

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

.....

๑. ชื่อโครงการ จ้างดำเนินโครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขายแห่งเดิมเป็นหมู่บ้านดิจิทัล

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๗,๕๔๐,๐๐๐ บาท (เจ็ดล้านห้าแสนสี่หมื่นบาทถ้วน)

๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ๒๓ มี.ค. ๒๕๖๕

เป็นเงิน ๗,๕๓๕,๐๐๐ บาท (เจ็ดล้านห้าแสนสามหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

ราคา/หน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

ลำดับ	รายละเอียด	ราคา	หน่วย
๖.๑	นำเสนอแนวคิด (Concept) ในการดำเนินโครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขายแห่งเดิมเป็นหมู่บ้านดิจิทัลที่มีความทันสมัยและตอบโจทย์การเป็นหมู่บ้านท่ามาค้าขายดิจิทัล	๔๖,๗๒๘.๙๗	บาท
๖.๒	จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ที่ระบุขั้นตอน ช่วงเวลาและวิธีการดำเนินการในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องตามขอบเขตงาน ข้อ ๖.๓ - ๖.๘ อย่างละเอียด นำเสนอคณะกรรมการตรวจรับพัสดุภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา	๒๘,๐๓๗.๓๘	บาท
๖.๓	ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมายทั้ง ๑๒ แห่ง เพื่อประเมินศักยภาพความพร้อมด้านดิจิทัลของบุคคล และวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และนำมาจัดทำรายงานการวิเคราะห์ความพร้อมและศักยภาพรายกลุ่มและใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเพิ่มศักยภาพรายกลุ่มให้เหมาะสมกับบริบทของหมู่บ้านท่ามาค้าขายแต่ละแห่ง	๒,๒๔๒,๙๙๐.๖๕	บาท
๖.๔	จัดหาผู้เชี่ยวชาญจำนวนไม่น้อยกว่า ๔ คน ซึ่งอย่างน้อยต้องมีประสบการณ์ในด้านต่อไปนี้ การตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การเล่าเรื่องและการสร้างเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์เชิงพาณิชย์และโลจิสติกส์ การเป็นโค้ชในการนำเสนอธุรกิจ (Pitching) เพื่อดำเนินการพัฒนาเพิ่มศักยภาพและให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ โดยนำเสนอผู้เชี่ยวชาญระบุคุณวุฒิการศึกษา ประวัติผลงาน และประสบการณ์ในด้านที่เกี่ยวข้องให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อนดำเนินการ	๕๖๐,๗๔๗.๖๖	บาท
๖.๕	การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ดำเนินการพัฒนาเพิ่มศักยภาพกลุ่มเป้าหมายทั้ง ๑๒ แห่ง ในรูปแบบให้คำปรึกษาเชิงลึกในรูปแบบ Hybrid จำนวนไม่น้อยกว่า ๙ ชั่วโมงต่อกลุ่ม ประกอบด้วย (๑) ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาเชิงลึกและถ่ายทอดทักษะโดยการฝึกปฏิบัติจริง จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ชั่วโมงต่อกลุ่ม โดยอย่างน้อยต้องมีเนื้อหาประกอบด้วย การปรับแต่งหน้าร้านออนไลน์ เช่น Facebook/TikTok การผลิตเนื้อหาที่สร้างสรรค์ การถ่ายทำและตัดต่อวิดีโอสั้นอย่างง่ายด้วยมือถือ เทคนิคการขายผ่านการถ่ายทอดสด (Live Streaming) (๒) ให้คำปรึกษาในรูปแบบออนไลน์ โดยเน้นการติดตามผลและการให้คำปรึกษาต่อเนื่องจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชั่วโมงต่อกลุ่ม ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาดและการโฆษณา เช่น การวางแผนยิงโฆษณาออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลหลังบ้านเพื่อปรับปรุงยอดขาย เป็นต้น	๑,๔๐๑,๘๖๙.๑๖	บาท

C2


 ๖๘๗

๖.๖	การยกระดับเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่ามาค้าขายผ่านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์	๒๒๔,๒๙๙.๐๖	บาท
	๖.๖.๑ คัดเลือกผลิตภัณฑ์เด่นร่วมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาพัฒนายกระดับบรรจุภัณฑ์ แห่งละไม่น้อยกว่า ๑ ผลิตภัณฑ์	๑๑๒,๑๔๙.๕๓	บาท
	๖.๖.๒ ออกแบบและจัดทำอินโฟกราฟฟิก (Infographic) บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับคัดเลือกพร้อมออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์เป็นแบบ ๒ ภาษา (ไทย - อังกฤษ) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงานต่อแห่ง ต้องนำเสนอแบบร่างในรูปแบบ ๓ มิติ (๓D Design) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ รูปแบบต่อแห่ง ที่เน้นความสวยงาม ทันสมัย ลดความเสียหายจากการขนส่งออนไลน์ และมีราคาต้นทุนการผลิตอยู่ในอัตราที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปผลิตใช้ต่อได้เอง ให้กลุ่มเป้าหมายคัดเลือกเหลือ ๑ แบบต่อกลุ่ม และส่งมอบไฟล์ต้นฉบับที่สามารถแก้ไขได้ของบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับการคัดเลือกให้กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มและกรรมการค้าภายในโดยเป็นส่วนหนึ่งของการส่งมอบงาน	๑๑๒,๑๔๙.๕๓	บาท
๖.๗	การประชาสัมพันธ์	๖๕๕,๒๐๕.๖๒	บาท
	๖.๗.๑ จัดให้มีผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) หรือผู้นำทางความคิด (KOL) หรือนักสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) ที่มีชื่อเสียงด้านสินค้าชุมชน หรือ ไลฟ์สไตล์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย ซึ่งแต่ละรายต้องมียอดผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ คน โดยมีหลักฐานสถิติย้อนหลัง (Insights) ที่แสดงว่ามีอัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) เฉลี่ยไม่น้อยกว่า ๑% และมีผลงานรีวิวสินค้าชุมชนหรือท่องเที่ยวที่มียอดการมองเห็น (Views) ต่อคลิปมากกว่า ๓๐,๐๐๐ ครั้ง อย่างน้อย ๑ ผลงาน	๙๓,๔๕๗.๙๔	บาท
	๖.๗.๒ ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) หรือผู้นำทางความคิด (KOL) หรือผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) ตามข้อ ๖.๗.๑ ต้องเป็นผู้จัดทำและเผยแพร่เนื้อหา รีวิวผลิตภัณฑ์เด่นตามข้อ ๖.๖ ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละราย ในรูปแบบการรีวิว การเขียนบล็อกออนไลน์ คลิปวิดีโอ หรือรูปแบบอื่นที่เป็นกระแสนิยม โดยต้องจัดทำไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงานต่อ ๑ กลุ่มเป้าหมาย และในกรณีเป็นคลิปวิดีโอ แต่ละชิ้นงานต้องมีความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที	๑๘๖,๙๑๕.๙๐	บาท
	๖.๗.๓ เผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) หรือผู้นำทางความคิด (KOL) หรือนักสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) แต่ละราย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้งต่อกลุ่มเป้าหมายรวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง โดยต้องมียอดการมองเห็นรวมไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง	๓๗๓,๘๓๑.๗๘	บาท
๖.๘	การเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching)	๑,๘๗๓,๘๓๑.๗๘	บาท
	๖.๘.๑ ออกแบบแนวคิด (Concept) รูปแบบการจัดงานให้สอดคล้องกับแนวคิดและวัตถุประสงค์ของโครงการเสนอต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบก่อนดำเนินการ	๔๖,๗๒๘.๙๗	บาท
	๖.๘.๒ จัดหาสถานที่ดำเนินการที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบกิจกรรม และมีขนาดพื้นที่เพียงพอเหมาะสมสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	๔๖๗,๒๘๙.๗๒	บาท
	๖.๘.๓ ออกแบบ รวบรวมและจัดเตรียมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายเพื่อจัดทำแคตตาล็อกสินค้าดิจิทัล (E-Catalog) ผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่ามาค้าขายเป้าหมายทั้ง ๑๒ แห่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ผลิตภัณฑ์ต่อแห่ง รวมไม่น้อยกว่า ๓๖ ผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบไฟล์ pdf ให้มีความสวยงาม ทันสมัย และสามารถนำไปใช้เป็นรูปแบบไฟล์ดิจิทัล โดยต้องมีข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้ ชื่อผลิตภัณฑ์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ชื่อร้านค้าหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชื่อแบรนด์ ราคาจำหน่าย ข้อมูลการติดต่อ ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ที่จัดวางสวยงาม มาตรฐานผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี) Link/QR Code	๑๑๒,๑๔๙.๕๓	บาท

CL

วิเศษ

วิเศษ

๖.๘.๔ จัดให้มีการแสดงสินค้าของผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๖ รายการ	๓๗๓,๘๓๑.๗๘	บาท
๖.๘.๕ จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดแสดงสินค้า จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน เพื่อให้คำปรึกษาและแนะนำกลุ่มเป้าหมาย	๑๑๒,๑๔๙.๕๓	บาท
๖.๘.๖ ประสานเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแจ้งรายละเอียด ขั้นตอนการจัดกิจกรรม รวมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำในการนำเสนอสินค้า	๗๔,๗๖๖.๓๖	บาท
๖.๘.๗ จัดหากลุ่มผู้จัดจำหน่าย (Trader หรือ Buyer) ที่มีศักยภาพ เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือกลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ผู้ส่งออก กลุ่มธุรกิจโรงแรม ธุรกิจด้านท่องเที่ยว สมาคมการค้า หน่วยงานเอกชน หรือหน่วยงานระหว่างประเทศที่มีนโยบาย สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ หน่วยงาน เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมทั้งจัดทำตารางนัดหมายเจรจาธุรกิจและประสานกลุ่มผู้จัดจำหน่าย (Trader หรือ Buyer) กับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม	๓๗๓,๘๓๑.๗๘	บาท
๖.๘.๘ จัดหาโสตทัศนูปกรณ์ ระบบแสงเสียง และอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน พร้อมเจ้าหน้าที่ดูแลรับผิดชอบ	๕๖,๐๗๔.๗๗	บาท
๖.๘.๙ จัดเตรียมเอกสารประกอบหรือวัสดุอุปกรณ์สำหรับกิจกรรมให้เพียงพอ สำหรับการใช้งาน	๙,๓๔๕.๗๙	บาท
๖.๘.๑๐ จัดเตรียมอาหารว่าง อาหารกลางวันและเครื่องดื่มในการจัดกิจกรรม ให้เพียงพอสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	๑๘๖,๙๑๕.๙๐	บาท
๖.๘.๑๑ จัดให้มีเจ้าหน้าที่สำหรับบริหารจัดการ ประสานงาน อำนวยความสะดวก ตลอดการจัดกิจกรรม	๙,๓๔๕.๗๙	บาท
๖.๘.๑๒ จัดให้มีจุดลงทะเบียนพร้อมเจ้าหน้าที่รับลงทะเบียน	๙,๓๔๕.๗๙	บาท
๖.๘.๑๓ จัดให้มีเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว รวมจำนวน ไม่น้อยกว่า ๒ คน	๒๓,๓๖๔.๔๙	บาท
๖.๘.๑๔ จัดทำสรุปไฟล์ภาพนิ่ง และจัดทำคลิปวิดีโอสรุปภาพรวมการดำเนิน กิจกรรม ความยาวไม่เกิน ๑ นาที ระดับความคมชัด Full HD จำนวน ไม่น้อยกว่า ๑ คลิป	๙,๓๔๕.๗๙	บาท
๖.๘.๑๕ จัดทำผลสำเร็จของการจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ ได้แก่ จำนวน ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนการจับคู่เจรจาธุรกิจ รายละเอียดการเจรจาจับคู่ธุรกิจ มูลค่าการเจรจาการค้าทันที มูลค่าการเจรจาที่คาดว่าจะสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจ รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วม กิจกรรม และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม	๙,๓๔๕.๗๙	บาท
๖.๙ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการในภาพรวม แยกรายกิจกรรม ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา	๙,๓๔๕.๗๙	บาท
รวม	๗,๐๔๒,๐๕๖.๐๗	บาท
ภาษีมูลค่าเพิ่ม ๗%	๔๙๒,๙๔๓.๙๓	บาท
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	๗,๕๓๕,๐๐๐	บาท

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

- ๑) บริษัท อุดมงาน จำกัด
- ๒) บริษัท เฟิร์ส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด
- ๓) บริษัท เซอร์เรียล เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

- ๖.๑ นางสาวจันทร์ธิดา กลัมพากร ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด
- ๖.๒ นายชลา ดวงแข นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
- ๖.๓ นางสาวสริน เอมรจิ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

C2  สริน