

รายละเอียดขอบเขตงานและกำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

โครงการตามงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑

โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

กิจกรรมย่อยที่ ๕.๑ ประชาสัมพันธ์ Online/Offline และ

กิจกรรมย่อยที่ ๕.๒ เปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวทุกการสื่อสาร

๑. หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๗๙) โดยมีกรอบแนวคิดด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตและ มีรายได้ที่ดีขึ้น และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การสร้างเสริมขีดความสามารถทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ซึ่งมีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขัน ในเชิงธุรกิจของภาคบริการ มุ่งเน้นการสร้างโอกาส อาชีพ และการมีรายได้ที่มั่นคง โดยการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เข้มแข็ง โดยการใช้ความหลากหลาย ใช้อัตลักษณ์ของท้องถิ่น มาสร้างมูลค่าและคุณค่า ผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภายใต้การบูรณาการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เชื่อมโยงระหว่างชุมชน อำเภอ จังหวัด และภาค

การส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมหลักในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศ ทั้งนี้ กรมการพัฒนาชุมชนได้ส่งเสริมให้มีการดำเนินงานพัฒนาหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวขึ้น โดยได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๔๙ จนถึงปัจจุบัน และมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมตามสภาพพื้นที่ของแต่ละหมู่บ้าน รวมถึงมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งเป็นรากฐานในการพัฒนารายได้ให้มีความมั่นคง ดังนั้น การเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ต้องกระตุ้นให้คนในชุมชน เห็นถึงความสำคัญของการแลกเปลี่ยน เรียนรู้กับนักท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ เป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรทางธรรมชาติสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นเพื่อช่วยยกระดับให้เป็นสินค้าของฝาก รวมถึงมีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยยึดกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการสร้างกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชน และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

ในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๑ กรมการพัฒนาชุมชนได้รับจัดสรรงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๑ เพื่อดำเนินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งเป็นการพัฒนา OTOP รูปแบบใหม่ โดยบูรณาการภารกิจด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้ากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนโดยใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์มาช่วยสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน ซึ่งกรมการพัฒนาชุมชนมอบหมายให้จังหวัดคัดเลือกจากชุมชนที่มีศักยภาพ พร้อมสร้างความเข้าใจกับชุมชน และช่วยวิเคราะห์ เสน่ห์ วิถีชีวิตภูมิปัญญา วัฒนธรรมของชุมชน เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อการค้ำต่อนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ จังหวัดสมุทรสาครได้คัดเลือกชุมชนแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเข้าร่วมโครงการ จำนวน ๑๒ แห่ง ซึ่งชุมชนที่ได้รับการคัดเลือกสามารถนำมากำหนดเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในระหว่างชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการดำเนินงานตามภารกิจดังกล่าวจะส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมถึงเป็นการตอบสนองต่อทิศทางการพัฒนาประเทศตามแนวคิด Thailand ๔.๐ และเป้าประสงค์ตามยุทธศาสตร์ของจังหวัดสมุทรสาครที่มุ่งหวังให้สินค้าและบริการมีมูลค่าเพิ่มขึ้น เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานราก และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดให้ดีขึ้น

ประธาน.....

กรรมการ.....

กรรมการ.....

๒. วัตถุประสงค์โครงการ

๒.๑ เพื่อสร้างและพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในชุมชนให้มีความพร้อมในการรองรับการเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน

๒.๒ เพื่อยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีอัตลักษณ์และมีความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน

๒.๓ เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน และระหว่างหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน

๓. วัตถุประสงค์ในการจ้าง

จังหวัดสมุทรสาคร โดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ดำเนินการจ้างเหมากิจกรรมส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว กิจกรรมย่อยประชาสัมพันธ์ Online/Offline และกิจกรรมเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวทุกการสื่อสาร เพื่อพัฒนาและจัดทำเนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้มีความน่าสนใจ และปรับปรุงเนื้อหาอย่างต่อเนื่องสำหรับส่งต่อเข้าสู่กระบวนการประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่างๆ พร้อมจัดกิจกรรมกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเข้ามาเยี่ยมชมเยือนหมู่บ้านท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ แห่งมากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นในวงกว้าง

๔. กลุ่มเป้าหมาย

หมู่บ้านท่องเที่ยวเป้าหมาย ๑๒ แห่ง

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน ๔๕ วัน นับตั้งแต่วันที่ถัดจากวันลงนามในสัญญา

๖. วิธีการจ้างดำเนินงาน

วิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e-bidding) ตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุด้วยวิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Market : e-market) และด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e-bidding) พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.๒๕๖๐, ระเบียบกระทรวงการคลัง ว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐

๗. ขอบเขตและวิธีการดำเนินงาน

ผู้เสนอราคาจ้างเหมาส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว กิจกรรมประชาสัมพันธ์ Online/Offline และกิจกรรมเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวทุกการสื่อสาร ต้องดำเนินการในประเด็นสำคัญดังนี้

๗.๑ เสนอทีมผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาสื่อ โดยมีผลงานเป็นที่ยอมรับ

๗.๒ การพัฒนาและจัดทำ Content Marketing

๗.๒.๑ เสนอกระบวนการทำ Content Marketing ที่มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยให้กิจกรรมส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

๗.๒.๒ จัดทำแผนพัฒนาและจัดทำเนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนทั้ง ๑๒ แห่ง และกำหนดประเด็นที่จะทำการปรับปรุงเนื้อหาของหมู่บ้านท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ แห่งอย่างต่อเนื่อง เป็นระยะเวลา ๑ ปี

๗.๒.๓ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบวิดีโอ (Video Marketing) จำนวน ๑๒ เรื่อง โดยแต่ละเรื่องมีความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที และเป็นภาษาไทย เน้นรูปแบบ Entertainment และการเล่าเรื่องราวให้น่าสนใจ ในเชิงสร้างสรรค์ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมสาระสำคัญ ๓ ส่วนคือ (๑) แนะนำหมู่บ้าน (๒) ผลิตภัณฑ์เด่น (๓) กิจกรรม สถานที่ เสน่ห์และวัฒนธรรมของหมู่บ้าน เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่

ประธาน.....

กรรมการ.....

กรรมการ.....

๗.๒.๔ ผลิตเพลงส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำหมู่บ้าน จำนวน ๑๒ เพลง เพื่อสร้างการจดจำและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเข้ามาเยี่ยมเยือนหมู่บ้านท่องเที่ยว โดยต้องประพันธ์ขึ้นใหม่ทั้งเนื้อเพลง และดนตรี ทั้งนี้ ให้ลิขสิทธิ์ของเพลงส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำหมู่บ้านดังกล่าวเป็นของกรมการพัฒนาชุมชน

๗.๓ การประชาสัมพันธ์ Online/Offline

๗.๓.๑ เสนอการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ และแนวทางการเผยแพร่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง โดยเน้นสื่อในสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ได้รับความนิยม เช่น Facebook, YouTube หรืออื่นๆ ที่เหมาะสม

๗.๓.๒ สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบวิดีโอ และเพลงส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำหมู่บ้านที่จัดทำขึ้นให้นำเข้าสู่กระบวนการประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่างๆ ได้รับความนิยม เช่น Facebook, YouTube หรืออื่นๆ ที่เหมาะสม

๗.๓.๓ สร้าง Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ แห่ง เพื่อสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างหมู่บ้านท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป ซึ่งจะช่วยสร้างการรับรู้ถึงการมีอยู่ของหมู่บ้านท่องเที่ยว และช่วยให้นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปสามารถติดตาม ข้อมูลข่าวสารต่างของหมู่บ้านท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา พร้อมนำวิดีโอ และเพลงส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำหมู่บ้าน เข้าสู่ Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยว

๗.๓.๔ อบรมการสร้างและปรับปรุงเนื้อหา Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยวให้แก่แกนนำหมู่บ้านท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ แห่ง อย่างน้อย ๒ ครั้งๆ ละ ๓๐ คน โดยให้การอบรมอย่างน้อย ๑ วัน/ครั้ง และในครั้งสุดท้ายของการอบรมต้องมีหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่า แกนนำหมู่บ้านท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ แห่งสามารถปรับปรุงเนื้อหา Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยวได้เอง

๗.๓.๕ ดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องตามช่องทางต่างๆ โดยต้องกำหนดรูปแบบ เนื้อหา การประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารอย่างน้อย ๒๐ ช่องทาง (แต่ละช่องทางใช้ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน)

๗.๓.๖ ดำเนินการเชื่อมโยง Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ แห่งเข้ากับ Facebook Fan page อื่นๆ อย่างน้อย ๕๐ Fan page

๗.๔ การเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวสร้างการรับรู้

๗.๔.๑ จัดกิจกรรมพิเศษ Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยวที่ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาเยี่ยมเยือนหมู่บ้านท่องเที่ยว เพื่อสร้างการรับรู้ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นในวงกว้าง โดยเป็นกิจกรรมที่บุคคลทั่วไปสามารถเข้าร่วมได้ และเป็นกิจกรรมที่เน้นความสนุกสนาน สร้างการจดจำของแหล่งท่องเที่ยว

๗.๔.๒ จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์หมู่บ้านท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ แห่ง โดยแผ่นพับประชาสัมพันธ์ของแต่ละหมู่บ้าน ต้องมีเนื้อหาครอบคลุมสาระสำคัญ ๓ ส่วนคือ (๑) แนะนำหมู่บ้าน (๒) ผลิตภัณฑ์เด่น (๓) กิจกรรม สถานที่ แหล่งและวัฒนธรรมของหมู่บ้าน โดยแผ่นพับมีขนาด A๔ พิมพ์บนกระดาษอาร์ต ๑๕๐ แกรม พิมพ์ ๔ สี จำนวน ๑,๐๐๐ แผ่นต่อหมู่บ้าน

๗.๔.๓ จัดทำจุดถ่ายรูปที่ช่วยส่งเสริมช่องทางการตลาด โดยรูปแบบของจุดถ่ายรูปจะเป็นการสร้าง Landmark และจุดจดจำ หรือการตอกย้ำภาพลักษณ์จุดเด่นของหมู่บ้านท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการซื้อขายและบริการของทั้ง ๑๒ หมู่บ้าน ตามความเหมาะสมของหมู่บ้าน

๗.๔.๔ ป้ายประชาสัมพันธ์บอกจุดสำคัญของหมู่บ้าน ขนาดตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ เพื่อส่งเสริมการเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกระหว่างเส้นทางในการเดินทางเข้าสู่หมู่บ้านท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ป้ายต่อหมู่บ้าน

ประธาน..... กรรมการ..... กรรมการ.....

๘. คุณสมบัติของผู้ประสงค์จะเสนอราคา

๘.๑ เป็นองค์กร สถาบันการศึกษา หรือนิติบุคคล ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการพัฒนาสื่อและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ Online และ Offline โดยหากเป็นนิติบุคคลให้ยื่นสำเนารับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลที่รับรองโดยกระทรวงพาณิชย์ (ไม่เกิน ๖ เดือนในวันที่ยื่นเสนอราคา) บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น (ฉบับปัจจุบัน) และสำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม พร้อมรับรองสำเนาถูกต้องด้วย

๘.๒ ผู้เสนอราคาต้องเคยมีประสบการณ์ในการทำงานลักษณะเดียวกับงานที่จ้างกับหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือ หน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ ภายในวงเงินสัญญาเดียวกันไม่น้อยกว่า ๗๐๐,๐๐๐ บาท และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรง ภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ ปี พร้อมแสดงหลักฐานการจัดงานประกอบการนำเสนอให้คณะกรรมการพิจารณา

๘.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการ และได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๘.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่มีประวัติเสื่อมเสียในการทำงาน เช่น ส่งงานล่าช้าเกินกำหนดมากกว่า ๓๐ วัน ทุจริต ทำงาน ไม่ตั้งใจทำงาน หรืออื่นๆ ที่ได้รับการร้องเรียนจากผู้จ้างงานอื่นๆ

๘.๕ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

๘.๖ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาไม่มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๘.๗ ผู้เสนอราคาที่เป็นองค์กร สถาบันการศึกษา หรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญา ต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๘.๘ คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่ การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน สามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

๘.๙ ผู้เสนอราคาที่เป็นองค์กร สถาบันการศึกษา หรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๘.๑๐ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด

๘.๑๑ ทีมวิทยากรต้องมีความรู้เฉพาะด้าน มีผลงานหรือประสบการณ์การทำงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง

๘.๑๒ ทีมผู้เชี่ยวชาญต้องสามารถพัฒนาและจัดทำ Content Marketing, ประชาสัมพันธ์ Online/Offline และการเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวสร้างการรับรู้ ให้เกิดผลสำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ และมีคุณภาพตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด โดยมีคุณลักษณะของทีมผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อยประกอบด้วย

๘.๑๒.๑ มีผลงานด้านการพัฒนาและจัดทำ Content Marketing, การประชาสัมพันธ์ Online/Offline และการเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวสร้างการรับรู้ โดยมีตัวอย่างผลงานที่ได้รับการยอมรับ

๘.๑๒.๒ มีจำนวนทีมงานเพียงพอที่ทำให้เชื่อได้ว่าสามารถพัฒนาและจัดทำ Content Marketing, การประชาสัมพันธ์ Online/Offline และการเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวสร้างการรับรู้ ได้สำเร็จอย่างมีคุณภาพตามระยะเวลาที่กำหนด

ประธาน..... กรรมการ..... กรรมการ.....

๘.๑๒.๓ มีผู้ประสานงานที่ทำหน้าที่ประสานงานกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และรับผิดชอบ การดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการจนถึงส่งมอบผลงานการพัฒนาและจัดทำ Content Marketing, การจัดทำ สื่อประชาสัมพันธ์ Online/Offline และรายงานผลการดำเนินกิจกรรมเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวสร้างการรับรู้ ที่พัฒนาแล้ว

๙. การจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค

ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาครกำหนด โดยเอกสารรายละเอียดข้อเสนอทางเทคนิคทั้งหมด จะต้องทำให้อยู่ในไฟล์เดียวกัน โดยมีหัวข้อการนำเสนอ ดังนี้

๙.๑ ชื่อหน่วยงาน ทีมผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาและจัดทำ Content Marketing, การประชาสัมพันธ์ Online/Offline และการเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวสร้างการรับรู้ และผลงานที่ผ่านมา

๙.๒ แผนการปฏิบัติงานตั้งแต่เริ่มต้นการพัฒนาและจัดทำ Content Marketing, การประชาสัมพันธ์ Online/Offline และการเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวสร้างการรับรู้ จนถึงส่งมอบผลงาน

๙.๓ ตัวอย่างแนวคิดและแบบร่างการพัฒนาและจัดทำ Content Marketing, การประชาสัมพันธ์ Online/Offline และการเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวสร้างการรับรู้

๙.๔ แผนการส่งมอบผลงาน ได้แก่ วิดีโอ (Video Marketing), เพลงส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำหมู่บ้าน, Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยว, บัญชีรายชื่อ Facebook Fan page อื่นๆ, ผลการจัดกิจกรรม พิเศษที่ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาเยี่ยมชมหมู่บ้านท่องเที่ยว, แผ่นพับประชาสัมพันธ์หมู่บ้าน ท่องเที่ยว, จดถ่ายรูปที่ช่วยส่งเสริมช่องทางการตลาด และป้ายประชาสัมพันธ์

๙.๕ แผนจัดกิจกรรมอบรมการสร้างและปรับปรุงเนื้อหา Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยว ให้แก่แกนนำหมู่บ้านท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ แห่ง

๙.๖ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่ภาครัฐได้ประโยชน์

๑๐. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก

๑๐.๑ เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกผู้ชนะการเสนอราคา

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร กำหนดใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพ ผู้รับจ้างต่อราคา ประกอบด้วย ๒ เงื่อนไขดังนี้

๑๐.๑.๑ ข้อเสนอด้านราคา เกณฑ์คะแนนร้อยละ ๔๐

๑๐.๑.๒ ข้อเสนอด้านคุณภาพ คุณสมบัติ และประโยชน์ที่ทางราชการจะได้รับเกณฑ์คะแนน ร้อยละ ๖๐ ดังต่อไปนี้

กิจกรรม	คะแนน
๑. ความพร้อมของผู้เสนอราคาในการดำเนินงาน ได้แก่ ทีมผู้เชี่ยวชาญ ผลงานที่ผ่านมา และแผนการปฏิบัติงานตั้งแต่เริ่มต้นกิจกรรมประชาสัมพันธ์ Online/Offline และกิจกรรม เปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวทุกการสื่อสาร จนถึงส่งมอบผลงาน	๒๐
๒. แนวคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ Online/Offline และกิจกรรม เปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวทุกการสื่อสาร	๒๐
๓. แผนการส่งมอบผลงาน และแผนจัดกิจกรรมอบรมการสร้างและปรับปรุงเนื้อหา Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยว ให้แก่แกนนำหมู่บ้านท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ แห่ง	๑๐
๔. ข้อเสนอเพิ่มเติมนอกเหนือจากรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะที่ภาครัฐได้ประโยชน์	๑๐

ประธาน.....

กรรมการ.....

กรรมการ.....

๑๐.๒ เกณฑ์การคัดเลือกผู้รับจ้างให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ปี พ.ศ.๒๕๖๐ การจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e-bidding) ข้อ ๗๗ (๒)

ทั้งนี้ กรรมการฯ อาจเชิญผู้เสนอราคาเข้ามาชี้แจงและตอบข้อซักถาม

๑๑. สถานที่ดำเนินการ

๑๑.๑ กิจกรรมประชาสัมพันธ์ Online/Offline และกิจกรรมเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวทุกการสื่อสาร กำหนดให้ทีมผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่เก็บข้อมูลภายในจังหวัดสมุทรสาคร

๑๑.๒ กิจกรรมอบรมการสร้างและปรับปรุงเนื้อหา Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยว ให้แก่แกนนำหมู่บ้านท่องเที่ยว ดำเนินการ ณ สถานที่ภายในจังหวัดสมุทรสาคร หรือจังหวัดใกล้เคียงที่เหมาะสม

๑๒. การส่งมอบงานและการชำระเงิน

๑๒.๑ จังหวัดสมุทรสาครจะจ่ายเงินค่าจ้างโดยกำหนดชำระแบ่งเป็น ๓ งวด ภายหลังจากผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วนตามสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานในแต่ละกิจกรรมไว้เรียบร้อยแล้ว ดังนี้

๑๒.๑.๑ งวดที่ ๑ กำหนดจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้างทั้งหมดภายใน ๑๐ วัน เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานออกแบบการพัฒนาและจัดทำ Content Marketing, การประชาสัมพันธ์ Online/Offline และการเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยวสร้างการรับรู้

๑๒.๑.๒ งวดที่ ๒ กำหนดจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๕๐ ของค่าจ้างทั้งหมดภายใน ๒๕ วัน เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบวิดีโอ (Video Marketing), เพลงส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำหมู่บ้าน, Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยว, บัญชีรายชื่อ Facebook Fan page อื่นๆ ที่นำมาเชื่อมโยงกับ Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ แห่ง, รายงานผลการจัดกิจกรรมพิเศษที่ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาเยี่ยมชมเยือนหมู่บ้านท่องเที่ยว, แผ่นพับประชาสัมพันธ์หมู่บ้านท่องเที่ยว, จุดถ่ายรูปที่ช่วยส่งเสริมช่องทางการตลาดและป้ายประชาสัมพันธ์รายการ (ป้ายกองโจร) เรียบร้อยแล้ว

๑๒.๑.๓ งวดที่ ๓ กำหนดจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้างทั้งหมด ภายใน ๑๐ วัน เมื่อผู้รับจ้างจัดกิจกรรมอบรมการสร้างและปรับปรุงเนื้อหา Facebook Fan page ของหมู่บ้านท่องเที่ยว ให้แก่แกนนำหมู่บ้านท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ แห่ง และรายงานผลการดำเนินงานเรียบร้อยแล้ว

๑๒.๒ การปรับและลดค่าจ้าง

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่อาจดำเนินการตามขอบเขตและวิธีการดำเนินการได้ ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการปรับหรือลดค่าจ้างตามกิจกรรมที่กำหนดไว้ในข้อเสนอด้านราคาตามที่ผู้รับจ้างได้ให้บริการจริง

๑๓. งบประมาณ

วงเงินงบประมาณ จำนวนทั้งสิ้น ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายอื่นแล้ว

๑๔. ผู้รับผิดชอบ

กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร
พัฒนาการจังหวัดสมุทรสาคร สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร

๑๕. สถานที่ติดต่อ

๑๕.๑ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ชั้น ๒ ศาลากลางจังหวัดสมุทรสาคร ตำบลมหาชัย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โทร ๐๓๔-๔๑๑๗๑๗ เว็บไซต์ <http://samutsakhon.cdd.go.th>

ประธาน.....

กรรมการ.....

กรรมการ.....

๑๕.๒ ผู้ประสานงาน

นางสาวสุวรรณา รอดเรือง

นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการพิเศษ

นายสมชาย

สุเทศ

นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ

๑๖. ขอสถวนสิทธิในการเสนอราคาและอื่นๆ

๑๖.๑ สิทธิในผลงานทั้งหมด เป็นของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร

๑๖.๒ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ทรงไว้ซึ่งสิทธิซึ่งจะไม่รับพิจารณาราคาต่ำสุดเสมอไป ทั้งนี้ เพื่อรักษาไว้ซึ่งประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ

๑๖.๓ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ขอสถวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาสาระ/ภาพ ขาวสาร บทความประชาสัมพันธ์ เพื่อความเหมาะสม

๑๗. ข้อกำหนดและเงื่อนไข

๑๗.๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการตามแผนงานที่เสนอ และตามขอบเขตดำเนินการที่ระบุไว้ข้างต้น

๑๗.๒ ผู้รับจ้างต้องรายงานความคืบหน้าของงานที่ได้รับมอบหมาย ตามที่สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร กำหนด

๑๗.๓ ผู้รับจ้างจะต้องทำการส่งมอบข้อมูลทั้งหมด ให้สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ทั้งแบบรูปเล่มรายงานและไฟล์ DVD/CD หรือตามเงื่อนไขที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ระบุ และให้ถือว่าข้อมูลดังกล่าว เป็นทรัพย์สินของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะนำไป ทำซ้ำ เผยแพร่ หรือใช้ประโยชน์อันเนื่องต่อผลประโยชน์ของผู้รับจ้างไม่ได้

๑๗.๔ หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการได้ตามขอบเขตการดำเนินงานฯ ในข้อ ๗ สำนักงานพัฒนา ชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร จะพิจารณาสงวนสิทธิ์การปรับตามระเบียบกรณีผิดสัญญาจ้าง

สถานที่ติดต่อเพื่อขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม เสนอแนะ วิचारณ์ หรือแสดงความคิดเห็นโดยเปิดเผย

ประชาชนผู้ที่สนใจสามารถวิचारณ์เสนอข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อกำหนดคุณ ลักษณะเฉพาะของงานที่จะจัดหาโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม เป็นลายลักษณ์อักษร โดยส่ง ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) ส่งไปที่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ชั้น ๒ ศาลากลางจังหวัด สมุทรสาคร ตำบลมหาชัย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ๗๔๑๐๐ โทรศัพท์ ๐ ๓๔๔๑ ๑๗๑๗ หรือที่เว็บไซต์ <http://samutsakhon.cdd.go.th> โดยขอให้ท่านผู้เสนอแนะกรณารับ ชื่อ ที่อยู่ หมายเลข โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ตาม วัน และเวลาราชการ

ประธาน.....

กรรมการ.....

กรรมการ.....