าภายในตลาดต้องชมแห่งที่จัดกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น และต้องใช้ภายในวันหรือช่วงเวลาที่ระบุไว้บนคูปอง | | |
| | (๕) การรวบรวมหลักฐาน: ผู้รับจ้างต้องจัดเก็บ และรวบรวมหลักฐานการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการแจกจ่ายคูปองทั้งหมดอย่างละเอียดและชัดเจน เช่น จำนวนผู้ใช้ มูลค่าการใช้ ภาพหลักฐานการใช้จริง เพื่อใช้ประกอบการรายงานผล | | |
| **๔.๕ ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL)** | | | |
| | **จัดให้มีผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ (Influencer/KOL) หรือนักสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator)** จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดต้องชมที่ได้รับการคัดเลือกทั้ง ๕ แห่งโดยต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ | ๑๐๐,๐๐๐ | บาท |
| | (๑) มีชื่อเสียง หรือมีประสบการณ์การนำเสนอด้านการท่องเที่ยว อาหาร วิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น สินค้า หรือการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ หรือเนื้อหาอื่นที่มีความสอดคล้องกับลักษณะของตลาดต้องชมและกลุ่มเป้าหมายของโครงการ | | |
| | (๒) มียอดผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหลักที่ใช้เผยแพร่เนื้อหา ประเภทใดประเภทหนึ่ง เช่น Facebook Tiktok Youtube Instragram จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ราย | | |
| | (๓) มีผลงานในการนำเสนอเรื่องราวของพื้นที่ สินค้า อาหาร หรือประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มียอดการมองเห็น (Views) ต่อคลิปมากกว่า ๕๐,๐๐๐ ครั้ง อย่างน้อย ๑ ผลงาน | | |
| | (๔) มีช่องทางเผยแพร่ที่สามารถตรวจสอบข้อมูลผู้ติดตาม ผลงาน และผลตอบรับของผู้ชมได้ | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | กรณีผู้ยื่นข้อเสนอ เสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์(Influencer/KOL) หรือนักสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) จำนวนมากกว่าที่กำหนดขั้นต่ำคือ ๑ ราย หรือมียอดผู้ติดตาม และมีผลงานในการนำเสนอสูงกว่าที่กำหนดนั้น จะต้องระบุให้ชัดเจนว่ารายใดเป็นหลักสำหรับการดำเนินงานตามโครงการ และจะใช้จำนวนผู้ติดตามของรายหลักดังกล่าวเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาตามเกณฑ์การประเมิน เพื่อประโยชน์ของทางราชการ กรมการค้าภายในจะถือว่ายินยอมให้ใช้ทุกรายที่เสนอมา | | |
| ๔.๖ | **การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้** | | |
| | **๔.๖.๑ จัดให้ผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ (Influencer/KOL) หรือผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) ตามข้อ ๖.๕ ผลิตเนื้อหาประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมตลาดทั้ง ๕ แห่ง ตามข้อ ๖.๔** จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คลิป ต่อ ๑ แห่ง รวมไม่น้อยกว่า ๕ คลิป ความยาวไม่น้อยกว่า ๔๕ วินาที ต่อคลิป และเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ (Influencer/KOL) หรือผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) อย่างน้อย ๑ ช่องทาง เช่น Facebook Tiktok Instragram Youtube มียอดการมองเห็น (Views/Reach) ไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ครั้งต่อแห่ง โดยนำเสนอจุดเด่นอาหารหรือสินค้าเด่น อัตลักษณ์ และประสบการณ์ที่น่าสนใจของแต่ละตลาดในรูปแบบสร้างสรรค์และดึงดูดความสนใจ เนื้อหาต้องมุ่งสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วม และกระตุ้นความสนใจให้เกิดการเดินทางมาเยือนหรือการใช้จ่ายในพื้นที่ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องส่งมอบลิงก์เนื้อหาที่เผยแพร่ และหลักฐานข้อมูลผลตอบรับจากแพลตฟอร์มที่เผยแพร่ เช่น ยอดรับชม ยอดเข้าถึง หรือการมีส่วนร่วมของผู้ชม ตามข้อมูลที่แพลตฟอร์มแสดง | ๗๐๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๖.๒ ผลิตวิดีโอแนะนำตลาด** จำนวน ๑ ชิ้นงานต่อแห่ง รวม ๕ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาทีต่อชิ้น ความละเอียดไม่น้อยกว่า Full HD พร้อมคำบรรยายภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยนำเสนอเรื่องราวและอัตลักษณ์ของตลาด อาหารหรือสินค้าเด่น วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนกิจกรรมหรือประสบการณ์ที่ดึงดูดผู้มาเยือน และเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook TikTok Instagram Youtube ของกรมการค้าภายใน หรือผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ (Influencer/KOL) หรือสื่ออื่นๆ ทั้งนี้ ต้องส่งมอบไฟล์วิดีโอที่พร้อมเผยแพร่และไฟล์ต้นฉบับที่จำเป็นต่อการนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ | ๑๕๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๖.๓ ออกแบบ และจัดทำคู่มือท่องเที่ยวดิจิทัล (E-Travel Guide)** ในรูปแบบไฟล์ PDF จำนวน ๑ ชุดต่อ ๑ แห่ง รวม ๕ ชุด ให้มีความทันสมัยและสวยงาม เพื่อให้กรมฯ และตลาดสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่อได้ภายหลังสิ้นสุดโครงการ โดยแต่ละชุดต้องมีสาระสำคัญอย่างน้อย ดังนี้ | ๑๕๐,๐๐๐ | บาท |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | (๑) ชื่อและอัตลักษณ์ของตลาด พร้อมภาพประกอบที่เหมาะสม<br>(๒) จุดเด่นของตลาด ร้านค้า อาหาร หรือสินค้าที่น่าสนใจ<br>(๓) กิจกรรมหรือประสบการณ์ที่สามารถเข้าร่วมได้<br>(๔) สถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งเรียนรู้ที่สามารถเชื่อมโยงกับตลาด<br>(๕) ที่ตั้ง พิกัด ช่องทางติดต่อ และข้อมูลการเดินทางที่จำเป็น<br>(๖) ช่องทางออนไลน์หรือช่องทางประชาสัมพันธ์ของตลาด (ถ้ามี)<br>ทั้งนี้ เนื้อหาต้องมีภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จัดทำในรูปแบบที่อ่านง่าย ใช้งานสะดวก และสามารถเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ได้ พร้อมตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนส่งมอบ และต้องส่งมอบไฟล์ต้นฉบับ (Editable File) ของคู่มือท่องเที่ยวดิจิทัล (E-Travel Guide) แยกเป็นรายตลาดในรูปแบบที่สามารถเปิด แก้ไข และปรับปรุงข้อความ ภาพ และข้อมูลภายในคู่มือได้ เพื่อให้กรมการค้าภายในสามารถนำไปปรับปรุงข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงภายหลังการส่งมอบ และจัดทำเป็นไฟล์สำหรับเผยแพร่ต่อได้ด้วยตนเอง โดยผู้รับจ้างต้องส่งมอบไฟล์หรือองค์ประกอบที่จำเป็นต่อการแก้ไขดังกล่าวให้ครบถ้วน | | |
| **๔.๗ การดำเนินการอื่นๆ** | | | |
| | **๔.๗.๑ จัดให้มีผู้รับผิดชอบหลักโครงการ** จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน ทำหน้าที่ติดต่อ และติดตามการดำเนินงานกับตลาด กรมการค้าภายใน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งติดตามความก้าวหน้า และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินโครงการ | ๑๐๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๗.๒ จัดให้มีจุดลงทะเบียน** จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุดต่อแห่ง **พร้อมเจ้าหน้าที่รับลงทะเบียน เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก** จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คนต่อแห่ง สำหรับกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมการขาย และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่เหมาะสมตามลักษณะของกิจกรรม เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย | ๑๒๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๗.๓ จัดให้มีเจ้าหน้าที่สำหรับบันทึกภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว** จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน สำหรับกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมการขาย และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อบันทึกภาพกิจกรรม บรรยากาศ และส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ ทั้งนี้ ภาพนิ่งและวิดีโอดังกล่าวต้องสามารถนำไปใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์ การจัดทำรายงานผล และการตรวจรับงานของกรมการค้าภายในได้ | ๑๕๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๗.๔ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น**จากการดำเนินงานตามขอบเขตของโครงการ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการใช้พื้นที่ การจัดกิจกรรม การผลิตสื่อ และค่าใช้จ่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง | - | บาท |
| | **๔.๗.๕ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบต่อความเสียหาย**ที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้รับจ้าง และต้องดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นโดยไม่ให้กระทบต่อการดำเนินโครงการหรือภาพลักษณ์ของกรมการค้าภายใน ตลาด ชุมชน และประชาชนในพื้นที่ | - | บาท |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | **๔.๗.๖ กรณีสภาพอากาศไม่เอื้ออำนวย เหตุสุดวิสัย หรือสถานการณ์อื่นที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรม ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนสำรองหรือปรับรูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสม** โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อนดำเนินการ ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนดังกล่าวต้องไม่ลดทอนวัตถุประสงค์และผลสัมฤทธิ์หลักของโครงการ | - | บาท |
| **๔.๘ การสรุปและประเมินผลโครงการ** | | | |
| | **๔.๘.๑ รายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ** อย่างน้อยต้องประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้<br>(๑) รายงานยอดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจำหน่ายอาหารหรือสินค้าที่ได้รับการคัดเลือกและพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์แล้ว โดยแยกรายผลิตภัณฑ์<br>(๒) รายงานผลการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยต้องประกอบด้วยรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้ ๑) ใบลงทะเบียนจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกแห่ง ๒) ใบรายละเอียดยอดการใช้งานคูปองที่เกิดขึ้น ๓) รายงานยอดรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการของผู้ค้า เปรียบเทียบก่อนและหลังโครงการ โดยแยกรายตลาด<br>(๓) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ค้า และผู้เข้าร่วมกิจกรรม และความเห็นหรือข้อเสนอที่ต้องการให้ทำเพิ่มเติมต่อไปในอนาคต<br>(๔) ผลการดำเนินงานด้านสื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง พร้อมข้อมูลสถิติจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย Reach, Engagement, Views, จำนวนการเผยแพร่สื่อ และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง<br>(๕) ภาพถ่าย และหลักฐานการดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการที่สามารถตรวจสอบได้<br>(๖) ปัญหา อุปสรรค ที่พบระหว่างการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนา | ๓๒๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๘.๒ จัดส่งหลักฐานประกอบการตรวจรับงาน** ได้แก่ ภาพถ่ายกิจกรรม วิดีโอบันทึกกิจกรรม URL Link หรือ QR Code ของสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน ข้อมูลสถิติจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เอกสารสรุปผลการดำเนินงาน และเอกสารหรือหลักฐานอื่นที่สามารถตรวจสอบได้จริง | ๑๕๐,๐๐๐ | บาท |
| | **๔.๘.๓ ส่งมอบไฟล์ต้นฉบับ (Editable File)** ของสื่อประชาสัมพันธ์ ภาพถ่าย วิดีโอ และเอกสารประกอบการดำเนินโครงการทั้งหมดให้แก่กรมการค้าภายใน ทั้งนี้ ผลงานทั้งหมดที่ผลิตภายใต้โครงการนี้ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์ของกรมการค้าภายใน โดยกรมการค้าภายในสามารถนำไปเผยแพร่ ดัดแปลง หรือใช้ประโยชน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หรือดำเนินงานอื่นที่เกี่ยวข้องได้โดยไม่จำกัดระยะเวลา และไม่ต้องชำระค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมแก่ผู้รับจ้างหรือบุคคลอื่นใด | ๑๕๐,๐๐๐ | บาท |
| | **รวมเป็นเงินทั้งสิ้น** | **๗,๕๐๐,๐๐๐** | **บาท** |

**๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)**

๑) บริษัท ลีเวอเรจ จำกัด

๒) บริษัท กีเซอร์ จำกัด

๓) บริษัท แอดฮอค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด

**๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน**

๖.๑ นางสาวจันทร์ธิดา กลัมพากร ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

๖.๒ นายปิยบุตร สุขตะโก นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

๖.๓ นายอิศเรศ ทรัพย์สกุล นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

๖.๔ นางสาวกุลวรรณ เสนประดิษฐ์ นักวิชาการพาณิชย์

๖.๕ นางสาวธนัชชา สุขวิเศษ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ