ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

.....

๑. **ชื่อโครงการ** จ้างดำเนินโครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิมเป็นหมู่บ้านดิจิทัล ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๗๐

๒. **หน่วยงานเจ้าของโครงการ** กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

๓. **วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร** ๘,๐๖๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านหกหมื่นบาทถ้วน)

๔. **วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)** ๑๑ พ.ย. ๒๕๖๙

เป็นเงิน ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านบาทถ้วน)

รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

ราคา/หน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

ลำดับ	รายละเอียด	ราคา	หน่วย
๖.๑	การจัดทำข้อเสนอแนวคิดและแผนการดำเนินงานโครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิมเป็นหมู่บ้านดิจิทัล ในการยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำข้อเสนอแนวคิดและแผนการดำเนินงานโครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิมเป็นหมู่บ้านดิจิทัล	๑๐๐,๐๐๐	บาท
	(๑) แนวคิดหลักและแนวทางการพัฒนาเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย โดยแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในบริบทและลักษณะของกลุ่มเป้าหมายแต่ละแห่ง รวมถึงแนวทางการยกระดับศักยภาพ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การขยายตลาด และการใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสม		
	(๒) แนวทางการศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหลังลงนามในสัญญา โดยระบุวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลการขายและช่องทางการตลาด ตลอดจนแนวทางตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลเพียงพอสำหรับกำหนดแนวทางพัฒนาที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม		
	(๓) ตัวอย่างแนวทางการส่งเสริมและพัฒนารายกลุ่มอย่างละเอียด ไม่น้อยกว่า ๖ กลุ่มเป้าหมาย โดยแต่ละกลุ่มต้องแสดงปัญหาหรือโอกาสที่ต้องการแก้ไข กิจกรรมที่จะดำเนินการ ขั้นตอนการดำเนินงาน เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ใช้ ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ และตัวชี้วัดความสำเร็จ พร้อมแสดงให้เห็นว่าแนวทางพัฒนามีความเหมาะสมกับลักษณะและศักยภาพของกลุ่มเป้าหมายนั้น	๑๔๙,๐๙๐	บาท
	(๔) แผนปฏิบัติการภาพรวมของโครงการ (Action Plan) ตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงการ ระยะเวลา ๑๒๐ วัน โดยแสดงลำดับขั้นตอน กิจกรรม ระยะเวลาดำเนินงาน การส่งมอบงาน และความเชื่อมโยงระหว่างการศึกษาข้อมูล การจัดทำแผนพัฒนา การดำเนินกิจกรรม และการติดตามประเมินผล เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ครบถ้วนภายในระยะเวลาที่กำหนด	๓๐,๐๐๐	บาท
๖.๒	ลงพื้นที่สำรวจ รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ผู้รับจ้างต้องลงพื้นที่กลุ่มเป้าหมายทั้ง ๑๒ แห่งตามข้อ ๓ เพื่อประเมินศักยภาพความพร้อมด้านดิจิทัลของบุคคล และวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และตรวจสอบข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายและผู้เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการที่เหมาะสม เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกตการดำเนินงาน การตรวจสอบเอกสารและข้อมูล	๒,๕๒๐,๐๐๐	บาท

	การขาย ตลอดจนการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาจัดทำรายงานการวิเคราะห์ความพร้อมและศักยภาพรายกลุ่มและใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเพิ่มศักยภาพรายกลุ่มให้เหมาะสมกับบริบทของหมู่บ้านทำมาค้าขายแต่ละแห่ง โดยต้องครอบคลุมประเด็นอย่างน้อย ดังต่อไปนี้ (๑) ข้อมูลพื้นฐานและรูปแบบการดำเนินงานของกลุ่ม รวมถึงโครงสร้างการบริหารจัดการ สมาชิก บุคลากร และทรัพยากรที่มีอยู่ (๒) ผลิตภัณฑ์ บริการ และอัตลักษณ์ของกลุ่มรวมถึงจุดเด่น คุณภาพ บรรจุภัณฑ์ ต้นทุน ราคา และศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่ม (๓) สถานการณ์ทางการตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ช่องทางจำหน่าย คู่แข่งขัน และโอกาสในการขยายตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ (๔) ผลการดำเนินงานและข้อมูลด้านการขายตามข้อมูลที่กลุ่มมีอยู่ เช่น ยอดขาย รายได้ ปริมาณจำหน่าย ต้นทุน และข้อมูลการขายออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและโอกาสในการเพิ่มยอดขาย โดยระบุแหล่งข้อมูลและช่วงเวลาที่ใช้วิเคราะห์ให้ชัดเจน (๕) ศักยภาพ จุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการพัฒนา รวมถึงข้อจำกัดและปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลต่อการดำเนินงานของกลุ่ม (๖) ความพร้อมและข้อจำกัดในการเข้ารับการส่งเสริม ทั้งด้านบุคลากร เงินทุน วัตถุดิบ กำลังการผลิต การบริหารจัดการ ผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (๗) ความต้องการและเป้าหมายการพัฒนาของกลุ่มทั้งด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การเพิ่มยอดขาย การขยายตลาด และการพัฒนาระบบบริหารจัดการ (๘) การวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่ควรพัฒนา โดยพิจารณาจากปัญหาและความต้องการของกลุ่ม ศักยภาพและความพร้อม ความเป็นไปได้ในการดำเนินงานภายในระยะเวลาโครงการ ทรัพยากรที่จำเป็น และผลที่คาดว่าจะได้รับ เพื่อใช้กำหนดแนวทางและกิจกรรมในแผนส่งเสริมและพัฒนารายแห่งตามข้อ ๖.๓		
๖.๓	การจัดทำแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายเป้าหมายรายแห่ง ผู้รับจ้างต้องนำผลการลงพื้นที่สำรวจ รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ตามข้อ ๖.๒ มาจัดทำแผนพัฒนาเพิ่มศักยภาพกลุ่มเป้าหมายทั้ง ๑๒ แห่ง เป็นรายแห่ง โดยกำหนดแนวทางและกิจกรรมให้สอดคล้องกับศักยภาพ ปัญหา ความต้องการ ความพร้อม และเป้าหมายของแต่ละกลุ่ม พร้อมเชื่อมโยงกับแนวคิดและแผนปฏิบัติการภาพรวมตามข้อ ๖.๑ โดยแผนต้องมีรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้	๒๕๐,๐๐๐	บาท
	(๑) เป้าหมายและผลที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับแต่ละกลุ่ม โดยระบุประเด็นที่ต้องการพัฒนา แนวทางแก้ไขปัญหาหรือต่อยอดศักยภาพ โดยมีเหตุผลรองรับจากผลการวิเคราะห์ตามข้อ ๖.๒		
	(๒) กิจกรรมและขั้นตอนดำเนินงานที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม โดยระบุวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินงาน เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ใช้ ผลผลิตที่ต้องส่งมอบและผู้เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ต้องเหมาะสมกับบริบทของแต่ละกลุ่ม ไม่ซ้ำซ้อนกับการดำเนินงานที่มีอยู่เดิมโดยไม่มีความจำเป็น และสามารถดำเนินการได้จริงภายในระยะเวลาโครงการ	๑๐๘,๙๑๐	บาท
	(๓) แนวทางพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการขยายตลาดตามความเหมาะสมของแต่ละกลุ่ม เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การสร้างหรือปรับภาพลักษณ์แบรนด์ การสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ การเพิ่มช่องทางจำหน่าย และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดและการขาย	๑๑๐,๐๐๐	บาท

	(๔) ตารางแผนปฏิบัติงานรายแห่ง โดยระบุลำดับกิจกรรม ระยะเวลาดำเนินงาน ผู้รับผิดชอบ ทรัพยากรที่จำเป็น และประมาณการค่าใช้จ่ายให้สอดคล้องกับระยะเวลาดำเนินโครงการ ๑๒๐ วัน และวงเงินงบประมาณรวมไม่เกิน ๘,๐๖๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านหกหมื่นบาทถ้วน)	๒๗,๗๐๐	บาท
	(๕) ผลผลิต ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดความสำเร็จของแต่ละกิจกรรม พร้อมระบุวิธีตรวจสอบหรือประเมินผลที่ชัดเจน โดยกำหนดให้เหมาะสมกับข้อมูลพื้นฐานและเป้าหมายของแต่ละกลุ่ม และสามารถประเมินผลได้ภายในระยะเวลาโครงการ		
	(๖) แนวทางการต่อยอดและบริหารจัดการภายหลังสิ้นสุดโครงการ เพื่อให้แต่ละกลุ่มสามารถนำผลการพัฒนาไปใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความพร้อมและความสามารถในการบริหารจัดการของกลุ่ม		
๖.๔	จัดหาผู้เชี่ยวชาญจำนวนไม่น้อยกว่า ๔ คน ซึ่งอย่างน้อยต้องมีประสบการณ์ในด้านต่อไปนี้ (๑) การตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (๒) การเล่าเรื่องและการสร้างเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ (๓) การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์เชิงพาณิชย์และโลจิสติกส์ (๔) การเป็นโค้ชในการนำเสนอธุรกิจ (Pitching) เพื่อดำเนินการพัฒนาเพิ่มศักยภาพ และให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ โดยนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ ต้องระบุคุณวุฒิการศึกษา ประวัติผลงาน และประสบการณ์ในด้านที่เกี่ยวข้องให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อนดำเนินการ	๘๐๐,๐๐๐	บาท
๖.๕	ดำเนินการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย เป้าหมาย ๑๒ แห่ง ตามแนวทางการส่งเสริมฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้	๑,๐๐๐,๐๐๐	บาท
	๖.๕.๑ ให้คำปรึกษาเชิงลึกในรูปแบบ Hybrid จำนวนไม่น้อยกว่า ๙ ชั่วโมงต่อกลุ่ม ประกอบด้วย		
	(๑) ให้ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ให้คำปรึกษาเชิงลึกและถ่ายทอดทักษะโดยการฝึกปฏิบัติจริง จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ชั่วโมงต่อกลุ่ม โดยอย่างน้อยต้องมีเนื้อหาประกอบด้วย การปรับแต่งหน้าร้านออนไลน์ เช่น Facebook/TikTok การผลิตเนื้อหาที่สร้างสรรค์ การถ่ายทำและตัดต่อวิดีโอสั้นอย่างง่ายด้วยมือถือ เทคนิคการขายผ่านการถ่ายทอดสด (Live Streaming)	๓๐๐,๕๐๐	บาท
	(๒) ให้คำปรึกษาในรูปแบบออนไลน์ โดยเน้นการติดตามผลและการให้คำปรึกษาต่อเนื่องจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชั่วโมงต่อกลุ่ม ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาดและการโฆษณา เช่น การวางแผนยิงโฆษณาออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลหลังบ้านเพื่อปรับปรุงยอดขาย เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง ๑๒ แห่ง จะต้องผลิตเนื้อหา เช่น รูปภาพ หรือวิดีโอ อย่างน้อยแห่งละ ๑ คอนเทนต์ และเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง	๒๘๘,๐๐๐	บาท
	๖.๕.๒ การยกระดับเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านทำมาค้าขายผ่านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์		
	๑) คัดเลือกผลิตภัณฑ์เด่นร่วมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาพัฒนายกระดับบรรจุภัณฑ์ แห่งละไม่น้อยกว่า ๑ ผลิตภัณฑ์ โดยต้องมีการออกแบบพื้นที่บนบรรจุภัณฑ์หรือแนบสื่อดิจิทัล เช่น QR Code เพื่อเชื่อมโยงไปยังเรื่องราวต้นกำเนิดของหมู่บ้าน วิถีชีวิต ความพิถีพิถันในการผลิต และช่องทางการติดต่อ	๔๐,๐๐๐	บาท
	๒) ออกแบบและจัดทำอินโฟกราฟฟิก (Infographic) บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับคัดเลือกพร้อมออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์เป็นแบบ ๒ ภาษา (ไทย - อังกฤษ) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงานต่อแห่ง ต้องนำเสนอแบบร่างในรูปแบบ ๓ มิติ (๓D Design) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ รูปแบบต่อแห่ง ที่เน้นความสวยงาม ทันสมัย ลด	๑๖๑,๐๐๐	บาท

	ความเสียหายจากการขนส่งออนไลน์ และมีราคาต้นทุนการผลิตอยู่ในอัตราที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปผลิตใช้ต่อได้เอง ให้กลุ่มเป้าหมายคัดเลือกเหลือ ๑ แบบต่อกลุ่ม และส่งมอบไฟล์ต้นฉบับที่สามารถแก้ไขได้ของบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกให้กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มและกรมการค้าภายใน โดยเป็นส่วนหนึ่งของการส่งมอบงาน ทั้งนี้ ห้ามนำผลงานการออกแบบของผู้อื่นมาใช้ หากตรวจพบ กรมฯ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ทั้งสิ้น และผลงานการออกแบบทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรมการค้าภายใน โดยผู้รับจ้างต้องมอบสิทธิ์ให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมายสามารถนำไปใช้ผลิตซ้ำ ดัดแปลง หรือใช้งานในสื่อประชาสัมพันธ์ได้โดยไม่มีเงื่อนไขเพิ่มเติม		
๖.๖	การประชาสัมพันธ์		
	๖.๖.๑ จัดให้มีผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ (Influencer/KOL) หรือนักสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) ที่มีชื่อเสียงด้านสินค้าชุมชน หรือ ไลฟ์สไตล์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย ซึ่งแต่ละรายต้องมียอดผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียประเภทใดประเภทหนึ่ง เช่น Facebook/Tiktok/ Youtube/ Instragram จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ คน โดยมีหลักฐานสถิติย้อนหลัง (Insights) ที่แสดงว่ามีอัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) เฉลี่ยไม่น้อยกว่า ๑% และมีผลงานรีวิวสินค้าชุมชนหรือท่องเที่ยวชุมชนที่มียอดการมองเห็น (Views) ต่อคลิปมากกว่า ๓๐,๐๐๐ ครั้ง อย่างน้อย ๑ ผลงาน	๔๐๐,๐๐๐	บาท
	๖.๖.๒ ผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ (Influencer/KOL) หรือผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) ตามข้อ ๖.๖.๑ ต้องเป็นผู้จัดทำและเผยแพร่เนื้อหารีวิวผลิตภัณฑ์เด่นของกลุ่มเป้าหมายแต่ละราย ในรูปแบบการรีวิว การเขียนบล็อกออนไลน์ คลิปวิดีโอ หรือรูปแบบอื่นที่เป็นกระแสนิยม โดยต้องจัดทำไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงานต่อ ๑ กลุ่มเป้าหมาย และในกรณีเป็นคลิปวิดีโอ แต่ละชิ้นงานต้องมีความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที	๑๐,๐๐๐	บาท
	๖.๖.๓ เผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพลสื่อออนไลน์ (Influencer/KOL) หรือนักสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) แต่ละราย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้งต่อกลุ่มเป้าหมาย รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง โดยต้องมียอดการมองเห็นรวมไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง	๓๖๐,๐๐๐	บาท
๖.๗	การเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching)		
	๖.๗.๑ ออกแบบแนวคิด (Concept) รูปแบบการจัดงานให้สอดคล้องกับแนวคิดและวัตถุประสงค์ของโครงการ	๔๓,๘๐๐	บาท
	๖.๗.๒ จัดหาสถานที่ดำเนินการที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบกิจกรรม และมีขนาดพื้นที่เพียงพอเหมาะสมสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ สถานที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม และได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ	๒๐๐,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๓ ออกแบบ รวบรวมและจัดเตรียมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายเพื่อจัดทำแคตตาล็อกสินค้าดิจิทัล (E-Catalog) ผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านทำมาค้าขายเป้าหมายทั้ง ๑๒ แห่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ผลิตภัณฑ์ต่อแห่ง รวมไม่น้อยกว่า ๓๖ ผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบไฟล์ pdf ให้มีความสวยงาม ทันสมัย และสามารถนำไปใช้เป็นรูปแบบไฟล์ดิจิทัล โดยต้องมีข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้ ชื่อผลิตภัณฑ์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ชื่อร้านค้าหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชื่อแบรนด์ ราคาจำหน่าย ข้อมูลการติดต่อ ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ที่จัดวางสวยงาม มาตรฐานผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี) Link/QR Code	๑๓๕,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๔ จัดให้มีการแสดงสินค้าของผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๖ รายการ	๑๕๐,๐๐๐	บาท

	๖.๗.๕ จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดแสดงสินค้า จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน เพื่อให้คำปรึกษาและแนะนำกลุ่มเป้าหมาย	๕๐,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๖ ประสานเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมาย ชี้แจงรายละเอียดขั้นตอนการจัดกิจกรรม รวมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำในการนำเสนอสินค้า	๘๕,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๗ จัดหากลุ่มผู้จัดจำหน่าย (Trader หรือ Buyer) ที่มีศักยภาพ อย่างน้อย ๔ กลุ่ม เช่น ห้างสรรพสินค้าหรือกลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ผู้ส่งออก กลุ่มธุรกิจโรงแรม ธุรกิจด้านท่องเที่ยว สมาคมการค้า หน่วยงานเอกชน หรือหน่วยงานระหว่างประเทศที่มีนโยบายสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ หน่วยงาน เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมจัดทำตารางนัดหมายเจรจาธุรกิจและประสานกลุ่มผู้จัดจำหน่าย (Trader หรือ Buyer) กับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม	๒๕๐,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๘ จัดหาโสตทัศนูปกรณ์ ระบบแสงเสียง และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน พร้อมเจ้าหน้าที่ดูแลรับผิดชอบ	๓๕,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๙ จัดเตรียมเอกสารประกอบหรือวัสดุอุปกรณ์สำหรับกิจกรรมให้เพียงพอสำหรับการใช้งาน	๖๗,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๑๐ จัดเตรียมอาหารว่าง อาหารกลางวันและเครื่องดื่มในการจัดกิจกรรมให้เพียงพอสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	๙๐,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๑๑ จัดให้มีเจ้าหน้าที่สำหรับบริหารจัดการ ประสานงาน อำนวยความสะดวกตลอดการจัดกิจกรรม	๔๐,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๑๒ จัดให้มีจุดลงทะเบียนพร้อมเจ้าหน้าที่รับลงทะเบียน	๒๕,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๑๓ จัดให้มีเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน	๔๐,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๑๔ จัดทำสรุปไฟล์ภาพนิ่ง และจัดทำคลิปวิดีโอสรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรม ความยาวไม่เกิน ๑ นาที ระดับความคมชัด Full HD จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คลิป	๕๐,๐๐๐	บาท
	๖.๗.๑๕ จัดทำผลสำเร็จของการจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ ได้แก่ จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนการจับคู่เจรจาธุรกิจ รายละเอียดการเจรจาจับคู่ธุรกิจ มูลค่าการเจรจาการค้าทันที มูลค่าการเจรจาที่คาดว่าจะสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจ รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมกิจกรรม และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม	๓๔,๐๐๐	บาท
๖.๘	จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการในภาพรวม แยกรายกิจกรรม วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคที่พบระหว่างการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา	๕๐,๐๐๐	บาท
	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	**๘,๐๐๐,๐๐๐**	**บาท**

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

๑) บริษัท Saturn Communications จำกัด (สำนักงานใหญ่)

๒) บริษัท ดีดี แล็บ จำกัด

๓) บริษัท Rabbit on moon crew จำกัด (สำนักงานใหญ่)

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

๖.๑ นางสาวจันทร์ธิดา กลัมพากร ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

๖.๒ นายชาลา ดวงแข นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

๖.๓ นางสาวกมลชนก บุญมากช่วย นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

๖.๔ นางสาวอภิญญา หรั่งศิริ เจ้าพนักงานธุรการปฏิบัติงาน

๖.๕ นายปิยบุตร สุขตะโก นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ