ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

๑. **ชื่อโครงการ** จ้างการประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์ในประเทศ

๒. **หน่วยงานเจ้าของโครงการ** : งานประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักงานพัฒนาพิงคนคร (องค์การมหาชน)

๓. **วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร** : ๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท

๔. **วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง): ๒๐** กรกฎาคม ๒๕๖๖
เป็นเงิน ๓,๘๖๒,๕๐๐ บาท

๕. **แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)**

๕.๑ บริษัท พิจิกา ริช จำกัด

๕.๒ บรัษัท ดับเบิ้ล พี คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

๕.๓ บริษัท มากมิตร โปรดักชั่น จำกัด

๕.๔ บริษัท ๑๐๐๙ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

๖. **รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)**

๖.๑ นายธีวินท์ เทเพนทร์

๖.๒ นางสาวภัทราภรณ์ บิลมาศ

๖.๓ นางสาวทีราภรณ์ ดอนปัน

๖.๔ นางสาวหฤษฎ์กุล ปัญญาราช

๖.๕ นายภาณุพงศ์ ฤทธิ์ไกร

รายละเอียดราคากลางแนบท้ายตารางฯ (แบบ บก.๐๖) ตามขอบเขตการดำเนินการ

ราคากลาง

จ้างการประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์ในประเทศ

ลำดับ	รายการ	จำนวน/หน่วย	ราคา/หน่วย	รวมเงิน
	ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดหา ผู้นำทางความคิดเฉพาะกลุ่ม (Key Opinion Leader : KOL) ผู้นำทางความคิดที่มีการเล่าเรื่องที่หลากหลาย หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ผู้ที่ทำคอนเทนต์เป็นวิดีโอสั้นลงในช่องของตัวเองจนมีผู้ติดตามหลากหลายกลุ่ม หรือยูทูบเบอร์(Youtuber) หรือนักแสดง ศิลปิน นักร้อง พิธีกร เพื่อการประชาสัมพันธ์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีบนสื่อออนไลน์ ตามรายละเอียด ดังนี้			
๑	จัดหาครอบครัวพ่อแม่ลูก ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศและมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง ได้แก่ - ช่องทาง Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Instagram ของสมาชิกในครอบครัว รวมผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒ ล้านผู้ติดตาม หรือมียอดผู้ติดตามทุกช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์ที่เป็นของสมาชิกในครอบครัว รวมกัน ไม่น้อยกว่า ๕ ล้านผู้ติดตาม	๑	๓,๘๖๒,๕๐๐	๓,๘๖๒,๕๐๐.๐๐
๒	จัดหาครอบครัวพ่อแม่ลูก หรือแม่ลูก หรือพ่อลูก ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง ได้แก่ - ช่องทาง Youtube ของสมาชิกในครอบครัว รวมผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓.๕ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕ หมื่น ผู้ติดตาม - ช่องทาง Instagram ของสมาชิกในครอบครัว รวมผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๔.๕ ล้าน ผู้ติดตาม หรือมียอดผู้ติดตามทุกช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์ที่เป็นของสมาชิกในครอบครัว รวมกัน ไม่น้อยกว่า ๘ ล้านผู้ติดตาม			
๓	จัดหาบุคคล ที่มีชื่อเสียงในด้านการอนุรักษ์สัตว์ป่า สิ่งแวดล้อม หรือท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่มีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง ได้แก่ - ช่องทาง Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓ ล้าน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Instagram ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓ แสน ผู้ติดตาม			

๔	จัดหาบุคคล ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศไทยและประเทศจีน มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย โดยมีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง ได้แก่ - ช่องทาง Tiktok ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๘.๕ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Instagram ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑ ล้าน ผู้ติดตาม			
๕	จัดหาคู่เพื่อนซี้ ที่มีช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง (ช่องทางการเผยแพร่จะเป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งก็ได้) ได้แก่ - ช่องทาง Youtube รวม ๒ คน ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓ แสน ผู้ติดตาม - ช่องทาง Instagram รวม ๒ คน ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๖.๕ ล้าน ผู้ติดตาม			
๖	บุคคลข้างต้น ที่ผู้รับจ้างจัดหา ในช่วงก่อนการเดินทางเข้ามาผลิตผลงานที่เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ให้ดำเนินการโพสต์เชิญชวน กระตุ้นการรับรู้เกี่ยวกับเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ก่อนเข้าถ่ายทำผลงาน โดยเผยแพร่ ในช่องทางออนไลน์ เช่น อินสตาแกรม สตอรี่ (Instagram story) เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน ๑ ครั้ง			
๗	บุคคลข้างต้น ที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องเดินทางมาดำเนินการผลิตผลงานรูปแบบคลิปวีดีโอ ไปในทิศทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเชิงบวก ความยาว ไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที และผลิตผลงานภาพนิ่งในรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ณ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี โดยการผลิตผลงานจะต้องมีทีมงานถ่ายทำส่วนตัว Production (ทีมผลิตผลงาน ตั้งแต่ขั้นตอนเขียนสคริปต์ ออกกองถ่ายทำ เก็บภาพ บันทึกเสียง กำกับภาพ กำกับการแสดงให้เป็นไปตามสตอรี่บอร์ด (Storyboard) ที่กำหนด) พร้อมดำเนินการตัดต่อผลงานทั้งหมด			
๘	บุคคลข้างต้น ที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องเผยแพร่คลิปวีดีโอที่ได้ดำเนินการตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว เผยแพร่ผ่านช่องทางยูทูบ (Youtube) ของครอบครัว หรือยูทูบ (Youtube) ของบุคคลในครอบครัว จำนวน ๑ ครั้ง (โดยบุคคลตามข้อ ๔.๔ จะเผยแพร่คลิปวิดีโอเฉพาะในช่องทาง Tiktok เท่านั้น)			
๙	บุคคลข้างต้น ที่ผู้รับจ้างจัดหา ต้องเผยแพร่ผลงานภาพนิ่งที่ได้ดำเนินการถ่าย พร้อมปรับสีสันให้สวยงามเสร็จเรียบร้อยแล้ว เผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน ๓ ครั้ง ไม่น้อยกว่า ๓ ภาพ			

๑๐	ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทาง หรือที่พักที่เกิดขึ้นในการจ้างครั้งนี้ พร้อมประสานงานกับส่วนที่เกี่ยวข้องล่วงหน้าไม่น้อยกว่า ๗ วัน ในการขอเข้าพื้นที่เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพื่อผลิตผลงาน			
๑๑	หากมีการนำเสียงเพลง/ภาพ จากแหล่งอื่นมาใช้ประกอบในการจัดทำจะต้องเป็นเสียง/ภาพ ที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์เท่านั้น โดยผู้ว่าจ้าง สามารถนำไปใช้งานประชาสัมพันธ์อื่นๆ ต่อได้ หากมีประเด็นทางด้านกฎหมายที่ทำให้ ผู้ว่าจ้างถูกฟ้องร้อง หรือเรียกร้องค่าเสียหายในเรื่องลิขสิทธิ์จากส่วนประกอบทั้งหมด ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบชำระค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่เกิดขึ้นแทนผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะฟ้องร้อง หรือ เรียกร้องค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใดๆ จากผู้ว่าจ้าง ไม่ได้ทั้งสิ้น			
	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น			๓,๘๖๒,๕๐๐.๐๐
(สามล้านแปดแสนหกหมื่นสองพันห้าร้อยบาทถ้วน)				

ลงชื่อ.....ประธานกรรมการ
(นายธีวินท์ เทเพนทร์)
ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

ลงชื่อ.....กรรมการ
(นางสาวภัทราภรณ์ บิลมาศ)
หัวหน้างาประชาสัมพันธ์

ลงชื่อ.....กรรมการ
(นางสาวทีราภรณ์ ดอนปัน)
เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์

ลงชื่อ.....กรรมการ
(นางสาวหฤษฎ์กุล ปัญญาราช)
เจ้าหน้าผลิตสื่อศิลปกรรม

ลงชื่อ.....กรรมการและเลขานุการ
(นายภาณุพงค์ ฤทธิ์ไกร)
เจ้าหน้าที่ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์