

ผลตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีช่างานก่อสร้าง

.....

๑. ชื่อโครงการ จ้างจัดกิจกรรมการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดต้องชม ปีงบประมาณ ๒๕๖๙
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๑๘,๙๙๐,๐๐๐ บาท (สิบแปดล้านเก้าแสนเก้าหมื่นบาทถ้วน)
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) - ๙ เม.ย. ๒๕๖๙

เป็นเงิน ๑๘,๙๙๐,๐๐๐ บาท (สิบแปดล้านเก้าแสนเก้าหมื่นบาทถ้วน)

รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

ราคา/หน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

ลำดับ	รายละเอียด	จำนวน (หน่วย)	จำนวนเงิน (บาท)
	จัดกิจกรรมพาณิชยกรรมรณรงค์การท่องเที่ยวตลาดต้องชมปี ๒๕๖๙ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ครั้ง ตามรายชื่อกิจกรรมค้าภายในได้แนบท้าย ซึ่งต้องมีการกระจายพื้นที่จัดกิจกรรมให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคอย่างเหมาะสม และไม่กระจุกตัวในพื้นที่หรือภูมิภาคเดียว โดยแบ่งการจัดกิจกรรมออกเป็น ๓ ช่วง คือ ช่วงที่ ๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๗๐ ครั้ง ช่วงที่ ๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง และช่วงที่ ๓ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง มีรายละเอียด ดังนี้		
๑	๕.๑ การวางแผนและบริหารจัดการโครงการและการปฏิบัติงาน (Action plan) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรม ประกอบไปด้วยรายละเอียด (Action plan) ตามข้อ ๕.๒ - ๕.๖	๑ งาน	๑๐๗,๐๐๐
	๕.๒ การออกแบบกิจกรรมและการเตรียมพื้นที่ (ในการจัดกิจกรรม ๓ ช่วง)		๑,๘๗๒,๕๐๐
๒	๕.๒.๑ นำเสนอแนวคิด (Concept) และรูปแบบ (Theme) การจัดกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดต้องชม เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมแก่นักท่องเที่ยวในตลาด และออกแบบสื่อสัญลักษณ์ของโครงการ (Key Visual) ให้มีความสวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับแนวคิดและรูปแบบของการจัดกิจกรรม เพื่อใช้สื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ	๑ งาน	๑๐๗,๐๐๐
๓	๕.๒.๒ จัดเตรียมพื้นที่ โดยผู้รับจ้างต้องดำเนินการออกแบบและจัดเตรียมพื้นที่กิจกรรมในตลาดต้องชม เพื่อสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยจัดให้มีจุดถ่ายภาพ หรือจุดเช็คอิน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุดต่อแห่ง โดยออกแบบให้สอดคล้องกับแนวคิดการดำเนินกิจกรรม ในข้อ ๕.๒.๑ (๒๐๐ ครั้ง)	๑ งาน	๕๓๕,๐๐๐

C2


กษ ๓๖๖

๓๔๖๑๕

๑/กษพร

๒๐๙

ลำดับ	รายละเอียด	จำนวน (หน่วย)	จำนวนเงิน (บาท)
๔	๕.๒.๓ ออกแบบและจัดทำป้ายสื่อสัญลักษณ์ของการจัดกิจกรรม โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย โลโก้กรมการค้าภายใน โลโก้ตลาดต้องชม ชื่อกิจกรรมและชื่อตลาดต้องชม ขนาดไม่น้อยกว่า ๘๐ x ๑๘๐ เซนติเมตร โดยใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงคงทน เช่น ไม้พลาสติก หรือวัสดุที่ดีกว่า พร้อมติดตั้งให้สวยงาม มีขนาดเหมาะสมสอดคล้องกับพื้นที่จัดกิจกรรม (๒๐๐ ครั้ง)	๑ งาน	๑๖๐,๕๐๐
๕	๕.๒.๔ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้น เช่น ค่าเช่าพื้นที่ ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า และค่าเก็บขยะ เป็นต้น (๒๐๐ ครั้ง)	๑ งาน	๑,๐๗๐,๐๐๐
	๕.๓ จัดกิจกรรมแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ (Kick Off) จัดกิจกรรมแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ (Kick Off) จำนวน ๑ ครั้ง ตามวัน เวลา และสถานที่ (ตลาดต้องชม) ที่กรมการค้าภายในกำหนด เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และเผยแพร่ข้อมูลภาพรวมของโครงการให้สาธารณชนรับทราบ โดยมีรายละเอียด ดังนี้		๗๗๒,๕๔๐
๖	๕.๓.๑ ออกแบบและตกแต่งสถานที่ให้สวยงามสอดคล้องกับสื่อสัญลักษณ์ (Key Visual) ของโครงการโดยให้คำนึงถึงความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและกายภาพของตลาดต้องชมเป็นสำคัญ	๑ งาน	๑๐,๗๐๐
๗	๕.๓.๒ ติดตั้งฉากหลัง (Backdrop) ที่มีความสวยงามและมีขนาดเหมาะสมกับพื้นที่จัดงาน โดยอาจใช้เป็นจอภาพ LED หรือฉากตกแต่ง (Decorative Panel) ที่ใช้วัสดุโพลีเอสเตอร์โครงสร้างที่มีความแข็งแรง เช่น โครงไม้ โครงพลาสติก เป็นต้น โดยออกแบบให้สอดคล้องกับสื่อสัญลักษณ์ (Key Visual) ของโครงการ	๑ งาน	๑๐๗,๐๐๐
๘	๕.๓.๓ จัดให้มีจุดถ่ายภาพ (Photo Backdrop) แยกส่วนจากพื้นที่ประกอบพิธีการหลัก เพื่อใช้เป็นจุดถ่ายภาพประชาสัมพันธ์ (Check-in) โดยมีขนาดเหมาะสมกับพื้นที่จัดงาน การออกแบบต้องมีความน่าสนใจ สวยงาม โดดเด่น สร้างสรรค์ และมีองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมแบบสามมิติ (๓D Element) ใช้วัสดุตกแต่งที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตลาดต้องชม ประกอบกับมีการจัดวางตราสัญลักษณ์ของกรมการค้าภายในได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกัน	๑ งาน	๘๕,๖๐๐
๙	๕.๓.๔ จัดเตรียมระบบแสง และเสียง (Lighting and Sound System) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชุด สำหรับใช้ในกิจกรรมแถลงข่าวและการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงาน	๑ งาน	๑๐๗,๐๐๐
๑๐	๕.๓.๕ ออกแบบและนำเสนอกิจกรรมที่สร้างจุดเด่นหรือจุดสนใจ (Gimmic) สำหรับพิธีเปิดตัวโครงการ (Kick Off) ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้แนวคิดข้อ ๕.๒.๑ อย่างน้อย ๑ รูปแบบ พร้อมทั้งจัดการแสดงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นประยุกต์ประกอบพิธีเปิดงาน โดยระบุขั้นตอน วิธีการของพิธีเปิดงาน และกำหนดการพิธีเปิดงานอย่างชัดเจน	๑ งาน	๑๐๗,๐๐๐

 ๘๕๓ ๑๐๗๕

บุษกร

๑๐๗๗๗

๒๐๒๕

ลำดับ	รายละเอียด	จำนวน (หน่วย)	จำนวนเงิน (บาท)
๑๑	๕.๓.๖ ดำเนินการประสานและเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมทำข่าวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม โดยให้ครอบคลุมทั้งสื่อมวลชนกระแสหลักและสื่อสังคมออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ	๑ งาน	๕๓,๕๐๐
๑๒	๕.๓.๗ จัดเตรียมพื้นที่ ที่นั่งรับรอง และสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับพื้นที่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ที่นั่ง เพื่อรับรองประธานในพิธี แขกผู้มีเกียรติ และสื่อมวลชนที่เข้าร่วมงาน	๑ งาน	๒๑,๔๐๐
๑๓	๕.๓.๘ จัดทำเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ฉบับภาษาไทย และข้อมูลสรุปสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ พร้อมทั้งส่งมอบให้แก่สื่อมวลชนที่เข้าร่วมงาน เพื่อนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป	๑ งาน	๒๑,๔๐๐
๑๔	๕.๓.๙ ดำเนินการจัดเตรียมพื้นที่ลงทะเบียนสำหรับแขกผู้มีเกียรติผู้เข้าร่วมงาน และสื่อมวลชนพร้อมจัดเตรียมอุปกรณ์และเจ้าหน้าที่ประจำจุดลงทะเบียนเพื่ออำนวยความสะดวก จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน ตลอดช่วงเวลาการลงทะเบียน	๑ งาน	๒,๑๔๐
๑๕	๕.๓.๑๐ จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับรับรองแขกผู้มีเกียรติผู้เข้าร่วมงาน และสื่อมวลชนที่เข้าร่วมกิจกรรมแถลงข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด พร้อมจัดให้มีเจ้าหน้าที่บริการและอำนวยความสะดวก จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน	๑ งาน	๑๐,๗๐๐
๑๖	๕.๓.๑๑ จัดหาและจัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับมอบให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน โดยคัดเลือกจากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในตลาดต้องชมซึ่งเป็นสถานที่จัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด	๑ งาน	๑๐,๗๐๐
๑๗	๕.๓.๑๒ จัดหาพิธีกรที่มีความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ในการดำเนินรายการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน เพื่อเป็นพิธีกรดำเนินรายการตลอดการจัดงาน พร้อมจัดเตรียมสคริปต์ เพื่อใช้ในการดำเนินงาน	๑ งาน	๒๑,๔๐๐
๑๘	๕.๓.๑๓ จัดหาผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จำนวน ๑ ราย เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมเปิดตัว (Kick off) โดยต้องมีจำนวนผู้ติดตาม (Followers) ผ่านช่องทาง Facebook, TikTok หรือ Instagram ช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ บัญชีผู้ใช้งาน พร้อมทั้งให้ดำเนินการจัดทำและเผยแพร่วิดีโอทอล์ก (Video Clip) นำเสนอภาพบรรยากาศของกิจกรรม ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ ชิ้นงาน ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง	๑ งาน	๕๓,๕๐๐
๑๙	๕.๓.๑๔ จัดให้มีเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน เพื่อบันทึก ภาพกิจกรรมเพื่อนำไปใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ตลอดโครงการ	๑ งาน	๕๓,๕๐๐
๒๐	๕.๓.๑๕ จัดให้มีเจ้าหน้าที่จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน เพื่อดูแลความเรียบร้อย จัดการจราจร และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมงานตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรม	๑ งาน	๒๑,๔๐๐

๐๒

สมชาย ฤกษ์ชัย

บุษกร

อุไรพรรณ

กานต์

ลำดับ	รายละเอียด	จำนวน (หน่วย)	จำนวนเงิน (บาท)
๒๑	๕.๓.๑๖ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบดำเนินการรื้อถอนและขนย้ายอุปกรณ์ทั้งหมดออกจากพื้นที่ ภายหลังจากเสร็จสิ้นการจัดงาน รวมถึงดูแลทำความสะอาดและปรับปรุงพื้นที่จัดงานให้กลับคืนสู่สภาพเดิม	๑ งาน	๓๒,๑๐๐
๒๒	๕.๓.๑๗ กรณีเกิดความสูญหายหรือความเสียหายใด ๆ ต่ออุปกรณ์หรือสถานที่จัดงานระหว่างการดำเนินการ ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งสิ้น	๑ งาน	๕๓,๕๐๐
	๕.๔ จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดต้องชม		๑๓,๘๖๗,๒๐๐
๒๓	๕.๔.๑ จัดเตรียมองค์ประกอบพื้นที่จัดกิจกรรม โดยให้มีจุดถ่ายภาพเพื่อประชาสัมพันธ์ (Check-in) และป้ายสื่อสัญลักษณ์ ตามข้อ ๕.๒.๓ ทั้งนี้รูปแบบจะต้องมีความกลมกลืนและสอดคล้องกับบริบทของสถานที่จัดงานในแต่ละแห่ง (๒๐๐ ครั้ง)	๑ งาน	๑,๗๑๒,๐๐๐
	๕.๔.๒ การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลักอย่างน้อย ดังนี้		
๒๔	๕.๔.๒.๑ กิจกรรมส่งเสริมการขายเชิงสร้างสรรค์ จัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วม ไม่น้อยกว่า ๑ กิจกรรมต่อแห่ง โดยต้องสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนและสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ ทั้งนี้ รูปแบบการจัดงานต้องมีรายละเอียดชัดเจน ดำเนินการได้จริงในพื้นที่ เช่น กิจกรรมสะสมตราประทับเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายในตลาดต้องชม กิจกรรมจับสลากลุ้นรับรางวัล เป็นต้น (๒๐๐ ครั้ง)	๑ งาน	๓,๒๑๐,๐๐๐
๒๕	๕.๔.๒.๒ การจัดทำและแจกคู่มือแทนเงินสด ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำและแจกคู่มือแทนเงินสด เพื่อใช้สำหรับซื้อสินค้าในตลาดต้องชมที่จัดกิจกรรม โดยมีรายละเอียดและเงื่อนไข ดังนี้ ๑. มูลค่าคู่มือ: จัดทำคู่มือมูลค่า ฉบับละ ๕๐ บาท โดยกำหนดวงเงินสำหรับแจกคู่มือรวม ๑๐,๐๐๐ บาท ต่อการจัดกิจกรรม ๑ ครั้ง ๒. ลักษณะของคู่มือ: บัตรคู่มือต้องระบุรายละเอียดอย่างน้อย ประกอบด้วย (๑) ชื่อตลาดต้องชม (๒) มูลค่าคู่มือ (๓) เงื่อนไขการใช้สิทธิ์ และ (๔) วันและช่วงเวลาที่สามารถใช้งานได้ ทั้งนี้ ต้องออกแบบคู่มือให้มีความรัดกุม สามารถป้องกันการปลอมแปลงและการนำกลับมาใช้ซ้ำได้ เช่น การระบุหมายเลขคู่มือ (Running Number) หรือการใช้สัญลักษณ์เฉพาะ ๓. วิธีการแจกคู่มือ: ต้องดำเนินการแจกจ่ายคู่มือภายในพื้นที่จัดกิจกรรมเท่านั้น โดยอาจใช้รูปแบบการแจกจ่ายให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการให้เป็นรางวัลจากการร่วมสนุก ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องกำหนดหลักเกณฑ์การแจกคู่มือให้มีความชัดเจน โปร่งใส และเกิดความเป็นธรรม	๑ งาน	๒,๑๔๐,๐๐๐

๕.๒๓ ๑๐๖๘

๕/๖๖๖

๕/๖๖๖

๕.๒๓

ลำดับ	รายละเอียด	จำนวน (หน่วย)	จำนวนเงิน (บาท)
	<p>๔. เงื่อนไขการใช้คูปอง: สามารถใช้เป็นส่วนลดหรือแลกซื้อสินค้าได้เฉพาะกับร้านค้าภายในตลาดต้องชมแห่งที่จัดกิจกรรมนั้น ๆ เท่านั้น และต้องใช้ภายในวันหรือเวลาที่ระบุไว้บนคูปอง</p> <p>๕. การรวบรวมหลักฐาน: ผู้รับจ้างต้องจัดเก็บและรวบรวมหลักฐานการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการแจกจ่ายคูปองทั้งหมด เพื่อใช้ประกอบการรายงานผลและขอเบิกจ่าย ทั้งนี้ กรมการค้าภายในจะดำเนินการเบิกจ่ายให้ตามมูลค่าคูปองที่มีการแจกจ่ายจริง ภายใต้วงเงินรวมทั้งโครงการไม่เกิน ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (๒๐๐ ครั้ง)</p>		
๒๖	๕.๔.๒.๓ การแสดงหรือกิจกรรมด้านวัฒนธรรมชุมชน จัดให้มีการแสดงที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เช่น การแสดงศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่น ดนตรี หรือกิจกรรมสร้างบรรยากาศที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ (๒๐๐ ครั้ง)	๑ งาน	๓,๐๐๐,๐๐๐
๒๗	๕.๔.๒.๔ เจ้าหน้าที่ประสานงานและอำนวยความสะดวก จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำพื้นที่จัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คนต่อแห่ง เพื่อทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และกำกับดูแลความเรียบร้อยของพื้นที่ตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรม (๒๐๐ ครั้ง)	๑ งาน	๘๕๖,๐๐๐
	ทั้งนี้เงื่อนไขของการนับกิจกรรม การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งจะถือว่าสมบูรณ์และสามารถนับเป็นผลงานได้ ก็ต่อเมื่อมีองค์ประกอบของกิจกรรมครบถ้วน ตามข้อ ๕.๔.๒.๑ - ๕.๔.๒.๔ ข้างต้น		
๒๘	๕.๔.๓ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ อาทิ ค่าระบบโลจิสติกส์ ค่าเดินทาง และค่าบริหารจัดการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ภายในวงเงิน ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) (๒๐๐ ครั้ง)	๑ งาน	๒,๖๗๕,๐๐๐
๒๙	๕.๔.๔ ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อวีดิทัศน์ขนาดสั้น (Short Video Clip) เพื่อนำเสนอบรรยากาศและภาพรวมของการจัดงานในแต่ละช่วง โดยมีความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คลิปต่อช่วงการจัดกิจกรรม (รวมทั้งโครงการไม่น้อยกว่า ๓ คลิป)	๑ งาน	๖๔,๒๐๐
	๕.๕ การประชาสัมพันธ์กิจกรรม		๑,๘๘๓,๒๐๐
๓๐	๕.๕.๑ ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมในรูปแบบภาพกราฟิกให้ข้อมูล (Infographic) และภาพกราฟิกเคลื่อนไหว (Motion Graphic) จำนวนอย่างน้อยรูปแบบละ ๑ ชิ้นงาน โดยต้องมีรูปแบบที่สร้างสรรค์ เข้าใจง่าย และสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม อาทิ สถานที่ตั้งตลาดต้องชม วันและเวลาการจัดกิจกรรม และกิจกรรมที่เป็นจุดเด่น (Highlight) ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงานต่อช่วงเวลาการจัดกิจกรรม (รวมทั้งโครงการไม่	๑ งาน	๖๔,๒๐๐

๒

๒๒/๒๖/๒๕๖๕

๒/๒๖/๒๕๖๕

๒/๒๖/๒๕๖๕

๒/๒๖/๒๕๖๕

ลำดับ	รายละเอียด	จำนวน (หน่วย)	จำนวนเงิน (บาท)
	น้อยกว่า ๖ ชิ้นงาน) และต้องเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ของกรมการค้าภายใน เป็นต้น		
๓๑	<p>๕.๕.๒ ดำเนินการจัดหาผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม โดยแต่ละรายต้องผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมการจัดกิจกรรมทั้ง ๓ ช่วงเวลา จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชิ้นงาน รวมทั้ง ๒ ราย จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ชิ้นงาน ภายใต้เงื่อนไขและรายละเอียด ดังต่อไปนี้</p> <p>(๑) คุณสมบัติและรูปแบบการนำเสนอ ผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (KOL/Influencer) ต้องมีภาพลักษณ์และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา (Content) ที่สอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต อาหาร วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือเศรษฐกิจชุมชน และสอดคล้องกับบริบทของตลาดต้องชม ต้องประกอบไปด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none">๑) ประวัติและผลงาน (Profile)๒) รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่ถนัด๓) ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการเผยแพร่ผลงาน๔) จำนวนยอดผู้ติดตาม (Followers) <p>(๒) หลักเกณฑ์ยอดผู้ติดตามของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (KOL/Influencer) แต่ละราย ต้องมียอดผู้ติดตาม (Followers) รวมทุกช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, Youtube, Instagram รวมกันไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ บัญชีผู้ใช้งานต่อราย</p> <p>(๓) รายละเอียดการผลิตและเผยแพร่เนื้อหา ดำเนินการผลิตเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การนำเสนอบรรยากาศ สินค้า และอาหารท้องถิ่นภายในตลาดต้องชม โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none">- สื่อวีดิทัศน์ (Video Clip) ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงานต่อราย- การถ่ายทอดสด (Live Streaming) ดำเนินการถ่ายทอดสดขณะลงพื้นที่ตลาดต้องชม หรือการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้งต่อราย- ดำเนินการเผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ (Video Clip) และถ่ายทอดสด (Live Streaming) ในช่องทางของตนเอง เช่น Facebook, TikTok, Instagram- ยอดรวมการเข้าถึง (Reach) จากสื่อวีดิทัศน์ (Video Clip) และการถ่ายทอดสดของแต่ละราย ตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรมทั้ง ๓ ช่วง ต้องรวมกันไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง (Reach)	๑ งาน	๑,๒๘๔,๐๐๐
๓๒	<p>๕.๕.๓ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการจัดกิจกรรม ผ่าน</p>	๑ งาน	๕๓๕,๐๐๐

๒

๕๕๓ ก๒๒

บุคคล

๗/๑๓๖๖

๕๕๓

ลำดับ	รายละเอียด	จำนวน (หน่วย)	จำนวนเงิน (บาท)
	ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (KOL/Influencer) เว็บไซต์สำนักข่าว เพจออนไลน์ยอดนิยม หรือ แพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวและวิถีชีวิต (Lifestyle) ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ เช่น กลุ่มท่องเที่ยว กลุ่มเศรษฐกิจชุมชนหรือสินค้าชุมชน ภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้		
	(๑) คุณสมบัติและปริมาณของสื่อ เพจออนไลน์ที่เลือกใช้ต้องมียอดผู้ติดตาม (Followers) ไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ บัญชีผู้ใช้งาน และดำเนินการเผยแพร่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ เพจ		
	(๒) ความถี่และระยะเวลาการเผยแพร่ ต้องดำเนินการเผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมการจัดงานทั้ง ๓ ช่วง รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ ทั้งนี้ต้องดำเนินการเผยแพร่ในระหว่างที่มีการจัดกิจกรรมของแต่ละช่วง		
	๕.๖ การสรุปและประเมินผลการจัดกิจกรรม		๕๓๕,๐๐๐
๓๓	๕.๖.๑ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ตามขอบเขตการดำเนินงานของโครงการทั้งหมด โดยในรายงานต้องประกอบด้วย ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ สถิติจำนวนผู้เข้าร่วมงานในตลาดต้องชมแต่ละแห่ง มูลค่าการซื้อขายต่อการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง ผลประเมินความพึงพอใจ ตลอดจนสรุปปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากการจัดกิจกรรม	๑ งาน	๕๓๕,๐๐๐
	๕.๖.๒ จัดเก็บและรวบรวมสื่อบันทึกภาพ ทั้งไฟล์ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว (สื่อวีดิทัศน์) ของการจัดกิจกรรมทุกแห่งที่มีความคมชัดและพร้อมสำหรับนำไปใช้งาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ภาพต่อการจัดกิจกรรม ๑ ครั้ง พร้อมทั้งจัดแบ่งหมวดหมู่แฟ้มข้อมูล (Folder) อย่างเป็นระบบ เพื่อให้กรรมการค้าภายในสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในภารกิจที่เกี่ยวข้องต่อไปได้		
	๕.๖.๓ การส่งมอบหลักฐาน ผู้รับจ้างต้องรวบรวมไฟล์เอกสารสรุปผล สื่อบันทึกภาพ และหลักฐานการดำเนินงานทั้งหมด บันทึกลงในอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลแบบพกพา (External Hard Drive หรือ USB Flash Drive) จำนวน ๓ ชุด เพื่อประกอบการส่งมอบงาน		
	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น		๑๙,๐๓๗,๔๔๐

C2

๑๙/๑๑/๒๕

๖/๑๒/๒๕

๑๙/๑๑/๒๕

๖/๑๒/๒๕

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

- ๕.๑ บริษัท พีพี-เอ็นเค โซลูชั่น จำกัด _____
๕.๒ บริษัท ศรีเอทีพีแดนซ์สตูดิโอ จำกัด _____
๕.๓ บริษัท ยูอินเนอร์ จำกัด _____

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

- | | |
|-------------------------------|---|
| ๖.๑ นางสาวจันทร์จิตา กลัมพากร | ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด |
| ๖.๒ นางสาวณัฐนิชา กุลศรี | นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ |
| ๖.๓ นางสาวบุญยาพร นาคงาม | นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ |
| ๖.๔ นางสาวศุภาพรรณ ลิ้มปิชัย | นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ |
| ๖.๕ นางสาวญาณิศา โชโต | นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ |

C2

สงวน ๑๐๖๘

๖/๗๖๑๕

๑/๓๗๖๗

๖๐๓