



## ประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและเชื่อมโยงเครือข่ายค้าส่งค้าปลีกไทย สู่ CLMMV ภายใต้โครงการสร้างความเข้มแข็งธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีความประสงค์ ประกวดราคาจ้างกิจกรรมส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและเชื่อมโยงเครือข่ายค้าส่งค้าปลีกไทย สู่ CLMMV ภายใต้โครงการสร้างความเข้มแข็งธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ผู้มีสิทธิเสนอราคาจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย และเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง
๒. ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ
๓. ผู้เสนอราคาต้องไม่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
๔. ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๕. ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ.กำหนด
๖. นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ
๗. นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
๘. คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้
๙. ในกรณีที่เป็นผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. ๒๕๔๓ ต้องส่งงบการเงินปีล่าสุดต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ยกเว้นผู้ที่จดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่และยังไม่ได้ถึงกำหนดระยะเวลาที่ต้องจัดส่ง

๑๐. ผู้เสนอราคาต้องมีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการกิจกรรม การจัดงานหรือการเข้าร่วมงาน แสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นผลงานที่แล้วเสร็จจากหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือภาคเอกชน จำนวน ๑ ผลงาน โดยผลงานมีมูลค่าไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท และเป็นผลงานที่แล้วเสร็จย้อนหลัง ไม่เกิน ๓ ปี นับถึงวันยื่นเอกสารเสนอราคา โดยแนบหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานมาพร้อมกับเอกสารประกวดราคาครั้งนี้

๑๑. ผู้เสนอราคาต้องมีผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์และความชำนาญด้านการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยี การจัดงานหรืองานแสดงนิทรรศการ งานแสดงกิจกรรม งานพิธีการต่างๆ หรือลักษณะงานอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยผู้เสนอราคาต้องเสนอรายชื่อพร้อมประวัติการทำงานให้พิจารณา ดังนี้

- ผู้จัดการโครงการ จำนวน ๑ คน
- ผู้เชี่ยวชาญ ไม่น้อยกว่า ๖ คน
- ทีมงานที่มีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า ๑๐ คน

กำหนดยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๒๒ ก.พ. ๒๕๖๐ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ [www.dbd.go.th](http://www.dbd.go.th) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) หรือ สอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐-๒๕๔๗-๔๕๐๑ ในวันและเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ ๒ กุมภาพันธ์ พ.ศ.๒๕๖๐



(นายสาโรจน์ สุวัตติกุล)

รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

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

ขอบเขตของงานจ้าง (Term of Reference : TOR)

ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและเชื่อมโยงเครือข่ายค้าส่งค้าปลีกไทย ๙ CLMMV

ภายใต้โครงการสร้างความเข้มแข็งธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ปีงบประมาณ ๒๕๖๐

๑. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๑.๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย และเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง

๑.๒ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๑.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

๑.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑.๕ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ.กำหนด

๑.๖ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๑.๗ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๑.๘ คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

๑.๙ ในกรณีที่เป็นผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.๒๕๔๓ ต้องส่งงบการเงินปีล่าสุดต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ยกเว้นผู้ที่จดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่และยังไม่ถึงกำหนดระยะเวลาที่ต้องจัดส่ง

๑.๑๐ ผู้เสนอราคาต้องมีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการกิจกรรม การจัดงานหรือการเข้าร่วมงาน แสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นผลงานที่แล้วเสร็จจากหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือภาคเอกชน จำนวน ๑ ผลงาน โดยผลงานมีมูลค่าไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท และเป็นผลงานที่แล้วเสร็จย้อนหลังไม่เกิน ๓ ปี นับถึงวันยื่นเอกสารเสนอราคา โดยแนบหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานมาพร้อมกับเอกสารประกวดราคาครั้งนี้

๑.๑๑ ผู้เสนอราคาต้องมีผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์และความชำนาญด้านการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยี การจัดงานหรืองานแสดงนิทรรศการ งานแสดงกิจกรรม งานพิธีการต่างๆ หรือลักษณะงานอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยผู้เสนอราคาต้องเสนอรายชื่อพร้อมประวัติการทำงานให้พิจารณา ดังนี้

- ผู้จัดการโครงการ จำนวน ๑ คน
- ผู้เชี่ยวชาญ ไม่น้อยกว่า ๖ คน
- ทีมงานที่มีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า ๑๐ คน

## ๒. ลักษณะงานจ้าง

๒.๑ จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีด้านการบริหารจัดการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจให้ดีขึ้น พร้อมทั้งพัฒนาธุรกิจค้าปลีก ให้สามารถนำเทคโนโลยีการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Point of Sale: POS) ไปใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจได้จริง

๒.๒ จัดกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่าย ในการส่งเสริมทำการตลาดร่วมกัน ภายใต้ชื่อกิจกรรม “ค้าส่งรวมใจ โชวห่วยไทยคู่สังคม” ระหว่างธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ซัพพลายเออร์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน เพื่อช่วยผู้บริโภคลดค่าครองชีพ กระตุ้นยอดขายของร้านค้าที่เข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็งและเกื้อกูลทางการค้าซึ่งกันและกัน

๒.๓ จัดกิจกรรมจับคู่เจรจาทางธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างธุรกิจค้าส่งค้าปลีกไทยกับผู้ผลิต ผู้แทนจำหน่าย และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่าง นักธุรกิจไทยและนักธุรกิจประเทศเพื่อนบ้าน พร้อมทั้งศึกษาสภาพตลาด รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และสร้างโอกาสทางการค้า

## ๓. ขอบเขตการดำเนินงาน

๓.๑ จัดทำแผนแนวทางการดำเนินงาน และแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ให้ครอบคลุมขอบเขตการดำเนินงานกิจกรรมโดยละเอียด เสนอต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุพิจารณา ภายใน ๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๓.๒ จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Point of Sale: POS) มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจให้ดีขึ้น

๓.๒.๑ นำเสนอเทคโนโลยีการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Point of Sale: POS) ที่มีความเหมาะสมในการนำมาใช้บริหารจัดการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ โปรแกรม พร้อมจัดทำรายละเอียดเปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียของแต่ละโปรแกรม เพื่อให้คณะกรรมการคัดเลือก โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วยฟังก์ชัน ดังนี้

- (๑) ระบบขายหน้าร้าน Point of Sale
- (๒) ระบบบริหารจัดการสินค้าคงคลัง และการบริหารคำสั่งซื้อ
- (๓) ระบบกำหนดสิทธิ์การใช้งาน
- (๔) ระบบประมวลผลการบริหารจัดการ

๓.๒.๒ จัดให้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ เกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Point of Sale: POS) ที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการ ตามข้อ ๓.๒.๑ มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ให้แก่ร้านค้าปลีก รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ร้านค้า รายละเอียดการดำเนินการประกอบด้วย

(๑) จัดทำหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกร้านค้าปลีกที่มีศักยภาพ อย่างน้อยประกอบด้วย ร้านค้า ขนาดพื้นที่ ที่ตั้ง และความพร้อมในการเข้ารับการพัฒนา เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และพัฒนาเป็นธุรกิจค้าปลีกที่สามารถนำเทคโนโลยีการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Point of Sale: POS) ไปใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจได้จริง

(๒) ประชาสัมพันธ์เชิญชวนร้านค้าปลีกที่เป็นเครือข่ายของร้านค้าส่งที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้าให้การส่งเสริม หรือร้านค้าปลีกที่มีศักยภาพ เข้าร่วมรับการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Point of Sale: POS) มาใช้เพื่อการบริหารจัดการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก พร้อมคัดเลือกร้านค้าปลีกที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ร้านค้า (ร้านค้าละไม่เกิน ๒ คน)

(๓) จัดทำทะเบียนผู้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วย ชื่อร้าน ชื่อ - นามสกุล เบอร์โทรศัพท์ ที่ตั้ง เป็นต้น พร้อมทั้งติดต่อประสานงานและอำนวยความสะดวกผู้เข้ารับคำแนะนำ

(๔) จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีด้านการบริหารจัดการธุรกิจค้าส่งค้าปลีกมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกที่ได้รับการคัดเลือก โดยดำเนินการไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ มีระยะเวลาในการอบรมไม่น้อยกว่า ๕ ชั่วโมงต่อครั้ง รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ร้านค้า (ร้านค้าละไม่เกิน ๒ คน) พร้อมจัดหาสถานที่ดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยใช้สถานที่ราชการ หรือสถาบันการศึกษา หรือสถานที่เอกชนที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับผู้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ๑ เครื่อง ต่อ ๑ ร้านค้า

(๕) จัดหาวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีด้านการบริหารจัดการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก เพื่อดำเนินการจัดอบรมตามข้อ ๓.๒.๒ (๔)

(๖) จัดทำเอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด รวมทั้งจัดหาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นในการปฏิบัติ เช่น เครื่องสแกนบาร์โค้ด เครื่องพิมพ์ใบเสร็จ และสินค้าตัวอย่าง ไม่น้อยกว่า ๑๐ รายการ จำนวน ๑ ชุด ต่อ ๑ ร้านค้า เป็นต้น เพื่อใช้ประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

(๗) จัดหาอาหารกลางวัน อาหารว่างและเครื่องดื่มให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม

(๘) จัดให้มีการประเมินผลก่อนและหลังการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) พร้อมทั้งสรุปผลการประเมินฯ

๓.๒.๓ จัดหาระบบบริหารจัดการร้านค้าปลีก ที่มีความเหมาะสมในการนำมาใช้บริหารจัดการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ตามข้อ ๓.๒.๑ เพื่อให้ธุรกิจค้าปลีกสามารถใช้เทคโนโลยีการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Point of Sale: POS) ได้จริง ให้แก่ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมกิจกรรมตามข้อ ๓.๒.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ร้านค้า รายละเอียดการดำเนินการประกอบด้วย

(๑) ติดตั้งระบบการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Point of Sale: POS) ณ ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมกิจกรรม

(๒) นำรายละเอียดสินค้าเข้าระบบฐานข้อมูลรายละเอียดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของสินค้าที่ขายได้เป็นประจำ (ไม่รวมสินค้า Dead Stock )

(๓) ทดสอบระบบการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Point of Sale: POS) ให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๔) จัดหาเจ้าหน้าที่เพื่อให้คำแนะนำปรึกษา แก้ไขปัญหาการใช้งานระบบการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Point of Sale: POS)

(๕) รวบรวมหลักฐานประกอบการติดตั้งระบบการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Point of Sale: POS) พร้อมทั้งลายมือชื่อของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก และหลักฐานการนำรายละเอียดสินค้าเข้าระบบฐานข้อมูลรายละเอียดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของสินค้าที่ขายได้เป็นประจำ (ไม่รวมสินค้า Dead Stock )

(๖) ติดตามความคืบหน้าภายหลังจากการใช้งาน ๑ เดือน พร้อมทั้งสรุปประเด็นข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการร้านค้าของแต่ละร้านค้าปลีก

๓.๒.๔ สรุปผลการดำเนินงาน พร้อมทั้งข้อเสนอแนะของการดำเนินงาน ตามข้อ ๓.๒ และแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกที่มีประสิทธิภาพ

๓.๓ จัดกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายในการส่งเสริมทำการตลาดร่วมกัน ภายใต้ชื่อ “ค้าส่งรวมใจ ไชวห่วยไทยคู่สังคม” โดยมีร้านค้าส่งค้าปลีกเข้าร่วมกิจกรรม

๓.๓.๑ นำเสนอแนวคิด (Theme) ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Event) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ประกอบด้วย

- รูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Event) ภายใต้ชื่อ “ค้าส่งรวมใจ ไชวห่วยไทยคู่สังคม”
- การเปิดตัวกิจกรรม
- การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้

๓.๓.๒ นำเสนอแนวทางในการสร้างความร่วมมือในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกันของเครือข่ายธุรกิจค้าส่งค้าปลีก หน่วยงานพันธมิตรและผู้เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมการค้าส่ง - ปลีกไทย ผู้ผลิต ผู้แทนจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งค้าปลีก

๓.๓.๓ จัดประชุมหารือร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรและผู้เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย ผู้ผลิต ผู้แทนจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งค้าปลีกในแต่ละพื้นที่ เพื่อประชุมและวางแผนส่งเสริมการตลาดร่วมกัน โดยจัดประชุมจำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ซึ่งมีผู้เข้าร่วมประชุมรวมไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย พร้อมจัดหาอาหารกลางวัน อาหารว่างและเครื่องดื่มให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมประชุม รวมทั้งอำนวยความสะดวกที่พัก และค่าเดินทางให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม

๓.๓.๔ จัดหาร้านค้าส่งค้าปลีกที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Event) โดยมีร้านค้าปลีกเข้าร่วมกิจกรรมทั้ง ๒ ครั้ง รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ ร้านค้า

๓.๓.๕ จัดหาข้อมูลร้านค้าส่งค้าปลีกตามข้อ ๓.๓.๔ ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Event) โดยมีรายละเอียดอย่างน้อยประกอบด้วยรายชื่อร้านค้าส่งค้าปลีก รายชื่อร้านค้าปลีกเครือข่ายที่

๓



เข้าร่วมกิจกรรม ช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมของแต่ละร้านค้าส่งค้าปลีก รายชื่อของผู้ผลิต ผู้แทนจำหน่ายที่เข้าร่วมกิจกรรม และสินค้าที่ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

๓.๓.๖ จัดงานเปิดตัวกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Event) ภายใต้ชื่อ “ค้าส่งรวมใจ ไชวห่วยไทยคู่สังคม” เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดกิจกรรม โดยรายละเอียดการดำเนินงานประกอบด้วย

(๑) การนำเสนอแนวคิดและออกแบบการจัดงาน

เสนอแนวคิด (Theme) และรูปแบบการจัดงาน โดยออกแบบ จัดเตรียมอุปกรณ์ และตกแต่งสถานที่จัดงาน เช่น เวที Backdrop อุปกรณ์/แสง/สี/เสียง รวมทั้งสร้างกลไกเพื่อกระตุ้นความสนใจ (Gimmick) หรือจัดการแสดงเพื่อใช้ประกอบพิธีเปิดงาน ที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับแนวคิดการจัดกิจกรรม

(๒) การจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการ

- กำหนดการจัดงาน และรายละเอียดลำดับของงาน (Script)
- จัดหาผู้ดำเนินรายการ ที่มีความรู้ความสามารถในการสื่อสารเป็นอย่างดี เพื่อดำเนินรายการ จำนวน ๑ คน
- จัดหาสถานที่จัดกิจกรรม เช่น สถานที่ราชการ สถานที่เอกชน หรือโรงแรม ระดับ ๓ ดาวขึ้นไป พร้อมตกแต่งสถานที่จัดกิจกรรม

- จัดทำเอกสารการลงทะเบียนและจัดเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน
- จัดเตรียมอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่ม สำหรับสื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด

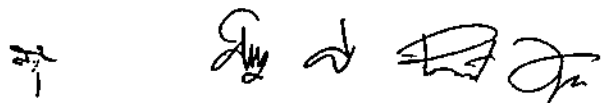
- เชิญสื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย โดยอย่างน้อยต้องมีสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และวิทยุ สื่อละไม่น้อยกว่า ๒ ราย และจัดทำข่าวแจก (Press Release) ไม่น้อยกว่า ๑ ข่าว เพื่อให้แก่สื่อมวลชนที่เข้าร่วมงาน

- ขนย้าย วัสดุอุปกรณ์หลังเสร็จสิ้นการจัดกิจกรรมเปิดตัว หากเกิดความเสียหายต่ออุปกรณ์หรือสถานที่จัดกิจกรรม ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายและค่าเสียหายดังกล่าว

๓.๓.๗ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Event) ภายใต้ชื่อ “ค้าส่งรวมใจ ไชวห่วยไทยคู่สังคม” แก่ผู้บริโภค สำหรับการจัดกิจกรรม ครั้งที่ ๑ ตามข้อ ๓.๓.๑ ดังนี้

(๑) สื่อหนังสือพิมพ์ ออกแบบ และดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยม เช่น ไทยรัฐ, เดลินิวส์, คมชัดลึก, มติชน, ข่าวสด หรือตามที่ได้เห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับหัตถ์ จำนวนอย่างน้อย ๒ ราย โดยมีข้อความและภาพครอบคลุมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด มีขนาดไม่น้อยกว่า ๖๐ คอลัมน์นิ้ว (ขนาด ¼ หน้าหนังสือพิมพ์) สีสี่ รายละเอียดไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

(๒) สื่อวิทยุ โดยจัดทำสปอตโฆษณาที่มีเนื้อหาประชาสัมพันธ์กิจกรรมความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที และเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำท้องถิ่นในระบบ FM หรือระบบ AM ในจังหวัดที่ร้านค้าปลีกเข้าร่วมกิจกรรม ไม่น้อยกว่าภูมิภาคละ ๒ สถานี ในช่วงเวลา ๐๗.๐๐ - ๒๐.๐๐ น.



(๓) สื่อโฆษณาแด่เคลื่อนที่ โดยจัดทำสปอตที่มีการระบุชื่อร้านค้า ช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมของแต่ละร้านค้าส่งค่าปลีกสำหรับกระจายเสียงความยาวไม่น้อยกว่า ๖๐ วินาที ออกแบบและจัดทำป้ายโฆษณาติดรถทั้ง ๒ ข้าง พร้อมทั้งจัดหารถแด่เคลื่อนที่ เพื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ของแต่ละร้านค้าส่งค่าปลีกที่เข้าร่วมกิจกรรม ตาม ๓.๓.๔ รวมอย่างน้อย ๒๐ คัน โดยประชาสัมพันธ์คันละไม่น้อยกว่า ๓ วัน พร้อมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เช่น ค่าเช่ารถ ค่าน้ำมัน ค่าป้ายประชาสัมพันธ์ ค่าเครื่องเสียง

(๔) สื่อสิ่งพิมพ์ ออกแบบและจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ หรือโบรชัวร์ ขนาด A๓ (๒๙.๗ ซม. x ๔๒ ซม.) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ฉบับ เพื่อจัดส่งไปรษณีย์และแจกจ่ายไปยังร้านค้าปลีกเป้าหมาย

(๕) การส่งข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Message) อาทิ SMS หรือแอปพลิเคชันไลน์ ไปยังร้านค้าส่งค่าปลีกเป้าหมาย และร้านค้าปลีกเครือข่ายที่เข้าร่วมกิจกรรม

(๖) ป้ายประชาสัมพันธ์ โดยออกแบบและจัดทำป้ายไว้นิล ขนาดไม่น้อยกว่า ๑.๒ x ๒.๔ เมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ป้าย พร้อมทั้งจัดส่งและติดประชาสัมพันธ์บริเวณหน้าร้านค้าส่งค่าปลีกที่เข้าร่วมกิจกรรม

๓.๓.๘ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Event) ภายใต้ชื่อ "ค้าส่งรวมใจ โชวห่วยไทยคู่สังคม" แก่ผู้บริโภค สำหรับการจัดกิจกรรม ครั้งที่ ๒ ตามข้อ ๓.๓.๑ ดังนี้

(๑) สื่อหนังสือพิมพ์ ออกแบบ และดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยม เช่น ไทยรัฐ, เดลินิวส์, คมชัดลึก, มติชน, ข่าวสด หรือตามที่ได้รับความนิยมเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ จำนวนอย่างน้อย ๒ ราย โดยมีข้อความและภาพครอบคลุมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด มีขนาดไม่น้อยกว่า ๖๐ คอลัมน์นิ้ว (ขนาด ¼ หน้าหนังสือพิมพ์) สีสี่ รายละเอียดไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

(๒) สื่อวิทยุ โดยจัดทำสปอตโฆษณาที่มีเนื้อหาประชาสัมพันธ์กิจกรรมความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที และเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำท้องถิ่นในระบบ FM หรือระบบ AM ในจังหวัดที่ร้านค้าส่งค่าปลีกเข้าร่วมกิจกรรม ไม่น้อยกว่าภูมิภาคละ ๒ สถานี ในช่วงเวลา ๐๗.๐๐ - ๒๐.๐๐ น.

(๓) สื่อโฆษณาแด่เคลื่อนที่ โดยจัดทำสปอตที่มีการระบุชื่อร้านค้า ช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมของแต่ละร้านค้าส่งค่าปลีกสำหรับกระจายเสียงความยาวไม่น้อยกว่า ๖๐ วินาที ออกแบบและจัดทำป้ายโฆษณาติดรถทั้ง ๒ ข้าง พร้อมทั้งจัดหารถแด่เคลื่อนที่ เพื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ของแต่ละร้านค้าส่งค่าปลีกที่เข้าร่วมกิจกรรม ตาม ๓.๓.๔ รวมอย่างน้อย ๒๐ คัน โดยประชาสัมพันธ์คันละไม่น้อยกว่า ๓ วัน พร้อมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เช่น ค่าเช่ารถ ค่าน้ำมัน ค่าป้ายประชาสัมพันธ์ ค่าเครื่องเสียง

(๔) สื่อสิ่งพิมพ์ ออกแบบและจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ หรือโบรชัวร์ ขนาด A๓ (๒๙.๗ ซม. x ๔๒ ซม.) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ฉบับ เพื่อจัดส่งไปรษณีย์และแจกจ่ายไปยังร้านค้าปลีกเป้าหมาย

(๕) การส่งข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Message) อาทิ SMS หรือแอปพลิเคชันไลน์ ไปยังร้านค้าส่งค่าปลีกเป้าหมาย และร้านค้าปลีกเครือข่ายที่เข้าร่วมกิจกรรม



(๖) ป้ายประชาสัมพันธ์ โดยออกแบบและจัดทำป้ายไว้นิล ขนาดไม่น้อยกว่า ๑.๒ x ๒.๔ เมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ป้าย พร้อมทั้งจัดส่งและติดประชาสัมพันธ์บริเวณหน้าร้านค้าส่งค้าปลีกที่เข้าร่วมกิจกรรม

๓.๓.๙ จัดทำสัญลักษณ์ในการทำกิจกรรม เพื่อใช้เป็นช่องทางในการส่งเสริมการตลาดระยะยาว อย่างน้อยประกอบด้วย เสื้อยืดจำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ ตัว พร้อมทั้งจัดส่งให้แก่ร้านค้าส่งค้าปลีกที่เข้าร่วมกิจกรรม หรือตามรูปแบบอื่นตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบ

๓.๓.๑๐ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Event) ภายใต้ชื่อ “ค้าส่งรวมใจ ไชวห่วยไทยคู่สังคม” จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง มีรายละเอียดดังนี้

(๑) จัดเตรียมและตกแต่งพื้นที่ โดยมีการแบ่งโซนที่ใช้ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ณ ร้านค้าส่งค้าปลีกที่เข้าร่วมกิจกรรม เช่น จัดหาบูธ หรือเตนท์ ให้เพียงพอและครอบคลุมระยะเวลาการจัดกิจกรรม

(๒) จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า ณ ร้านค้าส่งค้าปลีกแต่ละรายที่เข้าร่วมกิจกรรม

๓.๓.๑๑ สรุปผลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด อย่างน้อยประกอบด้วย

(๑) จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยอย่างน้อยประกอบด้วย รายชื่อร้านค้าส่งค้าปลีก และร้านค้าปลีกเครือข่ายที่เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมของแต่ละร้านค้า

(๒) รายชื่อของผู้ผลิต ผู้แทนจำหน่าย ที่เข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งสินค้าที่ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

(๓) สินค้าที่มียอดจำหน่ายสูงสุด ๕ อันดับของแต่ละภาค

(๔) มูลค่าการซื้อขาย

๓.๔ จัดกิจกรรมจับคู่เจรจาทางธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างธุรกิจค้าส่งค้าปลีกไทยกับผู้ผลิต ผู้แทนจำหน่ายและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยและต่างประเทศ

๓.๔.๑ การนำเสนอแนวคิดและออกแบบการจัดงาน

- เสนอแนวคิด (Theme) และรูปแบบการจัดงาน

๓.๔.๒ การจัดกิจกรรม

(๑) จัดหาธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ผู้ผลิต ผู้แทนจำหน่ายและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องในกลุ่มประเทศ CLMMV ที่มีความพร้อมและมีศักยภาพ พร้อมทั้งจัดทำข้อมูลพื้นฐาน โดยอย่างน้อยประกอบด้วย ชื่อร้านคู่เจรจา ชื่อเจ้าของร้าน ที่ตั้ง เบอร์ติดต่อ ภาพร้าน ลักษณะการทำธุรกิจ สินค้าและบริการที่ความต้องการของคู่เจรจา ตลอดจนข้อมูลสภาพตลาด และรูปแบบการค้าเนินธุรกิจโดยภาพรวมของประเทศเพื่อนบ้าน

(๒) ประชาสัมพันธ์ ติดต่อ ประสานงานธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ผู้ผลิต ผู้แทนจำหน่ายและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและในกลุ่มประเทศ CLMMV เพื่อคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรมจับคู่เจรจาทางธุรกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย

(๓) จัดหาสถานที่ตามความเหมาะสมและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาทางธุรกิจ (Business Matching) ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง

(๔) จัดทำเอกสารการลงทะเบียนและจัดเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน

(๕) จัดหาและติดตั้งอุปกรณ์สำหรับการจับคู่เจรจาทางธุรกิจ

(๖) ดำเนินกิจกรรมจับคู่เจรจาทางธุรกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง และอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น จัดหาลำม นัดหมายคู่เจรจาทางธุรกิจ เพื่อให้การจับคู่เจรจาทางธุรกิจเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ระหว่างนักธุรกิจไทย และนักธุรกิจประเทศเพื่อนบ้าน โดยต้องมีคู่เจรจามาจากกลุ่มประเทศ CLMMV ไม่น้อยกว่า ๓ ประเทศ ซึ่งต้องมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย โดยอย่างน้อยประกอบด้วย นักธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ผู้ผลิต ผู้แทนจำหน่ายและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องในกลุ่มประเทศ CLMMV จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ราย

(๗) จัดกิจกรรมศึกษาการดำเนินธุรกิจ โดยเลือกนักธุรกิจต่างประเทศที่มีศักยภาพในกลุ่มประเทศ CLMMV เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ร่วมกันกับนักธุรกิจไทย ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง โดยอย่างน้อยจำนวนนักธุรกิจไทยรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐ ราย

#### ๓.๔.๓ สรุปผลการจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ

- สรุปผลการจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ โดยอย่างน้อยประกอบด้วย จำนวนและรายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งมูลค่าซื้อขายที่เกิดจากการจับคู่ธุรกิจ

๓.๕ จัดทำสรุปผลการจัดกิจกรรมและประเมินผล รวมทั้งสรุปความเห็น/ข้อเสนอแนะในการจัดกิจกรรมในภาพรวมทั้งหมด

๓.๖ กรณีเกิดความเสียหายที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมตาม ๓.๑-๓.๕ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

ทั้งนี้ การดำเนินกิจกรรมตาม ๓.๑-๓.๕ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อนดำเนินการ และผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด

#### ๔. ระยะเวลาการดำเนินงาน

ดำเนินกิจกรรมให้แล้วเสร็จภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

#### ๕. เอกสารส่งมอบงาน

๕.๑ เอกสาร/หลักฐานการดำเนินงานตาม ๓.๑ ในรูปแบบของเอกสารและ DVD จำนวน ๓ ชุด

๕.๒ เอกสาร/หลักฐานการดำเนินงานตาม ๓.๒.๑, ๓.๒.๒ (๑) - (๘), ๓.๓.๑, ๓.๓.๒, ๓.๓.๓, ๓.๓.๔ (ครั้งที่ ๑), ๓.๓.๕ (ครั้งที่ ๑), ๓.๓.๖ (๑) - (๒), ๓.๓.๗ (๑) - (๖), ๓.๓.๘, ๓.๓.๑๐ (๑) - (๒) ครั้งที่ ๑, ๓.๓.๑๑ (๑) - (๔) ครั้งที่ ๑, ๓.๔.๑, ๓.๔.๒ (๑) - (๓) ในรูปแบบของเอกสารและ DVD จำนวน ๓ ชุด

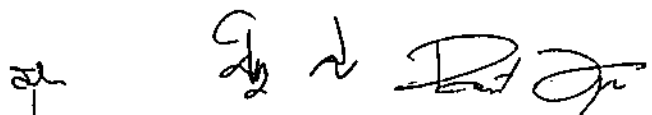
๕.๓ เอกสาร/หลักฐานการดำเนินงานตาม ๓.๒.๓ (๑) - (๖), ๓.๒.๔, ๓.๓.๔ (ครั้งที่ ๒), ๓.๓.๕ (ครั้งที่ ๒), ๓.๔.๒ (๔) - (๗), ๓.๔.๓ ในรูปแบบของเอกสารและ DVD จำนวน ๓ ชุด

๕.๔ เอกสาร/หลักฐานการดำเนินงานตาม ๓.๓.๘ (๑) - (๖), ๓.๓.๑๐ (๑) - (๒) ครั้งที่ ๒, ๓.๓.๑๑ (๑) - (๔) ครั้งที่ ๒, ๓.๕ ในรูปแบบของเอกสารและ DVD จำนวน ๓ ชุด

ทั้งนี้ ๓.๓.๗ และ ๓.๓.๘ มีเอกสาร/หลักฐานการดำเนินงาน ดังนี้

- สื่อสิ่งพิมพ์
  - รายละเอียดวันเดือนปีและฉบับที่ตีพิมพ์ จำนวน ๓ ชุด
  - ผลงานที่ตีพิมพ์ (ฉบับจริง) จำนวน ๓ ชุด
- สื่อวิทยุ
  - หนังสือยืนยันการออกอากาศจากทางสถานี ครบถ้วนตามจำนวนครั้ง ตรงตามช่วงเวลา  
ที่นำเสนอ และตรงตามแผนงานที่ระบุไว้ จำนวน ๓ ชุด
  - สำเนาบทวิทยุที่เผยแพร่ออกอากาศ จำนวน ๓ ชุด
  - สำเนาการออกอากาศทุกรายการที่เผยแพร่ในรูปแบบของ DVD จำนวน ๓ ชุด
- สื่อโฆษณาทดแทนเคลื่อนที่
  - สำเนาทสโปดโฆษณาที่เผยแพร่ในรูปแบบของ DVD จำนวน ๓ ชุด
  - จัดวางรูปแบบป้ายโฆษณาติดรถ ลงบนกระดาษ A๔ และในรูปแบบ DVD จำนวน ๓ ชุด
  - ไฟล์ภาพถ่ายรถแทนเคลื่อนที่ที่มีการติดป้ายโฆษณากิจกรรม ในรูปแบบของ DVD จำนวน ๓ ชุด
- สื่อสิ่งพิมพ์
  - จัดวางรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ แผ่นพับ หรือโบรชัวร์ ลงบน  
กระดาษ A๔ และในรูปแบบ DVD จำนวน ๓ ชุด
- ส่งข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ
  - แสดงหลักฐานการส่ง SMS หรือแอปพลิเคชันไลน์ จำนวน ๓ ชุด
- ป้ายประชาสัมพันธ์ (ไวเนล)
  - จัดวางรูปแบบป้ายไวเนลที่ใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด  
ลงบนกระดาษ A๔ และในรูปแบบ DVD จำนวน ๓ ชุด
  - ไฟล์ภาพถ่ายหน้าร้านค้าส่งค้าปลีกทุกร้าน (ยกเว้นร้านค้าปลีกเครือข่าย) ที่เข้าร่วม  
กิจกรรมที่มีการติดป้ายไวเนล ในรูปแบบของ DVD จำนวน ๓ ชุด
  - หนังสือยืนยันการรับป้ายไวเนลจากร้านค้าส่งค้าปลีกที่เข้าร่วมกิจกรรมทุกร้าน (ยกเว้น  
ร้านค้าปลีกเครือข่าย) จำนวน ๓ ชุด
- สัญลักษณ์อื่นๆ เพื่อใช้เป็นช่องทางในการส่งเสริมการตลาดระยะยาว
  - จัดวางรูปแบบสื่อยึด ที่ใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด  
ลงบนกระดาษ A๔ และในรูปแบบ DVD จำนวน ๓ ชุด
  - หนังสือยืนยันการรับสื่อยึดจากร้านค้าส่งค้าปลีกที่เข้าร่วมกิจกรรมทุกร้าน จำนวน ๓ ชุด

๔



## ๖. กำหนดการปฏิบัติงานและการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติงาน ตาม ๓. และส่งมอบงานตาม ๕. ให้แล้วเสร็จภายใน ๒๔๐ วัน

๖.๑ งวดที่ ๑ ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตาม ๓.๑ และส่งมอบงานตาม ๕.๑ ภายใน ๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๖.๒ งวดที่ ๒ ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตาม ๓.๒.๑, ๓.๒.๒ (๑) - (๘), ๓.๓.๑, ๓.๓.๒, ๓.๓.๓, ๓.๓.๔ (ครั้งที่ ๑), ๓.๓.๕ (ครั้งที่ ๑), ๓.๓.๖ (๑) - (๒), ๓.๓.๗ (๑) - (๖), ๓.๓.๘, ๓.๓.๑๐ (๑) - (๒) ครั้งที่ ๑, ๓.๓.๑๑ (๑) - (๔) ครั้งที่ ๑, ๓.๔.๑, ๓.๔.๒ (๑) - (๓) และส่งมอบงานตาม ๕.๒ ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๖.๓ งวดที่ ๓ ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตาม ๓.๒.๓ (๑) - (๖), ๓.๒.๔, ๓.๓.๔ (ครั้งที่ ๒), ๓.๓.๕ (ครั้งที่ ๒), ๓.๔.๒ (๔) - (๗), ๓.๔.๓ และส่งมอบงานตาม ๕.๓ ภายใน ๒๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๖.๔ งวดที่ ๔ ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตาม ๓.๓.๘ (๑) - (๖), ๓.๓.๑๐ (๑) - (๒) ครั้งที่ ๒, ๓.๓.๑๑ (๑) - (๔) ครั้งที่ ๒, ๓.๕ และส่งมอบงานตาม ๕.๔ ภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

## ๗. กำหนดการจ่ายเงิน

กำหนดการจ่ายค่าจ้างออกเป็น ๔ งวด ดังนี้

๗.๑ งวดที่ ๑ จ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละสิบ (๑๐%) ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตาม ๖.๑ และผ่านการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

๗.๒ งวดที่ ๒ จ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละสี่สิบ (๔๐%) ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตาม ๖.๒ และผ่านการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

๗.๓ งวดที่ ๓ จ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละสามสิบ (๓๐%) ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตาม ๖.๓ และผ่านการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

๗.๔ งวดที่ ๔ จ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละยี่สิบ (๒๐%) ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตาม ๖.๔ และผ่านการตรวจรับของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

## ๘. รายละเอียดข้อเสนอ

๘.๑ หนังสือรับรองผลงาน ตาม ๓.๑๐

๘.๒ ประวัติการทำงานของผู้รับจ้าง ผลงาน และทีมงาน ตาม ๑.๑๑

๘.๓ แผนงานและวิธีการดำเนินงานตามขอบเขตงานจ้างอย่างครบถ้วน

๘.๔ รูปแบบและแนวคิดในการจัดกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายการส่งเสริมทำการตลาด และการจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาทางธุรกิจ (Business Matching)

๘.๕ ข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ (ถ้ามี)

## ๔. ลิขสิทธิ์

๔.๑ ภาพหรือเสียงหรือสัญลักษณ์ที่ใช้ประกอบในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ จะต้องไม่ละเมิด ลิขสิทธิ์ใดๆ ทั้งสิ้น กรณีที่จำเป็นต้องใช้ภาพหรือเสียงหรือสัญลักษณ์ที่มีลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการให้ ได้รับการอนุญาตให้ถูกต้องตามกฎหมายก่อนที่จะส่งมอบงาน หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้าง จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ รวมถึงผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในการทำละเมิดด้วยตนเอง ในกรณีนำผลงานอันมี ลิขสิทธิ์ของผู้อื่นมาเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งส่วนใดในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ข้างต้นนี้

๔.๒ ผลผลิตที่เกิดขึ้นและลิขสิทธิ์ทั้งหมดของงานอันมีลิขสิทธิ์ที่สร้างขึ้นหรือเกี่ยวข้องกับการจัดจ้าง ในครั้งนี้ให้เป็นของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ห้ามนำไปจำหน่าย ทำซ้ำ คัดแปลง และเผยแพร่โดยไม่ได้รับ อนุญาตจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

## ผู้กำหนดรายละเอียด



(นางสาวสุโรณี สาเร๊ะ)  
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ



(นางสาวฐิติมา ศรีแสงทอง)  
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ



(นางสาวพัชรี นพรมภา)  
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ