

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย  
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ใช้งานก่อสร้าง**

๑. ชื่อโครงการ กิจกรรมพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ OTOP Select  
เข้าสู่ช่องทางการตลาดออฟไลน์และออนไลน์
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ กองธุรกิจภูมิภาคและชุมชน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๘,๘๐๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านแปดแสนบาทถ้วน)
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ ..... พ.ย. ๒๕๖๒  
เป็นเงิน ๘,๗๙๙,๑๖๖.๖๖ บาท (แปดล้านเจ็ดแสนเก้าหมื่นเก้าพันหนึ่งร้อยหกสิบหกบาทหกสิบหกสตางค์)  
ราคา/หน่วย (ถ้ามี) ..... บาท
๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
  - ๕.๑ บริษัท เมจิก ไอเดีย จำกัด
  - ๕.๒ บริษัท ไมซ์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด
  - ๕.๓ บริษัท รอยัล สวีสวี อีเตอร์เรลดิง จำกัด
๖. รายชื่อผู้รับผิดชอบกำหนดราคากลาง
 

๖.๑ นายสถาพร ร่วมนาพะยา	ผู้อำนวยการกองธุรกิจภูมิภาคและชุมชน
๖.๒ นางนุชอนงค์ เชิดสูงเนิน	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
๖.๓ นางสาวจริยาธร เฉลิมชวลิต	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

รายละเอียดการคำนวณราคากลาง

กิจกรรมพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ OTOP Select เข้าสู่ช่องทางการตลาดออฟไลน์และออนไลน์

ลำดับ	รายการ	ราคาที่เสนอ (บาท)
	การดำเนินกิจกรรม โดยจัดจ้างวิธี e-bidding	
๑	นำเสนอแนวคิด และจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plans) ให้ครอบคลุมขอบเขตการดำเนินกิจกรรมพัฒนา ด้านการตลาดและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ OTOP Select เข้าสู่ช่องทางการตลาดออฟไลน์และออนไลน์	๕๓,๓๓๓.๓๓
๒	ประเมินวิเคราะห์ความพร้อมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP Select	๔๖๖,๖๖๖.๖๗
	๒.๑ ศึกษา ประเมินวิเคราะห์สภาพแนวโน้มด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ OTOP และปัญหาอุปสรรค ในการพัฒนาหรือ เชื่อมโยงเข้าสู่ช่องทางการตลาด โดยครอบคลุม ๔ กลุ่มผลิตภัณฑ์	
	๒.๒ ประเมินวิเคราะห์ศักยภาพด้านตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP Select ปี ๒๕๖๒ และความพร้อมของ และสำรวจปัญหาอุปสรรค ความต้องการ การผลิต การตลาด พร้อมสรุปผลการวิเคราะห์	
	๒.๓ จัดทำฐานข้อมูล เพื่อจัดเก็บข้อมูล โดยจัดเก็บรายละเอียดข้อมูลผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์แต่ละราย รวมทั้งสรุปแยกเป็นรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ และรายภูมิภาค เพื่อสามารถใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมและติดตามผล	
๓	พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด	๕,๖๓๘,๐๐๐.๐๐
	๓.๑ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบและรับรู้และเข้าใจวัตถุประสงค์ เป้าหมาย <b>หลักเกณฑ์เงื่อนไข</b> ของการเข้าร่วมกิจกรรม และรับสมัครกลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม พร้อมจัดทำฐานข้อมูลผู้สมัคร	
	๓.๒ พิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ราย (๑) จัดทำหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการ (๒) ประสานผู้จัดทำหน่วยกลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ไม่น้อยกว่า ๕ ราย ร่วมพิจารณา (๓) จัดทำรายงานสรุปผลการพิจารณาคัดเลือก	
	๓.๓ พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือก (๑) เสนอแนวคิด รูปแบบ และขั้นตอนการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ให้แก่ผู้ประกอบการแต่ละราย (๒) พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์โดยทีมผู้เชี่ยวชาญ (๒.๑) ลงพื้นที่ให้คำแนะนำปรึกษาเชิงปฏิบัติการแก่ผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ต่อผู้ประกอบการ ๑ ราย (๒.๒) จัดทำเอกสารหลักฐานแสดงผลการให้คำแนะนำปรึกษาเชิงปฏิบัติการ (๒.๓) จัดประชุมสรุปผลการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในภาพรวม (๓) จัดทำ Directory พร้อมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์	
	๓.๔ จัดกิจกรรมทดสอบตลาด โดยนำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ไม่น้อยกว่า ๒ งาน (๑) จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยผู้ประกอบการที่ผ่านการพัฒนา จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ราย (๒) จัดนิทรรศการผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ราย โดยต้องมีกรจัดทำข้อมูล ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถติดต่อประสานหรือเชื่อมโยงการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ และออนไลน์	
๔	เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่องทางการจำหน่ายออฟไลน์และออนไลน์	๑,๐๒๓,๓๓๓.๓๓
	๔.๑ เสนอแนวคิด รูปแบบการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาเข้าสู่ช่องทางการจำหน่ายออฟไลน์และออนไลน์ (๑) ประสานเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ไปยังผู้จัดทำหน่วยกลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย รวมไม่น้อยกว่า ๒๕ ผลิตภัณฑ์ (๒) ประสานเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ไปยังผู้จัดทำหน่วย (Buyer หรือ Trader) ในพื้นที่ จำนวน ๗๖ จังหวัด (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร) จังหวัดละไม่น้อยกว่า ๑ ราย รวมไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ราย	

ลำดับ	รายการ	ราคาที่เสนอ (บาท)
	(ก) ประสานเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ อย่างน้อย ๒ แพลตฟอร์ม รวมไม่น้อยกว่า ๕๐ ผลิตภัณฑ์	
๔.๒	เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่องทางจำหน่าย โดยประสานผู้จัดจำหน่ายกลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย รวมไม่น้อยกว่า ๒๕ ผลิตภัณฑ์	
๔.๓	เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ไปยังผู้จัดจำหน่าย (Buyer หรือ Trader) ในพื้นที่ จำนวน ๗๖ จังหวัด จังหวัดละ ไม่น้อยกว่า ๑ ราย รวมไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ราย	
	(๑) จัดทำขั้นตอน และเงื่อนไข ในการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่องทางจำหน่ายของผู้จัดจำหน่าย (Buyer หรือ Trader) แต่ละราย โดยทำในรูปแบบอินโฟกราฟฟิค (Infographic)	
	(๒) ประสานเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่องทางจำหน่ายของผู้จัดจำหน่าย (Buyer หรือ Trader) เพื่อให้เกิด การสั่งซื้อ โดยครอบคลุมทุกจังหวัด รวมไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ราย และเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่องทางจำหน่าย ไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ผลิตภัณฑ์	
	(๓) สรุปผลการเชื่อมโยง พร้อมรายงานความคืบหน้าแก่คณะกรรมการทุกเดือน	
๔.๔	เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ อย่างน้อย ๒ แพลตฟอร์ม รวมไม่น้อยกว่า ๕๐ ผลิตภัณฑ์ และต้อง มียอดการสั่งซื้อ รวมไม่น้อยกว่า ๕๐ ผลิตภัณฑ์	
๕	<b>สร้างแบรนด์ให้กับผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ Co-Branding</b>	<b>๑,๒๖๒,๘๓๓.๓๓</b>
๕.๑	พิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนา จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ผลิตภัณฑ์ โดยร่วมกับผู้จัดจำหน่าย (Buyer หรือ Trader) หรือ กลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) หรือแบรนด์นวัตกรรมที่มีการออกแบบ สร้างสรรค์ มีช่องทางจำหน่ายแล้ว ไม่น้อยกว่า ๕ ราย ร่วมพิจารณาคัดเลือกและสร้างแบรนด์ ในรูปแบบ Co-Branding	
๕.๒	ออกแบบแนวคิดการสร้างแบรนด์ในรูปแบบ Co-Branding ให้แก่ผลิตภัณฑ์แต่ละราย	
๕.๓	สร้าง Branding พร้อมลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงปฏิบัติการ ณ สถานประกอบการ ของผู้ประกอบการ แต่ละราย โดยทีมผู้เชี่ยวชาญ และผู้จัดจำหน่ายที่ร่วม Co-Branding จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง ต่อผู้ประกอบการ ๑ ราย	
๕.๔	นำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่องทางจำหน่ายของผู้จัดจำหน่ายที่ร่วม Co-Branding ไม่น้อยกว่า ๕ ราย รวมไม่น้อยกว่า ๕ ผลิตภัณฑ์	
๕.๕	สรุปผลการดำเนินงาน แยกรายกิจกรรม พร้อมเอกสารหลักฐานการดำเนินงาน	
๖	<b>จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินกิจกรรม ตาม ๓.๓ - ๓.๕</b>	<b>๒๗๖,๖๖๖.๖๗</b>
๖.๑	ออกแบบ “แบนเนอร์” หรือ “แฟลชแบนเนอร์” เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรม และเผยแพร่แบนเนอร์ หรือแฟลชแบนเนอร์ บนหน้าแรก (หน้าหลัก) ของเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยม หรือเว็บไซต์ที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เว็บไซต์ โดยแต่ละเว็บไซต์ต้องเผยแพร่รวมระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน	
๖.๒	ออกแบบ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การตลาด เช่น สื่อแผนภาพ (Infographic) หรือคลิปวิดีโอ พร้อมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การดำเนินกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ไม่น้อยกว่า ๒ ช่องทาง โดยจะต้องมีจำนวนการเห็น (Impression) รวมกันแล้วไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ ครั้ง	
๗	<b>จัดทำสรุปผลการดำเนินงานในภาพรวม แยกรายกิจกรรม ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะการจัดกิจกรรม</b>	<b>๗๘,๓๓๓.๓๓</b>
	<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>๘,๗๙๙,๑๖๖.๖๖</b>

หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายเป็นราคาโดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว