



ประกาศกรมการค้าภายใน  
เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวตลาดต้องชม  
และหมู่บ้านทำมาค้าขาย ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมการค้าภายใน มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาากลางของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๘,๐๒๕,๐๐๐.๐๐ บาท (แปดล้านสองหมื่นห้าพันบาทถ้วน) จำนวน ๑ รายการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ในวันยื่นข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด
๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๑๖ มิ.ย. ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา
๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์เลขที่ ๔๐/๒๕๖๙ ลงวันที่ ๑๐ มิ.ย. ๒๕๖๙ ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ [www.dit.go.th](http://www.dit.go.th) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th)

ประกาศ ณ วันที่ ๑๐ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๙

(นายฉันทพัทธ์ ปัญจมานนท์)

รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมการค้าภายใน



เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ ๔๐/๒๕๖๔

การจ้างดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย

ตามประกาศ กรมการค้าภายใน

ลงวันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๔

กรมการค้าภายใน ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ตามรายการ ดังนี้

จ้างดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑ งาน  
เส้นทางการท่องเที่ยวตลาดต้องชมและ  
หมู่บ้านทำมาค้าขาย

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 ใบแจ้งการชำระเงิน สำหรับชำระเงินหลักประกันการเสนอราคา

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กรม ฅ วัน ประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(๒) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

(๓) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

(๓.๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

(๓.๒) การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding) ให้ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจตามข้อ (๓.๑) ดำเนินการซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มีการจำหน่ายเอกสารซื้อหรือจ้าง

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

๒.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะ

การเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีกรารายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีกรารายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท

๓. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

๕. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๒ ข้อ ๓ และข้อ ๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

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

๖. กรณีตาม ข้อ ๑ - ข้อ ๕ ไม่ใช่บังคับกรณีดังต่อไปนี้

(๖.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

(๖.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. ๒๕๕๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(๖.๓) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้ว ก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

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

(๖.๕) การซื้อสังหาริมทรัพย์และการเช่าสังหาริมทรัพย์

(๖.๖) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

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

๒.๑๔ คุณสมบัติอื่นตามขอบเขตงานจ้างฯ กำหนด

### 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) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใช่นิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีได้ถือสัญชาติไทย

(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 งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของ  
รัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็น  
ช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคล ยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่ง  
จะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบ  
แสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดง  
ฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งยังไม่มีกร  
รายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย  
ต่างประเทศซึ่งยังไม่มีกรรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่น  
ข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท

๓. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้  
ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้อง  
มีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอใน  
แต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มี  
มูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่  
เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคล  
ธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมียอดเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณ  
ของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือ  
บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตาม  
ประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดย  
พิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบ  
อำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือ  
บุคคลธรรมดาที่ไม่ได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมียอดเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่า  
งบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัท  
เงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้า  
ประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคาร แห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้  
ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อ  
การพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคาร  
กลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่  
สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่  
เกิน ๙๐ วัน

๕. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือ  
บุคคลธรรมดาที่ไม่ได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๒ ข้อ ๓ และข้อ ๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา  
ตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาใน  
ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

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

- (๕) สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์
- (๖) สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ. ๒๐) (ถ้ามี)
- (๗) เอกสารมูลค่าสุทธิของกิจการ
- (๘) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัด

จ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ 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) จัดทำเอกสารตามขอบเขตงานจ้างฯ กำหนด
- (๓) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัด

จ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

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

## ๔. การเสนอราคา

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

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ตามข้อ ๖.๒ ให้ถูกต้อง ทั้งนี้ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น ค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียนและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จไม่เกิน ๗๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจสอบร่างสัญญารายละเอียด ขอบเขตของงานฯฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นข้อเสนอตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๑๖ มิ.ย. ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๐๘.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง 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 เชื่อว่ามีการกระทำความผิดอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นเสนอดังกล่าวเป็นผู้ทำงาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นมีใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำความผิดดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

- (๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
- (๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวม

ค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว

- (๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวัน เวลา ที่

กำหนด

- (๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่เสนอแล้วไม่ได้

- (๕) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องศึกษาและทำความเข้าใจในระบบและวิธีการเสนอราคา ด้วยวิธี

ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th)

๔.๙ ผู้ยื่นเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่กรณีที่มีระยะเวลาดำเนินการตามสัญญาไม่เกิน ๖๐ วัน

๔.๑๐ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่เป็นกรณีสัญญาอายุไม่เกิน ๙๐ วัน หรือกรณีการจ้างซึ่งสัญญาหรือบันทึกข้อตกลงเป็นหนังสือที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานดังกล่าวให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

## ๕. หลักประกันการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางหลักประกันการเสนอราคาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ จำนวน ๔๐๑,๒๕๐.๐๐ บาท (สี่แสนหนึ่งพันสองร้อยห้าสิบบาทถ้วน)

๕.๑ เงินสด

๕.๒ หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่

คณะกรรมการนโยบายกำหนด

๕.๓ พันธบัตรรัฐบาลไทย

๕.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้

ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอ นำพันธบัตรรัฐบาลไทยหรือหนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มาวางเป็นหลักประกันการเสนอราคาจะต้องส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้กรมตรวจสอบความถูกต้องในวันที่ **๑๕ มิ.ย. ๒๕๖๔** ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอประสงค์จะวางหลักประกันการเสนอราคาเป็นเงินสด ให้ผู้ยื่นข้อเสนอ ดำเนินการชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงิน ดังนี้

ผ่านบริการรับชำระเงิน (Bill Payment) ผ่านระบบ KTB Corporate Online ตามใบแจ้งการชำระเงิน ที่แนบมาพร้อมกับเอกสารเชิญชวนนี้

และส่งหลักฐานการชำระเงินกับธนาคาร พร้อมทั้งแบบแจ้งความประสงค์ชำระเงินค่าหลักประกันการเสนอราคา (เฉพาะกรณีที่มิใช่หลักประกันการเสนอราคาหลายรายการพิจารณา) มาให้ กรม ตรวจสอบความถูกต้อง 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 โดยจะพิจารณาให้คะแนนและน้ำหนักข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ ตามที่หน่วยงานกำหนด ตามที่หน่วยงานกำหนดดังนี้

๖.๒.๑ จ้างดำเนินการกิจกรรมประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ ๑๐๐ - (((ราคาของผู้เสนอราคา - ราคาต่ำสุด)/ราคาต่ำสุด) \* ๑๐๐)

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ ด้านคุณภาพกำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ ๗๐ โดยมีคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องได้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำร้อยละ ๗๐.๐๐ ขึ้นไป

๖.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือขอบเขตงานที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีสาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อ ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการพิจารณาผลฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสิทธิ ผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๖.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๖.๕ ในการตัดสินใจการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๖.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ที่ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลาดเคลื่อน หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินการตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๖.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์

ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือส่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

#### ๗. การทำสัญญาจ้าง

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

๗.๑ เงินสด

๗.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่กรมการค้าภายใน ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา 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) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

#### ๘. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง โดยแบ่งออกเป็น ๒ งวดดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตามขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ ๘. และ ๙. กำหนด ให้แล้วเสร็จภายใน ๓๐ วัน

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๘๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และ กรม ได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

#### ๙. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๙.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๙.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๙.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

#### ๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่

น้อยกว่า ๑ ปี นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องรีบจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ติดตั้งเดิมภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

#### ๑๑. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอละอื่น ๆ

๑๑.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙

การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙ แล้วเท่านั้น

๑๑.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวิ ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มีเรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่มิปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวิ

๑๑.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือภายในเวลาที่กำหนดตั้งระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกเงาจากผู้ออกหนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกเงาให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑.๔ กรมสงวนสิทธิที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๑.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอ ไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๑.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอ จะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) กรมไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรร แต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือส่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใด ในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

(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

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๙

## ขอบเขตและรายละเอียดของงาน (Term Of Reference : TOR)

### จ้างดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย

#### ๑. หลักการและเหตุผล

รัฐบาลให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) และการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย เกษตรกร และประชาชนในพื้นที่ โดยมุ่งใช้ทุนทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่น วิถีชีวิต ภูมิปัญญาชุมชน อาหารพื้นถิ่น และสินค้าอัตลักษณ์ มาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience-based Tourism) ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และการลดความเหลื่อมล้ำอย่างยั่งยืน

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมตลาดชุมชนภายใต้ชื่อ “ตลาดต้องชม” อย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับตลาดชุมชนให้เป็นที่แหล่งจำหน่ายสินค้าและแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ รวมถึงได้ส่งเสริม “หมู่บ้านทำมาค้าขาย” ให้เป็นต้นแบบชุมชนเศรษฐกิจฐานรากที่สามารถสร้างรายได้จากสินค้า บริการ และการท่องเที่ยวชุมชน โดยพื้นที่เป้าหมายแต่ละแห่งมีจุดเด่นด้านอาหารท้องถิ่น งานหัตถกรรม วิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาชุมชน ซึ่งสามารถพัฒนาและเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างมีศักยภาพ

ปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคยุคดิจิทัลมีแนวโน้มตัดสินใจเดินทางจากข้อมูลและประสบการณ์ที่ได้รับผ่านสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะคอนเทนต์รีวิวกจากผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยคอนเทนต์ (Travel by Content Trend) การใช้สื่อดิจิทัลร่วมกับการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ผ่าน Influencer จึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างการรับรู้ สร้างกระแส และขยายโอกาสทางการตลาดให้แก่ตลาดชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ดังนั้น กรมการค้าภายในจึงเห็นควรดำเนิน “โครงการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย” โดยมุ่งใช้ Influencer/KOL ที่มีชื่อเสียงและมีฐานผู้ติดตามจำนวนมาก มาเป็นกลไกสำคัญในการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายใน ๔ ภูมิภาค ผ่านการผลิตและเผยแพร่คอนเทนต์ดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราว อัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม อาหาร และสินค้าชุมชนได้อย่างน่าสนใจ เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยคอนเทนต์ และเพิ่มการใช้จ่ายภายในพื้นที่

การดำเนินโครงการดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพิ่มโอกาสทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการรายย่อย ก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในชุมชน และสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

#### ๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เส้นทางท่องเที่ยวตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายผ่านสื่อดิจิทัลและผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

๒.๒ เพื่อสร้างกระแสและแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยคอนเทนต์ไปยังตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายในพื้นที่เป้าหมาย

๒.๓ เพื่อส่งเสริมการบริโภคสินค้าและบริการชุมชน กระตุ้นการใช้จ่าย และเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่น

.....ประธานกรรมการ .....กรรมการ .....กรรมการ .....กรรมการ .....กรรมการและเลขานุการ

๒.๔ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๒.๕ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านกิจกรรมออนไลน์และออฟไลน์ อันนำไปสู่การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อยอดในวงกว้าง

### ๓. กลุ่มเป้าหมาย

#### ๓.๑ ตลาดต้องชม จำนวน ๔ แห่ง ได้แก่

- (๑) กาดช่วงเมืองน่าน (ถนนคนเดินวัดภูมินทร์) จังหวัดน่าน (เปิดทำการวันศุกร์ - วันอาทิตย์)
- (๒) ตลาดริมยม ๒๔๓๗ จังหวัดสุโขทัย (เปิดทำการวันเสาร์แรกของเดือน)
- (๓) ตลาดถนนคนเดินวิถีเชียงคานไม้ไผ่ริมโขง จังหวัดเลย (เปิดทำการวันศุกร์ - วันอาทิตย์)
- (๔) ตลาดใต้โหนด จังหวัดพัทลุง (เปิดทำการวันอาทิตย์)

#### ๓.๒ หมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวน ๔ แห่ง ได้แก่

- (๑) หมู่บ้านบ่อหลวง จังหวัดน่าน
- (๒) ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย
- (๓) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาป่าหนาด จังหวัดเลย
- (๔) วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมกระจูดวรรณิ จังหวัดพัทลุง

### 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 เป็นนิติบุคคลที่มีอาชีพเกี่ยวกับการจัดงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- ๔.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการค้าภายใน วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- ๔.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้  
กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก  
ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย  
กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก  
กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียว เป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการและเลขานุการ

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 และประกอบธุรกิจค้าประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) กรณีตาม (๑)-(๔) ไม่ใช้บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

(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 และตรวจรับ

ประธานกรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการและเลขานุการ

เป็นที่เรียบร้อยแล้วไม่เกิน ๕ ปี นับถึงวันยื่นซองเอกสารเสนอราคา ภายในวงเงินไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านบาทถ้วน) โดยต้องแสดงสำเนาสัญญาและหนังสือรับรองของผลงานดังกล่าวประกอบการพิจารณาในวันเสนอราคา โดยกรรมการค้าภายในขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง

#### ๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

##### ๕.๑ การออกแบบแนวคิดหลัก (Concept)

นำเสนอแนวคิดหลัก (Concept) สำหรับการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยว ตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย โดยแนวคิดดังกล่าวต้องสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม อาหาร สินค้าชุมชน และจุดเด่นของพื้นที่เป้าหมายได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล ทั้งนี้ แนวคิดการดำเนินงานต้องสามารถเชื่อมโยงตลาดต้องชม หมู่บ้านทำมาค้าขาย และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงในลักษณะ “เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยคอนเทนต์ (Travel by Content)” เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว การใช้จ่ายในพื้นที่ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

##### ๕.๒ การจัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan)

จัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) สำหรับการดำเนินกิจกรรม โดยต้องครอบคลุมรายละเอียดการดำเนินงานตามข้อ ๕.๑ - ๕.๘ และสามารถดำเนินการได้จริงภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ แผนปฏิบัติงานต้องประกอบด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๕.๒.๑ ระบุรายละเอียดกิจกรรม ช่วงเวลาการดำเนินงาน และลำดับขั้นตอนการดำเนินงานอย่างชัดเจน ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ รวมถึงกำหนดการลงพื้นที่ การถ่ายทำ การผลิตสื่อ การเผยแพร่สื่อ และการดำเนินกิจกรรม โดยต้องแสดงระยะเวลาดำเนินงานในรูปแบบ Timeline หรือ Gantt Chart

๕.๒.๒ ระบุโครงสร้างทีมงาน ผู้รับผิดชอบหลัก และแผนการบริหารจัดการการดำเนินงานในพื้นที่เป้าหมายทั้ง ๘ แห่ง ให้สามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบ รวมถึงแผนการประสานงานกับกรรมการค้าภายใน ตลาดต้องชม หมู่บ้านทำมาค้าขาย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๕.๒.๓ ระบุรายละเอียดการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ รูปแบบสื่อ ช่องทางการเผยแพร่ ช่วงเวลาการเผยแพร่ และแนวทางการบริหารจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละแพลตฟอร์ม

๕.๒.๔ แผนการประชาสัมพันธ์และการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการดำเนินกิจกรรม โดยต้องระบุรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ (Engagement Activity) อย่างน้อย ๔ รูปแบบ จากรายการ ดังต่อไปนี้

(๑) Check-in Campaign

(๒) Hashtag Campaign

(๓) Share Content Activity

(๔) User Generated Content (UGC) หรือเนื้อหาที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสร้างขึ้น

(๕) Online Challenge

(๖) Live Interaction

(๗) QR Code Activity

(๘) Social Voting หรือกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องอธิบายรายละเอียดรูปแบบกิจกรรม วิธีการดำเนินงาน และแนวทางการวัดผลการดำเนินกิจกรรมไว้อย่างชัดเจน และสามารถตรวจสอบผลการดำเนินงานได้จริงจากข้อมูลสถิติของแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์

และต้องดำเนินการเผยแพร่สื่อและติดตามผลการดำเนินงานตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน นับจากวันเผยแพร่ชิ้นงาน โดยจะต้องมีหลักฐานหน้าจอการเผยแพร่ชิ้นงานวันแรก ๑ ภาพ และหลังจากผ่านไป ๑๕ วัน อีก ๑ ภาพ เพื่อประกอบการตรวจรับงาน พร้อมจัดเก็บข้อมูลสถิติผลการดำเนินงานจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อใช้ประกอบการรายงานผลและการตรวจรับงานของกรมการค้าภายใน

#### ๕.๓ ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL)

จัดให้มีผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่มีชื่อเสียง และมีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวชุมชน อาหาร วิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ และสามารถสื่อสารประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, YouTube หรือ Instagram จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย ทั้งนี้ สามารถเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ได้ทั้งระดับ Macro Influencer, Mid-tier Influencer หรือ Creator ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ โดยต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๕.๓.๑ ต้องมีจำนวนผู้ติดตาม (Followers/Subscribers) จากแพลตฟอร์มใดแพลตฟอร์มหนึ่งไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ คนต่อราย โดยนับจากแพลตฟอร์มใดแพลตฟอร์มหนึ่งของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่เสนอ

๕.๓.๒ ต้องมีค่าเฉลี่ยอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) ย้อนหลังไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓ โดยคำนวณจากข้อมูลย้อนหลังไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับถึงวันยื่นข้อเสนอ และต้องสามารถตรวจสอบได้จากข้อมูลสถิติย้อนหลัง (Platform Insight) หรือข้อมูลสถิติจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์

๕.๓.๓ มีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือรีวิวเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อาหาร สินค้าชุมชน วิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือกิจกรรมในลักษณะใกล้เคียงกัน อย่างน้อย ๑ ผลงานต่อราย และสามารถตรวจสอบข้อมูลได้จริงผ่าน URL หรือ QR Code

๕.๓.๔ จัดส่งเอกสารและหลักฐานประกอบการพิจารณาตามข้อ ๕.๓ ในรูปแบบไฟล์ PDF ดังนี้

(๑) รายชื่อผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) พร้อมระบุประเภทคอนเทนต์ กลุ่มผู้ติดตาม และ URL ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

(๒) ข้อมูลสถิติย้อนหลัง (Platform Insight) ย้อนหลังไม่น้อยกว่า ๓ เดือน ซึ่งต้องประกอบด้วย จำนวนผู้ติดตาม ยอดการเข้าถึง (Reach) และอัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate)

(๓) ตัวอย่างผลงานย้อนหลัง พร้อม URL หรือ QR Code ที่สามารถตรวจสอบข้อมูลได้จริง

(๔) หนังสือยืนยันการเข้าร่วมโครงการ หรือเอกสารแสดงความยินยอมเข้าร่วมโครงการของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่เสนอ

๕.๓.๕ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอ เสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่มีคุณสมบัติตามข้อ ๕.๓.๑ - ข้อ ๕.๓.๔ จำนวนมากกว่า ๔ ราย ซึ่งมากกว่าขั้นต่ำที่กำหนด หรือมีจำนวนผู้ติดตามรวม (Total Followers) และค่าเฉลี่ยอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) สูงกว่าที่กำหนด

เพื่อประโยชน์ของราชการ กรมการค้าภายในจะถือว่ายินยอมให้ใช้ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ทุกรายที่เสนอมา และจะนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประกอบการให้คะแนนตามหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพตามข้อ ๖

ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการและเลขานุการ .....

๕.๓.๖ ดำเนินการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่เสนอไว้ในข้อเสนอ และหากมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงรายชื่อผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ภายหลังลงนามในสัญญา จะต้องได้รับความเห็นชอบจากกรรมการค้าภายในก่อนดำเนินการ และผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่เปลี่ยนแทนต้องมีคุณสมบัติไม่ต่ำกว่ารายเดิมที่เสนอมาและที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานนี้

#### ๕.๔ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

๕.๔.๑ ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบคอนเทนต์ดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยต้องสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม อาหาร สินค้าชุมชน และประสบการณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่เป้าหมายได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ทั้งนี้ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต้องประกอบด้วย

(๑) ผลิตวิดีโอหลักในรูปแบบซีรีส์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที/ตอน สำหรับเผยแพร่ผ่าน YouTube และ Facebook ในช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ ๕.๓.๖

(๒) ผลิตคลิปสั้น Reels/Short Clips จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ คลิป ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที/คลิป สำหรับเผยแพร่ผ่าน TikTok, Facebook Reels, YouTube Shorts หรือ Instagram Reels โดยแบ่งเป็นตลาดต้องชม ๔ คลิป และหมู่บ้านทำมาค้าขาย ๔ คลิป ในช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ ๕.๓.๖

(๓) สื่อวิดีโอทุกชิ้นต้องมีความละเอียดไม่น้อยกว่า Full HD พร้อม Subtitle ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

(๔) เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย ดังนี้

- ๑) การนำเสนอเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตลาดหรือชุมชน
- ๒) การนำเสนอสินค้าเด่น อาหารท้องถิ่น หรือบริการชุมชน
- ๓) การนำเสนอวิถีชีวิต วัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น
- ๔) การนำเสนอกิจกรรมหรือประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในพื้นที่
- ๕) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง
- ๖) การสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยคอนเทนต์

(๕) จัดส่งรายละเอียดแนวทางการผลิตสื่อ และแนวทางการเล่าเรื่องของสื่อแต่ละประเภท เพื่อประกอบการพิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพตามข้อ ๖

(๖) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเสนอรูปแบบสื่อเพิ่มเติมจากที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน เช่น Behind the Scene, Interview Clip, Community Story, Travel Route Content, Interactive Content หรือสื่อในลักษณะอื่นที่แตกต่างจากรูปแบบสื่อที่กำหนด กรรมการค้าภายในจะนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประกอบการให้คะแนนด้านคุณภาพตามข้อ ๖

๕.๔.๒ จัดทำแผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางหลักของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) และช่องทางออนไลน์อื่นที่เกี่ยวข้อง โดยต้องดำเนินการ ดังนี้

(๑) เผยแพร่สื่อผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ไม่น้อยกว่า ๑ ช่องทางต่อราย ในช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ ๕.๓.๖

(๒) จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ก่อน ระหว่าง และหลังการดำเนินกิจกรรม พร้อมระบุช่วงเวลาการเผยแพร่สื่อ ช่องทางการเผยแพร่ และประเภทสื่ออย่างชัดเจน

.....ประธานกรรมการ .....กรรมการ .....กรรมการ .....กรรมการ .....กรรมการและเลขานุการ

(๓) จัดทำแผนการสนับสนุนช่องทางการโฆษณา หรือยิงโฆษณา (Boost Post / Online Ads Plan) โดยระบุรูปแบบ กลุ่มเป้าหมาย และรูปแบบการสนับสนุนสื่อออนไลน์ เพื่อสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามที่กำหนด

(๔) จัดส่งแผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ และรายละเอียดช่องทางการเผยแพร่สื่อ พร้อมข้อมูลสถิติผลการดำเนินงานย้อนหลัง (Platform Insight) ของ Influencer/KOL เพื่อประกอบการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ข้อ ๖

๕.๔.๓ จัดให้มีการถ่ายทอดสด (Live Stream) จากพื้นที่ดำเนินกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง โดยแบ่งเป็น ตลาดต้องชม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง หมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยต้องมีเนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว ตลาด ชุมชน สินค้าท้องถิ่น อาหาร หรือกิจกรรมภายในพื้นที่ รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับชมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ สามารถดำเนินการในรูปแบบ Live Stream, Live Session หรือ Live Interaction ผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ

๕.๔.๔ ดำเนินการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ให้บรรลุผล ตามข้อ ๕.๔.๒ (๒) ในช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ ๕.๓.๖ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมฯ ผ่านช่องทางของแพลตฟอร์มออนไลน์ ในรูปแบบต่างๆ เช่น YouTube Video, Facebook Post, Facebook Reels, TikTok Video, Instagram Reels, YouTube Shorts, Live Stream, Boost Post / Online Ads หรือรูปแบบอื่นในลักษณะเดียวกัน

(๒) สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดต้องมียอดการเข้าถึงรวม (Total Reach) จากทุกแพลตฟอร์มไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ Reach

(๓) มียอดการมีส่วนร่วมรวม (Total Engagement) จากทุกแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการดำเนินโครงการรวมกัน ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ Engagement โดยให้นับรวมข้อมูลการกดถูกใจ (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) การแชร์ (Share) การบันทึก (Save) การคลิก (Click) หรือการมีส่วนร่วมอื่นตามลักษณะของแต่ละแพลตฟอร์ม ที่สามารถตรวจสอบได้จากข้อมูลสถิติของแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์

(๔) วิดีโอหลัก (Main Video Series) มียอดรับชมรวมไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ Views

(๕) คลิปสั้น (Reels/Short Clips) มียอดรับชมรวมทุกคลิปไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ Views

(๖) ดำเนินการเผยแพร่สื่อและสนับสนุนสื่อออนไลน์ในรูปแบบที่เหมาะสม เพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามตัวชี้วัดที่กำหนด

(๗) จัดส่งข้อมูลสถิติจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Platform Insight) เพื่อใช้ประกอบการตรวจรับงาน โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วยข้อมูล Reach, Engagement, Views จำนวนการเผยแพร่สื่อ และ URL Link ของสื่อประชาสัมพันธ์

(๘) ดำเนินการติดตามผลและจัดเก็บข้อมูลผลการประชาสัมพันธ์เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน นับจากวันเผยแพร่ชิ้นงานสุดท้าย

๕.๔.๕ สิทธิในผลงานและการส่งมอบงาน

(๑) จัดส่ง URL Link และ QR Code ของสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน พร้อมภาพถ่ายหน้าจอข้อมูลสถิติจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Platform Insight) เพื่อใช้ประกอบการตรวจรับงาน

(๒) ผลงานสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดที่ผลิตภายใต้โครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรมการค้าภายใน และกรมการค้าภายในสามารถนำไปเผยแพร่ ดัดแปลง หรือใช้ประโยชน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทางได้โดยไม่จำกัดระยะเวลา

(๓) รับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านลิขสิทธิ์เพลง ภาพ เสียง วิดีโอ หรือทรัพย์สินทางปัญญาอื่นใดที่ใช้ในการดำเนินโครงการทั้งหมด และต้องไม่ก่อให้เกิดข้อพิพาทด้านลิขสิทธิ์ในภายหลัง

(๔) ส่งมอบไฟล์ต้นฉบับ (Editable File) และไฟล์สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดในรูปแบบดิจิทัลให้แก่กรรมการค้าภายในเมื่อสิ้นสุดโครงการ

#### ๕.๕ กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างการมีส่วนร่วมในพื้นที่

๕.๕.๑ ออกแบบและดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง โดยผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) จะต้องไม่ซ้ำกันในกิจกรรมแต่ละครั้ง เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย สร้างการรับรู้ กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว และส่งเสริมการใช้จ่ายภายในพื้นที่เป้าหมาย ทั้งนี้ กิจกรรมต้องสามารถเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่จริง (Online to On-ground Experience) และสามารถดำเนินการได้จริง

๕.๕.๒ กิจกรรมแต่ละครั้งต้องมีรูปแบบกิจกรรมอย่างน้อย ๒ รูปแบบ จากรายการดังต่อไปนี้

- (๑) กิจกรรมเดินเที่ยวตลาดและชุมชนร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influence/KOL)
- (๒) กิจกรรมตามรอยร้านค้า อาหาร สินค้าชุมชนหรือจุดท่องเที่ยวแนะนำ
- (๓) กิจกรรมส่งเสริมการซื้อขายสินค้าและบริการภายในพื้นที่
- (๔) กิจกรรม Workshop หรือกิจกรรมสร้างประสบการณ์ร่วมกับชุมชน
- (๕) กิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Check-in Campaign,

Share Campaign, Hashtag Campaign, User Generated Content (UGC) หรือเนื้อหาที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสร้างขึ้น, Live Interaction, Online Challenge, QR Code Activity หรือกิจกรรมอื่นในลักษณะเดียวกัน

(๖) กิจกรรมสะสมตราประทับ (Stamp Rally) หรือกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมและกระตุ้นการใช้จ่ายในพื้นที่ได้

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องอธิบายรายละเอียดรูปแบบกิจกรรม วิธีการดำเนินงาน และแนวทางการวัดผลการดำเนินกิจกรรมไว้ในแผนการดำเนินกิจกรรม (Activity Plan) อย่างชัดเจน

กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเสนอรูปแบบกิจกรรมเพิ่มเติมจากที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานกรรมการค้าภายในจะนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประกอบการให้คะแนนตามหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพตามข้อ ๖

๕.๕.๓ ออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับบริบท อัตลักษณ์ และศักยภาพของแต่ละพื้นที่ รวมถึงต้องสามารถดำเนินการได้จริงภายในระยะเวลาโครงการ โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้งบประมาณ และประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อผู้ประกอบการและชุมชนในพื้นที่เป็นสำคัญ

๕.๕.๔ จัดส่งแผนการดำเนินกิจกรรม (Activity Plan) ตามข้อ ๕.๕.๒ ในรูปแบบไฟล์ PDF เพื่อประกอบการพิจารณา ประกอบด้วย

- (๑) รูปแบบกิจกรรมและแนวทางการดำเนินกิจกรรมในแต่ละพื้นที่
- (๒) พื้นที่ดำเนินกิจกรรม กลุ่มเป้าหมาย
- (๓) ระยะเวลาและกำหนดการดำเนินกิจกรรม
- (๔) แนวทางการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ก่อน ระหว่างและหลังการดำเนินกิจกรรม
- (๕) แนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งในรูปแบบ On-ground และ Online

Engagement

(๖) แนวทางการเชื่อมโยงกิจกรรมกับสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL)

(๗) แนวทางการจัดเก็บข้อมูลและประเมินผลกิจกรรม

๕.๕.๕ ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม หรือร่วมสร้างเนื้อหาที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสร้างขึ้น (UGC) เช่น การโพสต์ภาพ วิดีโอ การ Check-in หรือการติด Hashtag ของโครงการ โดยต้องมีจำนวนการมีส่วนร่วมในรูปแบบ UGC ไม่น้อยกว่า ๓๐๐ โพสต์ ตลอดระยะเวลาโครงการ ทั้งนี้ ต้องสามารถจัดเก็บข้อมูล URL Link ภาพถ่ายหน้าจอ หรือข้อมูลจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อใช้ประกอบการตรวจสอบและตรวจรับงานได้

๕.๕.๖ จัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินกิจกรรม เพื่อใช้ประกอบการประเมินผลและตรวจรับงาน ดังนี้

- (๑) จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม เช่น ใบลงทะเบียน
- (๒) จำนวนร้านค้าหรือผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม
- (๓) ผลการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ (Engagement Rate)
- (๔) จำนวนเนื้อหาที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสร้างขึ้น (UGC) การ Check-in หรือการ Scan QR Code ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม

(๕) ภาพถ่ายกิจกรรม วิดีโอบันทึกกิจกรรม และหลักฐานการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้

๕.๕.๗ กรณีสภาพอากาศไม่เอื้ออำนวยให้จัดกิจกรรม มีเหตุสุดวิสัย หรือสถานการณ์อื่นใดที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินกิจกรรม ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนสำรอง (Contingency Plan) และประสานงานกับ กรมการค้าภายในเพื่อปรับรูปแบบหรือกำหนดการดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยไม่กระทบต่อ วัตถุประสงค์หลักของโครงการ

## ๕.๖ การบริหารจัดการสำหรับการจัดกิจกรรม

๕.๖.๑ จัดให้มีบุคลากรสำหรับบริหารจัดการกิจกรรมในแต่ละครั้งอย่างเพียงพอต่อการดำเนิน กิจกรรมตามแผนงาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ โดยอย่างน้อย ต้องประกอบด้วย

- (๑) เจ้าหน้าที่ประสานงานกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๒ คน
- (๒) เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกภายในกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๔ คน
- (๓) เจ้าหน้าที่ดูแลด้านเทคนิคหรือระบบถ่ายทอดสด ไม่น้อยกว่า ๒ คน
- (๔) เจ้าหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยและความสะอาดภายในพื้นที่กิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๒ คน

๕.๖.๒ จัดให้มีช่างภาพหรือทีมบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คนต่อครั้ง เพื่อบันทึกภาพกิจกรรม บรรยากาศภายในงาน การมีส่วนร่วมของประชาชน และกิจกรรมของผู้มีอิทธิพลทางสื่อ สังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ตลอดระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม ทั้งนี้ ภาพและวิดีโอดังกล่าวต้องสามารถ นำไปใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์ การจัดทำรายงานผล และการตรวจรับงานของกรมการค้าภายในได้

๕.๖.๓ ดูแลรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และบริหารจัดการขยะภายในพื้นที่ จัดกิจกรรมตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน รวมถึงคืนสภาพพื้นที่ภายหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม ให้อยู่ในสภาพ เรียบร้อย กรณีเกิดความเสียหายต่อสถานที่หรือทรัพย์สินจากการดำเนินกิจกรรม ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ ค่าใช้จ่ายหรือดำเนินการแก้ไขความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งหมด

๕.๖.๔ จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๕๐ ชุดต่อกิจกรรม พร้อมสรุปผลการประเมินภายหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม

## ๕.๗ การดำเนินการอื่น ๆ

๕.๗.๑ จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประสานงานหลักโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน เพื่อทำหน้าที่ติดต่อประสานงาน และรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานกับกรรมการค้าภายใน ตลาดต้องชม หมู่บ้านท่ามาคำชาย หน่วยงานในพื้นที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

๕.๗.๒ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการดำเนินโครงการ ทั้งนี้ สื่อและผลงานทั้งหมดที่ใช้ในการดำเนินโครงการต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ หรือก่อให้เกิดข้อพิพาททางกฎหมายในภายหลัง และหากเกิดความเสียหายหรือข้อพิพาท ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

๕.๗.๓ ดำเนินการประสานงานและขออนุญาตใช้พื้นที่สำหรับการถ่ายทำสื่อ การจัดกิจกรรม หรือการถ่ายทอดสด กับตลาดต้องชม หมู่บ้านท่ามาคำชาย หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้พื้นที่

๕.๗.๔ รับผิดชอบต่อความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม และต้องดำเนินการแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าโดยไม่ให้ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินโครงการ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกรรมการค้าภายใน ชุมชน หรือประชาชนในพื้นที่

๕.๗.๕ รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผนงานให้กรรมการค้าภายในทราบเป็นระยะ และต้องเข้าร่วมประชุมชี้แจงหรือประชุมติดตามผลการดำเนินงานตามที่กรรมการค้าภายในกำหนด

## ๕.๘ การสรุปและประเมินผลการจัดกิจกรรมฯ

๕.๘.๑ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการฉบับสมบูรณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด พร้อมไฟล์ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Soft File) ในรูปแบบ PDF และ ไฟล์ที่สามารถแก้ไขได้ (Editable File) ส่งมอบให้กรรมการค้าภายในภายในภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันสิ้นสุดโครงการ

๕.๘.๒ รายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ อย่างน้อยต้องประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

(๑) ผลการดำเนินงานเปรียบเทียบกับแผนงานที่กำหนดไว้ในโครงการ

(๒) ผลการดำเนินงานด้านสื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง พร้อมข้อมูลสถิติจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย Reach, Engagement, Views, จำนวนการเผยแพร่สื่อ และข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง

(๓) URL Link และ QR Code ของสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน

(๔) จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ร้านค้า และผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม

(๕) จำนวนเนื้อหาที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสร้างขึ้น (UGC) การ Check-in หรือการ Scan QR Code ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม

(๖) มูลค่าการใช้จ่ายหรือยอดจำหน่ายสินค้าโดยประมาณภายในกิจกรรม

(๗) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

(๘) ภาพถ่าย วิดีโอ และหลักฐานการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้

(๙) ปัญหา อุปสรรค แนวทางการแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินโครงการ

๕.๘.๓ จัดส่งหลักฐานประกอบการตรวจรับงาน ได้แก่ ภาพถ่ายกิจกรรม วิดีโอบันทึกกิจกรรม URL Link และ QR Code ของสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน ข้อมูลสถิติจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เอกสารสรุปผลการดำเนินงาน และเอกสารหรือหลักฐานอื่นที่สามารถตรวจสอบได้จริง เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาตรวจรับงานของกรรมการค้าภายใน

๕.๘.๔ ส่งมอบไฟล์ต้นฉบับ (Editable File) ของสื่อประชาสัมพันธ์ ภาพถ่าย วิดีโอ และเอกสารประกอบการดำเนินโครงการทั้งหมดให้แก่กรรมการค้าภายใน ทั้งนี้ ผลงานทั้งหมดที่ผลิตภายใต้โครงการนี้ ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์ของกรรมการค้าภายใน โดยกรรมการค้าภายในสามารถนำไปเผยแพร่ ดัดแปลง

C<sup>2</sup> ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการและเลขานุการ

หรือใช้ประโยชน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หรือดำเนินงานอื่นที่เกี่ยวข้องได้โดยไม่จำกัดระยะเวลา และไม่ต้องชำระค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมแก่ผู้รับจ้างหรือบุคคลอื่นใด

## ๖. เกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอ

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมการค้าภายในจะพิจารณาคัดเลือก โดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ (Price Performance) ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ซึ่งการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอจะพิจารณาจากผู้ที่ได้คะแนนรวมสูงสุด โดยกำหนดสัดส่วนน้ำหนักคะแนนรวมร้อยละ ๑๐๐ แบ่งเป็นคะแนนด้านคุณภาพ ร้อยละ ๗๐ และคะแนนด้านราคาร้อยละ ๓๐ โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

๖.๑ การพิจารณาข้อเสนอด้านราคา กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ ๓๐

๖.๒ การพิจารณาเกณฑ์ด้านคุณภาพ กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ ๗๐ โดยมีคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้รับคะแนนด้านคุณภาพไม่น้อยกว่า ๗๐ คะแนน จึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพ และมีสิทธิได้รับการพิจารณาข้อเสนอด้านราคา กรณีผู้ยื่นข้อเสนอได้รับคะแนนด้านคุณภาพต่ำกว่า ๗๐ คะแนน กรมการค้าภายในจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านราคา การพิจารณาและให้คะแนนด้านคุณภาพ จะพิจารณาจากเอกสาร หลักฐาน และข้อมูลที่ยื่นข้อเสนอประกอบตามหลักเกณฑ์เงื่อนไข และรายละเอียดที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) และขอบเขตงาน (TOR) เท่านั้น ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอไม่จัดส่งเอกสารหรือหลักฐานประกอบตามที่กำหนด เอกสารหรือข้อมูลไม่ครบถ้วน ไม่ชัดเจน หรือไม่สามารถตรวจสอบได้จริง กรมการค้าภายในขอสงวนสิทธิ์ไม่นำรายการดังกล่าวมาพิจารณาคะแนนในหัวข้อนั้น โดยมีรายละเอียดการพิจารณาและการให้คะแนนด้านคุณภาพ ประกอบด้วย ๕ ด้าน ดังนี้

- |                                                                     |             |
|---------------------------------------------------------------------|-------------|
| (๑) ประสิทธิภาพในการจัดกิจกรรมมีลักษณะเดียวกับงานที่จัดจ้าง         | ร้อยละ ๑๕   |
| (๒) ข้อเสนอจากผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ (Influencer/KOL)           | ร้อยละ ๓๐   |
| (๒.๑) จำนวนผู้ติดตามรวม (Total Followers)                           | (ร้อยละ ๑๕) |
| (๒.๒) ค่าเฉลี่ยอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate)         | (ร้อยละ ๑๕) |
| (๓) ข้อเสนอด้านการผลิตสื่อและคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์                  | ร้อยละ ๑๕   |
| (๔) ข้อเสนอด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่สื่อ                    | ร้อยละ ๒๕   |
| (๔.๑) จำนวนช่องและรูปแบบการเผยแพร่สื่อ                              | (ร้อยละ ๑๐) |
| (๔.๒) แผนการสร้างการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์                    | (ร้อยละ ๑๕) |
| (๕) ข้อเสนอด้านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างการมีส่วนร่วม | ร้อยละ ๑๕   |

๖.๓ วิธีการประเมินและการให้คะแนน รายละเอียดหลักเกณฑ์ วิธีการประเมิน และวิธีการให้คะแนนด้านคุณภาพในแต่ละหัวข้อ ให้เป็นไปตามที่กำหนดในข้อ ๖.๓ (๑) - ๖.๓ (๕) ทั้งนี้ การพิจารณานับจำนวนช่องทาง รูปแบบสื่อ รูปแบบกิจกรรม หรือรูปแบบการมีส่วนร่วมต่าง ๆ จะพิจารณาเฉพาะรายการที่มีลักษณะวิธีดำเนินงาน วัตถุประสงค์ หรือรูปแบบการสื่อสารแตกต่างกันอย่างชัดเจน และมีรายละเอียดการดำเนินงานรองรับครบถ้วน โดยจะไม่นับรายการที่มีลักษณะซ้ำกัน แตกต่างกันเพียงชื่อเรียก แพลตฟอร์ม หรือรูปแบบการเผยแพร่เท่านั้น

(๑) ประสิทธิภาพในการจัดกิจกรรมมีลักษณะเดียวกับงานที่จัดจ้าง โดยพิจารณาจากผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การตลาดดิจิทัล การใช้ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว/การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นผลงาน

ที่ดำเนินงานแล้วเสร็จย้อนหลังไม่เกิน ๕ ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีหลักฐานสำเนาสัญญาจ้างและหนังสือรับรองผลงานที่แล้วเสร็จจากหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ ๑๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณา                                                         | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ๑.จำนวนสัญญาที่มีวงเงินไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท<br>จำนวน ๔ สัญญาขึ้นไป | ๑๐๐   | พิจารณาจากเอกสารที่ ผู้ยื่น<br>ข้อเสนออื่นประกอบในรูปแบบ<br>ไฟล์ Pdf โดยจะต้องมีหนังสือ<br>รับรองผลงานและสำเนาสัญญา<br>จ้างที่มีวงเงินเกิน ๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท<br>(สี่ล้านบาทถ้วน) ที่ดำเนินการ<br>เสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยจะ<br>พิจารณาเฉพาะจำนวนสัญญาที่<br>เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงาน<br>ของรัฐหรือเอกชนที่ผู้ว่าจ้างเชื่อถือ |
| ๒.จำนวนสัญญาที่มีวงเงินไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท<br>จำนวน ๓ สัญญา       | ๙๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ๓.จำนวนสัญญาที่มีวงเงินไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท<br>จำนวน ๒ สัญญา       | ๘๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ๔.จำนวนสัญญาที่มีวงเงินไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท<br>จำนวน ๑ สัญญา       | ๗๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ๕.จำนวนสัญญามีวงเงินน้อยกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท                              | ๐     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

(๒) ข้อเสนอจากผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ (Influencer/KOL) พิจารณาจากจำนวนผู้ติดตามรวม (Total Followers) และค่าเฉลี่ยอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) ของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอสำหรับดำเนินโครงการ โดยพิจารณาจากเอกสารข้อมูลสถิติย้อนหลัง (Platform Insight) ที่สามารถตรวจสอบได้จริง ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๓ กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ ๓๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

(๒.๑) จำนวนผู้ติดตามรวม (Total Followers) ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๓.๑ กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ ๑๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                                                                                                                                           | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | วิธีการให้คะแนน                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ๑. นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับตลาดต้องชม เช่น สายรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว รีวิวอาหาร และไลฟ์สไตล์วิถีชุมชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย และมีจำนวนผู้ติดตามรวมตั้งแต่ ๓,๐๐๐,๐๐๐ คนขึ้นไป       | ๑๐๐   | เอกสารข้อมูลสถิติย้อนหลัง (Platform Insight) ที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา จัดทำเป็นรูปแบบ ไฟล์ PDF ซึ่งอย่างน้อยประกอบด้วย (๑) รายชื่อผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) (๒) URL หรือ QR Code ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (๓) จำนวนผู้ติดตาม (Followers/Subscribers) (๔) ข้อมูลสถิติย้อนหลังจากแพลตฟอร์ม Facebook, TikTok, YouTube หรือInstagram | พิจารณาให้คะแนนตามจำนวนผู้ติดตามรวมของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอ และมีเอกสารหลักฐานครบถ้วนตามที่กำหนด ทั้งนี้ จำนวนผู้ติดตามรวม (Total Followers) ให้คำนวณจากผลรวมจำนวนผู้ติดตามของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ทุก |
| ๒. นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับตลาดต้องชม เช่น สายรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว รีวิวอาหาร และไลฟ์สไตล์วิถีชุมชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย และมีจำนวนผู้ติดตามรวมตั้งแต่ ๒,๕๐๐,๐๐๐ - ๒,๙๙๙,๙๙๙ คน | ๙๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ๓. นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับตลาดต้องชม เช่น สายรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว รีวิวอาหาร และไลฟ์สไตล์วิถีชุมชน จำนวนไม่                                                                      | ๘๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                                                                                                                                           | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                        | วิธีการให้คะแนน              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| น้อยกว่า ๔ ราย และมีจำนวนผู้ติดตามรวมตั้งแต่ ๑,๘๐๐,๐๐๐ - ๒,๓๙๙,๙๙๙ คน                                                                                                                                                                     |       | ที่สามารถตรวจสอบได้จริง (๕) ตัวอย่างผลงานย้อนหลัง พร้อม URL หรือ QR Code                                                              | คนที่เสนอสำหรับดำเนินโครงการ |
| ๔. นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับตลาดต้องชม เช่น สายรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว รีวิวอาหาร และไลฟ์สไตล์วิถีชุมชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย และมีจำนวนผู้ติดตามรวมตั้งแต่ ๑,๒๐๐,๐๐๐ - ๑,๗๙๙,๙๙๙ คน | ๗๐    | ที่สามารถตรวจสอบได้จริง (๖) หนังสือยืนยันการเข้าร่วมโครงการ หรือเอกสารแสดงความยินยอมเข้าร่วมโครงการของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ |                              |
| ๕. ไม่นำเสนอ หรือนำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับตลาดต้องชม เช่น สายรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว รีวิวอาหาร และไลฟ์สไตล์วิถีชุมชน จำนวนน้อยกว่า ๔ ราย และมีจำนวนผู้ติดตามรวมน้อยกว่า ๑,๒๐๐,๐๐๐ คน | ๐     | ทั้งนี้ จะพิจารณาเฉพาะบัญชีสื่อสังคมออนไลน์หลักของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่เสนอสำหรับดำเนินโครงการเท่านั้น |                              |

(๒.๒) ค่าเฉลี่ย อัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๓.๒ กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ ๑๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                                                     | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                                  | วิธีการให้คะแนน                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ๑. นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่มีค่าเฉลี่ยอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) ตั้งแต่ร้อยละ ๖ ขึ้นไป         | ๑๐๐   | เอกสารข้อมูลสถิติย้อนหลัง (Platform Insight) ที่ผู้ยื่นข้อเสนอแนบมา จัดทำเป็นรูปแบบ ไฟล์ PDF โดย                                                | พิจารณาให้คะแนนตามอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอ และมีหลักฐานประกอบครบถ้วนตามที่กำหนด |
| ๒. นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่มีค่าเฉลี่ยอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) ร้อยละ ๕ - ๕.๙๙                | ๙๐    | พิจารณาจากอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) ของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์                                                       |                                                                                                                           |
| ๓. นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่มีค่าเฉลี่ยอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) ร้อยละ ๔ - ๔.๙๙                | ๘๐    | (Influencer/KOL) ที่เสนอ Facebook, TikTok, YouTube หรือ                                                                                         |                                                                                                                           |
| ๔. นำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่มีค่าเฉลี่ยอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) ร้อยละ ๓ - ๓.๙๙                | ๗๐    | Instagram ที่สามารถตรวจสอบได้จริง โดยจะต้องแสดงหลักฐานที่แสดงว่ามีอัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) และมีผลงานรีวิวสินค้าชุมชนหรือท่องเที่ยว |                                                                                                                           |
| ๕. ไม่นำเสนอ หรือนำเสนอผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ที่มีค่าเฉลี่ยอัตราการมีส่วนร่วม (Average Engagement Rate) น้อยกว่าร้อยละ ๓ | ๐     |                                                                                                                                                 |                                                                                                                           |

C<sup>2</sup> ประธานกรรมการ พ.ศ. ๒๕๖๖ กรรมการ พ.ศ. ๒๕๖๖ กรรมการ พ.ศ. ๒๕๖๖ กรรมการ พ.ศ. ๒๕๖๖ กรรมการและเลขานุการ พ.ศ. ๒๕๖๖

(๓) ข้อเสนอด้านการผลิตสื่อและคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์ พิจารณาจากข้อเสนอด้านการผลิตสื่อและคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์ตามขอบเขตงานข้อ ๕.๔ โดยพิจารณาจากจำนวนรูปแบบสื่อเพิ่มเติมจากที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน ตามข้อ ๕.๔.๑ ที่มีความหลากหลายของรูปแบบการนำเสนอ และความครบถ้วนของแผนการผลิตสื่อ กำหนดให้น้ำหนัก ร้อยละ ๑๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                        | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | วิธีการให้คะแนน                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ๑. นำเสนอรูปแบบสื่อเพิ่มเติมจากขั้นต่ำที่กำหนดไว้ใน TOR จำนวน ๕ รูปแบบขึ้นไป พร้อมจัดส่งเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่กำหนด | ๑๐๐   | พิจารณาจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นประกอบในรูปแบบไฟล์ PDF ซึ่งอย่างน้อยต้องประกอบด้วย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นได้เสนอมาและให้คะแนนตามจำนวนรูปแบบสื่อที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอเพิ่มเติมจากที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน และมีเอกสารหลักฐานครบถ้วนตามที่กำหนด |
| ๒. นำเสนอรูปแบบสื่อเพิ่มเติมจากขั้นต่ำที่กำหนดไว้ใน TOR จำนวน ๔ รูปแบบ พร้อมจัดส่งเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่กำหนด       | ๙๐    | (๑) แผนการผลิตสื่อและคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                        |
| ๓. นำเสนอรูปแบบสื่อเพิ่มเติมจากขั้นต่ำที่กำหนดไว้ใน TOR จำนวน ๓ รูปแบบ พร้อมจัดส่งเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่กำหนด       | ๘๐    | (๒) รายละเอียดรูปแบบสื่อที่เสนอเพิ่มเติมจากที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                        |
| ๔. นำเสนอรูปแบบสื่อเพิ่มเติมจากขั้นต่ำที่กำหนดไว้ใน TOR จำนวน ๑-๒ รูปแบบ พร้อมจัดส่งเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่กำหนด     | ๗๐    | (๓) ตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอหรือแนวทางการเล่าเรื่อง (Storyline / Content Direction) และ (๔) แผนการเผยแพร่สื่อในแต่ละแพลตฟอร์ม ทั้งนี้จะพิจารณาเฉพาะ “รูปแบบสื่อ” ที่มีลักษณะการผลิต วิธีการนำเสนอ วัตถุประสงค์ และรูปแบบการสื่อสารแตกต่างกันอย่างชัดเจน                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                        |
| ๕. ไม่นำเสนอรูปแบบสื่อเพิ่มเติมจากขั้นต่ำที่กำหนดไว้ใน TOR                                                             | ๐     | เช่น Mini Documentary, Interview Content, Vlog Content, Live Stream, Reels / Short Clips, User Generated Content (UGC), Interactive Content, Infographic Motion, Behind the Scene, Social Challenge หรือสื่ออื่นในลักษณะเดียวกัน โดยจะไม่นับสื่อที่มีลักษณะเดียวกันแต่เปลี่ยนเฉพาะความยาว ขนาดไฟล์ รูปแบบไฟล์ หรือเปลี่ยนเฉพาะแพลตฟอร์มการเผยแพร่ รวมถึงไม่นับการนำสื่อขึ้นเดียวกันไปเผยแพร่หลายแพลตฟอร์มเป็นหลายรูปแบบสื่อ |                                                                                                                                                                                        |

(๔) ข้อเสนอแนะด้านการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่สื่อ พิจารณาจากแผนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่สื่อของผู้ยื่นข้อเสนอ ตามขอบเขตงานตามข้อ ๕.๔ และข้อ ๕.๕ โดยพิจารณาจากจำนวนช่องทางการเผยแพร่ และรูปแบบการเผยแพร่สื่อ แผนการสร้างการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ (Engagement Activity Plan) แผนการบริหารจัดการสื่อออนไลน์ (Boost Post / Online Ads) กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ ๒๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

(๔.๑) จำนวนช่องทางและรูปแบบการเผยแพร่ผ่านสื่อ ตามขอบเขตงาน ข้อ ๕.๔.๔ (๑) กำหนดให้น้ำหนัก ร้อยละ ๑๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณา                                                   | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | วิธีการให้คะแนน                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ๑. นำเสนอช่องทางและรูปแบบการเผยแพร่สื่อรวมตั้งแต่ ๘ ช่องทางขึ้นไป | ๑๐๐   | พิจารณาจากเอกสารแผนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่สื่อที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นประกอบในรูปแบบไฟล์ PDF โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วย (๑) แผนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่สื่อ (๒) รายละเอียดช่องทางและรูปแบบการเผยแพร่สื่อ (๓) แผนการเผยแพร่สื่อในแต่ละช่วงเวลา (๔) แผนการสนับสนุนสื่อออนไลน์ (Boost Post / Online Ads Plan) (๕) รายละเอียดประเภทสื่อและแพลตฟอร์มที่ใช้เผยแพร่ (๖) ตัวอย่างรูปแบบสื่อหรือแนวทางการนำเสนอ ทั้งนี้ การนับจำนวนช่องทางและรูปแบบการเผยแพร่สื่อ จะพิจารณาเฉพาะรายการที่มีลักษณะวิธีการเผยแพร่ หรือรูปแบบการสื่อสารแตกต่างกันอย่างชัดเจน และมีรายละเอียดแผนการดำเนินงานแยกจากกัน โดยให้นับแพลตฟอร์มและรูปแบบการเผยแพร่สื่อรวมกันเป็น ๑ รายการ เช่น YouTube Video, Facebook Post, Facebook Reels, TikTok Video, Instagram Reels, YouTube Shorts, Live | คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นได้เสนอมาและให้คะแนนตามจำนวนช่องทางและรูปแบบการเผยแพร่สื่อที่ผู้ยื่นข้อเสนอและมีเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่กำหนด |
| ๒. นำเสนอช่องทางและรูปแบบการเผยแพร่สื่อรวม ๗ ช่องทาง              | ๙๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                    |
| ๓. นำเสนอช่องทางและรูปแบบการเผยแพร่สื่อรวม ๖ ช่องทาง              | ๘๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                    |
| ๔. นำเสนอช่องทางและรูปแบบการเผยแพร่สื่อรวม ๑ - ๕ ช่องทาง          | ๗๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                    |
| ๕. ไม่นำเสนอช่องทางและรูปแบบการเผยแพร่สื่อ                        | ๐     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                    |

| เกณฑ์การพิจารณา | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                                                              | วิธีการให้คะแนน |
|-----------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
|                 |       | Stream, Boost Post / Online Ads หรือรูปแบบอื่นในลักษณะเดียวกัน และจะไม่นับรายการที่มีลักษณะซ้ำกัน แตกต่างกันเพียงชื่อเรียก หรือไม่มีรายละเอียดการดำเนินงานรองรับอย่างชัดเจน |                 |

(๔.๒) แผนการสร้างการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ (Engagement Activity Plan) ตามขอบเขตงาน ข้อ ๕.๕.๕ กำหนดให้น้ำหนัก ร้อยละ ๑๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                                                           | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | วิธีการให้คะแนน                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ๑. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ ตั้งแต่ ๕ รูปแบบขึ้นไป พร้อมมีแผนสนับสนุนสื่อออนไลน์และจัดส่งเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่กำหนด | ๑๐๐   | พิจารณาจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นประกอบในรูปแบบไฟล์ PDF ซึ่งอย่างน้อยต้องประกอบด้วย (๑) แผนการสร้างการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ (๒) แผนการเผยแพร่และสนับสนุนสื่อออนไลน์ (๓) รายละเอียดรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Check-in Campaign, Share Campaign, Hashtag Campaign, User Generated Content (UGC), Scan QR Code Activity, Online Challenge, Live Interaction, Comment Activity, Social Voting หรือกิจกรรมอื่นในลักษณะเดียวกัน ทั้งนี้ จะพิจารณาเฉพาะรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มี | คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นได้เสนอมาและให้คะแนนตามจำนวนรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เสนอ และมีเอกสารหลักฐานครบถ้วนตามที่กำหนด |
| ๒. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ ๔ รูปแบบ พร้อมมีแผนสนับสนุนสื่อออนไลน์และจัดส่งเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่กำหนด               | ๙๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |
| ๓. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ ๓ รูปแบบ พร้อมมีแผนสนับสนุนสื่อออนไลน์และจัดส่งเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่กำหนด               | ๘๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |
| ๔. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ ๑ - ๒ รูปแบบ พร้อมมีแผนสนับสนุนสื่อออนไลน์และจัดส่งเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่กำหนด           | ๗๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |
| ๕. ไม่นำเสนอรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ แผนสนับสนุนสื่อออนไลน์ และการจัดส่งเอกสารประกอบครบถ้วนตามที่กำหนด                        | ๐     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |

ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการและเลขานุการ .....

| เกณฑ์การพิจารณา | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                                                                                                                                              | วิธีการให้คะแนน |
|-----------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
|                 |       | รายละเอียดวัตถุประสงค์<br>วิธีดำเนินการ กิจกรรม ช่อง<br>ทางการดำเนินงาน และ<br>แนวทางการวัดผลแยก<br>จากกันอย่างชัดเจน และ<br>จะไม่นับกิจกรรมที่มี<br>ลักษณะซ้ำกัน แตกต่าง<br>กันเพียงชื่อเรียก หรือไม่มี<br>รายละเอียดการ<br>ดำเนินงานรองรับอย่าง<br>ชัดเจน |                 |

(๕) ข้อเสนอด้านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างการมีส่วนร่วม พิจารณาจากข้อเสนอ  
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างการมีส่วนร่วมตามขอบเขตงานข้อ ๕.๕.๒ โดยพิจารณาจาก  
จำนวนรูปแบบกิจกรรมภาคสนาม (On-ground Activity) การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ และความ  
ครบถ้วนของแผนการดำเนินกิจกรรม (Activity Plan) ที่สามารถดำเนินการได้จริงภายในระยะเวลาโครงการ  
กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ ๑๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                    | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | วิธีการให้คะแนน                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ๑. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมภาคสนาม (On-ground Activity) หรือกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน ๔ รูปแบบขึ้นไป | ๑๐๐   | พิจารณาจากเอกสารที่ผู้<br>ยื่นข้อเสนออื่นประกอบ<br>ในรูปแบบไฟล์ PDF ซึ่ง<br>อย่างน้อยต้อง<br>ประกอบด้วย(๑) แผน<br>กิจกรรม (๒) รายละเอียด<br>รูปแบบกิจกรรม (๓) แนว<br>ทางการเชื่อมโยงกิจกรรม<br>กับการท่องเที่ยวในพื้นที่<br>จริง (Online to On-<br>ground Experience) (๔)<br>แนวทางการสร้างการมีส่วน<br>ร่วมของนักท่องเที่ยว<br>ชุมชน และผู้ประกอบการ<br>ในพื้นที่ (๕) แนวทางการ<br>เชื่อมโยงร้านค้า สินค้า<br>ชุมชน อาหารท้องถิ่น หรือ<br>แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่<br>ทั้งนี้ จะพิจารณาเฉพาะ<br>รูปแบบกิจกรรมที่มี<br>รายละเอียดกิจกรรม วิธี<br>ดำเนินงาน<br>กลุ่มเป้าหมาย และ<br>แนวทางการมีส่วนร่วม | คณะกรรมการจะ<br>พิจารณาโดย<br>เปรียบเทียบจาก<br>เอกสารที่ผู้ยื่นได้<br>เสนอมาและให้<br>คะแนนตามจำนวน<br>รูปแบบกิจกรรม<br>ภาคสนาม (On-<br>ground Activity)<br>และกิจกรรม<br>เชื่อมโยงการ<br>ท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ผู้<br>ยื่นข้อเสนอเสนอ<br>และมีเอกสาร<br>หลักฐานครบถ้วน<br>ตามที่กำหนด |
| ๒. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมภาคสนาม (On-ground Activity) หรือกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน ๓ รูปแบบ       | ๘๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ๓. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมภาคสนาม (On-ground Activity) หรือกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน ๒ รูปแบบ       | ๗๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ๔. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมภาคสนาม (On-ground Activity) หรือกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน ๑ รูปแบบ       | ๕๐    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ๕. ไม่นำเสนอรูปแบบกิจกรรมภาคสนาม (On-ground Activity) หรือกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่                   | ๐     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

| เกณฑ์การพิจารณา | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                      | วิธีการให้คะแนน |
|-----------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
|                 |       | แตกต่างกันอย่างชัดเจน และจะไม่นับกิจกรรมที่มีลักษณะซ้ำกัน แตกต่างกันเพียงชื่อเรียก หรือไม่มีรายละเอียดการดำเนินงานรองรับอย่างชัดเจน |                 |

### ๗. เงื่อนไขอื่น ๆ

๗.๑ ผู้รับจ้างต้องจัดทำและส่งมอบสื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูล เอกสาร ภาพถ่าย วิดีโอ ไฟล์ต้นฉบับ (Editable File) และผลงานทั้งหมดที่ผลิตภายใต้โครงการนี้ ในรูปแบบดิจิทัลให้แก่กรมการค้าภายใน เพื่อใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ หรือการดำเนินงานราชการต่อไป ทั้งนี้ ไฟล์ดังกล่าวต้องสามารถเปิดใช้งาน แก้ไข และนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้จริง โดยไม่มีข้อจำกัดด้านสิทธิการใช้งาน

๗.๒ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบต่อการดำเนินงานทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ภาพ เสียง เพลง วิดีโอ หรือสื่ออื่นใดที่นำมาใช้ในการดำเนินโครงการ กรณีเกิดข้อพิพาทหรือการร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาอันเกิดจากการดำเนินงานของผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว และต้องดำเนินการแก้ไขปัญหา รวมถึงรับผิดชอบค่าเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งหมด โดยไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรมการค้าภายใน

๗.๓ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ลิขสิทธิ์ ข้อมูล สื่อประชาสัมพันธ์ ภาพถ่าย วิดีโอ งานออกแบบงานสร้างสรรค์ และผลงานอื่นใดที่จัดทำขึ้นภายใต้โครงการนี้ รวมถึงงานที่ดัดแปลงจากงานอันมีลิขสิทธิ์เดิม ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์และสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของกรมการค้าภายใน และกรมการค้าภายในสามารถนำผลงานดังกล่าวไปใช้ เผยแพร่ ดัดแปลง ทำซ้ำ หรือใช้ประโยชน์ในราชการหรือการประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทางได้ โดยไม่จำกัดระยะเวลา และไม่ต้องชำระค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมแก่ผู้รับจ้างหรือบุคคลอื่นใด

๗.๔ ในระหว่างดำเนินโครงการ หากกรมการค้าภายในมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยน ลด หรือปรับเปลี่ยนรายละเอียดการดำเนินงานภายในขอบเขตงานตามขอบเขตงานนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ความเหมาะสมของพื้นที่ หรือประโยชน์ของทางราชการ ผู้รับจ้างต้องสามารถดำเนินการตามที่กรมการค้าภายในกำหนดได้ ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนหรือลดงานดังกล่าวจะต้องไม่กระทบต่อวัตถุประสงค์หลักของโครงการ และให้เป็นไปตามระเบียบพัสดุและหลักเกณฑ์ที่ทางราชการกำหนด

๗.๕ กรณีคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นว่า เอกสาร หลักฐาน หรือข้อมูลประกอบการส่งมอบงานยังไม่ครบถ้วน ไม่ถูกต้อง หรือไม่สามารถตรวจสอบได้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการแก้ไข ปรับปรุง หรือเพิ่มเติมเอกสารดังกล่าวให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

๗.๖ ผู้รับจ้างต้องจัดส่งรายงานผลการดำเนินงาน ข้อมูลสถิติ เอกสารประกอบการดำเนินงาน หลักฐานการเผยแพร่สื่อ และเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้องให้แก่กรมการค้าภายในอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และสามารถตรวจสอบได้จริง ตามรูปแบบและระยะเวลาที่กำหนดในขอบเขตงาน

๗.๗ ข้อมูล เอกสาร ภาพถ่าย วิดีโอ หรือข้อมูลอื่นใดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานภายใต้โครงการนี้ ถือเป็นข้อมูลของกรมการค้าภายใน ผู้รับจ้างจะนำไปเผยแพร่ เปิดเผย หรือใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดมิได้ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากกรมการค้าภายในก่อนเท่านั้น

๗.๘ ข้อเสนอ แผนการดำเนินงาน รายละเอียดกิจกรรม รายชื่อผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) แผนการผลิตสื่อ แผนการประชาสัมพันธ์ แผนการสร้างการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์

ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการและเลขานุการ .....

และเอกสารอื่นที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอไว้ต่อกรรมการค้าภายใน และได้รับการพิจารณาให้คะแนนตามหลักเกณฑ์ในข้อ ๖ ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาและใช้ประกอบการตรวจรับงาน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้เป็นไปตามรายละเอียดที่เสนอไว้ เว้นแต่ได้รับความเห็นชอบจากกรรมการค้าภายในเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าเท่านั้น

๗.๙ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนดำเนินงานเสนอคณะกรรมการฯ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญาจ้าง ทั้งนี้ แผนการดำเนินงานดังกล่าวให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

#### ๘. ระยะเวลาดำเนินการและการส่งมอบงาน

๘.๑ ระยะเวลาดำเนินการรวม จำนวน ๗๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๘.๒ การส่งมอบเอกสารหลักฐานการส่งมอบงาน ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการ ดังนี้

ผู้รับจ้างต้องจัดส่งเอกสาร หลักฐาน และข้อมูลประกอบการส่งมอบงานตามขอบเขตงาน (TOR) อย่างครบถ้วน โดยต้องจัดทำในรูปแบบรูปเล่มรายงาน และไฟล์ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Soft File) ที่สามารถตรวจสอบและนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้จริง ทั้งนี้ เอกสารและหลักฐานประกอบการส่งมอบงาน อย่างน้อยต้องประกอบด้วย

- (๑) รายงานผลการดำเนินงานตามขอบเขตงาน
- (๒) เอกสารและหลักฐานการดำเนินกิจกรรม
- (๓) ภาพถ่ายและวิดีโอบันทึกกิจกรรม
- (๔) URL Link และ QR Code ของสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน
- (๕) ข้อมูลสถิติจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Platform Insight)
- (๖) ข้อมูลผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด (KPI)
- (๗) แบบประเมินความพึงพอใจและผลการประเมิน
- (๘) หลักฐานการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์
- (๙) เอกสารหรือหลักฐานอื่นที่เกี่ยวข้องตามขอบเขตงาน

๘.๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งมอบงานจำนวน ๒ งวด ดังนี้

๘.๓.๑ การส่งมอบงานงวดที่ ๑ ภายในระยะเวลา ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างต้องส่งมอบผลการดำเนินงานตามขอบเขตงานข้อ ๕.๑ - ๕.๓ เพื่อส่งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุต่อไป

๘.๓.๒ การส่งมอบงานงวดที่ ๒ ภายใน ๗๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างต้องส่งมอบผลการดำเนินงานทั้งหมดตามขอบเขตงาน ข้อ ๕.๔ - ๕.๘ เพื่อส่งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุต่อไป

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดส่งเอกสารจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด ประกอบด้วยต้นฉบับ ๑ ชุด และสำเนา ๒ ชุด พร้อมไฟล์ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ USB Flash Drive หรือ External Storage Device จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชุด

๘.๓.๓ ในกรณีที่มีการปรับปรุงแก้ไข หรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานการส่งมอบงานดังกล่าว คณะกรรมการตรวจรับพัสดุจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไข หรือเพิ่มเติมให้แล้วเสร็จและจัดส่งให้คณะกรรมการฯ ภายในเวลาที่คณะกรรมการกำหนด

#### ๙. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

๙.๑ งวดที่ ๑ กำหนดจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๑๕ ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครบถ้วนตามเงื่อนไขการส่งมอบผลการดำเนินงานตามข้อ ๘.๓.๑ โดยคณะกรรมการฯ ดำเนินการตรวจรับเสร็จเรียบร้อยแล้ว และได้รับความเห็นชอบจากกรรมการค้าภายในแล้ว

๙.๒ งวดสุดท้าย กำหนดจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๘๕ ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครบถ้วนตามเงื่อนไขการส่งมอบผลการดำเนินงานตามข้อ ๘.๓.๒ โดยคณะกรรมการฯ ดำเนินการตรวจรับเสร็จเรียบร้อยแล้ว และได้รับความเห็นชอบจากกรรมการค้าภายในแล้ว

**๑๐. การปรับลดค่าจ้าง/ค่าปรับ**

กรณีผู้รับจ้างดำเนินการจัดกิจกรรมที่มีรายละเอียดไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดในสัญญา ผู้ว่าจ้างจะปรับลดเงินค่าจ้างในส่วนที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนดังกล่าว และจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญา ตั้งแต่วันที่เริ่มดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วน จนถึงวันที่ดำเนินการแล้วเสร็จที่ถูกต้องครบถ้วนหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายเวลาให้จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วน

**๑๑. การรับประกันความชำรุดบกพร่องของงาน**

ผู้รับจ้างต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายของงานที่เกิดขึ้นภายใต้กิจกรรมนี้เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ ปี นับถัดจากวันที่กรมฯ ได้ตรวจรับงานงวดสุดท้ายเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว โดยต้องรับผิดชอบซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิม ภายใน ๗ วันนับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

**๑๒. ระยะเวลาการดำเนินการ**

ระยะเวลาดำเนินการจ้าง ภายใน ๗๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

**๑๓. วงเงินงบประมาณ**

วงเงินงบประมาณ ๘,๐๒๕,๐๐๐ บาท (แปดล้านสองหมื่นห้าพันบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ทั้งปวงแล้ว

**๑๔. หน่วยงานผู้รับผิดชอบ**

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน

.....  
กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด  
พฤษภาคม ๒๕๖๙