

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีชิ้นงานก่อสร้าง**

๑. ชื่อโครงการ : บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกรมการค้าภายใน
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ : กองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร : ๑,๕๐๐,๐๐๐.- บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน)
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ ๒๕ เม.ย. ๒๕๖๕
เป็นเงิน : ๑,๕๐๐,๐๐๐- บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน)

รายการ	จำนวน	หน่วยละ	จำนวนเงิน
๑. แนวคิด กลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน			
<p>๑.๑ ดำเนินการวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของกรมการค้าภายใน พร้อมจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสาร แนวทางการพัฒนาและรูปแบบการจัดทำเนื้อหา (Content) อย่างเป็นระบบ โดยกำหนดรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม ครอบคลุมทั้งเนื้อหาประเภทภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว/วิดีโอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของหน่วยงาน เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเพิ่มการเข้าถึงประชาชนในวงกว้าง ทั้งนี้ ต้องมุ่งเน้นการเพิ่มอัตราการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม (Engagement Rates) การส่งต่อเนื้อหา (Share) และการขยายฐานผู้ติดตามในแต่ละช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้</p> <p>๑) Facebook ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT” ๒) TikTok ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT” ๓) YouTube ชื่อ “DIT Channel” ๔) Instagram ชื่อ “dit_moc” ๕) X (Twitter) ชื่อ “dit_moc”</p>	๑ งาน	๕,๐๐๐	๕,๐๐๐
<p>๑.๒ จัดทำแผนการดำเนินงาน โครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกรมการค้าภายใน โดยกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละช่องทาง ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม พร้อมจัดทำแผนการผลิตเนื้อหา (Content Plan) อาทิ เนื้อหาเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมของกรมการค้าภายใน เทศกาลและวันสำคัญต่าง ๆ รวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของหน่วยงาน เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ สร้างการรับรู้ การติดตาม และการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของกรมการค้าภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้</p> <p>๑) Facebook ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT” ๒) TikTok ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT” ๓) YouTube ชื่อ “DIT Channel” ๔) Instagram ชื่อ “dit_moc” ๕) X (Twitter) ชื่อ “dit_moc” ๖) LINE Official Account ชื่อ “Hello DIT”</p>	๑ งาน	๕,๐๐๐	๕,๐๐๐

๒. การออกแบบ ผลิต และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์			
๒.๑ ดำเนินการจัดทำรูปแบบ (Template) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมการค้าภายใน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ รูปแบบ โดยออกแบบให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และสะท้อนอัตลักษณ์ของหน่วยงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ โดยออกแบบสื่อในรูปแบบที่สามารถปรับแก้ไขได้ (editable files) สำหรับใช้ผลิต โปสเตอร์ แบนเนอร์ อินโฟกราฟิก และวิดีโอเพื่อให้การสื่อสารของหน่วยงานมีเอกภาพทันสมัย	๑ ชิ้น	๑๙,๗๕๐	๑๙,๗๕๐
๒.๒ ดำเนินการออกแบบ ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจ กิจกรรมต่างๆ ตามเนื้อหาที่กรมการค้าภายในพิจารณาเห็นสมควร ในรูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ Motion Graphic พร้อมคำอธิบาย (Caption) โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของแพลตฟอร์มและกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๕ ชิ้น	๔๕ ชิ้น	๓,๔๐๐	๑๕๓,๐๐๐
๒.๓ ดำเนินการออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ Plate หรือ Banner ประกอบข่าวหรือกิจกรรม หรือตามเนื้อหาที่กรมการค้าภายในพิจารณาเห็นสมควร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ชิ้น	๑๕๐ ชิ้น	๓๔๕	๕๑,๗๕๐
๒.๔ ดำเนินการออกแบบ ผลิต และเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้นเพื่อนำเสนอภารกิจและบทบาทหน้าที่ของกรมการค้าภายใน ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ และเหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียล เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจในภารกิจของกรมการค้าภายในมากยิ่งขึ้น โดยคลิปวิดีโอต้องมีความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที/ชิ้น พร้อมจัดทำคำอธิบาย (Caption) สำหรับการเผยแพร่ในแต่ละแพลตฟอร์ม จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๓ ชิ้น โดยในจำนวนดังกล่าว ต้องมีการถ่ายทำคลิปวิดีโอที่มีผู้ดำเนินรายการหรือเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายในร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น ทั้งนี้ ต้องดำเนินการผลิตด้วยอุปกรณ์ที่มีคุณภาพสูง ตัดต่อ ลงเสียง ใส่กราฟิก ให้เกิดความน่าสนใจของเนื้อหา พร้อมทั้งดำเนินการเผยแพร่ให้มียอดการรับชมรวมทุกคลิปไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ วิว	๔๓ ชิ้น	๒๕,๐๐๐	๑,๐๗๕,๐๐๐
๒.๕ จัดหาช่างบันทึกภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน ร่วมลงพื้นที่ตามภารกิจ/กิจกรรม หรือปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร หรือปริมณฑล จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง โดยช่างบันทึกภาพต้องแต่งกายให้เหมาะสมกับลักษณะงานและสถานที่ เช่น ชุดสุทสุภาพเรียบร้อย ทั้งนี้ อุปกรณ์สำหรับบันทึกภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวต้องเป็นอุปกรณ์ระดับมืออาชีพตลอดทั้งโครงการ โดยต้องจัดส่งผลงานในรูปแบบ Google Drive ประกอบด้วยไฟล์ภาพนิ่งในรูปแบบ JPG หรือ .RAW ความละเอียดไม่น้อยกว่า ๑,๙๒๐ x ๑,๐๘๐ พิกเซล หรือ ๒ ล้านพิกเซล หรือไฟล์ภาพเคลื่อนไหวในรูปแบบ .MP๔ หรือรูปแบบอื่นๆ ความละเอียดไม่น้อยกว่า ๑๐๘๐p (Full HD) ทั้งนี้ ให้จัดส่งไฟล์ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวให้กับคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ และเจ้าหน้าที่กองประชาสัมพันธ์สื่อสารองค์กร หลังจากเสร็จสิ้นภารกิจ/กิจกรรม	๑๕ ครั้ง	๕,๐๐๐	๗๕,๐๐๐
๓. บริหารจัดการโซเชียลมีเดียทุกแพลตฟอร์มของกรมการค้าภายใน			
๓.๑ ดำเนินการโปรโมทสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านการโปรโมทโพสต์ (Boost Post) บนทุกแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของกรมการค้าภายใน ตามที่กองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรกำหนด เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการติดตามรวมถึงการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Engagement) โดยกำหนดให้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำการโปรโมทต้องมีจำนวนการมองเห็นจากกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ คนต่อครั้ง ทั้งนี้ สื่อประชาสัมพันธ์ที่นำมาโปรโมทต้องเป็นสื่อที่เผยแพร่ภายหลังจากวันที่ลงนามในสัญญา และต้องดำเนินการโปรโมทไม่น้อยกว่า ๕๐ ครั้ง	๕๐ ครั้ง	๕๐๐	๒๕,๐๐๐

<p>๓.๒ จัดทำแผนและดำเนินการจัดกิจกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจและบทบาทของกรมการค้าภายใน เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อโซเชียล โดยกำหนดให้แต่ละกิจกรรมมีผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๓๐ คน และต้องจัดกิจกรรมตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการไม่น้อยกว่า ๘ กิจกรรม พร้อมจัดหาของรางวัลสำหรับผู้โชคดีหรือผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๕ รางวัล/กิจกรรม โดยมีมูลค่าของรางวัลรวมไม่น้อยกว่า ๓,๕๐๐ บาท/กิจกรรม ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม อุปกรณ์ และของรางวัล รวมถึงการจัดส่งของรางวัลให้แก่ผู้ได้รับรางวัล</p>	๘ ครั้ง	๕,๐๐๐	๔๐,๐๐๐
<p>๓.๓ จัดหา Package รายเดือน สำหรับอุปกรณ์และเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ และการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์</p> <p>๓.๓.๑ จัดหา Package รายเดือน LINE for Business (Broadcast) Pro และบริการที่เกี่ยวข้องใน Line Official ของกรมการค้าภายใน ชื่อ “Hello DIT” จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ เดือน เพื่อใช้ในการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมฯ</p>	๑๒ เดือน	๒,๐๐๐	๒๔,๐๐๐
<p>๓.๓.๒ จัดหา Package รายเดือน Google AI Pro จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ เดือน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การสร้างเนื้อหา การออกแบบสื่อภาพ วิดีโอ หรือข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งจะช่วยให้ประสิทธิภาพในการจัดทำสื่อและการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของกรมฯ ให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น</p>	๑๒ เดือน	๗๕๐	๙,๐๐๐
<p>๓.๓.๓ จัดหา Package รายเดือน CapCut Pro จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ เดือน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การออกแบบสื่อวิดีโอ ซึ่งจะช่วยให้ประสิทธิภาพในการจัดทำสื่อและการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของกรมฯ ให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น</p>	๑๒ เดือน	๓๗๕	๔,๕๐๐
<p>๓.๓.๔ จัดหา Package รายเดือน Super Grok จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ เดือน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การสร้างเนื้อหา การออกแบบสื่อภาพ วิดีโอ หรือข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งจะช่วยให้ประสิทธิภาพในการจัดทำสื่อและการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของกรมฯ ให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น</p>	๑๒ เดือน	๑,๐๐๐	๑๒,๐๐๐
<p>๓.๔ ดำเนินการเพิ่มจำนวนยอดผู้ติดตามบนช่องทางโซเชียลในแต่ละแพลตฟอร์มของกรมการค้าภายในไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ นับจากวันลงนามในสัญญา ถึง วันครบกำหนดการส่งมอบงานงวดสุดท้าย ได้แก่</p> <p>๑) Facebook ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT”</p> <p>๒) TikTok ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT”</p> <p>๓) YouTube ชื่อ “DIT Channel”</p> <p>๔) Instagram ชื่อ “dit_moc”</p> <p>๕) X (Twitter) ชื่อ “dit_moc”</p>	๑ งาน	๑,๐๐๐	๑,๐๐๐
รวมเงินจำนวนทั้งสิ้น			๑,๕๐๐,๐๐๐

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

๕.๑ บริษัท นีทอเวนท์แอนด์คอนซัลแทนท์ จำกัด

๕.๒ บริษัท เจซีแอนด์โค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)

๕.๓ บริษัท มาร์ดีโก จำกัด

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

๖.๑ นางสาวพรจิตา ญาณนาม นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

๖.๒ นางสาวนอร จำเริญพานิช นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ

๖.๓ นางสาวพนิดา จันทะสาย นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ