

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

.....

๑. ชื่อโครงการ กิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดชุมชนและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าชุมชน
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๙,๐๐๐,๐๐๐ บาท (เก้าล้านบาทถ้วน)
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ๑๗ มิ.ย. ๒๕๖๗
 เป็นเงิน ๙,๐๐๐,๐๐๐ บาท (เก้าล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

ราคา/หน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

ลำดับ	รายละเอียด	ราคา	หน่วย
๔.๑	ออกแบบกรอบแนวคิดโครงการ จัดทำแผนการดำเนินงาน และแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ตลอดโครงการให้ชัดเจน โดยกำหนดระยะเวลา (Timeline) และระบุกิจกรรมให้ครอบคลุมรายละเอียดของการดำเนินงานทั้งหมดให้เป็นรูปธรรมและปฏิบัติได้จริง เพื่อให้การดำเนินงานโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	๕๐,๐๐๐	บาท
๔.๒	ดำเนินการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชนของตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย โดยมีรายละเอียดดังนี้		
	๔.๒.๑ จัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสร้างสรรค์ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญ หรือประสบการณ์ด้านการออกแบบ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คน สำหรับออกแบบแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่เป็น Special Collection ของกลุ่มเป้าหมาย โดยระบุวุฒิการศึกษา ประวัติผลงาน ความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน เพื่อให้ตรงแนวทางที่โครงการฯ วางไว้ (ในกรณีที่ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญเป็นภาษาอังกฤษให้แปลเป็นภาษาไทย เช่น วุฒิการศึกษา สาขาวิชา ประสบการณ์ ฯลฯ)	๖๐๐,๐๐๐	บาท
	๔.๒.๒ ออกแบบแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่เป็น Special Collection ของกลุ่มเป้าหมายให้มีความร่วมสมัยตามเทรนด์ปัจจุบัน โดยยึดหลักในการพัฒนาด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมผนวกเข้ากับภูมิปัญญาของผลิตภัณฑ์ สามารถต่อยอดได้ในเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ ให้ทำการร่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยการสเก็ตช์ (Drawing Artwork) ที่ระบุรายละเอียดผลิตภัณฑ์ เช่น ขนาด โทนสี วัสดุที่ใช้ แนวคิดในการออกแบบบนพื้นฐานองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยต้องมี pattern สำเร็จรูปพร้อมข้อมูลขั้นตอนการผลิต เทคนิคการผลิต พร้อมจัดทำไฟล์ต้นแบบที่สามารถนำไปจัดทำซ้ำได้จัดส่งให้กลุ่มเป้าหมายสามารถนำไปผลิตซ้ำต่อและใช้ประโยชน์ได้จริง จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ แนวคิด/แห่ง	๑,๐๐๐,๐๐๐	บาท

๔๔

๕๕๕ ๕๕๕

	๔.๒.๓ ดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ไม่มีการเลียนแบบงานของผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาไว้แล้ว ให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยร่างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ เช่น แท็ก สายคาด กล่อง ถุงผ้า ตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ แบบ โดยต้องมี pattern สำเร็จรูป พร้อมข้อมูลขั้นตอนการผลิต เทคนิคการผลิต	๑๖๐,๐๐๐	บาท
	๔.๒.๔ ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่เป็น Special Collection จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้น/แห่ง	๒๐๐,๐๐๐	บาท
	๔.๒.๕ ดำเนินการผลิตบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน/แบบ และจัดทำไฟล์ต้นแบบที่สามารถนำไปจัดทำซ้ำได้ จัดส่งให้กลุ่มเป้าหมายสามารถนำไปผลิตซ้ำต่อและสามารถใช้ประโยชน์ได้จริง โดยให้ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่จำเป็น	๓๐๐,๐๐๐	บาท
	๔.๒.๖ ผู้เชี่ยวชาญติดตามการดำเนินงานของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการฯ ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ทางออนไลน์หรือออฟไลน์ตามความเหมาะสม โดยต้องมีหลักฐานเชิงประจักษ์ในการติดตามงาน โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายอื่นใดที่เกิดขึ้นจากการติดตามการดำเนินงาน	๓๐๐,๐๐๐	บาท
๔.๓	จัดแสดงผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผ่านการพัฒนา จำนวน ๙ กลุ่มในรูปแบบ pop up store พร้อมบอกเล่าเรื่องราวของชุมชน และ Soft Power ของผลิตภัณฑ์ชุมชน มีรายละเอียดดังนี้		
	๔.๓.๑ จัดโครงสร้างในรูปแบบ pop up store พร้อมอุปกรณ์สำหรับการตกแต่ง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการฯ โดยระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๕ วัน ณ สถานที่เอกชน ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบสถานที่การจัดกิจกรรมจากกรรมการค้าภายใน โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการดำเนินงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพบรรลุวัตถุประสงค์	๒,๐๐๐,๐๐๐	บาท
	๔.๓.๒ ประสานงานจัดส่งผลิตภัณฑ์มายังที่จัดแสดงผลงาน โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้น	๕๐,๐๐๐	บาท
	๔.๓.๓ จัดเตรียมเจ้าหน้าที่สำหรับดูแลจุดจำหน่าย พร้อมทั้งติดตามจัดเก็บยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ประกอบการทำรายงานต่อคณะกรรมการฯ	๒๐,๐๐๐	บาท
๔.๔	เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์หมู่บ้านท่ามาคำชาย (ออฟไลน์)		
	๔.๔.๑ คัดเลือกผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายอย่างน้อย ๒๗ ผลิตภัณฑ์ จาก ๙ กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่ทำการพัฒนาแล้ว และผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิม	๒๐,๐๐๐	บาท
	๔.๔.๒ จัดเตรียมรายชื่อของกลุ่มผู้จัดจำหน่าย (Trader หรือ Buyer) หรือผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ หน่วยงาน และดำเนินการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมาย หรือเจรจาธุรกิจ (Business matching) เพื่อเป็นการเปิดโอกาสต่อยอดการเปิดตลาดใหม่ให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการ	๕๐,๐๐๐	บาท

๒๕๐๒ วรรณ

	๔.๔.๓ ออกแบบ รวบรวมและจัดเตรียมฐานข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายแต่ละแห่ง เพื่อจัดทำ e-catalog ใช้ในการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบไฟล์ pdf พร้อมส่งให้กลุ่มผู้จำหน่าย (Trader หรือ Buyer) หรือผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ โดยต้องมีข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมายแต่ละแห่ง เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่างๆ ข้อมูลหมู่บ้านทำมาค้าขายแต่ละแห่ง เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ (Storytelling) ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม ไม่น้อยกว่า ๓ ภาพต่อหนึ่งผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย และข้อมูลผู้ติดต่อ เป็นต้น และส่งมอบ e-catalog ดังกล่าวให้กรมฯ	๕๐,๐๐๐	บาท
	๔.๔.๔ สรุปมูลค่าการเจรจาจับคู่ธุรกิจทันที และมูลค่าการเจรจาที่คาดว่าจะสั่งซื้อภายใน ๖ เดือน	๒๐,๐๐๐	บาท
๔.๕	ขยายช่องทางการค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อกระตุ้นการขายผลิตภัณฑ์จากตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย		
	๔.๕.๑ นำผลิตภัณฑ์เด่นของกลุ่มเป้าหมายขึ้นบนแพลตฟอร์ม E-Marketplace ที่มีชื่อเสียงอย่างน้อย ๒ แพลตฟอร์ม เช่น Tik Tok หรือ Facebook เป็นต้น อย่างน้อย ๒๗ ผลิตภัณฑ์ จาก ๙ กลุ่มเป้าหมาย	๓๐๐,๐๐๐	บาท
	๔.๕.๒ จัดทำสรุปข้อมูลผลสำเร็จของการดำเนินงาน ประกอบด้วย มูลค่าการซื้อขาย ผลิตภัณฑ์จากการดำเนินงาน และจัดอันดับสินค้าขายดี	๓๐,๐๐๐	บาท
๔.๖	ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ Soft power ผลิตภัณฑ์หมู่บ้านทำมาค้าขาย โดยดำเนินการดังนี้		
	๔.๖.๑ จัดให้มีผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) หรือผู้นำทางความคิด (Key Opinion Leader : KOL) หรือ Youtuber จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย ที่มีผู้ติดตาม (Follower) ในสื่อออนไลน์ประเภทใดประเภทหนึ่ง เช่น TikTok หรือ Facebook หรือ Youtube ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน/ราย ร่วมลงพื้นที่ถ่ายทำ Content แนะนำเส้นทางท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยสื่อให้เห็นถึง Soft Power ของผลิตภัณฑ์ชุมชน และร่วมสาธิตผลิตภัณฑ์ของตลาดต้องชม และหมู่บ้านทำมาค้าขาย ทั้ง ๙ แห่ง โดยนำเสนอในรูปแบบวิดีโอ Content และการเขียนบล็อกออนไลน์ ทั้ง ๙ แห่ง เผยแพร่ผ่าน Social Media ผ่านช่องทางสื่อของ Influencer แต่ละราย รวมไม่น้อยกว่า ๙ ครั้ง โดยมียอดการมองเห็นรวมกันไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ ครั้ง	๒,๕๐๐,๐๐๐	บาท
	๔.๖.๒ ออกแบบและจัดทำสื่อแผนภาพประชาสัมพันธ์ (infographic) สร้างการรับรู้การจัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๙ ภาพ พร้อมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media ที่มีผู้ติดตามรวมกันไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ คน/ช่องทาง อย่างน้อย ๑ ช่องทาง ระยะเวลาเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๐ วัน	๒๕๐,๐๐๐	บาท
	๔.๖.๓ จัดทำสรุปไฟล์ภาพนิ่ง และจัดทำคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ภาพรวมการดำเนินกิจกรรม ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที ระดับความคมชัด Full HD จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คลิป	๕๐,๐๐๐	บาท
	๔.๖.๔ ดำเนินการเผยแพร่คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๖.๖.๓ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่เป็นที่ยอมรับ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ช่องทาง ที่มีผู้ติดตามรวมกันไม่น้อยกว่า ๕ แสนคน รวมกันจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง	๕๐๐,๐๐๐	บาท

C2

150

รวม

	๔.๖.๕ ประชาสัมพันธ์งานจัดแสดงผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผ่านการพัฒนา (pop up store) ตามข้อ ๖.๓ ผ่าน Facebook page ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรือ เว็บไซต์ข่าว เช่น ไทยรัฐ มติชน ข่าวสด เป็นต้น รวมไม่น้อยกว่า ๕ ช่องทาง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง	๔๕๐,๐๐๐	บาท
๔.๗	จัดทำสรุปรายงานผลการดำเนินงานกิจกรรม		
	๔.๗.๑ สรุปรายงานผลการดำเนินงานกิจกรรมภาพรวม ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการดำเนินงาน พร้อมภาพถ่ายในรูปแบบเอกสารที่เป็นรูปเล่มเป็นเอกสารสี จำนวน ๓ ชุด และในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์หรือไฟล์ข้อมูลที่สามารถนำไปผลิตซ้ำได้ ลงใน External โดยต้องมีข้อมูลที่ประกอบด้วย รายละเอียดและผลการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม ความพึงพอใจ ข้อเสนอแนะ ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน และข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการในอนาคต รวมถึงผลิตสื่อวีดิทัศน์สรุปผลการดำเนินงานเพื่อนำเสนอต่อผู้บริหาร ที่มีความยาว ๕ – ๗ นาที จำนวน ๑ คลิป	๘๐,๐๐๐	บาท
	๔.๗.๒ สรุปรายได้จากโครงการดำเนินโครงการ เปรียบเทียบรายได้ก่อน-หลัง เข้าร่วมโครงการฯ ประเมินผล วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการในอนาคต โดยส่งมอบให้กรรมการค้าภายใน ตามกำหนดระยะเวลาการส่งมอบงาน ตามข้อ ๑๑ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายต่อไป	๒๐,๐๐๐	บาท
	ราคาก่อนคิดภาษีมูลค่าเพิ่ม	๘,๔๑๑,๒๑๔.๙๕	บาท
	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	๕๘๘,๗๘๕.๐๕	บาท
	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	๘,๐๐๐,๐๐๐	บาท

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

๑) บริษัท จันทร์ ๒๙ จำกัด (มหาชน)

๒) บริษัท มีราศรี จำกัด

๓) บริษัท สวัสดิ์ศรีรับ ๒๕๐๗ จำกัด

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

๖.๑ นางสาวจันทรีธิดา กลัมพากร ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

๖.๒ นายชลา ดวงแฉ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

๖.๓ นางสาวสริน เอมรุจิ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

C²

1501

รวม