

ร่างประกาศ และขอบเขตการจ้าง (TOR)

ชื่อหน่วยงาน	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ชื่อเรื่อง	ประกวดราคาจ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดง สินค้าอาหาร ๒๕๖๖ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2023) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)
วงเงินงบประมาณเบื้องต้น	๑๔,๐๕๘,๖๕๐.๐๐ บาท
อีเมลล์แอดเดรส	supplies@ditp.go.th
หมายเลขโทรศัพท์	๐-๒๕๐๗-๗๗๕๑
ที่อยู่หน่วยงาน	๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
วันที่ประกาศ	๑๐ มกราคม ๒๕๖๖
วันสิ้นสุดการประกาศ	๑๓ มกราคม ๒๕๖๖

(ร่าง)

ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๖
(THAIFEX - ANUGA ASIA 2023) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๖ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2023) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาค้างนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๑๔,๓๑๔,๙๙๙.๙๙ บาท (สิบสี่ล้านสามแสนหนึ่งหมื่นสี่พันเก้าร้อยเก้าสิบบาทเก้าสิบบาทเก้าสตางค์)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

๑๑. ต้องมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ งาน

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่.....เวลา.....น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุม ๗๐๑ ชั้น ๗ (ตึกกรมถนน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐

โดยจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนองานขนาด A๔ ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม และภาพขาวดำ จำนวน ๓ เล่ม
ทั้งนี้ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
ในวันที่ ระหว่างเวลา น. ถึง น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบ
จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือ www.gprocurement.go.th
หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐-๒๕๐๗๗๕๑ ในวันและเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖

(นายเอกฉัตร ศีตวรรัตน์)

รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

หมายเหตุ ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนอราคา (เอกสารส่วนที่ ๑ และเอกสาร
ส่วนที่ ๒) ในระบบ e-GP ได้ตั้งแต่วันที่ขอรับเอกสารจนถึงวันเสนอราคา

(ร่าง)

เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ /๒๕๖๖

การจ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๖ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2023)

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ มกราคม ๒๕๖๖

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๖ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2023) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

- ๑.๑ รายละเอียดและขอบเขตของงาน
- ๑.๒ แบบใบเสนอราคาที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
- ๑.๓ สัญญาจ้างทำของ
- ๑.๔ แบบหนังสือค้ำประกัน
 - (๑) หลักประกันการเสนอราคา
 - (๒) หลักประกันสัญญา
- ๑.๕ บทนิยาม
 - (๑) ผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
 - (๒) การขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ๑.๖ แบบบัญชีเอกสารที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
 - (๑) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑
 - (๒) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒
- ๑.๗ แผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงาน

ของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรม วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมคำหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมคำหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมคำรายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมคำหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมคำหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดเป็นผู้เข้าร่วมคำหลัก ผู้เข้าร่วมคำทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

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

๒.๑๒ ต้องมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ งาน

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีได้ถือสัญชาติไทย พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(๓) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า และเอกสารตามที่ระบุไว้ใน (๑) หรือ (๒) ของผู้ร่วมค้า แล้วแต่กรณี

(๔) เอกสารเพิ่มเติมอื่นๆ

(๔.๑) สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์ (ถ้ามี)

(๔.๒) สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี)

(๕) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๓.๒ ส่วนที่ ๒ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนให้แนบหนังสือมอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย โดยมีหลักฐานแสดงตัวตนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ ทั้งนี้ หากผู้รับมอบอำนาจเป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

(๒) หลักประกันการเสนอราคา ตามข้อ ๕

(๓) เอกสารเพิ่มเติมอื่นๆ

(๓.๑) เอกสารด้านเทคนิค

(๔) สำเนาใบขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) (ถ้ามี)

(๕) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔. การเสนอราคา

๔.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน พร้อมทั้งหลักฐานแสดงตัวตนและทำการยืนยันตัวตนของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่ต้องแนบบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ท้ายใบเสนอราคาให้ถูกต้อง ทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอมust รับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคา มิได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอมust จะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือนกันยายน ๒๕๖๖

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอมust ควรตรวจดูร่างสัญญา แบบรูป และรายละเอียด ฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นเสนอราคาตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอมust จะต้องยื่นข้อเสนอมust และเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ระหว่างเวลา น. ถึง น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอมust และเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอมust และเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอมust ต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอมust ต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอมust แต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอมust ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอมust รายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นข้อเสนอมust รายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอมust ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอมust รายอื่น คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอมust ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอมust

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ว่า ก่อนหรือในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอมust มีผู้ยื่นข้อเสนอมust รายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการฯ เชื่อว่ามีการกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอมust รายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอมust และกรมจะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอมust ดังกล่าวเป็นผู้ทำงาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนอมust รายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำความดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอมust จะต้องปฏิบัติ ดังนี้
(๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
(๒) ราคาที่เสนอมust จะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายที่ส่งมอบไว้ด้วยแล้ว

(๓) ผู้ยื่นข้อเสนอมust จะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวัน เวลา ที่กำหนด

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอมust จะถอนการเสนอราคาที่ยื่นแล้วไม่ได้

(๕) ผู้ยื่นข้อเสนอมust ต้องศึกษาและทำความเข้าใจในระบบและวิธีการเสนอราคา ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ www.gprocurement.go.th

๔.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พืชผลที่ผลิตภายในประเทศโดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. หลักประกันการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางหลักประกันการเสนอราคาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ จำนวน ๗๐๒,๙๓๒.๕๐ บาท (เจ็ดแสนสองพันเก้าร้อยสามสิบสองบาทห้าสิบบสตางค์)

๕.๑ เช็ครีหรือตราฟท์ที่ธนาคารเซ็นส่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็ครีหรือตราฟท์ลงวันที่ที่ใช้เช็ครีหรือตราฟท์นั้นชำระต่อเจ้าหนี้ในวันที่ยื่นข้อเสนอ หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน ๓ วันทำการ

๕.๒ หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

๕.๓ พันธบัตรรัฐบาลไทย

๕.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอ นำเช็ครีหรือตราฟท์ที่ธนาคารส่งจ่ายหรือพันธบัตรรัฐบาลไทยหรือหนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มาวางเป็นหลักประกันการเสนอราคาจะต้องส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้กรมตรวจสอบความถูกต้องในวันที่ ระหว่างเวลา น. ถึง

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ประสงค์จะใช้หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในประเทศเป็นหลักประกันการเสนอราคาให้ระบุชื่อผู้เข้าร่วมค้ารายที่สัญญาาร่วมค้ากำหนดให้เป็นผู้เข้ายื่นข้อเสนอกับหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หลักประกันการเสนอราคาตามข้อนี้ กรมจะคืนให้ผู้ยื่นข้อเสนอหรือผู้ค้ำประกันภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่กรมได้พิจารณาเห็นชอบรายงานผลคัดเลือกผู้ชนะการประกวดราคาเรียบร้อยแล้ว เว้นแต่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่คัดเลือกไว้ซึ่งเสนอราคาต่ำสุดหรือได้คะแนนรวมสูงสุดไม่เกิน ๓ ราย ให้คืนได้ต่อเมื่อได้ทำสัญญาหรือข้อตกลง หรือผู้ยื่นข้อเสนอได้พ้นจากข้อผูกพันแล้ว

การคืนหลักประกันการเสนอราคา ไม่ว่าในกรณีใด ๆ จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ย

๖. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๖.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๖.๒ ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ ส่วนราชการจะใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๖.๒.๑ รายการพิจารณา คือ จ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๖ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2023)

(๑) ราคาที่เสนอราคา (ตัวแปรหลัก) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐

๖.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณา

ผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสิทธิผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๖.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่ปรากฏชื่อผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นในบัญชีผู้รับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หรือบัญชีรายชื่อผู้ซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ของกรม

(๒) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๓) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๖.๕ ในการตัดสินใจประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๖.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๖.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือกมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๗. การทำสัญญาจ้าง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะต้องทำสัญญาจ้างตามแบบสัญญา ดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือกับกรม ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงินเท่ากับร้อยละ ๕ ของราคาค่าจ้างที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้กรมยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

๗.๑ เงินสด

๗.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่กรม โดยเป็นเช็คลงวันที่ที่ทำสัญญาหรือก่อนหน้านั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการของทางราชการ

๗.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามแบบหนังสือค้ำประกัน ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๗.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาต ให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุมัติให้ใช้ตามตัวอย่าง หนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๗.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

๘. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรมจะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงินเป็น จำนวน ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายน ๒๕๖๖

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และกรมได้ตรวจรับมอบงานจ้าง

๙. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๙.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๙.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๙.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้างตามแบบ ดังระบุในข้อ ๑.๓ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายใน

ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องรีบจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๑. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๑.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๖ การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๖ แล้วเท่านั้น

๑๑.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์ ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์

๑๑.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงภายในเวลาที่ทางราชการกำหนดตั้งระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกมัดจำจากผู้ออกหนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกร้องให้ชดเชยความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๑.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๑.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) ไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรรแต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือกมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือ กระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

(๔) กรณีอื่นในทำนองเดียวกับ (๑) (๒) หรือ (๓) ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งออกตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๒. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๓. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

มกราคม ๒๕๖๖

รายละเอียดขอบเขตการดำเนินงาน (TOR)
กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๖ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2023)

๑. วัตถุประสงค์ :

๑.๑ เพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๖ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2023) และร่วมเจรจาการค้ากับผู้ผลิต/ผู้ส่งออกไทยทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์

๑.๒ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับงานแสดงสินค้าฯ ในฐานะที่เป็นงานฯ ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในระดับสากล

๑.๓ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทย

๒. กลุ่มเป้าหมาย/ตลาดเป้าหมาย :

๒.๑ ผู้เข้าร่วมงาน (Exhibitor)

- ในประเทศ : นักธุรกิจ ผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการไทยที่ส่งสินค้าไปต่างประเทศ

- ต่างประเทศ : นักธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ บริษัทต่างชาติ หรือบริษัทตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย

๒.๒ ผู้เข้าชมงาน (Visitor)

- ในประเทศ : ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการ ตัวแทนจำหน่าย ห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าส่ง/ปลีก ตลอดจนประชาชนทั่วไป

- ต่างประเทศ : ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการ ตัวแทนจำหน่าย ห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าส่ง/ปลีก จากต่างประเทศ หรือตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย

๓. ข้อมูลเบื้องต้น :

งานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๖ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2023) จัด ณ อาคารอิมแพ็ค ชาเลนเจอร์ ๑-๓ และอาคารศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ๕-๑๒ โดยมีกำหนดการ ดังนี้

๓.๑ วันเจรจาธุรกิจ ๒๓ - ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖ เวลา ๑๐.๐๐ - ๑๘.๐๐ น.

๓.๒ วันจำหน่ายปลีก ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖ เวลา ๑๐.๐๐ - ๒๐.๐๐ น.

๓.๓ เว็บไซต์ <http://www.thaifex-anuga.com>

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน :

๔.๑ การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๔.๑.๑ อาร์ตเวิร์คและสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่

(๑) นำอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) ของงานแสดงสินค้าฯ ที่มีอยู่เดิม (ตามภาคผนวก) มาจัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่ พร้อมทั้งปรับเป็นขนาดต่างๆ ตามที่กรมกำหนด ทั้งนี้ ดีไซน์ของ Key Visual และ Logo ไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้

(๒) กำหนดสโลแกน Tagline หรือข้อความประชาสัมพันธ์ เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ

(๓) ออกแบบและผลิตบัตรเชิญเข้าร่วมพิธีเปิดงานในรูปแบบ e-Invitation Card

๔.๑.๒ สื่อภาพยนตร์/วิดีโอ ได้แก่

(๑) บันทึกภาพนิ่งความละเอียดสูง (ไม่ต่ำกว่า ๓๐๐ DPI) และภาพเคลื่อนไหวบรรยากาศตลอดงาน ประกอบด้วย วันแถลงข่าว วันพิธีเปิดงาน และวันจัดงานทุกวัน ทั้งนี้ ให้มีการใช้ Drone เพื่อเก็บภาพมุมสูงบรรยากาศของงาน พร้อมทั้งคัดเลือกภาพเพื่อเผยแพร่ให้สื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

(๒) ผลิต VDO Presentation ความยาวไม่เกิน ๒ นาที ๓๐ วินาที เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ก่อนงานฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ กำหนดการบรรยายเสียงและคำบรรยาย (Subtitle) ดังนี้

๑) วิดีโอบรรยายเสียงภาษาไทย และมี Subtitle เป็นภาษาไทย ๑ วิดีโอ

๒) วิดีโอบรรยายเสียงภาษาอังกฤษ กำหนดให้มีการจัดทำ Subtitle ๔ ภาษา คือ อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น และสเปน ภาษาละ ๑ วิดีโอ

(๓) ผลิต VDO สำหรับงานแถลงข่าว ความยาวไม่เกิน ๒ นาที (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) อย่างละ ๑ วิดีโอ

(๔) ผลิต VDO ภาพบรรยากาศและไฮไลท์ของงานฯ ในแต่ละวัน ความยาวไม่เกิน ๒ นาที วันละ ๑ วิดีโอ ตลอดการจัดงาน ๕ วัน

(๕) ผลิต VDO สรุปผลการจัดงานฯ ความยาวไม่เกิน ๒ นาที (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) อย่างละ ๑ วิดีโอ พร้อม Subtitle ของแต่ละภาษา)

(๖) ผลิต VDO เพื่อเชิญชวน Exhibitor และ Visitor และใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์งานฯ ครั้งต่อไป ความยาวไม่เกิน ๓ นาที กำหนดการบรรยายเสียงและ Subtitle ดังนี้

๑) วิดีโอบรรยายเสียงภาษาไทย และมี Subtitle เป็น ภาษาไทย ๑ วิดีโอ

๒) วิดีโอบรรยายเสียงภาษาอังกฤษ กำหนดให้มีการจัดทำ Subtitle ๔ ภาษา คือ อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น และสเปน อย่างละ ๑ วิดีโอ

(๗) ตัดความยาว VDO Presentation ชุดต่างๆ ที่จัดทำขึ้น เพื่อให้เหมาะสมแก่การนำไปประชาสัมพันธ์บนช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ หรือบนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔.๑.๓ ข้อมูลและข่าวสารสำหรับการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

(๑) เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ และจัดทำข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดโครงการ (ภาษาไทย อังกฤษ และภาษาอื่นๆ ตามที่กรมกำหนด)

(๒) เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) การจัดงานครั้งต่อไป (ภาษาไทย อังกฤษ และภาษาอื่นๆ ตามที่กรมกำหนด)

(๓) จัดทำ E-Direct Mail (EDM) จำนวน ๔ ภาษา คือ จีน ญี่ปุ่น อังกฤษ และสเปน จำนวน ภาษาละไม่น้อยกว่า ๕ ฉบับ เพื่อเชิญชวน Exhibitors และ Visitors ในต่างประเทศให้เข้าร่วม และเยี่ยมชมงานฯ

(๔) จัดทำข้อมูลและข่าวสารสำหรับประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมการค้า องค์กรต่างประเทศ และสื่อต่างประเทศ โดยเฉพาะสื่อการค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

๔.๑.๔ สื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ได้แก่

(๑) จัดทำสโปดโฆษณาเป็นภาษาไทยสำหรับสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ความยาว ๑๕ วินาที และ ๓๐ วินาที เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ก่อนงานฯ ตามสื่อต่างๆ ในประเทศ

(๒) จัดทำสโปดโฆษณาเพื่อเผยแพร่ผ่านรายการวิทยุในประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความยาว ๓๐ วินาที

(๓) จัดทำสคริปต์และภาพประกอบการพูดประชาสัมพันธ์ในรายการโทรทัศน์ ความยาว ไม่น้อยกว่า ๑ นาที

(๔) จัดทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ อาทิ แบนเนอร์ แผ่นพับ และโปสเตอร์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ทางอิมเมลิไปยังสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) สมาคม และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๕) จัดทำสื่อ Social Media Post เกี่ยวกับการจัดงานฯ รวมถึงประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าอาหารเสมือนจริง (THAIFEX - Virtual Trade Show) และกิจกรรมพิเศษต่างๆ ภายในงาน หรือเกี่ยวข้องกับ

อุตสาหกรรมอาหาร หรือข้อมูลอื่นๆ ตามที่กรมกำหนด เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นงาน ตลอดโครงการ

(๖) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานและแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีของงานฯ สำหรับสื่อมวลชนหรือผู้เข้าร่วมงาน และจัดส่งไปยังสถานที่จัดงาน จำนวน ๒,๐๐๐ ชิ้น โดยแบ่งเป็น งานแถลงข่าว ๒๐๐ ชิ้น และพิธีเปิดงาน ๑,๘๐๐ ชิ้น

(๗) บริษัทสามารถนำเสนอการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อสนับสนุน การประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการจัดงาน (หากมี)

๔.๒ การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

๔.๒.๑ ดำเนินการวางแผนและนำเสนอแผนงานประชาสัมพันธ์ แนวทาง ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) วิธีการ และขั้นตอนการสื่อสารทางการตลาดในต่างประเทศให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Time Frame) ที่ชัดเจนและครอบคลุม ระยะเวลาดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนงานประชาสัมพันธ์ดังกล่าวต้องผ่านการศึกษา วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อในกลุ่ม ประเทศเป้าหมาย และสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ จากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับ สถานการณ์ปัจจุบัน

๔.๒.๒ จัดหาฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในประเทศ กลุ่มเป้าหมายตามผู้จัดงานฯ กำหนด โดยเน้นรายชื่อของผู้ซื้อ ผู้นำเข้าสินค้า และดำเนินการจัดส่ง E-Direct Mail (EDM) โดยให้มีจำนวนรายชื่อผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ รายชื่อ (จำนวนครั้งที่ส่งไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง) โดยจะต้องนำเสนอแผนงาน ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) ชื่อและแหล่งที่มาของฐานข้อมูล และ กรอบระยะเวลาในการดำเนินการ (Time Frame) ที่ชัดเจน ทั้งนี้ รายชื่อดังกล่าวจะต้องถูกต้องตาม พ.ร.บ.คุ้มครอง ข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.๒๕๖๒ (PDPA) โดยต้องมีการสรุปผลการได้รับ EDM ในทุกครั้งที่ส่ง

๔.๒.๓ จัดส่งและเผยแพร่ E-Direct Mail (EDM) ที่จัดทำขึ้น ตามข้อ ๔.๑.๓ จำนวน ๔ ภาษา คือ จีน ญี่ปุ่น อังกฤษ และสเปน จำนวนภาษาละไม่น้อยกว่า ๕ ฉบับ เพื่อเชิญชวน Exhibitors และ Visitors ต่างประเทศ หรือตัวแทนในประเทศไทย ให้เข้าร่วมและเยี่ยมชมงาน ทั้งนี้ ให้อ้างอิงรายชื่อผ่านฐานข้อมูลของกรมและของบริษัท

๔.๒.๔ ดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก บทสัมภาษณ์ สกู๊ป พิเศษ บทความพิเศษ ภาพข่าวกิจกรรม หรือข้อมูลที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑.๓ เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงาน และกิจกรรม ต่างๆ ไปยังสื่อมวลชน ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศ สมาคมการค้า หน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อย่างต่อเนื่องตลอดโครงการ

๔.๒.๕ จัดส่งและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า และ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมการค้า องค์กรต่างประเทศ และสื่อต่างประเทศ โดยเฉพาะสื่อการค้าที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

๔.๒.๖ จัดส่งและเผยแพร่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑ ไปยังสำนักงานส่งเสริมการค้าใน ต่างประเทศ (สคต.) สมาคม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการประชาสัมพันธ์งานทางอีเมลล์

๔.๒.๗ จัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑ ผ่านสื่อออนไลน์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพและได้รับความนิยมแพร่หลายในอุตสาหกรรมอาหารและ เครื่องดื่มในตลาดเป้าหมายในภูมิภาคเอเชีย จีน อเมริกา ยุโรป ตะวันออกกลาง และลาตินอเมริกา อย่างน้อยภูมิภาค ละ ๑ สื่อ จำนวน ๒ ครั้ง โดยครั้งแรกลงสื่อช่วงก่อนการจัดงาน-ระหว่างการจัดงาน และครั้งที่ ๒ ลงสื่อช่วงหลังจบ งาน เพื่อประชาสัมพันธ์งานในครั้งต่อไป รวมถึงการซื้อโฆษณาและเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook, Instagram, GDN, Youtube, Twitter, Tiktok และ Weibo โดยต้องมีการนำเสนอรายชื่อสื่อและแผนการ ประชาสัมพันธ์ (Media Plan)

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

๔.๒.๘ เชิญตัวแทนสื่อมวลชนต่างประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มซึ่งมีตัวแทนอยู่ในไทย (หากมี) เข้าร่วมเยี่ยมชมงานและจัดทำข่าวในวันแถลงข่าว วันพิธีเปิดงาน ตลอดจนถึงงานจัดงาน ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ทั้งนี้ รวมไปถึงการประสานงานต้อนรับ ส่งข่าว และให้ข้อเสนอแนะในการเชิญสื่อมวลชนดังกล่าวเข้าเยี่ยมชมงานและกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔.๒.๙ บริษัทสามารถเสนอวิธีการประชาสัมพันธ์อื่นๆ ที่เหมาะสมในวันนำเสนองาน

๔.๓ การประชาสัมพันธ์ในประเทศ

๔.๓.๑ ดำเนินการวางแผนและนำเสนอแผนงานประชาสัมพันธ์ แนวทาง ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) วิธีการ และขั้นตอนการสื่อสารทางการตลาดในประเทศให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Time Frame) ที่ชัดเจนและครอบคลุมระยะเวลาดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนงานประชาสัมพันธ์ดังกล่าวต้องผ่านการศึกษา วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อภายในประเทศ และสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ จากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

๔.๓.๒ จัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศ โดยระบุช่วงเวลาเผยแพร่สื่อที่เหมาะสม (โดยไม่ซ้ำกับสื่อที่กรมจัดซื้อไว้แล้ว) ผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่

(๑) เผยแพร่ Banner หรือ Advertorial ที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔ บนเว็บไซต์ อาทิ ไทยรัฐทีวี, Manager, Pantip, Nation, Bangkok Post, Wongnai หรือเว็บไซต์ที่เป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มอื่นๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ เว็บไซต์

(๒) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔ บนสื่อโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย อาทิ ช่อง ๓, ช่อง ๕, ช่อง ๗, ช่อง ๙, อัมรินทร์ทีวี และไทยรัฐทีวี จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ช่อง รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ครั้ง

(๓) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔ บนสื่อออนไลน์ใน Youtube หรือช่องทางอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยเป็นสปอตโฆษณาที่บังคับดู กดข้ามไม่ได้ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Impression

(๔) พุดประชาสัมพันธ์ตามสคริปต์ที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔ ผ่านรายการโทรทัศน์ในช่วงรายการที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้ชม หรือ รายการที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทย เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงการจัดงาน จำนวน ๒ รายการ รายการละไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยออกอากาศในช่วงก่อนการจัดงานและในวันแรกของการจัดงาน

(๕) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔ ผ่านช่องทางวิทยุที่มีการเผยแพร่ทั่วประเทศ โดยเป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ครั้ง

(๖) สื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook, Instagram, GDN, Youtube, Twitter, Tiktok (ระบุรายละเอียดและวิธีการดำเนินการในวันนำเสนองาน)

(๗) จัดให้มี Blogger หรือ Influencerชื่อดังในแวดวงอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก อย่างน้อยวันละ ๑ ราย รวม ๔ วัน (ยกเว้นวันจำหน่ายปลีก) โดย Blogger หรือ Influencer ในแต่ละวันต้องไม่ซ้ำกัน มาถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) เชิญชมงานฯ หรือจัดทำเป็นวิดีโอในรูปแบบ Vlog และอัปโหลดเผยแพร่ในหน้าเพจของ Blogger หรือ Influencer นั้นๆ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่จัดงาน

(๘) ป้ายโฆษณา แบ่งเป็น

๘.๑) ป้ายขนาด ๓x๘ เมตร จำนวน ๑ ป้าย โดยนำมาติดตั้งบริเวณป้ายประตูทางเข้ากระทรวงพาณิชย์

๘.๒) ป้าย Billboard หรือ Digital Billboard โดยทำการออกแบบผลิต และติดตั้งป้ายใน

.....

.....กรรมการ

.....

.....ประธานกรรมการ

.....

.....กรรมการ

ตำแหน่งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของงานแสดงสินค้าฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถมองเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริเวณใกล้เคียงสนามบิน สถานทูตต่างประเทศประจำประเทศไทย และในตัวเมืองกรุงเทพฯ ทั้งนี้ จะต้องติดตั้งป้ายจำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ป้าย เป็นระยะเวลาอย่างน้อย ๑ เดือนขึ้นไป (บริษัทต้องระบุจำนวนป้าย และสถานที่ติดตั้งป้ายในวันนำเสนองานฯ)

(๙) บริษัทสามารถเสนอวิธีการประชาสัมพันธ์อื่นๆ ที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อโครงการในวันนำเสนองาน

๔.๓.๓ อัปเดตและบริหารจัดการข้อมูลบนเว็บไซต์ หรือบนช่องทางประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของงาน อาทิ Facebook/Instagram Official Account ของงาน รวมถึงเป็น Admin ตอบคำถามและให้ข้อมูลอย่างน้อย ๒ ภาษา (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ในทุกช่องทาง ทั้งนี้ คำตอบต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อน

๔.๓.๔ ดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก บทสัมภาษณ์ สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ ภาพข่าวกิจกรรม หรือข้อมูลที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑.๓ เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานและกิจกรรมต่างๆ ไปยังสื่อมวลชน นักธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการไทยที่ส่งสินค้าไปต่างประเทศ สมาคมการค้า หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อย่างต่อเนื่องตลอดโครงการ

๔.๓.๕ ติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่มีการนำสินค้ามาดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ พร้อมทั้งรับผิดชอบการยืมและการส่งคืนสินค้าดังกล่าวด้วย

๔.๓.๖ จัดส่งสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่จัดทำขึ้น ตามข้อ ๔.๑ ไปยังสถานที่จัดงานหรือสถานที่อื่นๆ ตามที่กรมกำหนด

๔.๓.๗ ดำเนินการจัดงานแถลงข่าว ดังนี้

(๑) นำเสนอแนวคิดและรูปแบบงานแถลงข่าว สถานที่จัดงาน พร้อมแผนการดำเนินงาน

(๒) จัดเตรียมสถานที่พร้อมออกแบบ ตกแต่งให้เหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน

พร้อมจัดหาอุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

(๓) จัดหาพิธีกร ๒ ภาษาระดับมืออาชีพจำนวน ๑ คน ดำเนินรายการภายในงาน

(๔) จัดเจ้าหน้าที่ดำเนินงานต้อนรับแขก และอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในงาน

(๕) ถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) พร้อมอุปกรณ์และทีมงานถ่ายทำมืออาชีพ

(๖) เชิญสื่อมวลชนในประเทศเข้าร่วมงานแถลงข่าวไม่น้อยกว่า ๓๐ สื่อ และรับประกันการลงข่าวประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๒๐ ข่าว พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำ Press Kit ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับแจกจ่ายให้สื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ฉบับ ทั้งนี้ Press Kit จะต้องมีการ Upload ขึ้นในพื้นที่จัดเก็บออนไลน์และให้สื่อมวลชนรวมถึงผู้เข้าร่วมงานสามารถ Download ได้โดยง่ายผ่าน QR Code

(๗) จัดทำคำกล่าวเปิดงานแถลงข่าว เตรียมประเด็นคำถาม-คำตอบของผู้บริหารสำหรับงานดังกล่าวเป็นภาษาไทยและ/หรือภาษาอังกฤษ จัดทำสคริปต์พิธีกร รวมทั้งประสานอำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชนในการขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือผู้แทนจากหน่วยเอกชน พร้อมจัดทำประเด็นคำถามคำตอบสำหรับการสัมภาษณ์ทุกรายการ

(๘) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับสื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงานในวันแถลงข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ที่

(๙) จัดเตรียมการอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็นสำหรับการจัดงานแถลงข่าว

๔.๓.๘ เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมพิธีเปิดงาน

(๑) โดยจะต้องมีสื่อมวลชนเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๔๐ สื่อ และรับประกันการลงข่าวประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๓๐ ข่าว พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำ Press Kit ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับแจกจ่ายให้สื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ฉบับ ทั้งนี้ Press Kit จะต้องมีการ Upload

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

ขึ้นในพื้นที่จัดเก็บออนไลน์และให้สื่อมวลชนรวมถึงผู้เข้าร่วมงานสามารถ Download ได้โดยง่ายผ่าน QR Code

(๒) จัดเตรียมคู่มือรับประทานอาหารสำหรับสื่อมวลชนในวันพิธีเปิด มูลค่า ๒๐๐ บาท จำนวน ๒๕๐ ใบ

(๓) เชิญสื่อมวลชนในประเทศ เข้าร่วมเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าฯ วันพิธีเปิดงาน ตลอดจน วันจัดงาน ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี รวมไปถึงการประสานงานต้อนรับ ส่งข่าว และให้ข้อเสนอแนะในการเชิญสื่อมวลชนดังกล่าวเข้าเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าฯ และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๔) ถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) พร้อมอุปกรณ์และทีมงานถ่ายทำมีมืออาชีพ

(๕) จัดทำประเด็นคำถาม-คำตอบของผู้บริหารสำหรับงานดังกล่าวเป็นภาษาไทยและ/หรือ ภาษาอังกฤษ รวมทั้งประสานอำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชนในการขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือผู้แทนจากหน่วยงานเอกชน พร้อมจัดทำประเด็นคำถามคำตอบสำหรับการสัมภาษณ์ทุกรายการ

(๖) ลงข่าวการจัดงานในหน้า ๑ ของหนังสือที่ได้รับความนิยมชั้นนำอย่างน้อย ๑ ฉบับ (เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ประชาชาติธุรกิจ หรือบางกอกโพสต์)

๔.๓.๙ บริหารจัดการศูนย์บริการสื่อมวลชน (Press Center) ตลอดระยะเวลาการจัดงาน ๕ วัน โดยจะต้องจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงาน อุปกรณ์สื่อสาร อุปกรณ์สำนักงาน โทรศัพท์/โทรสาร เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องพิมพ์ (Printer) และคอมพิวเตอร์พร้อมอินเทอร์เน็ตจำนวน ๓ ชุด และติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) ภายในศูนย์บริการสื่อมวลชน (Press Center) รวมถึงการทำความสะดวก การเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับสื่อมวลชนและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

๔.๓.๑๐ รับรองและอำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชนที่มาเยี่ยมชมงาน รวมทั้งประสานงาน นัดหมายและถ่ายภาพประกอบการให้สัมภาษณ์ของผู้นำเข้าต่างประเทศ ผู้ส่งออก ผู้บริหารจากภาครัฐและเอกชน พร้อมจัดทำประเด็นคำถามตอบในแต่ละภาษากรณีมีการสัมภาษณ์

๔.๓.๑๑ จัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หอการค้าไทย (TCC) และ ไคโลแกรมเอส (KM) ประเทศเยอรมนี ตลอดระยะเวลาโครงการ

๔.๓.๑๒ จัดทำข่าวประจำวัน (Daily report) เกี่ยวกับการจัดงาน อาทิ กิจกรรมไฮไลท์ บรรยากาศ ภายในงาน ผลการจัดงาน และรูปภาพที่น่าสนใจ จำนวน ๑ ข่าว/วัน (แต่ละข่าวประกอบไปด้วยภาษาไทย ๑ ฉบับ และภาษาอังกฤษ ๑ ฉบับ) และผลิต VDO ภาพบรรยากาศของงานประจำวัน ตามข้อ ๔.๑.๒ (๔)

๔.๓.๑๓ จัดทำ Press Clipping และ Press Board ระหว่างการจัดงาน

๔.๓.๑๔ จัดส่งข่าวผลการจัดงานทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไปยังสื่อมวลชน ภายใน ๓ วัน หลังงาน สิ้นสุด ทั้งนี้ ให้นำส่งร่างผลการจัดงานให้กรมพิจารณา ก่อนวันจัดงาน สิ้นสุด

๔.๓.๑๕ จัดทำสรุปผลการจัดงาน (Post Show Report) ความยาวไม่เกิน ๑๐ หน้า เป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และนำไปเผยแพร่ในช่องทางต่างๆ ตามที่กรมกำหนด ภายใน ๑๕ วัน หลังงาน สิ้นสุด

๔.๓.๑๖ ประเมินผลกิจกรรม

(๑) เก็บสถิติจำนวนครั้งที่มีการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าฯ (Views) และจำนวนครั้งที่มีการเข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์ (Engagement) ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์

(๒) จัดทำแบบสอบถามและเก็บสถิติเกี่ยวข้อง เพื่อวัดการรับรู้การจัดงานแสดงสินค้าฯ ผ่านระบบการตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน

หมายเหตุ :

** หากมีการออกอากาศ ผู้รับจ้างต้องนำคลิปวิดีโอ/ภาพยนตร์โฆษณาขึ้นไปให้คณะกรรมการของสถานีวิทยุและ สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งตรวจพิจารณาให้ผ่านเรียบร้อยก่อนนำไปออกอากาศ **

** อาร์ตเวิร์คทั้งหมด เอกสาร ข้อความประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน ถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรม **

** การจัดทำอาร์ตเวิร์ค ข่าวแจก สก๊อปพิเศษ บทความพิเศษ เอกสาร ข้อความประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

จะต้องมีการแปลเป็นภาษาต่างๆ ตรวจสอบพิสูจน์อักษร ตรวจสอบความถูกต้องของภาษาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา และตรวจสอบความถูกต้องในภาพรวมทั้งหมดก่อนส่งให้กรมพิจารณาทุกครั้ง **

** ผู้รับจ้างไม่สามารถนำเอกสารและสื่อประชาสัมพันธ์งานโฆษณา ภาพงานแสดงสินค้า ข้อมูลและรายชื่อกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งานฯ ไปเผยแพร่หรือแจกจ่ายแก่สาธารณชน ก่อนได้รับอนุญาตจากกรม **

** เนื้อหา ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบ แบบตัวอักษรและกราฟิกต่างๆ และการแปลข้อมูลเอกสารต่างๆ ที่ผู้รับจ้างนำมาใช้ ต้องไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ใด หากมีการละเมิด ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น **

** ผู้รับจ้างต้องมีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติไม่น้อยกว่า ๑ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี **

** ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตภายในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้าง ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา **

๕. ระยะเวลาการดำเนินงาน : กุมภาพันธ์ – กันยายน ๒๕๖๖

๖. งบประมาณ : ๑๔,๐๕๘,๖๕๐ บาท (สิบสี่ล้านห้าหมื่นแปดพันหกร้อยห้าสิบบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๗. การส่งมอบงานและการชำระเงิน :

๗.๑ งวดที่ ๑ จ่ายค่าจ้างเป็นอัตราร้อยละ ๗๐ ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานให้กรม ภายในเดือนมิถุนายน ๒๕๖๖ ซึ่งต้องส่งมอบงานตามรายละเอียดการดำเนินการจัดกิจกรรมทั้งหมดตั้งแต่ช่วงก่อนการจัดงานแสดงสินค้าฯ จนถึงหลังจบงานฯ โดยส่งมอบรายละเอียด ดังนี้

(๑) รายงานสรุปผลการจัดกิจกรรมในช่วงระยะเวลาดังกล่าวที่จัดทำขึ้นทั้งหมด พร้อมส่งมอบหลักฐานชิ้นงานที่เกี่ยวข้องลงในเล่มส่งมอบงานจำนวน ๓ เล่ม

(๒) รวบรวมและบรรจุไฟล์รายงานสรุปผลฯ ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ภาพถ่าย อาร์ตเวิร์ค และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้น โดย Upload ไฟล์บนพื้นที่จัดเก็บข้อมูลออนไลน์ที่สามารถแชร์ผ่าน Link ได้ และไม่จำกัดอายุการใช้งาน

(๓) อื่นๆ ที่เป็นหลักฐานประกอบการตรวจรับที่สามารถนำมาเก็บรักษาได้

(๔) คณะกรรมการตรวจรับทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะเรียกเอกสาร/หลักฐานเพิ่มเติม เพื่อให้การตรวจรับงานเป็นไปโดยเรียบร้อยได้ตลอดเวลา

๗.๒ งวดที่ ๒ จ่ายค่าจ้างเป็นอัตราร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานให้กรม ภายในเดือนกันยายน ๒๕๖๖ ซึ่งต้องส่งมอบงานตามรายละเอียดการดำเนินการจัดกิจกรรมทั้งหมดในช่วงหลังจบงานแสดงสินค้าฯ ซึ่งครอบคลุมการประชาสัมพันธ์งานฯ ในครั้งต่อไป โดยส่งมอบรายละเอียด ดังนี้

(๑) รายงานสรุปผลการจัดกิจกรรมในช่วงระยะเวลาดังกล่าวที่จัดทำขึ้นทั้งหมด พร้อมส่งมอบหลักฐานชิ้นงานที่เกี่ยวข้องลงในเล่มส่งมอบงานจำนวน ๓ เล่ม

(๒) รวบรวมและบรรจุไฟล์รายงานสรุปผลฯ ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ภาพถ่าย อาร์ตเวิร์ค และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้น ตั้งแต่ช่วงก่อนจัดงานฯ จนถึงการจัดงานฯ ในครั้งต่อไป (เนื่องงานงวดที่ ๑ และงวดที่ ๒) ลงใน Hard Drives ขนาดความจุไม่น้อยกว่า ๒ TB จำนวน ๒ ชิ้น พร้อมทั้ง Upload ไฟล์บนพื้นที่จัดเก็บข้อมูลออนไลน์ที่สามารถแชร์ผ่าน Link ได้ และไม่จำกัดอายุการใช้งาน

(๓) อื่นๆ ที่เป็นหลักฐานประกอบการตรวจรับที่สามารถนำมาเก็บรักษาได้

(๔) คณะกรรมการตรวจรับทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะเรียกเอกสาร/หลักฐานเพิ่มเติม เพื่อให้การตรวจรับงานเป็นไปโดยเรียบร้อยได้ตลอดเวลา

๘. คุณสมบัติของผู้เสนองาน :

๘.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๘.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

๘.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๘.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๘.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๘.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ ภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๘.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขัน ราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในครั้งนี้

๘.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธการขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มี คำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

๘.๑๐ ต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๘.๑๑ ต้องมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๑ งาน

๙. หลักฐานการยื่นข้อเสนอและการเสนอรราคา :

คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับ ใช้ในการเสนอรราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้อง เป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยื่นยื่นการเสนอรราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการนำเสนอรราคาให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

๙.๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอรราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธี ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

๙.๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

๙.๒.๑ จัดทำรายละเอียดการดำเนินงาน ขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ประวัติเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการ ดำเนินงาน

๙.๒.๒ ส่งเอกสารประกอบการเสนองานในขนาด A4 โดยจัดเตรียมเอกสารให้ครบตามข้อกำหนดใน ประกาศของกรม โดยมีสาระสำคัญประกอบด้วย

(๑) รายละเอียดแผนการดำเนินงาน รูปแบบการดำเนินงาน ขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ตารางการทำงานระยะเวลาการดำเนินการ

(๒) ประวัติและผลงานของผู้เสนองานที่ผ่านมา และเอกสารหนังสือจดทะเบียนบริษัท

๙.๒.๓ หากบริษัทสามารถนำเสนอรรายละเอียดอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อจะทำงานมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น สามารถนำมาใช้ประกอบการพิจารณา (โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม)

ทั้งนี้ ผู้เสนอรราคาจะต้องนำเสนอรข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตาม รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่.....เวลา.....น. เป็นต้นไป

.....กรรมการประธานกรรมการกรรมการ

(รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุม ๗๐๑ ชั้น ๗ (ตึกกรมถนน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ โดยจัดเตรียมเอกสารประกอบการ เสนองานขนาด A4 ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม และภาพขาวดำ จำนวน ๓ เล่ม ทั้งนี้ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้าน เทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด

๙.๓ เอกสารข้อเสนอด้านราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องกรอกรายละเอียดการเสนอราคาในใบเสนอราคาตามแบบเอกสารประกวดราคาด้วย วิธีอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ให้ครบถ้วน โดยไม่ต้องยื่นใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญา กรมจะแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรม เพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

๑๐. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณาคัดเลือก :

๑๐.๑ กรมจะพิจารณาตัดสินจัดจ้างผู้เสนอราคา โดยใช้แนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุ ด้วยวิธีประกวด ราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding: e-bidding) หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๑๐.๑.๑ ราคาที่ยื่นข้อเสนอกำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ กรมบัญชีกลางเป็นผู้กำหนดการให้คะแนนราคาที่นำเสนอ (Price)

๑๐.๑.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ โดยมีเกณฑ์การ ให้คะแนน ดังนี้

วิธีการประเมินและให้คะแนน

๑) การนำเสนอแนวคิดและการวางแผนการประชาสัมพันธ์ กำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้ คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๑) นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าฯ ที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นสากล สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดง สินค้าฯ โดยผ่านการศึกษาวิเคราะห์การ กำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของ งานพร้อมข้อมูลประกอบ และสามารถตอบ โจทย์วัตถุประสงค์ของการจัดงานได้ ครบถ้วน โดยมีรายละเอียดประเด็นการ ประชาสัมพันธ์ ขั้นตอน รูปแบบ และมีการ กำหนดระยะเวลาหรือปฏิทินการดำเนินงาน ที่ละเอียดครบถ้วน ครอบคลุม พร้อมเสนอ แผนรองรับกรณีเกิดเหตุสุดวิสัย	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อใน เอกสารประกอบการ ประชุมแก่คณะกรรมการ พิจารณาคัดเลือก ผู้ประกอบการเข้าร่วม โครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจาก เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ได้เสนอมา และการให้ คะแนนพิจารณาตาม เกณฑ์
๑.๒) นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าฯ ที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นสากล สอดคล้อง	๗		

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
กับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้าฯ และ ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของการจัดงาน โดย มีรายละเอียดประเด็นการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอน รูปแบบ และมีการกำหนด ระยะเวลาหรือปฏิทินการดำเนินงานที่ ละเอียดครบถ้วน ครอบคลุม			
๑.๓) นำเสนอแนวคิดและการวางแผนการ ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าฯ ที่น่าสนใจ สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดง สินค้าฯ มีรายละเอียดประเด็นการ ประชาสัมพันธ์ ขั้นตอน รูปแบบ กำหนด ระยะเวลาหรือปฏิทินการดำเนินงาน	๔		

๒) การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กำหนดให้ ๕๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๒.๑) คลิปวิดีโอและภาพยนตร์ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๑.๑) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการ ผลิตภาพยนตร์ (VDO Presentation) ครบถ้วนตาม TOR พร้อมตัวอย่าง (Reference) และ Mood and Tone มี ความแปลกใหม่ ทันสมัย โดยกำหนด กลุ่มเป้าหมายของวิดีโอแต่ละชิ้นงาน พร้อม นำเสนอความยาวของวิดีโอชุดต่างๆ ที่ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและช่องทางใน การเผยแพร่ ซึ่งวิดีโอที่นำเสนอจะต้อง สะท้อนภาพลักษณ์อันดีของงานในระดับ สากล โดยมีการนำเสนอตัวอย่างและ รูปแบบคลิปวิดีโอและภาพยนตร์ ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านี้ระดับ นานาชาติที่ชัดเจน	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทาง การนำเสนอรูปแบบการ จัดกิจกรรม และหัวข้อใน เอกสารประกอบการ ประชุมแก่คณะกรรมการ พิจารณาคัดเลือก ผู้ประกอบการเข้าร่วม โครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจาก เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ได้เสนอมา และการให้ คะแนนพิจารณาตาม เกณฑ์
๒.๑.๒) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการ ผลิตภาพยนตร์ (VDO Presentation) ครบถ้วนตาม TOR พร้อมตัวอย่าง (Reference) และ Mood and Tone ที่ สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สะท้อน ภาพลักษณ์อันดีของงานในระดับสากลและ	๘		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ตรงกลุ่มเป้าหมาย มีการนำเสนอตัวอย่าง คลิปวิดีโอและภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์งาน แสดงสินค้าระดับนานาชาติ			
๒.๑.๓) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการ ผลิตภาพยนตร์ (VDO Presentation) ครบถ้วนตาม TOR ที่สามารถดึงดูด กลุ่มเป้าหมาย สะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของ งานในระดับสากลและตรงกลุ่มเป้าหมาย	๕		
๒.๑.๔) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการ ผลิตภาพยนตร์ (VDO Presentation) ครบถ้วนตาม TOR สะท้อนภาพลักษณ์ของ งานในระดับสากล	๒		

๒.๒) อาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๒.๑) นำเสนอตัวอย่างการนำอาร์ตเวิร์ค ภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มา ออกแบบ จัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงาน ประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบชิ้นใหม่ให้ดู น่าสนใจ สื่อถึงความเป็นงานแสดงสินค้า ระดับนานาชาติได้อย่างโดดเด่น มีความ ชัดเจน เข้าใจง่าย สะท้อนเอกลักษณ์และ จุดเด่นของงาน โดยสามารถอธิบาย ความหมายและที่มาของการออกแบบ ชิ้นงานได้อย่างน่าสนใจ	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการ นำเสนอรูปแบบการ จัดกิจกรรม และหัวข้อใน เอกสารประกอบการ ประชุมแก่คณะกรรมการ พิจารณาคัดเลือก ผู้ประกอบการเข้าร่วม โครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจาก เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ได้เสนอมา และการให้ คะแนนพิจารณาตาม เกณฑ์
๒.๒.๒) นำเสนอตัวอย่างการนำอาร์ตเวิร์ค ภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาจัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ ออกแบบชิ้นใหม่ให้ดูน่าสนใจ สื่อถึงความเป็น งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติได้เป็น อย่างดี มีความชัดเจน เข้าใจง่าย สะท้อน เอกลักษณ์และจุดเด่นของงาน	๘		
๒.๒.๓) นำเสนอตัวอย่างการนำอาร์ตเวิร์ค ภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาจัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่	๕		

.....*วิภา*.....กรรมการ

.....*วิภา*.....ประธานกรรมการ

.....*วิภา Mrs*.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ออกแบบชิ้นใหม่ให้ดูน่าสนใจ สื่อถึงการเป็นงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ			
๒.๒.๔) นำเสนอตัวอย่างการนำอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาจัดวางหรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบชิ้นใหม่ให้ดูน่าสนใจ	๒		

๒.๓) ข้อมูลสำหรับการประชาสัมพันธ์ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๓.๑) นำเสนอการจัดทำข้อมูลพร้อมหัวข้อ รูปแบบ ตัวอย่างคอนเทนต์ที่น่าสนใจ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ พร้อมทั้งแหล่งที่มาของฐานข้อมูลผู้ซื้อ ผู้นำเข้า โดยนำเสนอตัวอย่างฐานข้อมูลซึ่งเป็นผู้ซื้อ ผู้นำเข้าที่มีศักยภาพ รวมถึงกำหนดแผนและกรอบระยะเวลาในการจัดทำข้อมูล และมีการตรวจสอบความถูกต้องของภาษาต่างประเทศ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาระดับเจ้าของภาษา	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๒.๓.๒) นำเสนอการจัดทำข้อมูลพร้อมหัวข้อ รูปแบบ ตัวอย่างคอนเทนต์ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ พร้อมทั้งแหล่งที่มาของฐานข้อมูลผู้ซื้อ ผู้นำเข้า รวมถึงกำหนดแผนและกรอบระยะเวลาในการจัดทำข้อมูล และมีการตรวจสอบความถูกต้องของภาษาต่างประเทศโดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา	๗		
๒.๓.๓) นำเสนอการจัดทำข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ พร้อมทั้งแหล่งที่มาของฐานข้อมูลผู้ซื้อ ผู้นำเข้า รวมถึงกำหนดแผนและกรอบระยะเวลาในการจัดทำข้อมูล และมีการตรวจสอบความถูกต้องของภาษาต่างประเทศโดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา	๔		

๒.๔) สโลแกนและข้อความที่ใช้ประชาสัมพันธ์ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๔.๑) นำเสนอสโลแกน ข้อความ ประชาสัมพันธ์ที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย สะท้อนความเป็นสากล โดดเด่น สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้าฯ และดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้มากที่สุด	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๒.๔.๒) นำเสนอสโลแกน ข้อความ ประชาสัมพันธ์ที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย สะท้อนความเป็นสากล และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้าฯ	๘	พิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	
๒.๔.๓) นำเสนอสโลแกน ข้อความ ประชาสัมพันธ์ที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้าฯ	๕		
๒.๔.๔) นำเสนอสโลแกน ข้อความ ประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้าฯ	๒		

๒.๕) สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่นๆ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๕.๑) นำเสนอการออกแบบและแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ตามข้อ ๔.๑.๔ ครบถ้วน โดยสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน สะท้อนถึงภาพลักษณ์อันดีของงานแสดงสินค้าฯ สามารถสร้างกระแส กระตุ้น และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาเยี่ยมชมงานได้เป็นอย่างดี พร้อมนำเสนอแผน ประเด็นการประชาสัมพันธ์ ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ที่เห็นภาพชัดเจน แนวทางการเผยแพร่ และการจัดส่งสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบถ้วน	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๒.๕.๒) นำเสนอการออกแบบและแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ตามข้อ ๔.๑.๔ ครบถ้วน โดยสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน สะท้อนถึงภาพลักษณ์อันดีของงาน	๘		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
แสดงสินค้าฯ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาเยี่ยมชมงาน พร้อมนำเสนอแผนและแนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว			
๒.๕.๓) นำเสนอการออกแบบและแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ตามข้อ ๔.๑.๔ ครบถ้วน โดยสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน สะท้อนถึงภาพลักษณ์อันดีของงาน	๕		
แสดงสินค้าฯ และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาเยี่ยมชมงาน			
๒.๕.๔) นำเสนอการออกแบบและแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ตามข้อ ๔.๑.๔ ครบถ้วน โดยสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน	๒		

๓) การเผยแพร่สื่อในประเทศ กำหนดให้ ๒๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๓.๑) การซื้อสื่อและเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๑.๑) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ มีการนำข้อมูลเชิงปริมาณมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อีกทั้งนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย พร้อมข้อมูลสถิติประกอบการพิจารณา รวมถึงนำเสนอรายชื่อ Blogger หรือ Influencer ชื่อดังในแวดวงอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ราย และมีการนำเสนอการเลือกใช้สื่อประเภทอื่นๆ เพิ่มเติม	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๓.๑.๒) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ มีการนำข้อมูลเชิงปริมาณมา	๘		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
สนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงนำเสนอรายชื่อ Blogger หรือ Influencer ชื่อดังในแวดวงอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ ราย			
๓.๑.๓) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงนำเสนอรายชื่อ Blogger หรือ Influencer ชื่อดังในแวดวงอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ราย	๕		
๓.๑.๔) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ พร้อมนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงนำเสนอรายชื่อ Blogger หรือ Influencer ชื่อดังในแวดวงอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก	๒		

๓.๒) การจัดงานแถลงข่าว ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๒.๑) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่เห็นภาพได้ชัดเจน แปลกใหม่ โดดเด่น เป็นสากล สะท้อนภาพลักษณ์อันดี และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าฯ มีกำหนด	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตาม

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
Timeline ชัดเจน โดยงานแถลงข่าวจะต้องแสดงให้เห็นว่าจะสามารถสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงสินค้า ได้อย่างกว้างขวาง รวมถึงนำเสนอการออกแบบ ตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าวได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของงาน พร้อมทั้งเสนอแผนรองรับกรณีเกิดเหตุสุดวิสัย		ประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	เกณฑ์
๓.๒.๒) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่เห็นภาพได้ชัดเจน โดดเด่น เป็นสากล สะท้อนภาพลักษณ์อันดี และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้า มีกำหนด Timeline ชัดเจน พร้อมทั้งนำเสนอการออกแบบ ตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าวได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของงาน	๘		
๓.๒.๓) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่เป็นสากล สะท้อนภาพลักษณ์อันดี และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้า มีกำหนด Timeline ชัดเจน พร้อมทั้งนำเสนอการออกแบบ ตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าวได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของงาน	๕		
๓.๒.๔) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้า รวมถึงการออกแบบ ตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าว	๒		

๔) การเผยแพร่สื่อต่างประเทศ กำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๔.๑) นำเสนอช่องทาง การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมายและประเทศที่คาดว่าจะเป็ นตลาดเป้าหมายในอนาคต ซึ่งเน้นการลงสื่อชั้นนำและตรงกลุ่มเป้าหมาย มีการนำเสนอรายชื่อสื่อที่จะลง พร้อมเหตุผลและข้อมูล	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
ประกอบการเลือกสื่อ โดยนำเสนอครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ อีกทั้งนำเสนอข้อมูลมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า		พิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	
๔.๒) นำเสนอช่องทาง การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย เน้นการลงสื่อที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยนำเสนอครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ อีกทั้งนำเสนอข้อมูลมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า	๘		
๔.๓) นำเสนอช่องทาง การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ มีการนำเสนอข้อมูลมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า	๕		
๔.๔) นำเสนอช่องทาง การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ	๒		

๕) คุณสมบัติและประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของผู้เสนองาน กำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๕.๑) ประสบการณ์ของผู้เสนองานในลักษณะงานประชาสัมพันธ์ ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๑.๑) ผู้นำเสนองานมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ งาน	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อใน	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้

..... กรรมการ

..... ประธานกรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๑.๒) ผู้นำเสนองานมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ งาน	๓	เอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๕.๑.๓) ผู้นำเสนองานมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ งาน	๑		

๕.๒) องค์กรประกอบและประสบการณ์ของทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๒.๑) มีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อใน	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๕.๒.๒) มีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี		เอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	
๕.๒.๓) มีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี			

๑๐.๒ คณะกรรมการจัดจ้างฯ ทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่า การตัดสินใจของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ มิได้

๑๐.๓ หากมีเหตุที่เชื่อว่าการเสนอราคากระทำไปโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอราคาเอกสารอันเป็นเท็จหรือใช้ข้อมูลคุณธรรมดาหรือนิติบุคคลอื่นมาเสนอราคาแทน เป็นต้น คณะกรรมการจัดจ้างฯ สามารถพิจารณายกเลิกการเสนอราคาและลงโทษผู้เสนอราคาเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม

๑๐.๔ หากผลงานและประสิทธิภาพ ไม่ตรงตามข้อตกลงทั้งหมดตามข้างต้น กรมมีสิทธิพิจารณาปรับบริษัทได้ตามสมควร

๑๑. ข้อตกลงหลังการคัดเลือก/ว่าจ้าง :

๑๑.๑ ตลอดระยะเวลาในขั้นตอนการดำเนินงาน ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องเสนอแผนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนโดยละเอียด โดยอนุญาตให้คณะกรรมการตรวจรับ หรือผู้แทนกรม ที่เกี่ยวข้องร่วมพิจารณาเสนอความคิดเห็น

.....*ปฉก*.....

.....กรรมการ

.....*จน*.....

.....ประธานกรรมการ

.....*จ. ม.จ.*.....

.....กรรมการ

ตลอดการทำงาน และต้องรายงานความคืบหน้าของงานที่ได้รับมอบหมายตามที่กรมกำหนด

๑๑.๒ ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องเสนองานให้คณะกรรมการฯ ตรวจสอบพิจารณารูปแบบการนำเสนอ อักษร ภาพ เสียง รวมถึงบริการ หรือการนำเสนอในรูปแบบอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์งานแสดงสินค้าฯ และจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการฯ ก่อนจึงจะสามารถดำเนินการผลิตและเผยแพร่ได้

๑๑.๓ ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องรับผิดชอบในการปรับปรุงแก้ไขงานตามที่คณะกรรมการฯ ให้ข้อคิดเห็น

๑๑.๔ หากผู้ได้รับคัดเลือกไม่สามารถดำเนินการได้ตามขอบเขตการดำเนินงานฯ ในข้อ ๔ ทางกรมจะพิจารณาปรับลดเงินค่าจ้าง ตามเนื้องานที่ไม่สามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จ

๑๒. อัตราค่าปรับ :

๑๒.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๒.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๒.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๓. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง :

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้างจะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๔. ข้อสงวนสิทธิ์ :

กรมขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่ว่าจ้างผู้ที่ได้รับการคัดเลือกในครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อกรมพิจารณาแล้วเห็นว่าการจ้างผู้ที่ได้รับการคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อราชการเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือก โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมทั้งสิ้น

๑๕. สถานที่ติดต่อ :

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม กลุ่มงานส่งเสริมภาพลักษณ์ฯ ชั้น ๗ (อาคารริมถนน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โทร. ๐ ๒๕๐๗ ๘๓๔๑ E-mail : primage.ditp@gmail.com

.....

.....กรรมการ

.....

.....ประธานกรรมการ

.....

.....กรรมการ

ภาคผนวก



Key Visual



Logo



สแกน QR Code เพื่อ Download
ไฟล์ Key Visual และ Logo ของงานแสดงสินค้าฯ

1.1.4) ค่าบริการ ดูแล และอำนวยความสะดวก Press Center (ศูนย์นักข่าว) ระหว่างวันจัดงาน	425,000.00	✓
- ค่าเช่าเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมเครื่องพิมพ์ และ เครื่องถ่ายเอกสาร	100,000.00	✓
- ค่าอินเทอร์เน็ต	30,000.00	✓
- ค่าทำความสะอาดสถานที่	28,333.33	✓
- ค่าเจ้าหน้าที่ประสานงาน	166,666.67	✓
- ค่าจัดเตรียมเอกสารสำหรับแจกสื่อมวลชน	100,000.00	✓
1.2 การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ	2,666,666.67	✓
1.2.1) ค่าแปลเอกสารเป็นภาษาต่างประเทศ	216,666.67	✓
1.2.2) ค่าจัดหาฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า	516,666.67	✓
1.2.3) ค่าโฆษณาและเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์	1,933,333.33	✓
1.3 ค่าจัดทำสรุปและประเมินผลการประชาสัมพันธ์	200,000.00	✓
รวม	14,314,999.99	✓

5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

- 5.1 บริษัท อามิน บาบ่า จำกัด
- 5.2 บริษัท มอรัล เน็ทเวิร์ค จำกัด
- 5.3 บริษัท อินทิเกรเต็ด คอมมูนิเคชั่น จำกัด

6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม

6.1 วิไลพร ภัทร ประธานกรรมการ

นางวันวิสาข์ สุธีรพจน์
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

6.2 อิน งาม กรรมการ

นางสาวจิราภัสร์ ฤกษ์ปิยะทรัพย์
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

6.3 วิศุตา วิเศษกุล กรรมการ

นางสาววิษุตา วัฒนกุล
นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ