

ขอบเขตของงาน  
สำหรับประกวดราคาการจ้างกิจกรรมการยกระดับอาหารไทยพื้นถิ่น สู่ออาหารโลก  
“Thai Local Food To World Food”  
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

-----

**๑. หลักการและเหตุผล**

ด้วยประเทศไทยเป็นแหล่งรวมของมรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและล้ำค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านอาหารท้องถิ่นซึ่งสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและภูมิปัญญาที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ เมนูอาหารถิ่นเหล่านี้มิได้เป็นเพียงอาหารที่โดดเด่นด้านรสชาติ แต่ยังแฝงไปด้วยคุณค่าทางสุขภาพจากการใช้วัตถุดิบธรรมชาติ สมุนไพร และเครื่องเทศพื้นถิ่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างสมดุลให้กับร่างกายตามหลักการแพทย์แผนไทยและวิถีชีวิตดั้งเดิม นอกจากนี้อาหารไทยยังเป็นที่รู้จักในด้านความหลากหลาย ทางชีวภาพของส่วนผสม และความใส่ใจในกระบวนการผลิตที่ยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคทั่วโลกที่หันมาใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อย่างไรก็ตามเมนูอาหารถิ่นจำนวนมากกำลังเผชิญความเสี่ยงที่จะเลือนหายไปตามกาลเวลา ทำให้การอนุรักษ์ฟื้นฟูและส่งเสริม “รสชาติที่กำลังจะเลือนหายไป” เหล่านี้เป็นภารกิจสำคัญเร่งด่วนเพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และคุณค่าของชาติ

ด้วยบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม ได้ริเริ่มโครงการส่งเสริมและพัฒนายกระดับอาหารถิ่นสู่มรดกทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thailand Best Local Food) “รสชาติ...ที่หายไป The Lost Taste” กิจกรรมการค้นหา “๑ จังหวัด ๑ เมนู เชิดชูอาหารถิ่น” ขึ้นตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ของอาหารไทยและอาหารท้องถิ่นที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตคนไทย และส่งต่อเป็นภูมิปัญญาที่มีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น โครงการนี้ได้คัดเลือกเมนูอาหารถิ่นที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาอันล้ำค่าจาก ๗๗ จังหวัดทั่วประเทศอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ ๓ รวมแล้วกว่า ๒๓๑ เมนู/ สูตร ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญในการยกระดับอาหารถิ่นสู่มรดกทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thailand Best Local Food) และยังสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมด้านอาหารของประเทศผ่านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ และใช้ “อาหาร” เป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมในระดับสากล

ดังนั้น เพื่อเป็นการต่อยอดจากความสำเร็จของโครงการ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินกิจกรรมของโครงการอย่างต่อเนื่อง ในการต่อยอดด้านการตลาดและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในการสร้างรายได้ให้กับเจ้าของเมนูอาหารถิ่น รวมถึงกระตุ้นให้ร้านอาหาร ผู้ประกอบการทั้งในไทยและต่างประเทศ สามารถนำสูตรอาหารไปพัฒนาต่อยอดสู่การขาย รวมถึงเพื่อการอนุรักษ์เมนูอาหารถิ่น เกิดถ่ายทอดองค์ความรู้ไม่ให้สูญหาย โดยให้มีการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและสมบูรณ์ พร้อมนำไปพัฒนาต่อยอด รวมถึงประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวไทยและต่างชาติ โครงการนี้จึงเป็นก้าวสำคัญในการผลักดันศักยภาพของอาหารถิ่นไทยให้เป็นที่ประจักษ์ในระดับสากล ควบคู่ไปกับการสร้างกลไกที่ชัดเจนในการสร้างรายได้และโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ร่วมโครงการ ต่อยอดถึง มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมด้านอาหารอันเป็นเอกลักษณ์และทรงคุณค่าของประเทศไทย และการเป็นต้นแบบของการสืบสานภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

**๒. วัตถุประสงค์**

๒.๑ เพื่อส่งเสริมให้ร้านอาหารในประเทศไทยและต่างประเทศสามารถนำสูตรอาหารมาต่อยอดภูมิปัญญาไปสู่การสร้างรายได้

๒.๒ เพื่อขยายผลการสื่อสารให้เกิดการรับรู้และความภูมิใจต่ออัตลักษณ์ของอาหารไทยในระดับประเทศและนานาชาติ

๒.๓ เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เมนูอาหารถิ่นของไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourists) และผู้บริโภคชาวต่างชาติที่สนใจวัฒนธรรมและอาหารไทย

๒.๔ เพื่อสร้างฐานข้อมูลอาหารถิ่นที่เข้าถึงง่าย มีมาตรฐาน และสามารถนำไปใช้เพื่อการต่อยอดเชิงพาณิชย์ นำไปสู่การอนุรักษ์และเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร

๒.๕ เพื่ออนุรักษ์และบันทึกภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของอาหารถิ่นไทยในแต่ละพื้นที่

### ๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมวัฒนธรรม วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถยื่นในรูปแบบกิจการร่วมหรือร่วมค้า (Consortium / Joint Venture) ได้ โดยต้องแนบหนังสือแสดงเจตนาเข้าร่วมเป็นกิจการร่วมหรือร่วมค้าจากผู้มีอำนาจลงนามของแต่ละฝ่าย พร้อมแนบข้อตกลงการร่วมค้า ซึ่งแสดงรายละเอียดของการร่วมงาน การแบ่งหน้าที่ และความรับผิดชอบระหว่างกันอย่างชัดเจน โดยทุกฝ่ายในกิจการร่วมค้าต้องมีคุณสมบัติไม่ขัดต่อประกาศหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง และจะต้องร่วมกันรับผิดชอบตามกฎหมายอย่างไม่จำกัด

(๑) กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่างานตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(๒) กิจการร่วมค้าสามารถใช้ผลงานของนิติบุคคลฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือรวมกันภายในกิจการร่วมค้าในการนำเสนองานได้ ทั้งนี้ ผลงานต้องเป็นของผู้มีส่วนร่วมในกิจการร่วมค้านั้นโดยตรงและมีหนังสือรับรองผลงานแนบท้ายเสนอราคา

(๓) กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

(๔) สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๓.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีผลการรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีผลการรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียนโดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๔.๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทยตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๔.๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๕) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ (๒) ข้อ (๓) และข้อ (๔) (๔.๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

/ทั้งนี้...

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. ๒๕๓๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

(๖) กรณีตาม ข้อ (๑) - ข้อ (๕) ไม่ใช่บังคับกรณีดังต่อไปนี้

(๖.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

(๖.๒) นิติบุคคลที่ จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. ๒๕๔๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(๖.๓) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้ว ก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

(๖.๔) การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา ๕๖ วรรคหนึ่ง (๒) (ข) และ (ค) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ

(๖.๕) การซื้อสังหาริมทรัพย์และการเช่าสังหาริมทรัพย์

(๖.๖) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

#### ๔. ขอบเขตของงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการ ดังนี้

๔.๑ การจัดทำแผนการดำเนินงานกิจกรรมการยกระดับอาหารไทยพื้นถิ่น สู่อหารโลก “Thai Local Food To World Food” โดยมีละเอียดดังนี้

๔.๑.๑ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการดำเนินงานกิจกรรมการยกระดับอาหารไทยพื้นถิ่น สู่อหารโลก “Thai Local Food To World Food” โดยละเอียด ครอบคลุมการวางแผน แนวคิด วัตถุประสงค์ ระยะเวลาการทำงาน และการติดตามประเมินผล แผนงานดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของกิจกรรม ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการเผยแพร่องค์ความรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมด้านอาหารพื้นถิ่น ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนายกระดับอาหารถิ่นสู่มรดกทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thailand Best Local Food) “รสชาติ...ที่หายไป The Lost Taste” ประจำปี ๒๕๖๖ - ๒๕๖๘ จำนวน ๒๓๑ เมนู ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย รวมถึงการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และยกระดับภาพลักษณ์สู่ระดับสากล รวมถึงการส่งเสริมและต่อยอดทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งนี้ จะต้องนำเสนอจุดขายในมิติของความยั่งยืน และคุณค่าขององค์ความรู้ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และต่อยอด เพื่อสร้างการรับรู้ความภาคภูมิใจ รายได้ และโอกาสทางธุรกิจที่ยั่งยืน

๔.๑.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดหาทีมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอาหาร ด้านการตลาด ด้านการท่องเที่ยว หรืออื่น ๆ ที่สอดคล้องกับกิจกรรมในโครงการเพื่อร่วมวางแผน แนวคิด วัตถุประสงค์ ระยะเวลาการทำงาน และการติดตามประเมินผล ตามรายละเอียดตามข้อ ๔.๑.๑ รวมถึงการดำเนินการกิจกรรมอื่น ๆ ภายใต้กิจกรรมการยกระดับอาหารไทยพื้นถิ่น สู่อหารโลก “Thai Local Food To World Food”

๔.๒ การดำเนินการจัดทำกรอบมาตรฐาน Thailand Best Local Food

การดำเนินการจัดทำกรอบมาตรฐาน Thailand Best Local Food เพื่อเป็นตราการันตีสำหรับร้านอาหาร หรือเมนูอาหารพื้นถิ่นที่เข้าเงื่อนไข ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนายกระดับอาหารถิ่นสู่มรดกทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thailand Best Local Food) “รสชาติ...ที่หายไป The Lost Taste” โดยทีมผู้เชี่ยวชาญเพื่อร่วมศึกษา และพัฒนาเกณฑ์ เงื่อนไข รวมถึงกระบวนการการมอบตรา Thailand Best Local Food และวิธีการคัดเลือกร้านอาหารที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น โดยให้ใช้หลักเทียบเคียงมาตรฐานการันตีด้านอาหารระดับสากล เช่น Michelin Guide, The World's 50 Best Restaurants เป็นต้น โดยมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

๔.๒.๑ การสำรวจ ศึกษาวิเคราะห์มาตรฐานการรังสรรค์ด้านอาหารระดับสากล พร้อมวิเคราะห์ความเหมาะสมและจุดเชื่อมโยงกับอาหารพื้นถิ่น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนามาตรฐาน Thailand Best Local Food

๔.๒.๒ การนำเสนอแนวคิด หลักเกณฑ์ กระบวนการ การจัดอันดับและการให้มาตรฐาน Thailand Best Local Food แก่ร้านอาหารที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น ที่เข้าร่วมกิจกรรม ให้สอดคล้องหรือมีความเชื่อมโยงกับมาตรฐานการรังสรรค์ด้านอาหารระดับนานาชาติ เช่น Michelin Guide หรือมาตรฐานสากลอื่น ๆ

๔.๒.๓ การออกแบบตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับเกณฑ์ และสร้างสรรค์ โดยให้ยึดดีไซน์ต้นแบบของตรา Thailand Best Local Food ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนายกระดับอาหารถิ่นสู่มรดกทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thailand Best Local Food) “รสชาติ...ที่หายไป The Lost Taste” พร้อมจัดทำคู่มือที่ระบุวิธีการใช้งาน ข้อกำหนด และข้อห้าม เป็นต้น

#### ๔.๓ การคัดเลือกร้านอาหารที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น ที่มีศักยภาพสูงในการต่อยอดเชิงตลาด

๔.๓.๑ การจัดทำกิจกรรมเพื่อค้นหาร้านที่ขายเมนูอาหารไทยพื้นถิ่นในโครงการส่งเสริมและพัฒนายกระดับอาหารถิ่น สู่มรดกทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thailand Best Local Food) “รสชาติ...ที่หายไป The Lost Taste” ประจำปี ๒๕๖๖-๒๕๖๘ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการคัดเลือกร้านที่มีศักยภาพมาต่อยอดด้านการตลาด และมอบตราสัญลักษณ์ Thailand Best Local Food ขึ้นตอนดังนี้

(๑) วางแผนแนวคิดกิจกรรมเพื่อรวบรวมข้อมูลร้านอาหารที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น และเงื่อนไขในการเข้าร่วมกิจกรรมการยกระดับอาหารไทยพื้นถิ่น สู่อหารโลก “Thai Local Food To World Food”

(๒) นำเสนอวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องสำหรับร้านอาหารที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น

(๓) นำเสนอวิธีการแสดงผลข้อมูลร้านอาหารที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น ผ่านช่องทางออนไลน์

#### ๔.๓.๒ การคัดเลือกร้านอาหารที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น ที่มีศักยภาพในการต่อยอดเชิงธุรกิจ

โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิด เงื่อนไข และหลักเกณฑ์ ขั้นตอนในการคัดเลือกร้านที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น ที่มีศักยภาพสูงสุด นำร่องจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ร้าน เพื่อเข้าร่วมการส่งเสริมการตลาดในกิจกรรมการยกระดับอาหารไทยพื้นถิ่น สู่อหารโลก “Thai Local Food To World Food” โดยให้นำเสนอผ่านความเห็นชอบของทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญรายละเอียดตามข้อ ๔.๑.๒

#### ๔.๔ การสร้างสรรค์ พัฒนาเนื้อหาสำหรับประชาสัมพันธ์ต่อยอดการตลาด และการขาย

ผู้รับจ้างต้องสร้างสรรค์และผลิตเนื้อหา (Content) และการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อต่อยอดเชิงการตลาดให้กับร้านอาหารที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น และผ่านการคัดเลือกจากทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รายละเอียดตามข้อ ๔.๑.๒ โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ ให้มีเนื้อหาเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ร้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๔.๑ จัดทำบทความ พร้อมภาพประกอบของร้านอาหารที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น และผ่านการคัดเลือกจากทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รายละเอียดตามข้อ ๔.๑.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ บทความ (ร้านละ ๑ บทความ) โดยมีเนื้อหาจุดเด่นเชิงอัตลักษณ์ของเมนูอาหารพื้นถิ่น จุดเด่นของร้าน หรืออื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อไปชิมอาหารเมนูพื้นถิ่นนั้น ๆ

๔.๔.๒ จัดทำคลิปสั้น นำเสนอความน่าสนใจของเมนูอาหารพื้นถิ่นประจำร้าน ที่ผ่านการคัดเลือกจากทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รายละเอียดตามข้อ ๔.๑.๒ เพื่อนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คลิป (ร้านละ ๑ คลิป) โดยแต่ละคลิปให้มีความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที

๔.๔.๓ จัดทำคลังภาพถ่ายที่มีภาพการทำอาหาร ภาพวัตถุดิบ ภาพเมนู ภาพร้านอาหาร หรือเชฟ ของร้านอาหารที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น และผ่านการคัดเลือกจากทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รายละเอียดตามข้อ ๔.๑.๒ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์และต่อยอดการตลาดการขาย

/๔.๔.๔ จัดทำ...

๔.๔.๔ จัดทำเนื้อหาหรือคำบรรยายภาพที่น่าสนใจของเมนูอาหารถิ่นประจำร้าน ที่ได้รับคัดเลือกจากทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รายละเอียดตามข้อ ๔.๑.๒ โดยให้เนื้อหาเหมาะกับการใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นงาน

๔.๔.๕ การออกแบบและผลิตสื่อการขายเมนูอาหารพื้นถิ่นให้กับร้านอาหารที่ได้รับคัดเลือกจากทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รายละเอียดตามข้อ ๔.๑.๒ เช่น เมนูตั้งโต๊ะ, ป้าย Roll Up สำหรับการโฆษณา เป็นต้น

๔.๔.๖ การออกแบบวัสดุ พร้อมผลิตป้ายตราสัญลักษณ์ Thailand Best Local Food ที่ถูกออกแบบใหม่ รายละเอียดตามข้อ ๔.๒.๓ เพื่อมอบให้กับร้านอาหารที่ได้รับการคัดเลือกจากทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รายละเอียดตามข้อ ๔.๑.๒ จำนวนร้านละ ๒ ป้าย

๔.๕ การพัฒนากิจกรรมเพื่อเผยแพร่และส่งเสริมตลาดให้ร้านอาหารที่ได้รับคัดเลือก รายละเอียดดังนี้

๔.๕.๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการเพื่อสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับร้านอาหารที่ได้รับการคัดเลือกเป็น Michelin Guide ในปีปัจจุบัน หรือเทียบเท่า และมีเมนูอาหารพื้นถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ร้าน โดยนำเสนอแนวคิดและแผนการดำเนินงานส่งเสริมการตลาดและการขาย รวมถึงการประมาณการและรายงานยอดขายที่เกิดขึ้นในโครงการ ที่เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจหมุนเวียนในรวมพื้นที่ (Total Local Economic Multiplier Value)

๔.๕.๒ การดำเนินการประสานงาน พร้อมการจัดหาเครือข่ายด้านอาหาร ด้านท่องเที่ยว หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย ๓ ราย เพื่อสร้างความร่วมมือในการต่อยอดด้านการตลาด และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในการสร้างรายได้ให้กับร้านอาหารที่ได้รับการคัดเลือกจากทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รายละเอียด ตามข้อ ๔.๑.๒ และรายได้ทางเศรษฐกิจหมุนเวียนรวมในพื้นที่ (ประเมินจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เช่น การเดินทางท่องเที่ยว (บิน-กิน-พัก) ในพื้นที่ หรือพื้นที่เชื่อมโยง) จากการร่วมกิจกรรม และจากเครือข่ายด้านอาหารหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่เข้าร่วมโครงการ ไม่น้อยกว่า ๓๐ ล้านบาท

๔.๕.๓ การสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อส่งเสริมตลาด สร้างการรับรู้ โดยร่วมกับ influencer ด้านอาหารหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จัดร้านอาหาร หรือ เชฟประจำร้าน เพื่อสร้างการรับรู้และต่อยอดให้เกิดการเดินทางมารับประทาน โดยแต่ละกิจกรรมจะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๖ การแถลงข่าวเปิดตัวกิจกรรมการยกระดับอาหารไทยพื้นถิ่น สู่อาหารโลก “Thai Local Food To World Food” (Kick-off Event) พร้อมกับการประกาศเปิดตัวการยกระดับตราสัญลักษณ์ Thailand Best Local Food และความร่วมมือกับเครือข่ายด้านอาหารหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการส่งเสริม ต่อยอดเมนูอาหารพื้นถิ่น สู่ระดับสากล โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๖.๑ การจัดกิจกรรมแถลงข่าวเปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการ เพื่อสร้างกระแสการรับรู้ในวงกว้างและประกาศความร่วมมือกับเครือข่ายด้านอาหารหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยผู้รับจ้างต้องนำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรม/ รูปแบบงานที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การทำงาน โดยต้องส่งรายละเอียดงานให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบก่อนดำเนินงาน

๔.๖.๒ การนำเสนอสถานที่จัดงานที่มีความเหมาะสมและเป็นมาตรฐานระดับสากล โดยสถานที่ที่เลือกควรเป็นโรงแรมระดับสี่ดาวขึ้นไป หรือสถานที่ที่เห็นว่าเหมาะสมกับรูปแบบการจัดงาน ซึ่งตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ สถานที่ต้องสามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานที่เข้าร่วมทุกกิจกรรมได้ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน โดยต้องนำเสนอให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบก่อนดำเนินงาน

๔.๖.๓ การจัดทำกำหนดการ พร้อมลำดับ กระบวนการขั้นตอนการแถลงข่าว โดยต้องนำเสนอให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบก่อนดำเนินงาน

๔.๖.๔ การเชิญแขกผู้มีเกียรติเครือข่ายด้านอาหาร หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมงาน ไม่น้อยกว่า ๑๐ หน่วยงาน/ คน

/๔.๖.๕ การเชิญ...

๔.๖.๕ การเชิญสื่อประชาสัมพันธ์, Key Opinion Leader (KOL), Influencer, Bloggers) เข้าร่วมงาน และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว ไม่น้อยกว่า ๒๐ สำนัก/ คน

๔.๖.๖ การเชิญผู้ร่วมงานที่มีความเกี่ยวข้องในการส่งเสริม สนับสนุน ต่อยอดให้เมนูอาหารพื้นถิ่น เพื่อร่วมขยายผลต่อยอดความสำเร็จให้กับกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๕๐ คน

๔.๖.๗ การเชิญร้านอาหารที่มีเมนูอาหารพื้นถิ่น ซึ่งได้รับการคัดเลือก Michelin Guide ในปีปัจจุบัน หรือเทียบเท่า จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ร้าน มาร่วมงาน เพื่อสร้างเครือข่ายต่อยอดความสำเร็จ

๔.๖.๘ การจัดกิจกรรมสาธิตและชิมเมนูอาหารพื้นถิ่นของร้านอาหารที่ได้รับการคัดเลือก Michelin Guide ในปีปัจจุบัน หรือเทียบเท่า จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ร้าน ที่ได้รับการคัดเลือกจากทีมงาน/ หรือ กลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รายละเอียดตามข้อ ๔.๑.๒ เข้าร่วมงาน

๔.๖.๙ การจัด/ ตกแต่งเวทีพร้อมระบบแสง ระบบเสียง จอแสดงผล LED และอุปกรณ์ที่จำเป็น ซึ่งสามารถรองรับกิจกรรมภายในงานได้อย่างเพียงพอ

๔.๖.๑๐ การจัดที่นั่งสำหรับแขก VIP สื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ที่นั่ง

๔.๖.๑๑ การออกแบบและตกแต่งจุดถ่ายภาพ (Photo Backdrop) เพื่อเป็นจุดถ่ายภาพและให้ข่าวประชาสัมพันธ์แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม/ ให้สัมภาษณ์ของประธานในพิธี/ ผู้บริหารต่อสื่อมวลชน

๔.๖.๑๒ การจัดหาพิธีกรที่มีชื่อเสียงมีประสบการณ์มีความรู้ด้านอาหารและความสามารถสื่อสาร ไม่น้อยกว่า ๒ ภาษา จำนวน ๑ คน

๔.๖.๑๓ การจัดทำเตรียมคำกล่าว/ ประเด็นสัมภาษณ์ และ บทความข่าว (Press release)

๔.๖.๑๔ การจัดเตรียมของที่ระลึก สำหรับผู้เข้าร่วมงาน/ สื่อมวลชน/ แขก VIP และ ประธานฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้น

๔.๖.๑๕ การจัดหาอาหารว่าง พร้อมเครื่องดื่มรับรอง สำหรับผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด

๔.๖.๑๖ การบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวภายในงานแถลงข่าว

๔.๗ การประชาสัมพันธ์และยกระดับภาพลักษณ์ของอาหารไทยพื้นถิ่นสู่ระดับสากล และส่งเสริมต่อยอดทางการตลาด เพื่อการท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

๔.๗.๑ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาโครงการ เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้างและส่งเสริมการตลาดครอบคลุมทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ช่องทาง และตัวชี้วัดความสำเร็จ

๔.๗.๒ ดูแลและบริหารการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามแผนฯ ตลอดระยะเวลาจัดทำโครงการ

๔.๗.๓ จัดทำข่าวและบทสัมภาษณ์ผู้บริหารกรมส่งเสริมวัฒนธรรม หรือ กระทรวงวัฒนธรรม และเครือข่ายด้านอาหาร หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สำหรับการประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง

๔.๗.๔ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ เช่น Banner, Marketing Content, Photo caption เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้นงาน

๔.๗.๕ จัดทำช่องทางเผยแพร่เนื้อหา Content ผ่านสื่อ Social Media ไม่น้อยกว่า ๑ ช่องทาง อาทิ Facebook, TikTok, IG, YouTube โดยผู้รับจ้างจะต้องเตรียมแอดมินดูแลบริหาร ถาม-ตอบ และให้ข้อมูล ผู้ที่สนใจ ตลอดกิจกรรมการยกระดับอาหารไทยพื้นถิ่น สู่อาหารโลก “Thai Local Food To World Food”

๔.๗.๖ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการร่วมมือกับ Influencers/ Bloggers ด้านอาหาร การท่องเที่ยว และไลฟ์สไตล์ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาและเผยแพร่เรื่องราวของกิจกรรม และเมนูอาหารถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ คน โดยสร้างสรรค์การนำเสนอที่แปลกใหม่ น่าสนใจเข้าใจง่าย สำหรับชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยต้องมียอดการเข้าถึง (Reach/ View) รวมทั้งสิ้น ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

๔.๗.๗ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนไทยและต่างประเทศทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อนอกบ้าน OOH (Out of Home) media ไม่น้อยกว่า ๒๐ ช่องทาง โดยต้องมียอดการเข้าถึง (Reach/View) รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

๔.๗.๘ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าทุกครั้ง ไม่น้อยกว่า ๕ วันทำการ เพื่อให้สื่อหลักของกรมส่งเสริมวัฒนธรรมสามารถร่วมเผยแพร่ได้สอดคล้องกัน

#### ๔.๘. การพัฒนาข้อมูลอาหารถิ่นและสื่อการตลาดออนไลน์

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการเรียบเรียงและพัฒนาข้อมูล สำหรับเมนูอาหารพื้นถิ่น “รสชาติ... ที่หายไป” ที่ได้รับการคัดเลือกจากการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมและพัฒนายกระดับอาหารถิ่นสู่มรดกทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thailand Best Local Food) “รสชาติ...ที่หายไป The Lost Taste” ประจำปี ๒๕๖๖-๒๕๖๘ จำนวน ๒๓๑ เมนู เพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลเมนูอาหารพื้นถิ่น และเป็นเครื่องมือหลักในการสืบค้น ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมตลาดในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### ๔.๘.๑ การรวบรวมและปรับปรุงข้อมูล

ผู้รับจ้างต้องศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลอาหารถิ่นในโครงการส่งเสริมและพัฒนายกระดับอาหารถิ่นสู่มรดกทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thailand Best Local Food) “รสชาติ...ที่หายไป The Lost Taste” ประจำปี ๒๕๖๖-๒๕๖๘ จำนวน ๒๓๑ เมนู พร้อมดำเนินการเรียบเรียงและปรับปรุงข้อมูลเดิมให้ครบถ้วน ทันสมัย สอดคล้องกับความเป็นจริงในปัจจุบัน เพื่อนำไปพัฒนาเป็นข้อมูลเพื่อใช้ต่อยอดเชิงตลาด ทั้งภายในไทยและต่างประเทศ โดยมีข้อมูลพื้นฐาน อาทิ อัตลักษณ์ของเมนู ภาพถ่ายรายละเอียดขั้นตอน การเตรียมเมนู รายละเอียดของวัตถุดิบ เป็นต้น

##### ๔.๘.๒ การจัดทำเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ (Creative Content)

- ผู้รับจ้างต้องจัดทำชุดข้อมูลเชิงประสบการณ์ของแต่ละรายการเมนู ประกอบด้วย รายละเอียดสำคัญ อาทิ ประวัติความเป็นมาภูมิปัญญาท้องถิ่น รายการวัตถุดิบ วิธีการปรุง และความเชื่อ หรือพิธีกรรมที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น โดยเน้นการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่ดึงดูดใจผู้อ่าน ความเป็นสากล และสามารถใช้ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างประเทศได้

๔.๘.๓ การออกแบบและจัดทำสื่อดิจิทัลและชุดข้อมูลเชิงประสบการณ์สำหรับเมนูอาหารถิ่น “รสชาติ...ที่หายไป” เพื่อเป็นเครื่องมือหลักในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมตลาดในอนาคต โดยชุดข้อมูลนี้จะต้องอยู่ในรูปแบบที่ พร้อมใช้งานเชิงดิจิทัล (Digital Ready Format) เพื่อให้สามารถนำไปแสดงผลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ทันที โดยชุดข้อมูลสามารถดำเนินการได้ดังนี้

- สามารถแสดงผลได้กับทุกอุปกรณ์ (Responsive Display)

- สามารถจำแนกและสืบค้นข้อมูลได้ (Categorization and Search Functionality)

โดยบริษัทผู้รับจ้างต้องนำเสนอแนวคิดการออกแบบ และโครงสร้างการนำเสนอเนื้อหา (Content Architecture) ที่ครอบคลุมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะชาวต่างชาติ โดยต้องนำเสนอให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบก่อนดำเนินงาน

#### ๔.๙. การจัดทำรายงานและบทสรุปผู้บริหาร

๔.๙.๑ ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปการติดตามประเมินผลโครงการ จากการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า ๓๐๐ คน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์พัฒนาและต่อยอดโครงการต่อไป รายละเอียดดังนี้

##### ๔.๙.๒ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ดังนี้

(๑) รายงานจำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ PAXS

(๒) รายงานยอดการรับรู้โครงการไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง (Reach/View)

(๓) รายงานรายได้ลงสู่พื้นที่สร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนจากการท่องเที่ยวในโครงการ จำนวน ๓๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท

หมายเหตุ : ใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

โดยต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา



## ๕. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

๕.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาดัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ขั้นต่ำและใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น โดยคะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค หรือข้อเสนออื่นต้องผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กรมส่งเสริมวัฒนธรรมกำหนด โดยคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพ และพิจารณาคัดเลือกรายที่ได้คะแนนรวมสูงสุด เป็นผู้ชนะหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกในการประกวดราคา

๕.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ กรณีใช้เกณฑ์ขั้นต่ำและใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่นในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ โดยจะพิจารณาให้คะแนนและน้ำหนักข้อเสนอด้านเทคนิค หรือข้อเสนออื่นผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่หน่วยงานกำหนด ดังนี้

๕.๒.๑ การจัดจ้างกิจกรรมการยกระดับอาหารไทยพื้นถิ่น สู่อาหารโลก “Thai Local Food To World Food” โดยเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐

ประกอบด้วย

(๒.๑) การจัดทำแนวคิดและแผนการดำเนินงานกำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๕ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้

- มีแนวคิดการทำโครงการที่สร้างสรรค์ ทันสมัย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และการจัดทำแผนการดำเนินงานที่ละเอียด มีกรอบระยะเวลาในการทำงานชัดเจน ให้น้ำหนักร้อยละ ๕

(๒.๒) การจัดกิจกรรมในโครงการกำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๔๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้

- มีแนวคิดและรูปแบบในการทำกิจกรรมส่งเสริมตลาดและการสร้างรายได้ที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์โครงการ ให้น้ำหนักร้อยละ ๓๐

- มีการสร้างเครือข่ายพันธมิตร การตลาด ประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์กับโครงการ และตอบโจทย์วัตถุประสงค์โครงการ ให้น้ำหนักร้อยละ ๑๐

(๒.๓) กลยุทธ์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๕ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้

- มีการวิเคราะห์เพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์และช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ พร้อมแนวคิดในการจัดทำแผนการสื่อสาร ให้น้ำหนักร้อยละ ๕

(๒.๔) ประสพการณ์ทำงาน และความรู้ความเชี่ยวชาญ ที่สอดคล้องกับกิจกรรม กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ โดยวิธีการให้คะแนน ดังนี้

- การนำเสนอทีมที่ปรึกษาตามขอบเขตของงาน โดยขึ้นทะเบียนในระบบฐานข้อมูลที่ปรึกษาไทย ของสำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ กระทรวงการคลัง ให้น้ำหนักร้อยละ ๑๐

- มีผลงานความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมในการดำเนินงานโครงการในลักษณะที่มีความใกล้เคียงกัน ให้น้ำหนักร้อยละ ๒๐

/เกณฑ์การ...

เกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพ (ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ) กำหนดน้ำหนัก ร้อยละ ๘๐ คิดเป็นคะแนนเต็ม ๑๐๐ โดยกำหนดสัดส่วนของน้ำหนักในการให้คะแนน เพื่อใช้ในการประเมิน การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอร้อยละ ๑๐๐ โดยต้องผ่านเกณฑ์คะแนนด้านคุณภาพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ และหากไม่ผ่านคะแนนขั้นต่ำด้านคุณภาพ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม จะไม่นำเกณฑ์ราคา (Price) ประกอบกับ เกณฑ์อื่น (เกณฑ์คุณภาพ) มาพิจารณารวมกัน เพื่อให้ได้ผู้ได้คะแนนสูงสุด

#### ๕.๓ วิธีการประเมินการให้คะแนน

๕.๓.๑ การจัดทำแนวคิดและแผนการดำเนินงานกำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๕ โดยมีวิธีการ ให้คะแนนดังนี้

- มีแนวคิดการทำโครงการที่สร้างสรรค์ ทันสมัย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และการจัดทำแผนการดำเนินงานที่ละเอียด มีกรอบระยะเวลาในการทำงานชัดเจน ให้น้ำหนักร้อยละ ๕ โดยมี เกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p><b>มีการจัดแผนงานที่ยืดหยุ่น</b></p> <p>๑) มีแผนการนำเสนอแนวคิดการทำงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย สามารถตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ได้ชัดเจน ๑ แผนงาน</p> <p>๒) มีแผนงาน และกำหนด Timeline กระบวนการทำงานทำงานที่ครอบคลุมทุกกิจกรรม โดยนำเสนอ รายละเอียดครบทุกขั้นตอน และเข้าใจง่าย ๑ แผน</p> <p>๓) มีแผนการวางตัวชี้วัด (KPI) พร้อมหลักฐานหรือ ข้อมูลตัวอย่างในวัยอดการรับรู้ ๑ แผน</p> <p>๔) มีแผนการวางตัวชี้วัด (KPI) พร้อมหลักฐานหรือ ข้อมูลตัวอย่างในวัยอดการขาย ๑ แผน</p> <p>๕) มีแผนกิจกรรมการตลาดพร้อมตัวอย่างการทำ กิจกรรม ๕ กิจกรรม</p> <p>๖) มีแผนงานและวิธีการจัดทำข้อมูลอาหารพื้นถิ่น ประจำปี ๒๕๖๖-๒๕๖๘ ที่ชัดเจน และมีแนวคิด การนำฐานข้อมูลมาต่อยอดเชิงการตลาด ตอบโจทย์ กลุ่มเป้าหมายที่สร้างสรรค์ ๑ แผน</p>	๑๐๐	<p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา มีการนำเสนอแนวคิดที่ น่าสนใจ สร้างสรรค์ และมี แผนในการทำงานที่ชัดเจน ครอบคลุมทุกรายละเอียด เข้าใจง่าย สามารถทำให้ คณะกรรมการเชื่อมั่นว่า บริษัทหรือผู้รับจ้างเข้าใจ ในกระบวนการทำงานเป็น อย่างดี และมีการระบุ KPI ชัดเจน ทำได้จริง พร้อมมี เอกสารหลักฐาน ผ่านการ รับรองของหน่วยงานที่ผู้ยื่น ทำงานร่วม</p>	<p>คณะกรรมการ พิจารณาโดย เปรียบเทียบจาก เอกสารที่ผู้ยื่น ข้อเสนอได้เสนอมา และการให้ คะแนนคิดจากผู้ ที่ นำเสนองานได้ดี ที่สุด เรียงลำดับ ลงมา</p>
<p><b>มีแผนงานโครงการครอบคลุม</b></p> <p>๑) มีแผนการนำเสนอแนวคิดการทำงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย สามารถตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ได้ชัดเจน ๑ แผนงาน</p> <p>๒) มีแผนงาน และกำหนด Timeline กระบวนการ ทำงานทำงานที่ครอบคลุมทุกกิจกรรม โดยนำเสนอ รายละเอียดครบทุกขั้นตอน และเข้าใจง่าย ๑ แผน</p> <p>๓) มีแผนการวางตัวชี้วัด (KPI) พร้อมหลักฐานหรือ ข้อมูลตัวอย่างในวัยอด การรับรู้ ๑ แผน</p> <p>๔) มีแผนกิจกรรมการตลาดพร้อมตัวอย่างการทำ กิจกรรม ๓ กิจกรรม</p>	๗๐		

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕) มีแผนงานและวิธีการจัดทำข้อมูลอาหารพื้นถิ่นประจำปี ๒๕๖๖-๒๕๖๘ ที่ชัดเจน และมีแนวคิดการนำฐานข้อมูลมาต่อยอดเชิงการตลาด ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่สร้างสรรค์ ๑ แผน			
มีแผนงานเบื้องต้น ๑) มีแผนการนำเสนอแนวคิดการทำงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย สามารถตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน ๑ แผนงาน ๒) มีแผนงาน และกำหนด Timeline กระบวนการทำงานทำงานที่ครอบคลุมทุกกิจกรรม โดยนำเสนอรายละเอียดครบทุกขั้นตอน และเข้าใจง่าย 1 แผน ๓) มีแผนกิจกรรมการตลาดพร้อมตัวอย่างการทำกิจกรรม ๓ กิจกรรม	๔๐		

๕.๓.๒ การจัดกิจกรรมในโครงการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๔๐ โดยมีวิธีการให้คะแนนดังนี้

(๑) มีแนวคิดและรูปแบบในการทำกิจกรรมส่งเสริมตลาดและการสร้างรายได้ที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์โครงการ ให้น้ำหนักร้อยละ ๓๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
- มีข้อเสนอทางเทคนิคด้านกิจกรรมการตลาด การส่งเสริมการขาย โดยมีตัวชี้วัดเพื่อยืนยันการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจหมุนเวียนรวมในพื้นที่ (Total Local Economic Multiplier Value) ไม่น้อยกว่า $\geq 50,000,000$ บาท	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นมา มีตัวชี้วัดการขาย และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่เป็นประโยชน์สูงสุดกับกรมฯ และทำได้จริง พร้อมมีเอกสารหลักฐาน ผ่านการรับรองของหน่วยงานที่ผู้ยื่นทำงานร่วม	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ ผู้ยื่นข้อเสนอ ได้เสนอมา และการให้คะแนนคิดจากผู้ ที่นำเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
- มีข้อเสนอทางเทคนิคด้านกิจกรรมการตลาด การส่งเสริมการขาย โดยมีตัวชี้วัดเพื่อยืนยันการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจหมุนเวียนรวมในพื้นที่ (Total Local Economic Multiplier Value) ไม่น้อยกว่า $\geq 30,000,000$ บาท	๗๐		
- มีข้อเสนอทางเทคนิคด้านกิจกรรมการตลาด การส่งเสริมการขาย โดยมีตัวชี้วัดเพื่อยืนยันการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจหมุนเวียนรวมในพื้นที่ (Total Local Economic Multiplier Value) ไม่น้อยกว่า $\geq 20,000,000$ บาท	๔๐		

(๒) มีการสร้างเครือข่ายด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ที่เป็นประโยชน์ ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ ให้นำหน้ากร้อยละ ๑๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
- มีเครือข่ายและมีวิธีการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การตลาด ที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม และเครือข่ายสามารถช่วยขยายโอกาสทางการตลาด เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ในการสร้างรายได้ให้กับร้านอาหารที่ผ่านการคัดเลือกจากทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รายละเอียดตามข้อ ๕.๑.๒ รวมถึงมีแคมเปญทางการตลาดที่น่าสนใจ แนวคิดสร้างสรรค์ และสร้างผลลัพธ์ได้จริง ที่เข้าร่วมกิจกรรม $\geq 10$ หน่วยงาน/ องค์กร โดยมี เครือข่ายระดับสากล หรือ สามารถต่อยอดไปยังต่างประเทศ ได้ไม่น้อยกว่า ๒ ราย	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา มีการนำเสนอเครือข่ายที่เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับผลลัพธ์ของกิจกรรม พร้อมมีเอกสารหลักฐาน ผ่านการรับรองของหน่วยงานที่ผู้ยื่นทำงานร่วม	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนคิดจากผู้ ที่นำเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
- มีวิธีการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การตลาด ที่มีความชัดเจนระดับหนึ่ง แต่โอกาสทางธุรกิจในการสร้างรายได้ให้กับร้านอาหารที่ผ่านการคัดเลือก หรือ เมนูอาหารถิ่น ยังไม่ชัดเจน ไม่คุ้มค่า หรือ มีความน่าสนใจน้อย และมีเครือข่ายเข้าร่วมโครงการ $< 10$ แต่ $> 5$ หน่วยงาน/ องค์กร โดยมี เครือข่ายระดับสากล หรือ สามารถต่อยอดไปยังต่างประเทศได้ไม่น้อยกว่า ๑ ราย	๗๐		
- การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การตลาด ไม่ชัดเจน ขาดความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ขาดรายละเอียดและความเป็นไปได้ของโอกาสทางธุรกิจในการสร้างรายได้ให้กับร้านอาหารที่ผ่านการคัดเลือก หรือ เมนูอาหารถิ่น และมีเครือข่ายเข้าร่วมโครงการ $< 5$ หน่วยงาน/องค์กร และหรือขาดเครือข่ายระดับสากล	๕๐		

๕.๓.๓ กลยุทธ์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรม กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๕ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้

- มีการวิเคราะห์เพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์และช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ พร้อมแนวคิดในการจัดทำแผนการสื่อสาร ให้น้ำหนักร้อยละ ๕ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>- มีการจัดทำแนวคิด วิเคราะห์ กำหนดแผนกลยุทธ์ และช่องทางการสื่อสารได้อย่างชัดเจน เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ครอบคลุมเนื้อหาที่สำคัญ ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ช่องทาง และตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน สามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำเสนอช่องทางสื่อสารรวม <b>≥๒๕</b> ช่องทาง ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภายในประเทศ</li> <li>- สื่อต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ)</li> </ul> <p>และมีข้อเสนอตัวชี้วัดการรับรู้ (KPI) <b>≥๓๐,๐๐๐,๐๐๐</b> การเข้าถึง</p>	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการสื่อสารที่ชัดเจน มีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และพฤติกรรมการใช้สื่อและตัวชี้วัดได้ชัดเจน	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนคิดจากผู้ที่น่าเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
<p>- มีการจัดทำแนวคิด และช่องทางการสื่อสารได้อย่างชัดเจน เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ครอบคลุมเนื้อหาที่สำคัญ ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ สามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำเสนอช่องทางสื่อสารรวม <b>≥๒๐</b>ช่องทาง ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภายในประเทศ</li> <li>- สื่อต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ)</li> </ul> <p>และมีข้อเสนอตัวชี้วัดการรับรู้ (KPI) <b>≥๒๐,๐๐๐,๐๐๐</b> การเข้าถึง</p>	๗๐		
<p>- มีการจัดทำแนวคิด และช่องทางการสื่อสาร ครอบคลุมทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ทั้งในและต่างประเทศ มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ได้แต่ไม่ชัดเจน ไม่สอดคล้องกับกับวัตถุประสงค์ของโครงการเท่าที่ควร โดยนำเสนอช่องทางสื่อสารรวม <b>≥๑๕</b> ช่องทาง ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อภายในประเทศ</li> </ul> <p>และมีข้อเสนอตัวชี้วัดการรับรู้ (KPI) <b>≥๑๐,๐๐๐,๐๐๐</b> การเข้าถึง</p>	๔๐		

๕.๓.๔ ประสพการณ์ทำงาน และความรู้ความเชี่ยวชาญ ที่สอดคล้องกับกิจกรรม กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ โดยมีวิธีการให้คะแนนดังนี้

(๑) การนำเสนอทีมที่ปรึกษาตามขอบเขตของงาน มีคุณสมบัติโดยการขึ้นทะเบียนในระบบฐานข้อมูลที่ปรึกษาไทยของสำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ กระทรวงการคลัง ให้น้ำหนักร้อยละ ๑๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
- มี Profile ทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ไม่น้อยกว่า ๗ คน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญตรงกับงานที่ได้รับผิดชอบ หรือเป็นคณะทำงานที่อยู่ในบริษัท ที่ขึ้นทะเบียนในระบบฐานข้อมูลที่ปรึกษาไทย (Thai Consultant Database) ของสำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ กระทรวงการคลัง สาขาการท่องเที่ยว Tourism Sector (TO) หรือ สาขาการประชาสัมพันธ์ (PR) และมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่า ๗ ปี ในส่วนงานที่ได้รับผิดชอบ	๑๐๐	เอกสารของทีมที่ปรึกษาตามขอบเขตของงาน ที่มีคุณสมบัติโดยการขึ้นทะเบียนในระบบฐานข้อมูลที่ปรึกษาไทยของสำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ กระทรวงการคลัง สอดคล้องตามที่ได้กำหนดไว้	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนคิดจากผู้ที่น่าเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
- มี Profile ทีมงาน/ หรือกลุ่มบุคลากรผู้ร่วมงาน ไม่น้อยกว่า ๗ คน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญตรงกับงานที่ได้รับผิดชอบ และมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๕๐		

(๒) มีผลงานความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมในการดำเนินงานกิจกรรมในลักษณะที่มีความใกล้เคียงกัน ให้น้ำหนักร้อยละ ๒๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
- ผู้รับจ้างมีผลงานและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับผลสำเร็จของกิจกรรม โดยมี ๑) ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มอาหารไทยด้านความยั่งยืน จำนวน $\geq 1$ ผลงาน ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท ๒) ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มอาหารไทยหรือส่งเสริมการขายด้านอาหาร จำนวน $\geq 3$ ผลงาน ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท ๓) ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาด กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว และสามารถแสดงผลสำเร็จของโครงการที่ทำเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจและมียอดการซื้อสินค้าบริการไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน $\geq 5$ ผลงาน ๔) ผลงานด้านการตลาดหรือประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวไทยสู่ตลาดต่างประเทศ จำนวน $\geq 1$ ผลงาน ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท	๑๐๐	สัญญาจ้าง หรือ หนังสือรับรอง ผลงานของผู้รับจ้างที่สอดคล้องกับ ประสบการณ์ตามที่ได้กำหนดไว้ พร้อมมีเอกสารหลักฐาน ผ่านการรับรองของหน่วยงานที่ผู้ยื่นทำงานร่วม	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนคิดจากผู้ที่น่าเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>๕) ผลงานด้านการทำงานร่วมกับเครือข่ายในหลากหลายสาขา เพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว โดยมีจำนวนเครือข่าย จำนวน <math>\geq ๘๐</math> ราย จำนวน <math>\geq ๑</math> ผลงานในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท ในสัญญาเดียวและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน โดยต้องมีหนังสือคู่สัญญาหรือหนังสือรับรองผลงานมาแสดง</p>			
<p>- ผู้รับจ้างมีผลงานและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับผลสำเร็จของกิจกรรม โดยมี</p> <p>๑) ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มอาหารไทยด้านความยั่งยืน จำนวน <math>\geq ๑</math> ผลงานในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p>๒) ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มอาหารไทยหรือส่งเสริมการขายด้านอาหาร จำนวน <math>\geq ๒</math> ผลงาน ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p>๓) ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาด กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว และสามารถแสดงผลสำเร็จของโครงการที่ทำเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจและมียอดการซื้อสินค้าบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน <math>\geq ๕</math> ผลงาน</p> <p>๔) ผลงานด้านการตลาดหรือประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวไทยตลาดต่างประเทศ จำนวน <math>\geq ๑</math> ผลงาน ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p>๕) ผลงานด้านการทำงานร่วมกับเครือข่ายในหลากหลายสาขา เพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว โดยมีจำนวนเครือข่าย จำนวน <math>\geq ๕๐</math> ราย จำนวน <math>\geq ๑</math> ผลงาน ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p>ในสัญญาเดียวและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน โดยต้องมีหนังสือคู่สัญญาหรือหนังสือรับรองผลงานมาแสดง</p>	๗๐		
<p>- ผู้รับจ้างมีผลงานและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับผลสำเร็จของกิจกรรม โดยมี</p> <p>๑) ไม่มีผลงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มอาหารไทยด้านความยั่งยืน หรือมีมูลค่าโครงการต่ำกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p>๒) ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มอาหารไทยหรือส่งเสริมการขายด้านอาหาร จำนวน <math>\geq ๑</math> ผลงาน ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p>๓) ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาด กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว และสามารถแสดงผลสำเร็จของโครงการที่ทำเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจและมียอดการซื้อสินค้าบริการ ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน <math>\geq ๕</math> ผลงาน</p>	๕๐		

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>๔) ผลงานด้านการตลาดหรือประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวไทยตลาดต่างประเทศ จำนวน <math>\geq 1</math> ผลงาน ในวงเงินน้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p>๕) ผลงานด้านการทำงานร่วมกับเครือข่ายในหลากหลายสาขา เพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว โดยมีจำนวนพันธมิตร <math>\geq 20</math> ราย จำนวน <math>\geq 1</math> ผลงาน ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท ในสัญญาเดียวและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน โดยต้องมีหนังสือคู่สัญญาหรือหนังสือรับรองผลงานมาแสดง</p>			

๖. วงเงินงบประมาณ/วงเงินที่ได้รับจัดสรร จำนวน ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบล้านบาทถ้วน)  
 ราคากลาง (ราคาอ้างอิง) จำนวน ๑๐,๐๓๕,๐๐๐ บาท (สิบล้านสามหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

๗. การส่งมอบงาน แบ่งเป็น ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑

- จัดส่งแผนการดำเนินงานรูปแบบไฟล์ข้อมูลในลักษณะ PowerPoint และ PDF โดยบรรจุไฟล์ใน USB Flash drive จำนวน ๒ อัน ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

- จัดส่งรายงานมาตรฐาน Thailand Best Local Food ตามข้อ ๔.๒ ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

งวดที่ ๒

- จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการ ตามข้อ ๔.๓ และ ๔.๔ เรียบร้อยแล้ว จำนวน ๒ ชุด ภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และบันทึกเป็นไฟล์ข้อมูลในลักษณะ PowerPoint และ PDF บรรจุใน USB Flash drive จำนวน ๒ อัน

งวดที่ ๓

- จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการ ตามข้อ ๔.๑-๔.๙ เสร็จสมบูรณ์ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว จำนวน ๒ ชุด ภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และบันทึกเป็นไฟล์ข้อมูลในลักษณะ PowerPoint และ PDF บรรจุใน External Hard disk จำนวน ๒ อัน

๘. เงื่อนไขการชำระเงิน

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม จะแบ่งงวดการชำระเงินออกเป็น ๓ งวด ตามเงื่อนไข ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างจะจ่ายค่าจ้างเป็นจำนวนร้อยละ ๒๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ ๑ ตามข้อ ๗ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างจะจ่ายค่าจ้างเป็นจำนวนร้อยละ ๓๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ ๒ ตามข้อ ๗ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) ผู้ว่าจ้างจะจ่ายค่าจ้างเป็นจำนวนร้อยละ ๕๐ ของวงเงินค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ ๓ ตามข้อ ๗ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ กรณีส่งมอบเกินกำหนด คิดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคางานจ้างแต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท


กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรมส่งเสริมวัฒนธรรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ (สิบ) ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น


/๑๐. การ...




๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง ภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า.....ปี.....เดือน นับถัดจากวันที่กรมฯ ได้รับมอบงาน โดยต้องรับผิดชอบซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน.....วันทำการ นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๑. แผนการทำงาน คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ทั้งนี้ แผนการทำงานดังกล่าวให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

ลงชื่อ.....  ..... ประธานกรรมการ  
(นายอิสระ ริวตระกูลไพบูลย์)  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองกิจการเครือข่ายทางวัฒนธรรม

ลงชื่อ.....  ..... กรรมการ  
(นางสาวเยาวนิศ เต็งไตรรัตน์)  
ตำแหน่ง นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการพิเศษ

ลงชื่อ.....  ..... กรรมการและเลขานุการ  
(นางสาวนลันธร ปานอำพัน)  
ตำแหน่ง นักวิชาการวัฒนธรรมปฏิบัติการ