



ประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์และพัฒนาผู้ประกอบการไทย
เข้าสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ ภายใต้โครงการพัฒนาสินค้าชุมชน Offline 2 Online (B2C)
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีความประสงค์ ประกวดราคาจ้างกิจกรรมพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์
และพัฒนาผู้ประกอบการไทย เข้าสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ ภายใต้โครงการพัฒนาสินค้าชุมชน Offline 2 Online
(B2C) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ผู้มีสิทธิเสนอราคาจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทยและเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงาน
ที่ประกวดราคาจ้าง

๒. ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียน
ชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๓. ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้าเสนอราคาให้แก่
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) หรือไม่เป็นผู้กระทำการ
อันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) ครั้งนี้

๔. ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่
รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๕. ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคา และห้ามทำ
สัญญาตามที่ กวพ. กำหนด

๖. นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชี
รายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๗. นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบ
อิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลาง
ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๘. คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่น
บาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

๙. ในกรณีที่เป็นผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. ๒๕๔๓ ต้องส่ง
งบการเงินปีล่าสุดต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ยกเว้นผู้ที่จดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่และยังไม่ถึงกำหนดระยะเวลาที่
ต้องจัดส่ง

๓๐. ผู้เสนอราคาต้องมีทีมงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์และความชำนาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้เสนอราคาต้องเสนอรายชื่อ ผู้ที่จะเข้ามาปฏิบัติงานและประวัติการทำงานของทีมงาน พร้อมผลงานให้พิจารณา รวมไม่น้อยกว่า ๕ คน

๓๑. ผู้เสนอราคาต้องมีทีมงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการจัดงานพิธีการ การแสดงนิทรรศการ งานแสดงกิจกรรมต่างๆ หรือลักษณะงานอื่นที่เกี่ยวข้องด้านการประกอบธุรกิจ การจัดทำสื่อการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ โดยผู้เสนอราคาต้องเสนอรายชื่อ ผู้ที่จะเข้ามาปฏิบัติงานและประวัติการทำงานของทีมงาน พร้อมผลงานให้พิจารณา รวมไม่น้อยกว่า ๕ คน นอกเหนือจากบุคลากรตาม ๓๐

๓๒. ผู้เสนอราคาต้องมีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการประสานงาน และสนับสนุนการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไม่น้อยกว่า ๑ คน ต้องไม่เป็นบุคคลเดียวกับข้อ ๓๐ - ๓๑

๓๓. ผู้เสนอราคาต้องมีผลงานในการดำเนินการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ การจัดงานพิธีการ การแสดงนิทรรศการ หรือลักษณะงานอื่นที่เกี่ยวข้องด้านการประกอบธุรกิจให้กับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือภาคธุรกิจ จำนวน ๓ ผลงาน โดยมีมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) และผลงานนั้นต้องมีระยะเวลาไม่เกิน ๓ ปี นับจากวันที่ทำงานแล้วเสร็จถึงวันที่ยื่นเอกสารประกวดราคา โดยแนบหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานที่เป็นคู่สัญญา มาพร้อมกับเอกสารประกวดราคา

กำหนดยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๑๕ ก.พ. ๒๕๖๐ ระหว่างเวลา ๐๙.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.dbd.go.th หรือ www.gprocurement.go.th หรือ สอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐-๒๕๔๗-๔๕๐๑ ในวันและเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(นางสาวบรรจงจิตต์ อังคฺลิ่งห์)

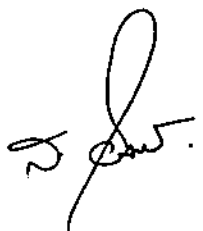
อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

หมายเหตุ ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนอราคา (เอกสารส่วนที่ ๑ และเอกสารส่วนที่ ๒) ในระบบ e-GP ได้ตั้งแต่วันที่ ขอรับเอกสารจนถึงวันเสนอราคา

ขอบเขตของงานจ้าง (TOR)
กิจกรรมพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์และพัฒนาผู้ประกอบการไทย
เข้าสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์
ภายใต้โครงการพัฒนาลินค้าชุมชน Offline 2 Online (B2C)

๑. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- ๑.๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทยและเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง
- ๑.๒ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ
- ๑.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้าเสนอราคาให้แก่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) ครั้งนี้
- ๑.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๑.๕ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคา และห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด
- ๑.๖ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ
- ๑.๗ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
- ๑.๘ คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้
- ๑.๙ ในกรณีที่เป็นผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. ๒๕๔๓ ต้องส่งงบการเงินปีล่าสุดต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ยกเว้นผู้ที่จดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่และยังไม่ถึงกำหนดระยะเวลาที่ต้องจัดส่ง
- ๑.๑๐ ผู้เสนอราคาต้องมีทีมงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์และความชำนาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้เสนอราคาต้องเสนอรายชื่อ ผู้ที่จะเข้ามาปฏิบัติงานและประวัติการทำงานของทีมงาน พร้อมผลงานให้พิจารณาไม่น้อยกว่า ๕ คน
- ๑.๑๑ ผู้เสนอราคาต้องมีทีมงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการจัดการงานพิธีการ การแสดงนิทรรศการ งานแสดงกิจกรรมต่างๆ หรือลักษณะงานอื่นที่เกี่ยวข้องด้านการประกอบธุรกิจ การจัดทำสื่อการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ โดยผู้เสนอราคาต้องเสนอรายชื่อ ผู้ที่จะเข้ามาปฏิบัติงานและประวัติการทำงานของทีมงาน พร้อมผลงานให้พิจารณาไม่น้อยกว่า ๕ คน นอกเหนือจากบุคลากรตาม ๑.๑๐
- ๑.๑๒ ผู้เสนอราคาต้องมีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการประสานงาน และสนับสนุนการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไม่น้อยกว่า ๑ คน ต้องไม่เป็นบุคคลเดียวกับข้อ ๑.๑๐ - ๑.๑๑



๑.๑๓ ผู้เสนอราคาต้องมีผลงานในการดำเนินการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ การจัดงานพิธีการ การแสดงนิทรรศการ หรือลักษณะงานอื่นที่เกี่ยวข้องด้านการประกอบธุรกิจให้กับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือภาคธุรกิจ จำนวน ๑ ผลงาน โดยมีมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) และผลงานนั้นต้องมีระยะเวลาไม่เกิน ๓ ปี นับจากวันที่ทำงานแล้วเสร็จถึงวันที่ยื่นเอกสารประกวดราคา โดยแนบหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานที่เป็นคู่สัญญามาพร้อมกับเอกสารประกวดราคา

๒. ลักษณะงานที่ต้องการ

พัฒนาผู้ประกอบการไทย ได้แก่ กลุ่ม OTOP กลุ่ม Organic กลุ่ม Halal กลุ่ม GI กลุ่ม Fairtrade สมาชิก Biz club ของกระทรวงพาณิชย์ และกลุ่มผู้ประกอบการที่ผ่านการพัฒนาจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๘๐๐ ราย ให้สามารถใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- ๒.๑ พัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ ให้แก่ผู้ประกอบการไทย
- ๒.๒ พัฒนาร้านค้าออนไลน์เข้าสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการไทย
- ๒.๓ สร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่ร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการไทย

๓. ขอบเขตการดำเนินงาน

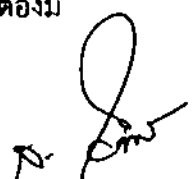
ผู้รับจ้างต้องดำเนินงาน ดังนี้

- ๓.๑ นำเสนอแนวคิด และจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ให้ครอบคลุมขอบเขตการดำเนินงาน
- ๓.๒ จัดทำเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการไทยจากกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่ม OTOP กลุ่ม Organic กลุ่ม Halal กลุ่ม GI กลุ่ม Fairtrade สมาชิก Biz club ของกระทรวงพาณิชย์ และกลุ่มผู้ประกอบการที่ผ่านการพัฒนาจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๘๐๐ ราย เพื่อพัฒนาร้านค้าออนไลน์เข้าสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการไทย
- ๓.๓ พัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการไทย มีรายละเอียดดังนี้

(๑) พัฒนาระบบช่องทางการตลาดออนไลน์ โดยมีพื้นที่เฉพาะสำหรับรองรับร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยไม่น้อยกว่า ๑,๘๐๐ ราย และสามารถรองรับการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอด ๒๔ ชั่วโมง โดยช่องทางการตลาดออนไลน์ต้องมีลักษณะอย่างน้อย ดังนี้

- (๑.๑) สามารถจัดการข้อมูลผู้ใช้งาน
- (๑.๒) สามารถบริหารจัดการข้อมูลสมาชิก
- (๑.๓) สามารถบริหารจัดการเว็บไซต์
- (๑.๔) สามารถบริหารจัดการสินค้า
- (๑.๕) สามารถบริหารจัดการส่งเสริมการขาย
- (๑.๖) สามารถบริหารจัดการการชำระเงิน
- (๑.๗) รองรับได้อย่างน้อยสองภาษาโดยจะต้องมีภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- (๑.๘) ระบบจัดการหลังร้าน Back End หรือ Administrator ซึ่งอย่างน้อยต้องมี

รายละเอียด ดังนี้



- (๑.๘.๑) เมนูการทำงานต่างๆ (Menu)
- (๑.๘.๒) การตั้งภาษา (Language Setting)
- (๑.๘.๓) การตั้งค่าระบบ (Modules)
- (๑.๘.๔) การจัดกลุ่มร้านค้าตามพื้นที่จัดจำหน่าย
- (๑.๘.๕) การสร้างหมวดหมู่สินค้า (Categories)
- (๑.๘.๖) การเพิ่ม / ลดสินค้า (Products)
- (๑.๘.๗) ระบบการชำระเงิน (Payment)
- (๑.๘.๘) ระบบลูกค้า (Customer)
- (๑.๘.๙) ระบบการสั่งซื้อ (Order)
- (๑.๘.๑๐) ระบบการจัดส่งสินค้า (Shipping)
- (๑.๘.๑๑) ระบบสถิติ (Statistics)
- (๑.๘.๑๒) ความรู้เบื้องต้นในการทำการตลาดออนไลน์ (Introduction to E-Marketing)

(๑.๙) สามารถเก็บข้อมูลร้านค้าออนไลน์ที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกตาม ๓.๒ ไว้ที่เว็บไซต์ (Web Hosting) ที่มีขนาดพื้นที่โดยรวมไม่น้อยกว่า ๓ TB

(๑.๑๐) ประเภทของเครื่องมือและการทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Introduction to Search Engine Optimization Marketing & Social Networking)

(๒) เชื่อมโยงช่องทางการตลาดออนไลน์ ตาม ๓.๓ (๑) กับ www.thaicommercestore.com และตลาดกลางสินค้าออนไลน์อื่น ไม่น้อยกว่า ๑ ราย

(๓) จัดทำคู่มือการบริหารจัดการช่องทางการตลาดออนไลน์ตาม ๓.๓ (๑) สำหรับเจ้าหน้าที่อย่างน้อยประกอบไปด้วยเรื่องวิธีการใช้งาน การบริหารจัดการเว็บไซต์ การแก้ไขปัญหาการใช้งาน การสร้างร้านค้าออนไลน์ ขนาด A๔ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ เล่ม

๓.๔ พัฒนาร้านค้าออนไลน์เข้าสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการไทย มีรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้

(๑) คัดเลือกผู้ประกอบการตามเกณฑ์ ๓.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๘๐๐ ราย

(๒) พัฒนาร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยที่ได้รับการคัดเลือกตาม ๓.๔ (๑) โดยอย่างน้อยต้องประกอบไปด้วยรายละเอียด ดังนี้

(๒.๑) พัฒนารูปแบบร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป อย่างน้อย ๒๐ แบบ ให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับประเภทธุรกิจของตนเอง

(๒.๒) สามารถจัดการข้อมูลผู้ใช้งาน

(๒.๓) สามารถบริหารจัดการข้อมูลสมาชิก

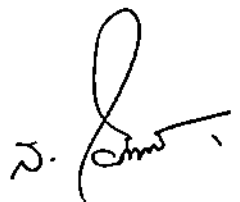
(๒.๔) สามารถบริหารจัดการเว็บไซต์

(๒.๕) สามารถบริหารจัดการสินค้า

(๒.๖) สามารถบริหารจัดการการส่งเสริมการขาย

(๒.๗) สามารถบริหารจัดการการชำระเงิน

(๒.๘) สามารถบริหารจัดการการจัดส่งสินค้า



(๒.๔) รองรับได้อย่างน้อยสองภาษา โดยจะต้องมีภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

(๓) จัดโดเมนเนมให้ร้านค้าออนไลน์ ตาม ๓.๔ (๒) โดยมีอายุไม่น้อยกว่า ๓ ปี สามารถรองรับการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอด ๒๔ ชั่วโมง

(๔) จัดทำข้อมูลร้านค้าออนไลน์ตาม ๓.๔ (๒) ให้มีความชัดเจนเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก อย่างน้อยต้องประกอบด้วย ชื่อร้านค้า ที่อยู่ รายละเอียดร้านค้า การสั่งซื้อ การชำระเงิน พร้อมทั้งมีการจัดหมวดหมู่ตามประเภทสินค้า ไม่น้อยกว่า ๒ ภาษา โดยจะต้องมีภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

(๕) จัดทำเรื่องราว (Story) ของร้านค้าออนไลน์ตาม ๓.๔ (๒) และเรื่องราว (Story) สินค้า/บริการ ในแต่ละร้านค้า อย่างน้อย ๑ ผลิตภัณฑ์ต่อ ๑ ร้านค้า โดยต้องมีรูปภาพของผลิตภัณฑ์ การถ่ายภาพนำเสนอสินค้า ให้เกิดความน่าสนใจ และต้องจัดทำเนื้อหา (Content) ไม่น้อยกว่า ๒ ภาษา โดยจะต้องมีภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

(๖) คัดเลือกร้านค้าที่มีศักยภาพจาก ๓.๔ (๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ราย เพื่อเชื่อมโยงสู่ตลาดออนไลน์ต่างประเทศ

(๗) จัดเตรียมเอกสารแนะนำการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับร้านค้าของผู้ประกอบการไทยตาม ๓.๔ (๒)

๓.๕ สร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่ร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการไทย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๓.๕.๑ จัดงานแสดงสินค้า (Exhibition) ให้แก่ร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยตาม ๓.๔ จำนวน ๕ ครั้ง ประกอบด้วยส่วนภูมิภาค ๔ ครั้ง และส่วนกลาง ๑ ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ราย ทั้งนี้ผู้รับจ้างต้องจัดทำเกณฑ์คัดเลือกร้านค้าดังกล่าว ให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุพิจารณา ก่อนดำเนินการคัดเลือก โดยจัดหาสถานที่และพื้นที่ ให้กับร้านค้าของผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมกิจกรรม ได้มีโอกาสจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าพร้อมทั้งดำเนินการออกแบบธีม (Exhibition Theme) แนวคิด (Concept) ภาพรวมของพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าที่ได้รับการจัดสรรทั้งหมด และการตกแต่งบูธ หรือพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ให้มีโครงสร้าง และวัสดุอุปกรณ์ การจัดวาง ฯลฯ อย่างเหมาะสม สามารถรองรับการปฏิบัติงานได้จริง และ สอดคล้อง กับวัตถุประสงค์ของงาน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

๓.๕.๑.๑ พิธีเปิดงาน "Offline 2 Online Expo" จำนวน ๕ ครั้ง ประกอบด้วยส่วนภูมิภาค ๔ ครั้ง และส่วนกลาง ๑ ครั้ง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) สร้างแนวคิดและจัดพิธีเปิดงาน "Offline 2 Online Expo" ในแต่ละครั้ง พร้อมทั้งการจัดทำ Presentation ที่ทันสมัยสามารถกระตุ้นความสนใจ สร้างความเข้าใจและสอดคล้องกับแนวคิด (Theme) การจัดงานที่ได้นำเสนอในข้างต้น

(๒) ออกแบบและจัดสร้างเวที ให้มีความเหมาะสมตามขนาดของสถานที่ในแต่ละพื้นที่

(๓) ตกแต่งเวที และติดตั้งฉากหลังเวที พร้อมตกแต่งสถานที่บริเวณโดยรอบของการจัดงาน ให้มีความสวยงาม สอดคล้องกับแนวคิด (Theme) การจัดงานในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้ กรณีที่จัดงานบริเวณเปิดโล่ง ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาอุปกรณ์บังแดดและกันฝนบริเวณการจัดงาน โดยต้องมีความสวยงามและสอดคล้องกับรูปแบบการจัดงาน

(๔) จัดหาจอแอลอีดี หรือจอที่มีคุณภาพสูงกว่า ติดตั้งบนเวที โดยให้มีขนาดเหมาะสม กับเวทีในแต่ละพื้นที่ จำนวนครั้งละไม่น้อยกว่า ๑ จอ

(๕) จัดหา ติดตั้ง และควบคุมระบบแสง เสียงบนเวที และบริเวณโดยรอบสถานที่จัดงาน พร้อมดูแลควบคุมการจัดงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยตลอดงาน

(๖) จัดเตรียมสคริปต์ลำดับงาน กำหนดการ คำกล่าวรายงาน คำกล่าวเปิดงาน และเอกสารประกอบกิจกรรมภายในงาน

(๗) จัดหาพิธีกร ที่มีทักษะและความสามารถในการใช้ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี เพื่อดำเนินรายการภายในงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน ทั้งนี้ต้องจัดเตรียมสคริปต์สำหรับพิธีกรด้วย

(๘) จัดเตรียมที่นั่งสำหรับแขกวีไอพีและผู้เข้าร่วมงาน ไม่น้อยกว่า ๕๐ ที่ โดยมีความเหมาะสมกับสถานที่จัดงาน

(๙) บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวตลอดการจัดงาน

(๑๐) เชิญสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เข้าร่วมทำข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน ๕ ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า ๒๐ ราย รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร เป็นต้น โดยจะต้องมีข่าวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานดังกล่าวข้างต้น ครั้งละไม่น้อยกว่า ๒๐ ข่าว รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ข่าว

(๑๑) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่สำหรับติดต่อประสานงาน อำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงาน และดูแลควบคุมการจัดงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยตลอดงานในแต่ละครั้ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คน

(๑๒) ขนย้าย วัสดุ อุปกรณ์หลังจากเสร็จสิ้นงานฯ และหากเกิดความเสียหายต่ออุปกรณ์และสถานที่จัดงาน ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายและค่าเสียหายทั้งหมด

๓.๕.๑.๒ ส่วนแสดงงาน (Exhibition) ประกอบด้วย

(๑) ออกแบบ จัดทำบูธ ให้สอดคล้องกับรูปแบบการจัดงาน โดยมีระยะเวลาการจัดแสดงกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๓ วัน วันละไม่น้อยกว่า ๘ ชั่วโมง ประกอบด้วยบูธสำหรับแสดงสินค้าขนาดไม่น้อยกว่า ๖ ตารางเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ บูธ และบูธสำหรับแสดงร้านค้าออนไลน์ ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๒ ตารางเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ บูธ พร้อมตกแต่งพื้นที่ รวมทั้ง การจัดทำป้ายชื่อหน่วยงานและชื่อกิจกรรม การจัดหาและติดตั้งอุปกรณ์ ที่จำเป็น เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ดังชยะ และจัดเตรียมระบบการป้องกันกรณีเกิดเหตุฝนตก

(๒) จัดให้มีโต๊ะหรือเคาน์เตอร์ และเก้าอี้ สำหรับร้านค้าออนไลน์ที่ร่วมแสดงงานตาม ๓.๕.๑.๒ (๑) ให้เพียงพอ

(๓) จัดให้มีระบบไฟฟ้าแสงสว่างที่เพียงพอ ระบบเสียง (เครื่องเสียง) ปลั๊กไฟ ระบบอินเทอร์เน็ต (อุปกรณ์ต่อพ่วงและสัญญาณอินเทอร์เน็ต) สำหรับหน่วยงาน ตาม ๓.๕.๑.๒ (๒) ตามการใช้งานจริง


(๔) จัดให้มีจอทีวี LED ขนาดไม่น้อยกว่า ๔๒ นิ้ว สำหรับนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ แก่ผู้เข้าร่วมงาน ภายในบริเวณงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ชุด

(๕) จัดให้มีระบบพัดลมไอน้ำ เพื่อบรรเทาอากาศร้อน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชุด (กรณีสถานที่จัดงานไม่มีเครื่องปรับอากาศ)

(๖) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอสำหรับติดต่อประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมแสดงงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คน

(๗) จัดหาผู้ทำความสะอาดและรักษาความปลอดภัยให้เพียงพอตลอดระยะเวลาการจัดงาน

(๘) ขนย้าย วัสดุ อุปกรณ์หลังจากเสร็จสิ้นงานฯ และหากเกิดความเสียหายต่ออุปกรณ์และสถานที่จัดงาน ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายและค่าเสียหายทั้งหมด

๓- 

๓.๕.๑.๓ ส่วนเวทีกกลาง ออกแบบกิจกรรมเวทีกกลาง ให้สอดคล้องกับแนวคิดการจัดงานโดย สอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ e-Commerce และ เผยแพร่ธุรกิจที่เข้าร่วมออกบูธ โดยมีระยะเวลาการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง ไม่น้อยกว่า ๓ วัน ภายในช่วงเวลา ๑๓.๐๐ - ๑๘.๐๐ น. เป็นอย่างน้อย ประกอบด้วย

(๑) กิจกรรม e-Commerce Learn & Share

(๒) กิจกรรมเกมส์กระตุ้นผู้เยี่ยมชมบูธและการเข้าร่วมงาน

(๓) ผู้รับจ้างต้องจัดหาอุปกรณ์ต่างๆที่จำเป็นสำหรับการจัดกิจกรรม และผู้ดำเนินรายการ ตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรม

๓.๕.๒ การจัดทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ / ทีมของโครงการ และประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้บริโภคเข้าร่วมงาน Exhibition ตาม ๓.๕.๑ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๓.๕.๒.๑ ออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ ประกอบด้วย

(๑) Roll up จำนวน ๒ ชุด

(๒) Backdrop จำนวน ๒ ชุด

(๓) แผ่นพับ จำนวน ๑,๐๐๐ แผ่น

๓.๕.๒.๒ ออกแบบข้อความ และรูปแบบประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่การจัดงาน "Offline 2 Online Expo" รวมทั้งภารกิจด้านการส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนพาณิชย์ (DBD Registered) ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ อย่างน้อยประกอบด้วย

(๑) ข้อความเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Tag line)

(๒) บทสัมภาษณ์ หรือ บทวิเคราะห์ หรือ บทความ หรือ สารความรู้ หรือ สกู๊ปพิเศษ หรือ Advertorial หรือรูปแบบอื่นที่เหมาะสม หรือตามที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนด

(๓) ออกแบบ จัดทำป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต (Banner) หรือป้ายโฆษณาเคลื่อนไหวทางอินเทอร์เน็ต (Flash Banner) และสื่อแผนภาพ (Infographic) หรือคลิปวิดีโอ ให้มีขนาดเหมาะสมกับสื่อออนไลน์ที่จะทำการเผยแพร่

(๔) ผลิตสปอตวิทยุ ความยาวตอนละไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ตอน

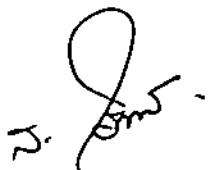
๓.๕.๓ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อตาม ๓.๕.๒.๒ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ดังนี้

๓.๕.๓.๑ สื่อหนังสือพิมพ์

เผยแพร่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยม เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ โพสต์ทูเดย์ มติชนคมชัดลึก ไทยโพสต์ กรุงเทพธุรกิจ หรือตามที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนด ก่อนและหลังการจัดงานโดยมีขนาดดังนี้

(๑) ไม่น้อยกว่า ๑๒๐ คอลัมน์นิ้ว สี่สี อย่างน้อย ๔ ฉบับ ฉบับละไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง รวมไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง

(๒) ไม่น้อยกว่า ๖๐ คอลัมน์นิ้ว สี่สี หรือ ขาว-ดำ อย่างน้อย ๔ ฉบับ ฉบับละไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง รวมไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง



๓.๕.๓.๒ สื่อออนไลน์

(๑) เผยแพร่ป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต (Banner) หรือป้ายโฆษณาเคลื่อนไหวทางอินเทอร์เน็ต (Flash Banner) และสื่อแผนภาพ (Infographic) หรือคลิปวิดีโอ ผ่านสื่อออนไลน์ บนหน้าแรกของเว็บไซต์ ที่ได้รับความนิยม หรือตามที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ เว็บไซต์ มีระยะเวลาในการเผยแพร่แต่ละเว็บไซต์ ไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน ก่อนการจัดงานในแต่ละครั้ง

(๒) โฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ Google (Google Adwords), โฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ Facebook (Facebook Ads) ,โฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ youtube (Youtube Ads), โฆษณาผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Direct Marketing : EDM) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรวมกันไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐ คน

๓.๕.๓.๓ สื่อวิทยุ

(๑) เผยแพร่สปอตวิทยุ ออกอากาศทางสถานีวิทยุ อย่างน้อย ๒ สถานี โดยสถานีที่เสนอต้องเป็นสถานีข่าว หรือเศรษฐกิจ หรือธุรกิจ ในช่วงเวลา ๗.๐๐ - ๒๐.๐๐ น. ออกอากาศสถานีละไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง รวมไม่น้อยกว่า ๔๐ ครั้ง

(๒) สัมภาษณ์ผู้บริหาร (บันทึกเทปหรือสด) ออกอากาศทางสถานีวิทยุ โดยสถานีที่เสนอต้องเป็นสถานีข่าว หรือเศรษฐกิจ หรือธุรกิจ ในช่วงเวลา ๗.๐๐ - ๒๐.๐๐ น. อย่างน้อย ๑ สถานี รวมทั้งสิ้น ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

(๓) สกู๊ปข่าวเกี่ยวกับภารกิจด้านการส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการจัดงาน ตาม ๓.๕.๑ ความยาวไม่น้อยกว่า ๖๐ วินาที ออกอากาศอย่างน้อย ๑ สถานี ช่วงเวลา ๗.๐๐ - ๗.๓๐ น. และ/หรือช่วงเวลา ๑๔.๐๐ - ๑๔.๓๐ น. รวมออกอากาศทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง โดยสถานีที่เสนอต้องออกอากาศครอบคลุมเครือข่ายทั้งระบบ FM และ AM ไม่น้อยกว่า ๒๐๐ สถานี

ทั้งนี้ รูปแบบสื่อ เนื้อหาประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ตาม ๓.๕ ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อนการดำเนินงาน

๓.๖ จัดเตรียมเจ้าหน้าที่บริหารช่องทางการตลาดออนไลน์ที่ได้พัฒนาตาม ๓.๓ (๑) ตลอด ๒๔ ชั่วโมง

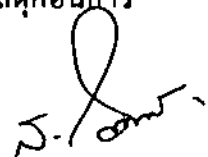
๓.๗ บริหารจัดการการซื้อขายตามช่องทางการตลาดออนไลน์ที่ได้พัฒนาตาม ๓.๓ (๑) ตลอด ๒๔ ชั่วโมง

๓.๘ ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการด้านการโฆษณาตามช่องทางการตลาดออนไลน์ที่ได้พัฒนาตาม ๓.๓ (๑) ผ่านทางเว็บไซต์ Google (Google Adwords) และเว็บไซต์ Facebook (Facebook Ads) เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน

๓.๙ จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาและติดตามผลการพัฒนาตาม ๓.๔ (๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ คน เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน

๓.๑๐ สรุปผลการประเมินโครงการอย่างน้อยประกอบด้วย ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม ภาพรวมผลการจัดกิจกรรม (ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน พร้อมเสนอแนวทางและวิธีการแก้ไข ฯลฯ) ปัจจัยสู่ความสำเร็จและแนวทางการปรับปรุงพัฒนาการจัดกิจกรรมพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์และพัฒนาผู้ประกอบการไทยเข้าสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์

ทั้งนี้ การดำเนินงานทุกขั้นตอนต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อนการดำเนินงาน



๔. เงื่อนไขทั่วไป

๔.๑ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติงานให้นำเสนอคณะกรรมการตรวจรับพัสดุพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนการดำเนินการ

๔.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดประชุมนำเสนอผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เป็นรายเดือนหรือตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด

๕. ระยะเวลาการดำเนินงาน

๒๑๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖. เอกสารการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งมอบงาน ดังนี้

๖.๑ เอกสาร/หลักฐานการดำเนินงาน ตาม ๓.๑ - ๓.๒ ในรูปแบบเอกสาร และ DVD จำนวนอย่างละ ๓ ชุด

๖.๒ เอกสาร/หลักฐานการดำเนินงาน ตาม ๓.๓ ในรูปแบบเอกสาร และ DVD จำนวนอย่างละ ๓ ชุด

๖.๓ เอกสาร/หลักฐานการดำเนินงาน ตาม ๓.๔ ในรูปแบบเอกสารและ DVD จำนวนอย่างละ ๓ ชุด

๖.๔ เอกสาร/หลักฐานการดำเนินงาน ตาม ๓.๕ - ๓.๑๐ ในรูปแบบเอกสารและ DVD จำนวนอย่างละ ๓ ชุด

๗. กำหนดการปฏิบัติงานและส่งมอบงาน

๗.๑ ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติงานตาม ๓.๑ - ๓.๒ และส่งมอบงานตาม ๖.๑ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๗.๒ ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติงานตาม ๓.๓ และส่งมอบงานตาม ๖.๒ ภายใน ๔๕ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๗.๓ ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติงานตาม ๓.๔ และส่งมอบงานตาม ๖.๓ ภายใน ๙๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๗.๔ ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติงานตาม ๓.๕ - ๓.๑๐ และส่งมอบงานตาม ๖.๔ ภายใน ๒๑๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๘. กำหนดการจ่ายเงิน


กำหนดการจ่ายค่าจ้างเป็นงวด จำนวน ๔ งวด ดังนี้

๘.๑ จ่ายค่าจ้างร้อยละ ๑๐ ของมูลค่างานจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตาม ๗.๑ และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุแล้ว

๘.๒ จ่ายค่าจ้างร้อยละ ๓๐ ของมูลค่างานจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตาม ๗.๒ และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุแล้ว

๘.๓ จ่ายค่าจ้างร้อยละ ๔๐ ของมูลค่างานจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตาม ๗.๓ และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุแล้ว

๘.๔ จ่ายค่าจ้างร้อยละ ๒๐ ของมูลค่างานจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตาม ๗.๔ และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุแล้ว

น. 

๙. ข้อกำหนดอื่นๆ

๙.๑ การจัดทำข้อความ ฐานข้อมูลอีเมล หรือฐานข้อมูลผู้ประกอบการ เครื่องหมาย และรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ห้ามผู้รับจ้างนำส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมดไปทำซ้ำ หรือเผยแพร่ เพื่อการอื่นใดที่ได้จากการปฏิบัติงานไม่ว่าการกระทำดังกล่าวจะเป็นการหาประโยชน์หรือไม่ก็ตาม หากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่ามีผู้รับจ้างต้องชดใช้ค่าเสียหายเป็นเงินไม่น้อยกว่าราคาจัดจ้างทั้งหมดที่กำหนดไว้ในสัญญา ทั้งนี้การชดใช้ดังกล่าวไม่ทำให้ผู้ชนะการประกวดราคาหรือผู้รับจ้างพ้นจากความรับผิดชอบทางอาญา

๙.๒ หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๑๐. รายละเอียดข้อเสนอ

๑๐.๑ แนวคิด วิธีการดำเนินงาน และแผนการดำเนินงานโดยสังเขป

๑๐.๒ ผู้เสนอราคาจะต้องทำตารางเปรียบเทียบแนวทางการดำเนินงานกับขอบเขตงานจ้างเป็นรายข้อ

๑๐.๓ เอกสารแสดงคุณสมบัติของผู้เสนอราคาตาม ๑

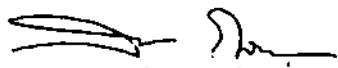
๑๐.๔ รายชื่อทีมงานและผู้เชี่ยวชาญตาม ๑.๑๐ - ๑.๑๑ พร้อมประวัติ และผลงานที่แสดงและเชื่อถือได้

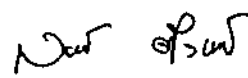
๑๐.๕ รายชื่อหัวหน้าโครงการ ผู้ควบคุม (ถ้ามี)

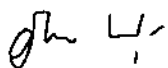
๑๐.๖ รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบตาม ๑.๑๒ และรายละเอียดในการติดต่อประสานงาน เช่น หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล เป็นต้น

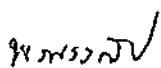
๑๐.๗ ข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ (ถ้ามี)

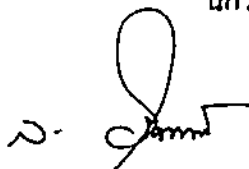
ผู้กำหนดรายละเอียด


(นางสาวสนติกาญจน์ กลิ่นสุวรรณ)
นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ


(นางสดาวลัย ตั้งวิวัฒนพงศ์)
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ


(นางสาวกัลยา บุญทวีบรรจง)
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ


(นางสาวพรพรรณ ปิ่นโกศินทร์)
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ


(นายสมควร อิ่มถาวรสุข)
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ