ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

.....

๑. **ชื่อโครงการ** โครงการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๗๐ โดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e – bidding)

๒. **หน่วยงานเจ้าของโครงการ** กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

๓. **วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร** ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน)

๔. **วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)** ๑๑ พ.ย. ๒๕๖๙

เป็นเงิน ๔,๙๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สี่ล้านเก้าแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

ราคา/หน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

ดำเนินการจ้างโครงการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๗๐ ตามที่กรมการค้าภายในกำหนด โดยมีรายละเอียด ดังนี้			
๖.๑	การจัดทำข้อเสนอแนวคิดและแผนการดำเนินงานโครงการ ในการยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำข้อเสนอแนวคิดและแผนการดำเนินงานโครงการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ เพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลที่เข้มแข็ง โดยใช้ข้อมูลที่มีอยู่เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายทั้ง ๕ แห่ง ตามข้อ ๔ โดยไม่ต้องลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลก่อนยื่นข้อเสนอ ทั้งนี้ ข้อเสนอต้องประกอบด้วย	๕๓,๕๐๐	บาท
	(๑) แนวคิดหลักและแนวทางการพัฒนากลุ่มเป้าหมาย โดยแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในบริบทและลักษณะของกลุ่มเป้าหมายแต่ละแห่ง รวมถึงแนวทางการยกระดับศักยภาพ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การขยายตลาด และการใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสม		
	(๒) แนวทางการศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหลังลงนามในสัญญา โดยระบุวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลการขายและช่องทางการตลาด ตลอดจนแนวทางตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลเพียงพอสำหรับกำหนดแนวทางพัฒนาที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม		
	(๓) ตัวอย่างแนวทางการส่งเสริมและพัฒนารายกลุ่มอย่างละเอียด ไม่น้อยกว่า ๓ กลุ่มเป้าหมาย โดยแต่ละกลุ่มต้องแสดงปัญหาหรือโอกาสที่ต้องการแก้ไข กิจกรรมที่จะดำเนินการ ขั้นตอนการดำเนินงาน เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ใช้ ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ และตัวชี้วัดความสำเร็จ พร้อมแสดงให้เห็นว่าแนวทางพัฒนามีความเหมาะสมกับลักษณะและศักยภาพของกลุ่มเป้าหมายนั้น		

	(๔) แผนปฏิบัติการภาพรวมของโครงการ (Action Plan) ตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงการ ระยะเวลา ๑๒๐ วัน โดยแสดงลำดับขั้นตอน กิจกรรม ระยะเวลาดำเนินงาน จุดส่งมอบงาน และความเชื่อมโยงระหว่างการศึกษาข้อมูล การจัดทำแผนพัฒนาการดำเนินกิจกรรม และการติดตามประเมินผล เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ครบถ้วนภายในระยะเวลาที่กำหนด		
๖.๒	ลงพื้นที่สำรวจ รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ผู้รับจ้างต้องลงพื้นที่กลุ่มเป้าหมายทั้ง ๕ แห่งตามข้อ ๔ เพื่อสำรวจ รวบรวม และตรวจสอบข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายและผู้เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการที่เหมาะสม เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกตการดำเนินงาน การตรวจสอบเอกสารและข้อมูลการขาย ตลอดจนการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์สถานภาพ ศักยภาพ ปัญหา และโอกาสในการพัฒนาเป็นรายแห่ง โดยต้องครอบคลุมประเด็นอย่างน้อยดังต่อไปนี้ (๑) ข้อมูลพื้นฐานและรูปแบบการดำเนินงานของกลุ่ม รวมถึงโครงสร้างการบริหารจัดการ สมาชิก บุคลากร และทรัพยากรที่มีอยู่ (๒) ผลิตภัณฑ์ บริการ และอัตลักษณ์ของกลุ่ม รวมถึงจุดเด่น คุณภาพ บรรจุภัณฑ์ ต้นทุน ราคา และศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่ม (๓) สถานการณ์ทางการตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ช่องทางจำหน่าย คู่แข่งขัน และโอกาสในการขยายตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ (๔) ผลการดำเนินงานและข้อมูลด้านการขายตามข้อมูลที่กลุ่มมีอยู่ เช่น ยอดขาย รายได้ ปริมาณจำหน่าย ต้นทุน และข้อมูลการขายออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและโอกาสในการเพิ่มยอดขาย โดยระบุแหล่งข้อมูลและช่วงเวลาที่ใช้วิเคราะห์ให้ชัดเจน (๕) ศักยภาพ จุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการพัฒนา รวมถึงข้อจำกัดและปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลต่อการดำเนินงานของกลุ่ม (๖) ความพร้อมและข้อจำกัดในการเข้ารับการส่งเสริม ทั้งด้านบุคลากร เงินทุน วัตถุดิบ กำลังการผลิต การบริหารจัดการ ผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (๗) ความต้องการและเป้าหมายการพัฒนาของกลุ่ม ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การเพิ่มยอดขาย การขยายตลาด และการพัฒนาระบบบริหารจัดการ (๘) การวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่ควรพัฒนา โดยพิจารณาจากปัญหาและความต้องการของกลุ่ม ศักยภาพและความพร้อม ความเป็นไปได้ในการดำเนินงานภายในระยะเวลาโครงการ ทรัพยากรที่จำเป็น และผลที่คาดว่าจะได้รับ เพื่อใช้กำหนดแนวทางและกิจกรรมในแผนส่งเสริมและพัฒนารายแห่งตามข้อ ๖.๓	๕๓๕,๐๐๐	บาท
๖.๓	การจัดทำแผนส่งเสริมและพัฒนากลุ่มเป้าหมายรายแห่ง ผู้รับจ้างต้องนำผลการลงพื้นที่สำรวจ รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ตามข้อ ๖.๒ มาจัดทำแผนส่งเสริมและพัฒนากลุ่มเป้าหมายทั้ง ๕ แห่งเป็นรายแห่ง โดยกำหนดแนวทางและกิจกรรมให้สอดคล้องกับศักยภาพ ปัญหา ความต้องการ ความ	๕๓,๕๐๐	บาท

	พร้อม และเป้าหมายของแต่ละกลุ่ม พร้อมเชื่อมโยงกับแนวคิดและแผนปฏิบัติการภาพรวมตามข้อ ๖.๑ โดยแผนต้องมีรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้		
	(๑) เป้าหมายและผลที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับแต่ละกลุ่ม โดยระบุประเด็นที่ต้องการพัฒนา แนวทางแก้ไขปัญหาหรือต่อยอดศักยภาพ โดยมีเหตุผลรองรับจากผลการวิเคราะห์ตามข้อ ๖.๒		
	(๒) กิจกรรมและขั้นตอนดำเนินงานที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม โดยระบุวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินงาน เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ใช้ ผลผลิตที่ต้องส่งมอบ และผู้เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ต้องเหมาะสมกับบริบทของแต่ละกลุ่ม ไม่ซ้ำซ้อนกับการดำเนินงานที่มีอยู่เดิมโดยไม่มีความจำเป็น และสามารถดำเนินการได้จริงภายในระยะเวลาโครงการ		
	(๓) แนวทางพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการขยายตลาดตามความเหมาะสมของแต่ละกลุ่ม เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การสร้างหรือปรับภาพลักษณ์แบรนด์ การสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ การเพิ่มช่องทางจำหน่าย และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดและการขาย		
	(๔) ตารางแผนปฏิบัติงานรายแห่ง โดยระบุลำดับกิจกรรม ระยะเวลาดำเนินงาน ผู้รับผิดชอบ ทรัพยากรที่จำเป็น และประมาณการค่าใช้จ่ายให้สอดคล้องกับระยะเวลาดำเนินโครงการ ๑๒๐ วัน และวงเงินงบประมาณรวมไม่เกิน ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท		
	(๕) ผลผลิต ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดความสำเร็จของแต่ละกิจกรรม พร้อมระบุวิธีตรวจสอบหรือประเมินผลที่ชัดเจน โดยกำหนดให้เหมาะสมกับข้อมูลพื้นฐานและเป้าหมายของแต่ละกลุ่ม และสามารถประเมินผลได้ภายในระยะเวลาโครงการ		
	(๖) แนวทางการต่อยอดและบริหารจัดการภายหลังสิ้นสุดโครงการ เพื่อให้แต่ละกลุ่มสามารถนำผลการพัฒนาไปใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความพร้อมและความสามารถในการบริหารจัดการของกลุ่ม		
	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานผลการลงพื้นที่สำรวจ รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายตามข้อ ๖.๒ พร้อมแผนส่งเสริมและพัฒนารายแห่งทั้ง ๕ แห่งตามข้อ ๖.๓ ในงวดแรก ภายใน ๒๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยเอกสารทั้งสองส่วนต้องมีความเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน และแผนพัฒนาต้องมีรายละเอียดเพียงพอสำหรับใช้ดำเนินกิจกรรมในขั้นตอนต่อไป ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนด โดยไม่กระทบต่อการดำเนินงานและการส่งมอบงานทั้งหมดภายใน ๑๒๐ วัน		
๖.๔	จัดหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านอย่างน้อย ๒ คน เพื่อสนับสนุนการส่งเสริมและพัฒนากลุ่มเป้าหมายทั้ง ๕ แห่งตลอดระยะเวลา	๒๕๖,๘๐๐	บาท

	ดำเนินโครงการ โดยต้องครอบคลุมความเชี่ยวชาญอย่างน้อย ดังนี้ (๑) ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจและการตลาด จำนวนอย่างน้อย ๑ คน ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปในสาขาบริหารธุรกิจหรือ เศรษฐศาสตร์หรือ การตลาดหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือมีประสบการณ์ด้านการพัฒนาธุรกิจและช่องทางการตลาด จำนวน ๓ ปี (๒) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จำนวนอย่างน้อย ๑ คน ต้องมีวุฒิการศึกษาหรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกับการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ศิลปกรรม นิเทศศิลป์ สถาปัตยกรรม เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง และมีประสบการณ์ด้านการออกแบบหรือพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้เชิงพาณิชย์ได้ ทั้งนี้ ทีมผู้เชี่ยวชาญต้องมีความรู้และประสบการณ์ครอบคลุมด้านกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและการสร้างเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงพาณิชย์ที่เหมาะสมกับการขนส่งและจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ตลอดจนการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) และการให้คำปรึกษาหรือฝึกทักษะการนำเสนอธุรกิจ (Pitching) โดยผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนต้องมีประสบการณ์ในสาขาที่รับผิดชอบไม่น้อยกว่า ๓ ปี และมีผลงานในโครงการที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบอย่างน้อย ๑ โครงการ พื่อดำเนินการส่งเสริม พัฒนา เพิ่มศักยภาพ และให้คำปรึกษาแก่กลุ่มเป้าหมายตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องระบุ รายชื่อ คุณวุฒิการศึกษา ประวัติการทำงาน ประสบการณ์ในด้านที่เกี่ยวข้อง และผลงานโครงการประเภทเดียวกันของผู้เชี่ยวชาญแต่ละราย พร้อมแนบหลักฐานอ้างอิงประกอบ		
๖.๕	ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๕ แห่ง ตามแนวทางการส่งเสริมฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้		
๖.๕.๑	ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินสถานะดิจิทัลและวิเคราะห์ข้อมูลย้อนหลังจากช่องทางการจำหน่ายเดิม (Facebook/TikTok) เพื่อค้นหาจุดแข็งที่เป็นเอกลักษณ์ และพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่ เพื่อจัดทำแผนการตลาดที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) และการเพิ่มยอดขาย พร้อมจัดทำรายงานสรุป	๑๖๐,๕๐๐	บาท
๖.๕.๒	ดำเนินการให้คำปรึกษาและฝึกปฏิบัติจริง (Hands-on) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ต่อแห่งระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๖ ชั่วโมง โดยเนื้อหาการฝึกอบรมต้องปรับให้สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและแผนการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ตามข้อ ๖.๖.๑ เพื่อให้สามารถสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ มีรายละเอียดครอบคลุมดังนี้ ๑) การสื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ผ่านการสร้างเรื่องราว (Storytelling) ๒) ทักษะการนำเสนอเชิงธุรกิจ (Advanced Pitching) ๓) เทคนิคการทางตลาด	๕๓๕,๐๐๐	บาท

	ทั้งนี้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง ๕ แห่ง จะต้องได้รับการถ่ายทอดทักษะจนสามารถผลิตเนื้อหา เช่น รูปภาพ หรือวิดีโอ อย่างน้อยแห่งละ ๑ คอนเทนต์ และเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของตนเองได้จริง		
๖.๕.๓	ยกระดับบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้		
	๑) คัดเลือกผลิตภัณฑ์เด่นของกลุ่มเป้าหมายทั้ง ๕ แห่ง แห่งละไม่น้อยกว่า ๑ รายการเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่เน้นภาพลักษณ์ทันสมัยและรองรับระบบขนส่งออนไลน์และแสดงเรื่องราวผลิตภัณฑ์ (Storytelling) โดยต้องมีการออกแบบพื้นที่บนบรรจุภัณฑ์หรือแนบสื่อดิจิทัล เช่น QR Code เพื่อเชื่อมโยงไปยังเรื่องราวต้นกำเนิดของหมู่บ้าน วิถีชีวิต ความพิถีพิถันในการผลิต และช่องทางการติดต่อ	๑๐,๗๐๐	บาท
	๒) ออกแบบสื่อนำเสนอในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก และแบบจำลอง ๓D ที่แสดงโครงสร้างภายในเพื่อการกันกระแทก จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ รูปแบบต่อกลุ่ม โดยเสนอให้กลุ่มเป้าหมายเลือก จำนวน ๑ รูปแบบ ต่อกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ห้ามนำผลงานการออกแบบของผู้อื่นมาใช้ หากตรวจพบ กรมฯ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดใดทั้งสิ้น	๒๖๗,๕๐๐	บาท
	๓) ดำเนินการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับคัดเลือก จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ชิ้นต่อหนึ่งผลิตภัณฑ์ พร้อมออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์เป็นแบบ ๒ ภาษา (ไทย-อังกฤษ) และจัดส่งให้กลุ่มเป้าหมายเพื่อนำไปใช้งานจริง โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบชุดไฟล์ต้นฉบับแบบร่างพร้อมผลิตและคู่มือข้อกำหนดทางเทคนิค (Technical Specification) เพื่อใช้ในการสั่งผลิตครั้งต่อไป ให้แก่กรมการค้าภายในและวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้งนี้ ผลงานการออกแบบทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรมการค้าภายใน โดยผู้รับจ้างต้องมอบสิทธิ์ให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมายสามารถนำไปใช้ผลิตซ้ำ ดัดแปลง หรือใช้งานในสื่อประชาสัมพันธ์ได้โดยไม่มีเงื่อนไขเพิ่มเติม	๒๑๔,๐๐๐	บาท
๖.๖	ดำเนินการส่งเสริมและขยายช่องทางการจำหน่ายในรูปแบบออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้		
๖.๖.๑	นำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และคัดเลือกแล้ว แห่งละไม่น้อยกว่า ๑ รายการ (รวมไม่น้อยกว่า ๕ ผลิตภัณฑ์จาก ๕ กลุ่มเป้าหมาย) ขึ้นระบบจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือตลาดออนไลน์เดิมของกลุ่มเป้าหมาย (เช่น Facebook Page, TikTok Shop หรือ Line MyShop) โดยผู้รับจ้างต้องดำเนินการปรับปรุงการแสดงผลสินค้า (Listing) ทั้งการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ในบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้มีความพรีเมียม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ จัดทำรายละเอียดสินค้า (Content) ให้ดึงดูดใจ และตรวจสอบระบบการชำระเงินให้พร้อมจำหน่ายได้ทันที	๘๐,๒๕๐	บาท

๖.๖.๒	ในการยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอแผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านหน้าร้านออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมาย ต่อเนื่องเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๒๐ วัน โดยแผนที่เสนอต้องครอบคลุมอย่างน้อย ๔ ประเด็น ดังนี้	๑,๒๘๔,๐๐๐	บาท
	(๑) ประเภทและรูปแบบคูปองส่วนลดหรือรหัสส่วนลด (Discount Code/Voucher) รวมถึงคูปองสนับสนุนค่าจัดส่ง โดยระบุประเภท รูปแบบ มูลค่า และวิธีการใช้งานให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เลือกใช้ และเหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย (๒) เงื่อนไขการใช้คูปองส่วนลดหรือรหัสส่วนลด โดยระบุรายละเอียดและเงื่อนไขการใช้สิทธิ์ เช่น มูลค่าการซื้อขั้นต่ำ ระยะเวลาการใช้สิทธิ์ จำนวนสิทธิ์ต่อผู้ใช้ และเงื่อนไขอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อและกระตุ้นยอดขาย (๓) แผนบริหารจัดการสิทธิ์การใช้งานคูปองส่วนลดหรือรหัสส่วนลด โดยระบุจำนวนสิทธิ์ การจัดสรรสิทธิ์ และช่วงเวลาการปล่อยสิทธิ์ให้เหมาะสมตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๒๐ วัน รวมทั้งแนวทางติดตามการใช้สิทธิ์ (๔) รูปแบบการติดตามและรายงานผลการใช้คูปองส่วนลดหรือรหัสส่วนลด โดยอย่างน้อยต้องสามารถรายงานจำนวนสิทธิ์ที่จัดสรร จำนวนสิทธิ์ที่ใช้ จำนวนคำสั่งซื้อ และยอดขายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม โดยจำแนกตามรายผลิตภัณฑ์หรือรายกลุ่มเป้าหมายได้ เมื่อได้รับการคัดเลือกและทำสัญญาแล้ว ผู้รับจ้างต้องดำเนินการตามแผนที่เสนอและตามที่คณะกรรมการเห็นชอบ โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานอย่างน้อย ดังนี้ ๑) จัดทำและบริหารคูปองส่วนลดหรือรหัสส่วนลด (Discount Code/Voucher) รวมถึงคูปองสนับสนุนค่าจัดส่ง เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อ โดยบริหารจัดการจำนวนสิทธิ์ให้เหมาะสมกับมูลค่าสินค้า หรือตามที่คณะกรรมการเห็นชอบ วงเงินไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ บาทต่อแห่ง รวม ๕ แห่ง วงเงินรวม ๒๕๐,๐๐๐ บาท โดยเบิกจ่ายตามที่ดำเนินการจริง ๒) ผลิตและเผยแพร่สื่อโฆษณาออนไลน์ โดยใช้ข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายและแผนภาพลักษณ์แบรนด์จากข้อ ๖.๖.๑ เป็นฐานในการกำหนดเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมทั้งก่อนและระหว่างการจัดกิจกรรม รวมถึงการโฆษณาซ้ำเพื่อกระตุ้นการใช้สิทธิ์คูปองและการสั่งซื้อภายในระยะเวลาที่กำหนด ๓) ให้คำปรึกษาและบริหารจัดการคำสั่งซื้อ โดยจัดหาทีมงานเพื่อให้คำปรึกษาและร่วมปฏิบัติงานกับกลุ่มเป้าหมายในการตอบแชทลูกค้า โดยประยุกต์ใช้เทคนิคการปิดการขายจากการฝึกอบรมตามข้อ ๖.๖.๒ รวมถึงบริหารจัดการคำสั่งซื้ออย่างเป็นระบบตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรม เพื่อสนับสนุนการขายและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า		

	๔) ติดตามและรายงานผลการจัดกิจกรรม โดยจัดเก็บและติดตามข้อมูลการใช้สิทธิ์คูปอง จำนวนคำสั่งซื้อ และยอดขายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม ตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรม และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามรูปแบบที่เสนอและได้รับความเห็นชอบ พร้อมทั้งนำข้อมูลผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการปรับกิจกรรมระหว่างดำเนินงานตามความเหมาะสม		
๖.๖.๓	รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อจัดทำรายงานสรุปผลสำเร็จ ประกอบด้วย ยอดผู้เข้าชมร้านค้าและสถิติการตอบสนองต่อสื่อโฆษณา จำนวนการใช้คูปอง ส่วนลดและมูลค่าการซื้อขายที่เกิดขึ้นจริงแยกตามรายกลุ่ม และการจัดอันดับสินค้าขายดี (Best Seller) และบทวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระยะสั้น เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและบริหารจัดการสต็อกให้แก่ชุมชนในอนาคต	๕๓,๕๐๐	บาท
๖.๗	การเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching)		
๖.๗.๑	ออกแบบแนวคิด (Concept) รูปแบบการจัดงานให้สอดคล้องกับแนวคิดและวัตถุประสงค์ของโครงการ	๑๐,๗๐๐	บาท
๖.๗.๒	จัดหาสถานที่ดำเนินการที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบกิจกรรมและมีขนาดพื้นที่เพียงพอเหมาะสมสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	๑๓๙,๑๐๐	บาท
๖.๗.๓	ออกแบบ รวบรวมและจัดเตรียมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายเพื่อจัดทำแคตตาล็อกสินค้าดิจิทัล (E-Catalog) ในรูปแบบไฟล์ PDF ที่มีความสวยงามและทันสมัย เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการนำเสนอสินค้าและเจรจาธุรกิจ โดยรวบรวมผลิตภัณฑ์จากกลุ่มเป้าหมายทั้ง ๕ แห่ง แห่งละไม่น้อยกว่า ๓ รายการ (รวมไม่น้อยกว่า ๑๕ รายการ) ซึ่งต้องมีรายละเอียดข้อมูลอย่างน้อย ดังนี้ อัตลักษณ์และเรื่องราวผลิตภัณฑ์, ข้อมูลผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ (ชื่อแบรนด์ ชื่อสินค้า รายละเอียดและคุณประโยชน์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี) ราคาจำหน่าย), ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดวางอย่างสวยงาม, ข้อมูลการติดต่อ และช่องทางดิจิทัลในรูปแบบ Link/QR Code	๖๔,๒๐๐	บาท
๖.๗.๔	จัดให้มีการแสดงสินค้าของผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ รายการ	๑๑,๗๗๐	บาท
๖.๗.๕	จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดแสดงสินค้า จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน เพื่อให้คำปรึกษาและแนะนำกลุ่มเป้าหมาย	๑๐๗,๐๐๐	บาท
๖.๗.๖	ประสานเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมาย ชี้แจงรายละเอียดขั้นตอนการจัดกิจกรรม รวมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำในการนำเสนอสินค้า	๑๐,๗๐๐	บาท
๖.๗.๗	จัดหากลุ่มผู้จัดจำหน่าย (Trader หรือ Buyer) ที่มีศักยภาพ เช่น ห้างสรรพสินค้าหรือกลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ผู้ส่งออก (Exporter) กลุ่มธุรกิจโรงแรม ธุรกิจด้านท่องเที่ยว สมาคมการค้า หน่วยงานเอกชนหรือหน่วยงานระหว่างประเทศที่มีนโยบายสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวนไม่	๒๑๔,๐๐๐	บาท

	น้อยกว่า ๑๐ หน่วยงาน เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมจัดทำตารางนัดหมายเจรจาธุรกิจและประสานกลุ่มผู้จัดจำหน่าย (Trader หรือ Buyer) กับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ผู้รับจ้างต้องจัดส่งตัวอย่างสินค้า (Sample) ให้ผู้จัดจำหน่าย (Trader หรือ Buyer) พิจารณาล่วงหน้าก่อนวันงานไม่น้อยกว่า ๗ วัน		
๖.๗.๘	จัดหาโสตทัศนูปกรณ์ ระบบแสงเสียง และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานพร้อมเจ้าหน้าที่ดูแลรับผิดชอบ	๓๒,๒๘๐	บาท
๖.๗.๙	จัดเตรียมเอกสารประกอบหรือวัสดุอุปกรณ์สำหรับกิจกรรมให้เพียงพอสำหรับการใช้งาน	๓๒,๑๐๐	บาท
๖.๗.๑๐	จัดเตรียมอาหารว่าง อาหารกลางวันและเครื่องดื่มในการจัดกิจกรรมให้เพียงพอสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	๔๒,๘๐๐	บาท
๖.๗.๑๑	จัดให้มีเจ้าหน้าที่สำหรับบริหารจัดการ ประสานงาน อำนวยความสะดวกตลอดการจัดกิจกรรม อย่างน้อย ๕ คน	๓๒,๑๐๐	บาท
๖.๗.๑๒	จัดให้มีจุดลงทะเบียนพร้อมเจ้าหน้าที่รับลงทะเบียน	๓๒,๑๐๐	บาท
๖.๗.๑๓	จัดให้มีเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน	๓๒,๑๐๐	บาท
๖.๗.๑๔	จัดทำสรุปไฟล์ภาพนิ่ง และจัดทำคลิปวิดีโอสรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรม ความยาวไม่เกิน ๑ นาที ระดับความคมชัด Full HD จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คลิป	๓๒,๑๐๐	บาท
๖.๗.๑๕	จัดทำผลสำเร็จของการจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ ได้แก่ จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนการจับคู่เจรจาธุรกิจ รายละเอียดการเจรจาจับคู่ธุรกิจ มูลค่าการเจรจาการค้าทันที มูลค่าการเจรจาที่คาดว่าจะสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจ รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมกิจกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม	๕๓,๕๐๐	บาท
๖.๗.๑๖	จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการในภาพรวม แยกรายกิจกรรม ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา	๓๒,๑๐๐	บาท
๖.๘	การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้กลุ่มเป้าหมายและผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ดังนี้		
๖.๘.๑	ผลิตสื่อดิจิทัลคุณภาพสูง ได้แก่ ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง จำนวนแห่งละไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน เพื่อใช้สำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, Instagram โดยจะต้องมอบไฟล์ต้นฉบับให้กรมฯ และกลุ่มเป้าหมาย ใช้ประโยชน์ต่อไป	๕๓,๕๐๐	บาท
๖.๘.๒	นำเสนอผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ (Influencer) หรือผู้สร้างคอนเทนต์ (Content Creator) ที่มีความเชี่ยวชาญด้านท่องเที่ยว ไลฟ์สไตล์ หรือสินค้าชุมชน โดยข้อมูลที่นำเสนอประกอบด้วย (๑) หลักฐานแสดงผู้ติดตามในแพลตฟอร์มหลัก เช่น Facebook Instragram Tik-tok ซึ่งจะต้องมีผู้ติดตามช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย (๒) ประวัติและผลงานด้านการท่องเที่ยว ไลฟ์สไตล์ หรือสินค้าชุมชน	๒๖๗,๕๐๐	บาท

	ย้อนหลังไม่น้อยกว่า ๒ โครงการ พร้อมแสดงหลักฐานประกอบ เช่น ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ หรือผลงานรีวิว โดยผลงานต้องแสดงถึงความสามารถในการนำเสนอเรื่องราวและสื่อสารคุณค่าของชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่วิดีโอแนะนำหมู่บ้านทำมาค้าขายเป้าหมายและผลิตภัณฑ์เด่น จำนวน ๑ ชิ้นงานต่อแห่ง รวมไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาทีต่อชิ้นงาน โดยนำเสนอในรูปแบบการถ่ายทอดประสบการณ์ที่ร้อยเรียงเรื่องราวให้เห็นถึงวิถีชีวิตชุมชนและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ พร้อมเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยวิดีโอแต่ละชิ้นงานต้องมียอดการรับชม (Views) ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ครั้ง ภายใน ๗ วันนับจากวันที่เผยแพร่ และผู้รับจ้างต้องส่งมอบหลักฐานการเผยแพร่และสถิติยอดการรับชมจากระบบของแพลตฟอร์มที่เผยแพร่ เพื่อประกอบการตรวจรับงาน โดยต้องดำเนินการเผยแพร่และส่งมอบหลักฐานให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาดำเนินโครงการ ๑๒๐ วัน		
๖.๘.๓	ออกแบบและผลิตป้ายชื่อหมู่บ้านทำมาค้าขาย พร้อมตราสัญลักษณ์ (Logo) กระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าภายใน และหมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวน ๑ ชิ้นต่อแห่ง ขนาดไม่น้อยกว่า ๑ x ๐.๕ เมตร โดยใช้วัสดุที่มีความแข็งแรง คงทน เช่น ไม้ พลาสวูด หรือวัสดุที่ดีกว่า โดยติดตั้งจุดที่เหมาะสมของแต่ละพื้นที่ หรือเห็นได้ชัด	๕๓,๕๐๐	บาท
๖.๙	การวางระบบบริหารจัดการเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่การเป็นหมู่บ้านดิจิทัล ประกอบด้วย		
๖.๙.๑	ระบบจัดการหลังบ้าน โดยจัดทำคู่มือหรือแนวทางปฏิบัติงานพื้นฐานที่เข้าใจง่าย สำหรับการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ ครอบคลุมขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ (๑) การรับและจัดการคำสั่งซื้อ (๒) การบริหารสต็อกสินค้า (๓) เทคนิคการแพ็คและการเลือกใช้บริการขนส่ง และ (๔) ศิลปะการสื่อสารกับลูกค้าออนไลน์	๒๑,๔๐๐	บาท
๖.๙.๒	ระบบลูกค้าสัมพันธ์ โดยติดตั้งหรือสอนการใช้เครื่องมือจัดการคำสั่งซื้อและระบบหลังบ้านบนแพลตฟอร์มที่เหมาะสม พร้อมจัดวางระบบบริหารจัดการข้อมูลลูกค้า (CRM พื้นฐาน) เพื่อให้ชุมชนสามารถจัดเก็บข้อมูล วิเคราะห์ความต้องการ และรักษาฐานลูกค้าเดิมเพื่อการซื้อซ้ำได้อย่างเป็นระบบ	๓๒,๑๐๐	บาท
๖.๙.๓	การสรุปข้อมูลเชิงพาณิชย์ โดยรวบรวมข้อมูลจากการทดสอบตลาดและสถิติการขายในช่วงที่ดำเนินโครงการ เพื่อจัดทำรายงานข้อมูลเชิงพาณิชย์ให้แก่กรมฯ และชุมชน สำหรับใช้ในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการตลาดในระยะยาว	๖๔,๒๐๐	บาท
๖.๑๐	การวางระบบบริหารจัดการเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่การเป็นหมู่บ้านดิจิทัล ประกอบด้วย	๒๑,๔๐๐	บาท

๖.๑๐.๑	รายงานสรุปผล ประกอบด้วย (๑) รายงานยอดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์รวมตลอดทั้งโครงการ โดยแยกรายหมู่บ้านและรายผลิตภัณฑ์ รวมถึงยอดการใช้งานคูปองส่วนลดที่เกิดขึ้นจริง (๒) สรุปจำนวนผู้เข้าชมหน้าร้านออนไลน์ อัตราการตัดสินใจซื้อ ยอดผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้น และสถิติการตอบสนองต่อสื่อโฆษณา (Engagement & Reach) (๓) รายงานผลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย, การจัดอันดับสินค้าขายดี (Best Sellers), ผลการเจรจาจับคู่ธุรกิจและมูลค่าคาดการณ์การสั่งซื้อในอนาคต	๓๒,๑๐๐	บาท
๖.๑๐.๒	รายงานวิเคราะห์ โดยวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ที่พบระหว่างการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคต	๒๑,๔๐๐	บาท
	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	**๔,๙๕๐,๐๐๐.๐๐**	**บาท**

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

๑) บริษัท ดีดี แล็บ จำกัด

๒) บริษัท Rabbit on moon crew จำกัด

๓) บริษัท Saturn Communications จำกัด

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

๖.๑ นางสาวจันทร์ธิดา กลัมพากร ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

๖.๒ นายชาลา ดวงแข นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

๖.๓ นางสาวธนัชชา สุขวิเศษ นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

๖.๔ นางสาวกุลวรรณ เสนประดิษฐ์ นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

๖.๕ นายปิยบุตร สุขตะโก นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ