

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ จัดกิจกรรมการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดต้องชม ช่วงเทศกาลลอยกระทงและปีใหม่
ปีงบประมาณ ๒๕๗๐ โดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ e - bidding
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านบาทถ้วน)
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ๑๖ ค.ค. ๒๕๖๙
เป็นเงิน ๘,๐๐๐,๐๐๐.๐๐บาท (แปดล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
ราคา/หน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

จัดกิจกรรมรณรงค์การท่องเที่ยวตลาดต้องชมปี ๒๕๗๐ ช่วงเทศกาลลอยกระทงและปีใหม่ ปีงบประมาณ ๒๕๗๐ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง ตามรายชื่อที่กรมการค้าภายในกำหนดแนบท้าย ซึ่งต้องมีการกระจายพื้นที่จัดกิจกรรมให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคอย่างเหมาะสม และไม่กระจุกตัวในพื้นที่หรือภูมิภาคเดียว โดยแบ่งการจัดกิจกรรมออกเป็น ๒ ช่วง ได้แก่ ช่วงที่ ๑ (เทศกาลลอยกระทง ปี ๒๕๖๙) จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง ช่วงที่ ๒ (เทศกาลปีใหม่ ปี ๒๕๗๐) จำนวนไม่น้อยกว่า ๗๐ ครั้ง มีรายละเอียด ดังนี้			
๕.๑	การวางแผนและบริหารจัดการโครงการและการปฏิบัติงาน (Action plan) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรม ประกอบไปด้วยรายละเอียด (Action plan) ตามข้อ ๕.๒ - ๕.๕	๑๐๗,๐๐๐	บาท
๕.๒	การออกแบบกิจกรรมและการเตรียมพื้นที่ (ในการจัดกิจกรรม ๒ ช่วง)		
๕.๒.๑	นำเสนอแนวคิด (Concept) และรูปแบบ (Theme) การจัดกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ในตลาดต้องชม ช่วงเทศกาลลอยกระทงและปีใหม่ ปีงบประมาณ ๒๕๗๐ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมแก่นักท่องเที่ยวในตลาด และออกแบบสื่อสัญลักษณ์ของโครงการ (Key Visual) ให้มีความสวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับแนวคิดและรูปแบบของการจัดกิจกรรม เพื่อใช้สื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ	๑๖๐,๕๐๐	บาท
๕.๒.๒	จัดเตรียมพื้นที่ โดยผู้รับจ้างต้องดำเนินการออกแบบและจัดเตรียมพื้นที่กิจกรรมในตลาดต้องชม เพื่อสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยจัดให้มีจุดถ่ายภาพ หรือจุดเช็คอิน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุดต่อแห่ง โดยออกแบบให้สอดคล้องกับแนวคิดการดำเนินกิจกรรม ในข้อ ๕.๒.๑	๒๖๗,๕๐๐	บาท
๕.๒.๓	ออกแบบและจัดทำป้ายสื่อสัญลักษณ์ของการจัดกิจกรรม โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย โลโก้กรมการค้าภายใน โลโก้ตลาดต้องชม ชื่อกิจกรรมและชื่อตลาดต้องชม ดังนี้		

	(๑) ป้ายกิจกรรมการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดต้องชม (เทศกาลลอยกระทง และปีใหม่) ปิงบประมาณ ๒๕๗๐ วัสดุที่ใช้เป็นป้ายไวโนล ขนาดไม่น้อยกว่า ๘๐ x ๑๘๐ เซนติเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ป้าย/ครั้ง/เทศกาล พร้อมติดตั้ง รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ป้าย	๔๒๘,๐๐๐	บาท
	(๒) ป้าย J Flag ขนาดไม่น้อยกว่า ๖๐ x ๓๐๐ เซนติเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ป้าย/ครั้ง/เทศกาล รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐๐ ป้าย	๘๕๖,๐๐๐	บาท
๕.๒.๔	ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดการจัดกิจกรรม เช่น ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า และค่าเก็บขยะ	๕๓๕,๐๐๐	บาท
๕.๓	จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดต้องชม (จัดกิจกรรม ๒ ช่วง)		
๕.๓.๑	จัดเตรียมองค์ประกอบพื้นที่จัดกิจกรรม โดยให้มีจุดถ่ายภาพเพื่อประชาสัมพันธ์ (Check-in) และป้ายสื่อสัญลักษณ์ ตามข้อ ๕.๒.๓ ทั้งนี้ รูปแบบจะต้องมีความกลมกลืนและสอดคล้องกับบริบทของสถานที่จัดงานในแต่ละแห่ง	๒๑๔,๐๐๐	บาท
๕.๓.๒	กิจกรรมประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวตลาดต้องชม (ช่วงละ ๑ ครั้ง รวมเป็น ๒ ครั้ง) รายละเอียด ดังนี้		
	(๑) จัดหาผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่มีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวชุมชน อาหาร วิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ และสามารถสื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวตลาดต้องชมให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, YouTube หรือ Instagram จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย ทั้งนี้ สามารถเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ได้ทั้งระดับ Macro Influencer, Mid-tier Influencer หรือ Creator ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ โดยต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้	๖๔๒,๐๐๐	บาท
	(๑.๑) ต้องมีจำนวนผู้ติดตาม (Followers/Subscribers) จากแพลตฟอร์มใดแพลตฟอร์มหนึ่ง ไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คนต่อราย โดยนับจากแพลตฟอร์มใดแพลตฟอร์มหนึ่งของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่เสนอ		
	(๑.๒) ต้องมีค่าเฉลี่ยอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) ย้อนหลังไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑ โดยคำนวณจากข้อมูลย้อนหลังไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับถึงวันยื่นข้อเสนอ และสามารถตรวจสอบได้จากข้อมูลสถิติย้อนหลัง (Platform Insight) หรือข้อมูลสถิติจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์		
	(๑.๓) มีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือวีวี่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อาหาร สินค้าชุมชน วิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือกิจกรรมในลักษณะใกล้เคียงกัน อย่างน้อย ๑ ผลงานต่อราย และสามารถตรวจสอบข้อมูลได้จริงผ่าน URL หรือ QR Code ที่มียอดการมองเห็น (Views) ต่อคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐ ครั้ง		

	กรณีผู้ยื่นข้อเสนอ นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่มีคุณสมบัติตามข้อ ๕.๓.๒ (๑) จำนวนมากกว่า ๒ ราย ซึ่งมากกว่าขั้นต่ำที่กำหนด หรือมีจำนวนผู้ติดตามรวม (Total Followers) และค่าเฉลี่ยอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) สูงกว่าที่กำหนด เพื่อประโยชน์ของราชการ กรมการค้าภายใน จะถือว่ายินยอมให้ใช้ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ทุกรายที่เสนอมา และจะนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประกอบการให้คะแนนตามหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอ ด้านคุณภาพตามข้อ ๖		
	(๑.๔) ดำเนินการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่เสนอไว้ในข้อเสนอ และหากมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงรายชื่อผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ภายหลังลงนามในสัญญา จะต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมการค้าภายในก่อนดำเนินการ และผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่เปลี่ยนแทนต้องมีคุณสมบัติเทียบเท่าหรือดีกว่ารายเดิมที่เสนอมาและที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานนี้		
	(๒) จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ข่าว พร้อมดำเนินการประสานสื่อมวลชนและเผยแพร่ข่าวรวมทั้งภาพกิจกรรมฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ สื่อ	๔๐๑,๒๕๐	บาท
	(๓) จัดให้มีเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน สำหรับบันทึกภาพบรรยากาศ กิจกรรม และผลิตภัณฑ์ภายในตลาดต้องชม เพื่อนำไปใช้เป็นคลังข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องตลอดการจัดกิจกรรม	๖๔,๒๐๐	บาท
๕.๓.๓	กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านคูปองหรือสินค้าเกษตร		
	ผู้รับจ้างต้องจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการซื้อสินค้าและเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการในตลาดต้องชม โดยให้เลือกดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้		
	(๑) การส่งเสริมการขายผ่านคูปองหรือสิทธิประโยชน์ เช่น คูปองส่วนลด คูปองสำหรับทดลองชิมหรือซื้อสินค้า หรือสิทธิประโยชน์เมื่อซื้อสินค้าตามเงื่อนไขที่กำหนด โดยต้องระบุมูลค่า เงื่อนไขการใช้สิทธิ ระยะเวลาใช้สิทธิ ร้านค้าที่เข้าร่วม และวิธีควบคุมและตรวจสอบการแจกจ่ายและการใช้สิทธิให้ชัดเจน	๘๕๖,๐๐๐	บาท
	(๒) การส่งเสริมการขายผ่านสินค้าเกษตร โดยนำสินค้าเกษตรที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดมาก มีสถานการณ์ราคาตกต่ำ หรือเป็นสินค้าที่กรมการค้าภายในกำหนดให้ส่งเสริมการจำหน่ายตามสถานการณ์ตลาด เช่น ส้มแม่สิน หอมแดง หรือสินค้าเกษตรอื่นที่เหมาะสม มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การให้ทดลองชิม การมอบสินค้าเมื่อซื้อสินค้าตามเงื่อนไข หรือรูปแบบอื่นที่ช่วยกระตุ้นความต้องการซื้อและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร ทั้งนี้ ต้อง	๒๑๔,๐๐๐	บาท

	ระบุชนิดสินค้า แหล่งที่มา ปริมาณ ราคาต่อหน่วย มูลค่ารวม วิธีดำเนินการกิจกรรม และวิธีตรวจสอบการนำสินค้าไปใช้ให้ชัดเจน		
	ทั้งนี้ การดำเนินการกิจกรรมตาม (๑) หรือ (๒) ต้องมีมูลค่าไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ บาทต่อการจัดกิจกรรม รวมทั้งโครงการไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท โดยมูลค่าคูปองหรือสิทธิประโยชน์ให้คำนวณตามมูลค่าของสิทธิ์ที่กำหนดไว้ ส่วนสินค้าเกษตรให้คำนวณตามปริมาณที่จัดหาและนำมาใช้ในกิจกรรมจริง โดยมีหลักฐานแสดงแหล่งที่มาและราคาต่อหน่วยที่ตรวจสอบได้ และกรมการค้าภายใน จะดำเนินการเบิกจ่ายให้ตามมูลค่าคูปองหรือมูลค่าที่มีการแจกจ่ายจริง ดังนั้น ผู้รับจ้างต้องเสนอรายละเอียดรูปแบบกิจกรรม แยกตามตลาดและครั้งที่จัดกิจกรรม พร้อมหลักฐานและวิธีตรวจสอบมูลค่า เพื่อให้กรมการค้าภายในพิจารณาเห็นชอบก่อน ดำเนินการ และต้องจัดเก็บหลักฐานการดำเนินงาน ได้แก่ รายละเอียดคูปองและบัญชีการแจกจ่ายหรือใช้สิทธิ หรือหลักฐาน การจัดหาและนำสินค้าเกษตรไปใช้ในกิจกรรม แล้วแต่กรณี เพื่อประกอบการตรวจรับงานและการเบิกจ่ายตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญา (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)		
	(๓) กิจกรรมหรือการแสดงด้านวัฒนธรรมชุมชน จัดให้มีกิจกรรมหรือการแสดงที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เช่น การแสดง ศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่น กิจกรรมการเล่น หรือกิจกรรมสร้างบรรยากาศที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่	๘๕๖,๐๐๐	บาท
	(๔) เจ้าหน้าที่ประสานงานและอำนวยความสะดวก จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำพื้นที่จัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คนต่อแห่ง เพื่อทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และกำกับดูแลความเรียบร้อยของพื้นที่ตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรม	๑๐๗,๐๐๐	บาท
	ทั้งนี้เงื่อนไขของการนับกิจกรรม การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งจะถือว่า สมบูรณ์และสามารถนับเป็นผลงานได้ ก็ต่อเมื่อมีองค์ประกอบของ กิจกรรมครบถ้วน ตามข้อ ๕.๓.๑ - ๕.๓.๓ ข้างต้น		
๕.๓.๔	ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ อาทิ ค่าระบบโลจิสติกส์ ค่าเดินทาง และค่าบริหารจัดการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ภายในวงเงิน ๑,๒๕๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านสองแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) หรือตามที่ดำเนินการจริง (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)	๑,๓๓๗,๕๐๐	บาท
๕.๔	การประชาสัมพันธ์กิจกรรม		
๕.๔.๑	ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมในรูปแบบภาพกราฟฟิกให้ข้อมูล (Infographic) และภาพกราฟฟิกเคลื่อนไหว (Motion Graphic) จำนวนอย่างน้อยรูปแบบละ ๑ ชิ้นงาน โดยต้องมีรูปแบบที่สร้างสรรค์ เข้าใจง่าย และสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม อาทิ สถานที่ตั้งตลาดต้องชม วันและเวลาการจัดกิจกรรม และกิจกรรมที่เป็นจุดเด่น (Highlight) ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงานต่อช่วงเวลาการจัด	๖๔,๒๐๐	บาท

	กิจกรรม (รวมทั้งช่วงที่ ๑ และช่วงที่ ๒ ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน) และต้องเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ของกรมการค้าภายใน เป็นต้น		
๕.๔.๒	ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบคอนเทนต์ดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยต้องสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม อาหาร สินค้าชุมชน และประสบการณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่เป้าหมายได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของช่วงการดำเนินกิจกรรม ทั้งนี้ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต้องประกอบด้วย	๖๔,๒๐๐	บาท
	(๑) ผลิตสื่อวิดีโอทัศน์ (Video Clip) เพื่อนำเสนอภาพบรรยากาศและภาพรวมของการจัดกิจกรรมในแต่ละช่วง โดยมีความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คลิป ต่อช่วงการจัดกิจกรรม (รวมทั้งช่วงที่ ๑ และช่วงที่ ๒ ไม่น้อยกว่า ๔ คลิปวิดีโอ) เผยแพร่ผ่านช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์		
	(๒) ผลิตคลิปสั้น Reels/Short Clips จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ คลิป ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที/คลิป สำหรับเผยแพร่ผ่าน TikTok, Facebook Reels, YouTube Shorts หรือ Instagram Reels ในช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ ๕.๓.๒ (๑.๔)		
	(๓) การถ่ายทอดสด (Live Streaming) ดำเนินการถ่ายทอดสดขณะลงพื้นที่ตลาดต้องชม หรือการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้งต่อราย รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง		
	(๔) ยอดรวมการเข้าถึง (Reach) จากสื่อวิดีโอทัศน์ (Video Clip) และการถ่ายทอดสดของแต่ละราย ตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรมทั้ง ๒ ช่วง ต้องรวมกันไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ครั้ง (Reach)		
๕.๔.๓	จัดทำแผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางหลักของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influence/KOL) และช่องทางออนไลน์อื่นที่เกี่ยวข้อง โดยต้องดำเนินการ ดังนี้	๓๗๔,๕๐๐	บาท
	(๑) เผยแพร่สื่อผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ไม่น้อยกว่า ๑ ช่องทางต่อราย ในช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ ๕.๓.๒ (๑.๔)		
	(๒) จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ก่อน ระหว่าง และหลังการดำเนินกิจกรรม พร้อมระบุช่วงเวลาการเผยแพร่สื่อ ช่องทางการเผยแพร่ และประเภทสื่ออย่างชัดเจน		
๕.๔.๔	การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการจัดกิจกรรม ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (KOL/Influencer) เว็บไซต์สำนักข่าว เพจออนไลน์ยอดนิยม หรือแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวและวิถีชีวิต (Lifestyle) ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ เช่น กลุ่มท่องเที่ยว กลุ่มเศรษฐกิจชุมชนหรือสินค้าชุมชน ภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้	๓๗๔,๕๐๐	บาท

	(๑) คุณสมบัติและปริมาณของสื่อ เพจออนไลน์ที่เลือกใช้ต้องมียอดผู้ติดตาม (Followers) ไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ บัญชีผู้ใช้งาน และดำเนินการเผยแพร่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ เพจ		
	(๒) ความถี่และระยะเวลาการเผยแพร่ ต้องดำเนินการเผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมการจัดงานทั้ง ๒ ช่วง รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ ทั้งนี้ต้องดำเนินการเผยแพร่ในระหว่างที่มีการจัดกิจกรรมของแต่ละช่วง		
	(๓) รายละเอียดของเนื้อหา (Content) เนื้อหาที่ใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ต้องประกอบด้วยรายละเอียดอย่างน้อย ดังต่อไปนี้ ๑) ข้อมูลทั่วไปของตลาดต้องชมที่จัดกิจกรรม ๒) วัน เวลา และสถานที่ในการจัดกิจกรรม ๓) กิจกรรมที่เป็นจุดเด่น (Highlight) ภายในงาน ๔) สินค้าและอาหารท้องถิ่นที่น่าสนใจของตลาด ๕) บรรยากาศและจุดเด่น (อัตลักษณ์) ของตลาดต้องชม ๖) สื่อภาพกราฟิกให้ข้อมูล (Infographic) และภาพกราฟิกเคลื่อนไหว (Motion Graphic) ตามข้อ ๕.๔๑		
๕.๕	การสรุปและประเมินผลการจัดกิจกรรม		
	๕.๕.๑ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ตามขอบเขตการดำเนินงานของโครงการทั้งหมด โดยในรายงานต้องประกอบด้วย ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ สถิติจำนวนผู้เข้าร่วมงานในตลาดต้องชมแต่ละแห่ง มูลค่าการซื้อขายต่อการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง ผลประเมินความพึงพอใจ ตลอดจนสรุปปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากการจัดกิจกรรม	๒๓,๑๕๐	บาท
๕.๕.๒	จัดเก็บและรวบรวมสื่อบันทึกภาพ ทั้งไฟล์ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว (สื่อวิดีโอ) ของการจัดกิจกรรมทุกแห่งที่มีความคมชัดและพร้อมสำหรับนำไปใช้งาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ภาพต่อการจัดกิจกรรม ๑ ครั้ง พร้อมทั้งจัดแบ่งหมวดหมู่แฟ้มข้อมูล (Folder) อย่างเป็นระบบ เพื่อให้กรรมการค้าภายในสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการกิจที่เกี่ยวข้องต่อไปได้	๔๒,๘๐๐	บาท
๕.๕.๓	การส่งมอบหลักฐาน ผู้รับจ้างต้องรวบรวมไฟล์เอกสารสรุปผล สื่อบันทึกภาพ และหลักฐานการดำเนินงานทั้งหมด บันทึกลงในอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลแบบพกพา (External Hard Drive หรือ USB Flash Drive) จำนวน ๓ ชุด เพื่อประกอบการส่งมอบงาน	๑๐,๗๐๐	บาท
	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	๘,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	บาท

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

- ๑) บริษัท ประทานรวร จำกัด
- ๒) บริษัท เอซีเอ็ม แอดไวเซอร์ จำกัด
- ๓) บริษัท เซอร์เรียล เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

๖.๑ นางสาวจันทร์ธิดา กลัมพากร	ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด
๖.๒ นางสาวญาณิศา โชโต	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ
๖.๓ นางสาวสโรชา บุญเจริญ	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ
๖.๔ นายณฤตม ฉัตรเงิน	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ
๖.๕ นายปิยบุตร สุขตะโก	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ