



สัญญาแก้ไขเปลี่ยนแปลง

สัญญาจ้างโครงการประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์ เพื่อการกระตุ้นและเชื่อมโยงสินค้าและบริการในตลาดต้องชม หมู่บ้านท่ามาค้าขาย และตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน (ครั้งที่ ๒)

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้น ณ กรมการค้าภายใน เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ ๗ เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๕ ระหว่าง ระหว่างกรมการค้าภายใน โดยนายอุดม ศรีสมทรง รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิบดีกรมการค้าภายใน ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้ว่าจ้าง” ฝ่ายหนึ่ง กับบริษัท ซีเอส ดิจิตอล เน็ตเวิร์ค จำกัด ซึ่งจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทกรุงเทพมหานคร มีสำนักงานแห่งใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ ๒๕๒๑/๕๕-๕๖ ถนนลาดพร้าว แขวงคลองเจ้าคุณสิงห์ เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โดยนายภูริภัทร์ ปิตกานันท์และนายชาญณรงค์ สนธิ์ชชรา ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันนิติบุคคล ปรากฏตามหนังสือรับรองของสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทกลาง ที่ ๑๐๐๓๑๒๒๐๐๐๙๔๒๐ ลงวันที่ ๙ เดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕ และหนังสือมอบอำนาจลงวันที่ ๔ เมษายน ๒๕๖๕ แนบท้ายสัญญานี้ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้รับจ้าง” อีกฝ่ายหนึ่ง

ตามที่คุณว่าจ้างและผู้รับจ้างได้ตกลงกันทำสัญญาจ้างโครงการประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์เพื่อการกระตุ้นและเชื่อมโยงสินค้าและบริการในตลาดต้องชม หมู่บ้านท่ามาค้าขาย และตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น จำนวน ๘,๖๔๙,๙๕๖.- บาท (แปดล้านหกแสนสี่หมื่นเก้าพันเก้าร้อยห้าสิบบาทถ้วน) สัญญาเลขที่ ๑๓๖/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๔ และสัญญาแก้ไขเปลี่ยนแปลงลงวันที่ ๗ กันยายน ๒๕๖๔ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “สัญญาเดิม” ไปแล้วนั้น ผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้างได้ตกลงกันทำสัญญาฉบับนี้ขึ้น เพื่อแก้ไขเปลี่ยนแปลง สัญญาเดิม ดังนี้

ข้อ ๑. ให้แก้ไขความในเอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา ข้อ ๒. เอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา ๒.๑ ผวนก ๒ ขอบเขตงานจ้างโครงการประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์เพื่อการกระตุ้นและเชื่อมโยงสินค้าและบริการในตลาดต้องชม หมู่บ้านท่ามาค้าขาย และตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในของผู้ว่าจ้าง หน้า ๓ ข้อ ๔.๙.๓ จากเดิม “ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก (Page Post Ads) ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไปและเพจที่เป็นที่นิยมในต่างจังหวัด จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ เพจ มียอดผู้ติดตาม (Fan Page) รวมไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้านคน โดยแต่ละ page ต้องมี ยอดรวม Fan page ไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้านคน” เป็น “ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก (Page Post Ads) ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป และเพจที่เป็นที่นิยมในต่างจังหวัด จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ เพจ มียอดผู้ติดตาม (Fan Page) รวมไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้านคน”



อี.เอส.

CHEESE
DIGITAL NETWORK

ข้อ ๒. ให้แก้ไขความในเอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา ข้อ ๒. เอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา ๒.๑ ผนวก ๒ ขอบเขตงานจ้างโครงการประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์เพื่อการกระตุ้นและเชื่อมโยงสินค้าและบริการในตลาดต้องชม หมู่บ้านท่ามาค้าขาย และตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในของผู้ว่าจ้าง ดังนี้

๒.๑ ข้อ ๘.๒ ๙) จากเดิม “รูปภาพและหลักฐานการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการไลฟ์สด ครั้งที่ ๑ และครั้งที่ ๒ ผ่านเพจเฟซบุ๊ก (Page Post Ads) ตามข้อ ๔.๙.๓ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ เพจ มียอดผู้ติดตาม (Fan Page) รวมไม่น้อยกว่า ๔ ล้านคน โดยแต่ละ page ต้องมียอดรวม Fan page ไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้านคน” เป็น “รูปภาพและหลักฐานการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๑ และครั้งที่ ๒ ผ่านเพจเฟซบุ๊ก (Page Post Ads) ตามข้อ ๔.๙.๓ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ เพจ มียอดผู้ติดตาม (Fan Page) รวมไม่น้อยกว่า ๔ ล้านคน”

๒.๒ ข้อ ๘.๒ ๑๑) จากเดิม “รูปภาพและหลักฐานดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าจากตลาดต้องชมและหมู่บ้านท่ามาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ผ่านสื่อออนไลน์ โดยการไลฟ์สดในช่องทางของผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (KOL) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ความยาวครั้งละไม่น้อยกว่า ๖๐ นาที รายละเอียดตามข้อ ๔.๑๑.๑ - ๔.๑๑.๕” เป็น “รูปภาพและหลักฐานดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าจากตลาดต้องชมและหมู่บ้านท่ามาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในผ่านสื่อออนไลน์ โดยการไลฟ์สดในช่องทางของผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (KOL) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ความยาวครั้งละไม่น้อยกว่า ๖๐ นาที รายละเอียดตามข้อ ๔.๑๒.๑ - ๔.๑๒.๕”

๒.๓ ข้อ ๘.๓ ๗) จากเดิม “รูปภาพและหลักฐานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (PR News) กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๓ และครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านท่ามาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน สำหรับบนเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป หรือ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า ๒ เว็บไซต์ ตามข้อ ๔.๘.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง” เป็น “รูปภาพและหลักฐานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (PR News) กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๓ และ ครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านท่ามาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในหรือสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่นที่เหมาะสมเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามที่กรมการค้าภายในกำหนดบนเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปหรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า ๒ เว็บไซต์ ตามข้อ ๔.๘.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง”

๒.๔ ข้อ ๘.๓ ๘) จากเดิม “รูปภาพและหลักฐานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมการไลฟ์สด ครั้งที่ ๓ และครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านท่ามาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริม ของกรมการค้าภายในบนเพจ (Facebook Page) ตามข้อ ๔.๘.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง” เป็น “รูปภาพและหลักฐานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๓ และ ครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านท่ามาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในหรือสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่นที่เหมาะสมเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามที่กรมการค้าภายในกำหนดบนเพจ (Facebook Page) ตามข้อ ๔.๘.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง”



อินิ.

๒.๕ ข้อ ๘.๓ ๙) จากเดิม “รูปภาพและหลักฐานการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๓ และ ครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ในรูปแบบ GDN ตามข้อ ๔.๙.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง โดยจะต้องมี ยอดการมองเห็นเว็บไซต์ (Impression) ไม่น้อยกว่า ๑๐.๒ ล้านครั้ง” เป็น “รูปภาพและหลักฐานการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๓ และ ครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน หรือสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่นที่เหมาะสมเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามที่กรมการค้าภายในกำหนด ในรูปแบบ GDN ตามข้อ ๔.๙.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง โดยจะต้องมี ยอดการมองเห็นเว็บไซต์ (Impression) รวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐.๒ ล้านครั้ง”

๒.๖ ข้อ ๘.๓ ๑๐) จากเดิม “รูปภาพและหลักฐานการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๓ และ ครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ในรูปแบบ Facebook Ads ตามข้อ ๔.๙.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง โดยมี ยอดการเข้าถึงโฆษณา (Reach) ไม่น้อยกว่า ๖ ล้านคน” เป็น “รูปภาพและหลักฐานการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๓ และ ครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน หรือสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่นที่เหมาะสมเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามที่กรมการค้าภายในกำหนด ในรูปแบบ Facebook Ads ตามข้อ ๔.๙.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง โดยมี ยอดการเข้าถึงโฆษณา (Reach) รวมกันไม่น้อยกว่า ๖ ล้านคน”

๒.๗ ข้อ ๘.๓ ๑๑) จากเดิม “รูปภาพและหลักฐานการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๓ และ ครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ผ่านเพจเฟซบุ๊ก (Page Post Ads) ตามข้อ ๔.๙.๓ จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ เพจ มียอดผู้ติดตาม (Fan Page) รวมไม่น้อยกว่า ๖ ล้านคน โดยแต่ละ Page ต้องมียอดรวม Fan Page ไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้านคน” เป็น “รูปภาพและหลักฐานการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๓ และ ครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน หรือสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่นที่เหมาะสมเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามที่กรมการค้าภายในกำหนด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก (Page Post Ads) ตามข้อ ๔.๙.๓ จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ เพจ มียอดผู้ติดตาม (Fan Page) รวมไม่น้อยกว่า ๖ ล้านคน”

๒.๘ ข้อ ๘.๓ ๑๒) จากเดิม “รูปภาพและหลักฐานดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๓ และ ครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ตามที่กรมการค้าภายในกำหนด ตามข้อ ๔.๙.๔ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๓ กิจกรรมบน Line Today ระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า ๑ วันต่อกิจกรรม” เป็น “รูปภาพและหลักฐานการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการไลฟ์สดครั้งที่ ๓ และ ครั้งที่ ๔ รวมถึงคลิปวิดีโอตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน หรือสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่น ที่เหมาะสมเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามที่กรมการค้าภายในกำหนด ตามข้อ ๔.๙.๔ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๓ กิจกรรม บน Line Today ระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า ๑ วันต่อกิจกรรม”



อีอีอี

๒.๔ ข้อ ๘.๓ ๑๓) จากเดิม “รูปภาพและหลักฐานดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าจากตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ผ่านสื่อออนไลน์ โดยการไลฟ์สดในช่องทางของผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (KOL) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ความยาวครั้งละไม่น้อยกว่า ๖๐ นาที รายละเอียดตามข้อ ๔.๑๑.๑ - ๔.๑๑.๕” เป็น “รูปภาพและหลักฐานดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าจากตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ผ่านสื่อออนไลน์ โดยการไลฟ์สดในช่องทางของผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (KOL) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้งความยาวครั้งละ ไม่น้อยกว่า ๖๐ นาที รายละเอียดตามข้อ ๔.๑๒.๑ - ๔.๑๒.๕”

ข้อ ๓. ให้เพิ่มความในเอกสารอันเป็นหนึ่งของสัญญา ข้อ ๒. เอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา ๒.๑ ผนวก ๒ ขอบเขตงานจ้างโครงการประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์เพื่อการกระตุ้นและเชื่อมโยงสินค้าและบริการในตลาดต้องชม หมู่บ้านทำมาค้าขาย และตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในของผู้ว่าจ้าง ข้อ ๘.๓ ดังนี้ “(๑๘) ดำเนินการออกแบบและจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ หรือป้ายแสดงราคาสินค้าวัสดุป้ายราคาทำจากพลาสติก พีซี หรือวัสดุที่ดีกว่า ความหนาไม่น้อยกว่า ๐.๕ มิลลิเมตร ขนาดป้ายไม่น้อยกว่า ๑๔ x ๑๗ เซนติเมตร พิมพ์ภาพ โลโก้ และข้อความ และสี ตามแบบที่กรมการค้าภายในกำหนด โดยส่วนของด้ามทำจากพลาสติก พีซี หรือวัสดุที่ดีกว่า มีที่ยึดติดกับป้ายแสดงราคา โดยต้องมีความแข็งแรง คงทน และมีความยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ เซนติเมตร โดยสามารถเขียนและลบได้ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๗,๐๐๐ ชิ้น พร้อมทั้งจัดหาพื้นที่จัดเก็บป้ายแสดงราคาที่เกิดขึ้นแล้ว และรอการจัดส่งไปยังตลาดต้องชม หมู่บ้านทำมาค้าขาย ตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน หรือสถานที่ตามที่กรมการค้าภายในกำหนด” และส่งมอบงานที่เหลือให้ครบถ้วนตามสัญญาจ้าง

ข้อ ๔. ให้เอกสารหลักฐานของผู้รับจ้าง จำนวน ๑๐ หน้า ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

ข้อ ๕. ข้อความในส่วนอื่น ๆ แห่งสัญญาเดิมที่มีได้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลง โดยสัญญาฉบับนี้ให้คงไว้ตามสัญญาเดิมทุกประการ



สัญญานี้...

Handwritten signature

สัญญานี้ทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อพร้อมทั้งประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยานและคู่สัญญาต่างยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ



ลงชื่อ.....ผู้ว่าจ้าง

(นายอุดม ศรีสมทรง)
รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน
อธิบดีกรมการค้าภายใน



ลงชื่อ.....ผู้รับจ้าง

(นางสาวอัญพัชร อีสริยกุลรักษ์)
บริษัท ซีเอส ดิจิตอล เน็ตเวิร์ค จำกัด
ผู้รับมอบอำนาจ

ลงชื่อ.....พยาน

(นายกรนิจ โนนจ้อย)
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

ลงชื่อ.....พยาน

(นายสมชาย รัตนสุภา)
เลขานุการกรม