

กรมการค้าภายใน
เปิดให้แสดงความคิดเห็น

จ้างดำเนิน “โครงการยกระดับตลาดต้องชมและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการสู่แพลตฟอร์มออนไลน์”

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

.....

๑. ประชาชนสามารถวิจารณ์และให้ข้อเสนอแนะร่างขอบเขตของงานและร่างเอกสารการประกวดราคาจ้างดำเนิน “โครงการยกระดับตลาดต้องชมและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการสู่แพลตฟอร์มออนไลน์” ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

๒. สถานที่ติดต่อเพื่อขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม เสนอแนะวิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็นได้ตามช่องทาง ดังนี้

๒.๑ ทางไปรษณีย์

ส่งถึง กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด
กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐

๒.๒ ทางโทรสาร

๐ ๒ ๕๔๗ ๕๔๑๕

๒.๓ ทาง E-mail : dit_stf@hotmail.com สาธารณชนที่ต้องการเสนอแนะ วิจารณ์

หรือมีความเห็น ต้องเปิดเผยชื่อและที่อยู่ของผู้ให้ข้อเสนอวิจารณ์

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ เม.ย. ๒๕๖๙ สิ้นสุดการรับวิจารณ์ วันที่ ๓๑ เม.ย. ๒๕๖๙



เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่

การจ้างดำเนิน “โครงการยกระดับตลาดต้องชมและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้า
และบริการสู่แพลตฟอร์มออนไลน์”

ตามประกาศ กรมการค้าภายใน

ลงวันที่ เมษายน ๒๕๖๙

กรมการค้าภายใน ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างดำเนิน
โครงการยกระดับตลาดต้องชมและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ด้วยวิธี
ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ตามรายการ ดังนี้

จ้างดำเนิน “โครงการยกระดับตลาดต้องชมและ
เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการสู่แพลตฟอร์มออนไลน์” จำนวน ๑ งาน

โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

- ๑.๑ ขอบเขตของงาน
- ๑.๒ แบบใบเสนอราคาที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
- ๑.๓ แบบสัญญาจ้างทำของ
- ๑.๔ แบบหนังสือค้ำประกัน
 - (๑) หลักประกันการเสนอราคา
 - (๒) หลักประกันสัญญา
- ๑.๕ บทนิยาม
 - (๑) ผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
 - (๒) การขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ๑.๖ แบบบัญชีเอกสารที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
 - (๑) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑
 - (๒) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒
- ๑.๗ แผนการทำงาน
- ๑.๘ เปิดให้แสดงความคิดเห็น

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของ กรมบัญชีกลาง

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็น หุ่นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัด จ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กรม วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็น ธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง ในวงเงินไม่ น้อยกว่า ๓,๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สามล้านห้าแสนบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับ หน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ กรม เชื้อถั่ว (ตามขอบเขตงานจ้าง ข้อ ๔.๑๔ ที่กรมฯ กำหนด)

๒.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญา ของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(๒) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

(๓) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

(๓.๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอใน นามกิจการร่วมค้า

(๓.๒) การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding) ให้ ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจตามข้อ (๓.๑) ดำเนินการซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มีการจำหน่ายเอกสารซื้อหรือจ้าง

๒.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้าง ภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๒.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ

ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่น
ข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อน
วันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย
ไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะ
การเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่
เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือน
มกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีกร
รายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตาม
กฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีกรรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจ
ดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๒
ล้านบาท

๓. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้
ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ
โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่
ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือ
รับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่
เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคล
ธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่า
งบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือ
บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และ
ประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่ง
ประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่
สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่น
ข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือ
บุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของ
มูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ
หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และ
ประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคาร แห่ง
ประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับ
อนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลาง
ต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงิน
รวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจาก
สำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

๕. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือ
บุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๒ ข้อ ๓ และข้อ ๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยน
เงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสาร
ประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. ๒๕๓๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

๖. กรณีตาม ข้อ ๑ - ข้อ ๕ ไม่ใช่บังคับกรณีดังต่อไปนี้

(๖.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

(๖.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. ๒๕๔๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(๖.๓) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้วก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

(๖.๔) การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา ๕๖ วรรคหนึ่ง (๒) (ข) และ (ค) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ

(๖.๕) การซื้อสังหาริมทรัพย์และการเช่าสังหาริมทรัพย์

(๖.๖) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

๒.๑๔ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) ๐๔๐๕.๒/๑๒๒๔ ลงวันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๖

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่ไม่ใช่นิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น ข้อเสนอขอตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่ได้ถือสัญชาติไทย

(๓) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า และเอกสารตามที่ระบุไว้ใน (๑) หรือ (๒) ของผู้ร่วมค้า แล้วแต่กรณี

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคล ยื่นงบ

แสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนออยู่นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งยังไม่มี การรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้น ตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีกรรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท

๓. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่น ข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือ รายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดง หนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือ มีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือ บุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และ ประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่ สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่น ข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคาร ภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อ การพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุน ที่ธนาคาร แห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุน หลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศ ของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดย พิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับ มอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

๕. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือ บุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๒ ข้อ ๓ และข้อ ๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยน เงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสาร ประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับ มูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวง การต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. ๒๕๓๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสาร

ดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอไม่ได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

(๕) สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์

(๖) สำเนาใบกำกับภาษีมูลค่าเพิ่ม ภ.พ.๒๐

(๗) เอกสารมูลค่าสุทธิของกิจการ

(๘) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๓.๒ ส่วนที่ ๒ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) หลักประกันการเสนอราคา ตามข้อ ๕

(๒) สำเนาหนังสือรับรองผลงานจ้าง

(๓) จัดทำรายละเอียดตามขอบเขตงานต่างๆ TOR ที่กรมฯ กำหนด

(๔) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔. การเสนอราคา

๔.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน พร้อมทั้งหลักฐานแสดงตัวตนและทำการยืนยันตัวตนของ ผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่ต้องแนบบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ตามข้อ ๖.๒ ให้ถูกต้อง ทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น ค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคา โดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จไม่เกิน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจสอบร่างสัญญารายละเอียด ขอบเขตของงาน ฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นข้อเสนอตามเงื่อนไขในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ระหว่างเวลา น. ถึง น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลฯ ว่า ก่อนหรือ ในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการพิจารณาผลฯ เชื่อว่ามีการกระทำอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวเป็นผู้ทำงาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

- (๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
- (๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว
- (๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวันเวลาที่กำหนด

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่เสนอแล้วไม่ได้

(๕) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องศึกษาและทำความเข้าใจในระบบและวิธีการเสนอราคาด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ www.gprocurement.go.th

๔.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่กรณีที่ระยะเวลาดำเนินการตามสัญญาไม่เกิน ๖๐ วัน

๔.๑๐ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่เป็นกรณีสัญญาอายุไม่เกิน ๙๐ วัน หรือกรณีการจ้างซึ่งสัญญาหรือบันทึกข้อตกลงเป็นหนังสือที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานดังกล่าวให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๕. หลักประกันการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางหลักประกันการเสนอราคาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ จำนวน ๓๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สามแสนห้าหมื่นบาทถ้วน)

๕.๑ เงินสด

๕.๒ หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

๕.๓ พันธบัตรรัฐบาลไทย

๕.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอ นำพันธบัตรรัฐบาลไทยหรือหนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มาวางเป็นหลักประกันการเสนอราคาจะต้องส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้กรมตรวจสอบความถูกต้องในวันที่ ระหว่างเวลา น. ถึง น.

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอประสงค์จะวางหลักประกันการเสนอราคาเป็นเงินสด ให้ผู้ยื่นข้อเสนอ ดำเนินการชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงิน ดังนี้

โอนเงินเข้าบัญชี ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) เลขที่บัญชี ๓๘๕๖๐๐๑๓๓๖ ชื่อบัญชี กรรมการค้าภายใน (เงินนอกงบประมาณ)

และส่งหลักฐานการชำระเงินกับธนาคาร พร้อมทั้งแบบแจ้งความประสงค์ชำระเงินค่าหลักประกันการเสนอราคา (เฉพาะกรณีที่มีหลักประกันการเสนอราคาหลายรายการพิจารณา) มาให้ กรมตรวจสอบความถูกต้อง โดยยื่นมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอผ่านระบบ e-GP โดยการชำระเงินและส่งหลักฐานการชำระเงินให้ดำเนินการในวันและเวลาที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันและเวลาเสนอราคาเท่านั้น

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ประสงค์จะใช้หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในประเทศเป็นหลักประกันการเสนอราคาให้ระบุชื่อผู้เข้าร่วมค้ารายที่สัญญาร่วมค้ากำหนดให้เป็นผู้เข้ายื่นข้อเสนอกับหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หลักประกันการเสนอราคาตามข้อนี้ กรมจะคืนให้ผู้ยื่นข้อเสนอหรือผู้ค้ำประกันภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่กรมได้พิจารณาเห็นชอบรายงานผลคัดเลือกผู้ชนะการประกวดราคาเรียบร้อยแล้ว เว้นแต่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่คัดเลือกไว้ซึ่งเสนอราคาต่ำสุดหรือได้คะแนนรวมสูงสุดไม่เกิน ๓ ราย ให้คืนได้ต่อเมื่อได้ทำสัญญาหรือข้อตกลง หรือผู้ยื่นข้อเสนอได้พ้นจากข้อผูกพันแล้ว

การคืนหลักประกันการเสนอราคา ไม่ว่าในกรณีใด ๆ จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ย

๖. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๖.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาตัดสินโดยใช้ เกณฑ์ขั้นต่ำร่วมกับเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๖.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้เกณฑ์ขั้นต่ำร่วมกับเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่นในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ โดยจะพิจารณาให้คะแนนและน้ำหนักข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่หน่วยงานกำหนด ตามที่หน่วยงานกำหนดดังนี้

๖.๒.๑ จ้างดำเนิน โครงการยกระดับตลาดต้องชมและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการสู่แพลตฟอร์มออนไลน์

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ $100 - (((\text{ราคาของผู้เสนอราคา} - \text{ราคาต่ำสุด}) / \text{ราคาต่ำสุด}) * 100)$

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนไม่น้อยกว่า

๗๐ คะแนน จึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์ในการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค และหากไม่ผ่านคะแนนขั้นต่ำด้านคุณภาพ จะไม่พิจารณาข้อเสนอทางด้านราคา

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องได้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำร้อยละ ๗๐.๐๐ ขึ้นไป

๖.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือขอบเขตงานที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อ ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการพิจารณาผลฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินสิทธิ ผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๖.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๖.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๖.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทิ้งงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อได้ว่าผู้ยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินการตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๖.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๗. การทำสัญญาจ้าง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะต้องทำสัญญาจ้างตามแบบสัญญา ดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือกับกรม ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงินเท่ากับร้อยละ ๕ ของราคาค่าจ้างที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้กรมยึดถือไว้ในขณะที่ทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

๗.๑ เงินสด

๗.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่กรมการค้าภายใน ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา หรือก่อนวันนั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการ

๗.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๗.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๗.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พันจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

๘. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง โดยแบ่งออกเป็น ๓ งวดดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานเมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครบถ้วนตามเงื่อนไขการส่งมอบงานตามข้อ ๘.๔.๑ โดยคณะกรรมการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว ให้แล้วเสร็จภายใน ๔๕ วัน

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๕๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานเมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครบถ้วนตามเงื่อนไขการส่งมอบงานตามข้อ ๘.๔.๒ โดยคณะกรรมการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว ให้แล้วเสร็จภายใน ๑๐๐ วัน

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และ กรม ได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๙.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๙.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๙.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ ปี นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๑. ข้อเสนอสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๑.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙

การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙ แล้วเท่านั้น

๑๑.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์ ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่ไม่มีปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์

๑๑.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ ภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกธำนาจจากผู้ออกหนังสือค่าประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกหรือให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๑.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๑.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอ จะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) กรมไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรร แต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือ กระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

(๔) กรณีอื่นในทำนองเดียวกับ (๑) (๒) หรือ (๓) ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งออกตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑.๗ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเลือกช่องทางการอุทธรณ์และช่องทางการรับหนังสือแจ้งตอบผลการพิจารณาอุทธรณ์ไว้ตั้งแต่ขั้นตอนการยื่นข้อเสนอ และหากผู้ยื่นข้อเสนอมีความประสงค์ที่จะอุทธรณ์ผลการประกาศผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้าง จะต้องยื่นอุทธรณ์และรับหนังสือแจ้งตอบการพิจารณาอุทธรณ์ผ่านช่องทางที่ได้เลือกไว้เท่านั้น

๑๒. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๓. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว

กรมการค้าภายใน

เมษายน ๒๕๖๙

ร่าง

ขอบเขตและรายละเอียดของงาน (Term Of Reference : TOR) จ้างดำเนิน “โครงการยกระดับตลาดต้องชมและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้า และบริการสู่แพลตฟอร์มออนไลน์”

๑. หลักการและเหตุผล

รัฐบาลมีนโยบายที่มุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) อย่างยั่งยืน ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ โดยใช้การบริโภคและการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้สู่ชุมชน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติที่มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและลดความเหลื่อมล้ำ ผ่านการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชนให้สามารถนำต้นทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ตลอดจนนโยบายในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก โดยมุ่งเน้นการสร้างโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการรายย่อย เกษตรกรและผู้ผลิตสินค้าในท้องถิ่นให้สามารถเข้าถึงตลาดและมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งตลาดชุมชนถือเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และเป็นพื้นที่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนในแต่ละพื้นที่

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานหลักที่มีภารกิจส่งเสริมการค้าภายในประเทศ รวมถึงการสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานราก ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมตลาดชุมชนภายใต้ชื่อ “ตลาดต้องชม” มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นช่องทางในการระบายผลผลิตทางการเกษตรและจำหน่ายสินค้าชุมชน อย่างไรก็ตาม ข้อมูลของตลาดต้องชมในปัจจุบันยังมิได้จัดเก็บอย่างเหมาะสมเป็นระบบ และขาดรูปแบบการนำเสนอที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้ยังไม่สามารถเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบการสื่อสารออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร อีกทั้งผู้บริโภคในยุคดิจิทัลมักตัดสินใจเดินทางจากความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเชิงประสบการณ์และการวางแผนล่วงหน้า

เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักเดินทางยุคดิจิทัลที่ให้ความสำคัญกับข้อมูลเชิงประสบการณ์และการเข้าถึงข้อมูลออนไลน์ กรมการค้าภายในจึงดำเนินการจัดทำ โครงการยกระดับการสื่อสาร “ตลาดต้องชม” และเชื่อมโยงสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคลังข้อมูลดิจิทัลและสื่อสร้างสรรค์ภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a Stop)” ที่เชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวสำคัญผ่านการพัฒนาคลังสื่อดิจิทัลและข้อมูลตลาดที่เป็นมาตรฐานสากล พร้อมสำหรับการใช้ประโยชน์ในระยะยาว นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนา “เครื่องมือการนำเสนอ” ที่ทันสมัย เข้าใจง่าย เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกตลาดต้องชมเป็นจุดแวะพักระหว่างการเดินทางได้ทันที ตลอดจนการสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลายเพื่อสร้างและขยายการรับรู้ในวงกว้าง อันเป็นการยกระดับตลาดต้องชมให้เป็นจุดหมายปลายทางสำคัญทางการค้าและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อยกระดับตลาดต้องชมสู่ “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a Stop)” เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว

๒.๒ เพื่อยกระดับตลาดต้องชมให้มีข้อมูลตลาดและคลังสื่อดิจิทัลที่เป็นมาตรฐาน ครบถ้วนทางด้านข้อมูล เป็นมาตรฐาน พร้อมเผยแพร่ และใช้ประโยชน์ได้ในภายหลัง

๒.๓ เพื่อพัฒนา “เครื่องมือการนำเสนอ” ให้ผู้บริโภค/นักท่องเที่ยว เข้าใจง่ายและตัดสินใจแวะได้ทันที

๒.๔ เพื่อสร้างการรับรู้การเป็น “ตลาดต้องชม” และขยายโอกาสในการจำหน่ายสินค้าและบริการสู่แพลตฟอร์มออนไลน์

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ ผู้ประกอบการสินค้าจากตลาดต้องชมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ แห่ง

๓.๒ ผู้บริโภคทั่วไป และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มองหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทาง

๔. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๔.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๔.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๔.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือข้อทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๔.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๔.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๔.๗ เป็นบุคคลหรือนิติบุคคลที่มีอาชีพเกี่ยวกับการจัดงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๔.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการค้าภายใน วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๔.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียว เป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

๔.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๔.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการจากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะทางการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการ ที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบโดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) กรณีตาม (๑)-(๔) ไม่ใช่บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติ

ล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ.๒๕๖๑

๔.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) ที่ ๐๔๐๕.๒/ว ๑๒๔ ลงวันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๖

๔.๑๔ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างฯ ในครั้งนี้ โดยผลงานดังกล่าวเป็นผลงานในคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมาย ว่าด้วยระเบียบการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งหน่วยงานอื่นที่กฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการ บริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชน ที่กรมฯ เชื่อถือ ซึ่งผลงานดังกล่าวของผู้รับจ้างต้องเป็นผลงานที่มีวงเงินครบถ้วนในสัญญาเดียว และเป็นสัญญาที่ผู้รับจ้างได้ทำงานแล้วเสร็จตามสัญญา ซึ่งมีการส่งมอบงาน และตรวจรับเป็นที่เรียบร้อยแล้วไม่เกิน ๕ ปี นับถึงวันยื่นซองเสนอราคา และมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า ๓,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านห้าแสนบาทถ้วน) โดยต้องแสดงสำเนาสัญญาและหนังสือรับรองของผลงานดังกล่าวประกอบการพิจารณาในวันเสนอราคา โดยกรมการค้าภายในขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๕.๑ การวางแผนและบริหารจัดการโครงการ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการตามขอบเขตงานตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

๕.๑.๑ นำเสนอแนวคิดหลัก (Concept) และกลยุทธ์การสื่อสารภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a Stop)” เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ให้เป็นจุดหมายปลายทางหรือจุดแวะพักที่น่าสนใจในระหว่างการเดินทาง โดยต้องสร้างภาพจำที่ทันสมัยและสื่อถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตลาดต้องชมแต่ละประเภท เพื่อใช้เป็นแกนหลักในการจัดทำสื่อและคลังข้อมูลดิจิทัลของตลาดต้องชม สำหรับดำเนินการในส่วนอื่น ๆ ต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

(๑) ออกแบบองค์ประกอบกราฟิกหลัก (Key Visual) ที่จะปรากฏในสื่อทุกชิ้น รวมถึงออกแบบชุดสัญลักษณ์ (Icon) ที่สะท้อนประเภทของตลาดต้องชม เพื่อใช้ประกอบการตกแต่งและการสื่อสารภาพลักษณ์ของตลาดต้องชม โดยต้องมีความสวยงาม ชัดเจน และสื่อความหมายได้ทันทีเมื่อปรากฏบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

(๒) นำเสนอสโลแกน (Slogan) หรือวลีสั้นๆ ที่ขยายความแนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a stop)” ให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดและสามารถสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว และผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๕.๑.๒ จัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) โดยต้องมีรายละเอียดตลอดระยะเวลาดำเนินงาน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยต้องระบุรายละเอียดตั้งแต่ข้อ ๕.๑ - ๕.๗ และครอบคลุมการดำเนินงานดังนี้

(๑) ระบุช่วงเวลาการดำเนินงานแต่ละกิจกรรมอย่างชัดเจน ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ

(๒) ระบุโครงสร้างทีมงานและแผนการบริหารจัดการรายภูมิภาค ที่ชัดเจนเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบ แสดงลำดับการดำเนินงาน การสำรวจ และการผลิตสื่อ

ทั้งนี้ รายชื่อตลาดต้องชมในแผนปฏิบัติการสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม หรือเหตุสุดวิสัยภายใต้ความเห็นของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ โดยไม่ถือเป็นการแก้ไขเปลี่ยนแปลงสัญญาในส่วนที่เป็นสาระสำคัญ

๕.๒ การสำรวจ วิเคราะห์และจัดเก็บข้อมูล

๕.๒.๑ ศึกษาข้อมูลองค์ประกอบทั้ง ๘ ด้านของตลาดต้องชม ตามข้อ ๕.๓.๑ ดังนี้

(๑) ประเภทตลาดและจุดเด่น

(๒) ข้อมูลสินค้า/บริการเด่นของตลาด

(๓) ข้อมูลการให้บริการ

(๔) ประสบการณ์การท่องเที่ยว

(๕) การบริหารจัดการเวลา

(๖) การเชื่อมโยงเส้นทาง

(๗) คำโปรย หรือ Storytelling

(๘) ช่องทางพาณิชย์ดิจิทัล (ถ้ามี) เพื่อใช้ในการออกแบบเนื้อหาและจัดทำกรอบแนวคิด

๕.๒.๒ จัดทำกรอบแนวคิดในการจัดประเภทตลาดต้องชมจำนวนทั้ง ๔ ภาค โดยคัดเลือกตลาดต้องชมจากรายชื่อที่กรมการค้าภายในแนบ ประกอบไปด้วยรายละเอียดดังนี้

(๑) นำเสนอกรอบแนวคิดหลักในจัดประเภทตลาดต้องชม อย่างน้อย ๑ กรอบใหญ่ อาทิ กรอบแนวคิดอัตลักษณ์ตลาดต้องชม

(๒) นำเสนอประเภทย่อยจากกรอบแนวคิดหลัก อย่างน้อย ๔ ประเภทย่อย อาทิ ตลาดชุมชน ตลาดน้ำ ตลาดท้องถิ่น ถนนคนเดิน

๕.๒.๓ ดำเนินการลงพื้นที่ตลาดต้องชมเป้าหมายจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ แห่ง โดยคัดเลือกตลาดต้องชมจากรายชื่อที่กรมการค้าภายในแนบ เพื่อให้ได้ข้อมูลและสื่อดิจิทัลคุณภาพสูงสำหรับนำไปผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตามวงงานที่กำหนด ดังนี้

(๑) ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการทีมลงพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๓ ทีม ปฏิบัติงานแยกตามภูมิภาค ควบคู่กันไป เพื่อสำรวจและจัดเก็บข้อมูลให้ "ครบถ้วนทุกตลาด"

(๒) จัดเก็บข้อมูลอัตลักษณ์ จุดเด่นของสินค้าและบริการตามประเภทตลาดที่จำแนกไว้ตามข้อ ๕.๒.๒ โดยต้องมีการปักหมุดพิกัดภูมิศาสตร์ (Geo-tagging) ที่มีความแม่นยำสูงเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลอ้างอิงในการจัดทำแผนที่ดิจิทัลและการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว

(๓) ดำเนินการจัดเก็บรูปภาพ ได้แก่ บรรยากาศโดยรวม อัตลักษณ์ของตลาด วิถีชีวิตที่เป็นจุดเด่น และภาพสินค้าเด่น โดยต้องจัดส่งทั้งไฟล์ภาพที่ปรับแต่งแล้ว (Retouched) เพื่อใช้เป็นคลังสื่อต้นแบบและวัตถุดิบสำคัญในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ภาพ/ต่อตลาด โดยไฟล์ภาพต้นฉบับจะต้องเป็นไฟล์ภาพที่มีความละเอียดสูง (High Resolution)

(๔) ดำเนินการจัดทำคลิปวิดีโอสั้นจำนวน ๔ ภาค รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐ คลิป จำนวนภาคละ ๒ คลิป มาจัดทำเป็นคลิปวิดีโอ ความยาวแต่ละคลิปไม่น้อยกว่า ๖๐ วินาทีซึ่งมีการนำข้อมูลและภาพจากการลงพื้นที่จริงมาพัฒนาเป็นเนื้อหาประชาสัมพันธ์ เน้นการสื่อสารผ่านสถานที่ สินค้า บรรยากาศ และการเล่าเรื่องด้วยเสียง โดยใช้ความคมชัดไม่ต่ำกว่าระดับ Full HD

๕.๒.๔ จัดให้มีระบบจัดเก็บข้อมูลจากการสำรวจและลงพื้นที่เป็นหมวดหมู่ ตรวจสอบความถูกต้องได้และพร้อมส่งมอบเป็นฐานข้อมูลดิจิทัลที่กรมฯ สามารถนำไปบริหารจัดการต่อได้ ต้องส่งมอบฐานข้อมูลอย่างน้อยในรูปแบบ Spreadsheet (.xlsx/ Google Sheets) เพื่อให้กรมฯ สามารถนำไปบริหารจัดการหรือต่อยอดการใช้งานได้ทันที

๕.๓ สื่อโปรไฟล์ตลาดดิจิทัล (Market Profile)

๕.๓.๑ ผู้รับจ้างต้องนำข้อมูลจากการสำรวจตลาดตามข้อ ๕.๒ และการจัดทำกรอบแนวคิดตามข้อ ๕.๒.๒ มาวิเคราะห์และจำแนกตลาดต้องชมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ แห่ง เพื่อจัดทำชุดข้อมูลมาตรฐานในรูปแบบโปรไฟล์ตลาดดิจิทัล (Market Profile) โดยต้องสะท้อนแนวคิด "การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a Stop)" ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

๑) องค์กรประกอบข้อมูลมาตรฐาน ๘ ด้าน ในแต่ละโปรไฟล์ต้องประกอบด้วยข้อมูลที่เป็นปัจจุบันต่อไปนี้

(๑) ประเภทตลาดและจุดเด่น ระบุประเภทตลาดและจุดเด่นตามหลักเกณฑ์ข้อ ๕.๒.๒

(๒) ข้อมูลสินค้า/บริการเด่นของตลาด รวบรวมรายการสินค้าหรือบริการที่เป็นไฮไลต์ของตลาด

(๓) ข้อมูลการให้บริการ ระบุช่วงเวลาเปิด-ปิดและช่วงเวลาแนะนำ เช่น ช่วงเช้า ช่วงเย็น หรือวันหยุด

(๔) ประสบการณ์การท่องเที่ยว ระบุบทบาทหลักของตลาด เช่น แหล่งชิมอาหารท้องถิ่น จุดจำหน่ายของฝาก จุดเช็คอินถ่ายภาพ

(๕) การบริหารจัดการเวลา ระยะเวลาแนะนำในการทำกิจกรรม หรือแผนการท่องเที่ยวฉบับย่อ เพื่อประกอบการวางแผนการเดินทาง

.....ประธานกรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการและเลขานุการ

(๖) การเชื่อมโยงเส้นทาง วิเคราะห์ตำแหน่งของตลาดในเส้นทางท่องเที่ยว เช่น เป็นจุดแวะพักจุดหมายหลัก

(๗) คำโปรย หรือ Storytelling ต้องนำคำโปรยที่ได้รับความเห็นชอบจากข้อ ๕.๑.๑ มาบรรจุไว้ในโปรไฟล์อย่างเหมาะสม

(๘) ช่องทางพาณิชย์ดิจิทัล รวบรวมข้อมูลช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการของตลาดต้องชมในรูปแบบออนไลน์ (ถ้ามี) เช่น Marketplace, Social Commerce, หรือเว็บไซต์ โดยจัดทำในรูปแบบที่สามารถเชื่อมโยง (Link หรือ QR Code) ที่สามารถใช้งานได้ทันที ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องมีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และพิชิตภูมิศาสตร์ก่อนบรรจุลงในโปรไฟล์ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลเป็นปัจจุบันและใช้งานได้จริง

๕.๓.๒ การจัดทำโปรไฟล์ตลาดดิจิทัล (Template) ที่มีรูปแบบมาตรฐานเดียวกัน เพื่อความเป็นเอกภาพและการจดจำแบรนด์ โดยอย่างน้อยต้องกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน ดังนี้

๕.๓.๒.๑ การประยุกต์ใช้แนวคิดหลัก (Concept) โทนสี (Mood & Tone) และองค์ประกอบกราฟิกหลัก (Key Visual) ตามข้อ ๕.๑.๑ มาออกแบบการจัดวาง (Layout) ให้มีความทันสมัยและน่าสนใจ

๕.๓.๒.๒ การจัดทำสื่อ ๒ รูปแบบ ต้องความละเอียดสูง และคมชัด ดังนี้

๑) สื่อดิจิทัลเพื่อการเผยแพร่โดยออกแบบให้เหมาะสมกับสื่อออนไลน์

๒) สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีขนาดมาตรฐาน A๔ โดยรวบรวมเป็นรูปเล่ม จำนวน ๒ เล่ม

๕.๓.๓ ข้อมูลและสื่อโปรไฟล์ตลาดดิจิทัล ต้องประกอบด้วยภาพถ่ายจริงจากการลงพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๕ ภาพต่อตลาด โดยต้องเป็นภาพที่สะท้อนบรรยากาศโดยรวม อุตสาหกรรมของตลาด วิถีชีวิตที่เป็นจุดเด่น และภาพสินค้าเด่น ตามที่กำหนดในข้อ ๕.๓.๑

๕.๔ สื่อแผนที่

๕.๔.๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อแผนที่ที่สื่อสารข้อมูลเชิงพื้นที่ โดยเน้นการสร้างกระบวนการเล่าเรื่องด้วยข้อมูลใน ๒ ระดับ (กลุ่มตลาด และภาพรวม) เพื่อสะท้อนแนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a Stop)”

๕.๔.๒ สื่อแผนที่ระดับกลุ่มตลาด

จัดทำสื่อแผนที่หรือสื่อภาพเชิงพื้นที่ที่แสดงการกระจายตัวและความเชื่อมโยงของตลาดต้องชมในระดับพื้นที่หรือภูมิภาค โดยอาจนำเสนอในลักษณะของกลุ่มตลาดในเส้นทางท่องเที่ยว จุดแวะพัก หรือกลุ่มตลาดในพื้นที่เดียวกัน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ แผนที่ โดยแต่ละแผนที่ต้องมีจำนวนตลาดไม่น้อยกว่า ๑๐ ตลาด

ทั้งนี้ “กลุ่มตลาด” หมายถึง ตลาดต้องชมที่ตั้งอยู่ในเส้นทางหรือพื้นที่เดียวกันที่สามารถเดินทางเชื่อมถึงกันได้ โดยต้องระบุข้อมูลสำคัญได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ รายชื่อตลาดต้องชมที่เกี่ยวข้อง และระยะทางหรือระยะเวลาเดินทางโดยประมาณ เพื่อสื่อสารบทบาทตลาดต้องชมในฐานะ “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a Stop)”

๕.๔.๓ สื่อแผนที่ภาพรวมตลาดต้องชม

จัดทำสื่อรูปแบบที่มีการเชื่อมโยงเชิงโต้ตอบ (Interactive Map) จำนวน ๑ สื่อ (๑๐๐ ตลาด) โดยมีการฝังหรือเชื่อมโยงเนื้อหาข้อมูลไปยัง Market Profile

(๑) จัดทำสื่อแผนที่หรือสื่อภาพเชิงพื้นที่ในรูปแบบกราฟิกที่ระบุตำแหน่งการกระจายตัวของตลาดต้องชมทั้ง ๑๐๐ ตลาดอย่างครบถ้วน

(๒) ออกแบบจัดทำสิ่งเชื่อมโยงสำหรับการเชื่อมโยงข้อมูลไปยัง Market Profile อาทิ เมื่อผู้ใช้งานคลิกตำแหน่งตลาดใดตลาดหนึ่ง จะเชื่อมโยงไปยังหน้าข้อมูลรายละเอียดตลาด (Market Profile)

๕.๕ การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เว็บไซต์ และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา (ยิงโฆษณา) ภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a Stop)” โดยนำคลังข้อมูลจากโปรไฟล์ตลาดและสื่อแผนที่จากข้อ ๕.๓ และ ๕.๔ มาพัฒนาเป็นเนื้อหาประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ในรูปแบบต่างๆ โดยต้องมีการบริหารจัดการแบ่งกลุ่มตลาดให้ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

๕.๕.๑ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนประชาสัมพันธ์โดยละเอียด เพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการ โดยต้องครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

- (๑) แนวทางการสร้างกระแสและแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายอยากแวะเวียนมายังตลาดต้องชม
- (๒) รายละเอียดช่วงเวลา และช่องทางที่จะเผยแพร่สื่อ
- (๓) แผนการบริหารจัดการสื่อตามข้อ ๕.๕.๒ - ๕.๕.๔

๕.๕.๒ การเผยแพร่ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับตลาดต้องชม เช่น สายรีวิวกาสิโนที่ท่องเที่ยว รีวิวอาหาร และไลฟ์สไตล์วิถีชุมชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย โดยต้องมี เกณฑ์จำนวนผู้ติดตาม แบ่งเป็น ๒ ระดับ พิจารณาจากแพลตฟอร์มใดแพลตฟอร์มหนึ่ง เช่น Facebook, TikTok, YouTube หรือ Instagram ดังนี้ ระดับ Macro จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย โดยต้องมียอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ราย ระดับ Micro จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย โดยแต่ละรายต้องมียอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ ราย และแต่ละรายต้องผลิตเนื้อหา (Content) และดำเนินการเผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ ภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a Stop)” ดังนี้

๑) ผลิตชิ้นงานหลักอย่างน้อยรายละ ๑ ชิ้นงาน (รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน) ในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้น ความยาวไม่น้อยกว่า ๖๐ วินาทีต่อชิ้นงาน

๒) ต้องเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ส่วนตัวของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) รายนั้นๆ เช่น Facebook, TikTok, YouTube หรือ Instagram

๓) การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Reach/Engagement) ต่อชิ้นงาน ดังนี้ (๑) ระดับ Macro ต้องมีจำนวนคนเข้าถึง (Reach/Engagement) ไม่น้อยกว่า ๑๕๐,๐๐๐ ราย/ชิ้นงาน (๒) ระดับ Micro ต้องมีจำนวนคนเข้าถึง Reach/Engagement) ไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐ ราย/ชิ้นงาน

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการเผยแพร่ ซึ่งประกอบด้วย ลิงก์ (URL) ของทุกชิ้นงาน และภาพถ่ายหน้าจอแสดงสถิติข้อมูลหลังบ้านจากแพลตฟอร์ม (Platform Insight) เพื่อยืนยันความถูกต้องของตัวเลขการเข้าถึงที่เกิดขึ้นจริง

๕.๕.๓ การเผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัลอื่นที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม

ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่เนื้อหาตลาดต้องชม เช่น TrueID หรือ ซิลไปไหน หรือเพจอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียง ซึ่งมียอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เพจ เพจละ ๑ ชิ้นงาน โดยต้องมีการเชื่อมโยง (Link/Tag/QR Code) ไปยังข้อมูลโปรไฟล์ตลาด (Market Profile) หรือสื่อแผนที่ตามข้อ ๕.๓ และ ๕.๔ อย่างชัดเจน

๕.๕.๔ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา นำสื่อที่ผลิตตามข้อ ๕.๓-๕.๔ ที่ผลิตในโครงการนี้ มาดำเนินการโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลจำนวนอย่างน้อย ๑๐ สื่อ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (๑) จัดทำแผนการยิงโฆษณา แบบกำหนดพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายโดยต้องมีการเข้าถึง (Reach) จำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า ๑,๓๐๐,๐๐๐ ครั้งตลอดการดำเนินโฆษณา ไม่น้อยกว่า ๑ เดือน (๒) ดำเนินการโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, YouTube, Instagram หรือ Google โดยกำหนดให้กรรมการค้าภายในเป็นปลายทางหลัก

๕.๕.๕ จัดทำรายงานสรุปผลการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วย (๑) หลักฐานการเผยแพร่ เช่น URL ภาพหน้าจอ หรือหลักฐานการลงชื่อ (๒) สถิติการเข้าถึง เช่น จำนวนการเข้าชม (Views) การเข้าถึง (Reach) หรือการมีส่วนร่วม (Engagement)

๕.๖ การดำเนินการอื่น ๆ

๕.๖.๑ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่ประสานงานหลักโครงการ เพื่อทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับตลาดต้องชมและกรมการค้าภายในตลอดระยะเวลาโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน

๕.๖.๒ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างโครงการ อาทิ ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ ประมวลผล และพัฒนาฐานข้อมูลบนระบบ Cloud, ค่าใช้จ่ายด้านลิขสิทธิ์, การขออนุญาตใช้ภาพ เสียง หรือทรัพย์สินทางปัญญา หรือค่าใช้จ่ายอื่นใดที่จำเป็นต่อการดำเนินโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยสื่อทั้งหมดที่ผลิตขึ้นต้องปราศจากภาระผูกพันทางกฎหมายด้านลิขสิทธิ์ภาพลักษณ์บุคคล

๕.๖.๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการรับผิดชอบต่อการใช้งานขอใช้พื้นที่ตลาดต้องชม เพื่อจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

๕.๗ การสรุปและประเมินผลการจัดกิจกรรมฯ ผู้รับจ้างต้องจัดส่งมอบงานและรายงานผลการดำเนินงาน โดยรายงานสรุปผลการดำเนินงานของโครงการ ประกอบด้วยรายละเอียดกิจกรรมที่ดำเนินการ ผลลัพธ์ที่ได้รับ ภาพประกอบ รายงานผลของการประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง และหลักฐานการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้ สรุปสถิติผลการประชาสัมพันธ์ รายงานวิเคราะห์ผลจากการยิงโฆษณาออนไลน์

๖. เกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอ

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมการค้าภายในจะพิจารณาคัดเลือก โดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ (Price Performance) ซึ่งการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอจะพิจารณาจากคะแนนรวมสูงสุด และกำหนดสัดส่วนน้ำหนักคะแนนรวมร้อยละ ๑๐๐ แบ่งเป็นเกณฑ์ด้านคุณภาพ ร้อยละ ๗๐ และข้อเสนอด้านราคาร้อยละ ๓๐ โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

๖.๑ การพิจารณาข้อเสนอด้านราคา กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ ๓๐

๖.๒ การพิจารณาเกณฑ์ด้านคุณภาพ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ โดยมีคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ซึ่งผู้เสนอราคาต้องได้คะแนนไม่น้อยกว่า ๗๐ คะแนน จึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์ในการพิจารณาข้อเสนอ ด้านเทคนิค และหากไม่ผ่านคะแนนขั้นต่ำด้านคุณภาพ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านราคาซึ่งมีรายละเอียดในการให้คะแนนด้านคุณภาพ ประกอบด้วย ๖ ด้าน ได้แก่

- | | |
|---|-----------|
| (๑) ประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมมีลักษณะเดียวกับงานที่จัดจ้างในครั้งนี | ร้อยละ ๑๐ |
| (๒) ข้อเสนอด้านแนวคิดหลักในการดำเนินโครงการ (Concept) | ร้อยละ ๑๐ |
| (๓) ข้อเสนอด้านการจัดทำแผนการดำเนินงาน (Action Plan) | ร้อยละ ๑๕ |
| (๔) ข้อเสนอด้านสื่อโปรไฟล์ตลาด | ร้อยละ ๒๕ |
| ๔.๑ หลักเกณฑ์การจัดทำกรอบแนวคิด | ร้อยละ ๑๕ |
| ๔.๒ การจัดทำโปรไฟล์ตลาดดิจิทัล (Template) | ร้อยละ ๑๐ |
| (๕) ข้อเสนอด้านการทำสื่อแผนที่ | ร้อยละ ๒๕ |
| (๖) ข้อเสนอด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ | ร้อยละ ๑๕ |
| ๖.๑ แผนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ | ร้อยละ ๑๐ |
| ๖.๒ ผู้มีอิทธิพลด้านสื่อสังคมออนไลน์ | ร้อยละ ๕ |

๖.๓ วิธีการประเมินและการให้คะแนน

(๑) ประสพการณ์ในการจัดกิจกรรมมีลักษณะเดียวกับงานที่จัดจ้างในครั้งนี้อยู่ โดยพิจารณาจากหลักฐานสำเนาสัญญาจ้างและหนังสือรับรองผลงานที่แล้วเสร็จจากหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ ๑๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
๑. จำนวนสัญญาที่มีสัญญาที่มีวงเงินไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐ ของวงเงินงบประมาณหรือวงเงินที่ประมาณการที่จะจัดซื้อจัดจ้างในครั้งนี้อยู่ จำนวน ๓ สัญญาขึ้นไป	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยจะต้องมีหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาที่มีวงเงินเกินร้อยละ ๕๐ ของวงเงินงบประมาณ ๗,๐๐๐,๐๐๐ บาท (เจ็ดล้านบาทถ้วน) หรือวงเงินประมาณการที่จะจัดจ้างในครั้งนี้อยู่ และเป็นวงเงินงบประมาณในงานรับจ้างด้วยวิธีการอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยจะพิจารณาเฉพาะจำนวนสัญญาที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่ผู้ว่าจ้างเชื่อถือ
๒. จำนวนสัญญาที่มีสัญญาที่มีวงเงินไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐ ของวงเงินงบประมาณหรือวงเงินที่ประมาณการที่จะจัดซื้อจัดจ้างในครั้งนี้อยู่ จำนวน ๓ สัญญา	๙๐	
๓. จำนวนสัญญาที่มีสัญญาที่มีวงเงินไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐ ของวงเงินงบประมาณหรือวงเงินที่ประมาณการที่จะจัดซื้อจัดจ้างในครั้งนี้อยู่ จำนวน ๒ สัญญา	๘๐	
๔. จำนวนสัญญาที่มีสัญญาที่มีวงเงินไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐ ของวงเงินงบประมาณหรือวงเงินที่ประมาณการที่จะจัดซื้อจัดจ้างในครั้งนี้อยู่ จำนวน ๑ สัญญา	๗๐	

(๒) ข้อเสนอด้านแนวคิดหลักในการดำเนินโครงการ (Concept) ภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a Stop)” ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๑.๑ กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ ๑๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑. ออกแบบแนวคิด (Concept) และองค์ประกอบกราฟิก (Key Visual) ชุดสัญลักษณ์ (Icon) และสโลแกน (Slogan) หรือวลีสั้นๆ สอดคล้องภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a stop)” ได้ครบถ้วน ชัดเจน ละเอียด	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอจัดทำเป็นรูปแบบ PDF file ซึ่งต้องประกอบด้วย (๑) ข้อเสนอการออกแบบแนวคิด (Concept) และองค์ประกอบกราฟิก (Key Visual) ชุดสัญลักษณ์ (Icon) และสโลแกน (Slogan) หรือวลีสั้นๆ สอดคล้องภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a stop)” ครบถ้วน ชัดเจน ละเอียด	พิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้ยื่นมา และพิจารณาตามเกณฑ์การให้คะแนนจากผู้นำเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
๒. ออกแบบแนวคิด (Concept) และองค์ประกอบกราฟิก (Key Visual) ชุดสัญลักษณ์ (Icon) และสโลแกน (Slogan) หรือวลีสั้นๆ สอดคล้องภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a stop)” ได้ครบถ้วน ในภาพกว้าง	๗๐		
๓. ออกแบบแนวคิด (Concept) และองค์ประกอบกราฟิก (Key Visual) ชุดสัญลักษณ์ (Icon) และสโลแกน (Slogan) หรือวลีสั้นๆ แต่ไม่สอดคล้องกับภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a stop)”	๐		

(๓) ข้อเสนอแนะด้านการจัดทำแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๑.๒ กำหนดให้นำหน้ากร้อยละ ๑๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑. นำเสนอแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ตลอดระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม ตามข้อ ๕.๑ - ๕.๗ สอดคล้องกับขอบเขตงาน (TOR) และแสดงรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน พร้อมทั้งมีประเด็น (๑) ระบุช่วงเวลาการดำเนินงานแต่ละกิจกรรมอย่างชัดเจน ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ และ (๒) ระบุโครงสร้างทีมงานและแผนการบริหารจัดการรายภูมิภาค ที่ชัดเจนเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบ แสดงลำดับการดำเนินงาน การสำรวจ และการผลิตสื่อ <u>อย่างครบถ้วน ชัดเจน และอธิบายขั้นตอนการดำเนินงานอย่างละเอียด</u>	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นมาจัดทำเป็นรูปแบบ PDF file โดยพิจารณาจากแผนปฏิบัติงานรายสัปดาห์/รายเดือนที่แสดงรายละเอียดกิจกรรมตามข้อ ๕.๑-๕.๗ รวมทั้ง ๒ ประเด็น อย่างครบถ้วน ชัดเจน และมีการอธิบายขั้นตอนการดำเนินการอย่างละเอียด ทั้งนี้ถ้าไม่นำเสนอแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๑.๒ คณะกรรมการจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพ	พิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้ยื่นมาและพิจารณาตามเกณฑ์การให้คะแนนจากผู้นำเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
๒. นำเสนอแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ตลอดระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม ตามข้อ ๕.๑ -๕.๗ สอดคล้องกับขอบเขตงาน (TOR) และแสดงรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน พร้อมทั้งมีประเด็น (๑) ระบุช่วงเวลาการดำเนินงานแต่ละกิจกรรมอย่างชัดเจน ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ และ (๒) ระบุโครงสร้างทีมงานและแผนการบริหารจัดการรายภูมิภาค ที่ชัดเจนเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบ แสดงลำดับการดำเนินงาน การสำรวจ และการผลิตสื่อ <u>อย่างครบถ้วน ในภาพรวม หรือภาพกว้าง</u>	๗๐		

๕. ข้อเสนอด้านสื่อโปรไฟล์ตลาด กำหนดให้นำหน้าหรือยล ๒๕ โดยแบ่งเป็น

(๕.๑) ข้อเสนอด้านหลักเกณฑ์การจัดทำกรอบแนวคิด ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๒.๒ กำหนดให้นำหน้าหรือยล ๑๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑. จัดทำกรอบแนวคิดในการจัดประเภทตลาดต้องขมจำนวนทั้ง ๔ ภาค โดยประกอบไปด้วยรายละเอียดตามข้อ ๕.๒.๒ ๑) นำเสนอกรอบแนวคิดหลักในจัดประเภทตลาดต้องขม อย่างน้อย ๑ กรอบใหญ่ ๒) นำเสนอประเภทย่อยจากกรอบแนวคิดหลัก อย่างน้อย ๔ ประเภทย่อย พร้อมยกตัวอย่างประกอบแต่ละประเภท <u>อย่างชัดเจนทั้งสองประเด็น พร้อมมีการอธิบายกรอบแนวคิดอย่างละเอียด</u>	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมาจัดทำเป็นรูปแบบ PDF File ซึ่งต้องประกอบด้วยจัดทำกรอบแนวคิดในการจัดประเภทตลาดต้องขมจำนวนทั้ง ๔ ภาค พร้อมการแบ่งประเภทย่อยอย่างน้อย ๔ ประเภท และยกตัวอย่างรายชื่อตลาดต้องขมแต่ละประเภท อย่างชัดเจน	พิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้ยื่นมา และพิจารณาตามเกณฑ์การให้คะแนนจากผู้นำเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
๒. จัดทำกรอบแนวคิดในการจัดประเภทตลาดต้องขมจำนวนทั้ง ๔ ภาค โดยประกอบไปด้วยรายละเอียดตามข้อ ๕.๒.๒ ๑) นำเสนอกรอบแนวคิดหลักในจัดประเภทตลาดต้องขม อย่างน้อย ๑ กรอบใหญ่ ๒) นำเสนอประเภทย่อยจากกรอบแนวคิดหลัก อย่างน้อย ๔ ประเภทย่อย พร้อมยกตัวอย่างประกอบแต่ละประเภท <u>ครบถ้วนทั้งสองประเด็นในภาพกว้าง</u>	๙๐	ครบถ้วน ทั้งนี้ ถ้าไม่นำเสนอหลักเกณฑ์การจัดทำกรอบแนวคิด ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๒.๒ คณะกรรมการจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพ	
๓. จัดทำกรอบแนวคิดในการจัดประเภทตลาดต้องขมจำนวนทั้ง ๔ ภาค โดยประกอบไปด้วยรายละเอียดตามข้อ ๕.๒.๒ ๑) นำเสนอกรอบแนวคิดหลักในจัดประเภทตลาดต้องขม อย่างน้อย ๑ กรอบใหญ่ ๒) นำเสนอประเภทย่อยจากกรอบแนวคิดหลัก อย่างน้อย ๔ ประเภทย่อย <u>ครบถ้วนทั้งสองประเด็นในภาพกว้าง</u>	๗๐		

(๔.๒) ข้อเสนอด้านการจัดทำโปรไฟล์ตลาดดิจิทัล (Template) ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๓.๒ กำหนดให้นำหน้ากระดาษ ๑๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑. การออกแบบที่มีองค์ประกอบที่มีการจัดวางข้อมูล (Layout) ครบถ้วน ๘ ด้าน ตามข้อ ๕.๓.๑ ภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพัก (Market as a Stop)” พร้อมยกตัวอย่างมากกว่า ๓ ตัวอย่างที่แตกต่างกัน	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอเข้ามาจัดทำเป็นรูปแบบ PDF File ซึ่งต้องประกอบด้วยการออกแบบที่มีองค์ประกอบที่มีการจัดวางข้อมูลครบถ้วน ๘ ด้าน ตามข้อ ๕.๓.๑ ภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพัก (Market as a Stop)” และจำนวนการยกตัวอย่างที่แตกต่าง ทั้งนี้ถ้าไม่นำเสนอการจัดทำโปรไฟล์ตลาดดิจิทัล (Template) ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๓.๒ คณะกรรมการจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพ	พิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้ยื่นมา และพิจารณาตามเกณฑ์การให้คะแนนจากผู้นำเสนองานที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
๒. การออกแบบที่มีองค์ประกอบที่มีการจัดวางข้อมูล (Layout) ครบถ้วน ๘ ด้าน ตามข้อ ๕.๓.๑ ภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพัก (Market as a Stop)” พร้อมยกตัวอย่าง ๓ ตัวอย่างที่แตกต่างกัน	๘๐		
๓. การออกแบบที่มีองค์ประกอบที่มีการจัดวางข้อมูล (Layout) ครบถ้วน ๘ ด้าน ตามข้อ ๕.๓.๑ ภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพัก (Market as a Stop)” พร้อมยกตัวอย่าง ๒ ตัวอย่างที่แตกต่างกัน	๘๐		
๔. การออกแบบที่มีองค์ประกอบที่มีการจัดวางข้อมูล (Layout) ครบถ้วน ๘ ด้าน ตามข้อ ๕.๓.๑ ภายใต้แนวคิด “การเป็นจุดแวะพัก (Market as a Stop)” พร้อมยกตัวอย่าง ๑ ตัวอย่าง	๗๐		

๕. ข้อเสนอด้านการทำสื่อแผนที่ระดับกลุ่มตลาด ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๔.๒ กำหนดให้นำหน้ากระดาษ ๒๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑. นำเสนอสื่อแผนที่ระดับกลุ่มตลาด หรือสื่อภาพเชิงพื้นที่ที่แสดงการกระจายตัวและความเชื่อมโยงของตลาดต้องชมในระดับพื้นที่หรือภูมิภาค เพื่อสะท้อนแนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a stop)” ตามข้อ ๕.๔.๒ โดยมีรายละเอียด ๑) การใช้สัญลักษณ์ (Icon) ที่สื่อสารและมีความสอดคล้องกับแนวคิดหลัก (Concept) ของโครงการ	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอเข้ามาจัดทำเป็นรูปแบบ PDF File ที่แสดงต้นแบบการออกแบบสื่อแผนที่ตามข้อ ๕.๔.๒ ที่ครบถ้วน (๑) โดยต้องสะท้อนถึงการเดินทางและสอดคล้อง	พิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้ยื่นมา และพิจารณาตามเกณฑ์การให้คะแนนจากผู้นำเสนองานได้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>๒) การจัดวาง (Layout) ที่ทันสมัย สวยงาม มีข้อมูลครบถ้วน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ รายชื่อตลาดต้องชมที่เกี่ยวข้อง และระยะทางหรือระยะเวลาเดินทางโดยประมาณ</p> <p>๓) ยกตัวอย่างประกอบจำนวน ๑๐ แผนที่ (อย่างน้อย ๑๐ ตลาด/แผนที่)</p> <p><u>มีองค์ประกอบครบถ้วนทั้ง ๓ ประเด็น และมีการนำเสนออธิบายอย่างละเอียด ชัดเจน</u></p>		<p>กับสไตล์หลัก (Concept) ของโครงการ</p> <p>(๒) การจัดวาง (Layout) ที่ชัดเจน ครบถ้วนทุกประเด็น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ รายชื่อตลาดต้องชมที่เกี่ยวข้อง และระยะทางหรือระยะเวลาเดินทาง โดยประมาณ ที่ช่วยให้ตัดสินใจแวะตลาดได้ทันที</p> <p>(๓) การยกตัวอย่างประกอบที่ครบถ้วน</p> <p>ทั้งนี้ถ้าไม่นำเสนอการทำสื่อแผนที่ระดับกลุ่มตลาดตามข้อ ๕.๔.๒ คณะกรรมการจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพ</p>	<p>ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา</p>
<p>๒. นำเสนอสื่อแผนที่ระดับกลุ่มตลาด หรือสื่อภาพเชิงพื้นที่ที่แสดงการกระจายตัวและความเชื่อมโยงของตลาดต้องชมในระดับพื้นที่หรือภูมิภาค เพื่อสะท้อนแนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a stop)” ตามข้อ ๕.๔.๒ โดยมีรายละเอียด</p> <p>๑) การใช้สัญลักษณ์ (Icon) ที่สื่อสารและมีความสอดคล้องกับแนวคิดหลัก (Concept) ของโครงการ</p> <p>๒) การจัดวาง (Layout) ที่ทันสมัยสวยงาม มีข้อมูลครบถ้วน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ รายชื่อตลาดต้องชมที่เกี่ยวข้อง และระยะทางหรือระยะเวลาเดินทางโดยประมาณ</p> <p>๓) ยกตัวอย่างประกอบจำนวน ๑๐ แผนที่ (อย่างน้อย ๑๐ ตลาด/แผนที่)</p> <p><u>มีองค์ประกอบครบถ้วนทั้ง ๓ ประเด็น และมีการนำเสนออธิบายในภาพกว้าง</u></p>	<p>๘๐</p>		
<p>๓. นำเสนอสื่อแผนที่ระดับกลุ่มตลาด หรือสื่อภาพเชิงพื้นที่ที่แสดงการกระจายตัวและความเชื่อมโยงของตลาดต้องชมในระดับพื้นที่หรือภูมิภาค เพื่อสะท้อนแนวคิด “การเป็นจุดแวะพักการเดินทาง (Market as a stop)” โดยมีรายละเอียด</p> <p>๑) การใช้สัญลักษณ์ (Icon) ที่สื่อสาร และมีความสอดคล้องกับแนวคิดหลัก (Concept) ของโครงการ</p> <p>๒) การจัดวาง (Layout) ที่ทันสมัย สวยงาม มีข้อมูลครบถ้วน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวหลักใน</p>	<p>๗๐</p>		

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
พื้นที่ รายชื่อตลาดต้องชมที่เกี่ยวข้อง และระยะทางหรือระยะเวลาเดินทางโดยประมาณ มีองค์ประกอบครบถ้วนทั้ง ๒ ประเด็น แต่ไม่มีการยกตัวอย่างประกอบ			

๖. ข้อเสนอด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๕ กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ ๑๕ โดยแบ่งเป็น

(๖.๑) ข้อเสนอด้านแผนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๕.๑ กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ ๑๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑. นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๕.๕.๑ ประกอบไปด้วย (๑) แนวทางการสร้างกระแสและแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายอยากแวะเวียนมายังตลาดต้องชม (๒) รายละเอียดช่วงเวลา และช่องทางที่จะเผยแพร่สื่อ (๓) แผนการบริหารจัดการสื่อ ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ จำนวน ๑๐ ราย การเผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัล และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา(ตามข้อ ๕.๕.๒ - ๕.๕.๔) อย่างครบถ้วน ๓ ประเด็น และอธิบายแผนการประชาสัมพันธ์อย่างละเอียด พร้อมมีแผนสำรอง	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นมา จัดทำเป็นรูปแบบ PDF File โดยพิจารณาจากแผนการประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๕.๕.๑ (๑) แนวทางการสร้างกระแสและแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายอยากแวะเวียนมายังตลาดต้องชม (๒) รายละเอียดช่วงเวลา และช่องทางที่จะเผยแพร่สื่อ (๓) แผนการบริหารจัดการสื่อ ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ จำนวน ๑๐ ราย การเผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัล และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา(ตามข้อ ๕.๕.๒ - ๕.๕.๔) ครบถ้วน และอธิบายแผนการประชาสัมพันธ์ที่สามารถใช้งานได้จริง และสอดคล้องกับโครงการ ทั้งนี้ ถ้าไม่แผนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ ตามข้อ ๕.๕.๑	พิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้ยื่นมา และพิจารณาตามเกณฑ์การให้คะแนนจากผู้นำเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
๒. นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๕.๕.๑ ประกอบไปด้วย (๑) แนวทางการสร้างกระแสและแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายอยากแวะเวียนมายังตลาดต้องชม (๒) รายละเอียดช่วงเวลา และช่องทางที่จะเผยแพร่สื่อ (๓) แผนการบริหารจัดการสื่อ ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ จำนวน ๑๐ ราย การเผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัล และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา(ตามข้อ ๕.๕.๒ - ๕.๕.๔) อย่างครบถ้วน ๓ ประเด็น และอธิบายแผนการประชาสัมพันธ์อย่างละเอียด	๙๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นมา จัดทำเป็นรูปแบบ PDF File โดยพิจารณาจากแผนการประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๕.๕.๑ (๑) แนวทางการสร้างกระแสและแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายอยากแวะเวียนมายังตลาดต้องชม (๒) รายละเอียดช่วงเวลา และช่องทางที่จะเผยแพร่สื่อ (๓) แผนการบริหารจัดการสื่อ ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ จำนวน ๑๐ ราย การเผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัล และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา(ตามข้อ ๕.๕.๒ - ๕.๕.๔) ครบถ้วน และอธิบายแผนการประชาสัมพันธ์ที่สามารถใช้งานได้จริง และสอดคล้องกับโครงการ ทั้งนี้ ถ้าไม่แผนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ ตามข้อ ๕.๕.๑	พิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้ยื่นมา และพิจารณาตามเกณฑ์การให้คะแนนจากผู้นำเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>๓. นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๕.๕.๑ ประกอบไปด้วย</p> <p>(๑) แนวทางการสร้างกระแสและแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายอยากแวะเวียนมายังตลาดต้องชม</p> <p>(๒) รายละเอียดช่วงเวลา และช่องทางที่จะเผยแพร่สื่อ</p> <p>(๓) แผนการบริหารจัดการสื่อ ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ จำนวน ๑๐ ราย การเผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัล และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา(ตามข้อ ๕.๕.๒ - ๕.๕.๔)</p> <p>อย่างครบถ้วน ๓ ประเด็น ในภาพรวมหรือภาพกว้าง</p>	๗๐	คณะกรรมการจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพ	

(๖.๒) ข้อเสนอด้านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ (Influencer) ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๕.๒ กำหนดให้นำหน้าร้อยละ ๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>๑. นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับตลาดต้องชม เช่น สายรีวิว สถานที่ท่องเที่ยว รีวิวอาหาร และไลฟ์สไตล์ วิถีชุมชน จำนวนรวมมากกว่า ๑๐ รายขึ้นไป โดยต้องมีเกณฑ์จำนวนผู้ติดตาม จากแพลตฟอร์มใดแพลตฟอร์มหนึ่ง เช่น Facebook, TikTok, YouTube หรือ Instagram ดังนี้</p> <p>๑) ระดับ Macro จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย โดยต้องมียอดผู้ติดตามแต่ละรายมากกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ราย</p> <p>๒) ระดับ Micro จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย โดยแต่ละรายต้องมียอดผู้ติดตามแต่ละรายมากกว่า ๕๐,๐๐๐ ราย</p>	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นมา จัดทำเป็นรูปแบบ PDF File โดยพิจารณาจำนวน ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ทั้ง ๒ ระดับ และจำนวนผู้ติดตาม ทั้งนี้หากไม่นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ (Influencer) ตามข้อ ๕.๕.๒ คณะกรรมการจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพ และถ้าเสนอจำนวนผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เท่ากัน จะพิจารณาจากจำนวนผู้ติดตามสูงสุดเรียงลำดับ จาก Macro ไป micro	พิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้ยื่นมา และพิจารณาตามเกณฑ์การให้คะแนนจากผู้นำเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
<p>๒. ๑. นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับตลาดต้องชม เช่น สายรีวิว สถานที่ท่องเที่ยว รีวิวอาหาร และไลฟ์สไตล์ วิถีชุมชน จำนวนรวม ๑๐ รายโดยต้องมีเกณฑ์</p>	๗๐		

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
จำนวนผู้ติดตาม จากแพลตฟอร์มใดแพลตฟอร์มหนึ่ง เช่น Facebook, TikTok, YouTube หรือ Instagram ดังนี้ ๑) ระดับ Macro จำนวน ๕ ราย โดยต้องมียอดผู้ติดตามแต่ละราย ๕๐๐,๐๐๐ ราย ๒) ระดับ Micro จำนวน ๕ ราย โดยแต่ละรายต้องมียอดผู้ติดตามแต่ละราย ๕๐,๐๐๐ ราย			

๗. เงื่อนไขอื่น ๆ

๗.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำสื่อทั้งหมดที่ผลิตและเผยแพร่แล้ว เป็นข้อมูลในรูปแบบดิจิทัล เพื่อใช้ประโยชน์ในราชการต่อไป

๗.๒ หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานต่าง ๆ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๗.๓ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาต่าง ๆ อันเกิดจากงานที่ทำขึ้น รวมทั้งลิขสิทธิ์ในการสร้างสรรค์ที่ได้จัดทำกรต่าง ๆ ขึ้น หรือดัดแปลงจากงานอันมีลิขสิทธิ์เดิม ให้เป็นสิทธิของผู้ว่าจ้างแต่เพียงผู้เดียว

๗.๔ ในระหว่างดำเนินงาน หากกรรมการค้าภายในจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนหรือลดเนื้อหาที่อยู่ในขอบเขตเนื้อหาตามขอบเขตงานจ้าง (TOR) นี้ กรรมการค้าภายในสามารถดำเนินการได้โดยคิดราคางานเพิ่มหรือลดที่เกิดขึ้นจริงตามส่วนของค่าจ้าง

๗.๕ ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงาน คณะกรรมการตรวจรับพัสดุจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จและจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการกำหนด

๗.๖ ผู้รับจ้างจะต้องแสดงรายละเอียดการดำเนินงานต่าง ๆ พร้อมจัดส่งรายงานการดำเนินงานทั้งหมดอย่างครบถ้วน และสมบูรณ์ให้ผู้ว่าจ้างทั้งหมด

๗.๗ ข้อมูลและเอกสารที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของผู้รับจ้างภายใต้โครงการนี้ ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างจะนำไปเผยแพร่หรือใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ มิได้ เว้นแต่จะได้รับการยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ว่าจ้างเท่านั้น

๗.๘ ข้อเสนอของบริษัทฯ ที่นำเสนอกรมฯ จะทำเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญาประกอบการตรวจรับ

๘. ระยะเวลาดำเนินการและการส่งมอบงาน

๘.๑ ระยะเวลาดำเนินการรวม จำนวน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๘.๒ การส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงาน ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการ ดังนี้

ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งเอกสารหลักฐานการส่งมอบงาน โดยแสดงเอกสารหลักฐานประกอบตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) เอกสารประกอบการจัดกิจกรรมและภาพถ่ายบรรยากาศการดำเนินงานในรูปแบบรูปเล่มสวยงาม ตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR)

๘.๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งมอบงาน ดังนี้

๘.๓.๑ คลังข้อมูลที่รวบรวมจากการลงพื้นที่ ๑๐๐ ตลาด ตามข้อ ๕.๒ โดยส่งมอบในรูปแบบไฟล์ Spreadsheet (.xlsx/ Google Sheets) ซึ่งต้องประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นอย่างน้อย ดังนี้: ชื่อตลาด, พิกัด GPS, ประวัตีย่อ, สินค้าเด่น, และเวลาเปิด-ปิด เพื่อให้กรมฯ สามารถนำข้อมูลไปใช้งานต่อได้ทันที

.....ประธานกรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการและเลขานุการ

๕.๓.๒ ผู้รับจ้างต้องส่งมอบผลงานตามขอบเขตงานจ้าง โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

(๑) โพรไฟล์ตลาดดิจิทัล (Market Profile) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ตลาด และจัดทำพิมพ์สื่อขนาดมาตรฐาน A๔ โดยรวบรวมเป็นรูปเล่ม จำนวน ๒ เล่ม

(๒) สื่อวิดีโอสั้นจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ คลิป

(๓) สื่อแผนที่ระดับกลุ่มตลาดไม่น้อยกว่า ๑๐ แผนที่

(๔) สื่อแผนที่ภาพรวมตลาดต้องชม ๑ สื่อ

๕.๓.๓ ไฟล์สื่อดิจิทัลในรูปแบบที่สามารถแก้ไขได้ ซึ่งประกอบไปด้วย

(๑) โพรไฟล์ตลาดดิจิทัล: ไฟล์ JPG/PDF ๑๐๐ ตลาด ไฟล์ต้นฉบับ (อาทิ AI/PSD/Canva)

(๒) สื่อแผนที่: ไฟล์แผนที่ทุกระดับทั้งในรูปแบบไฟล์ภาพความละเอียดสูงและไฟล์

ต้นฉบับที่แก้ไขได้

(๓) สื่อประชาสัมพันธ์: ไฟล์วิดีโอต้นฉบับ และวิดีโอฉบับสมบูรณ์

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดส่งโปรไฟล์ตลาดดิจิทัลในข้อ ๕.๓ ทั้งหมด ต้องรักษารูปแบบเลย์เอ้อร์และแบบตัวอักษรเพื่อให้กรรมการค้าภายในสามารถนำไปปรับปรุง ดัดแปลง ต่อยอด หรือเผยแพร่ ได้ทุกช่องทางโดยไม่มีเงื่อนไขผูกพัน รวมทั้ง เงื่อนไขลิขสิทธิ์ สื่อและข้อมูลทั้งหมดถือเป็นสิทธิ์ขาดของกรรมการค้าภายใน โดยผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อที่ปราศจากข้อจำกัดด้านลิขสิทธิ์ภาพลักษณ์และทรัพย์สินทางปัญญา

๕.๔ การส่งมอบงานแบ่งเป็น ๓ งวด ดังนี้

๕.๔.๑ งวดที่ ๑ ภายใน ๔๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยผู้รับจ้างต้องส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังนี้

(๑) การวางแผนและบริหารจัดการโครงการ ตามข้อ ๕.๑

(๒) การสำรวจ วิเคราะห์และจัดเก็บข้อมูล สำหรับตลาดต้องชมอย่างน้อย ๓๐ ตลาด ตามข้อ ๕.๒.๑ - ๕.๒.๒

(๓) สื่อโปรไฟล์ตลาดดิจิทัล (Market Profile) ตามข้อ ๕.๓ ตลาดต้องชมอย่างน้อย ๓๐ ตลาด โดยต้องส่งมอบให้แล้วเสร็จเป็นรายภูมิภาคตามแผนที่ได้รับอนุมัติ

(๔) แผนประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๕.๕.๑ และนำเสนอรายชื่อผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ตามข้อ ๕.๕.๒ โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม จำนวน ๑ ฉบับ พร้อมไฟล์ดิจิทัล

๕.๔.๒ งวดที่ ๒ ภายใน ๑๐๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยผู้รับจ้างต้องส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังนี้

(๑) การสำรวจ วิเคราะห์และจัดเก็บข้อมูล ตามข้อ ๕.๒ การพัฒนาคลังข้อมูลและโปรไฟล์ตลาดดิจิทัล (Market Profile) ตามข้อ ๕.๓

(๒) สื่อแผนที่ ตามข้อ ๕.๔

(๓) ความคืบหน้าการเตรียมการผลิตเนื้อหาการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ ตามข้อ ๕.๕.๒ และ ๕.๕.๓ โดยต้องแสดงแผนการกระจายเนื้อหาให้ครอบคลุมตลาดครบถ้วนทั้ง ๑๐๐ แห่ง โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม จำนวน ๑ ฉบับ พร้อมไฟล์ดิจิทัล

๕.๔.๓ งวดที่ ๓ ภายใน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยผู้รับจ้างต้องส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังนี้

(๑) รายงานผลการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ ตามข้อ ๕.๕

(๒) การดำเนินการอื่นๆ ตามข้อ ๕.๖

(๓) ฐานข้อมูลและไฟล์ต้นฉบับตามข้อ ๕.๗ และข้อมูลที่เหลือในส่วนอื่นๆ โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม จำนวน ๓ ฉบับ พร้อม External Hard Drive จำนวน ๓ ชุด (บรรจุไฟล์งานงวดที่ ๑-๓ และไฟล์ต้นฉบับทั้งหมด)

๘.๕ ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานตามข้อ ๘.๔ คณะกรรมการตรวจรับพัสดุจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จ และจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ภายในเวลาที่คณะกรรมการฯ กำหนด

๙. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

๙.๑ งวดที่ ๑ กำหนดจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครบถ้วนตามเงื่อนไขการส่งมอบงานตามข้อ ๘.๔.๑ โดยคณะกรรมการฯ ดำเนินการตรวจรับเสร็จเรียบร้อยแล้ว และได้รับความเห็นชอบจากกรรมการค่าภายในแล้ว

๙.๒ งวดที่ ๒ กำหนดจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๕๐ ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครบถ้วนตามเงื่อนไขการส่งมอบงานตามข้อ ๘.๔.๒ โดยคณะกรรมการฯ ดำเนินการตรวจรับเสร็จเรียบร้อยแล้ว และได้รับความเห็นชอบจากกรรมการค่าภายในแล้ว

๙.๓ งวดสุดท้าย กำหนดจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครบถ้วนตามเงื่อนไขการส่งมอบงานตามข้อ ๘.๔.๓ โดยคณะกรรมการฯ ดำเนินการตรวจรับเสร็จเรียบร้อยแล้ว และได้รับความเห็นชอบจากกรรมการค่าภายในแล้ว

๑๐. การปรับลดค่าจ้าง/ค่าปรับ

กรณีผู้รับจ้างดำเนินจัดกิจกรรมที่มีรายละเอียดไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดในสัญญา ผู้ว่าจ้างจะปรับลดเงินค่าจ้างในส่วนที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนดังกล่าว และจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญา ตั้งแต่วันที่เริ่มดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วน จนถึงวันที่ดำเนินการแล้วเสร็จที่ถูกต้องครบถ้วนหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายเวลาให้จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วน

๑๑. การรับประกันความชำรุดบกพร่องของงาน

ผู้รับจ้างต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายของงานที่เกิดขึ้นภายใต้กิจกรรมนี้เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ ปี นับถัดจากวันที่กรมฯ ได้ตรวจรับงานงวดสุดท้ายเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิม ภายใน ๗ วันนับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๒. ระยะเวลาการดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินการจ้าง : ภายใน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๑๓. วงเงินงบประมาณ

วงเงินงบประมาณ ๗,๐๐๐,๐๐๐ บาท (เจ็ดล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ทั้งปวงแล้ว

๑๔. หน่วยงานผู้รับผิดชอบ

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน

รายชื่อตลาดต้องชม

ที่	จังหวัด	ชื่อตลาด	ที่ตั้งตลาด
ภาคเหนือ			
1	กำแพงเพชร	ตลาดย้อนยุคนครชุม	บริเวณสามแยกนครชุม ต.นครชุม อ.เมือง
2	เชียงราย	กาดกองเก่า	222 หมู่ที่ 12 บ้านสบสม-บ้านหาดไคร้ ต.เวียง อ.เชียงของ
3		กาดกองแก้ว(ถนนสายวัฒนธรรมย่านเก่าเล่าเมือง)	บ้านเวียงแก้ว หมู่ที่ 8 ต.เวียง อ.เชียงของ
4	เชียงใหม่	ตลาดจริงใจ อาหารปลอดภัย	ในเจเจมาร์เก็ต 45 ถนนอัษฎาธร ต.ป่าตัน อ.เมือง
5		กาดแม่โจ้ 2477	มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย
6		กาดชุมชนโหล่งฮิมคาว (กาดต่อนยอน, กาดฉำฉา, ร้านค้าชุมชน)	13/16 ม.2 ต.สันกลาง อ.สันกำแพง
7		กาดบะป่าว เชียงใหม่	94/2 หมู่ที่ 3 ซอยหลังการชอย 4 ต.ฟ้าฮ่าม อ.เมือง
8	น่าน	กาดช่วงเมืองน่าน (ถนนคนเดินวัดภูมินทร์)	ข้างวัดภูมินทร์ ต.ในเวียง อ.เมือง
9		ถนนคนเมืองมิ่งเมืองติเบต	42/3 ถ.สุริยพงษ์ ต.ในเวียง อ.เมือง
10		กาดวัฒนธรรมช่วงเมืองสา	วัดบุญยืนพระอารามหลวง ต.กลางเวียง อ.เวียงสา
11		กาดแลงเมืองบัว มาม่วงใจ	ตั้งอยู่ข้างวัดปรางค์ ต.บัว อ.บัว
12		ร้านค้าชุมชนวัดพระธาตุแช่แห้ง	วัดพระธาตุแช่แห้ง ม่วงตีต อ.ภูเพียง
13	นครสวรรค์	ตลาดริมทางที่ลานโพธิ์	สำนักงานเทศบาลตำบลลานโพธิ์ ต.บ้านแดน อ.บรรพตพิสัย
14		ตลาดเจ้าคะ	หมู่ 6 ตำบลเขาดิน อ.เก้าเลี้ยว
15		ตลาดท่าเรือคลองคาง	วัดคลองคาง ม.3 ต.บึงเสนาท อ.เมือง
16	พิจิตร	ตลาดนัดนี้เพื่อน้อง	ชอยพระวิจิตร 3 ต.ท่าหลวง อ.เมืองพิจิตร
17		ตลาดเก่าวังกรด	บริเวณสถานีรถไฟวังกรด ต.บ้านบุง อ.เมือง
18		ถนนคนเดินบางชันาก	บริเวณหน้าที่ทำการเทศบาลตำบลบางมูลนาก (หน้าสถานีรถไฟ) อ.บางมูลนาก
19	พิษณุโลก	ตลาด 120 ปี วิถีชาววัง	ถนนริมน้ำ ต.วังทอง อ.วังทอง
20		ตลาดอินโดจีนการ์เด็น	10/1 หมู่ที่ 4 ต.วังทอง อ.เมือง
21		ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี	ถนนเทศบาลตำบลบ้านใหม่ ซอย 5 ต.วัดพริก อ.เมือง
22	เพชรบูรณ์	ตลาดถนนคนเดินไทหล่ม	ถ.รณกิจ ต.หล่มสัก อ.หล่มสัก
23		ถนนคน पैด-ชะ-บุน	ถ.เพชรเจริญ อ.เมือง

ที่	จังหวัด	ชื่อตลาด	ที่ตั้งตลาด
24	พะเยา	ตลาดวัดแสนเมืองมา	บริเวณวัดแสนเมืองมา ม.4 หมู่บ้านมาง ต.ห้วยน อ.เชียงคำ
25		ตลาดบ้านบัว	ม.4 ต.บ้านตุน อ.เมือง
26		ถนนคนเดินฮิมกว๊านพะเยา	ถนนหลังเทศบาลเมืองพะเยา ติดลานอเนกประสงค์เทศบาลพะเยา ต.เวียง อ.เมือง
27		กาดหลายต้า	สะพานภูมิินทร์ ซ.2 ถ.สายแม่น้ำสายใน บ้านแม่ต้า อ.เมือง
28		ตลาดนัดกลางคืน "หอการค้าแฟร์"	บริเวณรอบศาลหลักเมือง
29	แพร่	ตลาดลานค้าชุมชนพระธาตุช่อแฮ	วัดพระธาตุช่อแฮ พระอารามหลวง 1 ม.11 ถ.ช่อแฮ ต.ช่อแฮ อ.เมือง
30		กาดสามวัย	ตรงข้ามศาลากลาง ต.ในเวียง อ.เมือง
31		ตลาดชุมชนจำหน่ายผ้าหม้อห้อมทุ่งโฮ้ง	หมู่ที่ 1-7 ต.ทุ่งโฮ้ง อ.เมือง
32		กาดเมกฮิมคือ	ชุมชนน้ำคือ ต.ในเวียง อ.เมือง
33		กาดเมกหวาก	ถ.วิชัยราชาใกล้บริเวณสี่แยกร่องซ้อ ต.ในเวียง อ.เมือง
34	แม่ฮ่องสอน	ตลาดชุมชนบ้านโป่ง	หมู่บ้านโป่ง ต.แม่สะเรียง อ.แม่สะเรียง
35		กาดโตแม่ลาน้อย	ถ.รุ่งโรจน์ หมู่1 ต.แม่ลาน้อย อ.แม่ลาน้อย
36	ลำปาง	ตลาดศาลเจ้าพ่อประตูผา	ถ. บริเวณ ศาลเจ้าพ่อประตูผา ถ.ลำปาง-งาว ต.จางเหนือ อ.แม่เมาะ
37		กาดทุ่งเกวียน	ริมทางหลวงหมายเลข 11 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ต.เวียงตาล อ.ห้างฉัตร
38		ถนนสายวัฒนธรรม ถนนเวียงเหนือ	ถนนเวียงเหนือ ต.เวียงเหนือ อ.เมือง
39		กาดนัดฮิมวังบ้านสามัคคี	ถนนพหลโยธินสายเก่าหน้าหมู่บ้านสามัคคี อ.เมืองลำปาง
40		กาดกองต้า	ถนนเส้นชุมชนเก่ากาดกองต้า ต.หัวเวียง อ.เมือง
41	ลำพูน	ตลาดฮิมน้ำอุโมงค์	สวนสาธารณะปิงห่าง ม.5 ต.อุโมงค์
42		ตลาดหัตถกรรมผ้าฝ้ายทอมือ บ้านดอนหลวง	บ้านดอนหลวง ม.7 ต.แม่แรง อ.ป่าซาง
43		ตลาดหัตถกรรมผ้าทอแม่สารบ้านตอง	บ้านแม่สารบ้านตอง ม.4 ต.เวียงยอง อ.เมือง
44	สุโขทัย	ตลาดริมยม 2437	หน้าศาลเจ้าพ่อดาบทอง ต.กง อ.กงไกรลาศ
45		ถนนคนเดินเปลือยเปลือยของอรร้อย ย้อนรอยวิถีไทย	บริเวณเส้นทางริมแม่น้ำยม อ.เมือง
46		ถนนคนเดินกอกใหม่-ท่าชัยอินดี้	ช.กอกใหม่ ม.10 ต.ท่าชัย อ.ศรีสำริด
47		ตลาดทำนักรับเสด็จ	อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย 12 ต.เมืองเก่า อ.เมือง

ที่	จังหวัด	ชื่อตลาด	ที่ตั้งตลาด
48	ตาก	กาดนึ่งยอของคล้อยยาม	ริมแม่น้ำปิงบริเวณด้านหน้าจวนผู้ว่าราชการ ถนนจอมพล ต. เชียงเงิน อ.เมืองตาก
49		กาดต้าตง	บ้านตลาด ม.6 ต.ตากออก อ.บ้านตาก
50	อุตรดิตถ์	ตลาดถนนวันวานเมืองลับแล	บริเวณหน้าพิพิธภัณฑสถานประจำเมืองลับแล ถ.วันวาน ต.ศรีพนมมาศ อ.ลับแล
51		ถนนสายวัฒนธรรม ตำบลหาดสองแคว	บริเวณหน้าวัดหาดสองแคว ถนนสายวัฒนธรรม ม.1-ม.2 ต. หาดสองแคว อ.ตรอน
52	อุทัยธานี	ถนนคนเดินตรอกโรงยา	ต.อุทัยใหม่ อ.เมืองอุทัยธานี
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ			
53	กาฬสินธุ์	ตลาดเทศบาลตำบลกมลาไสย	หมู่ 11 ต.กมลาไสย อ.กมลาไสย
54		ถนนคนเดินกาฬสินธุ์ ไปกลางสตรีท	อ.เมือง
55	ขอนแก่น	ตลาดต้นตาล	381/58 หมู่ที่ 17 ต.ในเมือง อ.เมือง
56		ตลาดสีเขียวขอนแก่น (Green Market)	ถนนช้างศาลเจ้าพ่อขุนบริรักษ์ ริมบึงแก่นนคร ต.ในเมือง อ.เมือง
57		ตลาดถนนคนเดินขอนแก่น	บริเวณถนนหน้าศูนย์ราชการ (ถนนด้านหน้าศาลากลางจังหวัด) ต.ในเมือง อ.เมือง
58		ตลาดริมทางถนนไถ่อย่างเขาสวนกวาง	ถนนมิตรภาพทั้ง 2 ฝั่ง ใกล้ที่ว่าการอำเภอเขาสวนกวาง
59	ชัยภูมิ	ตลาดคนพรม	บ้านโนนทอง หมู่ 2 ต.โนนทอง อ.เกษตรสมบูรณ์
60		ตลาดหม่าช่องสามหมอ	บ้านชนแดน ม.5 ต.ช่องสามหมอ อ.ดอนสวรรค์
61		ตลาดชุมชนตำบลห้วยไร่	ถนนทางหลวงหมายเลข 201 ถนนชัยภูมิ-แก่งเคเรือ ต.ห้วยไร่ อ.ดอนสวรรค์
62	นครพนม	ตลาดศูนย์วัฒนธรรมพระธาตุเรณูนคร	วัดพระธาตุเรณูนคร ต.เรณู อ.เรณูนคร
63		ตลาดริมโขงเทศบาลเมืองนครพนม	ถนนอภิบาลบัญชา ต.ในเมือง อ.เมือง
64	บึงกาฬ	ถนนข้าวเม่าริมโขง ณ บึงกาฬ	ถ.เลียบบริมน้ำโขง ต.บึงกาฬ อ.บึงกาฬ
65	บุรีรัมย์	ถนนคนเดินเซราะกราว	หน้าสำนักงานเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ ถ.รมย์บุรี ต.ในเมือง อ.เมือง
66		ถนนคนเดิน ถมหมืด ถมมอ	ถ.ณรงค์รักษาเขต หน้าสำนักงาน ที่ว่าการอ.นางรอง ต.นางรอง อ.นางรอง
67		ตลาดของฝากอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	หมู่ที่ 2 ต.ตาเป๊ก อ.เฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์
68	มหาสารคาม	ตลาดสะพานไม้แกดำ	วัดดาวดึง ต.แกดำ อ.แกดำ
69		ตลาดพันปีจัมปาศรีนคร	ต.นาตุณ อ.นาตุณ จ.มหาสารคาม
70		ถนนคนเดินออนซอนกันทรวิชัย	ถนนเกาะกลางหนองบัว ต.โคกพระ อ.กันทรวิชัย

๖
 ๖๖๖๖
 ๖๖๖๖
 ๖๖๖๖

ที่	จังหวัด	ชื่อตลาด	ที่ตั้งตลาด
71	มุกดาหาร	ตลาดวัฒนธรรมพรเพชร	ถ.มุกดาหาร - ดอนตาล ต.มุกดาหาร อ.เมือง
72		ถนนคนเดินสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2	สะพานมิตรภาพไทย - ลาว แห่งที่ 2 เทศบาลตำบลบางทรายใหญ่ ต.บางทรายใหญ่ อ.เมือง
73	ยโสธร	ตลาดถนนคนเดินยโสธร	ถ.ประจักษ์ศิลปาคมด้านตะวันออก ต.ในเมือง อ.เมือง
74		ตลาดวัฒนธรรมถิ่นภูไทบ้านห้องแซง	บ้านห้องแซง ต.ห้องแซง อ.เลิงนกทา
75		ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่ระลึกธาตุก่องข้าว น้อย	หมู่ 1 ธาตุก่องข้าวน้อยบ้านตาดทอง ต.ตาดทอง อ.เมือง
76	ร้อยเอ็ด	ตลาดคุ้มโสมเมืองหนองพอก	ต.ผาน้ำย้อย อ.หนองพอก
77		ถนนคนเดินสาเกตนคร	ถนนรัชชูปการ (ข้างโรงเรียนเมืองร้อยเอ็ด) ต.ในเมือง อ.เมือง
78	เลย	ตลาดถนนคนเดินวิถีเชียงคาน บ้านไม้เก่าริมโขง	ถ.ชายโขง ต.เชียงคาน อ.เชียงคาน
79		ตลาดผลไม้บ้านไร่ม่วง	บ้านไร่ม่วง ม.1 ต.น้ำหมาน อ.เมือง
80		ถนนคนเดินเลาะเลย	ถ.เจริญรัฐ (หน้าสำนักงานเทศบาลเมืองเลย)
81	สกลนคร	ตลาดพญาเต่างอย	พญาเต่างอย ต.เต่างอย อ.เต่างอย
82		ตลาดย่านเมืองเก่าสกล ถนนผ้าคราม	บริเวณหน้าวัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร ย่านเมืองเก่าสกล ถนน ผ้าคราม อำเภอเมืองสกลนคร
83	สุรินทร์	ตลาดน้ำราชชมงคลสุรินทร์	ถ.สุรินทร์ - ปราสาท ต.นอกเมือง อ.เมือง
84		ตลาดนัดสี่เหลี่ยม	ต.ในเมือง อ.เมืองสุรินทร์
85		ตลาดผ้าไหมบ้านท่าสว่าง	179 ซอยเรือนไทย ต.ท่าสว่าง อ.เมือง
86		ตลาด 4 ชนเผ่า ไชน่าทาวน์ กูย ลาว เขมร	หมู่ 1 ต.หนองไผ่ล้อม อ.สำโรงทาบ
87	ศรีสะเกษ	ถนนคนเดินศรีสะเกษ	19/1 ม.10 ต.หนองครก อ.เมือง
88		ตลาดวัดไพรพัฒนา ตลาดอาเซียน	วัดไพรพัฒนา หมู่ที่ 3 ตำบลไพรพัฒนา อ.ภูสิงห์
89	หนองคาย	ตลาดแคมของหนองคาย	ริมเขื่อนริมแม่น้ำโขง ในเขตเทศบาลเมือง ต.ในเมือง อ.เมือง
90		ตลาดนัดจุดผ่อนปรน ไทย-ลาว บ้านเปงจาน	จุดผ่อนปรน บ้านเปงจาน ต.โพนแพง อ.รัตนวาปี
91	หนองบัวลำภู	ตลาดห้วยเตี๋ย	10 ม.10 ถ.อุดร-เลย (ทางหลวงหมายเลข 210) ต.โนนทัน อ.เมือง
92	อุดรธานี	ตลาดปลาสินเจริญ	ริมห้วยหลวงหมู่บ้านสินเจริญ ต.เตาไห อ.เพ็ญ จ.อุดรธานี
93		ตลาดบ้านเชียง	ต.บ้านเชียง อ.หนองหาน
94		ตลาดผ้าบ้านนาข่า	บ้านนาข่า หมู่ที่ 1 ตำบลนาข่า อำเภอเมือง

๘

ศิริธา

Yout.

กฤษณา

ที่	จังหวัด	ชื่อตลาด	ที่ตั้งตลาด
95	อุบลราชธานี	ตลาดเก่าพิบูลมังสาหาร	เชิงสะพาน ต.พิบูลมังสาหาร อ.พิบูลฯ
ภาคกลาง			
96	กรุงเทพฯ	ร้านค้าชุมชนริมคลองพระยาสุเรนทร์	วัดพระยาสุเรนทร์ แขวงสามวาตะวันตก เขตคลองสามวา
97		ตลาดน้ำสองคลองวัดตลิ่งชัน	111 วัดตลิ่งชัน ถ.ซึกพระ แขวงคลองซึกพระ เขตตลิ่งชัน
98		ตลาดคลองบางหลวง	ซอยเพชรเกษม 20 แขวงปากคลองภาษีเจริญ เขตภาษีเจริญ
99		ตลาดพลู	ถนนเทิดไท แขวงตลาดพลู เขตธนบุรี
100		ตลาดนางเลิ้ง	แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย
101		ตลาดน้ำคลองลัดมะยม	แขวงบางพรหม เขตตลิ่งชัน
102		ตลาดน้ำวัดสะพาน	38 ถนน ปากน้ำกระโสมทอง แขวงบางพรหม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
103		ตลาดน้ำขวัญเรียม	วัดบางเพ็งใต้ แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี
104	นครนายก	ตลาดวัดหลวงพ่opakแดง	วัดพราหมณี (วัดหลวงพ่opakแดง) ต.สาริกา อ.เมือง
105		ตลาดไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15	หมู่ 3,11 ต.บางปลากรด และต.คลองใหญ่ อ.องครักษ์
106		ตลาดชุมชนวัดมณีวงศ์	วัดมณีวงศ์ ต.ดงละคร อ.เมือง
107	นครปฐม	ตลาดน้ำลำพญา	ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนหน้าวัดลำพญา ต.ลำพญา อ.บางเลน
108		ตลาดบางหลวง ร.ศ.122	เทศบาล7 ต.บางหลวง อ.บางเลน
109		ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง	10/2 หมู่ 6 ต.บางเลน อ.บางเลน
110		ตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ (บ้านศาลาดิน)	58/2 ม.3 ต.มหาสวัสดิ์ อ.พุทธมณฑล
111		ตลาดน้ำดอนหวาย	78 ม.5 ต.บางระทึอ อ.สามพราน
112	นนทบุรี	ตลาดน้ำไทรน้อย	ริมคลองพระพิมลราชา วัดไทรใหญ่ ต.ขุนศรี อ.ไทรน้อย
113		ตลาดน้ำวัดตะเคียน	ในบริเวณวัดตะเคียน 86 ม.3 ต.บางคูเวียง อ.บางกรวย
114		ตลาดน้ำวัดใหญ่สว่างอารมณ์	วัดใหญ่ฯ ต.อ้อมเกร็ด อ.ปากเกร็ด
115	ปทุมธานี	ตลาดชุมชนวัดโบสถ์	วัดโบสถ์ ต.บางกระบือ อ.สามโคก
116		ตลาดอิงน้ำสามโคก	ถนนสามโคก-ปทุมธานี ต.บางเตย อ.สามโคก
117	พระนครศรีอยุธยา	ตลาดไก่อังค์บ้านแสงโสม	บ้านแสงโสม 68/12 ม. 5 ต.ชนอนหลวง อ.บางปะอิน
118		ตลาดหลวงปู่ทวด	115 ม.4 ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช
119		ตลาดอยุธยาไนท์มาร์เก็ต	ติดกับด้านข้างของวัดราชบูรณะ ต.ประตูชัย อ.พระนครศรีอยุธยา

ที่	จังหวัด	ชื่อตลาด	ที่ตั้งตลาด
120	ลพบุรี	ตลาดปลาชัยบาดาล	1/1 หมู่ 3 ถ.โค้ง ต.ชัยบาดาล อ.ชัยบาดาล
121		ตลาดวิถีชุมชน ค.โคกตูม	98/2 ม.5 ถนนวังม่วง-ลพบุรี ต.โคกตูม อ.เมือง
122	สมุทรปราการ	ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง	ซอยวัดบางน้ำผึ้ง ต.บางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง
123		ตลาดคลองสวน 100 ปี	ถนนบ้านระกาศ ตำบลคลองสวน อ.บางป่อ
124		ตลาดโบราณบางพลี	ถ.เทพารักษ์ ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี
125	สมุทรสงคราม	ตลาดวัฒนธรรมตำบลสวนหลวง	วัดภุมรินทร์กุฎีทอง ต.สวนหลวง อ.อัมพวา
126		ตลาดน้ำบางน้อย	วัดเกาะแก้ว ต.กระดังงา อ.บางคนที
127		ตลาดร่มหุบ	ซอยศรีจำปา ต.แม่กลอง อ.เมือง
128		ตลาดน้ำท่าคา	หมู่ 2 ตำบลท่าคา อ.อัมพวา
129	สิงห์บุรี	ตลาดวัดพระนอนจักรสีห์	วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร ต.จักรสีห์ อ.เมือง
130		ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน	วัดโพธิ์เก้าต้น ต.บางระจัน อ.ค่ายบางระจัน
131		ตลาดชุมชนบ้านพิกุลทอง	93 หมู่ที่ 3 ตำบลพิกุลทอง อำเภอบางบาล
132	สุพรรณบุรี	ตลาดวัดป่าเลไลยก์	วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร 249 ม.2 ถ.มาลัยแมน ต.รั้วใหญ่ อ.เมือง
133		ตลาดวัดไผ่โรงวัว	ต.บางตาเถร อ.สองพี่น้อง
134	สระบุรี	ตลาดต้ำน้ำโบราณบ้านต้นตาล	ต.ต้นตาลใกล้วัดต้นตาลริมแม่น้ำป่าสัก ม.7 ต.ต้นตาล อ.เสาไห้
135		ตลาดน้ำลาวเวียง	ต.ม่วงงาม อ.เสาไห้
136		ตลาดหัวปลี	15/4 หมู่ 1 ตำบลพุดแค อำเภอลำลูกกา
137	อ่างทอง	ตลาดศาลเจ้าโรงทอง	ต.ศาลเจ้าโรงทอง อ.วิเศษชัยชาญ
138		ตลาดเทศบาลตำบลเกษไชโย	วัดไชโยวรวิหาร ม.3 ต.ไชโย อ.ไชโย
139	จันทบุรี	ตลาดเจริญสุข	88/4 ถ.พระยาตรัง ต.ท่าช้าง อ.เมือง
140		ตลาดชุมชนขนมแปลก ริมคลองหนองบัว	ริมคลองหนองบัว ตำบลหนองบัว อ.เมือง
141		ตลาดกลางพลอยนานาชาติ	ถนนศรีจันทร์และซอยกระจ่าง ต.วัดใหม่ อ.เมือง
142	ฉะเชิงเทรา	ตลาดน้ำบางคล้า	ริมแม่น้ำบางปะกง เทศบาล ต.บางคล้า อ.บางคล้า
143		ตลาดคลองสวน 100 ปี	เทศบาลเทพราช ต.เทพราช อ.บ้านโพธิ์
144		ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี	ถนนศุภกิจ ริมแม่น้ำบางปะกง ต.บ้านใหม่ อ.เมือง

๒

ศิริธา

Yost

จวรรณ

— ๒๐

ที่	จังหวัด	ชื่อตลาด	ที่ตั้งตลาด
145	ชลบุรี	ตลาดจีนโบราณซากแก้ว	ม.10 หมู่บ้านซากแก้ว ต.ห้วยใหญ่ อ.บางละมุง
146		ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)	451/304 ม.12 ถ.สุขุมวิท-พัทยา ต.หนองปรือ อ.บางละมุง
147		ตลาดประมงท่าเรือพลี	ท่าเรือพลี อ.เมือง
148		ถนนคนเดินบางแสน	ลานอเนกประสงค์แหลมแท่น ถนนบางแสน-อ่างศิลาต.แสนสุข อ.เมือง
149		ตลาดน้ำ 3 วัง	หลังวัดใหม่नावังหิน ต.नावังหิน อ.พนัสนิคม
150		ตลาดท่าเทียบเรือประมงอ่างศิลา	172 หมู่ที่ 4 ต.อ่างศิลา อ.เมือง
151	ตราด	ตลาดบ้านน้ำเชี่ยว	บ้านน้ำเชี่ยว ต.น้ำเชี่ยว อ.แหลมงอบ
152	ปราจีนบุรี	ตลาดวงเวียนนเรศวร	บริเวณตรงข้ามศาลสมเด็จพระนเรศวร ติดกับรั้วค่ายพรหมโยธี ต.บ้านพระ อ.เมือง
153		ตลาดน้ำวัดใหม่กรงทอง	วัดใหม่กรงทอง ตำบลศรีมหาโพธิ์ อ.ศรีมหาโพธิ์
154	ระยอง	ตลาดสี่เขียว	ในบริเวณสนามกีฬาเทศบาล ต.ทางเกวียน อ.แกลง
155		ตลาด 100 เส้า	53/29 ม.2 ต.เพ อ.เมือง
156		ตลาดถนนยมจินดา	ถ.ยมจินดา ต.ท่าประดู่ อ.เมือง
157	กาญจนบุรี	ตลาดไทย ตลาดธรรม	บริเวณวัดไชยชุมพลชนะสงคราม ต.บ้านใต้ อ.เมือง
158		ถนนคนเดินสองแคว	ถนนสองแคว ต.บ้านใต้ อ.เมือง
159		ถนนคนเดินสังขละบุรี	ตลาดสดเทศบาลตำบลวังกะ ต.หนองลู อ.สังขละบุรี
160	ประจวบคีรีขันธ์	ตลาดถนนคนเดินเมืองเก่า	ชุมชนบ้านเมืองเก่า บริเวณสถานีรถไฟตลาดปราณ ต.ปราณบุรี อ.ปราณบุรี
161	ราชบุรี	กาดวิถีชุมชนคูบัว	วัดโฆลงสุวรรณคีรี ตำบลสามเรือน อ.เมือง
162	เพชรบุรี	ถนนมีชีวิต พานิชเจริญ	ถ.พานิชเจริญ ต.ท่าราบ อ.เมือง
ภาคใต้			
163	กระบี่	ตลาดหนองทะเล	หมู่ที่ 1 ตำบลหนองทะเล อำเภอเมือง
164		ถนนคนเดินกระบี่	ถ.มหาราช ช.8 ต.ปากน้ำ อ.เมือง
165	ชุมพร	ตลาดนัดริมทะเลปากน้ำหลังสวน	ตลาดนัดปากน้ำหลังสวน 188 ม.1 ต.ปากน้ำ อ.หลังสวน
166		ตลาดใต้เคี่ยม	ม.1 ต.ละแม อ.ละแม
167		ตลาดพ่อตาหินช้าง	ถนนเพชรเกษม หมู่ที่ 2 ต.สลูย อ.ท่าแซะ

๒

ศิริโชค

Yout

ประมวล

—

ที่	จังหวัด	ชื่อตลาด	ที่ตั้งตลาด
168	ตรัง	ตลาดนาปด	120/5 ม.1 ต.นาข้าวเสีย อ.นาโยง
169		ถนนคนเดินกันตัง	ถ.รัชฎา ต.กันตัง อ.กันตัง
170		ตลาดย่านถนนคนเดินสถานี	ถนนหน้าสถานีรถไฟตรัง อ.เมือง
171	นครศรีธรรมราช	ตลาดนางว	74 ม.2 ต.ท่าซัก อ.เมือง
172		ตลาดย้อนยุค@ปากพ่อง	สองฝั่งคลองบางฉนวน ต.ปากพ่อง อ.ปากพ่อง
173		ตลาดริมคลองหัวไทร	ริมคลองหัวไทร หมู่ที่ 1 ต.หัวไทร อ.หัวไทร
174		ตลาดริมน้ำเชียรใหญ่	บริเวณริมแม่น้ำปากพ่อง-เชียรใหญ่ ต.เชียรใหญ่ อ.เชียรใหญ่
175		ตลาดชุมชนทุ่งสง	ถนนชัยชุมพล สีแยกชนปรีดา ถึงหอนาฬิกา ต.ปากแพรก อ.ทุ่งสง
176	นราธิวาส	ตลาดยะกัง ขนม 100 ปี	ถ.ยะกัง ต.บางนาค อ.เมือง
177	ปัตตานี	ตลาดกลางการเกษตรและห้องเย็น	บนทางหลวงหมายเลข 43 99/9 ม.6 ต.บ่อทอง อ.หนองจิก
178		ตลาดอาหารทะเลแหลมนก	หมู่บ้านแหลมนก ต.บานา อ.เมือง
179	พังงา	ตลาดนัดบางเนียง	ม.5 ต.คึกคัก อ.ตะกั่วป่า
180		ตลาดชมเลบ้านบางพัฒนา	ม.8 ต.บางเตย อ.เมือง จ.พังงา
181		ถนนวัฒนธรรมเมืองเก่าตะกั่วป่า	ถนนศรีตะกั่วป่า ตำบลตะกั่วป่า อ.ตะกั่วป่า
182		ตลาดริมน้ำตะกั่วป่า ร่วมใจประชารัฐ	ถนนริมคลอง (ข้างวัดย่านยาว) อ.ตะกั่วป่า
183		ตลาดลองแล@บางนุ	ม.6 บ้านบางนุ ต.กะไหล อ.ตะกั่วทุ่ง
184	พัทลุง	ตลาดใต้โหนด	4 หมู่บ้านจันนา ต.ดอนทราย อ.ควนขนุน
185		ตลาดป่าไผ่สร้างสุข	26 ม.8 ต.โดนดด้วน อ.ควนขนุน
186	ภูเก็ต	ตลาดนัดวัดเทพนิมิตร	วัดเทพนิมิตร ม.7 ต.ศรีสุนทร อ.ถลาง
187		ถนนคนเดิน ตลาดใหญ่	ถ.ถลางเทศบาลนครภูเก็ต ต.ตลาดใหญ่ อ.เมือง
188	ระนอง	ตลาดสะพานยูง	บริเวณสี่แยกถนนเรืองราษฎร์ ใกล้กับค่ายเจ้าเมืองระนอง
189	สงขลา	ตลาดน้ำคลองแห	บ้านคลองแห ต.คลองแห อ.หาดใหญ่
190		ตลาดเกษตร มอ.	คณะทรัพยากรธรรมชาติ ม.สงขลานครินทร์ ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่
191		ตลาดสยาม	ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่
192	สุราษฎร์ธานี	ตลาดน้ำบ้านดอน	บริเวณริมเขื่อนสวนสาธารณะศรีตาปี ต.ตลาด อ.เมือง
193		ถนนคนเดินนาสารลานคนเดิน	ถนนชลประทานเหนือ อ.บ้านนาสาร
194	ยะลา	ตลาดนัดชุมชนบ้านคลองทรายใน	ริมถนนสาย 518 (ยะลา-ปัตตานี)

๘

ศิริธา

Net

กวรรณ

→