

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ การจัดมหกรรมลดราคาสินค้าออนไลน์ Thailand Online Mega Sale 2020
ภายใต้โครงการเพิ่มโอกาสการค้าด้วยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ กองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ ๕ ๘ ๙ ๒๕๖๓
เป็นเงิน ๑,๙๙๓,๖๘๘.๓๓ บาท
๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - ๕.๑ บริษัท ฟูเฟลโล่ เน็ตเวิร์ค แอนด์ ดีไซน์ จำกัด
 - ๕.๒ บริษัท อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
 - ๕.๓ บริษัท จอยฟูลเนส จำกัด
๖. รายชื่อผู้รับผิดชอบกำหนดราคากลาง
 - ๖.๑ นายกำแหง กล้าสุคนธ์
 - ๖.๒ นายสันติพงษ์ วงศ์ทะเนตร
 - ๖.๓ นายเจษฎา บำเพ็ญอยู่
 - ๖.๔ นางสาวกาญจนา พุทธิมา
 - ๖.๕ นางสาวกัลยา บุญทวีบรรจง

ประมาณการค่าใช้จ่าย

| รายละเอียด | จำนวนเงินรวม |
|--|--------------|
| 1. จัดทำและนำเสนอแนวทางการดำเนินงานและแผนปฏิบัติการ (Action Plan) งานการจัดมหกรรมลดราคาสินค้าออนไลน์ฯ | 13,800.00 |
| 2. กำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการเข้าร่วมกิจกรรม/รับสมัครผู้เข้าร่วมกิจกรรม | 13,800.00 |
| 3. ทหารีร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร จำนวน 1 ครั้ง/10 หน่วยงาน | 93,350.00 |
| 4. จัดให้มีช่องทางออนไลน์เพื่อใช้ในการจัดงานฯ โดยสามารถเชื่อมโยงกับร้านค้าออนไลน์หรือ e-marketplace ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้พร้อมบริหารจัดการช่องทางออนไลน์ฯ | 238,366.67 |
| 5. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานมหกรรมลดราคาสินค้าออนไลน์ฯ ดังนี้ - ออกแบบและผลิตภาพหลักเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Key Visual) จำนวนไม่น้อยกว่า 1 แบบ - จัดทำข้อความเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Tag Line) จำนวนไม่น้อยกว่า 1 แบบ - ออกแบบและผลิตสื่อแผนภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Infographic) จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ภาพ - ออกแบบและจัดทำคลิปวิดีโอ ความยาวไม่ต่ำกว่า 15 วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คลิป และเผยแพร่ผ่านสื่อ (1) Facebook Ads โดยจะต้องมีจำนวนครั้งของโฆษณาที่ถูกแสดง (Impression) ไม่น้อยกว่า 200,000 ครั้ง และจะต้องมีจำนวนการเห็น (View) ไม่น้อยกว่า 100,000 ครั้ง (2) Youtube Ads โดยจะต้องมีจำนวนครั้งของโฆษณาที่ถูกแสดง (Impression) ไม่น้อยกว่า 200,000 ครั้ง และจะต้องมีจำนวนการเห็น (View) ไม่น้อยกว่า 100,000 ครั้ง - ออกแบบและจัดทำ Banner ของโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 รูปแบบ และเผยแพร่ผ่านสื่อ (1) Google Display Network : GDN ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับงานฯ โดยจะต้องมีจำนวนครั้งของโฆษณาที่ถูกแสดง (Impression) รวมกันไม่น้อยกว่า 800,000 ครั้ง (2) Youtube Ads ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับงานฯ โดยจะต้องมีจำนวนครั้งของโฆษณาที่ถูกแสดง (Impression) ไม่น้อยกว่า 800,000 ครั้ง - ผลิตและเผยแพร่สื่อบทการดำเนินงาน ผ่านสื่อ (1) สื่อโทรทัศน์ (เรตติ้งของช่องดิจิทัลในกลุ่ม TOP 10) เพื่อให้ข่าวสารการจัดงานฯสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง (2) สื่อวิทยุ และสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง - ประชาสัมพันธ์การจัดงานฯ ผ่านช่องทางออนไลน์โดยผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดออนไลน์ (Influencer) ที่มีชื่อเสียงจำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน ซึ่งมีผู้ติดตามผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook หรือ Youtube หรือ Instagram ช่องทางใดช่องทางหนึ่งจำนวนไม่น้อยกว่า 100,000 ราย - ประชาสัมพันธ์การจัดงานฯ ผ่าน Facebook Fanpage เกี่ยวกับการแนะนำโปรโมชั่นที่มีชื่อเสียงจำนวนไม่น้อยกว่า 2 เพลง ซึ่งมีผู้ติดตามผ่านช่องทางออนไลน์ไม่น้อยกว่า 500,000 ราย | 1,028,821.67 |
| 6. รับสมัครและคัดเลือกผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมงานมหกรรมลดราคาสินค้าออนไลน์ฯ จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ราย พร้อมทำทะเบียนข้อมูลผู้สมัครเข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบ Text File (.xls) | 73,266.66 |
| 7. จัดกิจกรรม Learn & Share ผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 หลักสูตร รวมไม่น้อยกว่า 10 ชั่วโมง โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 1,000 ราย รับสมัครผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรม/จัดทหวิทยากร จำนวนไม่น้อยกว่า 6 คน หลักฐานและรายละเอียดการเข้าเรียนฯ ของผู้ประกอบการ จำนวนไม่น้อยกว่า 1,000 ราย | 502,000.00 |
| 8. ติดตาม วิเคราะห์และประเมินผลการจัดกิจกรรม | 30,283.33 |
| รวมเงินทั้งสิ้น | 1,993,688.33 |