

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง**

1. ชื่อโครงการ....จ้างขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน พร้อมกิจกรรม Business Pitching และกิจกรรมทางการตลาด เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ให้กับสินค้าชุมชน.....
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.....
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร10,000,000.00.....บาท
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ 8 ตุลาคม 2568 เป็นเงิน
.....10,022,666.66..... บาท
ราคา/หน่วย (ถ้ามี) บาท
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - 5.1บริษัท วิศวภาพท์ ดิจิทัล จำกัด.....
 - 5.2บริษัท มาเคะซิส จำกัด.....
 - 5.3บริษัท แพนเดมิก จำกัด.....
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน
 - 6.1นายปริญญ์ สุวรรณชินกุล.....
 - 6.2นายจิรายุทธ์ กุลพลักษ์.....
 - 6.3นางสาวปวีตรา ฤกษ์งาม.....
 - 6.4

	ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)		จำนวน	๑๖ หน้า
เรื่อง	จ้างขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน พร้อมกิจกรรม Business Pitching และกิจกรรมทางการตลาด เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ให้กับสินค้าชุมชน			
จัดทำโดย	ฝ่ายให้คำปรึกษาและพัฒนาทักษะ		วันที่จัดทำ	ต.ค. ๖๘

๑. ความเป็นมา

ด้วย สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ สพรอ. มีวัตถุประสงค์และภารกิจสำคัญในด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพื่อให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนนโยบายด้านการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ ผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยดำเนินงานบูรณาการร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อผลักดันให้เกิดการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เจาะกลุ่มเป้าหมายไปยังประชาชนที่อยู่ในภาคการศึกษา และกลุ่มชุมชน ให้มีองค์ความรู้ความเข้าใจต่อการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพร้อมเป็นกำลังคนด้านดิจิทัล (Digital Workforce) ที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีการปรับตัวเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

การพัฒนากำลังคนด้านดิจิทัล โดยเน้นให้มีความรู้และทักษะที่เกี่ยวกับดิจิทัลคอมเมอร์ซ ตลอดจนการสร้างความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสร้างสรรค์ ทั้งการประกอบอาชีพ การดำเนินธุรกิจ การเรียน การสอน ตลอดจนการทำธุรกรรม ที่สำคัญต่าง ๆ ให้แก่ ชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน ประชาชน อันเป็นหนึ่งในพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในการขับเคลื่อนตามอำนาจหน้าที่ดังกล่าว รวมทั้งการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังเป็นการต่อยอดการดำเนินการของการพัฒนากำลังคน (Workforce) เพื่อร่วมสร้างกำลังคนด้านดิจิทัลของประเทศ ให้มีความรู้ความเข้าใจในการทำอีคอมเมิร์ซ การตลาดดิจิทัล สู่การสร้างรายได้อย่างยั่งยืน ยังสามารถตอบโจทย์ความต้องการของภาคธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ และรู้เท่าทันภัยในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการยกระดับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ อีกทั้ง ในช่วงสถานการณ์โลกที่ผ่านมาได้กลายเป็นอีกหนึ่งตัวเร่งให้กับภาคธุรกิจ มีผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคปรับเปลี่ยนอย่างฉับพลัน หลายธุรกิจได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่งผลให้รูปแบบในการดำเนินชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งมี Model ธุรกิจหลายแห่งมุ่งเน้นทั้งออฟไลน์และออนไลน์ พร้อม ๆ กับการปรับการทำงานโดยใช้ดิจิทัลเข้ามาช่วยเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค ลดกระบวนการดำเนินงาน ทำให้ในช่วงที่ผ่านมา สพรอ. ได้มีการดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายที่หลากหลายมากขึ้น ด้วยสภาวะของยุค Digital Transformation ที่กำลังสร้าง Seamless Online Experience ทำให้โลกกำลังก้าวสู่ออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบมากขึ้น จำเป็นต้องเตรียมพร้อมทรัพยากรบุคคลซึ่งถือเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญของประเทศเช่นเดียวกัน ผนวกกับการส่งเสริมให้ชุมชนคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์ในเชิงท้องถิ่น (Unique)

ดังนั้น จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นถือว่ามีความสอดคล้องกับภารกิจของ สพอ. และได้ถูกกำหนดเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญ ทั้งในแผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ ปี ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และในแผนยุทธศาสตร์ของ สพอ. ปี ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ในการพัฒนากำลังคนสำหรับกลุ่มเป้าหมายสำคัญ เช่น กลุ่มชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการในชุมชน กลุ่มคนรุ่นใหม่ (New Generation) และประชาชนที่สนใจ จากที่ผ่านมา สพอ. ได้มีการพัฒนากำลังคนด้านดิจิทัล ไปแล้วมากกว่า ๕,๐๐๐ (ห้าพัน) ราย (กลุ่มคนรุ่นใหม่ / โค้ชดิจิทัล / ชุมชน) และได้มีการดำเนินงานร่วมกับชุมชนมากกว่า ๗๐๐ (เจ็ดร้อย) ชุมชน ซึ่งดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเน้นการต่อยอด การขยายพื้นที่ การทำงานร่วมกับหน่วยงานเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมไปถึงหน่วยงานในพื้นที่ของแต่ละภูมิภาค มีจุดมุ่งหวังเพิ่มศักยภาพของกำลังคน รวมถึงผู้ประกอบการในพื้นที่ ส่งเสริมยกระดับการหารายได้จากการใช้ทักษะด้านดิจิทัลและการนำเทคโนโลยีไปใช้อย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทัน สามารถสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นส่วนช่วยในการขยับอันดับของ World Digital Competitiveness Ranking (WDCR) ของประเทศให้สูงขึ้นต่อไป

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนและผู้ประกอบการชุมชนในด้านเศรษฐกิจดิจิทัล โดยการส่งเสริมให้มีความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมาตรฐานสินค้า การใช้แพลตฟอร์มธุรกิจดิจิทัล การจัดตั้งกิจการเพื่อสังคม รวมถึงการตระหนักรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ต

๒.๒ เพื่อพัฒนารูปแบบการทำธุรกิจชุมชนด้วยแผนธุรกิจและกิจกรรม Business Pitching โดยการส่งเสริมให้ชุมชนและผู้ประกอบการในชุมชนมีโอกาสพัฒนาแผนธุรกิจ พร้อมทั้งเข้าร่วมการแข่งขัน Business Pitching ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาด

๒.๓ เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ของสินค้าชุมชน จากการคัดเลือก พัฒนา และประชาสัมพันธ์สินค้าของชุมชนผ่านสื่อออนไลน์หลากหลายช่องทาง ทั้ง Social Commerce, e-Marketplace และสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ

๒.๔ เพื่อส่งเสริมการเพิ่มยอดขายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์อย่างเป็นรูปธรรม มุ่งผลักดันให้เกิดยอดขายเพิ่มขึ้นจากการดำเนินโครงการ

๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างทำงานที่จ้างในครั้งนี้

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอมหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๖ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๗ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สพอ. ณ วันยื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นข้อเสนอครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๔. ขอบเขตของงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานที่ สพอ. กำหนด ดังนี้

๔.๑ จัดทำแผนการบริหารจัดการโครงการ ของทั้งโครงการ เช่น กิจกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน กิจกรรมการแข่งขันกิจกรรม Business Pitching การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาด เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ให้กับสินค้าชุมชน โดยนำเสนอกรอบแนวคิดที่นำไปสู่การกำหนดรายละเอียดและรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโครงการ Theme หรือ Mood & Tone กระบวนการสื่อสาร Key Message ของงาน ช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทีมปฏิบัติงาน รวมทั้งขั้นตอนการดำเนินงาน สิ่งส่งมอบ และระยะเวลาที่ครอบคลุมทุกกิจกรรมของโครงการ โดยนำเสนอในรูปแบบของแผนภาพขั้นตอนการปฏิบัติงาน และคำอธิบายรายละเอียด พร้อมปฏิทินกิจกรรมการทำงาน และระยะเวลาในการดำเนินการที่ชัดเจน โดยเสนอให้ สพอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนเริ่มดำเนินการ

๔.๒ จัดกิจกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ครอบคลุมใน ๔ (สี่) ภูมิภาคของประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๒.๑ จัดทำชุดเนื้อหาพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน สำหรับนำมาใช้กับกิจกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๑ (หนึ่ง) ชุด เนื้อหาที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายพร้อมสื่อประกอบ โดยเนื้อหาต้องจัดทำให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ทำการศึกษาข้อมูลการดำเนินงานโครงการปีที่ผ่านมา นำมาวิเคราะห์และสรุปผล เพื่อนำมาพัฒนาเป็นเนื้อหาให้เหมาะสมกับการดำเนินงานโครงการในปีนี้ ทั้งนี้ เนื้อหาที่ใช้ในการดำเนินงานต้องมีองค์ประกอบในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้นำไปสู่การได้รับมาตรฐานต่าง ๆ เช่น โอท็อป (OTOP) อาหารและยา (อย.) การจดทะเบียนกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) เป็นต้น การใช้ Platform ที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาธุรกิจ กฎระเบียบข้อกฎหมายที่ต้องรู้ รวมถึงการสร้างความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ SE โดยเสนอให้ สพอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนเริ่มดำเนินการ

๔.๒.๒ จัดทำสื่อดิจิทัลสนับสนุนกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ (สิบ) ชิ้นงาน เป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนเพื่อใช้ในการสื่อสาร สร้างความเข้าใจการนำองค์ความรู้ด้านดิจิทัลไปใช้ประโยชน์ให้เหมาะสมกับชุมชน ที่เน้นรูปแบบเข้าใจง่าย มีความทันสมัย และมีความคิดสร้างสรรค์ กรณีมีการใช้รูปภาพประกอบจะต้องมีการตรวจสอบเรื่องลิขสิทธิ์ก่อนการดำเนินงาน และสื่อจะต้องไม่มีประเด็นซ้ำซ้อนกับสื่อที่ สพอ. ได้มีการจัดทำไว้ก่อนแล้ว

๔.๒.๓ จัดทำแบบฟอร์มแผนธุรกิจชุมชน รวมถึงแบบฟอร์มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน

๔.๒.๔ ออกแบบรูปแบบของกิจกรรม สำหรับการดำเนินงาน ให้กับกลุ่มคนและชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงการจัดกิจกรรม Business Pitching ในรอบภูมิภาค (Local Pitching) สามารถรองรับการจัดในรูปแบบผสมผสาน Hybrid และรอบ Final Pitching รวมถึงกิจกรรมทางการตลาด เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ให้กับสินค้าชุมชน โดยนำเสนอ สพอ. พิจารณารูปแบบการดำเนินการก่อนดำเนินการ

๔.๒.๕ จัดทำหลักเกณฑ์การคัดเลือก ประชาสัมพันธ์ ดำเนินการรับสมัครและคัดเลือก ผู้เข้าร่วมโครงการ โดยมีดำเนินการอย่างน้อย ดังนี้

(๑) ดำเนินการจัดทำหลักเกณฑ์การคัดเลือกชุมชน วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการในชุมชน โดยสามารถอ้างอิงหลักเกณฑ์ที่ สพอ. ได้เคยดำเนินการในปีที่ผ่านมา แล้วนำมาพัฒนาให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และกลุ่มเป้าหมาย

(๒) ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ (ออนไลน์หรือออฟไลน์) พร้อมรับสมัครและคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย ให้ครอบคลุมพื้นที่ ๔ ภูมิภาคของประเทศ โดยกลุ่มเป้าหมายระบุได้ดังนี้

- ชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการในชุมชนที่อยู่ภายใต้เครือข่ายความร่วมมือของ สพอ. เช่น มูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาม สภาเกษตรกรไทย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) เป็นต้น หรือกลุ่มชุมชนผู้สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการและผ่านเกณฑ์การคัดเลือก จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ (หนึ่งร้อย) ชุมชน และมีจำนวนกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๒๐๐ (สองร้อย) คน

ทั้งนี้ หลักเกณฑ์การคัดเลือก รูปแบบการประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มที่เกี่ยวข้องจะต้องผ่านความเห็นชอบจาก สพอ. ก่อนเริ่มดำเนินการ

๔.๒.๖ จัดกิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ครอบคลุมพื้นที่ ๔ (สี่) ภูมิภาค โดยมีรายละเอียดดังนี้

(๑) จัดกิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน สำหรับกลุ่มชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการในชุมชน และคนที่สนใจ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ (หนึ่งร้อย) ชุมชน และมีจำนวนกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๒๐๐ (สองร้อย) คน พร้อมทำการประเมินผล โดยทำการประเมินความรู้ความเข้าใจ

ของผู้เข้าอบรมทั้งก่อนและหลังการจัดกิจกรรม ประเมินผลความพึงพอใจ พร้อมวิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งนี้การจัดกิจกรรมกำหนดให้จัดกิจกรรมในรูปแบบไฮบริด (Hybird) รวมแล้วแต่ละครั้งไม่น้อยกว่า ๒ (สอง) วัน (ไม่จำเป็นต้องจัดต่อเนื่อง ๒ (สอง) วัน ขึ้นอยู่กับความพร้อมในแต่ละพื้นที่) พร้อมจัดทีมพี่เลี้ยงคอยสนับสนุนตลอดการจัดกิจกรรม

(๒) จัดให้มีวิทยากรสำหรับสนับสนุนการเผยแพร่เนื้อหาและกิจกรรม ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการลงพื้นที่ พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่ประสานงานในการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตลอดทั้งโครงการให้เป็นไปอย่างเรียบร้อย โดยจะต้องนำเสนอรายชื่อวิทยากรต่อ สพรอ. พิจารณาก่อนการดำเนินงาน

ทั้งนี้ แบบประเมินความรู้ก่อนและหลังการอบรม (Pre-Test และ Post-Test) แบบประเมินความพึงพอใจ รูปแบบฟอร์มแผนธุรกิจ และแบบฟอร์มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จะต้องผ่านความเห็นชอบของ สพรอ. ก่อนเริ่มดำเนินการ

๔.๒.๗ ดำเนินการ ส่งเสริม สนับสนุน และให้คำปรึกษาแก่ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อให้แต่ละชุมชนจัดทำรายงานแผนพัฒนาสินค้า ของชุมชนตนเอง โดยต้องจัดทำให้ครบถ้วนจากจำนวนชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ ไม่น้อยกว่า ๑๐๐(หนึ่งร้อย) ชุมชน

๔.๒.๘ จัดทำใบประกาศนียบัตร ให้กับผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ทั้งนี้ ให้นำเสนอรูปแบบของประกาศนียบัตรต่อ สพรอ. พิจารณาก่อนดำเนินการ

๔.๓ จัดกิจกรรมการแข่งขันกิจกรรม Business Pitching เพื่อนำเสนอผลงานธุรกิจดิจิทัลคอมเมอร์เชียลของชุมชน โดยจัดทำเป็นทีม ทีมละไม่น้อยกว่า ๒ (สอง) คน ต่อ ๑ (หนึ่ง) ชุมชน ตามการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการหรือ สพรอ. โดยแบ่งการแข่งขันเป็น ๓ (สาม) รอบ คือ (๑) รอบคัดเลือก คัดเหลือจำนวน ๔๐ (สี่สิบ) ทีม เพื่อไปสู่การแข่งขันรอบถัดไป (๒) รอบรองชนะเลิศ คัดเหลือจำนวน ๑๒ (สิบสอง) ทีม เพื่อนำไปสู่การแข่งขันในรอบชิงชนะเลิศ (๓) รอบชิงชนะเลิศ (Final Business Pitching)

๔.๓.๑ ออกแบบและจัดทำโจทย์สำหรับการแข่งขัน ตั้งแต่รอบคัดเลือกจนถึงรอบ Final Business Pitching

๔.๓.๒ คัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน โดยจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้ที่ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการมาแล้วเข้าร่วมการแข่งขัน

๔.๓.๓ จัดกิจกรรมการแข่งขันรอบคัดเลือก

(๑) จัดทำเกณฑ์การพิจารณา การให้คะแนน และจัดหากรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ (สาม) คน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือด้านการเขียนแผนธุรกิจหรือด้านการทำการตลาดออนไลน์หรือด้านการพัฒนาชุมชน ด้านสังคม เข้าร่วมเป็นกรรมการตัดสิน โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีการจัดประชุมหารือระหว่างกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกันก่อนวันส่งแผนให้คณะกรรมการพิจารณา เพื่อหารือแนวทางการตัดสินร่วมกัน อาจจะอยู่ในรูปแบบการประชุมต่อหน้า (Face-to-Face meeting) หรือการประชุมออนไลน์ (e-Meeting) และผู้รับจ้างจะต้องทำรายงานสรุปผลการหารือนำเสนอ สพรอ. โดยเกณฑ์การ

พิจารณา เกณฑ์การให้คะแนน และรายชื่อของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ต้องผ่านความเห็นชอบของ สพธอ. ก่อนเริ่มดำเนินการ และผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าตอบแทนของคณะกรรมการฯ

(๒) คัดเหลือจำนวน ๔๘ (สี่สิบแปด) ทีม เพื่อไปสู่การแข่งขันรอบถัดไป

๔.๓.๔ จัดกิจกรรมการแข่งขันรอบรองชนะเลิศ ให้ครอบคลุม ๔ (สี่) ภูมิภาค รวมจำนวน ๔ (สี่) ครั้ง โดยการจัดกิจกรรมต้องรองรับการจัดงานได้แบบออนไลน์และออนไซต์

(๑) จัดทำเกณฑ์การพิจารณา การให้คะแนน และจัดหากรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ (ห้า) คน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือด้านการเขียนแผนธุรกิจหรือด้านการทำการตลาดออนไลน์หรือด้านการพัฒนาชุมชน ด้านสังคม เข้าร่วมเป็นกรรมการตัดสิน โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีการจัดประชุมหารือระหว่างกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกันก่อนวันจัดกิจกรรมรอบ Local Business Pitching เพื่อหารือแนวทางการตัดสินร่วมกัน อาจจะอยู่ในรูปแบบการประชุมต่อหน้า (Face-to-Face meeting) หรือการประชุมออนไลน์ (e-Meeting) และผู้รับจ้างจะต้องทำรายงานสรุปผลการหารือนำเสนอ สพธอ. โดยเกณฑ์การพิจารณา เกณฑ์การให้คะแนน และรายชื่อของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ต้องผ่านความเห็นชอบของ สพธอ. ก่อนเริ่มดำเนินการ และผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าตอบแทนของคณะกรรมการฯ

(๒) จัดเตรียมสถานที่สำหรับการจัดกิจกรรมแข่งขัน ที่รองรับการจัดงานได้ทั้งแบบออนไลน์และออฟไซต์ รวมถึงการออกแบบ การตกแต่งสถานที่ที่จะใช้จัดงานพร้อมจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับแต่ละรูปแบบของกิจกรรม เช่น คอมพิวเตอร์ ระบบเสียง ไมโครโฟน จอมอนิเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต ปลั๊กราง ป้ายชื่อ เครื่องเขียน หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมระบบและอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมในการจัดกิจกรรม โดยต้องรองรับการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๑ (หนึ่ง) วัน และสถานที่จัดงานจะต้องเดินทางเข้าถึงได้โดยสะดวก

(๓) บริหารจัดการกิจกรรมการแข่งขันเพื่อนำเสนอผลงานธุรกิจอีคอมเมิร์ซชุมชน ให้กิจกรรมภายในงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย โดยรูปแบบให้มีความคิดสร้างสรรค์ เหมาะสมและสอดคล้องกับแนวคิดในการจัดงาน และผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการจัดเตรียมงาน การจัดงานทั้งหมด และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

(๔) จัดหาพิธีกร เพื่อดำเนินกิจกรรมให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ (หนึ่ง) คน โดยนำเสนอให้ สพธอ. พิจารณาก่อน

(๕) จัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงาน ดูแลความเรียบร้อย และอำนวยความสะดวกในส่วนของการกำกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในงาน ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย โดยให้มีจำนวนเพียงพอและเหมาะสม

(๖) จัดเตรียมเอกสาร ข้อมูลประกอบการจัดกิจกรรม แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมดำเนินการประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรม และจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดกิจกรรม ตามความเหมาะสม

(๗) จัดกิจกรรมการแข่งขันรอบรองชนะเลิศ โดยดำเนินการ ดังนี้

- ประสานงานเชิญทีมที่ผ่านการคัดเลือกในรอบคัดเลือก จำนวน ๔๐ (สี่สิบ) ทีม เข้าร่วมการแข่งขันและทำการคัดเลือก ๑๒ (สิบสอง) ทีม
- จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประสานงาน ดูแลและอำนวยความสะดวกตลอดกิจกรรม

๔.๓.๕ จัดกิจกรรมการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศ (Final Business Pitching) ที่ส่วนกลาง จำนวน ๑ (หนึ่ง) ครั้ง รองรับการจัดงานได้ทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ โดยผู้รับจ้างต้องดำเนินกิจกรรมการแข่งขันรอบ Final Business Pitching ดังนี้

(๑) จัดทำเกณฑ์การพิจารณา การให้คะแนน และจัดหากรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน ไม่น้อยกว่า ๕ (ห้า) คน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือด้านการเขียนแผนธุรกิจหรือด้านการทำการตลาดออนไลน์หรือด้านการพัฒนาชุมชน ด้านสังคม เข้าร่วมเป็นกรรมการตัดสิน โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีการจัดประชุมหารือระหว่างกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกันก่อนวันจัดกิจกรรมรอบ Final Business Pitching เพื่อหารือแนวทางการตัดสินร่วมกัน อาจอยู่ในรูปแบบการประชุมต่อหน้า (Face-to-Face meeting) หรือการประชุมออนไลน์ (e-Meeting) และผู้รับจ้างจะต้องทำรายงานสรุปผลการหารือนำเสนอ สพธอ. โดยเกณฑ์การพิจารณา เกณฑ์การให้คะแนน และรายชื่อของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ต้องผ่านความเห็นชอบของ สพธอ. ก่อนเริ่มดำเนินการ และผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าตอบแทนของคณะกรรมการฯ

(๒) จัดเตรียมสถานที่สำหรับการจัดกิจกรรมแข่งขัน ที่รองรับการจัดงานได้ทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ รวมถึงการออกแบบ การตกแต่งสถานที่ที่จะใช้จัดงานพร้อมจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับแต่ละรูปแบบของกิจกรรม เช่น คอมพิวเตอร์ ระบบเสียง ไมโครโฟน จอมอนิเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต ปลั๊กราง ป้ายชื่อ เครื่องเขียน หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมระบบและอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมในการจัดกิจกรรม โดยต้องรองรับการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๑ (หนึ่ง) วัน และสถานที่จัดงานจะต้องเดินทางเข้าถึงได้โดยสะดวก

(๓) จัดเตรียมอาหารกลางวัน อาหารว่างและเครื่องดื่ม ให้เพียงพอสำหรับผู้เข้าร่วมงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง

(๔) บริหารจัดการกิจกรรมการแข่งขันเพื่อนำเสนอผลงานในรอบ Final Pitching ให้กิจกรรมภายในงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย โดยรูปแบบให้มีความคิดสร้างสรรค์ เหมาะสมและสอดคล้องกับแนวคิดในการจัดงาน และผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการจัดเตรียมงาน การจัดงานทั้งหมด และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

(๕) จัดหาพิธีกรที่มีความเชี่ยวชาญ และมีทักษะ ประสพการณ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับกิจกรรมในโครงการฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ (หนึ่ง) คน โดยนำเสนอให้ สพธอ. พิจารณาก่อนดำเนินการ

(๖) จัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงาน ดูแลความเรียบร้อย และอำนวยความสะดวกในส่วนของการกำกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในงาน ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย โดยให้มีจำนวนเพียงพอและเหมาะสม

(๗) จัดทำสื่อกิจกรรมเพื่อให้ทีมที่เข้ารอบชิงชนะเลิศและทีมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ (หนึ่งร้อย) ตัว ตามรูปแบบที่ได้รับความเห็นชอบจาก สพรอ. ก่อนการดำเนินการผลิต

(๘) จัดทำโล่รางวัล จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ (สาม) ชิ้น โดยนำเสนอรูปแบบของโล่ให้ สพรอ. พิจารณาก่อนดำเนินการผลิต

(๙) จัดเตรียมรางวัลให้เหมาะสมสำหรับทีมผู้เข้าแข่งขันรอบ Final Business Pitching โดยนำเสนอรายละเอียดประเภทรางวัลที่จัดเตรียม ต้องผ่านความเห็นชอบของ สพรอ. ก่อนดำเนินการ

(๑๐) จัดเตรียมประกาศนียบัตรสำหรับทีมผู้แข่งขันที่ผ่านเข้ารอบ Final Pitching ทั้งหมด โดยนำเสนอให้ สพรอ. พิจารณาก่อนการผลิต

(๑๑) จัดเตรียมเอกสาร ข้อมูลประกอบการจัดกิจกรรม แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมดำเนินการประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรม และจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดกิจกรรม ตามความเหมาะสม

(๑๒) จัดให้มีการถ่ายทอดสดภาพและเสียงของงาน ในวันแข่งขัน ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่กำหนดร่วมกับ สพรอ. พร้อมจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดำเนินการควบคุมการถ่ายทอดสดภาพและเสียง ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

(๑๓) จัดกิจกรรมรอบ Final Business Pitching จำนวน ๑ (หนึ่ง) ครั้ง โดยเป็นการนำเสนอแผนธุรกิจออนไลน์ โดยดำเนินการ ดังนี้

- ประสานงานเชิญทีมที่ได้เข้ารอบรองชนะเลิศ จำนวน ๑๒ (สิบสอง) ทีม เข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขัน
- จัดหาวิทยากร จำนวนอย่างน้อย ๒ (สอง) คน เพื่อให้ความรู้และให้คำแนะนำในการพัฒนาผลงานในรอบชิงชนะเลิศ
- จัดกิจกรรมเพื่อเตรียมความพร้อมการนำเสนอผลงานธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ชุมชน (Business Pitching) ในรูปแบบออนไลน์ ให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมของแต่ละทีม จำนวนอย่างน้อย ๒ (สอง) วัน
- จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประสานงาน ดูแลและอำนวยความสะดวกตลอดกิจกรรม

(๑๔) จัดทำ VDO แนะนำโครงการหรือกิจกรรมให้มีความสอดคล้อง สำหรับใช้เปิดในงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ (หนึ่ง) นาที จำนวน ๑ (หนึ่ง) คลิป คุณภาพความคมชัดไม่น้อยกว่าระดับ Full HD โดยนำเสนอรูปแบบให้ สพรอ. พิจารณาก่อนดำเนินการ

(๑๕) ผู้รับจ้างสนับสนุนค่าเดินทางและที่พัก ให้แก่ทีมผู้เข้ารอบจำนวน ๑๒ (สิบสอง) ทีม ที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดก่อนล่วงหน้า ๑ (หนึ่ง) วัน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการแข่งขัน

(๑๖) การประชาสัมพันธ์กิจกรรม Final Business Pitching

(๑) ติดต่อประสานงานเชิญสื่อมวลชนทุกแขนง ทั้งสื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สำนักข่าวต่าง ๆ เข้าร่วมงาน โดยในวันจัดงานจะต้องมีสื่อเข้าร่วมงานทั้งหมดไม่น้อยกว่า ๒๐ (ยี่สิบ)

สื่อ เป็นสื่อโทรทัศน์อย่างน้อย ๓ (สาม) ช่อง และมีข่าวหรือบทความเกี่ยวกับการจัดงานแถลงข่าวนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่น้อยกว่า ๒๐ (ยี่สิบ) ข่าว ภายใน ๑๕ (สิบห้า) วัน หลังจากวันจัดกิจกรรม Final Business Pitching แล้วเสร็จ

(๒) ยืนยันรายชื่อสื่อที่จะเข้าร่วมงาน ให้ สฟธอ. ทราบ ก่อนวันจัดงาน

(๓) จัดเตรียม Press Release สำหรับสื่อมวลชนที่มาร่วมงานทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ โดยส่งให้ สฟธอ. พิจารณาก่อนวันจัดงาน

(๔) จัดหาของที่ระลึกให้เหมาะสมและเพียงพอสำหรับสื่อมวลชน โดยนำเสนอ สฟธอ. พิจารณาก่อนดำเนินการ

๔.๔ ดำเนินการและจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์แก่ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ

๔.๔.๑ ผู้รับจ้างต้องทำการคัดเลือกสินค้าของชุมชน พร้อมพัฒนาเนื้อหาและข้อมูลสินค้า รวมถึงการให้คำปรึกษาร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ โดยมีขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

(๑) ผู้รับจ้างต้องคัดเลือกชุมชนเพื่อเข้าร่วมโครงการ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๕๐ (ห้าสิบ) ชุมชน ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบจาก สฟธอ. ก่อน เพื่อผลักดันเป็นร้านค้าต้นแบบ

(๒) ผู้รับจ้างต้องวิเคราะห์และคัดเลือกสินค้าของชุมชนที่เข้าร่วมโครงการนำเสนอต่อ สฟธอ. เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของโครงการหรือตามที่ สฟธอ. กำหนด อย่างน้อยชุมชนละ ๒ (สอง) รายการ รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐ (หนึ่งร้อย) รายการ

(๓) ผู้รับจ้างต้องจัดทำ ช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และอำนวยความสะดวกแก่ชุมชน ในการนำข้อมูลสินค้าขึ้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ Social Commerce, e-Marketplace เป็นต้น

๔.๔.๒ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการด้านการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ (Online Marketing) เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ โดยมีขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

(๑) ผู้รับจ้างต้องจัดทำข้อมูลประกอบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น การจัดทำรูปภาพประกอบการโฆษณา (Artwork) คลิปวิดีโอ (VDO Clip) การจัดคำโฆษณา (Caption) เป็นต้น ทั้งนี้ ก่อนการประชาสัมพันธ์ต้องได้รับความเห็นชอบจากชุมชนนั้น ๆ และ สฟธอ. ก่อน

(๒) ผู้รับจ้างทำการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในข้อ ๔.๔.๑ (๒) ผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ของ Facebook com หรือ E-Commerce Platform

(๓) ผู้รับจ้างต้องผลักดันให้สินค้าของชุมชนในข้อ ๔.๔.๑ (๑) สามารถเพิ่มยอดขายหลังจากเข้าร่วมโครงการได้อย่างน้อยรวม ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ (สิบห้าล้าน) บาท ซึ่งแบ่งเป็นยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ต้องไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ (ห้าล้าน) บาท โดยต้องดำเนินการเก็บข้อมูลก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการ

๔.๕ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ตลอดโครงการ โดยมีจำนวนสื่อประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๓๐ (สามสิบ) ชิ้น เพื่อนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางของ สฟธอ. ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องมีการนำเสนอรูปแบบให้ สฟธอ. พิจารณาความเหมาะสมก่อนดำเนินการ

๔.๖ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ติดตามงานของ สพอ. ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ติดตามงานให้กับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สพอ. จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ (สอง) คนต่อครั้ง รวมจำนวนไม่เกิน ๑๕ (สิบห้า) ครั้ง

๔.๗ จัดทำหนังสือสรุปข้อมูลชุมชน โดยคัดเลือกจากชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ มีศักยภาพที่สามารถเป็นชุมชนต้นแบบได้ กำหนดให้มีขนาดรูปเล่ม A5 จำนวน ๑๐๐ (หนึ่งร้อย) เล่ม พิมพ์ด้วยระบบสีทั้งเล่ม (Full Color) เข้าเล่มแบบไสกาว หรือรูปแบบอื่นที่เหมาะสม แข็งแรงทนทานต่อการใช้งาน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรูปแบบการออกแบบหน้าปก การจัดวางเนื้อหา (Layout & Design) และตัวอย่างรูปเล่ม เสนอต่อ สพอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนเริ่มการผลิต พร้อมจัดทำเป็นไฟล์ e-Book ต้องจัดทำในรูปแบบ PDF Interactive ที่สามารถเปิดอ่านได้ทั้งบนคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และสมาร์ทโฟน

๔.๘ ดำเนินการบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) จัดทำ VDO สรุปผลการจัดกิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน จำนวน ๑ (หนึ่ง) คลิป ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ (สอง) นาที คุณภาพความคมชัดไม่น้อยกว่าระดับ Full HD

(๒) จัดทำ VDO สรุปผลการจัดกิจกรรม Business Pitching ในรอบคัดเลือก จำนวน ๑ (หนึ่ง) คลิป ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ (สอง) นาที คุณภาพความคมชัดไม่น้อยกว่าระดับ Full HD

(๓) จัดทำ VDO สรุปผลการจัดกิจกรรมตลอดโครงการ จำนวน ๑ (หนึ่ง) คลิป ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ (สอง) นาที คุณภาพความคมชัดไม่น้อยกว่าระดับ Full HD

(๔) จัดทำ VDO เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการของชุมชน จำนวน ๑๐ (สิบ) คลิป ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ (สอง) นาที คุณภาพความคมชัดไม่น้อยกว่าระดับ Full HD

ทั้งนี้ จะต้องนำเสนอการเล่าเรื่อง Storyboard รวมถึงรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดทำ VDO ให้ สพอ. พิจารณาก่อนดำเนินการจัดทำ

๔.๙ จัดกิจกรรมเผยแพร่โครงการจำนวน ๒ (สอง) ครั้ง โดยเป็นการนำเสนอการดำเนินงานของโครงการในรูปแบบออกบูทนิทรรศการนำเสนอผลงาน รวมไปถึงการนำเสนอสินค้าชุมชน เช่น การออกบูทนิทรรศการในงานแสดงสินค้า OTOP ภายใต้ความร่วมมือกับมูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยามสากาชาดไทย

๔.๑๐ ประชุมรายงานความก้าวหน้าโครงการ อย่างน้อยเดือนละ ๑ (หนึ่ง) ครั้ง โดยนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจรับ พร้อมทั้งสรุปรายงานการประชุมในประเด็นสำคัญ และส่งมอบให้แก่ สพอ. ภายใน ๗ (เจ็ด) วันทำการ นับจากวันที่ประชุม

๔.๑๑ รายงานสรุปผลการดำเนินงาน (รายงานฉบับสมบูรณ์) ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ที่นำเสนอรายละเอียดงานทั้งหมด อย่างน้อยประกอบด้วย

- บทสรุปกิจกรรมฯ สำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)
- ผลการดำเนินงานในการกิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน กิจกรรม Business Pitching กิจกรรมส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ รวมถึงผลประเมินการเข้าร่วมกิจกรรม

- สรุปรายชื่อและข้อมูลร้านค้าที่ตอบรับเข้าร่วมโครงการ สรุปรายการสินค้า/บริการที่เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมไฟล์ข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์
- เก็บข้อมูลที่จำเป็น อาทิ ยอดขาย ก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการ
- วิเคราะห์ผลการดำเนินการ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน พร้อมเสนอแนวทางการปรับปรุงแก้ไขที่เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจัดกิจกรรม และข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงการจัดกิจกรรม พร้อมมีรูปภาพประกอบประกอบการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ และเอกสารประกอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงสิ้นสุดโครงการ
- จัดทำชุดข้อมูล รายชื่อผู้เข้าร่วมงาน รายชื่อทีมผู้เข้าแข่งขัน รายชื่อวิทยากร รายชื่อคณะกรรมการตัดสิน พร้อมแผนการดำเนินงานของกิจกรรมทั้งหมด และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ปรากฏอยู่ในเอกสารแนบท้ายหรือภาคผนวก

โดยจัดทำทั้งในรูปแบบเล่ม ซึ่งไฟล์เอกสารให้บันทึกเป็นไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถแก้ไขได้ พร้อมทั้งแนบไฟล์ภาพนิ่งและภาพ VDO ทั้งหมดตลอดการจัดกิจกรรม รวมถึงไฟล์สื่อต่าง ๆ ที่ผลิต เช่น Infographic VDO (ถ้ามี)

๕. สถานที่ส่งมอบงาน

ส่งมอบ ณ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือสถานที่ หรือช่องทางที่ สพธอ. กำหนด

๖. วงเงินในการจัดหา

วงเงินงบประมาณ เป็นจำนวนเงิน ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบล้านบาทถ้วน) และราคากลาง เป็นจำนวนเงิน ๑๐,๐๒๒,๖๖๖.๖๖ บาท (สิบล้านสองหมื่นสองพันหกกร้อยหกสิบบาทหกสิบกสตางค์)

๗. ระยะเวลาดำเนินการ

กำหนดระยะเวลาดำเนินการให้แล้วเสร็จ ภายในวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๙

๘. สิ่งส่งมอบและกำหนดเวลาการส่งมอบ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการและส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๔ โดยแบ่งกำหนดระยะเวลาการดำเนินการและส่งมอบงานจ้างเป็นจำนวน ๔ (สี่) งวด ดังนี้

๘.๑ งวดที่ ๑ ดำเนินการและส่งมอบงานตามขอบเขตของงาน ข้อ ๔.๑, ๔.๒.๑ – ๔.๒.๕ และรายงานความก้าวหน้าของผลการดำเนินการ ข้อ ๔.๑๐ ภายในวันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๘

๘.๒ งวดที่ ๒ ดำเนินการและส่งมอบงานตามขอบเขตของงาน ข้อ ๔.๒.๖ – ๔.๒.๘ และรายงานความก้าวหน้าของผลการดำเนินการ ข้อ ๔.๑๐ ภายในวันที่ ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๙

๘.๓ งวดที่ ๓ ดำเนินการและส่งมอบงานตามขอบเขตของงาน ข้อ ๔.๓.๑ – ๔.๓.๓, ๔.๔ (เฉพาะส่วนที่ได้ดำเนินการแล้ว) และรายงานความก้าวหน้าของผลการดำเนินการ ข้อ ๔.๑๐ ภายในวันที่ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๙

๘.๔ งวดที่ ๔ ดำเนินการและส่งมอบงานตามขอบเขตของงาน ข้อ ๔.๓.๔ - ๔.๓.๕, ๔.๔, ๔.๕, ๔.๖, ๔.๗, ๔.๘, ๔.๙, ๔.๑๐ และ ๔.๑๑ ภายในวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๙

ทั้งนี้ สิ่งส่งมอบตามที่กล่าวมาข้างต้น ให้ส่งมอบในรูปแบบเอกสารรายงาน จำนวน ๒ (สอง) ชุด และไฟล์ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของเอกสารดังกล่าว พร้อมเอกสารหรือไฟล์ที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบของ Microsoft Word/ Microsoft Excel/ Power Point หรือเอกสารที่แก้ไขได้ และไฟล์รูปแบบ PDF (ยกเว้นไฟล์ที่จัดทำเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ให้ส่งตามรูปแบบไฟล์ที่ สพอ. สามารถเปิดใช้งานได้) โดยในงวดที่ ๑ - ๓ บรรจุใน CD หรือ Thumb Drive จำนวน ๒ (สอง) ชุด ส่วนในงวดที่ ๔ บรรจุใน External Hard Disk

๙. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

สพอ. จะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง โดยแบ่งเป็น ๔ (สี่) งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ อัตราร้อยละ ๓๐ (สามสิบ) ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๘.๑ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับงานจ้างครบถ้วนถูกต้องแล้ว

งวดที่ ๒ อัตราร้อยละ ๓๐ (สามสิบ) ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๘.๒ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับงานจ้างครบถ้วนถูกต้องแล้ว

งวดที่ ๓ อัตราร้อยละ ๓๐ (สามสิบ) ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๘.๓ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับงานจ้างครบถ้วนถูกต้องแล้ว

งวดที่ ๔ อัตราร้อยละ ๑๐ (สิบ) ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๘.๔ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับงานจ้างครบถ้วนถูกต้องแล้ว

ทั้งนี้ ค่าจ้างที่ สพอ. จะจ่ายตามข้อนี้ ได้รวมค่าใช้จ่ายและค่าภาษีอากร รวมทั้งภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี) ไว้ด้วยแล้ว

๑๐. อัตราค่าปรับ

เมื่อครบกำหนดส่งมอบงานตามที่กำหนด ถ้าผู้รับจ้างไม่ส่งมอบงานจ้าง หรือส่งมอบล่าช้าหรือส่งมอบไม่ถูกต้องหรือไม่ครบจำนวน หรือไม่ปฏิบัติตามที่ตกลงกันไว้แก่ สพอ. ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้ สพอ. เป็นรายวันเป็นจำนวนเงินตายตัวในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคางานจ้าง แต่จะต้องไม่ต่ำกว่า วันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบตามสัญญาจนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานจ้างให้แก่ สพอ. จนถูกต้องครบถ้วน

๑๑. การรักษาความลับ

๑๑.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานที่ผู้รับจ้างได้รับจาก สพอ. และข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นเนื่องจากการดำเนินงานตามสัญญานี้อย่างเป็นความลับของ สพอ. ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ข้อมูลที่เป็นความลับ” โดยผู้รับจ้างต้องหามาตรการในการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นความลับให้มิดชิด รวมทั้งไม่เปิดเผย หรือเผยแพร่ หรือกระทำได้ด้วยวิธีการใดให้บุคคลอื่นใดที่มีใช้คู่สัญญาภายใต้สัญญานี้ หรือมิใช่บุคคลที่ สพอ. ได้อนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรให้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะรับทราบข้อมูลที่เป็นความลับภายใต้สัญญานี้ ได้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว เว้นแต่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูล

ดังกล่าวให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของผู้รับจ้างที่ต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลดังกล่าวเท่านั้น และผู้รับจ้างจะต้องจัดให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานดังกล่าวได้ผูกพันและปฏิบัติตามเงื่อนไขในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ เช่นว่านั้นด้วย

๑๑.๒ หากผู้รับจ้างมิได้ปฏิบัติตามข้อ ๑๑.๑ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อ สฟธอ. หรือบุคคลอื่นที่เป็นเจ้าของข้อมูลที่เป็นความลับนั้นในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว ได้ถูกเปิดเผยไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน และ สฟธอ. มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

๑๑.๓ ผู้รับจ้างจะยังคงต้องผูกพันตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับตามข้อ ๑๑.๑ ต่อไป ตลอดที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าวยังคงเป็นความลับอยู่ แม้ว่าการจ้างตามสัญญานี้ได้สิ้นสุดลงแล้วไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม

๑๒. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้เกณฑ์คุณภาพและเกณฑ์ราคาประกอบกัน โดย สฟธอ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกโดยเรียงลำดับจากผู้ที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุด ดังนี้

๑๒.๑ ด้านคุณภาพ ให้น้ำหนักร้อยละ ๘๐ (แปดสิบ)

๑๒.๒ ด้านราคา ให้น้ำหนักร้อยละ ๒๐ (ยี่สิบ)

ทั้งนี้ การพิจารณาข้อเสนอตามขอบเขตของงาน ผู้ที่ผ่านการพิจารณาตามเกณฑ์คุณภาพ จะต้องได้รับคะแนนรวม ไม่น้อยกว่า ๗๐ (เจ็ดสิบ) คะแนน จากคะแนนรวม ๑๐๐ (หนึ่งร้อย) คะแนน และหากไม่ผ่านคะแนนขั้นต่ำด้านคุณภาพ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านราคา

หลักเกณฑ์การพิจารณา ประกอบด้วย

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนนต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนนรวม (๑๐๐)
	การพิจารณาด้านคุณภาพ	๘๐		
๑	แนวคิดและรูปแบบการจัดกิจกรรม	๗๐		
	๑.๑ ความชัดเจนและสอดคล้องของแผนงานกับวัตถุประสงค์ของโครงการ รวมถึงการกำหนดกิจกรรม การเลือกช่องทางการสื่อสาร การประสานงานกับเครือข่ายในพื้นที่ การกำหนดแนวคิด (Theme) และ Mood & Tone ของงาน	๑๐		
	๑.๒ แนวคิดและรูปแบบในการดำเนินงาน ครอบคลุมการดำเนินการด้าน ต่าง ๆ ที่ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ดังนี้ ● การจัดทำเนื้อหาและกิจกรรมในภาพรวม ตอบโจทย์ของโครงการ	๖๐		

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนนต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนนรวม (๑๐๐)
	● การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงสื่อประกอบที่ใช้ในโครงการ ● การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่สร้างการรับรู้และ Call to action ● การจัดกิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ● การคัดเลือกและนำเสนอแผนธุรกิจของชุมชน ● การจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ให้กับสินค้าชุมชน ● การติดตามงานและใช้เครื่องมือในการสรุปผล รวมถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อให้โครงการบรรลุผลสำเร็จ			
๒	บุคลากร และความพร้อมทีมงาน	๑๐		
	ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของบุคลากรที่รับผิดชอบในด้านต่าง ๆ เช่น : ● การจัดกิจกรรม การลงพื้นที่พัฒนาชุมชน และการนำเสนอแผนธุรกิจ ● การบริหารจัดการโครงการโดยรวม ● บุคลากรที่มีประสบการณ์ในสายงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล หรือการพัฒนาชุมชน	๑๐		
	การพิจารณาด้านราคา	๒๐		
๓	ราคา	๒๐		
	การนำเสนอราคาได้อยู่ในงบประมาณและครบถ้วนตามรายละเอียดงาน	๒๐		
	รวมทั้งหมด	๑๐๐		

หมายเหตุ

๑. คะแนนที่ผู้เสนอราคาได้รับ = (คะแนน x น้ำหนัก) / ๑๐๐

๒. ประเมินคะแนนจากราคาที่เสนอ = ๑๐๐ - ((ผลต่างราคาของผู้เสนอ กับ ราคาผู้เสนอราคาต่ำสุด / ราคาผู้เสนอราคาต่ำสุด) x ๑๐๐)

การประเมินและการให้คะแนน

ตามข้อ ๑.๑ ความชัดเจนและสอดคล้องของแผนงานกับวัตถุประสงค์ของโครงการ รวมถึงการกำหนดกิจกรรม การเลือกช่องทางการสื่อสาร การประสานงานกับเครือข่ายในพื้นที่ การกำหนดแนวคิด (Theme) และ Mood & Tone ของงาน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน
(๑) มีแผนงานและวิธีการดำเนินงานตามขอบเขตงานที่ละเอียด มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงานอย่างชัดเจน	๑๐๐
(๒) มีแผนงานและวิธีการดำเนินงานตามขอบเขตงานที่ละเอียด มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน ยังไม่ชัดเจน	๗๐
(๓) มีแผนงานและวิธีการดำเนินงานตามขอบเขตงาน ที่ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน	๐

ตามข้อ ๑.๒ แนวคิดและรูปแบบในการดำเนินงานครอบคลุมการดำเนินการด้าน ต่างๆ เช่น รูปแบบที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ ที่ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน
(๑) มีรูปแบบการจัดกิจกรรมครบถ้วนทั้ง ๗ ด้าน มีความคิดสร้างสรรค์สูงมาก นำเสนอแนวคิดใหม่ มีนวัตกรรม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และสามารถต่อยอดขยายผลในวงกว้างได้อย่างเป็นรูปธรรม	๑๐๐
(๒) มีรูปแบบการจัดกิจกรรมครบถ้วนทั้ง ๗ ด้าน ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัย อย่างโดดเด่นชัดเจน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	๘๕
(๓) มีรูปแบบการจัดกิจกรรมครบถ้วนทั้ง ๗ ด้าน ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัย แต่ยังไม่โดดเด่น มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	๗๐
(๔) มีรูปแบบการจัดกิจกรรมครบถ้วนทั้ง ๗ ด้าน แต่ยังไม่มีความคิดสร้างสรรค์ สวยงาม และทันสมัย มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	๕๕
(๕) มีรูปแบบการจัดกิจกรรมไม่ครบถ้วนทั้ง ๗ ด้าน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	๔๐
(๖) มีรูปแบบการจัดกิจกรรมไม่ครบถ้วนทั้ง ๗ ด้าน ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	๒๐

ตามข้อ ๒ บุคลากร และความพร้อมทีมงาน ที่มีความเชี่ยวชาญ ความพร้อม มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ที่มีผู้รับผิดชอบงานส่วนสำคัญต่าง ๆ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน
(๑) มีบุคลากรและทีมงานครบทั้ง ๓ ส่วน และมีจำนวนที่เหมาะสม พร้อมมีข้อมูลคุณสมบัติ ประสบการณ์ในแต่ละส่วนที่เกี่ยวข้อง ครบถ้วน	๑๐๐
(๒) มีบุคลากรและทีมงานครบทั้ง ๓ ส่วน มีข้อมูลคุณสมบัติ ประสบการณ์ในแต่ละส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ครบ	๗๐
(๓) มีบุคลากรและทีมงานไม่ครบทั้ง ๓ ส่วน	๕๐
(๔) ไม่มีการนำเสนอบุคลากรและทีมงาน	๐

๑๓. ข้อกำหนดอื่น ๆ

การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้ จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อ พระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ มีผลบังคับใช้และได้รับการจัดสรร งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่หน่วยงานของรัฐ ไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งดังกล่าว หน่วยงานของรัฐสามารถยกเลิกการจัดซื้อ จัดจ้างได้