

ขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (Term of Reference: TOR)

จัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพตลาดท่องเที่ยว ภายใต้โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวตลาดชุมชน

๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้การเป็นตลาดท่องเที่ยวตามนโยบายรัฐบาลพร้อมนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตลาดและชุมชน ทั้งในแง่ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และสินค้าของดีของเด่นของชุมชน และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศในวงกว้าง

๑.๒ เพื่อกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกให้เกิดการท่องเที่ยวเมืองไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในตลาดประชารัฐต้องชม ซึ่งเป็นตลาดของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชนที่น่าสนใจ อันจะเป็นการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากตามนโยบายของรัฐบาล

๑.๓ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาปรับปรุงตลาดที่มีศักยภาพเหมาะสมในการต่อยอดทางการค้าให้มีความพร้อมเป็นสถานที่รวบรวม และจำหน่ายสินค้าจากภาคการผลิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ยกกระดับในเชิงท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปให้เกิดความต้องการไปท่องเที่ยวและใช้จ่ายยังตลาดต่างๆ

๒. กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชน นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

๓. วิธีดำเนินการ

จัดหาผู้เสนอราคาบริษัทเอกชนหรือนิติบุคคลที่มีอาชีพและความเชี่ยวชาญด้านการจัดกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดกิจกรรมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้การเป็น“ตลาดท่องเที่ยว” ภายใต้แนวคิด “ตลาดเที่ยวได้สไตล์ไทยๆ โดย DIT” ซึ่งเป็นการยกระดับตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ที่มีศักยภาพให้เป็ตลาดสำหรับการท่องเที่ยวของคนทุกเพศทุกวัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในภูมิภาค ช่วยสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เสริมเม็ดเงินให้หมุนเวียนให้ระบบเศรษฐกิจชุมชน อันก่อให้เกิดความเข้มแข็งของเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนอย่างแท้จริง ซึ่งผู้เสนอราคาจะต้องดำเนินการต่างๆ ตามขอบเขตการดำเนินงานในพื้นที่เป้าหมาย ทั้งนี้ จะต้องนำเสนอรูปแบบ แนวคิด แนวทางการดำเนินงานให้กรมการค้าภายในเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๔.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๔.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๔.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๔.๕ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์ ตามที่กรมการค้าภายในกำหนด

๔.๖ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้กระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการ และได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๔.๗ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๔.๘ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการค้าภายใน ณ วันประกาศการจ้างงาน หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในครั้งนี้

๔.๙ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

๔.๑๐ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๔.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโซเชียลมีเดียหรือสื่อออนไลน์ รวมอยู่ด้วยในสัญญาเดียว ไม่เกิน ๒ ปีย้อนหลัง ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบเอ็ดล้านบาทถ้วน) จำนวน ๑ สัญญา โดยแนบสำเนาสัญญาจ้างกับหน่วยงานที่เป็นคู่สัญญาและหนังสือรับรองผลงาน ที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือ และตัวอย่างผลงานที่เคยดำเนินการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ ในรูปแบบสืู่ปรายการ และสื่อหนังสือพิมพ์หน้าหลัก ทั้งนี้จะต้องเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือ และดำเนินการเป็นที่เรียบร้อยแล้วประกอบการพิจารณายื่นเสนอราคา

๔.๑๒ ข้อเสนอของนิติบุคคลที่นำเสนอ กรมฯ จะนำไปเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญาประกอบการตรวจรับ

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

๕.๑ กิจกรรมการส่งเสริม พัฒนา และปรับปรุงภูมิทัศน์ตลาด บริเวณโดยรอบตลาด ตลอดจนองค์ประกอบโดยรวมภายในตลาด

ออกแบบและปรับปรุงตลาดและภูมิทัศน์ตลาดโดยรอบให้มีความสะอาด สวยงาม มีบรรยากาศที่ดี เหมาะกับการเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ภายใต้แนวคิด “ตลาดเที่ยวได้...สไตล์ไทยๆ โดย DIT” เมืองไทยมีดี วิถีชุมชน รวมทั้งตกแต่งให้มีกลิ่นอายของศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในชุมชน หรืออื่น ๆ ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้เข้ามาเที่ยวตลาดให้มากยิ่งขึ้น หรือนำแนวทางการปรับปรุงของตลาด/สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จมาเป็นต้นแบบในการปรับปรุงและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว รวมกันไม่น้อยกว่า ๕ ตลาด ทั้งนี้ รูปแบบแนวทาง และรายการปรับปรุง จะต้องให้กรมการค้าภายในพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

(๑) ออกแบบและจัดทำแลนด์มาร์คใหม่ๆ ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม อัตลักษณ์ รวมทั้ง วิถีชีวิตของชุมชนในตลาดท่องเที่ยวแต่ละประเภท อาทิ จัดทำจุดถ่ายภาพ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด/แห่ง

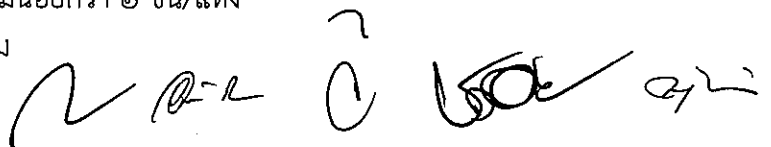
(๒) จัดทำ Directory Board ตลาด หรือแผนผังของตลาด พิกัดของดีของเด่นของตลาด หอพักน้ำที่ท่องเที่ยวในตลาด และอื่น ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ป้าย/แห่ง

(๓) จัดทำป้ายที่บอกจุดต่าง ๆ ภายในตลาด (ภาษาไทยหรือภาษาต่างชาติ) อาทิ หอพักน้ำ พืชพันธุ์ทางเข้า-ออก ที่จอดรถ จุดรวมพล ฯลฯ

(๔) จัดทำป้ายบอกทางไปตลาด พร้อมติดตั้งบริเวณริมถนนเส้นทางสายหลักในการเดินทาง จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ป้าย/แห่ง

(๕) จัดทำป้าย Story Telling บอกเล่าเรื่องราว ความเป็นมาของตลาด หรือชุมชนประชาสัมพันธ์ข้อมูลเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ป้ายแผนที่ตลาดและเส้นทางเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงที่น่าสนใจ รวมถึงรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยวนั้น และการเดินทาง จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้น/แห่ง

(๖) อื่น ๆ ตามความเหมาะสม



๕.๒ กิจกรรมส่งเสริมเส้นทางและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

(๑) จัดกิจกรรมส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน โดยผ่านช่องทางสื่อของบุคคลหรือ ศิลปินดารา/Influencer หรือ เพจ ที่มีชื่อเสียงทางโซเชียลมีเดีย อาทิ Youtube หรือ Facebook Fanpage หรือ ig เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยจะต้องแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว ในรูปแบบ Live หรือรีวิว ตลาด พาไปเที่ยวตลาดหรือจัดทำในรูปแบบคลิปวิดีโอบรรยายเรื่องราวสร้างความประทับใจ พร้อมเผยแพร่ ผ่าน Youtuber หรือ Facebook Fanpage หรือ ig รวมกันไม่น้อยกว่า ๕ เส้นทาง ๕ บุคคล หรือ เพจ ทั้งนี้แต่ละช่องทางจะต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ คน/ช่องทาง

(๒) จัดกิจกรรมนำสื่อมวลชนท่องเที่ยวและเยี่ยมชมตลาด และสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงต่าง ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ทริป (Press Tour) โดยมีผู้เดินทางรวมกันไม่น้อยกว่า ๔๐ คน โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการดังนี้

- จัดทำแผนการดำเนินการบริหารจัดการจัดกิจกรรมนำสื่อมวลชนท่องเที่ยวและเยี่ยมชมตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในพร้อมจัดโปรแกรมและออกแบบกิจกรรมในเส้นทางการท่องเที่ยวตลาดที่มีความน่าสนใจ โดยนำจุดเด่นของจังหวัด อัตลักษณ์ของตลาดมานำเสนอให้มีความโดดเด่น เป็นที่รู้จัก จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ทริป ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอโปรแกรมและกิจกรรมในเส้นทางการท่องเที่ยวให้คณะกรรมการฯ พิจารณาให้ ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

- ประสานงานพื้นที่ และรูปแบบกิจกรรม พร้อมจัดทำกำหนดการ ข้อมูลต่างๆ ของตลาดและกิจกรรมในแต่ละพื้นที่ เพื่อจัดชุดเอกสารสำหรับสื่อมวลชน (Press kit)

- จัดหาพาหนะเดินทาง อาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม ที่พัก และประกันการเดินทางให้ผู้ร่วมเดินทาง รวมทั้งรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นตลอดการเดินทางของคณะเดินทาง

- จัดหาเจ้าหน้าที่ ในเส้นทางการท่องเที่ยวและเยี่ยมชมตลาด ตลอดจนให้ความบันเทิงแก่คณะเดินทาง จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน/ ทริป

- เชิญสื่อมวลชนจากทั้งสื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ สำนักข่าวออนไลน์ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๕ คนต่อทริป สื่อโดยเป็นสื่อโทรทัศน์ อาทิ ช่อง ๓ HD ช่อง ๗ HD ช่อง ONE ช่อง ๘ ช่องไทยรัฐทีวี หรือช่องอื่นๆ ที่เป็นที่ยอมรับ

- เชิญผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (influence) ที่เป็นศิลปิน/ดารา/นักร้อง/บล็อกเกอร์ที่มีชื่อเสียงด้านการแนะนำสถานที่กิน และสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ เพจ/คน/ทริป

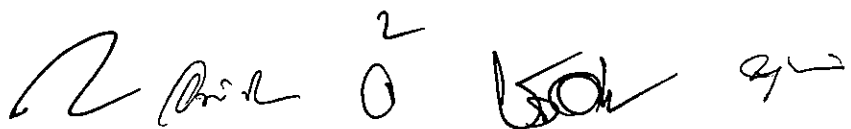
- จัดหาเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ คน เพื่อทำหน้าที่ให้ข้อมูล แนะนำตลาด/สินค้าในตลาด ดูแลความเรียบร้อยและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ร่วมเดินทาง

- จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับผู้ร่วมเดินทาง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้น/ทริป ชิ้นละไม่น้อยกว่า ๓๐๐ บาท โดยจะต้องเป็นสินค้าที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และผลิตหรือจำหน่ายภายในตลาดหรือชุมชนใกล้เคียง

- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ที่สื่อถึงสัญลักษณ์ตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน หรืออุปกรณ์ที่จำเป็น สำหรับการเดินทางร่วมทริป อาทิ เสื้อ พัด หมวก กระเป๋า ฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ รายการๆ ละไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้น

- เก็บรูปภาพการดำเนินกิจกรรมฯ พร้อมภาพสินค้า และบรรยากาศตลาด โดยภาพจะต้องสื่อถึงความสนุกสนานในการดำเนินกิจกรรมฯ และความน่าสนใจของสินค้าและบรรยากาศตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

- ประมวลภาพและผลิตสื่อวีดิทัศน์การดำเนินกิจกรรมฯ ความยาวระหว่าง ๓-๕ นาที/ทริป ทั้งนี้จะต้องมีการสัมภาษณ์สื่อ ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (influence) ที่เป็นศิลปิน/ดารา/นักร้อง/บล็อกเกอร์ที่มีชื่อเสียง ถึงความประทับใจในการร่วมเดินทาง



- เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ เส้นทางท่องเที่ยวในรูปแบบสกู๊ปข่าว แนะนำตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ผ่านช่องทางสื่อต่างๆรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นงาน ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อออนไลน์ และสื่อโซเชียลมีเดีย ที่ได้รับความนิยม

๕.๓ กิจกรรมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

๕.๓.๑ สื่อป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล (LED Billboard) ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล หรือจังหวัดหัวเมืองใหญ่ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน และกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ

(๑) ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ผ่านป้ายดิจิทัล (LED Billboard) ในรูปแบบ motion graphic จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ เรื่อง ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕-๓๐ วินาที โดยมีเนื้อหาสื่อสารเชิญชวนกระตุ้นการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว มาเที่ยวตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน โดยจะต้องสื่อสาร และเกิดความน่าสนใจ สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดให้นักท่องเที่ยว ได้รู้จักของดีของเด่นของตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน โดยรูปแบบจะต้องมีความสวยงาม น่าสนใจ และดึงดูดในการไปท่องเที่ยวตลาด ซึ่งอย่างน้อยจะต้องประกอบด้วย โลโก้กระทรวงพาณิชย์ โลโก้กรมการค้าภายใน และ/หรือโลโก้ของตลาดแต่ละประเภท ชื่อตลาดหรือภาพตลาดหรือสินค้าที่โดดเด่น โดยจะต้องจัดทำคำบรรยายทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

(๒) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ที่ผลิตตามข้อ ๕.๑.๑ (๑) ผ่านป้ายดิจิทัล (LED Billboard) ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล หรือในจังหวัดหัวเมืองสำคัญ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ป้าย /จุด ขนาดไม่น้อยกว่า ๖x๑๐ เมตร/ป้าย เผยแพร่ ๑๘ รอบ ต่อวัน/ต่อป้าย รวมเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๓๕,๐๐๐ ครั้ง

ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะต้องระบุจุดสถานที่ที่ดำเนินการเผยแพร่ให้ชัดเจนในวันยื่นข้อเสนอราคา

๕.๓.๒ สื่อโทรทัศน์

(๑) ผลิตสปอตโฆษณาสำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยมีเนื้อหาสื่อสารให้ผู้ชมทราบความน่าสนใจของตลาดตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ได้รู้จักของดีของเด่นของตลาด และเชิญชวนเที่ยวตลาด ต้องชม โดยรูปแบบจะต้องมีความสวยงามน่าสนใจ และกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการไปท่องเที่ยวตลาด ซึ่งอย่างน้อยจะต้องประกอบด้วยโลโก้กระทรวงพาณิชย์ โลโก้กรมการค้าภายใน และ/หรือโลโก้ตลาดแต่ละประเภท ชื่อตลาดหรือภาพตลาดหรือสินค้าที่โดดเด่น ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที

- การถ่ายทำจะต้องให้ภาพออกมามีความคมชัด และมีรูปแบบ หรือวิธีการดำเนินเรื่องที่น่าสนใจ ทันสมัย เข้าใจง่าย สามารถดึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตลาดให้เห็นเด่นชัด และกระตุ้นให้เกิดความอยากไปเที่ยว อยากไปกิน และอยากไปซื้อสินค้าในตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

- ใช้ดาราที่มีชื่อเสียง มีเอกลักษณ์ หรือผู้ค้าในตลาดที่มีความโดดเด่น เป็นคนเล่าเรื่อง ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอให้คณะกรรมการฯ พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

(๒) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ผลิตตามข้อ ๕.๑.๒ (๑) โดยเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ช่องฟรีทีวี และช่องดิจิทัลทีวี ที่มีการจัดลำดับเรตติ้งที่ได้รับความนิยมอยู่ในลำดับ ๑-๑๐ ของเดือนกันยายน ๒๕๖๓ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สถานี และสถานีอื่น ๆ ๓ สถานี รวมเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๙๐ ครั้ง ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐-๑๓.๐๐ หรือ ๑๗.๐๐ - ๒๓.๐๐ น. (จันทร์ - อาทิตย์)

(๓) ผลิตสารคดี หรือสกู๊ป หรือรายการ หรือรูปแบบอื่นๆ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน โดยเนื้อหาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนด รวมทั้งแนะนำสินค้า หรือตลาด หรือสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงในชุมชน

ตลอดจนอัตลักษณ์ และวิถีชุมชนที่น่าสนใจ พร้อมทั้งเชิญชวนและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในตลาดและชุมชนให้มากยิ่งขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที/ตอน

- การถ่ายทำจะต้องให้ภาพออกมามีความคมชัด และมีรูปแบบ หรือวิธีการดำเนินเรื่องที่น่าสนใจ ทันสมัย เข้าใจง่าย สามารถดึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตลาดและชุมชนให้เห็นเด่นชัด และกระตุ้นให้เกิดความอยากไปเที่ยวในตลาดและชุมชน และเลือกซื้อสินค้าในตลาดและชุมชน

- ใช้พิธีกรเป็นคนเล่าเรื่อง หรือใช้เสียงบรรยาย โดยเสียงของผู้บรรยายจะต้องมีน้ำเสียงที่น่าสนใจ ชวนฟัง และเหมาะสมกับเนื้อหา

(๔) เผยแพร่ออกอากาศสารคดี หรือสื่อบุคคล หรือรายการ หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่ผลิตตามข้อ ๕.๓.๒ (๓) ให้ครบทุกตอน ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในวันจันทร์ - ศุกร์ ช่วงเวลา ๐๗.๐๐-๑๓.๐๐ น หรือ ๑๘.๐๐ - ๒๓.๐๐ น และวันเสาร์- อาทิตย์ ช่วงเวลา ๐๖.๐๐ - ๒๓.๐๐ น. โดยออกอากาศในเวลาเดิมเป็นประจำ ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่มีการจัดอันดับเรตติ้งโดยนิลเสน ประจำเดือนสิงหาคม ๒๕๖๓ อยู่ในอันดับ ๑-๑๐ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ สถานี และสถานีอื่น ๆ อีก ๑ สถานี รวมเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๒๔ ครั้ง

(๕) ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอรูปแบบ แนวความคิด พร้อมผลิต DEMO เสมือนจริงของสเปคโฆษณา และสารคดีที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ สเปคโฆษณา ความยาว ๑๕-๓๐ วินาที ที่ผลิตตามข้อ ๕.๓.๒ (๑) ๑ เรื่อง และรายการสารคดีเสมือนจริง ตามข้อ ๕.๓.๒ (๓) ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๓ ตอน ให้คณะกรรมการพิจารณาผล ประกอบการพิจารณาถัดจากวันยื่นข้อเสนอราคา ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอราคาจะต้องแสดงหลักฐานยืนยันการเช่าเวลา หรือหนังสือยืนยันการจองเวลาการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ตามข้อ ๕.๓.๒ (๒) และ ๕.๓.๒ (๔) ในวันยื่นข้อเสนอราคา

๕.๓.๓ สื่อหนังสือพิมพ์

(๑) ผลิตข่าวในรูปแบบข่าวหน้า ๑ ที่ไม่ใช่สื่อบุคคลข่าวหน้า ๑ ผ่านทางหนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยม มียอดจำหน่ายอยู่ในลำดับ ๑-๒ และมียอดจำหน่ายไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ ฉบับต่อวัน โดยผู้รับจ้างจะต้องระบุรายชื่อหนังสือพิมพ์และแผนการเผยแพร่ข่าวหน้า ๑ ช่วงเวลาในการเผยแพร่ให้ชัดเจนในวันยื่นเสนอราคา ทั้งนี้ ผู้ยื่นเสนอราคาจะต้องแสดงตัวอย่างผลงานการเผยแพร่ข่าวหน้า ๑ ทางหนังสือพิมพ์ ที่มียอดจำหน่ายไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ ฉบับต่อวัน เคยเป็นคู่สัญญาตรงกับหน่วยงานภาครัฐที่เชื่อถือได้ และระบุไว้ในประกาศ จำนวน ๒ ชิ้นงาน

(๒) ผลิตสื่อบุคคล บทความ โดยมีเนื้อหาส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยว ตลาดต้องชมหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ขนาดไม่น้อยกว่า ๖๐ คอลัมน์นี้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ฉบับเผยแพร่รวมจำนวน ๖ ครั้ง

(๓) ผลิตเนื้อหา เชื่อมโยงการท่องเที่ยว และ ประชาสัมพันธ์ เส้นทางท่องเที่ยว ขนาดสี่สีครึ่งหน้าทางหนังสือพิมพ์ ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ฉบับ รวมเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง

ทั้งนี้ ผู้ยื่นเสนอราคาจะต้องจัดทำแผนการเผยแพร่ในวันยื่นข้อเสนอราคา

๕.๓.๔ สื่อ Social Media

(๑) ประชาสัมพันธ์ตลาดต้องชมหรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ผ่านสื่อ Social Media อาทิ Website หรือช่องทาง Facebook /IG /YouTube ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (influence) ที่เป็นศิลปิน/ดารา/นักร้อง/บล็อกเกอร์ที่มีชื่อเสียงด้านการแนะนำสถานที่กิน และสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ชิ้นงาน โดยจะต้องมีผู้ติดตาม /การเข้าถึง รวมกันไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้านผู้ติดตาม / การเข้าถึง เพื่อประชาสัมพันธ์แนะนำตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ของดีของเด่นของตลาด เอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ ของตลาด ให้เกิดความประทับใจ และมาเที่ยวตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

(๒) ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร เพื่อการท่องเที่ยวผ่านสื่อ Facebook Fanpage หรือเว็บไซต์ข่าว / หรือเว็บไซต์ท่องเที่ยว ในรูปแบบสื่อบรรยาย เชิญชวนประชาสัมพันธ์ โดยช่องทางที่เผยแพร่ จะต้องมีการติดตาม รวมกันไม่น้อยกว่า ๒๕ ล้าน ผู้ติดตาม / การมองเห็น

(๓) ผลิตคอนเท้นท์สำหรับใช้เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียในรูปแบบอินโฟกราฟฟิค หรือโมชันกราฟฟิค จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นงาน ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมท่องเที่ยวตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

(๔) เผยแพร่คอนเท้นท์ที่ผลิต ตามข้อ ๕.๓.๓ (๓) ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ line / Facebook / website โดยจะต้องมีการเข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐ ล้านคน/การมองเห็น รวมเผยแพร่ ไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นงาน

(๕) ประชาสัมพันธ์ตลาดในรูปแบบสื่อบรรยายหรือบทความ พร้อมเป็นคลิปวิดีโอหรือถ่ายทอดสัญญาณ Live สด มีความน่าสนใจพร้อมเผยแพร่ผ่านช่องทางสำนักข่าวออนไลน์ โดยจะต้องมีการติดตามรวมกัน / การมองเห็น ไม่น้อยกว่า ๒๐ ล้าน ผู้ติดตาม อาทิ ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ เผยแพร่รวมกันไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน

๕.๔ กิจกรรมกระตุ้นการจำหน่ายสินค้าและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

๑. จัดกิจกรรมเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า คัดเลือกสินค้าเด่นในตลาด โดยเป็นสินค้าเด่น สินค้ามีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชน พร้อมทั้งนำผู้ประกอบการ ภายในตลาด มาจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ หรือนำไปออกงานจัดแสดงสินค้า อื่นๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรูปแบบแนวความคิด สถานที่ในการจัดกิจกรรมที่จะใช้ในการส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้า และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรม พร้อมจัดให้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน

๒. จัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษ สินค้าเด่นชุมชนและจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรม Workshop

๓. จัดกิจกรรมเครือข่ายเสนอขายผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรูปแบบและวิธีการเชื่อมโยงเครือข่าย ให้เกิดการนำสินค้าภายในตลาด มีการซื้อขายผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๑ ช่องทาง

๕.๕ การประเมินผลการจัดกิจกรรม

๑. ประเมินจากแบบสอบถามผู้ประกอบการ ผู้บริโภค ประชาชน และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในงาน เพื่อประเมินผลความพึงพอใจ จำนวนรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ชุด/แห่ง พร้อมเก็บข้อมูลจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และมูลค่าการจำหน่ายสินค้าภายในตลาด ทุกครั้งที่จัดกิจกรรม

๒. ประเมินความพึงพอใจของผู้ร่วมทริปเดินทางท่องเที่ยวตลาด ปัญหา อุปสรรคข้อเสนอแนะ และแนวทางการแก้ไขปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวตลาดต้องชม ตลาดริมทาง หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ทุกครั้งของการจัดกิจกรรม

๖. เกณฑ์การพิจารณาผู้มีสิทธิเสนอราคา/ขั้นตอนการตัดสินใจ

ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วน ตามที่กำหนดไว้ตามข้อ ๔ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

๖.๑ เอกสารแสดงคุณสมบัติของผู้เสนอราคา

(๑) กรณีเป็นบริษัทหรือบริษัทมหาชน : หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล (ไม่เกิน ๖ เดือน) หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ บัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่/บัญชีผู้ถือหุ้นทั้งหมด บัญชีผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์หรือใบสำคัญแสดงการจดทะเบียน (ถ้ามี) สำเนาใบภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ. ๒๐) (ถ้ามี)

(๒) กรณีเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด : สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล (ไม่เกิน ๖ เดือน) และบัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ

ทั้งนี้ เมื่อผู้เสนอราคายื่นเอกสารคุณสมบัติครบถ้วนถูกต้อง คณะกรรมการฯ จึงจะพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

๖.๒ เอกสารข้อเสนอด้านแนวคิด โดยผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อ คณะกรรมการฯ จึงจะนำข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปพิจารณาให้คะแนนตามข้อ ๖.๓ รวมทั้งผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง และชัดเจนของเอกสารที่จะใช้เสนอราคาให้แล้วเสร็จภายในกำหนดวันยื่นเสนอราคาโดยเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคต้องมีรายละเอียดเนื้อหาต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

๖.๒.๑ นำเสนอประวัติการทำงานและผลงานที่ผ่านมาในงานที่มีลักษณะเดียวกัน

๖.๒.๒ ข้อเสนอด้านแนวคิด สื่อ รูปแบบการจัดกิจกรรม และแผนการดำเนินงาน โดยต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) รวมทั้งมีข้อเสนอพิเศษเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน

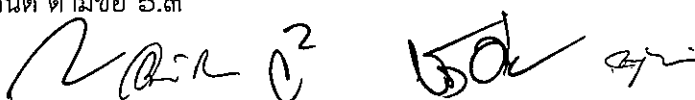
๖.๓ คณะกรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้เสนอราคาตามข้อ ๖.๒ โดยจะพิจารณาจากหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price performance) และพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด เท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ดังนี้

๖.๓.๑ ราคาที่เสนอ กำหนดน้ำหนัก เท่ากับ ร้อยละ ๒๐

๖.๓.๒ คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ ๘๐ โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

หลักเกณฑ์การให้คะแนน	คะแนนเต็ม
๑. ประวัติการทำงาน ผลงาน ความพร้อม ประสบการณ์ และทีมงาน	๑๐
๒. แผนการดำเนินงาน - มีการกำหนดกรอบและระยะเวลาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน นำไปสู่การปฏิบัติได้จริง (๕ คะแนน) - นำเสนอแผนงานครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ (๕ คะแนน)	๑๐
๓. แนวคิด/รูปแบบในการจัดกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์ - สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน (๕ คะแนน) - ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ (๕ คะแนน) - แนวคิด/รูปแบบในการประชาสัมพันธ์ และการผลิตสื่อ (๑๐ คะแนน) - แนวทางการจัดกิจกรรมนำสื่อมวลชนท่องเที่ยวและเยี่ยมชมตลาดชุมชน (๒๐ คะแนน)	๔๐
๔. ช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ - ความน่าสนใจของรายการของสื่อแต่ละประเภทที่นำเสนอ ที่มีชื่อเสียง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของสื่อที่นำเสนอ : ความครอบคลุม และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของงาน	๓๐
๕. ข้อเสนอพิเศษที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน	๑๐
รวมคะแนนคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ	๑๐๐

หมายเหตุ : (๑) ผู้ยื่นเสนอราคาจะต้องได้คะแนนคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน/ราชการตามข้อ ๖.๓.๒ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ จึงจะได้รับการพิจารณาประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามปัจจัยหลัก และน้ำหนักที่กำหนด ตามข้อ ๖.๓



(๒) การพิจารณาคัดเลือกและตัดสินของคณะกรรมการฯ ถือเป็นขั้นสิ้นสุด และขอสงวนสิทธิ์ในการไม่รับราคาต่ำสุด

๖.๔ เอกสารใบเสนอราคา โดยผู้เสนอราคาต้องนำเสนอรายละเอียดของราคาแต่ละรายการตามเอกสารในวันยื่นข้อเสนอ

๗. ระยะเวลาการดำเนินการ

ระยะเวลา ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๘. เอกสารการส่งมอบงาน

การส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการ ดังนี้

๘.๑ งวดที่ ๑ ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน ดังนี้ (๑) แผนการดำเนินงานตามข้อ ๕.๑ - ๕.๔ (๒) โปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยว และตลาดเป้าหมาย (๓) สื่อและแผนการประชาสัมพันธ์ (๔) กิจกรรมกระตุ้นการจำหน่ายสินค้า และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

๘.๒ งวดที่ ๒ ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน ดังนี้ (๑) สรุปผลการดำเนินงานตลอดทั้งโครงการฯ โดยแสดงรูปภาพและเอกสารหลักฐานประกอบตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) เอกสารประกอบการจัดกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ บรรยากาศการดำเนินกิจกรรมและการประเมินผลการจัดกิจกรรม พร้อมสรุปผลการวิเคราะห์ ในรูปแบบเอกสาร ในรูปแบบแฟ้มงานที่แสดงรูปถ่ายจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชุด (ฉบับจริง ๑ ชุด และสำเนา ๔ ชุด) และ Flash Drive จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชุดหรือ External harddisk จำนวน ๑ ชุด

๘.๓ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานตามข้อ ๘.๑ และที่เพิ่มเติมระบุในสัญญาฯ ภายใน ๑๕ วันทำการ นับจากวันสิ้นสุดการส่งมอบงานในแต่ละงวด เพื่อการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๘.๔ ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังกล่าว คณะกรรมการตรวจรับพัสดุจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จ และจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ภายในเวลาที่คณะกรรมการกำหนด

๙. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

ชำระเงินเมื่อผู้รับจ้างปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงาน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ดำเนินการพิจารณาตรวจรับครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อยแล้ว โดยแบ่งการชำระเงินออกเป็น ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ กำหนดชำระเงินในอัตราร้อยละ ๔๐ ของจำนวนเงินค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ทำงานงวดที่ ๑ แล้วเสร็จภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง และส่งมอบงานคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ กำหนดชำระเงินในอัตราร้อยละ ๖๐ ของจำนวนเงินค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ทำงานงวดที่ ๒ แล้วเสร็จภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง และส่งมอบงานให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๑๐. การปรับลดค่าจ้าง/ค่าปรับ

๑๐.๑ กรณีผู้รับจ้างดำเนินจัดกิจกรรมที่มีรายละเอียดไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดในสัญญา ผู้ว่าจ้างจะปรับลดเงินค่าจ้างในส่วนที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนดังกล่าวและจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาตั้งแต่วันที่เริ่มดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนจนถึงวันที่ดำเนินการแล้วเสร็จที่ถูกต้องหรือครบถ้วนหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายเวลาให้จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วนตามสัญญา

๑๐.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานของแต่ละงวด ภายใน ๑๕ วันทำการ นับจากวันสิ้นสุดการส่งมอบงานในแต่ละงวด เพื่อการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ หากพ้นกำหนดดังกล่าวแล้ว กรมฯ จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญาจ้าง

ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังกล่าว คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ จะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จ และจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ภายในเวลาที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างดำเนินการจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานเกินระยะเวลาที่กำหนด กรมฯ จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา

๑๒. วงเงินงบประมาณ

วงเงิน ๒๓,๔๔๐,๐๐๐ บาท (ยี่สิบสามล้านสี่แสนสี่หมื่นบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ แผนบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวตลาดชุมชน ของกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

๑๓. หน่วยงานผู้รับผิดชอบ

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

.....

