

ร่างประกาศและขอบเขตการจ้าง TOR

ชื่อหน่วยงาน	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ชื่อเรื่อง	ประกวดราคาจ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทย ที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ ซอฟพาวเวอร์ แห่งชาติ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)
วงเงินงบประมาณเบื้องต้น	๓,๕๐๐,๐๐๐ บาท
หมายเลขโทรศัพท์	๐-๒๕๐๗-๗๗๕๑
ที่อยู่หน่วยงาน	๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
วันที่ประกาศ	๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๙
วันสิ้นสุดการประกาศ	๑๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๙

(ร่าง)

ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เรื่อง ประกวดราคาจ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพ
ด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติ
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๓,๕๑๘,๓๓๓.๓๔ บาท (สามล้านห้าแสนหนึ่งหมื่นแปดพันสามร้อยสามสิบสามบาทสามสิบสี่สตางค์) จำนวน ๑ รายการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ใน
วันยื่นข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นที่ไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด
๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

ในวันที่.....ระหว่างเวลา.....น. ถึง.....น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสาร
ข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่.....เวลา.....น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด

๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
เลขที่.....ลงวันที่.....ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
ได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือ www.gprocurement.go.th

ประกาศ ณ วันที่ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๙

(นางสุภาพร สุขมาก)
รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(ร่าง)

เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ /๒๕๖๙

การจ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพ

ด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติ

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ กรกฎาคม ๒๕๖๙

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ตามรายการ ดังนี้

จ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติ จำนวน ๑ โครงการ โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

- ๑.๑ ขอบเขตของงาน
- ๑.๒ แบบใบเสนอราคาที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
- ๑.๓ แบบสัญญาจ้างทำของ
- ๑.๔ แบบหนังสือค้ำประกัน
 - (๑) หลักประกันสัญญา
- ๑.๕ บทนิยาม
 - (๑) ผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
 - (๒) การขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ๑.๖ แบบบัญชีเอกสารที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
 - (๑) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑
 - (๒) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒
- ๑.๗ แผนการทำงาน
- ๑.๘ แผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ

ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กรม วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง ในวงเงิน ไม่น้อยกว่า ๑,๗๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (หนึ่งล้านเจ็ดแสนบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับ หน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ กรม เชื่อถือ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน

๒.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตาม สัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(๒) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

(๓) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

(๓.๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอใน นามกิจการร่วมค้า

(๓.๒) การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding) ให้ ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจตามข้อ (๓.๑) ดำเนินการซื้อเอกสารประกวดราคา อิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มีการจำหน่ายเอกสารซื้อหรือจ้าง

๒.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้าง ภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๒.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่น ข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อน วันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะ การเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่ เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือน มกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่ได้มีการ รายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตาม กฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่ได้มีการรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุน จดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

๓. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือ รับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่ เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคล ธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่า งบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือ บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และ ประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่ง ประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่ สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่น ข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือ บุคคลธรรมดาที่ไม่ได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของ มูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และ ประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคาร แห่ง ประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับ อนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลาง ต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงิน

รวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

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

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

๖. กรณีตาม ข้อ ๑ – ข้อ ๕ ไม่ใช้บังคับกรณีดังต่อไปนี้

(๖.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

(๖.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. ๒๕๔๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(๖.๓) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้วก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

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

(๖.๕) การซื้อสิ่งหาริมทรัพย์และการเช่าสิ่งหาริมทรัพย์

(๖.๖) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีได้ถือสัญชาติไทย

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

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนออยู่นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งยังไม่มี การรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มี การรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

๓. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่น ข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือ รายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้อง แสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือ มีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือ บุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของ มูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และ ประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่ สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่น ข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่ได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงิน สินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ เงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อ บริษัทเงินทุนที่ธนาคาร แห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัท เงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตาม ประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ

โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

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

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

(๕) สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์ (ถ้ามี)

(๖) สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี)

(๗) 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) สำเนานั่งสือรับรองผลงานจ้าง

(๒) เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

(๓) 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 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน พร้อมทั้งหลักฐานแสดงตัวตนและทำการยืนยันตัวตนของ ผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่ต้องแนบบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ตามข้อ ๖.๒ ให้ถูกต้อง ทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้

ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น ค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคาไม่ได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๙

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจสอบร่างสัญญารายละเอียด ขอบเขตของงาน ฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นข้อเสนอตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ระหว่างเวลา น. ถึง น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับการใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลฯ ว่า ก่อนหรือ ในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการพิจารณาผลฯ เชื่อว่ามีการกระทำความผิดอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นเสนอดังกล่าวเป็นผู้ทำงาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นมีใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

- (๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
- (๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว
- (๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวัน เวลา ที่กำหนด
- (๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่เสนอแล้วไม่ได้

(๕) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องศึกษาและทำความเข้าใจในระบบและวิธีการเสนอราคา ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ www.gprocurement.go.th

๔.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่กรณีที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานดังกล่าวให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๔.๑๐ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่เป็นกรณีสัญญาที่มีอายุไม่เกิน ๙๐ วัน หรือกรณีการจ้างซึ่งสัญญาหรือบันทึกข้อตกลงเป็นหนังสือที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานดังกล่าวให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๕. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๕.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาตัดสินโดยใช้ หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๕.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ กรมจะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๕.๒.๑ จ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติ

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกันเป็นเอกฉันท์

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

๕.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผลา จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือขอบเขตงานที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีสาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อ ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการพิจารณาผลา อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินสิทธิ ผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๕.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๕.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลา หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๕.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรือ

อาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่า การตัดสินใจของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่า การยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลาดเคลื่อน หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินการตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่ยอมรับได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๕.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๖. การทำสัญญาจ้าง

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

๖.๑ เงินสด

๖.๒ เช็คหรือตราพดด้สนาคารสั่งจ่ายให้แก่กรม ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพดด้สนวันที่ใช้เช็คหรือตราพดด้สนนั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา หรือก่อนวันนั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการ

๖.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญญัติกลางกำหนด

๖.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๖.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

๗. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายที่ปวงด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานถูกต้องและครบถ้วนตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลง และกรมได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๘. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๘.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๘.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๘.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๙. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๐. ข้อสงวนสิทธิ์ในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๐.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินกองทุนฯ ปี ๒๕๖๙

การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินกองทุนฯ ปี ๒๕๖๙ แล้วเท่านั้น

๑๐.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์ ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้นโดยเรืออื่นที่มีธงเรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่มิปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์

๑๐.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกประกันจากผู้ออก

หนังสือคำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกร้องให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๐.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๐.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จายใดๆ เพิ่มเติม

๑๐.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) กรมไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรร แต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใด ในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

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

๑๐.๗ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเลือกช่องทางการอุทธรณ์และช่องทางการรับหนังสือแจ้งตอบผลการพิจารณาอุทธรณ์ไว้ตั้งแต่ขั้นตอนการยื่นข้อเสนอ และหากผู้ยื่นข้อเสนอมีความประสงค์ที่จะอุทธรณ์ผลการประกาศผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้าง จะต้องยื่นอุทธรณ์และรับหนังสือแจ้งตอบการพิจารณาอุทธรณ์ผ่านช่องทางที่ได้เลือกไว้เท่านั้น

๑๑. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๒. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรกฎาคม ๒๕๖๙

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)
โครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ
ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติ

๑. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการของไทยสู่ตลาดโลก โดยทำกิจกรรมการตลาดต่าง ๆ ให้สินค้าและธุรกิจบริการของไทยสามารถแข่งขันกับสินค้าและบริการของประเทศอื่น ๆ รวมถึงการดำเนินการให้ผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าจากต่างประเทศได้พบปะเจรจาการค้า ทั้งผ่านช่องทาง on site ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (International Trade Fair) และการจับคู่เจรจาการค้า (Business Matching) เป็นต้น และ Online รูปแบบต่าง ๆ เช่น website หรือ social media ต่าง ๆ นอกจากนั้นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมสินค้าและบริการของไทย เช่น การพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาดเป้าหมายและตลาดโลก รวมถึงจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการให้มีความพร้อมในการดำเนินกระบวนการส่งออก และให้มีความรู้เรื่องการตลาด สินค้า บริการ แนวโน้มตลาด แนวโน้มสินค้าและบริการ รวมถึงกฎระเบียบการส่งออก/นำเข้า เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย

นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังมีบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาดระหว่างประเทศ ตลอดจนการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มตลาด กฎระเบียบทางการค้า และโอกาสทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดส่งออกของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร (สปส.) เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจด้านการสื่อสารองค์กร การประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก นักลงทุน ผู้สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนประชาชนทั่วไป เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับภารกิจ นโยบาย มาตรการ โครงการ กิจกรรมและบริการต่าง ๆ ของกรมได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทั่วถึง อันจะนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากบริการภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในการนี้ สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร (สปส.) พิจารณาแล้วเห็นว่า การดำเนินโครงการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์บทบาท ภารกิจ นโยบาย มาตรการ โครงการ และบริการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง มีความจำเป็นต่อการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับภารกิจของกรม ตลอดจนการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ และโอกาสทางการค้าที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการไทยและผู้สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศให้สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และทั่วถึง โดยการดำเนินโครงการดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนภารกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในการพัฒนาและยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการไทย ส่งเสริมการเข้าถึงบริการและกิจกรรมของกรมเพิ่มโอกาสในการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ตลอดจนเสริมสร้างความพร้อมในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน การขยายโอกาสทางการค้า และการส่งออกของประเทศไทย และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

๒. วัตถุประสงค์ของโครงการ

๒.๑ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการซอฟต์แวร์ไทยให้กับตลาดในประเทศและต่างประเทศ

๒.๒ ส่งเสริมการจัดจำหน่ายภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตสินค้าและบริการซอฟต์แวร์ไทยที่มีคุณภาพ

๒.๓ เพื่อสนับสนุนและผลักดันให้เกิดความต้องการการบริโภคสินค้าไทยในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการส่งออกสินค้าและกระตุ้นภาพรวมเศรษฐกิจของไทย

๓. กลุ่มเป้าหมาย : ผู้ผลิต ผู้ส่งออก ผู้ประกอบการ SMEs ไทยและประชาชนทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการ นักธุรกิจ และผู้บริโภคในต่างประเทศ

๔. ขอบเขตการดำเนินการ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑ จัดทำแนวคิด (Concept) รูปแบบ (Mood & Tone) สำหรับการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ โดยนำเสนอแนวคิดหลักในการสื่อสารที่สะท้อนบทบาท ภารกิจ และภาพลักษณ์ของกรม รวมถึงแนวทางการถ่ายทอดสารสำคัญ (Key Messages) ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ เพื่อส่งเสริมการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลด้านโอกาสทางการค้า กิจกรรมส่งเสริมการส่งออก และบริการสาธารณะด้านการค้าระหว่างประเทศของกรม

อีกทั้งให้จัดทำกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการ (Timeline) ของการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนที่แสดงให้เห็นการวางแผนการทำงานที่สามารถเกิดขึ้นจริงได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยต้องครอบคลุมเนื้อหาในรูปแบบ ตามข้อ ๔.๒

๔.๒ รูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในโครงการ ได้แก่

๔.๒.๑ สื่อวิทยุ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเผยแพร่รูปแบบสื่อต่างๆ ที่ได้จากการผลิตตามข้อ ๔.๓.๑ ผ่านสื่อวิทยุ ทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และในต่างจังหวัด รวมจำนวนเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ ครั้ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) ดำเนินการเผยแพร่สปอตวิทยุที่มีความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐-๒๓.๐๐ น. รวมจำนวนการเผยแพร่ทั้งหมด ไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ครั้ง

(๒) ดำเนินการเผยแพร่สปอตวิทยุที่มีความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีวิทยุชุมชน เครือข่ายทั่วประเทศไม่น้อยกว่า ๒๐๐ สถานี ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐-๒๓.๐๐ น. รวมจำนวนการเผยแพร่ทั้งหมด ไม่น้อยกว่า ๑๕๕ ครั้ง รวมจำนวนการเผยแพร่ทั้งหมดไม่น้อยกว่า ๓๕,๐๐๐ ครั้ง

(๓) ดำเนินการเผยแพร่สปอตวิทยุที่มีความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีวิทยุในต่างจังหวัด จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ จังหวัด รวมเผยแพร่สปอตวิทยุในต่างจังหวัด จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐ ครั้ง

(๔) ดำเนินการเผยแพร่จingleที่มีความยาวไม่น้อยกว่า ๘ วินาที ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐-๒๓.๐๐ น. รวมจำนวนการเผยแพร่ทั้งหมด ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ครั้ง

(๕) ดำเนินการพูดประชาสัมพันธ์ข่าวสั้นหรือสกู๊ปข่าว ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐-๒๓.๐๐ น. จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง

๔.๒.๒ สื่อออนไลน์

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับบทบาทและภารกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ อาทิ การให้บริการสาธารณะของกรม การเผยแพร่ข้อมูลโอกาสทางการค้า การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ตลอดจน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้ง การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการและผู้สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ โดยที่ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมกับภารกิจกรม และเผยแพร่ทั้งในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทภาพนิ่ง อินโฟกราฟิก และวิดีโอ โดยเลือกรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับสำนักข่าวหรือบุคคลที่เป็นที่รู้จักในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ หรือไลฟ์สไตล์ที่เลือก สำหรับเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ดังกล่าว โดยเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ ครั้ง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้จากการผลิตตามข้อ ๔.๓.๒ ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ อาทิ Facebook, Instagram, X, TikTok หรืออื่นๆ ของสำนักข่าว สื่อออนไลน์ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการ หรือไลฟ์สไตล์ ในระดับ Mega Influencer ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตามต่อหนึ่งช่องทาง โดยช่องทางที่ใช้เผยแพร่ต้องมีจำนวนผู้ติดตามไม่น้อยกว่าที่กำหนด ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง

(๒) ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้จากการผลิตตามข้อ ๔.๓.๒ ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ อาทิ Facebook, Instagram, X, TikTok หรืออื่นๆ ของสำนักข่าว สื่อออนไลน์ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการ หรือไลฟ์สไตล์ ในระดับ Macro Influencer ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตามต่อหนึ่งช่องทาง โดยช่องทางที่ใช้เผยแพร่ต้องมีจำนวนผู้ติดตามไม่น้อยกว่าที่กำหนด ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง

(๓) ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้จากการผลิตตามข้อ ๔.๓.๒ ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ อาทิ Facebook, Instagram, X, TikTok หรืออื่นๆ ของสำนักข่าว สื่อออนไลน์ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการ หรือไลฟ์สไตล์ ในระดับ Micro Influencer ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๔๐,๐๐๐ ผู้ติดตามต่อหนึ่งช่องทาง โดยช่องทางที่ใช้เผยแพร่ต้องมีจำนวนผู้ติดตามไม่น้อยกว่าที่กำหนด ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง

(๔) ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้จากการผลิตตามข้อ ๔.๓.๒ ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ อาทิ Facebook, Instagram, X, TikTok หรืออื่นๆ ของสำนักข่าว สื่อออนไลน์ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการ หรือไลฟ์สไตล์ ในระดับ Micro Influencer ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ ผู้ติดตามต่อหนึ่งช่องทาง โดยช่องทางที่ใช้เผยแพร่ต้องมีจำนวนผู้ติดตามไม่น้อยกว่าที่กำหนด ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ ครั้ง

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอตัวอย่างสำนักข่าว สื่อออนไลน์ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการ หรือไลฟ์สไตล์ สำหรับการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ตามข้อ (๑) – (๔) ในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค โดยในแต่ละข้อจะต้องนำเสนอตัวอย่างไม่น้อยกว่า ๒ ราย พร้อมระบุชื่อสื่อหรือบุคคล ช่องทางการเผยแพร่ และจำนวนผู้ติดตาม เพื่อแสดงให้เห็นว่ามีคุณสมบัติเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

นอกจากนี้ ตัวอย่างสื่อหรือบุคคลที่นำเสนอในภาพรวมตามข้อ (๑) - (๔) จะต้องครอบคลุมช่องทาง Facebook, Instagram, X และ TikTok โดยมีตัวอย่างของแต่ละช่องทาง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย ทั้งนี้ ไม่จำเป็นต้องนำเสนอให้ครบทุกช่องทางในแต่ละข้อ เพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาของกรมต่อไป

๔.๓ การผลิตเนื้อหาสำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔.๓.๑ สื่อวิทยุ

- ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสเปควิทยุที่มีเนื้อหา ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สเปค และจึงเกิดวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๘ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จึงเกิด
- ผู้รับจ้างจะต้องผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ ความยาวในการออกอากาศอ่านข่าว ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ข่าว

๔.๓.๒ สื่อออนไลน์

- ผู้รับจ้างจะต้องผลิตหรือประสานงานกับสำนักข่าว สื่อออนไลน์ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการ หรือไลฟ์สไตล์สำหรับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งในรูปแบบ บทความ รูปภาพ อินโฟกราฟิก กราฟิกต่างๆ ที่เหมาะสมกับสื่อที่จะนำไปเผยแพร่ ตามข้อ ๔.๒.๒

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอตัวอย่างการผลิตเนื้อหาสำหรับเผยแพร่ ในช่องทางสื่อออนไลน์ในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับบทบาทและภารกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ อาทิ การให้บริการสาธารณะของกรม การเผยแพร่ข้อมูลโอกาสทางการค้า การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ตลอดจน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้ง การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการและผู้สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ โดยที่ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมกับภารกิจกรม โดยใน ๑ ตัวอย่างที่ทางผู้รับจ้างได้นำเสนอจะต้องประกอบด้วย เนื้อหา (Content) ประเภทของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ อาทิ รูปภาพ หรือ อินโฟกราฟิก พร้อมทั้งช่องทางที่เผยแพร่ อาทิ Facebook, Instagram หรือช่องทางอื่นๆ และนำเสนอให้เห็นภาพตัวอย่าง (Mockup) เพื่อให้เห็นภาพของการทำงานจริงว่าผู้รับจ้างจะจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ออกมาในรูปแบบใด และเพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาของกรมต่อไป

๔.๔ การเพิ่มการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งการประชาสัมพันธ์ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในประเทศและต่างประเทศด้วยการ Boost Post หรือ ยิงแอด (Ads) หรือรูปแบบอื่นที่เทียบเท่าการเพิ่มการมองเห็นในรูปแบบต่างๆ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ผ่านการคัดเลือกเนื้อหาที่ได้รับความนิยมและมีศักยภาพในการเพิ่มการมองเห็น หรือ โพสต์ตามที่กรมกำหนด โดยกำหนดให้มียอดการมองเห็น (Impression) รวมทั้งโครงการจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายตัวชี้วัดของโครงการ

๔.๕ รายงานผลการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔.๕.๑ รายงานสรุปภาพรวมโครงการ โดยให้จัดส่งให้กรมจำนวน ๑ ฉบับ เมื่อได้ดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานของโครงการเรียบร้อยแล้ว โดยให้แนบรายงานอย่างน้อย ดังนี้

(๑) รายงานผลภาพรวมของการดำเนินงานตามระยะเวลา รวมทั้งหมดของโครงการ โดยมีสถิติหรือข้อมูลประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

- ช่องทางการเผยแพร่ (อาทิ วิทยุ ออนไลน์)
- รายชื่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการเผยแพร่

- จำนวนครั้งของการรับรู้หรือการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Reach/Impression) ของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์ โดยแสดงผลทั้ง รายครั้งของการเผยแพร่ และ ผลรวมตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ

- การวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ระหว่างการเผยแพร่แบบ Organic และการเผยแพร่แบบสนับสนุนงบประมาณ (Boost Post หรือ ยิงแอด (Ads) หรือรูปแบบอื่นที่เทียบเท่า)

- ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มผู้รับสาร อาทิ เพศ ช่วงอายุ พื้นที่ และพฤติกรรม การเข้าถึงสื่อ

- การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของเนื้อหา ประเด็นการสื่อสาร และรูปแบบสื่อ ที่ได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย

- การวิเคราะห์ช่วงเวลาและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์

(๒) จัดทำข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิเคราะห์การดำเนินงานโครงการ เพื่อการปรับปรุงการทำงานของกรมในอนาคต อาทิ ข้อเสนอแนะในการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เนื้อหา การจัดทำประชาสัมพันธ์ หรือกลยุทธ์เสริมต่างๆ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์และบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย อย่างแท้จริงได้

(๓) รวบรวมภาพประกอบผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สื่อทั้งหมดที่ได้ดำเนินการ หรือ หลักฐานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

(๔) รวบรวมเนื้อหาและไฟล์ที่ใช้ในการผลิตสำหรับเผยแพร่ทั้งในสื่อวิทยุ และสื่อออนไลน์ อย่างไรก็ดี หากเนื้อหาประเภทใดไม่สามารถนำมาใส่ในรายงานได้ ขอให้บรรจุลงในพื้นที่ออนไลน์ (Drive) และแสดงลิงก์ดังกล่าวลงในรายงาน

(๕) อื่นๆ ตามที่กรมกำหนด

๔.๖ ประเมินผลการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔.๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแบบสอบถามอย่างง่ายเพื่อประเมินผลและสำรวจทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายต่อภาพลักษณ์สินค้าและบริการ รวมทั้ง ภาพลักษณ์ประเทศตามความเหมาะสม ตลอดจน การให้บริการสาธารณะของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในภาพรวม

๔.๖.๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการกระจายและเก็บแบบสอบถามตามช่องทางที่เหมาะสม กับวัตถุประสงค์การสำรวจทัศนคติและเป้าหมายของโครงการ

๔.๖.๓ จัดทำรายงานผลการสำรวจ ตามข้อ ๔.๖.๑ พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอแนะ ประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อกรมในอนาคตต่อไป

๔.๗ การจัดหาเจ้าหน้าที่ในโครงการ

๔.๗.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย ที่มีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน มีความเป็นมืออาชีพ มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ การทำงานเกี่ยวข้องกับการผลิตเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ปี

๔.๗.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนและเพิ่ม ประสิทธิภาพการโฆษณาออนไลน์ (Ads Optimizer) หรือการซื้อสื่อโฆษณา (Media Buyer) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย ซึ่งมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพการยิงโฆษณา ออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ปี

๔.๘ อื่นๆ

๔.๘.๑ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหรือช่องทางใดๆ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อนดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง และถือว่าการทุกชิ้นที่จัดทำขึ้น และ ไฟล์ต่างๆ ที่ดำเนินการขึ้น หรือ working file ต่างๆ หรือ ไฟล์ดิบต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายใต้โครงการให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของกรม

๔.๘.๒ ผู้รับจ้างจะต้องใช้ไฟล์ข้อมูล ข้อความ บทความ เนื้อหา ภาพนิ่ง เวกเตอร์ ฟอนต์ หรือสื่อดิจิทัลอื่นๆ ที่ถูกลิขสิทธิ์และได้รับอนุญาตอย่างถูกต้อง อีกทั้ง จะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายที่เกี่ยวข้องทั้งหมดหากมีการละเมิดใดๆ เกิดขึ้น

๔.๘.๓ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายที่เกี่ยวข้องภายใต้โครงการเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์และสำเร็จไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

๔.๘.๔ ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตภายในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้าง ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. ตัวชี้วัด

จำนวนครั้งที่ มีการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง และความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๖. แนวทางการเสนองาน

คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรม ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์โดยแยกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ส่วนที่ ๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

(๑) การจัดทำแนวคิด รูปแบบ และกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการ ตามข้อ ๔.๑

(๒) ช่องทางและจำนวนครั้งในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒

(๓) ตัวอย่างการผลิตเนื้อหาสำหรับเผยแพร่ในช่องทางสื่อออนไลน์ในเอกสารข้อเสนอ ด้านเทคนิค จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับบทบาทและภารกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตามข้อ ๔.๓

(๔) นำเสนอแนวทางการ ประเมินผลการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๖

(๕) นำเสนอประวัติเจ้าหน้าที่ในโครงการ ตามข้อ ๔.๗

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของขอบเขตการดำเนินงานอื่นๆ ตาม TOR ข้อ ๔ ขอให้ผู้เสนอราคาได้นำเสนอแนวทางการทำงานในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิคในแต่ละข้อให้ครบถ้วน รวมทั้ง ต้องแสดงเอกสารประกอบการทำงานของบริษัท ตามข้อ ๘.๑๑

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่.....เวลา.....น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนพยุหะคีรี ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด

เอกสารข้อเสนอด้านราคา

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

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญากรมฯ จะแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรมเพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

๗. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จะพิจารณาดัดสินจัดจ้างผู้เสนอราคา โดยใช้แนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e-bidding) หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๗.๑ ราคาที่ยื่นเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ กรมบัญชีกลางเป็นผู้กำหนดการให้คะแนนราคาที่เสนอ (Price)

๗.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ (คิดจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน) ซึ่งประกอบด้วย

วิธีการประเมินและให้คะแนน

๑. การจัดทำแนวคิด รูปแบบ และกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการ กำหนดให้ ๒๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๑ จัดทำแนวคิด (Concept) และรูปแบบ (Mood & Tone) ในการประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ แนวคิด และกรอบระยะเวลาในการดำเนินงาน (Timeline) ตามข้อ ๔.๑ ได้อย่างครบถ้วน และมีการยกตัวอย่างการผลิตบทความข่าวประชาสัมพันธ์สำหรับการเผยแพร่ในประเทศ ตามข้อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ในประเทศ ตามข้อ ๔.๓.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ตัวอย่าง ต่อ ๑ แนวคิด โดยใน ๑ ตัวอย่างจะต้องประกอบด้วย ๑. เนื้อหา (Content) ๒. ประเภทของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ อาทิ รูปภาพ หรือ อินโฟกราฟิก ๓. ช่องทางที่เผยแพร่ อาทิ Facebook, Instagram หรือช่องทางอื่นๆ ๔. นำเสนอให้เห็นภาพตัวอย่าง (Mockup) ทั้งนี้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและสามารถปรับใช้แนวคิดข้อ ๔.๑ มาใช้ในการผลิตบทความข่าว	๒๕	ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมานำ โดยพิจารณาจากความชัดเจนและถูกต้อง และต้องมีความสอดคล้องแนวทางการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และจะต้องนำเสนอให้มีความละเอียดครบถ้วนในแต่ละขั้นตอน	คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกันเป็นเอกฉันท์

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๒ จัดทำแนวคิด (Concept) และรูปแบบ (Mood & Tone) ในการประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ แนวคิด และกรอบระยะเวลาในการดำเนินงาน (Timeline) ตามข้อ ๔.๑ ได้อย่างครบถ้วน และมีการยกตัวอย่างการผลิตบทความข่าวประชาสัมพันธ์สำหรับการเผยแพร่ในประเทศ ตามข้อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ในประเทศ ตามข้อ ๔.๓.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ตัวอย่าง โดยใน ๑ ตัวอย่างจะต้องประกอบด้วย ๑. เนื้อหา (Content) ๒. ประเภทของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ อาทิ รูปภาพ หรือ อินโฟกราฟิก ๓. ช่องทางที่เผยแพร่ อาทิ Facebook, Instagram หรือ ช่องทางอื่นๆ ๔. นำเสนอให้เห็นภาพตัวอย่าง (Mockup) ทั้งนี้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและสามารถปรับใช้แนวคิดข้อ ๔.๑ มาใช้ในการผลิตบทความข่าวได้ ๑.๓ จัดทำแนวคิด (Concept) และรูปแบบ (Mood & Tone) ในการประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ แนวคิด และกรอบระยะเวลาในการดำเนินงาน (Timeline) ตามข้อ ๔.๑ ได้อย่างครบถ้วน และมีการยกตัวอย่างการผลิตบทความข่าวประชาสัมพันธ์สำหรับการเผยแพร่ในประเทศ ตามข้อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ในประเทศ ตามข้อ ๔.๓.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ตัวอย่าง โดยใน ๑ ตัวอย่างจะต้องประกอบด้วย ๑. เนื้อหา (Content) ๒. ประเภทของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ อาทิ รูปภาพ หรือ อินโฟกราฟิก ๓. ช่องทางที่เผยแพร่ อาทิ Facebook, Instagram หรือ ช่องทางอื่นๆ ๔. นำเสนอให้เห็นภาพตัวอย่าง (Mockup) ทั้งนี้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและสามารถปรับใช้แนวคิดข้อ ๔.๑ มาใช้ในการผลิตบทความข่าวได้ ๑.๔ จัดทำแนวคิด (Concept) และรูปแบบ (Mood & Tone) ในการประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ แนวคิด และกรอบระยะเวลาในการดำเนินงาน (Timeline) ตามข้อ ๔.๑ แต่ขาดการยกตัวอย่างการผลิตบทความข่าวประชาสัมพันธ์สำหรับการเผยแพร่ในประเทศ ตามข้อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ในประเทศ ตามข้อ ๔.๓.๒ หรือนำเสนอตัวอย่างจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ตัวอย่าง แต่รายละเอียดไม่ครบถ้วน โดยใน ๑ ตัวอย่างจะต้องประกอบด้วย ๑. เนื้อหา (Content) ๒. ประเภทของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ อาทิ รูปภาพ หรือ อินโฟกราฟิก ๓. ช่องทางที่เผยแพร่ อาทิ Facebook, Instagram หรือช่องทางอื่นๆ ๔. นำเสนอให้เห็นภาพตัวอย่าง (Mockup) ทั้งนี้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและสามารถปรับใช้แนวคิดข้อ ๔.๑ มาใช้ในการผลิตบทความข่าวได้	๒๐ ๑๕ ๐	ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาจากความชัดเจนและถูกต้อง และต้องมีความสอดคล้องแนวทางการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และจะต้องนำเสนอให้มีความละเอียดครบถ้วนในแต่ละขั้นตอน	คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกันเป็นเอกฉันท์

๒. ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๒.๑ ช่องทางสำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางวิทยุ ตามข้อ ๔.๒.๑ กำหนดให้ ๒๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๑.๑ ดำเนินการเผยแพร่สพตวิทยุที่มีความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐-๒๓.๐๐ น. รวมจำนวนการเผยแพร่ทั้งหมด จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๕๐ ครั้ง	๒๕	ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาจากความละเอียด ความครบถ้วน และความถูกต้องที่สอดคล้องกับ	คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกันเป็นเอกฉันท์
๒.๑.๒ ดำเนินการเผยแพร่สพตวิทยุที่มีความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐-๒๓.๐๐ น. รวมจำนวนการเผยแพร่ทั้งหมด จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๒๕ ครั้ง	๒๐	วัตถุประสงค์ของโครงการ และ TOR และข้อเสนอที่ยื่นมาจะต้องมีความครบถ้วนสมบูรณ์ จึงจะได้	
๒.๑.๓ ดำเนินการเผยแพร่สพตวิทยุที่มีความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐-๒๓.๐๐ น. รวมจำนวนการเผยแพร่ทั้งหมด จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ครั้ง	๑๕	คะแนนเท่ากับเกณฑ์คะแนนอื่นๆ เท่านั้น	
๒.๑.๔ ดำเนินการเผยแพร่สพตวิทยุที่มีความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐-๒๓.๐๐ น. รวมจำนวนการเผยแพร่ทั้งหมด จำนวนน้อยกว่า ๓๐๐ ครั้ง	๐		

๒.๒ ช่องทางสำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ตามข้อ ๔.๒.๒ กำหนดให้ ๓๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๒.๑ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสำนักข่าว สื่อออนไลน์ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการ หรือไลฟ์สไตล์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง	๓๐	ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาจากความละเอียด ความครบถ้วน และความถูกต้องที่สอดคล้องกับ	คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกันเป็นเอกฉันท์
๒.๒.๒ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสำนักข่าว สื่อออนไลน์ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการ หรือไลฟ์สไตล์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๙๐ ครั้ง	๒๕	วัตถุประสงค์ของโครงการ และ TOR และข้อเสนอที่ยื่นมาจะต้องมีความครบถ้วนสมบูรณ์ จึงจะได้	
๒.๒.๓ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสำนักข่าว สื่อออนไลน์ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการ หรือไลฟ์สไตล์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ ครั้ง	๒๐	คะแนนเท่ากับเกณฑ์คะแนนอื่นๆ เท่านั้น	
๒.๒.๔ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสำนักข่าว สื่อออนไลน์ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการ หรือไลฟ์สไตล์ จำนวนน้อยกว่า ๘๐ ครั้ง	๐		

๓. ประเมินผลการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๖ กำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมี เกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๑ นำเสนอรูปแบบการประเมินผลและสำรวจทัศนคติ ตามข้อ ๔.๖.๑ และ ยกตัวอย่างคำถามของแบบสอบถามอย่างง่าย ตามข้อ ๔.๖.๒ พร้อมนำเสนอ วิธีการกระจายแบบสอบถาม และยกตัวอย่างข้อเสนอแนะและแนวทางการ วิเคราะห์ผลการประเมิน ตามข้อ ๔.๖.๓ อย่างละเอียด	๑๐	ประเมินจากเอกสารที่ ผู้ยื่นข้อเสนอมา ที่แสดง ให้เห็นถึงการนำเสนอ วิธีการประเมินผลการ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ที่มีความถูกต้องและ ครบถ้วน	คณะกรรมการ พิจารณาและให้ คะแนนร่วมกันเป็น เอกฉันท
๓.๒ นำเสนอรูปแบบการประเมินผลและสำรวจทัศนคติ ตามข้อ ๔.๖.๑ และยกตัวอย่างคำถามของแบบสอบถามอย่างง่าย ตามข้อ ๔.๖.๒ พร้อมนำเสนอวิธีการกระจายแบบสอบถาม ตามข้อ ๔.๖.๓ อย่างละเอียด	๕		
๓.๓ นำเสนอรูปแบบการประเมินผลและสำรวจทัศนคติ ตามข้อ ๔.๖.๑ แต่ขาดการยกตัวอย่างคำถามของแบบสอบถามอย่างง่าย ตามข้อ ๔.๖.๒ พร้อมนำเสนอวิธีการกระจายแบบสอบถามตามข้อ ๔.๖.๓	๐		

๔. ผลงานของผู้เสนองานพร้อมที่ผ่านมา พร้อมเอกสารหลักฐานและตัวอย่างผลงาน ตามข้อ ๔.๗.๒ กำหนดให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๔.๑ จัดหาเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนและเพิ่มประสิทธิภาพการ โฆษณาออนไลน์ (Ads Optimizer) หรือการซื้อสื่อโฆษณา (Media Buyer) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย ซึ่งมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ ด้านการบริหารจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพการยิงโฆษณาออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ปี โดยตามข้อ ๔.๗.๒	๕	ประเมินจากเอกสารที่ ผู้ยื่นข้อเสนอมา ที่แสดง ให้เห็นถึงการนำเสนอ วิธีการประเมินผลการ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ที่มีความถูกต้องและ ครบถ้วน	คณะกรรมการ พิจารณาและให้ คะแนนร่วมกันเป็น เอกฉันท
๔.๒ จัดหาเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนและเพิ่มประสิทธิภาพการ โฆษณาออนไลน์ (Ads Optimizer) หรือการซื้อสื่อโฆษณา (Media Buyer) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย ซึ่งมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ ด้านการบริหารจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพการยิงโฆษณาออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ปี ตามข้อ ๔.๗.๒	๓		
๔.๓ จัดหาเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนและเพิ่มประสิทธิภาพการ โฆษณาออนไลน์ (Ads Optimizer) หรือการซื้อสื่อโฆษณา (Media Buyer) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย ซึ่งมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ ด้านการบริหารจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพการยิงโฆษณาออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ปี ตามข้อ ๔.๗.๒	๑		
๔.๔ ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการเสนอเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนและ เพิ่มประสิทธิภาพการโฆษณาออนไลน์ (Ads Optimizer) หรือการซื้อสื่อ โฆษณา (Media Buyer) ตามข้อ ๔.๗.๒	๐		

๕. ผลงานของผู้เสนองานพร้อมที่ผ่านมา พร้อมเอกสารหลักฐานและตัวอย่างผลงาน ตามข้อ ๘.๑๑ กำหนดให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับงานที่จัดจ้างภายใต้โครงการ และมีประสบการณ์การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ปี และต้องนำเสนอผลงานที่เกี่ยวข้องกับงานในโครงการที่มีมูลค่าการจ้างงานไม่น้อยกว่า ๑,๗๐๐,๐๐๐ บาท ต่อจำนวน ๑ ชิ้นงาน <u>ไม่น้อยกว่า ๓ ชิ้นงาน</u> ตามข้อ ๘.๑๑	๕	ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา ที่แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอวิธีการประเมินผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่มีความถูกต้องและครบถ้วน	คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกันเป็นเอกฉันท์
๕.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับงานที่จัดจ้างภายใต้โครงการ และมีประสบการณ์การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ปี และต้องนำเสนอผลงานที่เกี่ยวข้องกับงานในโครงการที่มีมูลค่าการจ้างงานไม่น้อยกว่า ๑,๗๐๐,๐๐๐ บาท ต่อจำนวน ๑ ชิ้นงาน <u>ไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน</u> ตามข้อ ๘.๑๑	๓		
๕.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับงานที่จัดจ้างภายใต้โครงการ และมีประสบการณ์การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ปี และต้องนำเสนอผลงานที่เกี่ยวข้องกับงานในโครงการที่มีมูลค่าการจ้างงานไม่น้อยกว่า ๑,๗๐๐,๐๐๐ บาท ต่อจำนวน ๑ ชิ้นงาน <u>ไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน</u> ตามข้อ ๘.๑๑	๑		
๕.๔ ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีผลงานประสบการณ์เกี่ยวกับงานที่จัดจ้างภายใต้โครงการ ตามข้อ ๘.๑๑	๐		

๘. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- ๘.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๘.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๘.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๘.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๘.๕ ไม่เป็นบุคคล ซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงาน และได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๘.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๘.๗ เป็นบุคคลธรรมดา หรือ นิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- ๘.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- ๘.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๘.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e – GP) ของกรมบัญชีกลาง

..... ประธานกรรมการ กรรมการ กรรมการ

๘.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๗๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านเจ็ดแสนบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเชื่อถือ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน

๙. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ระหว่างเดือนสิงหาคม ๒๕๖๔ – กันยายน ๒๕๖๔

๑๐. งบประมาณ

วงเงินงบประมาณ ๓,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านห้าแสนบาทถ้วน)

๑๑. กำหนดเวลาการส่งมอบงาน : ภายในวันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๔

๑๒. ระยะเวลาการส่งมอบงานและการชำระเงิน

กรมจะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงินเป็น จำนวน ๑ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๔

๑๒.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งแนวคิด (Concept) รูปแบบ (Mood & Tone) แผนการดำเนินงาน และกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) ที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนต่างๆ ทั้งการผลิตเนื้อหาและการวางแผนในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ โดยละเอียดและครบถ้วน ตามข้อ ๔.๑

๑๒.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการเผยแพร่สื่อวิทยุ พร้อมหลักฐานการเผยแพร่ ตามข้อ ๔.๒.๑

๑๒.๓ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ พร้อมหลักฐานการเผยแพร่ ตามข้อ ๔.๒.๒

๑๒.๔ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตสำหรับเผยแพร่วิทยุที่ได้ตามข้อ ๔.๓.๑

๑๒.๕ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตสำหรับเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ตามข้อ ๔.๓.๒

๑๒.๖ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการดำเนินการเพิ่มการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Boost Post หรือ ยิงแอด (Ads) หรือรูปแบบอื่นที่เทียบเท่า) พร้อมรายงานผลการดำเนินงาน ตามข้อ ๔.๔

๑๒.๗ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ ตามข้อ ๔.๕

๑๒.๘ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการประเมินผลการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๖

๑๒.๙ ผู้รับจ้างจะต้องส่งผลการจัดหาเจ้าหน้าที่ในโครงการให้ครบถ้วน ตามข้อ ๔.๗

ทั้งนี้ ขอให้ผู้รับจ้างจัดส่งเอกสารตามข้อ ๑๒.๑ – ๑๒.๙ ในรูปแบบเอกสาร จำนวน ๓ ฉบับ และบรรจุไฟล์ข้อมูลทั้งหมดลงใน External Hard Disk ที่มีความจุไม่น้อยกว่า ๑ TB จำนวน ๓ ชิ้น โดยให้บรรจุไฟล์ทุกประเภทที่เกิดขึ้นภายใต้โครงการอย่างครบถ้วน ได้แก่ ไฟล์ต้นฉบับ (Raw File) ไฟล์สำหรับการทำงาน (Working File) ไฟล์สำเร็จรูป (Final File) ตลอดจนข้อความ รูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว อินโฟกราฟิก เอกสาร รายงาน หลักฐานการเผยแพร่ และสื่อดิจิทัลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมสิทธิการเข้าถึงพื้นที่จัดเก็บข้อมูลออนไลน์ (Drive) ในกรณีที่ไม่มีไฟล์ซึ่งไม่สามารถบรรจุไว้ในรายงานหรือสื่อบันทึกข้อมูลได้ โดยให้ถือว่างานและไฟล์ทั้งหมดที่จัดทำขึ้นภายใต้โครงการเป็นกรรมสิทธิ์ของกรม

๑๓. เงื่อนไขการดำเนินงาน

๑๓.๑ ผู้รับจ้างต้องศึกษารายละเอียดของโครงการให้เข้าใจ พร้อมทั้งเตรียมทีมงานที่มีความสามารถและประสบการณ์ในภารกิจที่ได้รับมอบหมาย เพื่อทำหน้าที่หาข้อมูลและติดต่อประสานงานในขั้นตอนการดำเนินงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้โดยตรงตลอดโครงการตามสัญญา

๑๓.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการจัดซื้อจัดจ้างโครงการ
สร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศภายใต้ยุทธศาสตร์
ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๑๓.๓ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนและแนวทางการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่กิจกรรมตาม
TOR ข้อ ๔.๑ เสนอแก่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ พิจารณาย่างชัดเจนภายใน ๑๐ วันทำการ หลังจากลงนาม
ในสัญญาจ้างเรียบร้อยแล้ว

๑๓.๔ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในกรณีนำเสนอเนื้อหาผิดพลาดหรือมีการละเมิดลิขสิทธิ์
หรือละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล และจะต้องดำเนินการชี้แจงหรือแก้ไขให้ถูกต้องโดยด่วน และการแก้ไขข้อผิดพลาด
ที่เกิดขึ้นนั้นจะไม่นำมานับรวมขึ้นงาน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบทางกฎหมาย

๑๓.๕ ผลงานที่ผู้รับจ้างจัดทำและผลิต เมื่อเผยแพร่แล้วให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์
ที่ถูกต้องตามกฎหมายของผู้ว่าจ้างที่สามารถนำไปเผยแพร่ซ้ำได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่อไป และห้าม
ผู้รับจ้างไปจำหน่าย หรือทำซ้ำ ดัดแปลงและเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรมเป็นลายลักษณ์อักษร

๑๔. อัตราค่าปรับ

๑๔.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรมฯ
จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๔.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๔.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน
ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๕. ข้อสงวนสิทธิ์

กรมฯ ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่ว่าจ้างผู้ได้รับคัดเลือกครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตาม
หลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อกรมฯ พิจารณาและเห็นว่าการจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็น
ประโยชน์ต่อทางราชการเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้
เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือก โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมฯ ทั้งสิ้น

๑๖. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง จะต้อง
รับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่กรมฯ
ได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับ
แจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๗. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กลุ่มงานยุทธศาสตร์ภาพลักษณ์การค้า สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

๕๖๓ ถนนนนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี ๑๑๐๐๐

โทร. ๐๒-๕๐๗-๗๙๖๗ และ ๐๒-๕๐๗-๗๙๕๙

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียด
ค่าใช้จ่ายการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง**

๑	ชื่อโครงการ โครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ
๒	หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
๓	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๓,๕๐๐,๐๐๐ บาท (เงินกองทุน)
๔	วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ ๔ กรกฎาคม ๒๕๖๔ โดยสืบราคาจากผู้มีอาชีพรับจ้าง ๓ ราย แล้วปรากฏว่าคิดได้เป็นเงิน ๓,๕๑๘,๓๓๓.๓๔ บาท
๔.๑	ค่าการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ในประเทศ
	- วิทยู เผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ ครั้ง วงเงิน ๘๑๖,๖๖๖.๖๗ บาท
	- สื่อออนไลน์ เผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๘๐ ครั้ง วงเงิน ๒,๑๗๖,๖๖๖.๖๗ บาท
	- การโฆษณาเพื่อเพิ่มยอดการมองเห็น และยอดการรับชม (Boost Post) วงเงิน ๕๒๕,๐๐๐ บาท
๕	แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
	๕.๑ บริษัท ไอติง แอดเวอร์ไทซิง จำกัด
	๕.๒ บริษัท มีเดีย คลิก จำกัด
	๕.๓ บริษัท พีพีซี มัลติมีเดีย จำกัด
๖	รายชื่อผู้รับผิดชอบกำหนดราคากลาง
	๖.๑ นายศุภชัยศาสตร์ แสงจันทร์ (..... นศ.....) ประธานกรรมการ ตำแหน่ง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
	๖.๒ นายอาจพงษ์ ฉันทพิญญา (..... อนพ.....) กรรมการ ตำแหน่ง นักวิชาการช่างศิลป์ปฏิบัติการ
	๖.๓ นางสาวพริมรดา ศิริพงษ์ (..... นพ.....) กรรมการ ตำแหน่ง นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

ตารางการจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ

โครงการ.....

รายการพัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ

แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ปริมาณ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	เป็นเงิน (รวม)	พัสดุ ในประเทศ	พัสดุ ต่างประเทศ
1							
2							
3							
4							
5							
รวม							
อัตรา (ร้อยละ)							

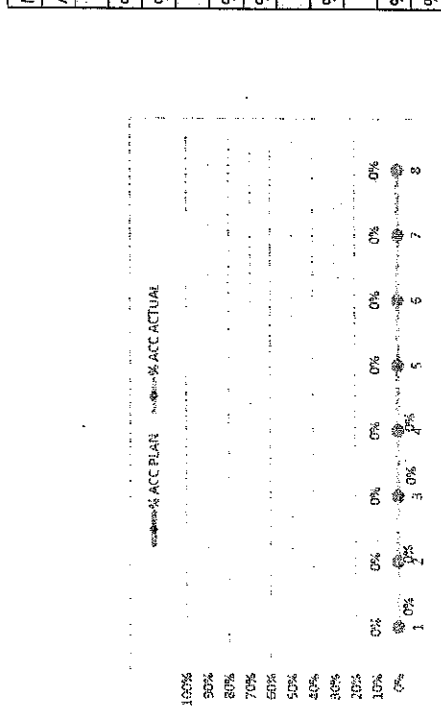
ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

()

ตัวอย่างแบบการจัดทำแผนการทำงาน

ที่	รายการ	หน่วย	ปริมาณงาน	ราคาต่อหน่วย	เป็นเงิน	%
1	งานก่อสร้างเดิม					
	รายการ...	ลบ.ม.				
	รายการ...	ลบ.ม.				
2	งานผิวทาง					
	รายการ...	ตร.ม.				
	รายการ...	ตร.ม.				
		รวม				0%

1	2	3	4	5	6	7	8
เดือน...	เดือน...	เดือน...	เดือน...	เดือน...	เดือน...	เดือน...	เดือน...



Money							
AccMoney							
% PLAN							
% ACC PLAN							
% ACTUAL							
% ACC ACTUAL							
% ACC DIFF							
% PLAN/2							
% PLAN/2 DIFF							

1) กรณีตัวอย่าง กำหนดระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานที่สัญญา จำนวน 8 เดือน

2) หมายถึง ระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานของแต่ละรายการก่อสร้าง เช่น งานเนื้อโครงสร้างเดิม กำหนดระยะเวลาการก่อสร้าง จำนวน 4 เดือน (ไม่รวมระยะเวลาการก่อสร้างผิวทาง)

3) หมายถึง ร้อยละของงานที่ได้รับจ้างต้องดำเนินการก่อสร้างตามแผนงานประจำเดือนของแต่ละรายการก่อสร้าง ซึ่งแต่ละรายการการก่อสร้าง คิดเป็น 100 %

4) มูลค่างานแต่ละรายการ จำนวนจากร้อยละตามแผนงานเทียบกับมูลค่างานของแต่ละรายการ

5) ร้อยละของแผนดำเนินงานดำเนินงานตามแผนดำเนินการ เมื่อเทียบกับมูลค่าของงานทั้งโครงการ

หมายเหตุ:

Money
% PLAN