

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ จ้างการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ Kol Influencer Youtuber
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ : งานประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักงานพัฒนาพิงคนคร (องค์การมหาชน)
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร : ๑,๖๗๐,๐๐๐ บาท
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง): ๒๖ มิ.ย. ๒๕๖๘
เป็นเงิน ๑,๖๖๘,๑๖๖.๖๗ บาท
๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - ๕.๑ บริษัท ดับเบิล พี คอมมิวนิเคชั่น จำกัด
 - ๕.๒ บริษัท แครี่ยู จำกัด (สำนักงานใหญ่)
 - ๕.๓ บริษัท เมคอิทแฮพเพิน อีเวนท์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - ๖.๑ นางสาวภัทราภรณ์ บิลมาศ
 - ๖.๒ นายภาณุพงศ์ ฤทธิ์ไกร
 - ๖.๓ นางสาวหฤษณ์กุล ปัญญาราช

รายละเอียดราคากลางแบบท้ายตารางฯ (แบบ บก.๐๖)

ตามขอบเขต การดำเนินการราคากลาง

จ้างการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ Kol Influencer Youtuber

ลำดับ	รายการ	จำนวน/ หน่วย	ราคา/หน่วย	รวมเงิน
๑	ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดหา ผู้นำทางความคิดเฉพาะกลุ่ม (Key Opinion Leader : KOL) หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หรือยูทูบเบอร์ (Youtuber) ประชาสัมพันธ์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี บนสื่อออนไลน์ตามรายละเอียด ดังนี้ ๑) จัดหาบุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ - ช่องทาง Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๔ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Instagram ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Tiktok ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ แสน ผู้ติดตาม หรือมียอดผู้ติดตามทุกช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า ๔ ล้านผู้ติดตาม ๒) จัดหาบุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง ได้แก่ - ช่องทาง Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Instagram ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Tiktok ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑ ล้าน ผู้ติดตาม หรือมียอดผู้ติดตามทุกช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า ๒ ล้านผู้ติดตาม ๓) จัดหาบุคคลที่มีอิทธิพลด้านการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เชิงท่องเที่ยว โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง ได้แก่ - ช่องทาง Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Instagram ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Tiktok ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑ แสน ผู้ติดตาม หรือมียอดผู้ติดตามทุกช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า ๓ ล้านผู้ติดตาม ด้านการผลิต ๔) บุคคลข้างต้นที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องเดินทางมาดำเนินการผลิตผลงานรูปแบบคลิปวิดีโอ ไปในทิศทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเชิงบวก และผลิตผลงานภาพนิ่งในรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี โดยการ	๑ งาน	๑,๖๖๘,๑๖๖.๖๗	๑,๖๖๘,๑๖๖.๖๗

ผลิตผลงานจะต้องมีทีมงานถ่ายทำส่วนตัว พร้อมดำเนินการตัดต่อผลงานทั้งหมด รายละเอียดดังนี้ ๑) บุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ - ผลิตคลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๑ คลิป และคลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป - ผลิตภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ เพื่อใช้ในการเผยแพร่รายละเอียดไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน pixel ๒) บุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง - ผลิตคลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๑ คลิป และคลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป - ผลิตภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ เพื่อใช้ในการเผยแพร่รายละเอียดไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน pixel ๓) บุคคลที่มีอิทธิพลด้านการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เชิงท่องเที่ยว - ผลิตคลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๑ คลิป และคลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป - ผลิตภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ เพื่อใช้ในการเผยแพร่รายละเอียดไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน pixel ด้านการเผยแพร่ ๕) บุคคลข้างต้นที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องเผยแพร่ผลงานภาพนิ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม เผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรืออินสตาแกรม (Instagram) รายละเอียดดังนี้ ๑) บุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ โพสต์เชิญชวนก่อนวันเข้าถ่ายทำล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๑ สัปดาห์ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๓ ภาพ และเผยแพร่ภาพนิ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ ๒) บุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง โพสต์เชิญชวนก่อนวันเข้าถ่ายทำล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๑ สัปดาห์ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๓ ภาพ และเผยแพร่ภาพนิ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ			
--	--	--	--

	๓) บุคคลที่มีอิทธิพลด้านรายการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โพสต์เชิญชวนก่อนวันเข้าถ่ายทำล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๑ สัปดาห์ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๓ ภาพ และเผยแพร่ภาพหนึ่งที่ได้ดำเนินการถ่ายพร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ ๖) บุคคลข้างต้นที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องดำเนินการเผยแพร่คลิปวิดีโอที่ได้ดำเนินการติดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว รายละเอียดดังนี้ ๑) บุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที ในช่องทางยูทูบ (Youtube) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๓ นาที ในช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง และเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป ในช่องติ๊กต็อก (Tiktok) และยูทูบ Short ๒) บุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตนเอง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที ในช่องทางยูทูบ (Youtube) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๓ นาที ในช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง และเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป ในช่องติ๊กต็อก (Tiktok) และยูทูบ Short ๓) บุคคล ที่มีอิทธิพลด้านรายการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที ในช่องทางยูทูบ (Youtube) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๓ นาที ในช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง และเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป ในช่องติ๊กต็อก (Tiktok) และยูทูบ Short ๗) ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทาง หรือที่พักที่เกิดขึ้นในการจ้างครั้งนี้ พร้อมประสานงานกับส่วนที่เกี่ยวข้องล่วงหน้าในการขอเข้าพื้นที่เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพื่อผลิตผลงาน ๘) หากมีการนำเสียงเพลง/ภาพ จากแหล่งอื่นมาใช้ประกอบในการจัดทำจะต้องเป็นเสียง/ภาพที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์เท่านั้น โดยผู้ว่าจ้างสามารถนำไปใช้งานประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ต่อได้ หากมีประเด็นทางด้านกฎหมายที่ทำให้ ผู้ว่าจ้างถูกฟ้องร้อง หรือเรียกร้องค่าเสียหายในเรื่องลิขสิทธิ์จากส่วนประกอบทั้งหมด ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบชำระค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่เกิดขึ้น			
--	---	--	--	--

	แทนผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะฟ้องร้อง เรียกร้องค่าเสียหาย หรือ ค่าใช้จ่ายใด ๆ จากผู้ว่าจ้าง ไม่ได้ทั้งสิ้น			
	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น			๑,๖๖๘,๑๖๖.๖๗
(หนึ่งล้านหกแสนหกหมื่นแปดพันหนึ่งร้อยหกสิบหกบาทหกสิบเจ็ดสตางค์)				

.....ประธานกรรมการ

นางสาวภัทราภรณ์ บิลมาศ
หัวหน้างานประชาสัมพันธ์

.....กรรมการ

นายภาณุพงศ์ ฤทธิไกร
เจ้าหน้าที่ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

.....กรรมการและเลขานุการ

นางสาวหฤษฎ์กุล ปัญญาราช
เจ้าหน้าที่ผลิตสื่อศิลปกรรม

รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (Spec)

จ้างการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ Kol Influencer Youtuber

ลำดับ	รายการ	จำนวน
	ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดหา ผู้นำทางความคิดเฉพาะกลุ่ม (Key Opinion Leader : KOL) หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หรือยูทูบเบอร์ (Youtuber) ประชาสัมพันธ์เชิงใหม่ในโซเชียลมีเดีย บนสื่อออนไลน์ตามรายละเอียดดังนี้ ๑) จัดหาบุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ - ช่องทาง Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๔ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Instagram ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Tiktok ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ แสน ผู้ติดตาม หรือมียอดผู้ติดตามทุกช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า ๔ ล้านผู้ติดตาม ๒) จัดหาบุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง ได้แก่ - ช่องทาง Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Instagram ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Tiktok ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑ ล้าน ผู้ติดตาม หรือมียอดผู้ติดตามทุกช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า ๒ ล้านผู้ติดตาม ๓) จัดหาบุคคลที่มีอิทธิพลด้านการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เชิงท่องเที่ยว โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง ได้แก่ - ช่องทาง Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Instagram ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Tiktok ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑ แสน ผู้ติดตาม หรือมียอดผู้ติดตามทุกช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า ๓ ล้านผู้ติดตาม	๑ งาน

ด้านการผลิต

๔) บุคคลข้างต้นที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องเดินทางมาดำเนินการผลิตผลงานรูปแบบคลิปวิดีโอ ไปในทิศทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเชิงบวก และผลิตผลงานภาพนิ่งในรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี โดยการผลิตผลงานจะต้องมีทีมงานถ่ายทำส่วนตัว พร้อมดำเนินการตัดต่อผลงานทั้งหมด รายละเอียดดังนี้

๑) บุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ

- ผลิตคลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๑ คลิป และคลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป

- ผลิตภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ความละเอียดไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน pixel

๒) บุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง

- ผลิตคลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๑ คลิป และคลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป

- ผลิตภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ความละเอียดไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน pixel

๓) บุคคลที่มีอิทธิพลด้านการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เชิงท่องเที่ยว

- ผลิตคลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๑ คลิป และคลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป

- ผลิตภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ความละเอียดไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน pixel

ด้านการเผยแพร่

๕) บุคคลข้างต้นที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องเผยแพร่ผลงานภาพนิ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม เผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรืออินสตาแกรม (Instagram) รายละเอียดดังนี้

๑) บุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ โพสต์เชิญชวนก่อนวันเข้าถ่ายทำล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๑ สัปดาห์ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๓ ภาพ และเผยแพร่ภาพนิ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ

๒) บุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง โพสต์เชิญชวนก่อนวันเข้าถ่ายทำล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๑ สัปดาห์ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๓ ภาพ และเผยแพร่ภาพนิ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ

๓) บุคคลที่มีอิทธิพลด้านรายการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โพสต์เชิญชวนก่อนวันเข้าถ่ายทำล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๑ สัปดาห์ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๓ ภาพ และเผยแพร่ภาพนิ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ

๖) บุคคลข้างต้นที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องดำเนินการเผยแพร่คลิปวิดีโอที่ได้ดำเนินการตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว รายละเอียดดังนี้

๑) บุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที ในช่องทางยูทูบ (Youtube) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๓ นาที ในช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง และเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป ในช่องติ๊กต็อก (Tiktok) และยูทูบ Short

	๒) บุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที ในช่องทางยูทูบ (Youtube) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๓ นาที ในช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง และเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป ในช่องติกต็อก (Tiktok) และยูทูบ Short ๓) บุคคล ที่มีอิทธิพลด้านรายการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที ในช่องทางยูทูบ (Youtube) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๓ นาที ในช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง และเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป ในช่องติกต็อก (Tiktok) และยูทูบ Short ๗) ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทาง หรือที่พักที่เกิดขึ้นในการจ้างครั้งนี้ พร้อมประสานงานกับส่วนที่เกี่ยวข้องล่วงหน้าในการขอเข้าพื้นที่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพื่อผลิตผลงาน ๘) หากมีการนำเสียงเพลง/ภาพ จากแหล่งอื่นมาใช้ประกอบในการจัดทำ จะต้องเป็นเสียง/ภาพที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์เท่านั้น โดยผู้ว่าจ้าง สามารถนำไปใช้งานประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ต่อได้ หากมีประเด็นทางด้านกฎหมายที่ทำให้ ผู้ว่าจ้าง ถูกฟ้องร้อง หรือเรียกร้องค่าเสียหายในเรื่องลิขสิทธิ์จากส่วนประกอบทั้งหมด ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบชำระค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่เกิดขึ้นแทนผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะฟ้องร้อง เรียกหรือค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใด ๆ จากผู้ว่าจ้าง ไม่ได้ทั้งสิ้น	
--	--	--


ประธานกรรมการ
 นางสาวภัทราภรณ์ บิลมาศ


กรรมการ
 นายภาณุพงศ์ กุทธิ์ไกร


กรรมการและเลขานุการ
 นางสาวทฤษฎ์กุล ปัญญาราช

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)

จ้างการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ Kol Influencer Youtuber

๑. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram) ติกต็อก (Tiktok) เข้ามามีบทบาทสำคัญในวงกว้างต่อระบบการสื่อสาร การเผยแพร่นำเสนอข้อมูลในช่องทางสื่อออนไลน์ในช่องทางดังกล่าว ถือเป็นการสร้างการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวในการมาเยือนเชียงใหม่ในทิวทัศน์อีกหนึ่งช่องทาง

การดำเนินการจ้างการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ด้วยบุคคลดังกล่าวนี้ เช่น ผู้นำทางความคิดเฉพาะกลุ่ม (Key Opinion Leader : KOL) ผู้นำทางความคิดที่มีการเล่าเรื่องที่หลากหลาย หรือ อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ผู้ที่ทำคอนเทนต์เป็นวิดีโอสั้นลงในช่องของตัวเองจนมีผู้ติดตามหลากหลายกลุ่ม หรือ ยูทูบเบอร์ (Youtuber) เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะมีฐานผู้ติดตามคอยสนับสนุน (ดูความนิยมจากจำนวนผู้ติดตาม) ทำให้เมื่อกลุ่มบุคคลเหล่านี้นำเสนอเรื่องราว วิถีชีวิต หรือสินค้า และการบริการ ที่จะทำให้กลายเป็นที่จดจำได้ในวงกว้างอย่างรวดเร็ว และนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ติดตามของบุคคลเหล่านี้ ก็จะมีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการของเชียงใหม่ในทิวทัศน์เพิ่มมากขึ้น งานประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงมีความประสงค์จะขอจ้างการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ Kol Influencer Youtuber ซึ่งเป็นอีกหนึ่งการดำเนินงานเพื่อสร้างการรับรู้กิจกรรม รวมถึงภาพลักษณ์และการบริการของเชียงใหม่ในทิวทัศน์ให้เป็นที่ยอมรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจใช้บริการของเชียงใหม่ในทิวทัศน์ในอนาคต

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑) เพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสำนักงานพัฒนาพิงคนคร (องค์การมหาชน) สำนักงานเชียงใหม่ในทิวทัศน์

๒.๒) เพื่อขยายการรับรู้การท่องเที่ยวเชียงใหม่ในทิวทัศน์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๓.๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างการระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็น ผู้ทำงานของ หน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖) มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗) เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๓.๘) ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๙) ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๑๐) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๓.๑๑) ผู้ยื่นข้อเสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะประกวดราคาจ้าง ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่สำนักงานเชื่อถือได้

๓.๑๒) ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ายรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องกำหนด สัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่า ผู้เข้าร่วมค้ายรายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ายรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้น ต้อง ใช้องานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ายรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมหลักจะต้อง เป็นผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมบัญชีกลาง ในส่วนของผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ใช่ผู้เข้าร่วมค้าหลักจะเป็น ผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนในสาขางานก่อสร้างไว้กับกรมบัญชีกลางหรือไม่ก็ได้

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมคำหลัก ผู้เข้าร่วมคำทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดหา ผู้นำทางความคิดเฉพาะกลุ่ม (Key Opinion Leader : KOL) หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หรือยูทูบเบอร์ (Youtuber) ประชาสัมพันธ์เชิงใหม่ในทวิตซารี บนสื่อออนไลน์ตามรายละเอียด ดังนี้

๔.๑) จัดหาบุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ ได้แก่

- ช่องทาง Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ ล้าน ผู้ติดตาม
- ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๔ แสน ผู้ติดตาม
- ช่องทาง Instagram ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ ล้าน ผู้ติดตาม
- ช่องทาง Tiktok ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ แสน ผู้ติดตาม

หรือมียอดผู้ติดตามทุกช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า ๔ ล้านผู้ติดตาม

๔.๒) จัดหาบุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง ได้แก่

- ช่องทาง Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ แสน ผู้ติดตาม
- ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕ แสน ผู้ติดตาม
- ช่องทาง Instagram ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑ ล้าน ผู้ติดตาม
- ช่องทาง Tiktok ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑ ล้าน ผู้ติดตาม

หรือมียอดผู้ติดตามทุกช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า ๒ ล้านผู้ติดตาม

๔.๓) จัดหาบุคคลที่มีอิทธิพลด้านการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เชิงท่องเที่ยว โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง ได้แก่

- ช่องทาง Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ ล้าน ผู้ติดตาม
- ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕ แสน ผู้ติดตาม
- ช่องทาง Instagram ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕ แสน ผู้ติดตาม
- ช่องทาง Tiktok ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑ แสน ผู้ติดตาม

หรือมียอดผู้ติดตามทุกช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า ๓ ล้านผู้ติดตาม

ด้านการผลิต

๔.๔) บุคคลข้างต้นที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องเดินทางมาดำเนินการผลิตผลงานรูปแบบคลิปวิดีโอ ไปในทิศทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเชิงบวก และผลิตผลงานภาพนิ่งในรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี โดยการผลิตผลงานจะต้องมีทีมงานถ่ายทำส่วนตัว พร้อมดำเนินการตัดต่อผลงานทั้งหมด รายละเอียดดังนี้

๑) บุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ

- ผลิตคลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๑ คลิป และคลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป
- ผลิตภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ความละเอียดไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน pixel

๒) บุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง

- ผลิตคลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๑ คลิป และคลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป
- ผลิตภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ความละเอียดไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน pixel

๓) บุคคลที่มีอิทธิพลด้านการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เชิงท่องเที่ยว

- ผลิตคลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๑ คลิป และคลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป
- ผลิตภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ความละเอียดไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน pixel

ด้านการเผยแพร่

๔.๕) บุคคลข้างต้นที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องเผยแพร่ผลงานภาพนิ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม เผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรืออินสตาแกรม (Instagram) รายละเอียดดังนี้

๑) บุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ โพสต์เชิญชวนก่อนวันเข้าถ่ายทำล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๑ สัปดาห์ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๓ ภาพ และเผยแพร่ภาพนิ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ

๒) บุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง โพสต์เชิญชวนก่อนวันเข้าถ่ายทำล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๑ สัปดาห์ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๓ ภาพ และเผยแพร่ภาพหนึ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ

๓) บุคคลที่มีอิทธิพลด้านรายการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โพสต์เชิญชวนก่อนวันเข้าถ่ายทำล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๑ สัปดาห์ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๓ ภาพ และเผยแพร่ภาพหนึ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันทให้สวยงาม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๑ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๕ ภาพ

๔.๖) บุคคลข้างต้นที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องดำเนินการเผยแพร่คลิปวิดีโอที่ได้ดำเนินการตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว รายละเอียดดังนี้

๑) บุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที ในช่องทางยูทูบ (Youtube) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๓ นาที ในช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง และเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป ในช่องติ๊กต็อก (Tiktok) และยูทูบ Short

๒) บุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที ในช่องทางยูทูบ (Youtube) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๓ นาที ในช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง และเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป ในช่องติ๊กต็อก (Tiktok) และยูทูบ Short

๓) บุคคล ที่มีอิทธิพลด้านรายการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที ในช่องทางยูทูบ (Youtube) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง เผยแพร่คลิปวิดีโอแนวนอนแบบ Full Screen ความยาวคลิปวิดีโอไม่น้อยกว่า ๓ นาที ในช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของบุคคลดังกล่าว จำนวน ๑ ครั้ง และเผยแพร่คลิปวิดีโอแนวตั้งแบบ Vertical Video ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ คลิป ในช่องติ๊กต็อก (Tiktok) และยูทูบ Short

๔.๗) ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทาง หรือที่พักที่เกิดขึ้นในการจ้างครั้งนี้ พร้อมประสานงานกับส่วนที่เกี่ยวข้องล่วงหน้าในการขอเข้าพื้นที่เชิงใหม่ไนท์ซาฟารีเพื่อผลิตผลงาน

๔.๘) หากมีการนำเสียงเพลง/ภาพ จากแหล่งอื่นมาใช้ประกอบในการจัดทำจะต้องเป็นเสียง/ภาพ ที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์เท่านั้น โดยผู้ว่าจ้าง สามารถนำไปใช้งานประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ต่อได้ หากมีประเด็นทางด้าน กฎหมายที่ทำให้ ผู้ว่าจ้างถูกฟ้องร้อง หรือเรียกร้องค่าเสียหายในเรื่องลิขสิทธิ์จากส่วนประกอบทั้งหมด ผู้รับจ้าง จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบชำระค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่เกิดขึ้นแทนผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะ ฟ้องร้อง เรียกร้องค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใด ๆ จากผู้ว่าจ้าง ไม่ได้ทั้งสิ้น

๕. สถานที่ดำเนินการ

-

๖. ระยะเวลาดำเนินการ

๔๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๗. งบประมาณการดำเนินงาน

งบประมาณ ๑,๖๗๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านหกแสนเจ็ดหมื่นบาทถ้วน)

๘. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

จ่ายค่าจ้างเมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการครบถ้วนและแล้วเสร็จ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ ดำเนินการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

- ผู้รับจ้างส่งมอบงานในรูปแบบรูปเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด และผลงานการผลิตภาพนิ่งและ วิดีโอ ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ Flash drive จำนวน ๒ ชุด

๙. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

ในการพิจารณาการยื่นข้อเสนอด้วยวิธีการอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ในครั้งนี้สำนักงานพัฒนาพิงคนคร จะพิจารณาตัดสินโดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่นและ พิจารณาจากราคารวม และในการพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด เพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทางราชการ เมื่อผู้ยื่นประกวดราคาผ่านเกณฑ์คุณสมบัติแล้ว คณะกรรมการ จะใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาผู้ชนะการเสนอราคา ดังนี้

- ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ (๑๐๐ คะแนน)
- ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ (๑๐๐ คะแนน)

โดยมีหัวข้อในการให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค ดังนี้

๙.๑)	แผนการดำเนินงาน (๔๕ คะแนน) ในหัวข้อนี้จะพิจารณาให้คะแนน ที่แสดงความสมบูรณ์และความละเอียด ครบถ้วนของแผนการดำเนินงาน แนวคิดด้านการวางแผน ความเหมาะสมกับ วัตถุประสงค์ รวมถึงความสามารถในการแจกแจงรายละเอียดการดำเนินงาน	๔๕ คะแนน
------	--	----------

	๑. การนำเสนอแนวคิดในการสรรหา/คัดเลือก (๑๕ คะแนน) - นำเสนอแนวคิดการคัดเลือก KOL Infulencer หรือ Youtuber มีการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนมีความเหมาะสม มีความสอดคล้องกับภารกิจและวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงานได้อย่างโดดเด่น และสอดคล้องมากที่สุด (๑๕ คะแนน) - นำเสนอแนวคิดการคัดเลือก KOL Infulencer หรือ Youtuber มีการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนมีความเหมาะสม มีความสอดคล้องกับภารกิจและวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงาน ได้อย่างโดดเด่น (๑๐ คะแนน) - นำเสนอแนวคิดการคัดเลือก KOL Infulencer หรือ Youtuber มีการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนมีความเหมาะสม มีความสอดคล้องกับภารกิจและวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงาน แต่ยังไม่ชัดเจน ครบคลุม (๕ คะแนน) - กรณีที่ไม่นำเสนอกลยุทธ์ (๐ คะแนน) ๒. การนำเสนอแนวคิด,รูปแบบและวิธีการในการผลิตผลงาน(๑๕ คะแนน) - มีความสมบูรณ์และความละเอียดครบถ้วนของแผนการผลิตผลงาน มีแนวคิดที่สามารถดำเนินการได้จริง ได้มากที่สุด มีการกำหนด storyboard /Theme/แนวทางเนื้อหาคอนเทนต์ (สิ่งที่อยากสื่อสารออกไป) และมีรูปแบบวิธีการผลิตผลงานมีความเหมาะสม โดดเด่น และมีความน่าสนใจมากที่สุด (๑๕ คะแนน) - มีความสมบูรณ์ครบถ้วนของแผนการผลิตผลงาน มีแนวคิดที่สามารถดำเนินการได้จริง มีการกำหนด storyboard /Theme/แนวทางเนื้อหาคอนเทนต์ (สิ่งที่อยากสื่อสารออกไป) และมีรูปแบบวิธีการผลิตผลงานมีความเหมาะสม โดดเด่น และมีความน่าสนใจ (๑๐ คะแนน) - มีแผนการผลิตผลงาน มีแนวคิดที่สามารถดำเนินการได้ มีการกำหนด storyboard /Theme/แนวทางเนื้อหาคอนเทนต์ (สิ่งที่อยากสื่อสารออกไป) และมีรูปแบบวิธีการผลิตผลงานมีความเหมาะสม (๕ คะแนน) - ไม่มีแผนการผลิตผลงาน ไม่มีแนวคิดที่สามารถดำเนินการ ไม่มีการกำหนด storyboard /Theme/แนวทางเนื้อหาคอนเทนต์ (๐ คะแนน)	
--	--	--

	๓. การนำเสนอแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (๑๕ คะแนน) - มีการกำหนดการวางแผนการเผยแพร่ที่น่าสนใจ และเหมาะสมมากที่สุด มีการวัดผลการดำเนินงาน ผลสำเร็จของโครงการ สามารถวัดผลความคุ้มค่าได้มากที่สุด (๑๕ คะแนน) - มีการกำหนดการวางแผนการเผยแพร่ที่น่าสนใจ และเหมาะสมมากที่สุด มีการวัดผลการดำเนินงาน ผลสำเร็จของโครงการ สามารถวัดผลความคุ้มค่าได้ดี (๑๐ คะแนน) - มีการกำหนดการวางแผนการเผยแพร่ และเหมาะสม มีการวัดผลการดำเนินงาน ผลสำเร็จของโครงการ สามารถวัดผลความคุ้มค่าได้ (๕ คะแนน) - ไม่มีการกำหนดการวางแผนการเผยแพร่ การวัดผลการดำเนินงาน ผลสำเร็จผลความคุ้มค่าของโครงการ (๐ คะแนน)	
๙.๒)	KOL อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ยูทูบเบอร์ (Youtuber) (๔๐ คะแนน)	๔๐ คะแนน
	๑. ภาพลักษณ์ ๑๐ คะแนน - ภาพลักษณ์มีความสอดคล้องกับภารกิจและวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงาน/ภาพลักษณ์มีความโดดเด่น แสดงความเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละกลุ่มเป้าหมายตามขอบเขตของงานมากที่สุด/ไม่เป็นบุคคลที่สร้างความเสื่อมเสียชื่อเสียงแก่องค์กรมาก่อนมีภาพลักษณ์ที่ดีที่สุดในอดีต ไม่เป็นบุคคลที่สร้างความแตกแยก หรือมีการกระทำที่สื่อไปในทางที่ไม่ถูกต้อง อาทิ การก่อความรุนแรง, การสร้างข่าวปลอม เป็นต้น (๑๐ คะแนน) - ภาพลักษณ์มีความสอดคล้องกับภารกิจและวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงาน/ภาพลักษณ์มีความโดดเด่น แสดงความเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละกลุ่มเป้าหมายตามขอบเขตของงาน (๕ คะแนน) - ภาพลักษณ์ไม่มีความสอดคล้องกับภารกิจและวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงาน/ภาพลักษณ์ไม่มีความโดดเด่น (๐ คะแนน) ๒. ผลงาน ๑๕ คะแนน มีผลงานการถ่ายทำ โดยมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง ที่เผยแพร่ในช่องทางสื่อออนไลน์ หรือโทรทัศน์ (โดยคิดจากผลงานย้อนหลัง ๕ ปี โดยวัดจากผลงานของบุคคลที่ผู้เสนอนำมานำเสนอทั้งหมดรวมกัน) (๑๕ คะแนน) - ๑๓ ผลงานขึ้นไป ๑๕ คะแนน - ๑๐-๑๒ ผลงาน ๑๒ คะแนน - ๗ - ๙ ผลงาน ๙ คะแนน	

	- ๔ - ๖ ผลงาน ๖ คะแนน - ๑ - ๓ ผลงาน ๓ คะแนน - ไม่นำเสนอผลงาน ๐ คะแนน ๓. ยอดผู้ติดตาม (๑๕ คะแนน) - มีการแจกรายละเอียดยอดผู้ติดตาม ที่เป็นปัจจุบันอย่างชัดเจน และมีตัวอย่างผลงานคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ ผลงานคลิปวิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๘ นาที เผยแพร่ในช่องทาง Youtube หรือ Facebook หรือ ผลงานคลิปวิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที เผยแพร่ในช่องทาง Tiktok โดยมีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว, กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ครอบครัว, กิจกรรมแอดเวนเจอร์ รีวิวสถานที่กิน เที่ยว พักผ่อน หรือคลิปวิดีโอมีความสอดคล้องกับภารกิจและวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงานมากที่สุด (๑๕ คะแนน) - มีการแจกรายละเอียดยอดผู้ติดตาม ที่เป็นปัจจุบัน และมีตัวอย่างผลงานคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ ผลงานคลิปวิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๘ นาที เผยแพร่ในช่องทาง Youtube หรือ Facebook หรือ ผลงานคลิปวิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที เผยแพร่ในช่องทาง Tiktok โดยมีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว, กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ครอบครัว, กิจกรรมแอดเวนเจอร์ รีวิวสถานที่กิน เที่ยว พักผ่อน หรือคลิปวิดีโอมีความสอดคล้องกับภารกิจและวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงาน (๑๐ คะแนน) - มีการแจกรายละเอียดยอดผู้ติดตาม และมีตัวอย่างผลงานคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ ผลงานคลิปวิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๘ นาที เผยแพร่ในช่องทาง Youtube หรือ Facebook หรือ ผลงานคลิปวิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที เผยแพร่ในช่องทาง Tiktok (๕ คะแนน) - ไม่มีการแจกรายละเอียดยอดผู้ติดตาม และไม่มีตัวอย่างผลงานคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ ผลงานคลิปวิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๘ นาที เผยแพร่ในช่องทาง Youtube หรือ Facebook หรือ ผลงานคลิปวิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที เผยแพร่ในช่องทาง Tiktok (๐ คะแนน)	
๙.๓)	ประสบการณ์/ผลงานของบริษัทผู้รับจ้าง ที่เกี่ยวข้องกับการจ้างบุคคลเพื่อการประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์ วงเงินไม่น้อยกว่า ๑ ล้านบาท	๑๐ คะแนน
	ผลงานมีขอบเขตและวิธีการดำเนินงานที่สอดคล้องหรือใกล้เคียงกับลักษณะงานตามขอบเขตของงานที่สำนักงานกำหนด (เมื่อเทียบกับสัดส่วนผลงานที่มากที่สุดของผู้ยื่นเสนอ)	

	- มีจำนวนผลงานมากที่สุด ๑๐ คะแนน - มีจำนวนผลงานมากเป็นอันดับ ๒ ๘ คะแนน - มีจำนวนผลงานมากเป็นอันดับ ๓ ๖ คะแนน - มีจำนวนผลงานมากเป็นอันดับ ๔ ๔ คะแนน - มีจำนวนผลงานไม่ติดอันดับ ๑-๔ ๒ คะแนน - ไม่นำเสนอผลงาน ๐ คะแนน	
๙.๔)	ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เหมาะสมและน่าสนใจ ที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการ ในหัวข้อนี้จะพิจารณาให้คะแนน ข้อเสนอเพิ่มเติมที่สนับสนุนการดำเนินงานตามขอบเขตของ หรือการนำเสนอที่ยื่นนอกเหนือจากที่กำหนดไว้ ไม่ว่าจะเป็นในทั้งในแง่ของคุณภาพ/เทคนิค/หรืออื่น ๆ เป็นต้น และสามารถใช้งานหรือดำเนินการได้จริงได้มากที่สุดที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้จ้าง	๕ คะแนน
	- ข้อเสนอเพิ่มเติมมีความน่าสนใจ สามารถใช้งานหรือดำเนินการได้จริง ได้มากที่สุด และเป็นประโยชน์ต่อโครงการมากที่สุด (๕ คะแนน) - ข้อเสนอเพิ่มเติมมีความน่าสนใจ สามารถใช้งานหรือดำเนินการได้จริง และเป็นประโยชน์ต่อโครงการ (๔ คะแนน) - ข้อเสนอเพิ่มเติมสามารถใช้งานหรือดำเนินการได้จริง (๓ คะแนน) - ข้อเสนอเพิ่มเติมสามารถใช้งานหรือดำเนินการได้ (๒ คะแนน) - ข้อเสนอเพิ่มเติมสามารถใช้งานหรือดำเนินการได้น้อยที่สุด (๑ คะแนน) - ข้อเสนอเพิ่มเติมไม่สามารถใช้งานหรือดำเนินการได้ (๐ คะแนน)	

๑๐. อัตราค่าปรับ

หากผู้รับจ้างดำเนินการไม่เสร็จสมบูรณ์ตามระยะเวลาที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องจ่ายค่าปรับกำหนดเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของค่าจ้างทั้งหมด ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จได้ตามระยะเวลาดังกำหนด ด้วยเหตุสุดวิสัยหรือเป็นเหตุอันเนื่องมาจากสำนักงานพัฒนาพิงคนคร (องค์การมหาชน) ให้ผู้รับจ้างขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน โดยให้ยื่นขอขยายเวลาพร้อมชี้แจงเหตุผลอันควรให้กับสำนักงานพัฒนาพิงคนคร (องค์การมหาชน) พิจารณาภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่เหตุอันสิ้นสุดลง ทั้งนี้การขยายเวลาอยู่ในดุลยพินิจของผู้ว่าจ้าง

๑๑. ระยะเวลารับประกันความชำรุดบกพร่อง





๑๒. ขอสงวนสิทธิ์

๑๒.๑) หากมีความจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงรายการใดๆ อันมีผลทำให้ต้องลดวงเงินที่จะจ้างผู้เสนอราคาจะเรียกเรื่องมิได้

๑๒.๒) หากมีความจำเป็นในการยกเลิกการคัดเลือกครั้งนี้ ไม่ว่าด้วยเหตุที่เกิดขึ้นเพราะงบประมาณยังดำเนินการไม่เรียบร้อยหรือเหตุใดก็ตาม สำนักงานพัฒนาพิงคนคร ขอสงวนสิทธิ์ไม่รับผิดชอบค่าเสียหายใดๆ ของผู้เสนอราคาทั้งสิ้น

๑๒.๓) สำนักงานพัฒนาพิงคนคร ขอสงวนสิทธิ์ในการคัดเลือกบริษัทที่จะดำเนินงาน กับบริษัทใดบริษัทหนึ่งหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งก็ได้ ในดุลพินิจของสำนักงานพัฒนาพิงคนคร และถือว่าบริษัทหรือหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกนั้นเป็นที่สิ้นสุด บริษัทหรือหน่วยงานอื่นๆจะกล่าวหาหรือฟ้องร้องมิได้

๑๒.๔) หากข้อความหนึ่งข้อความใดในข้อกำหนด และขอบเขตการดำเนินงาน (Terms of Reference: TOR) หรือเอกสารสัญญาจ้างที่มีความขัดแย้งกัน สำนักงานขอสงวนสิทธิ์เป็นผู้พิจารณาตีความ และวินิจฉัย ทั้งนี้เพื่อประโยชน์แก่หน่วยงานเป็นสำคัญ

๑๓. ผู้รับผิดชอบโครงการ

งานประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

สำนักบริหารงานกลาง สำนักงานพัฒนาพิงคนคร (องค์การมหาชน)

ที่อยู่: ๓๓ หมู่ ๑๒ ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๒๓๐